### PRESSEINFORMATION

**Offline und online stark präsent**

**VDS zufrieden mit „Tag des Bades“ / Wirksame Aktivitäten – breite Unterstützung / Kommunikationskanäle gut vernetzt / Impulse für „Bad und Gesundheit“ sowie Profi-Kompetenz / Keine konkrete Teilnehmer-Erfassung möglich / Reges Download-Interesse / Positive Praxisstimmen / Aktionen erhöhen Besucherzahl / Bundesweite Vermarktung als Pluspunkt / 15. Auflage am 21. September 2019**

Datum: 02.10.2018

**Bonn – (vds)** „Das von uns trotz eines knappen Budgets realisierte Aktivitätenprogramm hat nach den bisher vorliegenden Erkenntnissen gewirkt. Da es außerdem an brancheninterner und medialer Unterstützung nicht fehlte, gehen wir von einer per saldo erfolgreichen Badmobilisierung der Verbraucher aus. Gezielt recherchierte Praxisbeispiele bestätigen das.“ So fasst Jens J. Wischmann die Bewertung des 14. bundesweiten „Tag des Bades“ aus Sicht der Initiatorin zusammen. Als besonderen Aktivposten bezeichnet der Geschäftsführer der Vereinigung Deutsche Sanitärwirtschaft (VDS) nicht zuletzt die „immer besser funktionierende Vernetzung der unterschiedlichen Kommunikationskanäle“.

Auf nationaler Ebene sei es dadurch gelungen, für eine starke Offline- und Onlinepräsenz gleichermaßen zu sorgen. Das dafür geschnürte PR-, Internet- und Social Media-Paket habe sowohl das zentrale Thema „Bad und Gesundheit“ nach vorne gebracht als auch die Bedarfslenkung zum Profi in den Fokus gerückt. Bereits jetzt weise die vorläufige Veröffentlichungsbilanz wieder Abdruck- und Seitenaufruf-Zahlen im deutlich zweistelligen Millionensektor aus. Auf der Social Media-Seite sei ein Facebook-Post von Franziska van Almsick am häufigsten von Followern der Website gutesbad.de geteilt worden. Die klare Empfehlung der Badbotschafterin: „Lass es besser von Profis machen.“

Anders als in den Vorjahren sei eine konkrete Erfassung der mitwirkenden Betriebe bzw. Ausstellungen nicht möglich gewesen. Wischmann begründet das mit dem erstmals praktizierten Konzept, die angebotenen Aktionsmittel ausschließlich in den Mitgliederbereichen der Internetplattformen von ZVSHK und DG Haustechnik zu platzieren. Einer offiziellen Anmeldung durch die Firmen habe es daher nicht bedurft. Dank der engagierten Begleitung durch die Bundes- und Landesverbände des Fachhandwerks und Fachgroßhandels gab es danach ein „reges Download-Interesse“. Die umfassende redaktionelle Ankündigung in der Fachpresse trug, wie es heißt, ebenfalls erheblich zur Mobilisierung für den „Tag des Bades“ am 15. September 2018 bei. Insofern sei man mit der Resonanz auf das „schlanke und ökonomische Konzept“ ebenso zufrieden wie mit den Resultaten der überregionalen Kommunikation.

**Quantitative und qualitative Erfolge**

„Natürlich ohne Anspruch auf Vollständigkeit“ habe sich die VDS zudem um exemplarische Praxisstimmen aus den Vertriebsstufen bemüht. Sie erhärteten den positiven Grundtenor, betont Wischmann. Im Industriesektor gelte das u. a. für die Keramag-Veranstaltung in Ratingen. In der Kategorie „Großhandels-Beteiligungen“ porträtierte z. B. „Der Ostbayern Kurier“ unter der Überschrift „Badezimmer wird zum Gesundbrunnen“ eine gelungene Gienger-Aktion in Regenstauf. Zahlreiche Besucher hätten sich in der dortigen Ausstellung informiert und dabei auch die kostenlose VDS-Broschüre „Für Herz und Seele“ erhalten.

Insgesamt 350 Gäste zählte die Gebr. Lotter KG in Ludwigsburg. Geschäftsführer Dr. Ralf von Briel lobte das mit dem Tag der offenen Tür gekoppelte Event als „vollen Erfolg“. Seine Module: Neuheiten-Präsentation in der Ausstellung, mehrere Bewirtungs-Stationen, Foto-Erinnerungen mit dem Firmen-Maskottchen, diverse Unterhaltungsspiele und strahlender Sonnenschein. Auch im nächsten Jahr sei die Teilnahme fest eingeplant.

Gleiches bestätigt die Eugen König GmbH. Kein Wunder, denn im Stammhaus in Koblenz hat der „Tag des Bades“ in Verbindung mit dem gleichzeitig veranstalteten „Tag der Energie“ bereits eine lange Tradition. Diesmal kamen am Wochenende ca. 1.000 Besucher, berichtete Dirk Schlag. Der Verkaufs- und Ausstellungsleiter Sanitär zeigte sich mit „Quantität und Qualität der Kunden sehr zufrieden“. Er hob dabei das „konkrete Renovierungsinteresse“ aller Gäste hervor. Ein spezieller Fachvortrag über die staatlichen Fördermöglichkeiten für barrierefreie Bäder stieß auf starken Zuspruch, ergänzte der Vertreter des aktiven Haustechnik-Fachgroßhandels und belegte damit einmal mehr die Attraktivität zusätzlicher Programmpunkte.

Auch das Handwerk nutzte die Chance zur Verbraucheroffensive, erläutert Wischmann. Als Beispiel nennt er die Bad & Heizung Wübbelt GmbH in Bottrop. Ausstellungsleiter Ludger Wißen begrüßte u. a. die deutschlandweite Kommunikation des „Tag des Bades“. Vor Ort habe man die von der VDS gelieferte Presseinformation verwendet und außerdem mit Postwurfsendungen gearbeitet. Getreu der Devise „Klasse vor Masse“ sei es dem Betrieb primär darum gegangen, „echte Interessenten in die Ausstellung zu holen“ – was durch eine Reihe von Terminvereinbarungen für individuelle Angebote gelang. Und die Besucherfrequenz insgesamt? „Besser als an einem normalen Samstag“, gab Wißen zu Protokoll.

**Nächster Termin bereits fixiert**

Für den Branchen-Dachverband heiße es nun „Nach dem Tag des Bades ist vor dem Tag des Bades“. Schon Anfang November beschäftigt sich der PR- und Marketing-Ausschuss mit den Planungen für die dann 15. Auflage der Institution, avisiert Wischmann. Ihr Datum sei bereits verabschiedet: Am 21. September 2019 sollen Bauherren und Renovierer wieder (gemeinsam) für neue Bäder vom Profi begeistert werden.

**Bildtexte**

„Das von uns trotz eines knappen Budgets realisierte Aktivitätenprogramm hat nach den bisher vorliegenden Erkenntnissen gewirkt. Da es außerdem an brancheninterner und medialer Unterstützung nicht fehlte, gehen wir von einer per saldo erfolgreichen Badmobilisierung der Verbraucher aus.“ So fasst VDS-Geschäftsführer Jens J. Wischmann die Bewertung des 14. bundesweiten „Tag des Bades“ aus Sicht der Initiatorin zusammen.

**Foto:** Vereinigung Deutsche Sanitärwirtschaft (VDS) Bild 673

Auf nationaler Ebene ist es laut Vereinigung Deutsche Sanitärwirtschaft (VDS) gelungen, für eine starke Offline- und Onlinepräsenz zum „Tag des Bades“ gleichermaßen zu sorgen. Das dafür geschnürte PR-, Internet- und Social Media-Paket habe sowohl das zentrale Thema „Bad und Gesundheit“ nach vorne gebracht als auch die Bedarfslenkung zum Profi in den Fokus gerückt. Wichtige aktuelle Informationsdrehscheibe: die Branchen-Website gutesbad.de.

**Foto:** Vereinigung Deutsche Sanitärwirtschaft (VDS) Bild 4695

Rund 350 Besucher zählte die Gebr. Lotter KG in Ludwigsburg zum „Tag des Bades“. Der Fachgroßhändler lobte das Event (daher) als „vollen Erfolg“. Zu den Aktionsmodulen gehörten Foto-Erinnerungen mit dem Firmen-Maskottchen. Auch 2019 sei die Teilnahme fest eingeplant.

**Foto:** Lotter / Vereinigung Deutsche Sanitärwirtschaft (VDS) Bild 4696

Insgesamt zählte die Eugen König GmbH in ihrem Stammhaus in Koblenz an zwei Tagen etwa 1.000 Besucher. Der Fachgroßhändler zeigte sich mit „Quantität und Qualität der Kunden sehr zufrieden“ und hob dabei das „konkrete Renovierungsinteresse“ hervor. Starken Zuspruch fand den Angaben zufolge u. a. ein Vortrag zur staatlichen Förderung barrierefreier Bäder.

**Foto:** König / Vereinigung Deutsche Sanitärwirtschaft (VDS) Bild 4694

Engagement in Bottrop: Die Bad & Heizung Wübbelt GmbH nutzte den „Tag des Bades“ als Chance zur Verbraucheroffensive. Der Handwerksbetrieb begrüßte u. a. die deutschlandweite Kommunikation. Getreu der Devise „Klasse vor Masse“ sei es primär darum gegangen, „echte Interessenten in die Ausstellung zu holen“. Zum Erfolg trugen Pressearbeit, Postwurfsendungen und Internet-Ankündigungen konkret bei.

**Foto:** Vereinigung Deutsche Sanitärwirtschaft (VDS) / Wübbelt Bild 4693

„Nach dem Tag des Bades ist vor dem Tag des Bades“: Für die Vereinigung Deutsche Sanitärwirtschaft (VDS) beginnen bereits im November die Planungen für die dann 15. Auflage der Brancheninstitution. Ihr Termin ist bereits fixiert: Am 21. September 2019 sollen Bauherren und Renovierer wieder (gemeinsam) für neue Bäder vom Profi begeistert werden.

**Foto:** Vereinigung Deutsche Sanitärwirtschaft (VDS) / Shutterstock\_karelnoppe Bild 4698

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, E-Mail hamburg@linnigpublic.de