

**ANGELN IST
LEIDENSCHAFT**



BALZER 
Qualität seit 1949.

75 Jahre Balzer



Liebe Kunden und Geschäftspartner,
liebe Angelfreunde,

75 Jahre BALZER – Wir laden Sie ein, mit uns einen Blick auf unsere Firmengeschichte zu werfen und sich den ein oder anderen Meilenstein unseres Unternehmens ins Gedächtnis zu rufen.

Über die letzten Jahrzehnte hat BALZER sein Geschäftsfeld konsequent und wachstumsorientiert weiterentwickelt - gestartet als Großhändler für Angelgeräte, gehören wir heute zu den bedeutenden Herstellern von hochwertigen Angelgeräten.

Obgleich der Weg dorthin aus heutiger Perspektive klar skizziert gewesen zu sein scheint, war es keineswegs selbstverständlich, dass sich aus der Geschäftsidee meines Vaters einmal eines der marktführenden Unternehmen für Angelgeräte in Deutschland entwickeln würde.

Immer treu geblieben ist BALZER seinem Unternehmensleitbild: „Die kompetente und verlässliche Betreuung und Belieferung unserer Kunden mit innovativen und zielgerichteten Qualitätsprodukten in allen Verkaufsbereichen.“ Mit der klaren Vision dahinter, „über eine verlässliche und faire Partnerschaft mit unseren Kunden, die Marktführerschaft zu erreichen und zu festigen.“ Für unsere Kunden verstehen wir uns als Problemlöser und sind für sie durch vorbildliche Abwicklung und Service ein vertrauensvoller Partner.

Wir vom Team BALZER ruhen uns aber weder auf unseren bisherigen Erfolgen noch unserer bislang erreichten Marktposition aus. Im Gegenteil: BALZER ist mit Angelgeräten groß geworden und will damit auch in Zukunft durch innovative und zuverlässige Produkte wachsen. Wir setzen dabei auf das über Jahrzehnte erworbene professionelle Know-how



unserer Mitarbeiter, die vertrauensvolle Zusammenarbeit mit unseren Lieferanten und nicht zuletzt auf die Zufriedenheit unserer Kunden mit den Qualitätsprodukten und dem Service von BALZER.

Der Erfolg von BALZER war in der Vergangenheit und ist auch heute eng mit der Leistungsfähigkeit und dem Engagement unserer Mitarbeiter verbunden. Ohne sie wären wir nicht dort, wo wir heute sind, und ohne sie wären wir nicht die, die wir sind. Denn unsere Unternehmenskultur, die auf Loyalität, Vertrauen und Fairness basiert, wird von ihnen - unseren „gebalzerten“ Mitarbeitern - geprägt. Dafür möchte ich mich an dieser Stelle ganz herzlich bei ihnen bedanken!

Mein großer Dank gilt zudem unseren Kunden, Lieferanten und Geschäftspartnern, die uns seit vielen Jahren ihr Vertrauen schenken und partnerschaftlich verbunden sind.

Mein Team und ich freuen uns auf die weitere erfolgreiche Zusammenarbeit mit Ihnen.

Mit herzlichem Gruß

Ihr

Dieter Balzer

Dieter Balzer

JAHRZEHNT DES AUFBAUS

1949

MIT FEUERZEUGEN FING DAS ANGELN AN

Die Geschichte der Firma Balzer beginnt im Herbst 1949, als Hanns Balzer im Alter von nur 29 Jahren in München sein erstes Gewerbe anmeldete. Auf dem Gewerbeschein stand: „Patentverwertung und Herstellung von Feuerzeugen und von Fischereigeräten inklusive des dazugehörigen Im- und Exports“. Schon wenige Monate später nahm der gebürtige Österreicher seine unternehmerische Tätigkeit auf, den regionalen Handel mit den damals weltbekannten IMCO-Benzinfeuerzeugen aus Österreich, und in kleinem Umfang auch schon mit Angelgeräten. Da die Importbestimmungen der Nachkriegszeit die Einfuhr von Feuerzeugen aus Wien jedoch nicht erlaubten, musste der Jungunternehmer seinen Einfallsreichtum unter Beweis stellen: Er bezog aus Wien lediglich die Ersatzteile und setzte sie in München zu kompletten Feuerzeugen zusammen. Dies war der bescheidene, aber lukrative Einstieg in den ersten eigenen Geschäftsbereich „Raucherbedarf“.



1950

1952

ANGELGERÄTE PER ZUFALL?

Waren es Spürsinn oder Weitsicht, die Hanns Balzer dazu veranlasst haben könnten, sich im zerstörten Nachkriegsdeutschland ausgerechnet mit Angelgeräten zu beschäftigen? Vermutlich beides. Denn die in Deutschland stationierten US-Truppen hegten eine große Leidenschaft fürs Angeln. Um sie mit den passenden Geräten versorgen zu können, importierte Hanns Balzer aus der Schweiz die ersten Mitchell Angelgeräte und verkaufte sie an die Rod and Gun Clubs in den amerikanischen Kasernen. Schon nach wenigen Monaten wurde Balzer zum deutschen Generalimporteur aller Produkte der Weltmarke Mitchell. Der Grundstein für die noch junge Firma BALZER als Großhändler für Angelgeräte war gelegt. Die Erfolgsgeschichte des Familienunternehmens konnte beginnen.



WAS SUCHT DER AUERHAHN BEIM ANGELN?

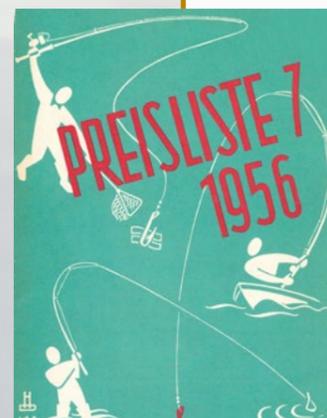
Besondere Kreativität bewies Hanns Balzer bei der Entwicklung des Firmenlogos, dem balzenden Auerhahn. Der Ursprungsgedanke lag sicherlich in seiner Naturverbundenheit, die auf seinen Vater, einen passionierten Jäger, zurückzuführen ist. Für Hanns Balzer stand der Auerhahn im Firmenlogo für Kraft, Mut und Kühnheit – alles Eigenschaften, die bei der Gründung eines Unternehmens benötigt werden. Ideenreichtum bewies er auch bei der Einbindung des Familiennamens Balzer, der im Logo das imposante Balzverhalten des Auerhahns grafisch zum Ausdruck bringt. „So wie der Hahn um die Gunst des Weibchens balzt, so bemüht sich das Unternehmen BALZER um die Gunst der Kunden“, soll der Firmengründer seinerzeit die Integration des Namens in das Logo erklärt haben.

1954

1956

ERFOLGSTREIBER: GENERALVERTRIEB FÜR GROSSE MARKEN

Die schrittweise Übernahme der Alleinvertretung bzw. des Generalvertriebs von international bekannten Marken aus der Welt der Angelgeräte wie Platil, Mepps, Mitchell und Daiwa sorgte in den kommenden Jahren für den nötigen Aufwind im Verkauf und bildete die Grundlage des künftigen Unternehmenserfolgs. Schon nach wenigen Jahren war BALZER auf dem besten Weg, ein Vollsortimenter für Angelbedarf zu werden – mit Ruten, Rollen, Schnüre, Blinker, Spinner und Haken. Der erste Händlerkatalog kam 1954 auf den Markt und präsentierte auf 60 Seiten bereits rund 500 Artikel. Ein eigens unter dem Namen seiner Ehefrau, Amalie Balzer, ebenfalls in München gegründeter kleinerer Produktionsbetrieb übernahm die Herstellung ausgesuchter Lizenzprodukte im Angel- und Raucherartikelbereich. In späteren Jahren sollte über den Betrieb AMALIE BALZER ein Teil des Angelzubehörs für die BALZER Eigenmarke hergestellt werden.



HANNS BALZER: UNTERNEHMER AUS LEIDENSCHAFT

Mit Ideenreichtum, Leidenschaft und der Bereitschaft neue, oftmals ungewöhnliche Wege zu gehen, dabei aber niemals den Blick für das Machbare zu verlieren, setzte Hanns Balzer die entscheidenden Impulse für den erfolgreichen Aufbau und das Wachstum seines Unternehmens. Doch der Erfolg einer Firma, dessen war sich Hanns Balzer stets bewusst, ist letztlich auch immer der Verdienst von motivierten und leistungsstarken Mitarbeitern.



Amalie und Hanns Balzer

1960

QUALITÄTSPRODUKTE ÜBERZEUGEN DEN FACHHANDEL

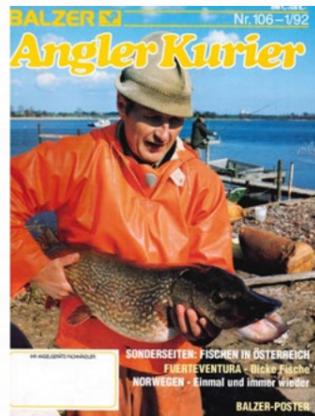
1960



UMZUG VON BAYERN NACH HESSEN

Die Geschäfte liefen gut und dem nächsten Expansionsschritt stand zu Beginn des neuen Jahrzehnts nichts im Wege. Doch dafür reichten die Räumlichkeiten im Gründungsdomizil in München nicht aus. Für den neuen Betriebs- und Firmensitz wollte Hanns Balzer einen zentral im Bundesgebiet gelegenen Ort finden, der eine wirtschaftlichere und schnellere Waren-distribution gewährleistete. Die Wahl fiel auf Lauterbach in Oberhessen – einem Standort, der drei Jahrzehnte später zur geografischen Mitte des wiedervereinten Deutschlands wurde. Am Stadtrand von Lauterbach entstand in Rekordzeit ein geräumiges Betriebsgebäude mit zeitgemäßen Lager- und Produktionsräumlichkeiten. Mit dem Firmenumzug im Herbst 1960 wurden auch die Betriebsabläufe und die Unternehmensorganisation angepasst, um die geplanten Expansionsschritte bestmöglich umsetzen zu können. So wurde erstmals ein Warenwirtschaftssystem eingeführt und als eines der ersten Großhandelsunternehmen im Angelbereich in Deutschland setzte BALZER für die Lagerverwaltung eine Hollerith-Anlage (EDV über Lochkartenverarbeitung) ein.

1962



ANGLER KURIER: VON DER KUNDENZEITSCHRIFT ZUR AUFLAGENSTÄRKSTEN FACHPUBLIKATION

Hanns Balzer war stets darauf bedacht, mit Händlern und Kunden auf Augenhöhe zu kommunizieren. Sein Credo: Die Angler setzen nur dann auf uns und unsere Produkte, wenn Sie uns kennen und wir uns mit ihnen regelmäßig austauschen. So entstand die

Idee für eine eigene Kundenzeitschrift, dem ANGLER KURIER. Im Dezember 1962 erschien in einer Auflage von zunächst 30.000 Exemplaren die erste, damals 12-seitige Ausgabe. Mit nützlichen Informationen und praxisbezogene Themen zum Angeln, den Fangarten, der Ausrüstung und mit persönlichen Erlebnisberichten. Der ANGLER KURIER, der vier Mal im Jahr erschien, entwickelte sich in den kommenden drei Jahrzehnten von der einfachen Kundenzeitung zu einem renommierten Fachjournal. Zwischenzeitlich mit einer eigenen In-house-Redaktion, einer Auflage von in Spitzenzeiten 130.000 Exemplaren und im professionellen vierfarbigen Magazin-Format.

FACHHANDEL WIRD ZUM DREH- UND ANGELPUNKT

BALZER setzte schon früh auf eine enge Partnerschaft mit dem Fachhandel und dessen Bindung an die eigene Marke. Die Vor-Ort-Betreuung der Händler übernahm ein bundesweites Netz an kompetenten Außendienstmitarbeitern. Bereits Anfang der 60er Jahre führte Balzer einen Ersatzteil- und Reparaturservice ein und schulte den Fachhandel in kostenlosen Reparatur- und Servicelehrgängen. Mit dem legendären BALZER-Turnierservice schrieb das Unternehmen deutsche Angelgeschichte: Woche für Woche waren zahlreiche BALZER-Service-Teams mit speziell bestückten Servicewagen unterwegs, um bei großen Wettfisch-Veranstaltungen oder regionalen Vereinstreffen mit ihrem Reparaturservice „Angel-Erste Hilfe“ zu leisten. Eine Aktion, die bei alteingesessenen Vereinen noch heute in bester Erinnerung ist. Seinerzeit ein weiteres Novum - der BALZER-Filmservice. Über ihn konnten Vereine und Händler für eigene Werbe- und Lehrveranstaltungen Farb-Tonfilme Filme aus der Welt des Angelns ausleihen.



64/65

1968

QUALITÄT DER PRODUKTE ÜBERZEUGT

Das BALZER Sortiment entwickelte sich mehr und mehr zu einem Angel-Komplettprogramm – für jeden Anspruch und jeden Geldbeutel. Internationale Markenerzeugnisse, deren Exklusivvertrieb sich BALZER für Jahre sicherte, standen im Fokus. Nur so konnte dem Handel und den Kunden höchste Qualität garantiert werden. Der BALZER Katalog setzte in der damaligen Angelsportwelt Maßstäbe und enthielt die führenden Weltmarken für Angelartikel.



1970

BALZER ERSCHLIESST NEUE GESCHÄFTSFELDER



1970

MIT DEM BALZER REISEDIENTST ZU DEN TRAUMREVIEREN DES ANGELNS

Günstige Flugpauschalreisen sorgten zu Beginn der 70er-Jahre in Deutschland für einen nie zuvor gekannten Reiseboom. Unter Deutschlands Anglern wuchs der Wunsch, außerhalb der heimischen Gewässer ihrem Hobby nachzugehen. BALZER nutzte die Chance und gründete 1970 mit dem BALZER Reisedienst einen der ersten Spezialreiseveranstalter für Angelreisen. Schwerpunkt des Programms waren die großen Fangreviere in Irland, Schottland, Skandinavien und Kanada. Im Mittelpunkt der Reisen standen dabei die BALZER-Angelgeräte und ein verlässlichen Betreuungsservice vor Ort. In den folgenden 25 Jahren reisten in Spitzenzeiten jährlich bis zu 4.000 begeisterte Angler mit dem BALZER Reisedienst zu ihren Traumrevieren.

1970

ANGELN WIRD MIT BALZER ZUM ERLEBNIS

BALZER wurde mehr und mehr zu einem Markenzeichen im Angelsport. Das breite Sortimentsangebot von mittlerweile rund 2.000 Artikeln überzeugte sowohl die Händler als auch deren Kunden. Mit Qualitätsprodukten, einer hohen Service- und Lieferbereitschaft und einer akzeptierten Preiswürdigkeit hatte sich BALZER in den vergangenen zwei Jahrzehnten eine der führenden Marktpositionen im weiter gewachsenen Angelmarkt erobert.



NEUE LEIDENSCHAFT: WINTERSPORTARTIKEL

Bereits von Jugend an war der Firmenchef als aktiver Eis- und Skisportler mit dem Wintersport verbunden. Grund genug zur weiteren Abrundung des Sportartikel-Angebots auch in den Ski- und Eissport einzusteigen. BALZER sicherte sich den Generalvertrieb der Marke ELAN, einem der damals renommiertesten Skihersteller. Dies war der Grundstein für eine erfolgreiche Markteroberung im boomenden deutschen Skimarkt. Parallel zum Engagement im Skisport, erfolgte der Einstieg in den in Deutschland immer populärer werdenden Eissport. In Ungarn und später in der CSSR ließ BALZER Eiskunstlauf und die Eishockey Teams Schuhe und komplette Ausrüstungen produzieren. „Eissport mit Balzer“ wurde zum Programm und sollte in den kommenden Jahren eine dynamische Aufwärtsentwicklung vollziehen. Parallel zu dieser Entwicklung baute Balzer das Eissport-Programm durch Aufnahme von Eishockey-Ausrüstungen weiter aus und importierte bekannte Marken aus den eishockeyführenden Ländern in Skandinavien, aus Kanada und der CSSR für den Alleinverkauf. Jede dieser Marken waren Bestandteile der Ausrüstung derjenigen Nationalmannschaften, die das internationale Eishockey bestimmten. So war es selbstverständlich, dass auch deutsche Spitzenmannschaften bis hin zum Nationalteam diese Marken verlangten.



72/73

74-80

SORTIMENTS-AUSBAU MIT WEITEREN SPORTARTIKELN

Sport als Freizeitaktivität wurde in den 70er-Jahren bei den Deutschen immer beliebter. Das BALZER-Management sah in dieser Entwicklung die Chance, ein neues Geschäftsfeld zu erschließen: den Aufbau eines eigenen Sportartikel-Handels. BALZER sicherte sich 1973 den Exklusivvertrieb für Yamaha-Bogensportartikel in Deutschland. Ein Jahr später folgte, ebenfalls über die Marke Yamaha, der Einstieg in die BALZER Tenniswelt. Von einem Mitbewerber übernahm das Unternehmen 1974 ein komplettes Hockey-Programm. Mit der Entscheidung Tauchsport-Artikel ins Sortiment aufzunehmen, setzte BALZER auf eine Nischensportart, die in den folgenden Jahren eine Boomzeit erlebte.



Das breit sortierte Tauchsportprogramm wurde schnell zum Verkaufserfolg und sollte Jahrzehnte eng mit der Marke BALZER verbunden bleiben. Ein eigener Außendienst für das Sportartikel-Sortiment übernahm die Betreuung des Fachhandels und präsentierte das komplette Programm auf den großen Sportartikelmessen ISPO und SPOGA. Ein internationales Netz an ausgesuchten Herstellern und Lieferanten garantierte den hohen Anspruch an Qualität, Zuverlässigkeit und Funktionstüchtigkeit, den die Kunden von BALZER erwarten.

1985



LEIDENSCHAFT FÜRS ANGELN

1985

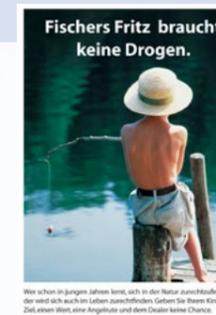
NACHFOLGE IN DER UNTERNEHMENSFÜHRUNG

Tradition durch Kontinuität bewahren, das zeichnete BALZER als erfolgreiches inhabergeführtes Unternehmen aus - es verdankt seine Marktbedeutung der eigenen Entwicklungs- und Kapitalkraft. Um dies auch künftig zu gewährleisten, stieg Dieter Balzer nach seinem Studium der Wirtschaftswissenschaften 1982 in die Firma ein. 1989 wurde das bislang als Einzelunternehmen geführte Handelshaus in die Balzer GmbH umgewandelt. Der damals 36-jährige Juniorchef übernahm die alleinige Unternehmensleitung und Firmengründer Hanns Balzer zog sich aus dem operativen Tagesgeschäft zurück. Er verstarb 1996 im Alter von nur 76 Jahren. Hanns Balzer war bei Kunden, Lieferanten und bei seinen Mitarbeitern gleichermaßen beliebt, sie alle schätzten seine Bodenständigkeit, sein Ideenreichtum und seine unternehmerische Weitsicht.



BALZER-MARKETING HAT BISS

Mit seinem Einstieg in das Unternehmen setzte der Junior-Chef auch neue Akzente im Marketing. Sein Ziel: Über die Verbände und Vereine sowie ein Sympathieprogramm beim Fachhandel in den direkten Dialog mit den Anglern zu treten und dadurch mehr Vertrauen für die Marke BALZER aufzubauen. Ein erster Schritt: die farblich wie grafische Modifizierung des Firmenlogos. Aus einer reinen Bildmarke wird die Wort-Bildmarke BALZER mit Auerhahn. Zur Nachwuchsförderung und zur Verbesserung des Images von Hobbyanglern in der breiten Öffentlichkeit wurde 1998 die Aktion „Fischers Fritz braucht keine Drogen“ initiiert. Mit ihr sollten Eltern, Schulen und die Vereinsjugend angesprochen werden, um für das Hobby Angeln Sympathie und Vertrauen aufzubauen. Für sein Engagement erhielt das Unternehmen seinerzeit die Ehrenplakette des Deutschen Anglerverbandes (DAV, damaliger ostdeutscher Bundesverband). Um sich als zuverlässiger Partner des Fachhandels zu positionieren, wurde 1994 das BALZER Händler-Forum ins Leben gerufen. Sowohl externe Experten als auch Spezialisten aus dem Hause BALZER vermittelten den Händlern Fachwissen zum Thema Verkauf, Handel und Betriebswirtschaft.



BALZER LÄUTET KONSOLIDIERUNGSPHASE EIN

Mitte der 80er-Jahre hatte sich BALZER eine führende Marktposition im Angelgerätemarkt erobert. Dagegen hatten sich die Wettbewerbsbedingungen im Sportartikelsektor in den vergangenen Jahren deutlich verändert. Neue Anbieter kamen auf dem Markt, Preisdruck und sinkende Absatzzahlen waren das Ergebnis. Das BALZER-Management reagierte mit einer Sortimentsbereinigung im Bereich Sportartikel. Zunächst stieg das Unternehmen aus zahlreichen Nischenmärkten wie Bogensport-, Hockey- und schließlich auch aus dem hart umkämpften Tennissportmarkt aus. Die Eissport- und Tauchsportartikel verblieben im Produktportfolio. Im Zuge der Konsolidierung gab BALZER auch den Handel und die Produktion von Raucherbedarfsartikel auf, mit dem das Unternehmen 1949 einst begann.

1982

85/86

90/91

94/95

97/98



VON DER VERTRIEBS- ZUR HERSTELLERMARKE

BALZER gehörte mittlerweile zu den führenden Playern unter den Angelgeräthändlern in Deutschland – mit einem Vollsortiment von mehr als 8.000 Produkten. Im Angelsport sind die Qualität und die Zuverlässigkeit der eingesetzten Geräte entscheidend. Um sie garantieren zu können, importierte BALZER die Angelgeräte bislang von international renommierten Herstellern. Dies sollte sich in den folgenden Jahren ändern: Die Eigenmarke BALZER dominierten mehr und mehr das eigene Angelgeräte-Sortiment. Ob Ruten, Rollen, Schnüre, Köder oder einfaches Zubehör, die Produktentwickler von BALZER erkannten die wachsenden Ansprüche und Wünsche der Kunden und entwickeln nach strengen Qualitätsmaßstäben die passenden Produkte selbst. Zubehör wurde im eigenen Produktionsbetrieb der Schwesterfirma Amalie Balzer und auch in Tunesien produziert. Die Marke BALZER entwickelte sich somit von der bisher reinen Vertriebsmarke zur eigenständigen Herstellermarke. Neben seiner Eigenmarke setzt Balzer aber auch weiterhin auf exklusive Fremdmarken. Hier sei besonders Owner erwähnt. Owner besitzt ebenfalls eine lange Tradition, ist wie Balzer im Familienbesitz, hat einen sehr hohen Qualitätsanspruch und gehört weltweit zu den Premiumherstellern im Hakensegment. Owner hat in den letzten Jahren stark in die Modernisierung der Produktion investiert und damit seine Qualitätsführerschaft weiter ausgebaut.



NEUES FIRMENDOMIZIL GARANTIERT KÜNFTIGES WACHSTUM

Den Lieferservice zu rationalisieren, Betriebsabläufe und Strukturen zu optimieren und den rund 100 Mitarbeitern moderne Betriebsgebäude bieten zu können, das waren für Dieter Balzer die entscheidenden Argumente, 1996 mit der Planung eines neuen Betriebsgebäudes zu beginnen. Im Juni 1997 erfolgte der erste Spatenstich und bereits sieben Monate später konnten die ersten Betriebsteile in das neue Lagergebäude im zehn Kilometer entfernte Wartenberg bei Lauterbach umziehen. Der gewachsene Bereich Angelgeräte hatte nun mit über 4000 qm Lagerfläche genügend Platz. Ein modernes Hochregallager und großflächige Kommissionier- und Versandbereiche garantierten bis heute den zeitgemäßen Warenfluss. Zusätzliche stehen 800 qm für die Verwaltung zur Verfügung. Für BALZER war der Einzug in das neue Betriebsgebäude ein Meilenstein in der Unternehmensgeschichte, der künftiges Wachstum absichert.



2000

ANGELGERÄTEMARKT WIRD ZUM KÄUFERMARKT

2000

EXPERTENTEAMS ÜBERNEHMEN DIE PRODUKTENTWICKLUNG

Die Anforderungen des Marktes nach immer spezielleren Produkten sowie ganz neue Angelmethoden, teils aus dem Ausland, verlangten eine ständige Anpassung der Programme und innovative Neuentwicklungen. Zur Jahrtausendwende übernahm dies bei BALZER ein Team aus namhaften Profifischern, Branchenexperten und eigenen Service-Mitarbeitern. Sie entwickeln auf die Kundenbedürfnisse und neue Trends im Angelsport zugeschnittene neue Produktlinien. Ganz gleich ob Ruten oder Zubehör, ob Rolle oder Haken, die Eigenmarke BALZER bietet bis heute stets ein modernes und im Praxiseinsatz getestetes Produktsortiment.



2002
2003

2004
2005

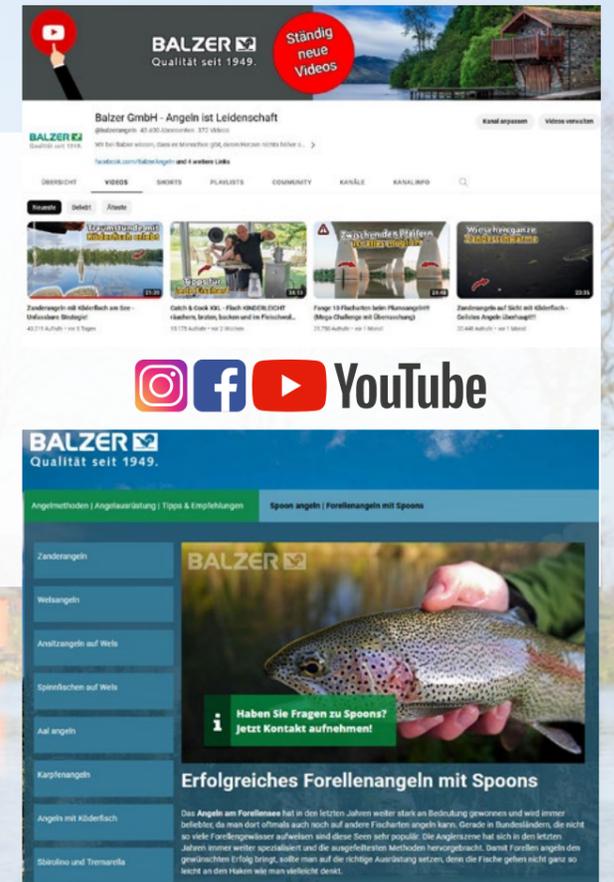
2010
2012

2024

2024

BALZER IN DEN SOZIALEN NETZWERKEN

Der Digitalisierungstrend und der anhaltende Vormarsch von Social Media erfasst zunehmend auch die Welt der Angler. Auf den BALZER-eigenen Kanälen in facebook/meta, Instagram und Youtube tauschen sich Angler aller Altersklassen untereinander und mit dem Unternehmen über Produkterfahrungen, Angeltipps und Fangerlebnisse aus. BALZER bietet seinen Kunden so auch in der digitalisierten Anglerwelt eine Plattform und überzeugt durch gezielten Service.



BALZER SETZT AUF DIREKTE KUNDENANSPRACHE

Das Image des Angelns hat sich stark gewandelt. Galt der Sport früher als langweilig und Hobby für Senioren, ist er mittlerweile in allen Gesellschaftsschichten und Altersgruppen vertreten. Mehr als 3 Millionen Deutsche gehen nach Branchenschätzungen regelmäßig zum Angeln. Gerade bei jüngeren Menschen gilt Angeln heute als hippe, trendige Freizeitaktivität. Bereits vor vielen Jahren und mit der zunehmenden Begeisterung fürs Angeln änderte sich auch das Kaufverhalten. Der Markt wurde vom Verkäufer zum Käufermarkt. BALZER hat diese Entwicklung schnell erkannt und setzt im Marketing verstärkt auf eine direkte Ansprache der Angler. Mit gezielten, teils ungewöhnlichen Marketingaktionen warb BALZER in den vergangenen Jahren für die „Leidenschaft Angeln“. Legendar sind die mit Bundesligaverbandslogos gebrandeten Angelgeräte oder die Events mit dem BALZER Showmobil oder noch früher mit dem Eisenbahnwaggon mit BALZER-Branding. Für Aufsehen sorgte 2005 die Werbegemeinschaft mit einer bekannten Premium-Biermarke. Mit der wegweisenden Werbekampagne „Der perfekte Tag“ bekräftigt das Unternehmen 2010 seine Haltung und das Verständnis für das Angeln. Nur wer die Leidenschaft spürt, kann verstehen, wie der perfekte Tag für den Angler aussieht.



BALZER FEIERT 75. JUBILÄUM

Im Jubiläumsjahr 2024 blickt das Unternehmen auf eine solide Erfolgsgeschichte zurück. Mit einem Jahresumsatz im höheren zweistelligen Bereich und knapp 1.000 Vertriebspartnern in mehr als 50 Ländern zählt BALZER zu den marktführenden Unternehmen der Branche. Kompetenter und verlässlicher Lieferservice überzeugen das über Jahre gewachsene internationale Händlernetz des Unternehmens. BALZER wird seit vielen Jahren von der Franchise-Kette „Angelspezi“ zum Lieferanten des Jahres gekürt bzw. belegt die TOP-Plätze im Ranking der Mitgliederbefragung. BALZER steht für ein qualitativ hohes Produktsortiment im Angelsport mit einem ausgezeichneten Preis-Leistungsverhältnis und erstklassigem Service. Firmeninhaber Dieter Balzer und sein Managementteam führen das Unternehmen mit hoher Wertschätzung für ihre Mitarbeiter und deren Leistungen. Eine faire, vertrauensvolle Partnerschaft mit Kunden und dem weltweiten Lieferantennetz zeichnet BALZER aus und wird auch die Grundlage für den künftigen Unternehmenserfolg sein.



WIR SIND BALZER, WEIL ...

„...wir mit unserem Sortiment und dem Preis-Leistungsverhältnis beim Handel ganz vorne sind.“
Rüdiger Beckmann, Außendienst

„...weil wir eine extrem hohe Lieferschnelligkeit und Genauigkeit gewährleisten.“
Kevin Friedrich, Leiter Logistik

„... ich seit Jahren mit Freude und Leidenschaft die Geschicke der Geschäftsführung organisieren darf.“
Carina Fölsing, Sekretariat der Geschäftsführung

„...wir uns auf die Zuverlässigkeit unserer internationalen Hersteller verlassen können“
Stefan Krings, Leiter Produktmanagement/Einkauf

„... sich auch international immer mehr Kunden für unsere Produkte begeistern.“
Maria König, Abteilung Export

„...ich bei Balzer einen super Start für meine Berufslaufbahn bekomme.“
Ann-Kathrin Lang, Auszubildende

„... weil ich mich für unsere Marke begeistere und sie seit Jahren das hält, was sie verspricht.“
Markus Eilbert, Leiter Marketing

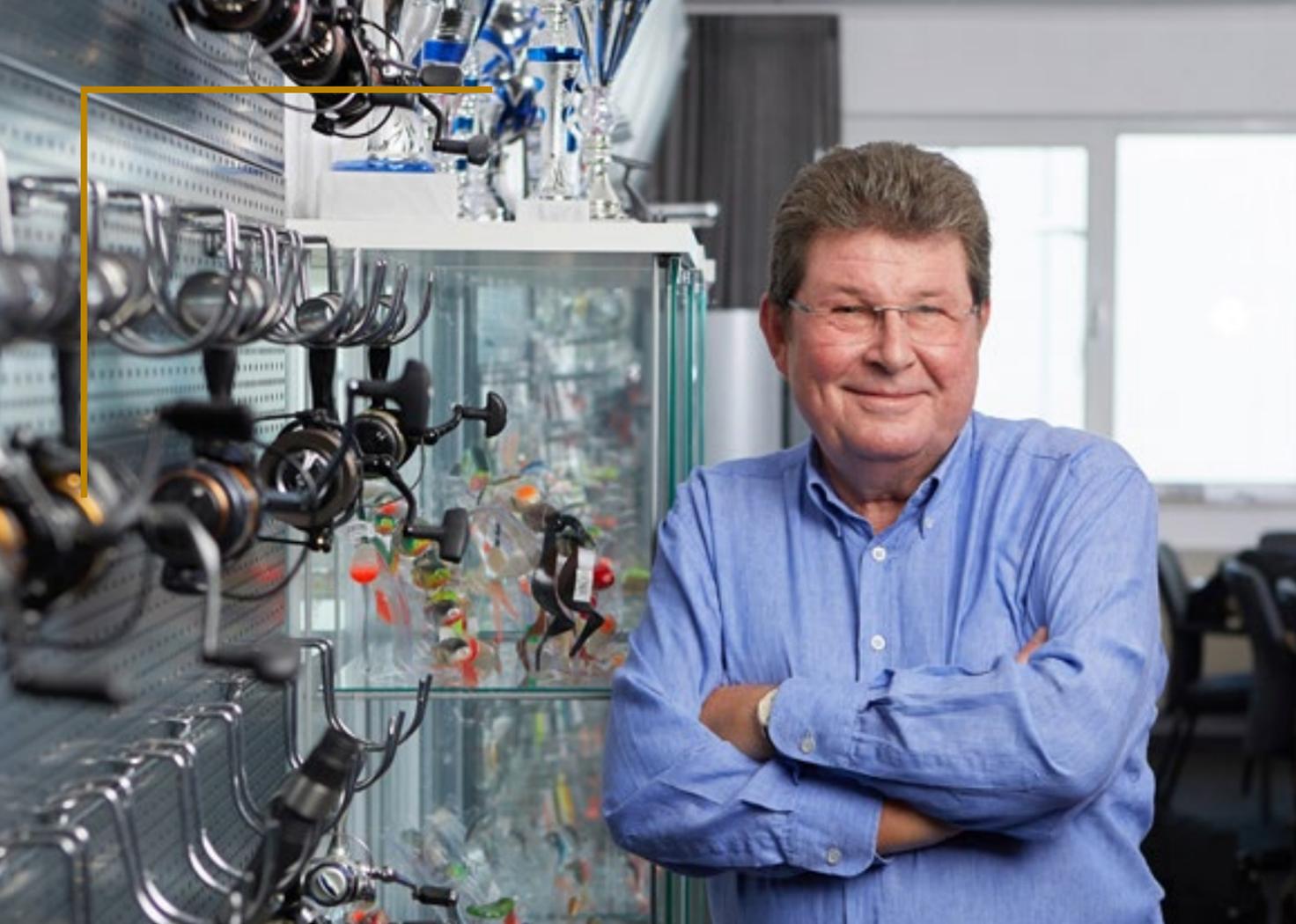
„...wir mit unserem Sortiment und unserer hohen Qualität einfach jeden Angler überzeugen.“
Julian Feuerlein, GF Vertrieb, Einkauf und Marketing

„...unser leistungsfähiges Warenwirtschaftssystem die komplexen Prozesse und Lagersteuerung gewährleistet.“
Frank Schimpf, EDV- Abteilung

„...ich mich seit 47 Jahren von Herzen für die Firma, ihre Produkte und ihre Kundendienst-Kunden begeistern kann.“
Ewald Peppel, Kundendienst

„... mich die hohe Loyalität und das gelebte Engagement meines Mitarbeiter- und Führungsteams jeden Tag auf's Neue begeistert.“
Dieter Balzer, Firmeninhaber

„...unser Unternehmen wirtschaftlich stets auf sehr soliden Beinen steht.“
Marcel Beekhuis, GF Finanzen und Personal



Fünf Fragen an Dieter Balzer

Geschäftsführer und Inhaber der BALZER GmbH
zur Erfolgsgeschichte 75 Jahre BALZER

Herr Balzer, 2024 ist für Sie ein Jubiläumsjahr. Wenn Sie zurückschauen, auf welche Erfolge wären Ihr Vater und sind Sie heute besonders stolz?

Unsere Firma zählt heute in Deutschland zu den marktführenden Unternehmen für Angelgeräte. Der Weg dahin war in den vergangenen 75 Jahren nicht immer einfach, aber mein Vater hat es stets geschafft dank seiner unternehmerischen Weitsicht und seines Mutes, die Firma auf einem stabilen Wachstumskurs zu halten. Heute wäre er stolz darauf, dass dieser Kurs bisher beibehalten werden konnte und die Firma auf diese Weise in seinem Sinn weitergeführt wird. Dass wir unser Unternehmen erfolgreich weiterentwickeln konnten, haben wir letztlich dem Engagement und der Kreativität unserer Mitarbeiter zu verdanken. Ich bin überzeugt davon, dass dies ein wesentlicher Baustein für den Erfolg unserer Firma war und noch heute ist. Hinzu kommt, auch das mag eines unserer Erfolgsrezepte sein, dass wir es immer geschafft haben, Strukturen und Prozesse rechtzeitig den veränderten Gegebenheiten anzupassen.

Angeln als Freizeitbeschäftigung ist in den vergangenen Jahren immer populärer geworden. Mehr als drei Millionen Deutsche gehen heute mindestens einmal pro Jahr angeln. Was hat zu diesem Boom geführt und wie hat sich das Image des Angelsports verändert?

Der klassische Hobbyangler sehnt sich in erster Linie nach Ruhe, Entspannung und dem Naturerlebnis. An diesem „Grundbedürfnis“ hat sich wohl nichts verändert. Doch die Zeiten, in denen Angeln ein Hobby für Langweiler, alte Herren und Spießler war, sind lange vorbei. Im Gegenteil: Der Sport erlebt seit einigen Jahren eine Renaissance und konnte sein Image enorm verbessern. Heute ist Angeln eine beliebte Outdoor-Beschäftigung. Neue Techniken und ein hochmodernes Equipment machen das Angeln heute zu einem sportlichen Erlebnis. Eine Bestätigung dieser Entwicklung sehe ich im Übrigen in der in Deutschland stetig steigenden Zahl der Angelschein-Besitzer.

Die Marke BALZER ist sowohl beim Fachhandel als auch bei den Anglern bekannt für hochwertige Qualitätsprodukte. Wie haben Sie es geschafft, diesen hohen Standard über Jahrzehnte zu halten und wie entwickeln Sie neue Produkte?

Der Markt und letztlich die veränderten Bedürfnisse der Angler verlangen von uns Herstellern eine ständige Anpassung bzw. Weiterentwicklung unserer Programme. Der begeisterte Hobby-Angler wird zunehmend zum Spezialisten, konzentriert sich auf ganz bestimmte Angelmethoden und setzt die aktuellen Trends schnell und aktiv um. Darauf haben wir uns frühzeitig mit einem eigenen sehr innovativem Produktentwickler-Team eingestellt. Hier entstehen die Ideen für neue Produkte, die dann möglichst zeitnah für die Marke BALZER produziert werden. So erreichen wir eine Sortimentstiefe und breite, die auf dem deutschen Markt für Angelgeräte nahezu einzigartig ist und heute zu 95 Prozent auf unsere Eigenmarke setzt. Doch bei aller Kreativität in der Produktentwicklung, auf das hohe seit 1949 gelebte Qualitätsversprechen und die Zuverlässigkeit unserer Produkte legen wir nach wie vor größten Wert. Dafür sorgen eine sehr sorgfältige Auswahl und permanente Kontrolle unserer weltweiten Lieferanten und Produzenten. Mit vielen sind wir über langjährige Partnerschaften eng verbunden da wird Qualität zur Selbstverständlichkeit.

Die Firma Balzer ist nach wie vor ein inhabergeführtes Unternehmen, das von Ihnen und zwei angestellten Geschäftsführern geleitet wird. Denken Sie denn schon an Ruhestand?

Darüber nachgedacht habe ich natürlich schon. Ich konnte mir in jungen Jahren auch durchaus vorstellen, frühzeitig eine Nachfolge aufzubauen und mich früh aus der Geschäftsführung zurückzuziehen. Heute bin ich froh, dass ich diesen Schritt nicht gemacht habe, denn mir bereitet die Führung



GF Marcel Beekhuis, Inhaber Dieter Balzer, GF Julian Feuerlein

der Firma nach wie vor viel Freude und ich empfinde sie nicht als Belastung. Das liegt mit Sicherheit daran, dass ich mich im Tagesgeschäft stets auf meine engagierten und zuverlässigen Mitarbeiter verlassen kann, die zudem bereit sind Verantwortung für den Betrieb zu übernehmen. Das gibt mir mehr Freiraum als Unternehmer und ich habe mehr Zeit für mich persönlich. Mit meinen beiden Co-Geschäftsführern sind jedoch die Weichen für einen gleitenden Übergang gestellt. So kann ich mich aus dem operativen Geschäft zurückziehen und mich mehr um die strategische Ausrichtung des Unternehmens kümmern.

Wo sehen Sie das Unternehmen BALZER in 25 Jahren? Was sind Ihre Wünsche für die Zukunft?

Ich hoffe, dass unsere Firma auch in den kommenden Jahren den bislang eingeschlagenen Weg fortsetzen wird und wir die uns selbst gesteckten Ziele erreichen können. Dabei müssen eine partnerschaftliche Geschäftsbeziehung zum Handel, Fachhandelstreue, Zuverlässigkeit sowie eine hohe Produkt- und Servicequalität auch in den kommenden Jahren Maßstab unseres Handelns bleiben. Das Geschäftsmodell BALZER hat sich in der Vergangenheit sehr bewährt, wird sich aber mittelfristig im Zuge des zunehmenden Onlinehandels und der weiteren Digitalisierung unserer Branche anpassen müssen.

2024: BALZER in Zahlen und Fakten





BALZER 
Qualität seit 1949.

BALZER GmbH
Im Tiegel 8
D-36367 Wartenberg/Angersbach

   www.balzer.de