

50 Tage bis zur Heim-WM in Berlin: Toyota baut Engagement im Frauenbasketball weiter aus

16.7.2026 - | Toyota Deutschland

Köln. In genau 50 Tagen beginnt mit der FIBA Women's Basketball World Cup 2026 das größte Basketball-Ereignis des Jahres in Deutschland. Toyota nutzt den Countdown zur Heim-Weltmeisterschaft in Berlin, um sein langfristiges Engagement für den Frauenbasketball weiter auszubauen. Neben der Rolle als offizieller Mobilitätspartner des internationalen Turniers verlängert das Unternehmen auch seine Partnerschaft mit den Damen Basketball Bundesligen (DBBL) um weitere zwei Jahre und bleibt damit mindestens bis zur Saison 2027/28 Namensgeber der Toyota 1. DBBL und Toyota 2. DBBL.

Wenn vom 4. bis 13. September die besten Nationalteams der Welt in Berlin um den WM-Titel spielen, stellt Toyota die Mobilität rund um das Turnier sicher: Eine Flotte von 50 Fahrzeugen bringt Funktionäre, Offizielle und weitere Turnierbeteiligte zuverlässig zu ihren Einsätzen. Darüber hinaus wird das Unternehmen in der Uber Arena mit verschiedenen Aktivierungen und Fan-Angeboten präsent sein und die Begeisterung rund um die Heim-Weltmeisterschaft erlebbar machen. Die Frauen-Weltmeisterschaft findet in Berlin statt und gilt als Meilenstein für die Entwicklung des Frauenbasketballs in Deutschland.

„Die Frauen-Weltmeisterschaft in Berlin ist eine einmalige Chance, den Frauenbasketball in Deutschland nachhaltig voranzubringen und noch mehr Menschen für diesen faszinierenden Sport zu begeistern. Deshalb freuen wir uns, den Basketball auf unterschiedlichen Ebenen zu unterstützen – als Mobilitätspartner der Weltmeisterschaft, der Basketball Nationalmannschaften, als langjähriger Partner der Damen Basketball Bundesligen und mit Projekten, die den Athletinnen und ihren Geschichten mehr Sichtbarkeit geben. Frauenbasketball steht für Leidenschaft, Teamgeist und starke Vorbilder. Diese Entwicklung möchten wir auch in Zukunft aktiv begleiten“, sagt Cathrin Koch, General Managerin Marketing Communication and Digital Experience bei Toyota.

Bereits seit sechs Jahren engagiert sich Toyota als Partner und Namensgeber der beiden höchsten deutschen Spielklassen im Frauenbasketball. Mit der nun vereinbarten Vertragsverlängerung setzen die Partner ihre erfolgreiche Zusammenarbeit fort und schaffen Planungssicherheit für die weitere Entwicklung des Sports. Ziel bleibt es, die Sichtbarkeit des Frauenbasketballs zu erhöhen und zusätzliche Aufmerksamkeit für Vereine, Spielerinnen und Wettbewerbe zu schaffen.

Ein wichtiger Baustein dabei ist auch die gemeinsam mit DAZN entwickelte Dokuserie „Let's Go Ballin'“. Die Content-Reihe begleitet den Aufschwung des Frauenbasketballs in Deutschland und gibt Spielerinnen, Talenten und Persönlichkeiten des Sports eine Bühne. Im Mittelpunkt stehen persönliche Geschichten, Herausforderungen und Erfolge der Athletinnen sowie die Entwicklung des Frauenbasketballs in Deutschland. Ziel der Serie ist es, den Schwung der positiven Entwicklung mitzunehmen, neue Zielgruppen zu erreichen und den Sport dauerhaft stärker ins öffentliche Bewusstsein zu rücken. Toyota unterstützt das Projekt als exklusiver Mobilitätspartner und setzt damit ein weiteres Zeichen für Sichtbarkeit und Chancengleichheit im Sport.

Mit dem bevorstehenden WM-Turnier, der Verlängerung der DBBL-Partnerschaft und Formaten wie „Let's Go Ballin'“ unterstreicht Toyota sein langfristiges Bekenntnis zum Frauenbasketball und begleitet eine Entwicklung, die derzeit so viel Aufmerksamkeit erfährt wie nie zuvor.

<https://www.toyota-media.de/blog/unternehmen/artikel/50-tage-bis-zur-heim-wm-in-berlin-toyota-baut-engagement-im-frauenbasketball-weiter-aus/text?referrer=rss>