### PRESSEINFORMATION

**„Selten war er so wichtig wie heute“**

**„Tag des Bades“ 2020: Etabliertes Tool mit besonderer Aktualität / Gemeinsamer Brancheneinsatz gegen Corona-bedingte Geschäftsflaute / VDS plädiert für „volle Mitmach-Power“ / Wieder zwei eigenständige Kampagnen / „Traumstart in den Tag“: Energie und Fitness / „Alles fürs Wohlgefühl“: Tiefenentspannung und Gesundheit / Wahlfreiheit für Betriebe / Kostenlose Aktionsmittel zum Download bei DG Haustechnik und ZVSHK / Broschüren verstärken Verbraucherberatung / Virtueller Extraservice / Nationale Kommunikations-Vielfalt / Franziska van Almsick gibt Klartext-Empfehlung**

Datum: 29.05.2020

**Bonn – (vds)** „Um einem möglichen Geschäftsrückgang aktiv zu begegnen, muss die Sanitärbranche ihre gemeinsamen (Kommunikations-)Anstrengungen zur Bedarfsweckung und -lenkung wieder deutlich verstärken.“ Diese Forderung stieß im Rahmen der jüngsten Corona-Eilumfrage der Vereinigung Deutsche Sanitärwirtschaft (VDS) nicht nur auf die größte Zustimmung bei den mitwirkenden Verbänden, sie lässt sich auch ebenso einfach wie professionell erfüllen. Das erklärt die Bonner Dachorganisation und verweist mit dem bundesweiten **„Tag des Bades“ auf ein „etabliertes und gerade jetzt zeitgemäßes Tool zur kraftvollen Marktbearbeitung“.**

**Das zentrale Verbraucherevent gehe 2020 am 19. September zum inzwischen 16. Mal über die Bühne. Die Verantwortlichen sind sich mit Blick auf die düsteren Konjunkturprognosen einerseits und die während und nach der Covid-19-Pandemie eher noch steigende Bedeutung des privaten Bades für die Menschen andererseits sicher: „Selten war der Aktionstag für die Branche so wichtig wie heute.“ Deshalb müsse er intensiv genutzt und vermarktet werden. Die Weichen dafür seien bereits gestellt.**

**Tankstelle und Urlaubsort**

Die auf www.sanitaerwirtschaft.de konkret beschriebenen Einzelheiten des diesjährigen Konzeptes und seiner Umsetzung fasst Jens J. Wischmann in einer Presseinformation zusammen. Der VDS-Geschäftsführer hebt zunächst die Entscheidung des PR- und Marketing-Ausschusses des Verbandes hervor, nach der „gelungenen Premiere“ im Vorjahr auch 2020 für die Betriebe zwei eigenständige Kampagnen zu entwickeln und anzubieten. Beide haben, wie es heißt, einen durchaus bewussten Bezug zu dem besonderen aktuellen Umfeld. Analog dazu sei die Argumentation gewählt.

Das erste Motiv verspreche einen „Traumstart in den Tag“ und positioniere das heimische Bad als Tankstelle für positive Energie gleich am Morgen. Vom Profi strukturiert und komfortabel eingerichtet, mache es fit und fröhlich für den „Sprung nach draußen“.

Die zweite realisierte Idee ziele auf das genaue Gegenteil. Sie thematisiere unter dem Motto „**Alles fürs Wohlgefühl“ die (abendliche) Rückkehr nach Hause und stehe** für den Wunsch nach Tiefenentspannung und Gesundheit. Hier fungiere also das eigene Bad als rund um die Uhr geöffnetes Naherholungsgebiet und zeige damit eine individuelle Alternative zu dem in Corona-Zeiten keineswegs gesicherten Outdoor-Urlaub auf.

Beide Konzepte seien daher voneinander unabhängig und ermöglichten es den Unternehmen, die Aktion jeweils an ihren speziellen Vorlieben bzw. Strategien zu orientieren. Natürlich könnten die Betriebe auch eine „Doppelkampagne“ fahren. „Im Vorjahr war das ebenfalls zu beobachten“, erinnert sich Wischmann.

**Bewährte und neue Unterstützung**

Was die Nutzung der **kostenlosen Aktionsmittel für das lokale Veranstaltungs-Marketing betreffe, bleibe es bei der inzwischen eingespielten Praxis. Danach können Fachgroßhandel und Fachhandwerk das Material für die Eigenproduktion ausschließlich in den internen Bereichen der Websites von DG Haustechnik und ZVSHK downloaden. Die druckfähigen Dateien seien schon hinterlegt.**

**Pro Kampagne** ist, erläutert Wischmann weiter, ein komplettes Unterstützungs-Portfolio verfügbar. Im Einzelnen umfasse es jeweils 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 Renoviererkontakt. Einen Überblick über das gegenwärtige Repertoire gebe www.sanitaerwirtschaft.de im Menüpunkt Info & Service. Ein dort integriertes Orderformular erleichtere den Abruf der unterschiedlichen Beratungshilfen.

Außerdem kündigt der Geschäftsführer einen neuen Verbandsservice an. Selbst, wenn es am 19. September 2020 zu einem weiteren (eventuell lokalen) Shutdown und damit zu einem Verbot von Ausstellungsöffnungen komme, bedeute das nicht das „Aus“ für den „Tag des Bades“. Man müsse dann lediglich die Kommunikation anpassen bzw. verändern. Konkret gehe es um eine noch stärkere Nutzung der vielfältigen Social Media-Szene. Rechtzeitig vor dem Event publiziere die VDS daher u. a. auf www.sanitaerwirtschaft.de Informationen und Tipps für virtuelle Aktivitäten der Badprofis. Der Einsatz dieser Module könne auch unabhängig von dem speziellen Anlass erfolgen.

**Mobilisierung auf (fast) allen Kanälen**

Die flankierende nationale Kommunikationsarbeit des Dachverbandes gewährleiste wieder ein breites mediales Echo auf den „Tag des Bades“. Regelmäßige Endverbraucherpresse-Aussendungen mit Fotos und Grafiken, exklusive Kooperationen mit Magazinen relevanter Zielgruppen und eine vorproduzierte Redaktionsseite zählten ebenso dazu wie ganzjährige Projektveröffentlichungen auf den Plattformen www.gutesbad.de und www.tagdesbades.de. Hinzu komme die Präsenz auf facebook, Pinterest und Youtube. Erstmals erweitere 2020 zudem die Podcast-Reihe „Badetag“ das Informationsangebot vor und nach der Aktion. Die themenspezifischen Beiträge von Dusch-WC über Stauraum bis Hygiene seien als für Fachleute und Endverbraucher gleichermaßen nützliche Dialoge konzipiert. Die „Reinhör-Adresse“: **www.bade-tag.de.**

Last but not least engagiere sich natürlich auch Badbotschafterin Franziska van Almsick erneut für die Veranstaltung. Ihre jüngste Klartext-Empfehlung an Bauherren und Renovierer: „Am besten vor dem Kauf alle rein in die Badausstellung und testen.“ Aktuell erweise sie sich im Interview mit dem Youtube-Channel Hausbau Helden als kompetente Gesprächspartnerin für „familientaugliche Bäder“. Zu sehen ist das Video u. a. auf den Branchen-Websites www.gutesbad.de und www.sanitaerwirtschaft.de.

Insofern ziehe die VDS im Rahmen ihrer finanziellen Möglichkeiten „viele Mobilisierungs-Register“. Jedenfalls verdiene der „Tag des Bades“ gerade 2020 die „volle Mitmach-Power“. Wischmann: „Um die Corona-bedingte Geschäftsflaute gemeinsam zu bekämpfen, gibt es nach unserer Überzeugung kaum eine bessere Gelegenheit.“

www.sanitaerwirtschaft.de

www.gutesbad.de

www.tagdesbades.de

www.bade-tag.de

www.dg-haustechnik.de

www.zvshk.de

**Bildunterschriften**

Mit dem „Tag des Bades“ verfügt die Sanitärbranche über ein „ebenso zeitgemäßes wie etabliertes Tool“, um die Corona-bedingte Flaute des Badgeschäftes gemeinsam zu bekämpfen. Das betont die Vereinigung Deutsche Sanitärwirtschaft (VDS) im Vorfeld des am 19. September 2020 zum 16. Mal stattfindenden zentralen Verbraucherevents. Nach der „gelungenen Premiere“ stehen den mitwirkenden Betrieben auch in diesem Jahr zwei eigenständige Kampagnen zur Wahl. Im Bild die beiden Poster-Motive.

**Foto:** Vereinigung Deutsche Sanitärwirtschaft (VDS) Bild 4809

Mit der Kampagne „Traumstart in den Tag“ will die Vereinigung Deutsche Sanitärwirtschaft (VDS) das heimische Profi-Bad als Tankstelle für positive Energie, Fitness und Fröhlichkeit positionieren. Die kostenlosen Aktionsmittel (siehe Foto) können Fachgroßhandel und Fachhandwerk wie in den Vorjahren in den internen Bereichen der Websites von DG Haustechnik und ZVSHK downloaden.

**Foto:** Vereinigung Deutsche Sanitärwirtschaft (VDS) Bild 4806

Der zweite Kampagnenvorschlag zum „Tag des Bades“ 2020 thematisiert unter dem Motto „Alles fürs Wohlgefühl“ die (abendliche) Rückkehr nach Hause und steht für den Wunsch nach Tiefenentspannung und Gesundheit. Auch für dieses Konzept stellt die Vereinigung Deutsche Sanitärwirtschaft (VDS) den mitwirkenden Betrieben ein Unterstützungs-Paket (siehe Foto) zur Verfügung. Außerdem begleite der Dachverband das Event wieder mit einer intensiven nationalen Kommunikationsarbeit.

**Foto:** Vereinigung Deutsche Sanitärwirtschaft (VDS) Bild 4807

Auch in diesem Jahr lässt Franziska van Almsick keinen Zweifel an ihrer Sympathie für den „Tag des Bades“. Entsprechend deutlich formuliert die Badbotschafterin ihre Empfehlung an Bauherren und Renovierer für den 19. September 2020: „Am besten vor dem Kauf alle rein in die Badausstellung und testen.“

**Foto:** Vereinigung Deutsche Sanitärwirtschaft (VDS) Bild 4808

Für Jens J. Wischmann haben die düsteren Konjunkturprognosen einerseits und die während und nach der Covid-19-Pandemie für die Menschen eher noch steigende Bedeutung des privaten Bades andererseits eine Gemeinsamkeit. Der VDS-Geschäftsführer: „Selten war der ‚Tag des Bades‘ so wichtig wie heute.“ Deshalb müsse er intensiv genutzt und vermarktet werden.

**Foto:** Vereinigung Deutsche Sanitärwirtschaft (VDS) Bild 680

Abdruck frei – Beleg erbeten

**Herausgeber:** Vereinigung Deutsche Sanitärwirtschaft e. V. (VDS), Rheinweg 24, 53113 Bonn, Telefon +49 228 92399930, Telefax +49 228 92399933, E-Mail info@sanitaerwirtschaft.de

**Redaktion:** Linnigpublic Agentur für Öffentlichkeitsarbeit GmbH, Büro Koblenz: Fritz-von-Unruh-Straße 1, 56077 Koblenz, Telefon +49 261 3038390, Telefax +49 261 3038391, E-Mail koblenz@linnigpublic.de, Büro Hamburg: Flottbeker Drift 4, 22607 Hamburg, Telefon +49 40 82278216, E-Mail hamburg@linnigpublic.de