### PRESSEINFORMATION

### Nicht nachlassen

Datum: 15.12.2016

**Sanitärbranche in guter Verfassung / VDS-Mitgliederversammlung: Mit Erfolgen im Rücken weiter angreifen / Siebter Umsatzanstieg hintereinander / Mehr Wachstum möglich / Große Themen und große Projekte / Positive Bilanz und volle Agenda / Premieren nicht nur zur „ISH“ / Neue forsa-Studie: Deutsche forcieren Badrenovierungen / Neue Internetauftritte / Neue Messeimpulse / Umfassendes Arbeitsprogramm / Konstante redaktionelle Bad-Karriere**

**Bonn – (vds)** Was tut eine Branche, für die Konjunktursorgen gegenwärtig kein Thema sind? Sie muss sich intensiv darum kümmern, dass das auch so bleibt und sie ihr Potenzial künftig noch besser ausschöpfen kann. Dafür gibt es genug konkrete Ansatzpunkte. Sie reichen von der professionellen Bearbeitung wichtiger Kompetenzfelder bis zum möglichst gemeinsamen Abbau von Kapazitätsengpässen. In dieser Konstellation kommt es nicht zuletzt auf einen agilen und leistungsfähigen Dachverband an. So lautete die Quintessenz der Ende November 2016 in Bonn durchgeführten Mitgliederversammlung der Vereinigung Deutsche Sanitärwirtschaft (VDS).

Zum siebten Mal hintereinander meldet die Sanitärbranche ein Umsatzplus. Nach aktuellen ifo-Schätzungen stiegen die Verkaufserlöse 2016 um rund 3 % auf 23,7 Mrd. Euro. Dabei entwickelte sich das Inlandsgeschäft mit plus 3,1 % (19,7 Mrd. Euro) „einen Tick besser“ als der Auslandsumsatz (plus 2,6 % auf 4,0 Mrd. Euro), hieß es in der früheren Bundeshauptstadt. Zudem zeichne sich für 2017 ein weiteres moderates Wachstum ab. Gemäß Prognose klettert der Gesamtumsatz dann auf über 24 Mrd. Euro.

Von der anhaltend positiven Branchenkonjunktur profitierte 2016 wie schon in den Vorjahren außerdem das Beschäftigungsniveau. Dem ifo-Institut zufolge erhöhte sich die Zahl der Arbeitsplätze auf gut 500.000. Obwohl danach der Anstieg um etwa 4.000 ausschließlich auf das Handwerk entfiel, wiesen die Vertreter aller drei Vertriebsstufen auf das „zentrale Problem“ der knappen Zeit- und Personalressourcen der Installationsbetriebe hin. Der aktuelle Auftragsbestand von fast zehn Wochen sei zwar einerseits sehr erfreulich, zeige aber andererseits, dass die Vollauslastung des SHK-Handwerks (und seiner Kooperationspartner) ein durchaus realistisches stärkeres Wachstum von Industrie und Großhandel verhindere. Um dem Fachkräftemangel zu begegnen, sei neben jedem einzelnen Betrieb die ganze Branche gefordert. Die bundesweite ZVSHK-Ausbildungsinitiative „Zeit zu starten“ verdiene deshalb uneingeschränkte Unterstützung. Fortschrittliche und zugleich rationelle Montagesysteme stünden ebenso auf der Agenda wie die gerade im Verbraucherinteresse gebotene Priorität, Badprozesse insgesamt einfacher und schlanker zu gestalten. Hier bringe sich die VDS etwa durch die Bad-Akademie und ein neues, zur „ISH 2017“ präsentiertes Praxiskonzept aktiv ein.

Die Zahl der Unternehmen in der Haus- und Gebäudetechnik legte laut ifo 2016 wieder leicht auf rund 52.000 zu. Auch das gehe komplett auf das Konto des Handwerks. Ihm ordne die Schätzung über 51.000 Firmen zu.

**„Mit Power auf die Straße bringen“**

Zu Beginn seines Statements begrüßte der VDS-Vorsitzende Hartmut Dalheimer zunächst Michael Hilpert als neuen Vertreter des Fachhandwerks im Vorstand des Dachverbandes. Das Mitglied des ZVSHK-Vorstandes folge in dieser Funktion auf Manfred Stather. Für dessen langjährige „engagierte und konstruktive VDS-Tätigkeit“ bedankte sich Dalheimer ausdrücklich. Zugleich freue er sich auf die Kooperation mit Hilpert in der Gewissheit, dass die gemeinsame Branchenarbeit von der Kompetenz des neuen Handwerksrepräsentanten profitiere.

In der Sache sei 2016 vor allem von zwei „großen Themen“ geprägt gewesen. Dazu gehöre erstens „Bad und Gesundheit“. Mit der Anfang Mai während eines speziellen Medientages in Berlin begonnenen Kommunikationsoffensive habe die VDS nicht nur einen „guten Job“ gemacht, sondern auch für fundiertes Wissen mit Blick auf die vielfältigen gesundheitsfördernden Funktionen des Bades gesorgt. Im Einzelnen nannte Dalheimer eine eigene Wannenstudie, die wissenschaftliche Projektbegleitung sowie die daraus resultierenden Publikationen. Der Endverbraucher-Ratgeber „Für Herz und Seele“ und die dazu passende Fachbroschüre „alles in einer!“ lieferten den Badprofis „vor Ort“ eine Fülle konkreter und authentischer Mehrwert-Argumente. Nun gelte es, sie „mit der nötigen Power auf die Straße zu bringen“. Noch habe man hier einen klaren Wettbewerbs- und Kompetenzvorsprung. Es sei jedoch nur eine Frage der Zeit, „bis andere versuchen, auf den Zug aufzuspringen“. Daher der dringende Appell des VDS-Vorsitzenden: „Wir müssen die ersten und die besten sein, die dieses Megathema für die Branche erfolgreich be- und umsetzen.“

Als zweiten exemplarischen Schwerpunkt des abgelaufenen Jahres griff Dalheimer das Ziel auf, die Attraktivität der Leitmesse „ISH“ speziell für Besucher aus dem Fachhandwerk zu steigern. Trotz der unstrittigen „Impulsgeber-Qualität“ der für die Branche unverzichtbaren Innovations- und Leistungsschau müsse man Kritik „von der Basis“ ernst nehmen. Sie äußere sich z. B. in dem „teuren und zeitaufwändigen Besuch“, der „kaum noch durchschaubaren Angebotsvielfalt“ und einem „nicht mehr klar erkennbaren konkreten Nutzen“. Gemeinsam mit der Messegesellschaft und dem zuständigen Fachbeirat gehe die VDS u. a. mit der „Werkstatt Bad“ daher neue Wege, um die Anziehungskraft der „ISH 2017“ zu stärken.

**Grundlagenstudie bei 3.000 Haushalten**

Das ungeachtet tendenziell geringerer Budgets umfassende Aktivitätenpaket der VDS resümierte Dalheimer so: „Ein volles Programm liegt hinter uns und ein ebenso volles vor uns.“ Das lasse sich u. a. nur mit personeller und finanzieller Hilfe aus der Branche realisieren. Dafür gebühre allen Beteiligten ein besonderer Dank.

Mit der nächsten Grundlagenstudie „Bäder in Deutschland“ werfe ein zusätzliches Großprojekt bereits seine Schatten voraus. Es sei für eine aktuelle und fundierte Bad-Kommunikation unverzichtbar. Die letzte der im Turnus von fünf bis sechs Jahren durchgeführten Erhebungen datiere aus 2011, so dass nun eine Neuauflage anstehe. Nach Präsentationen mehrerer Institute hätten sich Vorstand und PR- und Marketing-Ausschuss einstimmig dafür entschieden, mit der Untersuchung erstmals die Markt- und Meinungsforscher von forsa zu beauftragen. Das beruhe u. a. auf der „überzeugenden Argumentation“ für den Wechsel von der bisherigen schriftlichen Befragung zu einer zeitgemäßen Online-Erhebung.

Die Eckdaten der repräsentativen Studie erläuterte Frank Linnig von der betreuenden Agentur Linnigpublic. Danach verknüpft die bei 3.000 deutschen Haushalten (2011: 2.000) erfolgende Recherche bisherige und neue Inhalte, sichert jedoch die wichtige Kontinuität und Vergleichbarkeit mit früheren Untersuchungen. Der Fragebogen werde in teilnehmerfreundlichem Responsive Design programmiert und bei „erklärungsbedürftigen“ Fragen erstmals auch durch Bilder visualisiert. Die umfangreiche Analyse der Resultate ermögliche u. a. die Klassifizierung unterschiedlicher „Badtypen“.

Gegenwärtig liefen die Erstellung und Abstimmung des ausführlichen Fragenkataloges. Feldarbeit und Auswertung durch forsa seien im Frühjahr 2017 geplant. Der detaillierte Ergebnisbericht liege voraussichtlich Mitte des Jahres vor und werde dann für die Kommunikation aufbereitet. Die Publikation der Studie in der Branche und in der breiten Öffentlichkeit erfolge im Herbst 2017.

**Neue Renovierungs-Recherche**

Vollzug konnte die VDS in Bonn schon bei einem vorgeschalteten forsa-Projekt melden. Es diente im Vorfeld der Hauptstudie zur konkreten Ermittlung der Reichweite der Wohneigentümer, die in den letzten Jahren Komplett- oder Teilrenovierungen des Bades vornahmen. Dazu befragte das Institut vom 07. bis 11. November 2016 knapp 2.000 Bürger ab 18 Jahre, so dass die Erhebung repräsentativ für 61,4 Mio. Deutsche sei. Zur Mitgliederversammlung legte der Dachverband bereits die genauen Resultate und ihre Bewertung vor.

Danach sind 52 % bzw. 32 Mio. Personen Wohneigentümer, während 48 % bzw. 29,5 Mio. Personen zur Miete wohnen. Der Untersuchung zufolge erneuerten seit 2012 insgesamt 17 % der Bundesbürger ihr Bad entweder komplett (12 %) oder teilweise (5 %). Als Kriterium einer Teilrenovierung sei dabei mindestens der Austausch von wesentlichen Objekten wie Waschbecken, Badewanne, Toilette oder Dusche definiert worden. Bei Komplettsanierungen liege die Eigentümerquote mit 17 % erwartungsgemäß deutlich über dem entsprechenden Mieter-Anteil (6 %). Dagegen falle die Differenz bei den Teilrenovierungen (6 % bzw. 4 %) erheblich geringer aus.

Generell sei die Bevölkerung in Ostdeutschland renovierungsfreudiger als in Westdeutschland (20 % bzw. 16 %). Außerdem wirkten sich offenbar verschiedene Lebensphasen auf die Modernisierungstätigkeit aus. Besonders aktiv zeigten sich der Studie zufolge mit jeweils 18 % die – durchaus überraschend – unter 30-Jährigen sowie die Generation 60plus. Am geringsten war der (Um-)Bauelan in der Altersgruppe „30 bis 44 Jahre“ ausgeprägt.

Bei der Frage, wann die Badrenovierung genau stattfand, bestätigte sich laut VDS der „stetig wachsende Bad-Stellenwert“. Denn: Die Modernisierungsintensität nahm danach mit Quoten zwischen 23 % und 25 % seit 2014 „signifikant“ zu. Der niedrigste Wert ergab sich für 2012 (10 %). Die Branche könne dies sicher auch als Erfolg ihrer systematischen Kommunikationsarbeit verbuchen.

Schließlich ermittelte forsa die Hitliste der entscheidenden Renovierungs-Motive. Danach rangiert die (in jeder Hinsicht) veraltete Badausstattung mit 45 % unangefochten auf Platz 1. Die Positionen 2 und 3 belegen die in die Jahre gekommenen Fliesen (16 %) und das „nicht altersgerechte / barrierefreie Bad“ (11 %). Keine Überraschung: In der Gruppe „60plus“ gab Letzteres zu 19 % den Ausschlag. Dahinter tauchen im Ranking der relevanten Gründe der vermisste Wohlfühlfaktor (8 %) sowie eine generelle Hausrenovierung und notwendige Reparaturen (jeweils 7 %) auf. Die Unzufriedenheit mit der Raumaufteilung, der Größe und mit dem Fehlen von Bewegungsfreiheit, Dusche und Stauraum veranlasste die Deutschen ebenfalls, sich dauerhaft von ihren vorhandenen Bädern zu verabschieden.

**Kontinuität und frische Impulse**

Rück- und Ausblick gleichermaßen prägten die Aussagen von Jens J. Wischmann zum übrigen breiten Aktivitätenspektrum der Dachorganisation. Die Status-, Ergebnis- und Planungsinfos zu den jeweiligen Projekten fasste der VDS-Geschäftsführer konzentriert zusammen.

Kooperation mit Franziska van Almsick: Die Zusammenarbeit mit der prominenten Badbotschafterin werde auch 2017 fortgesetzt. Neben ihrer ganzjährigen redaktionellen Mitwirkung etwa beim Kompetenzthema „Bad und Gesundheit“ stehe sie während der „ISH 2017“ an einem Tag für Interviews, Diskussionsrunden, Fotoaufnahmen, Autogramme und einen selektiven Messerundgang zur Verfügung. Einzelheiten des neuen Kooperationsjahres werde man in den nächsten Wochen vereinbaren.

„Tag des Bades“: 2016 sei es wieder gelungen, das Event als effizienten Aufhänger für das „Bad vom Profi“ in Print-, Online- und Hörfunkmedien redaktionell zu nutzen. Die Veröffentlichungsbilanz (rund 700 Abdrucke, ca. 20 Mio. Auflage und Seitenaufrufe, 60 ausgestrahlte Radiobeiträge mit 5 Mio. Hörern pro Tag) belege das klar. Schon deshalb bleibe die Verbraucheraktion auch 2017 ein wichtiges Kommunikationsmodul für die Sanitärbranche. Der konkrete Termin: 16. September. Das vom PR- und Marketing-Ausschuss Anfang 2017 zu erarbeitende Detailkonzept müsse und werde die bisherigen Erfahrungen, das „enge Etatkorsett“ und aktuelle Entwicklungen berücksichtigen. Insofern seien „sinnvolle substanzielle Änderungen“ mit dem Ziel zu erwarten, die Initiative durch frische Impulse zu beleben.

Aktion Barrierefreies Bad (ABB): Die vielfältige Präsenz der „fest etablierten und allseits akzeptierten“ Einrichtung schlage sich u. a. in der kontinuierlichen Tätigkeit des Informationsbüros, diversen Vorträgen und Messeauftritten sowie einer systematischen Fach- und Endverbraucherpressearbeit nieder. Darüber hinaus habe die unter der Schirmherrschaft von Bundesbauministerin Dr. Barbara Hendricks stehende Gemeinschaftsinitiative 2016 neue Aktivitäten wie einen umfassenden Relaunch des Portals www.aktion-barrierefreies-bad.de und einen eigenen Newsletter durch- und eingeführt. Nach der „schnellen und deutlichen“ ABB-Reaktion auf den abrupten Stopp der KfW-Zuschussförderung sei es natürlich erfreulich, dass dieses stark nachgefragte Instrument 2017 wahrscheinlich sogar mit einem auf 75 Mio. Euro aufgestockten Volumen wieder zur Verfügung stehe. Die konsequente Information darüber und über andere relevante Themen auf den unterschiedlichen Kommunikationskanälen bilde ebenso einen Schwerpunkt des kommenden Jahres wie der gezielte Dialog mit der Politik u. a. auf Basis des neuen Branchen-Positionspapieres „Demografischer Wandel“.

**Medialer Lieblingsraum**

Bad-Akademie: Der nächste reguläre Kurs der vertriebsstufenübergreifenden Weiterbildung beginne im April 2017. Infos und Anmeldemöglichkeiten gebe es unter www.bad-akademie.de . Neben den optional angebotenen Modulen „Licht“ und „Barrierefreiheit“ kündigte Wischmann an, ggf. weitere separate Seminare zum Thema „Vorfertigung“ in das Portfolio der Bad-Akademie zu integrieren. Im Übrigen komme es darauf an, das hier vermittelte Wissen intensiv als umfassendes Branchen-Know-how zu verbreiten.

PR- und Öffentlichkeitsarbeit: Obwohl die VDS ihre geringeren finanziellen Mittel gezielt in wichtige Großprojekte wie den komplett neuen Auftritt von www.gutesbad.de , die Kompetenz- und Kommunikationsoffensive „Bad und Gesundheit“, die Vorarbeiten für die „ISH 2017“ und die Bad-Grundlagenstudie investiert habe, brachten die regulären Presse- und Medienaktivitäten auch 2016 „weit überdurchschnittliche“ Erfolgszahlen. Sie summierten sich gemäß Hochrechnungen auf ca. 6.000 Einzelabdrucke mit etwa 200 Mio. Auflage bzw. Seitenaufrufen. Diese Bilanz unterstreiche einmal mehr die „redaktionelle Karriere“ des Bades.

**Zeitgemäße Ära**

Internetauftritte: Im Dezember gehe die vollständig erneuerte Publikumsplattform www.gutesbad.de ans Netz. Das zentrale Branchenportal für Endverbraucher sei in jeder Hinsicht auf der „Höhe der Online-Zeit“. Die in zehn Bereiche gegliederte Site überzeuge u. a. durch: ein responsives Webdesign mit drei Abstufungen für iPhone, Tablet und stationäre Geräte, ein modernes Content-Management-System, unkomplizierte Klickstrecken, einfache Strukturen, das komplette Angebot auf der Startseite, ein breites Inhaltsrepertoire, einen hohen Unterhaltungswert, Neutralität und damit Glaubwürdigkeit, Blog als Inspirationsquelle auch oder gerade für jüngere User, umfassend recherchierte (Ratgeber-)Beiträge, einen durchgängig eigenen Content sowie eine SEO-optimierte Text- und Bildformatierung. Quasi „personifiziert“ werde die neue Internet-Ära durch Franziska van Almsick.

2017 stehe mit dem fachlichen Branchenportal www.sanitaerwirtschaft.de ein weiteres notwendiges Relaunch-Projekt auf dem Programm. Es solle ebenfalls auf Wordpress-Basis realisiert werden, so dass dann alle Internetauftritte der VDS in puncto „Technik“ und „Content-Management-System“ eine Einheit bildeten. Die Informationsdevise (auch) für diese Onlinegeneration: schneller, kürzer, prägnanter und individueller.

**Frankfurter Pensum**

Das in Bonn mehrfach erörterte Thema „ISH 2017“ ergänzte Wischmann um ein Kurzporträt der Bereiche, die die VDS selbst verantwortet oder aktiv begleitet. Mit der „Waterlounge“ biete der Verband Mitte März in Halle 3.1 wieder eine vertraute zwanglose Informations- und Dialogplattform z. B. für Journalisten und Branchenvertreter. An sie schließe sich unmittelbar die ZVSHK-Präsentation „Bad 4.0“ an, die einen Blick in die Zukunft des Bades werfe.

Mit einem spezifizierten Presse- und PR-Paket will die Dachorganisation der Sanitärwirtschaft ebenso wieder zu einer starken Medienresonanz beitragen wie mit dem Engagement von Franziska van Almsick. Das gemeinsam mit der Messegesellschaft durchgeführte Trendforum „Pop up my Bathroom“ widme sich dieses Mal allen Facetten des individuellen Bades. Es habe sein Messedomizil im „Saal Europa“ und mache dort die Perspektiven und Tendenzen für die Besucher auch durch Expertenvorträge und Diskussionsrunden transparent.

Schließlich unterstütze die VDS das Sonderprojekt „Werkstatt Bad“, das gerade den Besuchern aus dem Fachhandwerk konkreten Nutzen verschaffen soll. Wie Initiator Ulrich Bergmann während der Mitgliederversammlung erläuterte, geht es im Foyer der Halle 4.0 unter dem Motto „Wir zeigen Zukunft“ darum, rationelle Montagemethoden „live“ zu demonstrieren. Pro (Messe-)Tag werde dazu jeweils ein anderes Bad aufgebaut. Die komplett mit Markenprodukten dargestellten Lösungen könnten in der Praxis dafür sorgen, mehr Bäder mit weniger Monteuren in einer noch besseren Qualität zu verwirklichen. So lasse sich nicht zuletzt dem akuten Fachkräftemangel begegnen. Moderne Informationsmedien dienten in der Mainmetropole der Wissensvertiefung und ermöglichten außerdem eine individuelle Nachbereitung.

Ansonsten fasste das „Branchenparlament“ unter „Regularien“ durchweg einstimmige Beschlüsse. Das galt auch für die Wahl von Dr. Hans Henning zum neuen Rechnungsprüfer. Der Hauptgeschäftsführer des DG Haustechnik tritt damit die Nachfolge von Elmar Esser an.

Am 28. November 2017 treffen sich die VDS-Mitglieder zu ihrer nächsten Jahressitzung. Die Verantwortlichen dürften dann wieder über ein „volles Programm“ berichten – beim Blick zurück und nach vorn gleichermaßen.

**Bildtexte**

**Foto 4560**

Geschäftsführung und Vorstand der VDS sind davon überzeugt, dass die Branche ihr Potenzial künftig noch besser ausschöpfen kann. Von links: Jens J. Wischmann, Hartmut Dalheimer, Andreas Dornbracht, Dr. Rolf-Eugen König und Michael Hilpert.

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

**Foto 4563**

Die Ende November 2016 in Bonn durchgeführte VDS-Mitgliederversammlung erhielt überwiegend positive Nachrichten. Dazu gehörte die jüngste Umsatzschätzung des ifo-Institutes. Danach stiegen die Verkaufserlöse der Sanitärbranche 2016 zum siebten Mal in Folge. Auch für 2017 zeichne sich ein weiteres moderates Wachstum ab.

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

**Foto 4561**

Rief dazu auf, den beim Thema „Bad und Gesundheit“ vorhandenen Wettbewerbs- und Kompetenzvorsprung „mit der nötigen Power auf die Straße zu bringen“: Hartmut Dalheimer. Für den VDS-Vorsitzenden ist es nämlich nur eine Frage der Zeit, „bis andere versuchen, auf den Zug aufzuspringen.“

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

**Bild 4562**

Nach Aussage von Andreas Müller (vorne) beträgt der aktuelle Auftragsbestand im SHK-Handwerk fast zehn Wochen. Der stv. ZVSHK-Hauptgeschäftsführer war sich in der Analyse mit den übrigen Teilnehmern der VDS-Mitgliederversammlung in einem zentralen Punkt völlig einig: Die Branche muss alles tun, um dem akuten Fachkräftemangel zu begegnen.

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

**Foto 4559**

Der Endverbraucher-Ratgeber „Für Herz und Seele“ (links) und die entsprechende Fachbroschüre „alles in einer!“ (rechts) sind die zentralen Elemente der 2016 gestarteten Branchenoffensive „Bad und Gesundheit“. Wie es in Bonn hieß, machte die VDS damit nicht nur einen „guten Job“, sondern lieferte den Badprofis „vor Ort“ auch fundiertes Mehrwert-Wissen.

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

**Grafik 3154 Tatkraft**

Insgesamt haben einer neuen repräsentativen forsa-Studie zufolge 17 % der Bundesbürger ihr Bad seit 2012 entweder komplett (12 %) oder teilweise (5 %) erneuert. In beiden Fällen schritten vor allem Wohnungseigentümer zur Renovierungs-Tat, erläuterte die Vereinigung Deutsche Sanitärwirtschaft (VDS) bei der Vorlage ihres jüngsten Marktforschungsprojektes.

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

**Grafik 3152 Aufteilung**

Die Renovierungsintensität im Badsektor nimmt seit 2014 signifikant zu. Das ermittelte das forsa-Institut in einer neuen Repräsentativerhebung. Nach Meinung der Vereinigung Deutsche Sanitärwirtschaft (VDS) bestätigt das den „stetig wachsenden Bad-Stellenwert“ in der Bevölkerung.

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

**Grafik 3153 Auslöser**

Das (in jeder Hinsicht) „veraltete Bad“ ist für die Deutschen der mit Abstand wichtigste Renovierungsgrund. Das ergab eine neue forsa-Umfrage unter Wohneigentümern und Mietern, die ihr vorhandenes Bad seit 2012 komplett oder teilweise modernisierten. Bei bereits 11 % war die „nicht altersgerechte / barrierefreie“ Ausstattung der auslösende Faktor, weist die Vereinigung Deutsche Sanitärwirtschaft (VDS) auf die Relevanz eines wichtigen Branchen-Kompetenzfeldes hin.

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

**Foto 4565 Logo**

Der bundesweite „Tag des Bades“ bleibt nach dem Votum der VDS-Mitgliederversammlung auch 2017 im Veranstaltungskalender der Sanitärbranche. Der konkrete Termineintrag: 16. September. In dem kurzfristig zu erarbeitenden Aktionskonzept sind „sinnvolle substanzielle Änderungen“ zu erwarten, hieß es in Bonn.

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

**Grafik 4564 Medialer Lieblingsraum**

Obwohl die VDS ihre geringeren finanziellen Mittel gezielt in „wichtige Großprojekte“ investierte, brachten die regulären Presse- und Medienaktivitäten auch 2016 „weit überdurchschnittliche“ Erfolgszahlen. Die auf Hochrechnungen basierende Bilanz unterstreicht nach Auffassung des Dachverbandes erneut die Effizienz der professionellen PR-Arbeit.

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

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.