### PRESSEINFORMATION

**Institution bietet Premiere**

**Zwei eigenständige Kampagnen zum „Tag des Bades“ 2019 / „Alles fürs Wohlgefühl“: Gesundheit im Fokus / „Bunte Mischung“: Neue Farbigkeit im Bad / Freie Entscheidung für Betriebe / Komplette Unterstützungs-Pakete / Kostenlose Aktionsmittel zum Download bei DGH und ZVSHK / VDS-Broschüren verstärken Verbraucherberatung / Bundesweite Medienarbeit sichert Aufmerksamkeit / Vernetzung von PR, Internet und Social Media / Themen-Interviews mit Franziska van Almsick / Gemeinsames Branchenevent mit unveränderter Doppelfunktion**

Datum: 14.05.2019

**Bonn – (vds)** Auch für Institutionen gilt die Devise „Feste Größen dürfen nicht statisch sein“. Darauf weist die Vereinigung Deutsche Sanitärwirtschaft (VDS) in ihrer Vorschau auf den nächsten bundesweiten „Tag des Bades“ am 21. September 2019 hin. Der konkrete Anlass: Erstmals in ihrer 15-jährigen Geschichte geht die gemeinsame Branchenaktion mit zwei eigenständigen Kampagnen an den Start. Die Premiere greift unterschiedliche Sachthemen auf und bietet den mitwirkenden Betrieben die Möglichkeit zur freien Entscheidung, erklärt der Dachverband das von dem verantwortlichen PR- und Marketing-Ausschuss erarbeitete und umgesetzte Konzept. Unverändert bleibe natürlich die generelle Doppelfunktion der etablierten Initiative: Marktimpulse geben und die Nachfrage zum Profi lenken.

**Gemeinsame Priorität und aktueller Trend**

Eine Version rücke unter dem Motto „Alles fürs Wohlgefühl“ das weiter intensiv zu penetrierende Thema „Bad und Gesundheit“ in den Mittelpunkt. Dessen Bedeutung habe zuletzt Andreas Dornbracht während der „ISH“ in einem Interview für die Branchen-Plattform www.sanitaerwirtschaft.de nochmals hervorgehoben. Nach Auffassung des VDS-Vorsitzenden kommt es darauf an, bei der Wissensvermittlung zu gesundheitsfördernden Produkten und Anwendungen im Bad „gemeinsam noch viel mehr zu tun“. Das Thema gehöre sogar als „Priorität 1“ auf die Beratungsliste z. B. in den Ausstellungen von Großhandel und Handwerk. Im Übrigen trage das auch wirksam zur Abgrenzung von anderen Vertriebswegen bei. Aufgabe der VDS sei es, für die nötigen kommunikativen Rahmenbedingungen zu sorgen. Das geschehe etwa durch die umfangreichen Aktivitäten zum „Tag des Bades“.

Der zweite Kampagnenvorschlag widmet sich laut Jens J. Wischmann einem „sehr aktuellen Thema“. Unter dem Slogan „Bunte Mischung“ geht es um die speziell während der Frankfurter Leitmesse als Trend ausgemachte neue Farbigkeit im Bad, meldet der VDS-Geschäftsführer. Sie stoße gerade in der gesamten Endverbraucherpresse auf ein starkes redaktionelles Interesse. Um den „medialen Rückenwind“ für die Branche und die Betriebe zu nutzen, habe man schnell reagiert und ein entsprechendes Event-Paket geschnürt. Außerdem verberge sich hinter „Bunte Mischung“ letztlich die ganze Vielfalt des Wohnbades vom Profi.

**Alles zum Einsatz bereit**

Beide Konzepte seien daher voneinander unabhängig und ermöglichten so den Firmen „vor Ort“, die Aktion an ihren individuellen Prämissen bzw. Strategien zu orientieren. Zur Organisation heißt es, dass es wie schon 2018 auch in diesem Jahr keine zentrale Plattform gebe, bei der sich die Teilnehmer anmelden und registrieren (lassen) müssten. Die kostenlosen Aktionsmittel für das lokale Veranstaltungs-Marketing können Fachgroßhändler und Fachhandwerker danach ausschließlich in den internen Bereichen der Websites www.dg-haustechnik.de und www.zvshk.de für die Eigenproduktion downloaden. Die druckfähigen Dateien der Materialien seien bereits hinterlegt.

Pro Kampagne ist, so Wischmann weiter, ein komplettes Unterstützungs-Portfolio verfügbar. Im Einzelnen handele es sich jeweils um Logo, Poster, Anzeigen, Internet-Banner sowie einen Muster-Pressetext mit drei Fotos. Darüber hinaus empfehle sich die Verwendung diverser VDS-Broschüren zum vertiefenden Bauherren- und Renovierer-Kontakt. Einen Überblick über das entsprechende Repertoire biete sanitaerwirtschaft.de im Menüpunkt Info & Service. Ein dort integriertes Bestellformular erleichtere den Abruf der unterschiedlichen Beratungshilfen. Neu in der Sammlung: die Broschüre „Das moderne Bad“. Die 40-seitige Publikation der Aktion Barrierefreies Bad (ABB) beschreibe und zeige die Details vorausschauender Planungen.

**Vielfältiges Event-Programm**

Die begleitende nationale Kommunikationsarbeit des Dachverbandes gewährleiste wieder die nötige mediale Aufmerksamkeit für den „Tag des Bades“. Sie vernetze PR-, Internet- und Social Media-Aktivitäten. Regelmäßige Endverbraucherpresse-Infos mit Fotos und Grafiken, exklusive Kooperationen mit Magazinen wichtiger Zielgruppen und eine vorproduzierte Redaktionsseite zählten ebenso dazu wie kontinuierliche Beiträge auf den Plattformen www.gutesbad.de und www.tagdesbades.de sowie die Präsenz etwa auf Facebook, Pinterest und youtube.

Auch Badbotschafterin Franziska van Almsick engagiere sich natürlich erneut für das Projekt. So schildere sie in aktuellen Interviews ihre persönlichen Eindrücke und Vorlieben bei den zentralen Kampagnenthemen „Farbe“ und „Gesundheit“. Die kurzen Videos seien im youtube-Kanal von gutesbad.de zu finden. Unter dem Strich glaubt Wischmann gerade infolge der „Duo-Premiere“, dass die Institution „Tag des Bades“ 2019 einen „Frischekick“ erhält.

**www.sanitaerwirtschaft.de**

**www.gutesbad.de**

**www.tagdesbades.de**

**www.dg-haustechnik.de**

**www.zvshk.de**

**Bildunterschriften**

Erstmals in seiner 15-jährigen Geschichte geht der bundesweite „Tag des Bades“ mit zwei Kampagnen an den Start. Während das Gesundheits-Thema unter dem Motto „Alles fürs Wohlgefühl“ steht, greift die „Bunte Mischung“ den neuen Trend zur Farbigkeit im Bad auf.

**Foto:** Vereinigung Deutsche Sanitärwirtschaft (VDS) Bild 4755

Die generelle Doppelfunktion der gemeinsamen Branchenaktion „Tag des Bades“ bleibt laut Vereinigung Deutsche Sanitärwirtschaft (VDS) auch 2019 unverändert: Marktimpulse geben und den Bedarf zum Profi lenken. Dafür stehen Fachgroßhandel und Fachhandwerk kostenlose Unterstützungs-Pakete zur Verfügung. Sie sind in den internen Bereichen von www.dg-haustechnik.de bzw. www.zvshk.de downloadbar.

**Foto:** Vereinigung Deutsche Sanitärwirtschaft (VDS) Bild 4756

Auch 2019 soll der „Tag des Bades“ Verbraucher inspirieren und informieren. Dafür sorgt nicht zuletzt die nationale Kommunikations- und Medienarbeit, betont die Vereinigung Deutsche Sanitärwirtschaft (VDS). Realisiert werde erneut ein vernetztes PR-, Internet- und Social Media-Programm.

**Foto:** Vereinigung Deutsche Sanitärwirtschaft (VDS) Bild 4757

Ist immer wieder von Wasser und seiner intelligenten Nutzung beeindruckt: Badbotschafterin Franziska van Almsick. In zwei aktuellen Videos beantwortet sie Fragen zu Farben bzw. Gesundheit – passend zum „Tag des Bades“ am 21. September 2019.

**Foto:** Vereinigung Deutsche Sanitärwirtschaft (VDS) Bild 4758

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