### PRESSEINFORMATION

### Auftrag erfüllt

Datum: 10.04.2017

**VDS: Öffentlichkeitsarbeit zur „ISH“ erreicht Millionen-Publikum / Konkrete Zahlen bestätigen medialen Erfolg / Starkes Echo in Presse, Funk und Fernsehen / Franziska van Almsick: gefragte Badbotschafterin / Gutes Klima – gute Perspektiven / Bewährte „Waterlounge“ / Fotomagnet „Pop up my bathroom“ / Gelungene Premiere für „Werkstatt Bad“**

**Bonn – (vds)** Auch die Vereinigung Deutsche Sanitärwirtschaft (VDS) zieht ein „rundum positives ISH-Fazit“. In seinem Rückblick auf die Frankfurter Leitmesse begnügt sich der Branchen-Dachverband aber nicht mit einer allgemeinen Bewertung, sondern informiert zugleich über aktuelle Resultate eines „gezielten Aktivitäten-Monitorings“ im Badsektor. Die dabei im Mittelpunkt stehende mediale Resonanz zeige, dass das gerade für die gewünschte Breitenwirkung entscheidende Echo in Presse, Funk und Fernsehen schon jetzt das Prädikat „ausgezeichnet“ verdiene. Damit habe u. a. die vielfältige Öffentlichkeitsarbeit ihren zentralen Auftrag erfüllt, Aufmerksamkeit für Messe und „Erlebniswelt Bad“ zu schaffen.

Generell weist Jens J. Wischmann auf die durchgängig optimistische Stimmung in der Mainmetropole hin. Wie der VDS-Geschäftsführer erklärt, trotzten Aussteller und Besucher damit „eindrucksvoll den keineswegs ermutigenden weltpolitischen Signalen“. Das Vertrauen in eine weiter stabile Badkonjunktur und die eigene Leistungskraft sei erkennbar stärker gewesen. Jedenfalls passe das gute Messeklima zu den günstigen Branchenperspektiven.

„Sehr zufrieden“ ist Wischmann außerdem mit den drei „ISH“-Auftritten des Verbandes selbst. So habe sich die „Waterlounge“ wieder als rege frequentierter Treffpunkt etwa für Journalisten und Fachleute aus allen Bereichen bewährt. Auf besonderes Interesse stieß danach z. B. das breite Informations- und Serviceangebot der firmen- und produktneutralen Aktion Barrierefreies Bad. Das Trendforum „Pop up my bathroom“ gehörte, wie es heißt, zu den „meistfotografierten Badinszenierungen“. Auch das begleitende Vortrags- und Diskussionsprogramm fand viel Zuspruch, resümiert der VDS-Geschäftsführer.

Mit der „Werkstatt Bad“ schließlich „landeten wir einen echten Volltreffer“. Fachhandwerker, Planer, Architekten sowie Repräsentanten von Industrie, Wohnungsbaugesellschaften und Verbänden aus dem In- und Ausland sorgten danach für eine stets „ausgelastete“ Aktionsfläche. Der Aufbau jeweils eines Bades pro Tag machte die konkreten Prozess- und Montagevorteile einer modernen Vorfertigung für die Besucher „ebenso sicht- wie nachvollziehbar“. Nach der gelungenen Premiere gelte es nun, das Konzept in der Praxis zu etablieren. Das geschehe primär durch ein- bzw. fünftägige Workshops im Rahmen der VDS-Badakademie, die auf ihrer Website (www.bad-akademie.de) über Inhalte, Termine und Kosten informiere sowie direkte Anmeldungen ermögliche. Zudem werde man über die Initiative noch separat berichten.

**Messe und Bad auf allen Kanälen**

„Große Erfolge“ meldet Wischmann ferner von der Kommunikationsfront. Eine wichtige Rolle spielte dabei nach seinen Worten Franziska van Almsick. Die im Vorfeld angekündigte Präsenz der Schwimm-Ikone nutzten bekannte Medien zu persönlichen Interviews „vor Ort“ und brachten damit die „ISH“ einem Millionen-Publikum nahe. Vor Mikrofonen und Kameras habe sich die prominente Badbotschafterin konsequent für einen ihrer erklärten Lieblingsräume eingesetzt. „Bad ist nicht nur Vorbereitung auf den Tag. Bad ist Gesundheit, Bad ist Wohlbefinden. Genau darum geht es. Es macht sehr viel Spaß, sich hier anzusehen, was es an neuen Ideen und Lösungen gibt.“: Solche und ähnliche Aussagen transportierten „Bild, RTL & Co.“ noch während der Messe an ihre Leser bzw. Zuschauer. Allein ein zur „Primetime“ gesendetes „Vox“-Statement erreichte 1,3 Millionen Menschen, betont die VDS.

Überhaupt könne die von ihr realisierte bzw. mit ihren Themen gestaltete Bad-PR zur „ISH“ mit „stolzen Zahlen“ aufwarten. So stünden aufgrund der unterschiedlichen Presseaktivitäten nur für Februar und März in Print- und Onlinemedien mehr als 500 Einzelveröffentlichungen mit ca. 60 Millionen Auflage/Seitenaufrufen zu Buche. Die Streuung eines speziellen redaktionellen Radiobeitrages wiederum brachte es laut Wischmann deutschlandweit auf über 60 Ausstrahlungen mit 3,5 Millionen Hörern pro Tag. Eine gleichermaßen kontinuierliche wie aktuelle Messeberichterstattung in Text und Bild auf der Branchen-Plattform www.gutesbad.de sowie über diverse Social Media-Kanäle komplettierte das „professionelle und effiziente Engagement“, rundet die Bonner Dachorganisation ihren bilanzierenden Tätigkeitsreport ab.

**Bildtexte**

Auch die Vereinigung Deutsche Sanitärwirtschaft (VDS) zieht ein „rundum positives ISH-Fazit“. Generell gehöre dazu auch die durchgängig optimistische Stimmung in der Mainmetropole. Sie spiegele u. a. die günstigen Branchenperspektiven wider.

**Foto:** Vereinigung Deutsche Sanitärwirtschaft (VDS) Bild 4603

Die „Waterlounge“ bewährte sich während der „ISH“ erneut als rege frequentierter und genutzter Treffpunkt u. a. für Journalisten und Fachleute aus der ganzen Branche, meldet die Vereinigung Deutsche Sanitärwirtschaft (VDS). Auf besonderes Interesse stieß danach z. B. das breite Informations- und Serviceangebot der firmen- und produktneutralen Aktion Barrierefreies Bad.

**Foto:** Vereinigung Deutsche Sanitärwirtschaft (VDS) Bild 4602

Als „echten Volltreffer“ bezeichnet die Vereinigung Deutsche Sanitärwirtschaft (VDS) in ihrem „ISH“-Rückblick die „Werkstatt Bad“. Nach der gelungenen Premiere gelte es nun, die konkreten Prozess- und Montagevorteile einer modernen Vorfertigung in der Praxis zu etablieren. Das geschehe primär durch ein- bzw. fünftägige Workshops, über deren Inhalte, Termine und Kosten www.bad-akademie.de informiere. Auf der Website seien auch direkte Anmeldungen möglich.

**Foto:** Vereinigung Deutsche Sanitärwirtschaft (VDS) Bild 4605

Das Trendforum „Pop up my bathroom“ zählte laut Vereinigung Deutsche Sanitärwirtschaft (VDS) in Frankfurt zu den „meistfotografierten Badinszenierungen“. Ebenfalls viel Zuspruch fand das begleitende Vortrags- und Diskussionsprogramm, heißt es in der Messebilanz des Branchen-Dachverbandes ergänzend.

**Foto:** Vereinigung Deutsche Sanitärwirtschaft (VDS) Bild 4604

Sorgte auch während der „ISH“ für ein starkes Medienecho: Franziska van Almsick. Vor Mikrofonen und Kameras setzte sich die prominente Badbotschafterin erneut konsequent für einen ihrer erklärten Lieblingsräume ein, berichtet die Vereinigung Deutsche Sanitärwirtschaft (VDS). Sie habe damit in „Bild, RTL/Vox & Co.“ ein Millionen-Publikum erreicht.

**Foto:** Vereinigung Deutsche Sanitärwirtschaft (VDS) Bild 4606

Auf „große Erfolge“ der vielfältigen Bad-PR zur „ISH“ weist Jens J. Wischmann hin. Der Geschäftsführer der Vereinigung Deutsche Sanitärwirtschaft (VDS) stützt seine Aussage auf die Resultate eines „gezielten Aktivitäten-Monitorings“. So stehen danach für Februar und März allein in Print- und Onlinemedien über 500 Einzelveröffentlichungen mit rund 60 Millionen Auflage/Seitenaufrufen zu Buche.

**Foto:** Vereinigung Deutsche Sanitärwirtschaft (VDS) Bild 669

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.