

„Tag des Bades“

Aktions-Beispiele
in Wort und Bild
von
2005 bis 2012

Stand: 06/2013

„Tag des Bades“

VDS



Vereinigung Deutsche Sanitärwirtschaft e.V.



Plakatieren und animieren

- **Im Vorfeld:** Plakate prominent – auch bei „fachfremden“ Firmen – anbringen



Elmer 2012



Boddenberg 2005



Weinkopf 2011



Niefünd 2005

Informieren und mobilisieren

- Infoblätter z. B. in der Fußgängerzone verteilen oder in den eigenen Ausstellungen und bei befreundeten Firmen auslegen



„ Erleben Sie Ihr Bad vom **Prof.** Ich hab meins schon! „

www.gutesbad.de

Tag des Bades
15.9.12

Hereinspaziert!

Entdecken Sie die schönsten Ideen und Markenprodukte rund ums Bad. Sie suchen etwas ganz Bestimmtes? Dann lassen Sie sich von uns beraten. Außerdem: Machen Sie mit beim bundesweiten Gewinnspiel*. Es warten 75 Produkt-Gutscheine im Wert von je 1.000 Euro auf Sie!

ELMERA

Nachfolgend finden Sie die teilnehmenden Ausstellungen der Elmer-Gruppe:

*Gewinnspiel werden in allen teilnehmenden Ausstellungen organisiert. 75 Produkt-Gutscheine von deutschen Markenherstellern (siehe unter www.gutesbad.de) im Wert von je 1.000 Euro wertvoll. Die Gewinner können sich aus dem Gesamtgewinnspiel. Alle Bedingungen des Produkt-Gewinnspiels können als Besucher der teilnehmenden Ausstellungen des „Tag des Bades“ am 13.09.2012 ausgefragt und erhalten. Die Gewinner, die während der Veranstaltung die Produkte der teilnehmenden Ausstellungen, die Teilnehmer zu sich von einem Kauf tätigen, Teilnahme und Gewinnausschüttung. Teilnahme werden die Preisgelder eingezahlt und schließlich durch den Bundesweiten Gewinnspiel. Der Gewinn ist bis zum 31.12.2013 gültig und nicht übertragbar. Für ausschließlich beim Bundesweiten Gewinnspiel der Bundesförderung. ermittelnd und nicht beim Produkt-Gewinnspiel. Es kommt kein Haupt- und Beispielspiel. Die Teilnahme ist ausschließlich über den Gewinnspiel. (www.gutesbad.de)



Elmer 2012

Informieren und mobilisieren

- **Im Vorfeld:**
 - Ankündigungen in Form von Presseberichten, Anzeigen, Flyern und VIP-Einladungen
 - Postwurfsendungen
 - Kundeneinladungen mit Infoblatt und Rückantwort
 - kombinierte Anzeigen- und PR-Auftritte in lokalen Tageszeitungen und Anzeigenblättern
 - Hinweise auf der firmeneigenen Homepage



Informieren und mobilisieren

- Kooperation von Fachhandwerksbetrieben mit speziellem Flyer vermarkten



Dahlmann / Auerbach / Boddenberg 2006

Attraktionen schaffen

- „Enthüllung“ Badewanne im Rennwagen-Design durch lokale Polit-Prominenz
- Präsentation von Rallyefahrzeugen und Sport-Lamborghinis
- Bademoden-Schau



Richter + Frenzel 2005



Duravit 2006



Richter + Frenzel 2005



Gaumen verwöhnen

- Kuchenbuffet
- Bauernmarkt
- Cocktailbar / Saftbar
- Prosecco-Frühstück für einen Euro



Villeroy & Boch 2011



Weinkopf 2005



Hasenkamp 2008



Duravit 2009



Richter + Frenzel 2005

Sportfans locken

- Badewannen-Rennen
- Autogrammstunden (regionaler) Sportstars
- „Tipp Kick“ Live-Turnier heimischer Jugendmannschaften



Niefünd 2005



Richter + Frenzel 2005



Boddenberg 2006



Reinshagen & Schröder 2009



Duravit 2009

Stimmung machen

- Konzert der ortsansässigen Musikschule / des Musikvereins



Duravit 2009



Stapelfeldt 2005



Duravit 2010

Künstler buchen

- Musikalische Untermalung in der Ausstellung
- (Karibische) Musik- und Tanzvorführungen



Liedelt 2006



Liedelt 2005



Kleiner 2009

Besucher überraschen

- live und frei Hand gemalte Wandbilder einer Künstlerin in den Bad-Kojen
- Strandkörbe zur Entspannung bei exotischen Klängen, Getränken und Speisen



Liedelt 2006

Kids erfreuen

- Entchenangeln
- Kinderschminken
- Tischfußball



Duravit 2010



Richter + Frenzel 2005



Duravit 2008 + 2010



Duravit 2010

Kids erfreuen

- Auftritte von Luftballonkünstlern / Clowns
- Mal- und Bastelecken



Duravit 2006



Duravit 2010



Villeroy & Boch 2010



Wiedemann 2005

Kids erfreuen

- Ponyreiten
- Kutschfahrten
- „Beifahrer“ im Feuerwehrgewagen



Duravit 2009



Duravit 2009

Duravit 2010

Kids erfreuen

- Kinderkarussell / Hüpfburg



Duravit 2009 - 2011

Kids erfreuen

- Kinder-Malwettbewerb



Wiedemann 2006



Gewinnspiele realisieren

- Tombolas
- Auslobung von Produktpreisen / Komplettbädern / Badkojen
- Verlosung von Hubschrauber-Rundflügen
- Glücksrad
- Spielcasino



Wiedemann 2005



Villeroy & Boch 2009 + 2011



Duravit 2010



Geschichte(n) erzählen



Duravit 2009



Villeroy & Boch 2011

Wohlfühlen fördern

- Klangschalen-Therapie
- Kooperation mit ortsansässiger Krankenkasse
- Maniküre-Angebote



Duravit 2009



Kleiner 2009



Kleiner 2009

Kompetenz beweisen

VDS



Vereinigung Deutsche Sanitarwirtschaft e.V.



Liedelt 2006



Boddenberg 2012



Küpper 2012



Richter + Frenzel 2011



Richter + Frenzel 2011



Elmer 2012



Villeroy & Boch 2010

Erlebnis inszenieren

- 18 qm großes Veranstaltungszelt mitten in Fußgängerzone
- Präsentation von ISH-Neuheiten im Original
- 4 qm großer Außenwhirlpool in Funktion
- Moderator mit Musikanlage für speziellen Werbespot zum Aktionstag und Interviews mit Sandra Völker
- Lokaler TV-Sender „Hamburg 1“ interviewte Sandra Völker vor Ort, Ausstrahlung des Beitrags im „Frühstücksfernsehen“



Niefünd 2005



Kooperationen umsetzen

- Mit Handwerkern zur Beratung der Endverbraucher in den Großhandelsausstellungen



Vereinigung Deutsche Sanitärwirtschaft e.V.



Elting 2011

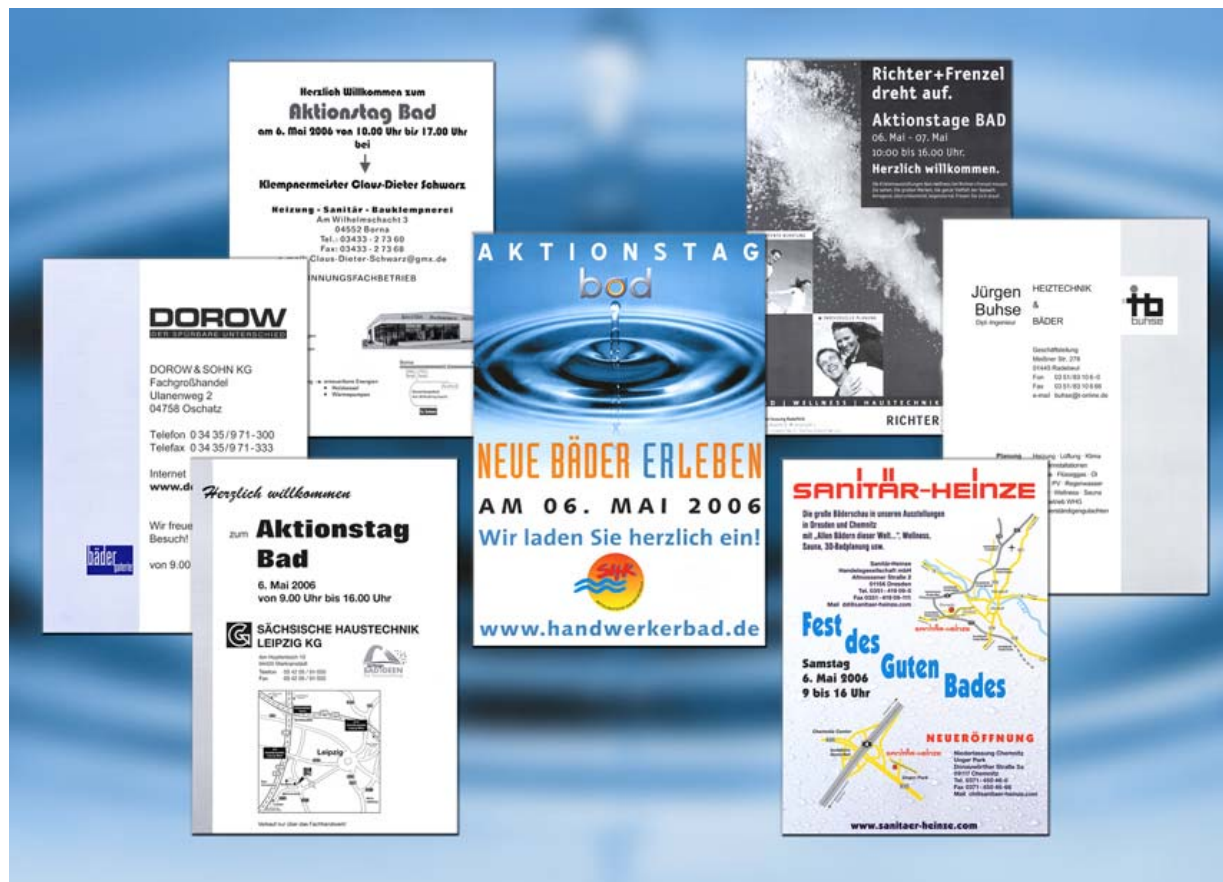


Elmer 2006 + 2012



Kooperationen umsetzen

- Zusammenschluss von 16 Fachgroßhändlern und -handwerkern; Integration „Fest des guten Bades“; im Vorfeld intensive Werbung



Mitteldeutsche SHK-Initiative 2006

Presse interessieren

- (Lokale) Medien u. a. für Interviews „vor Ort“ gewinnen



König 2011

Erfolge melden

- **Im Nachgang:** Übergabe von Gewinnen/Produktgutscheinen aus eigenen Aktionen oder dem bundesweiten „Tag des Bades“-Gewinnspiel inkl. Verwertung in der Presse
- Einbindung von wichtigen Vertretern der Innungen/Fachverbände etc.



Bad(t)räume verwirklicht

Osnabrück (eb) – Beim bundesweiten „Tag des Bades“ im vergangenen September besuchte Beate Burghardt aus Bünde die „Badideen“ von Cordes & Graefe am Wulfter Turm und nahm am Gewinnspiel der **Vereinigung Deutscher Sanitär Wirtschaft (VDS)** teil. Mit Erfolg: Jetzt konnte sie sich über einen Produktgutschein im Wert von 1000 Euro freuen. „Dass einer unserer Besucher zu den Glückspilzen zählt freut uns mindestens genauso“, berichtet Ausstellungsleiter Ansgar Westermann bei der Übergabe des Gutscheins über in der Fachausstellung. Endverbraucher, die ein neues Bad planen, finden in den Badideen auf 800 Quadratmetern von der Badewanne über Badmöbel bis hin zum Waschtisch vielfältige Produkte namhafter Hersteller und können sich gemeinsam mit ihrem Handwerker beraten lassen. Die Gewinnerin nutzte die Gutscheineübergabe und den erneuten Besuch in der Badwelt am Wulfter Turm gleich, um sich ihre Wünsche zu erfüllen. PR-Foto

Cordes & Graefe 2012



Gewinnspiel beim WSG-Fachhandel in Kitzingen
 Während der Ebshäuser Kern strahlten viele Gewinner. Anlässlich des bundesweiten Tag des Bades am 15. September hatte der WSG-Groß- und Fachhandel mit der VDS (Vereinigung Deutsche Sanitärwirtschaft) ein Gewinnspiel gestartet. Gewinner sind: Michael Zepmeisel (Seinsheim/Lichtspeigel), Michael Feid (Kleinlangheim/Spülkasten), Julius Adler (Possenheim/Airglider), Haartrockner: Dietmar Rippele (Kitzingen) und Nicole Röschinger (Marit Einesheim), Javorika Apfelbacher (Neuses am Berg/Kühlta-sche), Yvonne Setz (Wiesenbronn/Handtücher), Gabriele Voll (Kulturbeutel), Marianne Hamm (Eickenhausen/Warmluftbürste), Agnes Mutz (Iphofen/Kochbuch), Nicole Starkmann (Kitzingen/WC-Sitz), Lea Meyer (Seinsheim/Tasse), Helwig Michel (Geesdorf/Handrause), Kosmetikspegel – Helga Schraut (Kitzingen/Kosmetikspegel) und CDs für Peter Most (Kitzingen) und Mi-chaela Steinberger (Sickershausen). FOTO: WSG

Glück beim Preisrästel: Beim Tag des Bades hatte die WSG in Kitzingen ein Gewinnspiel veranstaltet. Unterstützt haben Sanitär- und Heizungs-Hersteller das Gewinnspiel mit zahlreichen Preisen. Den Gewinnern überreichte Geschäftsführerin Simone Adler (vorne rechts) ihre Preise. FOTO: WSG

WSG 2012



Reinshagen & Schröder 2009



Echte Komfortgewinne
WÜLFERSHAUSEN. Einfach mal abtauchen in die Welt des Bades der Firma Ulrich Büttner, Sanitär, Spenglerei und Heizungsbetrieb in Wülfershausen. Dieser Devise folgten viele Bad-Interessenten und das aus gutem Grund. Am „Tag des Bades“ gab es nicht nur viele schicke Einrichtungsideen für ein Traumbad zu sehen, es bestand zudem die Chance, einen von 75 Produkt-Gutscheinen deutscher Markenhersteller im Wert von 1.000 Euro beim bundesweiten Gewinnspiel der **Vereinigung Deutsche Sanitärwirtschaft (VDS)** zu gewinnen. Sandra Hüllmandel (2. von links) und Claudia Janek zählen zu den Glücklichen. Ulrich Büttner (rechts) und Badgestalter Joachim Büchner (4. von rechts) gratulieren ganz herzlich. Familie Hüllmandel freut sich über einen Produktgutschein von 1.000 Euro der Marke Keramag und Claudia Janek über einen Gutschein in gleicher Höhe der Marke Dornbracht. FOTO: BÜTTNER

Büttner 2011

Position beziehen

- „Der Erfolg der einzelnen Veranstaltungen vor Ort hängt in erster Linie vom **Rahmenprogramm** und der **Intensität der lokalen Werbung** ab.“
Thomas Feldmeier, Marketingleiter Richter + Frenzel, Augsburg, 2005
- „Wir haben **mit überschaubaren Kosten großen Erfolg** erzielt. Die mediale Aufmerksamkeit im Vor- und Nachfeld der Gesamtktion durch den Einsatz der VDS-Aktionsmittel brachte Pluspunkte auf dem Bekanntheitsgrad- und Imagekonto.“
Karl Schwanbeck, Geschäftsführer D. F. Liedelt, Norderstedt, 2005
- „Den ‚Tag des Bades‘ zu schaffen, war nicht nur für uns ein **großer Erfolg**, sondern sicher für die ganze Branche.“
Sönke Niefünd, Marketingleiter Reinhard Niefünd GmbH, Rahlstedt, 2005

Position beziehen

- „Eine gelungene Aktion, weil durch eine **Gemeinschaftsaktion mit unseren Fachhandwerkern eine gezielte Bedarfsweckung** erreicht wurde.“
Rainer Assion, persönlich haftender Gesellschafter der Assion & Rath KG, Rodgau, 2005
- „**Alle Vertriebsstufen** haben sich zusammen **kompetent präsentiert**, und wir konnten eine Menge zusätzlicher **Endkundenkontakte** erreichen.“
Norbert Begau, Niederlassungsleiter Wullbrandt + Seele Bautechnik, Braunschweig, 2005
- „Für uns war es ein gelungener Tag, weil wir zusätzlich 15.000 Hausbesitzer eingeladen hatten und **gute Kontakte** entstanden sind.“
Hans-Walter Holst, Geschäftsführer Tillmanns-Gayer GmbH & Co. KG, Frankfurt/Main, 2005

Position beziehen

- „Der Aktionstag ist wichtig, weil wir eine **gute Resonanz** und die Möglichkeit hatten, ‚Kunden unserer Kunden‘ zu motivieren, sich mal **in einer Badausstellung inspirieren zu lassen.**“
Martin Jensen, Inhaber Peter Jensen Bädershow, Hamburg, 2005
- „Der Aktionstag ist sinnvoll, weil der **Endkunde wieder den Weg zum dreistufigen Vertriebsweg finden muss.**“
Markus Lambertz, Sortimentsleitung Sanitär Heinrich Schmidt GmbH & Co. KG, Mönchengladbach, 2005
- „**Aktiv sein bedeutet Fortschritt**; nur wer aktiv ist, wird in den künftigen Märkten Erfolg haben.“
Jürgen Möller, Geschäftsleitung Cl. Bergmann GmbH & Co. KG, Kassel, 2005

Position beziehen

- „Der Aktionstag ist gut, weil eine **umfangreiche, zeitgleiche regionale und überregionale Werbung** das Low-Interest-Produkt **„Bad“ beim Endkunden stärker in den Fokus** rückt als Einzelwerbungen zu unterschiedlichen Zeiten und mit unterschiedlichen Auftritten.“

Wolfgang Wetzstein, Spartenleiter Haustechnik Hermann Bach GmbH & Co. KG, Lippstadt, 2005

- „Grundsätzlich ist es eine Frage der **inneren Einstellung zur Philosophie dieser Veranstaltung**, ob und mit welchem Aufwand man diesen Aktionstag begleitet. Wir haben uns dank unserer **hochmotivierten Mannschaft** gemeinsam mit den beteiligten Installateuren in einem tollen Rahmen präsentiert.“

Sandra Bleher, Assistentin der Geschäftsleitung D. F. Liedelt, Norderstedt, 2006

Position beziehen

- „Mit dem ‚Tag des Bades‘ ist die Branche auf dem **richtigen Weg**, über flächendeckende Veranstaltungen den Endkunden verstärkt zu erreichen. Die Anzahl der teilnehmenden Unternehmen sowie das hohe Engagement einzelner Firmen lassen hoffen, dass der **Kunde verstärkt für das Thema Bad gewonnen** werden kann und sich diese Initiative in den nächsten Jahren positiv weiterentwickeln wird.“
Kajo Mondorf, Vertriebsdirektor Keramag AG, Ratingen, 2006
- „Es ist eine **ganz wichtige Zukunftsaufgabe unserer Branche**, die Endverbraucheransprache zu optimieren. Die VDS hat dies sehr deutlich gemacht und dazu ein umfangreiches Programm auf die Beine gestellt. Die Aktionstage Bad sorgen für eine **breite Öffentlichkeitswirkung** und damit für Aufmerksamkeit bei den Endkunden. Das ist ein guter Aufhänger, um das Angebot unserer Branche ins rechte Licht zu rücken.“
Franz Kook, Vorstandsvorsitzender Duravit AG, Hornberg, 2006

Position beziehen

- **„Die Aktion muss von allen mehr gelebt werden!“**
Thomas Hoffmanns, Ausstellungsleiter bei Eisen Fischer GmbH & Co. KG, 2007
- „Die Bad-Aktionstage müssen fortgesetzt werden, um das ‚Bad vom Profi‘ in der Öffentlichkeit noch populärer zu machen. Wir hoffen auf eine stärkere Beteiligung, um so gemeinsam den **Erfolg der Branche zu stärken.**“
Fritz-Wilhelm Pahl, Geschäftsführender Gesellschafter Bette GmbH & Co. KG, 2007
- „Die Initiative als **Schulterschluss von Handwerk, Handel und Industrie** macht bei entsprechender Planung und Kommunikation durchaus Sinn. **Wünschenswert wäre eine wirklich flächendeckende Teilnahme von Handel und Handwerk**, um das **enorme Potenzial** dieses Aktionstages auch ausschöpfen zu können.“
Marcus Möllers, PR-Beauftragter Franz Kaldewei GmbH & Co. KG, 2007

Position beziehen

- „Mit über 600 Interessenten konnten wir auch in diesem Jahr einen Besucherrekord verzeichnen... Wir präsentieren am ‚Tag des Bades‘ ganz bewusst **gemeinsam mit dem lokalen Sanitäre Großhandel und -handwerk** innovative Produkte, Konzepte und Dienstleistungen. Generell vertreten wir die Überzeugung, dass wir im dreistufigen Vertriebsweg auch beim Marketing noch stärker zusammenarbeiten könnten. **Gemeinsamkeit macht stark.**“
Michael Hellmund, Vorstandsvorsitzender Keramag AG, Ratingen, 2012
- „Durch deutlich weniger Laufkundschaft ergab sich eine höhere Zahl an interessierten Besuchern, die vorrangig eine Fachberatung wollten. Dafür waren u. a. fünf Installateure mit ihrem Equipment in unserer Ausstellung. Diese **Zusammenarbeit funktioniert exzellent.**“
Jürgen Bach, Ausstellungsleiter Elmer GmbH & Co. KG, Köln, 2012

Position beziehen

- „Der Zuspruch war gigantisch. Besonders wichtig war jedoch, dass auch die Qualität der Besucher stimmte. Bei weit über 50 Komplettbad-Beratungen zeigten sich feste Kaufabsichten der Kunden. Der Wunsch nach einem **neuen Bad** und dessen Realisierung scheint bei der **Wohnraumplanung ganz oben** zu stehen. Es ist festzustellen, dass immer mehr Wert darauf gelegt wird, dass das Bad auch im Alter bequem nutzbar sein und trotzdem ein schickes Design besitzen sollte.“

Dirk Schlag, Verkaufsleiter Ausstellung Eugen König GmbH, Koblenz, 2012

Position beziehen

- „Die Eröffnung unserer neuen Ausstellung ließ sich gut mit dem ‚Tag des Bades‘ verbinden. Wir hatten im Vorfeld auf viele gute Gespräche, viele interessierte Kunden und natürlich auch auf einige Aufträge gehofft. **All das traf dann tatsächlich ein.**“
Vera Küpper-Racke, Leiterin Badverkauf Josef Küpper Söhne GmbH, Bonn-Bad Godesberg, 2012
- „Wir halten den ‚Tag des Bades‘ für wichtig und richtig, um das **Bad vom Profi weiter in den Fokus des Endverbrauchers zu bringen. Ich kann eigentlich nur jedem Kollegen empfehlen, mitzumachen.**“
Georg Boddenberg, Geschäftsführer Boddenberg Bad-Design und Heizungstechnik, Leverkusen, 2012