### PRESSEINFORMATION

### Stärke statt Skepsis

Datum: 10.02.2017

**VDS: Gute Branchenbasis zur „ISH“ / Hohe Bad-Relevanz nutzen / Rückenwind durch neue Studie / Großes Pensum (auch) in Frankfurt / Drei Standorte, drei Bühnen und drei Themenwelten / Kommunikative und informative „Waterlounge“ / „Pop up my bathroom“ inszeniert Individualität / „Werkstatt Bad“: Intelligente Vorfertigung löst Praxisprobleme / Umfangreiche Publikums-PR**

**Bonn – (vds)** Während die momentane politische „Großwetterlage“ und ihre möglichen Auswirkungen auf die gesamte Weltwirtschaft derzeit täglich für meist negative Schlagzeilen sorgen, blickt die Sanitärbranche gespannt auf die „ISH“ 2017. Ob und inwieweit das u. a. von zunehmenden protektionistischen Tendenzen ausgelöste erhebliche „Verunsicherungspotenzial“ der positiven Grundstimmung im Badsektor schadet, dürfte Mitte März für das generelle Messeklima von entscheidender Bedeutung sein. Das prognostiziert die Vereinigung Deutsche Sanitärwirtschaft (VDS) – und weist zugleich darauf hin, dass es „in der Sache“ für die Branche keinen Anlass zur Skepsis gibt. Im Gegenteil spricht laut Geschäftsführer Jens J. Wischmann vieles für eine Fortsetzung des inzwischen seit 2009 ununterbrochenen Wachstumskurses. Individualisierung, demografischer Wandel und Gesundheit seien nur einige Stichworte für dauerhafte Kompetenz- und Nachfragefelder.

Auch aktuelle Studien unterstreichen die günstigen Rahmenbedingungen, heißt es in der Vorschau des Dachverbandes auf die internationale Frankfurter Leitmesse. Dazu zähle eine im Auftrag des Fachschriften-Verlages durchgeführte repräsentative Untersuchung des Ipsos-Institutes. Sie erstreckte sich u. a. auf 11,2 Mio. private Renovierer in Deutschland, die bis 2018 in ihre Immobilien investieren wollen. Im Ausstattungsbereich gelte das in erster Linie für das Bad. Der Erhebung zufolge spielt es mit einer Quote von 38 % sogar „in einer eigenen Liga“. Mit Innentüren (17 %), Rollläden/Jalousien (16 %) sowie Küchenmöbeln bzw. -geräten (16 % bzw. 15 %) bringen es die Nächstplatzierten danach noch nicht einmal auf die Hälfte des für das Bad ermittelten Wertes. Für Wischmann zeigt „dieses eindrucksvolle Resultat erneut, wie hoch die Menschen mittlerweile die Relevanz des Bades für ihr persönliches Wohlbefinden einstufen“. Die Branche könne und müsse das konsequent dazu nutzen, sich mit ihrer ganzheitlichen Produkt- und Dienstleistungsqualität beim Verbraucher zu profilieren und zu differenzieren.

**Exemplarische Beweise**

Dazu steuere die VDS – wie in der Vergangenheit – ihren Teil bei. Basis dafür sei ein umfassendes Aktivitätenprogramm, das in der Mainmetropole sicht- und erlebbar werde. Insgesamt präge die Devise „drei Standorte, drei Bühnen und drei unterschiedliche Themenwelten“ die Messepräsenz des Verbandes. So biete die knapp 200 qm große „Waterlounge“ in Halle 3.1, an die sich im Übrigen die ZVSHK-Präsentation „Bad 4.0“ direkt anschließe, interessierten Bad-Profis, Architekten, Planern, Designern und Journalisten wieder eine zwanglose Informations- und Dialogplattform. Am 16. März wirke daran auch Franziska van Almsick mit. Während des ganztägigen Besuches der prominenten Badbotschafterin seien Interviews, Diskussionsrunden, Fotoaufnahmen und ein selektiver „ISH-Rundgang“ vorgesehen.

Zu den Themenschwerpunkten in der „Waterlounge“ gehöre das breite Dienstleistungsspektrum der Branchen-Dachorganisation. Wischmann hebt hier exemplarisch die 2016 gestartete Kommunikationsoffensive „Bad und Gesundheit“ mit ihren publikums- und fachbezogenen Modulen, die vertriebsstufenübergreifende Weiterbildungseinrichtung Bad-Akademie sowie die „erfolgreiche Arbeit“ der Aktion Barrierefreies Bad hervor. Ihre Schirmherrin sei bekanntlich Bundesbauministerin Dr. Barbara Hendricks, die die Messe eröffne und sich danach vermutlich „live“ kurz über die aktuelle und künftige Entwicklung des kontinuierlichen Aufklärungsengagements informiere.

**Transparenz durch Collagen**

Die in Kooperation mit der Messegesellschaft realisierte und im Saal „Europa“ (Halle 4.0) gezeigte Inszenierung „Pop up my bathroom“ zähle ebenfalls zu den etablierten Herzstücken der VDS-Beteiligung. Das Trendforum beschäftige sich 2017 mit den vielfältigen Facetten des individuellen Bades. Es lasse sich dabei von der Erkenntnis leiten, dass private Bäder je nach favorisierter (Stil-)Richtung und persönlicher Vorliebe immer anders aussehen (müssen).

Um welche Tendenzen es sich handelt und welche Individualisierungs-Möglichkeiten schon heute existieren, spiele das bereits zum fünften Mal verwirklichte Projekt in insgesamt acht 3D-Collagen durch. Das geschehe sowohl per Foto als auch durch die jeweilige „1:1“-Umsetzung. Passend zum zentralen Thema stellen in- und ausländische Referenten während eines täglich wechselnden Vortrags- und Diskussionsprogrammes Konzepte aus Design und Forschung vor, erläutert Wischmann.

**Mehr Bäder – weniger Monteure**

Völlig andere Ziele verfolge schließlich die von der VDS ebenfalls unterstützte „Werkstatt Bad“. Sie solle gerade den Besuchern aus dem Fachhandwerk konkreten Nutzen verschaffen. Unter dem Motto „Wir zeigen Zukunft“ gehe es im Foyer der Halle 4.0 darum, rationelle Montagemethoden praxisnah zu demonstrieren. Im Fokus stünden dabei die Vorteile einer modernen und präzisen Vorfertigung. Auf einer rund 150 qm großen Aktionsfläche werde deshalb pro Messetag ein Bad inklusive Beplankung mit Fliesen und Installation der Sanitärobjekte aufgebaut.

Die komplett mit Markenprodukten umgesetzten prozessorientierten Lösungen dienten dazu, mehr Bäder mit weniger Monteuren in einer noch besseren Qualität zu realisieren. Dadurch könne man einerseits einen Auftragsstau vermeiden und andererseits dem akuten Fachkräftemangel begegnen. Die gemeinsam mit der Messe Frankfurt veranstaltete Sonderschau erhöhe ihren Mehrwert für die Besucher noch durch einen Audio-Guide für Smartphones. Er liefere vertiefende Infos für die betriebliche Arbeit. Geplant sei zudem, das Thema im Jahresverlauf durch spezielle Kurse in die Bad-Akademie zu integrieren. Wischmann: „Die ISH hat für die Werkstatt Bad insofern lediglich Startschuss-Charakter.“

**Einsatz für Erfolg**

Last but not least nutze die Dachorganisation den (willkommenen) Anlass wieder zu einer intensiven Publikums-PR. Das Aktivitätenpaket decke alle relevanten Mediengruppen ab und erstrecke sich auf vorgefertigte Redaktionsseiten, ein eigens produziertes Hörfunkinterview und eine umfangreiche Pressearbeit. Messe-Extras auf den Websites des Verbandes und die Publizierung neuer Konjunktur- und Wirtschaftsdaten komplettierten die Tätigkeitsliste. Die VDS nehme daher auch 2017 ihre (Träger-)Verantwortung für den Erfolg der „ISH“ sehr ernst.

**Bildtexte**

Ihr umfassendes Leistungs- und Aktivitätenprogramm für die Branche will die Vereinigung Deutsche Sanitärwirtschaft (VDS) auch während der „ISH“ sicht- und erlebbar machen. Ein Forum dafür ist die knapp 200 qm große „Waterlounge“ in Halle 3.1. In zwangloser Atmosphäre informiere man hier u. a. über die Kommunikationsoffensive „Bad und Gesundheit“, die Aktion Barrierefreies Bad und die Weiterbildungseinrichtung Bad-Akademie.

**Foto:** Vereinigung Deutsche Sanitärwirtschaft (VDS) Bild 4571

Die im Saal „Europa“ (Halle 4.0) gezeigte Inszenierung „Pop up my bathroom“ gehört erneut zu den zentralen Elementen der „ISH“-Beteiligung der Vereinigung Deutsche Sanitärwirtschaft (VDS). Das Trendforum beschäftigt sich mit den vielfältigen Facetten des individuellen Bades. Mit insgesamt acht 3D-Collagen werden Tendenzen und Möglichkeiten dargestellt. Eine Alternative: Das Bad avanciert zum „Health“-Center.

**Foto:** Karsten Jipp/VDS/Messe Frankfurt Exhibition GmbH Bild 4569

Die von der Vereinigung Deutsche Sanitärwirtschaft (VDS) unterstützte „Werkstatt Bad“ soll gerade den „ISH“-Besuchern aus dem Fachhandwerk konkreten Nutzen verschaffen. Unter dem Motto „Wir zeigen Zukunft“ geht es im Foyer der Halle 4.0 auf einer rund 150 qm großen Aktionsfläche um die praxisnahe Demonstration rationeller Montagemethoden dank intelligenter Vorfertigung. Dadurch lassen sich mehr Bäder mit weniger Monteuren in einer noch besseren Qualität bauen, versprechen die Initiatoren.

**Foto:** Vereinigung Deutsche Sanitärwirtschaft (VDS) / Badnet Bild 4570

Abdruck frei – Beleg erbeten

**Herausgeber:** Vereinigung Deutsche Sanitärwirtschaft e. V. (VDS), Rheinweg 24, 53113 Bonn, Telefon 02 28/92 39 99 30, Telefax 02 28/92 39 99 33, E-Mail info@sanitaerwirtschaft.de.

**Redaktion:** Linnigpublic Agentur für Öffentlichkeitsarbeit GmbH, Büro Koblenz: Fritz-von-Unruh-Straße 1, 56077 Koblenz, Telefon 02 61/30 38 39-0, Telefax 02 61/30 38 39-1, E-Mail koblenz@linnigpublic.de, Büro Hamburg: Flottbeker Drift 4, 22607 Hamburg, Telefon 040/82 27 82 16, Telefax 040/82 27 82 17, E-Mail hamburg@linnigpublic.de.