### PRESSEINFORMATION

### Kein Tempo verlieren

Datum: 22.12.2017

**VDS: Zahlreiche Aufgaben für Sanitärbranche / Mitglieder fordern und zeigen Geschlossenheit / Weiteres Umsatzwachstum / Günstige Ausgangslage nutzen / Bedarfslenkung im Fokus / Aktiver Dachverband / Erfolgsbeispiel „Öffentlichkeitsarbeit“ / Voller Projektplan 2018 / Enge Budgetgrenzen / Turnusmäßige Wahlen / Einstimmige Entscheidungen / Neuer Vorstand / Wechsel im Vorsitz: Dornbracht löst Dalheimer ab / Auch PR- und Marketing-Ausschuss neu formiert / Bis 2020 im (Ehren-) Amt**

**Bonn – (vds)** Trotz nach wie vor überwiegend guter Konjunkturdaten und fundierter Zukunftschancen sollte die Branche nicht auf die Aktivitäten-, Kommunikations- und Innovationsbremse treten. Im Gegenteil sprechen viele bekannte und neue Herausforderungen eher dafür, das Tempo zu erhöhen. Dazu eignet sich auch ein leistungsstarker Dachverband. Dieses Meinungsbild prägte Ende November 2017 die Informationen und Diskussionen während der Mitgliederversammlung der Vereinigung Deutsche Sanitärwirtschaft (VDS) in Bonn. Darüber hinaus stellten die Repräsentanten von Industrie, Fachgroßhandel und Fachhandwerk bei den turnusmäßigen Wahlen von Vorstand und PR- und Marketing-Ausschuss personelle Weichen für die nächsten drei Jahre, heißt es in einem Veranstaltungsbericht.

Laut aktuellen ifo-Schätzungen steigt die Umsatzkurve der Sanitärbranche weiter kontinuierlich an. Während danach für 2017 ein nominelles Plus von 2,5 % auf 24,4 Mrd. Euro zu erwarten ist, prognostiziert das Institut für 2018 ein prozentual gleiches Wachstum auf dann 25 Mrd. Euro. Die Verkaufserlöse im Inland seien daran mit 20,7 Mrd. Euro (20,2 Mrd. Euro) und die im Ausland mit 4,3 Mrd. Euro (4,2 Mrd. Euro) beteiligt. Die unveränderte und im Prinzip „natürlich erfreuliche“ Vollauslastung des Handwerks verhindere einen noch kräftigeren Aufschwung. Die Lösung des Kapazitätsproblems bleibe daher eine zentrale gemeinsame Aufgabe. Das Vorfertigungskonzept der von der VDS initiierten „Werkstatt Bad“ zeige eine mögliche Alternative auf.

Wie die Dachorganisation meldet, wurde während der Versammlung eine Reihe weiterer branchen- und badrelevanter Herausforderungen thematisiert. Dazu gehörten der demografische Wandel, klar erkennbare gesellschaftliche Tendenzen wie die erheblich größere Bedeutung von Gesundheit, Individualität und selbstbestimmtem Leben auch im Alter, die zunehmend in den Fokus rückende häusliche Pflege, der onlineaffine „Konsument von morgen“ und die auf vielen Ebenen fortschreitende Digitalisierung. Auf allen Feldern müsse sich die Sanitärwirtschaft konsequent positionieren und dabei möglichst geschlossen auftreten.

Insgesamt verfüge die Branche neben einer günstigen Ausgangssituation über eine breite Akzeptanz in der Bevölkerung. Das habe gerade die neue, im Herbst 2017 veröffentlichte Bad-Grundlagenstudie mit ihren detaillierten repräsentativen Resultaten dokumentiert. Der dadurch u. a. erhärtete Kompetenzstatus der Profi-Schiene beim Verbraucher sei eine „ausgezeichnete Basis“ für den Erfolg einer gezielten Bedarfslenkung. Darauf komme es in der gegenwärtigen Marktphase wohl in erster Linie an.

**Kür erfordert Unterstützung**

In seinem Rück- und Ausblick schilderte Jens J. Wischmann Einzelheiten der „systematischen und breit gefächerten“ VDS-Arbeit, deren Aufgaben- und Tätigkeitsspektrum in den letzten Jahren bei konstanten Budgets „erheblich ausgebaut wurde“. Exemplarisch erläuterte der Geschäftsführer die inzwischen auch im politischen Sektor etablierte Aktion Barrierefreies Bad, die intensive Marktforschung, die professionelle, 2017 wieder mit „einer neuen Rekordbilanz überzeugende“ Presse- und Öffentlichkeitsarbeit, die aktuell für zwei Jahre verlängerte Kooperation mit der „Bad-Botschafterin“ Franziska van Almsick sowie die inhaltliche und thematische Weiterentwicklung der Leitmesse „ISH“.

Für 2018 sei der Projektplan „bereits voll ausgebucht“. Das gelte für die genannten Aktivitätenfelder ebenso wie für den „Tag des Bades“ am 15. September, die diversen Internet-Plattformen des Verbandes, die Social Media-Präsenz und die Fortbildungseinrichtung Bad-Akademie, die voraussichtlich im Mai mit ihrem nächsten Kurs starte. Wischmann machte jedoch keinen Hehl daraus, dass der verfügbare Etat enge Grenzen setze und nur die „Pflichtaufgaben“ abdecke. Er und der scheidende Vorsitzende Hartmut Dalheimer appellierten daher an die Mitglieder, weitere für die Branche nützliche Projekte „separat finanziell zu unterstützen“. Aus dem Plenum kam, wie es heißt, ebenfalls ein generelles Plädoyer für ein verstärktes Verbandsengagement der Marktpartner.

**Einstimmiges Vertrauen**

Abschließender Punkt auf der Bonner Agenda waren die turnusmäßigen Wahlen von Vorstand und PR- und Marketing-Ausschuss. Ihre Resultate sichern den Angaben zufolge bei der Dachorganisation weiter ein „hohes Maß“ an personeller und fachlicher Kompetenz.

Ein klares Signal der Geschlossenheit sei die einstimmige Wahl des vierköpfigen Vorstandes für die nächste Periode bis 2020. Neuer Vorsitzender ist danach Andreas Dornbracht, der in seiner Funktion als Vorstandsmitglied des VDMA-Fachverbandes Armaturen den nicht mehr kandidierenden Hartmut Dalheimer ablöste. Dornbracht würdigte die Verdienste seines Vorgängers und betonte, dass er die VDS professionell, ideenreich und mit der nötigen Gelassenheit gelenkt und ihr breites Leistungs- und Aktivitätenportfolio wesentlich beeinflusst habe. Als stellvertretenden Vorsitzenden bestätigte die Versammlung Dr. Rolf-Eugen König, der dem Geschäftsführenden Vorstand des DG Haustechnik angehört und damit den Fachgroßhandel vertritt. Im Vorstand sind künftig nach dem Votum der Mitglieder außerdem der ZVSHK-Vizepräsident Michael Hilpert für das Fachhandwerk und der IFS-Vorsitzende Thilo Pahl für die Sanitärindustrie tätig.

Die Wahl des PR- und Marketing-Ausschusses, in dem sich alle Vertriebsstufen u. a. für eine öffentlichkeitswirksame Bad-Kommunikation engagierten, sei ebenfalls einstimmig erfolgt. Er setze sich in den nächsten drei Jahren aus Peter Küpper (Vorstandsmitglied bei der SHK-Innung Bonn/Rhein-Sieg) als Vorsitzender, Sabine Meissner (burgbad) als stellvertretende Vorsitzende, Birgit Jünger (ZVSHK), Achim Laubenthal (DG Haustechnik), Katja Zimmermann (Keuco) und VDS-Geschäftsführer Jens J. Wischmann zusammen. Verabschiedet wurde mit Werner Hirschler der bisherige langjährige Ausschuss-Vorsitzende. Er prägte die Gremienarbeit laut Dornbracht u. a. durch „Humor, Frische und Herzlichkeit“.

Die Beschlüsse zu den übrigen Regularien waren ebenfalls einstimmig, teilt der Verband ergänzend mit. Die nächste Mitgliederversammlung habe man auf den 5./6. November 2018 terminiert.

**Bildtexte**

Der neue Vorstand der Vereinigung Deutsche Sanitärwirtschaft (VDS) erhielt von der Mitgliederversammlung ein einstimmiges Vertrauensvotum bis 2020. Beim Fototermin nach der Wahl waren Thilo Pahl, Dr. Rolf-Eugen König, Andreas Dornbracht und Michael Hilpert (von links) auch deshalb gut gelaunt.

**Foto:** Vereinigung Deutsche Sanitärwirtschaft (VDS) Bild 4647

Die Mitglieder des PR- und Marketing-Ausschusses der Vereinigung Deutsche Sanitärwirtschaft (VDS) wollen auch künftig für eine öffentlichkeitswirksame Bad-Kommunikation sorgen. Dafür stattete sie die Mitgliederversammlung des Branchen-Dachverbandes mit einer einstimmigen Legitimation bis 2020 aus. Von links: Katja Zimmermann, Jens J. Wischmann, Sabine Meissner, Achim Laubenthal, Birgit Jünger und Peter Küpper.

**Foto:** Vereinigung Deutsche Sanitärwirtschaft (VDS) Bild 4646

Übergeben und übernommen: Hartmut Dalheimer (links) händigte nach dreijähriger Amtszeit den „Staffelstab“ des Vorsitzenden des Vorstandes der Vereinigung Deutsche Sanitärwirtschaft (VDS) an Andreas Dornbracht aus. „Sie haben den Branchen-Dachverband professionell, ideenreich und mit der nötigen Gelassenheit gelenkt“, würdigte der neue Mann an der Spitze die Verdienste seines Vorgängers.

**Foto:** Vereinigung Deutsche Sanitärwirtschaft (VDS) Bild 4644

Charakteristisches Foto: Die „Frische und Herzlichkeit“, mit der Werner Hirschler (links) laut Andreas Dornbracht (rechts) viele Jahre den PR- und Marketing-Ausschuss der Vereinigung Deutsche Sanitärwirtschaft (VDS) führte, prägten auch die Verabschiedung des engagierten Fachhandwerkers. Per Widmung zollte ihm Franziska van Almsick ebenfalls Respekt.

**Foto:** Vereinigung Deutsche Sanitärwirtschaft (VDS) Bild 4648

Trotz nach wie vor guter Konjunkturdaten und fundierter Zukunftschancen sollte die Branche nicht auf die Aktivitäten-, Kommunikations- und Innovationsbremse treten. Darin waren sich die Teilnehmer an der Mitgliederversammlung der Vereinigung Deutsche Sanitärwirtschaft (VDS) einig. Eine Konsequenz: das auch 2018 umfangreiche Arbeitsprogramm des Branchen-Dachverbandes.

**Foto:** Vereinigung Deutsche Sanitärwirtschaft (VDS) Bild 4645

Die Umsatzkurve der Sanitärbranche dürfte auch 2018 nach oben zeigen. Das jedenfalls prognostiziert das ifo-Institut. Danach waren die Verkaufserlöse im Inland 2017 übrigens erstmals höher als 20 Milliarden Euro.

**Grafik:** Messe Frankfurt / Vereinigung Deutsche Sanitärwirtschaft (VDS) Bild 3190

Die systematische Bad-PR der Vereinigung Deutsche Sanitärwirtschaft (VDS) bleibt auf Erfolgskurs. Für 2017 steht gemäß einer Hochrechnung mit rund 8.000 Einzelveröffentlichungen die bisher zweitbeste Abdruckbilanz überhaupt zu Buche.

**Grafik:** Vereinigung Deutsche Sanitärwirtschaft (VDS) Bild 3189

So viel wie noch nie: Mit dieser Botschaft verdiente sich die professionelle Pressearbeit der Vereinigung Deutsche Sanitärwirtschaft (VDS) den Applaus der Ende November 2017 durchgeführten Mitgliederversammlung. Gemessen an Auflagen und Seitenaufrufen, belief sich das redaktionelle Echo in Print- und Online-Medien im abgelaufenen Jahr laut einer Hochrechnung auf etwa 360 Millionen. Gut für Bad und Branche, resümieren die Macher lapidar.

**Grafik:** Vereinigung Deutsche Sanitärwirtschaft (VDS) Bild 3188

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