### PRESSEINFORMATION

### Medienarbeit erneut Erfolgsgarant

Datum: 04.10.2017

**VDS bewertet „Tag des Bades“ / Presseecho wieder im zweistelligen Millionenbereich / Wesentlicher Branchen­nutzen / Geringere Teilnehmerzahl / Gute Badkonjunktur bremst Engagement „vor Ort“ / 15. September 2018 nächster Termin / Umschichtung des „begrenzten Projektetats“ angekündigt**

**Bonn – (vds)** Von einer „Bestätigung der in den letzten Jahren klar erkennbaren Trends“ spricht die Vereinigung Deutsche Sanitärwirtschaft (VDS) in ihrem Rückblick auf den am 16. September zum 13. Mal veranstalteten „Tag des Bades“. In positiver Hinsicht treffe das auf die quantitativ und qualitativ erneut „eindrucksvollen Ergebnisse“ zu, die die projektbezogene bundesweite Öffentlichkeitsarbeit vorzuweisen habe. Obwohl die statistische Erfassung noch nicht abgeschlossen und damit vorläufig sei, bewege sich das redaktionelle Echo in Print- und Onlinemedien wieder auf einem sehr hohen Niveau. So stehe schon jetzt eine Auflagen- und Seitenaufrufzahl im deutlich zweistelligen Millionenbereich fest.

Unter den für die Branche zunehmend wichtigeren nationalen Kommunikationsaspekten war der „Tag des Bades“ daher auch 2017 ein „absoluter Erfolg“, unterstreicht Jens J. Wischmann. Der VDS-Geschäftsführer: „Es zeigte sich erneut, dass die professionelle Vernetzung der zentralen PR-, Internet- und Social Media-Aktivitäten ebenso die gewünschte Wirkung brachte wie der authentische Auftritt unserer Badbotschafterin Franziska van Almsick.“ Genau das mache inzwischen den wesentlichen Nutzwert des Aktionstages für die Branche aus.

Die zweite Trendkontinuität müsse man indes als unerfreulich einstufen. Das bereits in den Vorjahren stagnierende bzw. geringere Interesse der Betriebe, sich „vor Ort“ an der gemeinsamen Verbraucherinitiative zu beteiligen, setzte sich nach Angaben des Dachverbandes fort. Trotz gezielter Konzeptänderungen u. a. mit einem spürbar erleichterten Mitwirkungsverfahren hätten sich nur etwas über 200 Ausstellungen von Fachgroßhandel und Fachhandwerk offiziell registrieren lassen. Die anhaltend gute Badkonjunktur und das daraus meist resultierende „dicke Auftragspolster“ bremse offenbar das Engagement der Unternehmen. Für Wischmann ist diese Entwicklung „natürlich bedauerlich, aber zugleich eine zu respektierende individuelle Entscheidung“.

Die Institution „Tag des Bades“ werde dadurch jedoch nicht in Frage gestellt. Deshalb sei mit dem 15. September 2018 das Datum der nächsten vertriebsstufenübergreifenden Branchenpräsentation schon fixiert. Laut Beschluss des VDS-Vorstandes soll der „begrenzte Projektetat“ dann in erster Linie in die effiziente nationale Medienarbeit fließen. Mit der detaillierten Analyse und der konkreten Planung beschäftige sich in Kürze der PR- und Marketing-Ausschuss der Dachorganisation. Wischmann rechnet mit der Vorlage eines Eckpunkte-Papieres bereits zur Ende November stattfindenden Mitgliederversammlung.

**Bildtexte**

Der „Tag des Bades“ sorgt dank intensiver zentraler Öffentlichkeitsarbeit für ein starkes bundesweites Medienecho. Daraus bezieht die Branche einen konkreten Nutzwert, betont die Vereinigung Deutsche Sanitärwirtschaft (VDS) in ihrem vorläufigen Rückblick auf die 13. Auflage der Verbraucherinitiative. Trotz gesunkener Teilnehmerzahlen bleibe sie daher auch 2018 eine feste Größe im Kommunikationsmix.

**Foto:** Vereinigung Deutsche Sanitärwirtschaft (VDS) Bild 4641

Die Presseveröffentlichungen aus Anlass des diesjährigen „Tag des Bades“ summierten sich laut einer ersten Bilanz der Vereinigung Deutsche Sanitärwirtschaft (VDS) wieder auf einen deutlich zweistelligen Millionenbereich bei Auflagen und Seitenaufrufen. Das aktiv kommunizierte Gesundheitsthema habe den medialen Erfolg ebenso positiv beeinflusst wie die authentische redaktionelle Begleitung durch Badbotschafterin Franziska van Almsick. Diesen Weg werde man konsequent fortsetzen.

**Foto:** Vereinigung Deutsche Sanitärwirtschaft (VDS) Bild 4643

Auch 2017 nutzte die Vereinigung Deutsche Sanitärwirtschaft (VDS) aktiv die Kommunikationskanäle „Social Media und Internet“, um den bundesweiten „Tag des Bades“ zu publizieren. Die „professionelle Vernetzung“ brachte den gewünschten Erfolg, erklärt der Branchen-Dachverband. Das nachlassende Interesse der Betriebe, sich „vor Ort“ an der gemeinsamen Verbraucherinitiative zu beteiligen, beruhe wohl primär auf der anhaltend guten Badkonjunktur.

**Foto:** Vereinigung Deutsche Sanitärwirtschaft (VDS) Bild 4642

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.