

Ein eigener Ball soll viel Geld sparen

TENNIS Hessischer Verband geht neuen Weg mit „HTV official“ vom eigenen Lieferanten

Weg von den Tennisbällen etablierter Ballfirmen hin zu einem eigenen, von einem Versandhändler vertriebenen Erzeugnis – für die Vorschriften der bei Turnieren und Punkt-runden verwendeten Bälle bricht im Bereich des Hessischen Tennisverbandes ein neues Zeitalter an.

Das Verfahren galt seit vielen Jahren und es war eingespielt. Der Hessische Tennisverband (HTV) verhandelte mit den etablierten Ballfirmen (Dunlop, Head, Tretorn, Wilson), welcher Ball in der kommenden Saison auf Landesebene und in den sechs Bezirken gespielt wird. Das war auch 2014 so, als die 784 Vereine mit ihren nahezu 6000 Mannschaften nach der Entscheidung angehalten waren, sich mit den ausgesuchten Bällen einzudecken. Das entspricht 320 000 Filzkugeln. Ein Geschäft also für die Firmen, aber auch für den HTV. Immerhin konnte er 350 000 Euro an „Ballgeldern“ verbuchen.

Ab dem 1. Oktober wird das anders sein. Der HTV hat einen neuen Ballpartner gefunden – den Versandhändler „Tennis-Point“ aus dem ostwestfälischen Herzebrock-Clarholz. Der Vertrag ist vor wenigen Tagen rechts-gültig geworden. HTV-Präsident Dirk Hordorf (Bad Homburg) begründet die wegweisende Entscheidung: „Dies ist eine Entscheidung im Sinne unserer Vereine und unserer Mitglieder, denn die Ballpreise der bisherigen Anbieter sind unzumutbar geworden.“ Außerdem habe es durch Qualitätsprobleme „Handlungsbedarf“ bestanden.

Ehe es mit der neuen Partnerschaft so weit war, stand beim HTV gründliche Recherche an:

über „Tennis-Point“, Ballqualität und Preis. Die Aufgaben waren einem „Arbeitskreis Bälle“ übertragen worden. Zu ihm zählten HTV-Ehrenpräsident Wolfgang Kassing (Darmstadt), HTV-Schatzmeister Friedrich-Hermann Hesse (Seeheim-Jugendheim) und Bezirksvorsitzender Steffen Hahn (Darmstadt). Kassing brachte seine Erfahrungen mit den Ballfirmen ein, denn er hatte in den 25 Jahren seiner Präsidenschaft, aber auch unter Dirk Hordorf stets die Verhandlungen geführt. Was ihn jetzt antreibt: „Wir mussten im Sinne unserer Vereine von den Ballfirmen unabhängig werden.“

Viererdose soll weniger als zehn Euro kosten

Die Ergebnisse des Arbeitskreises: „Tennis-Point“ wird als verlässlicher Partner eingeschätzt; der neue Ball erfüllt alle Anforderungen und ist vom Weltverband ITF zugelassen. Er wird das Logo „HTV official“ sowie den hessischen Löwen als Aufdruck tragen. Eine Viererdose wird weniger als zehn Euro kosten, versandkostenfrei bei der Abnahme von drei Dosen. Das liegt deutlich unter dem, was Vereine und Spieler derzeit hinblättern müssen, 17,99 Euro zum Beispiel für einen Wilson-Ball. Auch der Fachhandel ist gehalten, den neuen Ball ins Sortiment zu nehmen. Kay Mroczek (Eberstadt), 2. Bezirksvorsitzender und Fachhändler, hat schon signalisiert: „Das sollte für mich kein Problem sein.“

„Wir haben bundesweit eine Vorreiterrolle übernommen“, sagt Hordorf, der mit seinen Kollegen aus dem Arbeitskreis hofft, dass die anderen 17 Landesverbände nachziehen. bo