### PRESSEINFORMATION

### Neues und Bewährtes kombiniert

Datum: 24.05.2017

**VDS: 13. „Tag des Bades“ steht / Starke Medienpräsenz stützt Branchenevent / Konzeptänderungen sollen Teilnehmerzahl erhöhen / „Bad und Gesundheit“ wieder zentrales Thema / „PR-Erfolgsstory“ fortsetzen / Mediale Begleitung durch Franziska van Almsick / Vermarktung im Internet / Aktionsfolder informiert / Zeitgemäße Online-Konsequenz / Aktionsmittel schon fertig / 16. September 2017: „Alles zum Einsteigen bereit“ / Preissenkung für Fachgroßhandel / Kostenlose Downloads über ZVSHK-Homepage für Innungsmitglieder**

**Bonn – (vds)** Der bundesweite „Tag des Bades“ bleibt für die Sanitärbranche unverzichtbar. Mit diesem Votum würdigte die letztjährige Mitgliederversammlung der Vereinigung Deutsche Sanitärwirtschaft (VDS) vor allem die dank der intensiven nationalen Öffentlichkeitsarbeit kontinuierlich gewachsene Medienpräsenz des Events. Seine redaktionelle „Zugkraft“ trage wesentlich dazu bei, das Kompetenzprofil der Badprofis in der Bevölkerung zu schärfen. Das Konzept der 13. Auflage der gemeinsamen Verbraucherinitiative von Industrie, Fachgroßhandel und Fachhandwerk stellt sich darauf ein, erklärt Jens J. Wischmann. Außerdem enthält es eine teilweise geänderte praktische Umsetzung für die mitwirkenden Betriebe, ergänzt der Geschäftsführer des Dachverbandes. Resultat: eine Kombination aus „bewährten und neuen Elementen“. Und: „Sämtliche Materialien liegen bereits zum Abruf und zur lokalen Nutzung vor.“

**Gezielte Öffentlichkeitsarbeit**

Keinen Wechsel gebe es mit „Bad und Gesundheit“ bei dem zentralen Veranstaltungsmotto. Analog dazu präsentiere sich auch das Aktionsmittel-Portfolio in der gleichen Grundgestaltung wie 2016. Die von dem verantwortlichen PR- und Marketing-Ausschuss einstimmig getroffene Entscheidung beruhe auf mehreren Argumenten. Erstens bedürfe die beginnende Entwicklung des Bades zum persönlichen Gesundheitscenter einer konsequenten Penetration. Zweitens müsse sich die Branche im Interesse ihrer konkreten Profilierungs- und Differenzierungschancen nachhaltig für das Thema engagieren. Drittens habe die Gesundheits-Offensive im Vorjahr sachlich wie optisch ein positives Echo gefunden, zumal die VDS mit dem Verbraucher-Ratgeber „Für Herz und Seele“ und der begleitenden Fachbroschüre „alles in einer!“ eine qualifizierte Informationsbasis liefere. Viertens schließlich könne man dadurch den begrenzten (Projekt-)Etat entlasten.

Um die „PR-Erfolgsstory“ fortzuschreiben, ist laut Wischmann im Vorfeld des am 16. September 2017 stattfindenden „Tag des Bades“ wieder ein spezielles Maßnahmenpaket geplant. Es verfüge in der Person von Franziska van Almsick über eine prominente, authentische und in den Medien gerne zitierte Multiplikatorin. Die seit 2014 mit der VDS kooperierende Bad-Botschafterin erhöhe auch diesmal die Effizienz der Öffentlichkeitsarbeit. Deren Spektrum reiche erneut von breit gestreuten Endverbraucherpresse-Aussendungen mit Texten, Fotos und Grafiken über vorproduzierte Redaktionsseiten und exklusive Vereinbarungen mit Bauherren- und Modernisierer-Magazinen bis zu Internet- und Social Media-Aktivitäten. Ziel sei es, die 2016 erfasste Veröffentlichungsbilanz in Print- und Onlinemedien (rund 700 Abdrucke, ca. 20 Mio. Auflage und Seitenaufrufe) zu bestätigen und möglichst nochmals zu verbessern. Hinzu komme die vielfältige Projektvermarktung auf den eigenen Portalen www.gutesbad.de und www.tagdesbades.de, die sich als wichtige Informationsdrehscheiben für Endverbraucher erwiesen. Auch hier spiele im Übrigen Franziska van Almsick eine unterstützende Hauptrolle.

**Druckdaten nur noch online**

Fachgroßhandel und Fachhandwerk seien eingeladen, die so geschaffene öffentliche Aufmerksamkeit zu nutzen und sich aktiv am „Tag des Bades“ zu beteiligen. Nachdem die Zahl der dafür auf „Besuchermodus“ geschalteten Ausstellungen in den letzten Jahren bei etwa 350 stagnierte, sollen nun einige neue Konzeptelemente mehr Mitmacher motivieren. Die Details dazu, zu den Anmelde- und Bestellmodalitäten sowie zu den für die Vor-Ort-Vermarktung angebotenen Instrumenten und Publikationen beschreibe der vierseitige Aktionsfolder, der unter www.sanitaerwirtschaft.de zum Download stehe.

Mit Ausnahme separat beziehbarer, gebührenpflichtiger Broschüren für die Kundenberatung werden die reinen Aktionsmittel nicht mehr in gedruckter Form, sondern nur noch als produktionsfähige Daten online bereitgestellt, erläutert Wischmann eine konkrete Veränderung des praktischen Verfahrens. Das sei ebenso zeitgemäß wie kostensparend. Schon jetzt biete die VDS das komplette Aktionsmittel-Sortiment zum Download-Service an. Es umfasse u. a. Logo, Anzeigenvorlagen, Poster, Infoblätter, Internetbanner und eine Muster-Presseinformation mit Fotos. Dadurch könnten die Betriebe „so früh wie noch nie“ ihren individuellen „Tag des Bades“ auf den Weg bringen.

**Anreize geschaffen – Erfahrungen sammeln**

Die erreichten Kostenvorteile gebe man an die mitwirkenden Firmen weiter. Davon profitiere primär das Fachhandwerk. Für SHK-Innungsmitglieder seien die reinen Aktionsmittel gratis abrufbar. Bei dem DG Haustechnik angeschlossenen Großhändlern sinke die pauschale Mitmach-Gebühr von bisher 89 Euro auf 69 Euro. Wischmann: „Wir versprechen uns davon natürlich auch, dass sich erheblich mehr Betriebe an dem Branchenevent beteiligen. Unabhängig davon wollen wir mit der neuen Regelung erste Erfahrungen sammeln, um sie in künftige Veranstaltungskonzepte einfließen zu lassen.“

Gleiches gelte im Übrigen für eine weitere Premiere bei der Integration von Fachhandwerksfirmen mit Ausstellung. Dazu heißt es im Aktionsfolder: „...die Aktionsmittel (Druckdaten) stehen für Sie auf der Homepage des ZVSHK unter www.zvshk.de/tdbaktionsmittel zum Download mit Ihren entsprechenden ZVSHK-Zugangsdaten bereit. Ganz wichtig: Um Ihre Ausstellung in der (zentralen) Adress-Suche unter gutesbad.de zu registrieren, müssen Sie sich zusätzlich unter http://anmeldung.tagdesbades.de/ anmelden.“ Auch Betriebe ohne Ausstellung könnten Flagge zeigen und relevante Aktionsmittel ebenfalls über das ZVSHK-Portal herunterladen.

Dagegen bleibe das Verfahren beim Fachgroßhandel unter Nutzung von http://anmeldung.tagdesbades.de/ unverändert. Originalton aus dem Aktionsfolder: „Unter der Adresse können Sie sich neu oder mit bereits vorhandenem Login anmelden und sich darüber hinaus mit allen Ausstellungen für die Adress-Suche unter gutesbad.de registrieren.“

**Programmatischer Erfolgs-Titel**

Per saldo erhofft sich der Verband u. a. von den administrativen Anpassungen auf der lokalen Ebene frische Impulse für den „Tag des Bades“. An gelungenen Praxisbeispielen aus der 12-jährigen Vergangenheit fehle es „wahrlich“ nicht. Das unterstreiche eine spezielle Dokumentation in Text und Bild. Die „motivierende Sammlung“ sei als PDF unter www.sanitaerwirtschaft.de hinterlegt. Ihr Titel „So haben Sie Erfolg“ ist laut Wischmann Programm. Sein Tipp: „Anschauen und kostenlos downloaden.“

**Bildtexte**

Die redaktionelle „Zugkraft“ des bundesweiten „Tag des Bades“ trägt nach Überzeugung der Vereinigung Deutsche Sanitärwirtschaft (VDS) wesentlich dazu bei, das Kompetenzprofil der Badprofis in der Bevölkerung zu schärfen. Deshalb bleibe das Event für die Branche unverzichtbar.

**Foto:** Vereinigung Deutsche Sanitärwirtschaft (VDS) Bild 4549

Das Konzept des diesjährigen „Tag des Bades“ sieht einige Veränderungen für die mitwirkenden Betriebe vor. Über die Details informiert der vierseitige Aktionsfolder. Er ist unter www.sanitaerwirtschaft.de downloadbar.

**Foto:** Vereinigung Deutsche Sanitärwirtschaft (VDS) Bild 4608

Der „Tag des Bades“ am 16. September 2017 steht wieder unter dem zentralen Motto „Bad und Gesundheit“. Analog dazu präsentiert sich auch das Aktionsmittelportfolio in der gleichen Grundgestaltung wie 2016. Im Bild: das Poster-Modul.

**Foto:** Vereinigung Deutsche Sanitärwirtschaft (VDS) Bild 4611

Verzahnt: Mit dem Verbraucher-Ratgeber „Für Herz und Seele“ und der begleitenden Fachbroschüre „alles in einer!“ verfügen die Badprofis bei ihrer gezielten „Gesundheits-Offensive“ über eine qualifizierte Informationsbasis, hebt die Vereinigung Deutsche Sanitärwirtschaft (VDS) hervor. Deshalb sei das Duo auch für den 13. „Tag des Bades“ prädestiniert.

**Foto:** Vereinigung Deutsche Sanitärwirtschaft (VDS) Bild 4607

Bad-Botschafterin Franziska van Almsick erhöht auch diesmal die Effizienz der nationalen Öffentlichkeitsarbeit zum „Tag des Bades“, betont die Vereinigung Deutsche Sanitärwirtschaft (VDS) in ihrem Ausblick auf die 13. Verbraucherveranstaltung der Branche. Die prominente Schwimm-Ikone sei eine authentische und in den Medien gerne zitierte Multiplikatorin.

**Foto:** Vereinigung Deutsche Sanitärwirtschaft (VDS) Bild 4609

Die Internetportale www.gutesbad.de und www.tagdesbades.de fungieren laut Vereinigung Deutsche Sanitärwirtschaft (VDS) gerade mit Blick auf das bundesweite Branchenevent als wichtige Informationsdrehscheiben für Endverbraucher. Adress-Suche mit Lenkungsfunktion inklusive. Auch in den Online-Medien trage zudem Franziska van Almsick zur vielfältigen Projektkommunikation bei.

**Foto:** Vereinigung Deutsche Sanitärwirtschaft (VDS) Bild 4610

Das Konzept des diesjährigen „Tag des Bades“ stellt eine Kombination aus „bewährten und neuen Elementen“ dar, erklärt Jens J. Wischmann. Außerdem weist der Geschäftsführer der Vereinigung Deutsche Sanitärwirtschaft (VDS) darauf hin, dass „sämtliche Materialien zum Abruf und zur lokalen Nutzung bereits vorliegen“.

**Foto:** Vereinigung Deutsche Sanitärwirtschaft (VDS) Bild 667

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.