

# Tennisbälle aus Aresing für die ganze Welt

## Berger & Co.: Kreisler im Birdland

Wer das Logistikzentrum in Aresing betritt, merkt sofort: Hier geht es um Effizienz und Ordnung. Sauber, gepflegt und lichtdurchflutet ist die riesige Halle. Gut sortiert liegt der Inhalt in den Hochregalen in unterschiedlich großen Kartons: Tennisbälle der Firma Balls Unlimited. Gut zwei Millionen Stück sind es in diesem Moment.

Sie lagern auf den elektrisch justierbaren Regalen, die mit selbst produziertem Solarstrom fahren. Genauso wie die Gabelstapler, die Firmenwagen und alle weiteren elektrischen Anlagen und Geräte. Dafür sorgt die großflächige Photovoltaikanlage auf dem Dach. Am Standort finden, mit Ausnahme der Produktion, alle Kernprozesse mit den zentral angesiedelten Geschäftsbereichen Entwicklung, Design, Marketing und Logistik statt.

Dahinter steht Firmengründer Ralph Papenfuhs, den es einst von Frankfurt über Würzburg nach Gerolsbach verschlug. Wenn der 57-Jährige aus seinem beruflichen Leben erzählt, dann tut er das spannend und kompetent. Doch groß in die Karten schauen, das lässt er sich nicht, wenn es um konkrete Vorgaben von Großkunden wie den Tennisverbänden geht.

Da bleiben die Abstimmung der Kautschukmischung, die genaue Filzzusammensetzung und weitere Balleigenschaften vertrauliche Details. Nur so viel: „Die Entwicklung unserer eigenen Tennisbälle ist langwierig, mit vielen Testphasen verbunden, und sie kann schon mal Rückschritte beinhalten.“

### Internationale Ausrichtung

Vor allem geht es für Balls Unlimited um Wettbewerb auf Augenhöhe mit den Großen der Branche: Dunlop, Head und Wilson. Dabei bieten sie ausschließlich Tennisbälle an, keine Schläger, keine Taschen, kein sonstiges Tenniszubehör. Für Ralph Papenfuhs ist das „unser Alleinstellungsmerkmal, das macht so keiner auf dem Weltmarkt“. Eine Produktpartenstrategie mit internationaler Ausrichtung und einem Vollsortiment an Tennisbällen für unterschiedliche Ansprüche also. Und: Das Unternehmen betreibt, völlig untypisch für die Branche, kein Sponsoring, weil es sagt: „Wir investieren lieber in Qualität, die es zu vernünftigen Preisen gibt.“

Längst sind die Großen der Tennisbranche auf die Produkte von Balls Unlimited aufmerksam geworden. Aus dem kleinen Wettbewerber aus dem Schrobenhausener Land ist ein ernst zu nehmender Konkurrent geworden. Die Entwicklung des eigenen Ballsortiments dauerte einst über drei Jahre.

### 2014 kamen die ersten Bälle auf den Markt

Dann, im Frühjahr 2014, kamen die ersten Tennisbälle auf den deutschen Markt. Der erste Meilenstein ließ nur vier Monate auf sich warten. Das Branchenblatt Tennismagazin veröffentlichte einen Tennisballtest, den Balls Unlimited mit dem Top-Produkt des neuen Sortiments, dem „Code Black“, gewann und die etablierten Weltmarken hinter sich ließ.

In den Folgejahren wurde dieser Ball zwei weitere Male Preis- und Leistungssieger bei diesen Vergleichstests. Neben den auf definierte Altersklassen entwickelten Kinderbällen besteht das Sortiment aus den zwei grundsätzlichen Balltypen: Zum einen sind das die in Dosen verpackten Innendruckbälle für den Einsatz als hochwertige Turnier- und

*Ihre Tennisbälle sind weltweit gefragt. Das Familienunternehmen aus dem Schrobenhausener Land um Firmengründer Ralph Papenfuhs blickt nach fast 20 Jahren, darunter zehn Jahre unter der Eigenmarke, auf eine beeindruckende Firmengeschichte zurück. Kürzlich erhielt Balls Unlimited einen Großauftrag mit einer Laufzeit von zwei Jahren: Der offizielle Ball des Bayerischen Tennisverbandes unter den Namen „Code BTV 3.0 by Tennis-Point“, mit dem ab sofort jeder Turnierspieler im Freistaat aufschlägt, stammt von ihnen.*

Von Thomas Floerecke



Sie stehen hoch im Kurs, die Produkte des oberbayerischen Tennisballentwicklers und -herstellers Balls Unlimited mit seinem Logistikzentrum in Aresing. Ein eingespieltes Team: Firmengründer Ralph Papenfuhs (Mitte), um ihn herum seine beiden Söhne Thilo (links) und Tobias.

Fotos: Thomas Floerecke



### WIE ALLES ANFING

Ralph Papenfuhs beschäftigt sich seit 25 Jahren intensiv mit Tennisbällen. Angefangen hatte er als Key-Account- und Produktmanager beim österreichischen Sportartikelhersteller Head. 2004 kam der Wechsel zu Fischer, die als Ausrüster von Michael Stich vor allem Tennisschläger auf den Markt brachten. 2006 machte sich Papenfuhs selbstständig, als Schnitt-

stelle und Berater für Großkunden wie Aldi oder Intersport, die seinerzeit eigene Tennisbälle im Sortiment hatten. Ein paar Jahre später fiel die Entscheidung für das eigene Ballsortiment, nachdem viele kleinere Marken vom Markt verschwunden waren und die Discounter in Folge eines Strategiewechsels keine Tennisbälle mehr anboten. Hinzu kam der sich verbreitende Kauf

von Tennisbällen über das Internet. Ralph Papenfuhs sah seine Chance, sein Augenmerk lag auf der Qualität mit entsprechend längerer Nutzungsdauer. Und er entwickelte eigene Tennisbälle, optimierte sie bis zum Markteintritt. Seine Devise: „Wichtig ist, dass sich ein eingeführtes und bewährtes Produkt nicht verändert. Der Kunde möchte den gewohnten Ball spielen.“ tfk

Trainingsbälle, zum anderen die drucklosen Bälle, die aufgrund ihrer speziellen Gummimischung nicht an Sprungkraft verlieren und gerade für den Einsatz in Ballmaschinen geeignet sind.

### Die Söhne sind längst mit an Bord

Die beiden erwachsenen Söhne Tobias und Thilo, in Gerolsbach aufgewachsen und in Schrobenhausen zur Schule gegangen, sind inzwischen ins Unternehmen eingestiegen. Nebenberuflich. Beide sind, wie sie sagen, von Kindesbeinen an in das Tennisball-Business hineingewachsen. Der 31-jährige Tobias Papenfuhs kümmert sich um das internationale Geschäft, mitunter um die Erschließung neuer Märkte, der drei Jahre jüngere Thilo um Social Media und den Betrieb und die Optimierung des Online-Shops. Das freut den Vater sichtlich, für ihn „ein gutes Signal für die Fortführung des Unternehmens“.

Insgesamt gilt im Dreimann-Betrieb der Grundsatz, dass jeder auch den anderen vertreten kann. Das fängt schon mit dem Abladen der angelieferten Kartons mit der Ware und dem Verteilen und Einlagern der Paletten mit den Gabelstaplern an. Die Ware wird mit Container-Lkw angeliefert, zuvor werden Verpackung und Inhalt in Thailand zusammengepackt und mit 40-Fuß-Containern verschifft. Dort hat die Tennisballproduktion ihr weltweites Zentrum mit den Kautschukplantagen in Südostasien. Kautschuk ist der Hauptbestandteil des Balkerns, der vom meist neongelben, gewobenen Filz umgeben ist.

### Bestmöglicher Kompromiss

Vor wenigen Monaten gab es die jüngste Erfolgsmeldung mit dem Auftrag von Tennis-Point, dem Lizenznehmer des Bayerischen Tennisverbandes (BTV), die neuen Verbandsbälle für den Wettspielbetrieb herstellen zu dürfen: „Das freut uns, weil damit viele weitere Tennisspieler mit unseren Bällen in Berührung kommen“, sagt Tobias Papenfuhs dazu. Dieser und alle anderen Bälle wurden vor der Markteinführung im Labor in Thailand ausgiebig getestet.

Ab da folgten weitere Tests auf dem Tennisplatz. Dafür, erzählt Ralph Papenfuhs, brauche man Spieler, die in der Lage seien, einen Ball neutral nach seinen Eigenschaften zu beurteilen, ohne Vorbehalte, ohne persönliche Präferenzen. Was herauskommen muss, formuliert der Tennisballexperte so: „Für uns zählen die Ergebnisse, die zeigen, dass unsere Bälle für alle Spielertypen und -stärken bestens spielbar sind, am Ende der bestmögliche Kompromiss.“

Der Vertrieb wird von Aresing aus vorwiegend online abgewickelt. Großaufträge schon auch mal vor Ort im Logistikzentrum. Auch für den neuen BTV-Ball bietet der Tennisballspezialist kostenlosen Versand an.

Zwischendurch klingelt das Telefon, die Produktionsfirma in Thailand ist dran, später kündigt sich der Vereinsmanager einer Bundesliga-Tennismannschaft an. Und immer dreht es sich um die gelbe Filzkugel, die so vielen Menschen Freude bereitet und die, wie es Ralph Papenfuhs ausdrückt, „mit Emotionen verbunden ist, wenn Kunden mit dem Produkt ihre eigene Leistung auf den Tennisplatz projizieren“.

Weitere Ballausführungen sind in Vorbereitung und stehen kurz vor der Markteinführung. Details dazu verrät der Unternehmer verständlicherweise nicht. Alles noch streng geheim. SZ

Schrobenhausen / Neuburg – „Erwartet nicht zu viel von meinen Liedern, es geht ein Klang von Kälte durch die Welt“ – so lautet die Eingangszeile eines weniger bekannten Chansons von Georg Kreisler, dem 2011 verstorbenen „Urvater des Musikkabarets“, wie ihn viele nennen. Beim Theaterverein Schrobenhausen um Regisseur Georg Berger entstand daraus vor einer Weile die Idee für einen Kabarett-Abend. Seit seiner Premiere im Frühjahr 2022 wurde er mehrfach mit großer Resonanz aufgeführt. An diesem Donnerstag kommt es zu einer Neuauflage im Birdland-Jazzclub in Neuburg.



Die Theaterverein Schrobenhausen beabsichtigt, nicht nur ernste oder kritische Lieder darzubieten, sondern, teils im Chor, teils als Soli, auch heitere und „seltsame Gesänge“ aus dem reichen Gesamtwerk dieses Künstlers. Hinzu kommen einige biografische Textpassagen. Als Mann am Flügel konnte der Aichacher Jazz-Pianist Arnold Fritscher gewonnen werden.

„Mit normalen Kriterien ist Georg Kreisler nicht beizukommen“, „Dieser Mensch tickt einfach anders als andere“: Pressestimmen wie diese lassen erraten, was von einem Kreisler-Abend zu erwarten oder nicht zu erwarten ist. Beginn am Donnerstag, 22. Mai, ist um 20 Uhr, im Birdland Jazz Club, Neuburg. Der Eintritt kostet 15 Euro, ermäßigt 10 Euro. Einlass ist ab 19 Uhr. Karten gibt es an der Abendkasse oder im Vorverkauf über Mail: kamacriju@gmx.de. SZ

### RESTPLÄTZE

■ Der Elternvortrag „Pubertät kann Spaß machen“ mit Ruth Holleeder findet am Mittwoch, 21. Mai, von 18.30 bis 20 Uhr im Blauen Saal der vhs statt. Für 12 Euro gibt es praktische Hinweise für Eltern.

■ Im „Backkurs für Erdbeerliebhaber“ am Donnerstag, 22. Mai, von 18 bis 21 Uhr zeigt Stefanie Heinrich in der Lehrküche der vhs, wie Erdbeer-Leckereien gelingen. Die Teilnahme kostet 45 Euro, Materialkosten sind inklusive.

■ Oliver Stoll nimmt die Teilnehmenden beim Vortrag „Die Nacht der U-Boote“ am Donnerstag, 22. Mai, von 19 bis 20.30 Uhr im Raum 104 der vhs mit auf eine dramatische Atlantiküberquerung im Zweiten Weltkrieg. Die Teilnahme kostet 5 Euro.

■ Im Vortrag „Die Ära Milei – Argentinien Reformkurs“ analysiert Ingrid Niemann am kommenden Donnerstag, 22. Mai, von 19.30 bis 21 Uhr im Blauen Saal der vhs (auch online) die wirtschafts- und gesellschaftspolitischen Chancen und Risiken der aktuellen Regierung. Der Eintritt ist frei.

Kontakt zur vhs per Mail an vhs@vhs-sob.de. Anmeldungen sind möglich über die Homepage www.vhs-sob.de oder persönlich und telefonisch unter (08252) 89 40-0 zu den bekannten Öffnungszeiten. SZ