

Welche Vor- und Nachteile bringt es, Mitglied im FVED zu sein?

Der FVED ist die einzige bundesweit aktive Lobby-Vertretung der „Technologie der Einblasdämmung“. Standesvertretungen der Handwerker (Innungen, ZDH u.a.) kennen diese nicht. Die Hersteller sind kaum bis gar nicht vertreten – bzw. deren Produkte spielen in deren Außendarstellung eine meistens untergeordnete Rolle)

Vorteile:

- Mitglied einer starken Lobby-Organisation (die „Avantgarde“ der deutschen Dämm-Handwerker)
- Interessenvertretung im (politischen) Berlin
- Erfahrungsaustausch zwischen gleichgesinnten und am selben Thema arbeitenden Unternehmen (z.B. bei der Mitgliederversammlung, aber auch bei ZOOM-calls)
- Endkunden-Adressen (da wir nicht die DAA sind, erheben wir für Adressen keine Gebühren, und die Adressen werden auch nur an EINEN Fachbetrieb weitergegeben)
- Technisches know-how (bei Konstruktionen, die über die Beratung der Hersteller hinausgeht)
- Medienpräsenz

In letzter Zeit:

- a) Podcast bei NTV
 - b) Sendung und Podcast im Deutschlandfunk
 - c) Artikel in der Mitgliederzeitschrift von Haus&Grund
 - d) Dito in diversen Tageszeitungen
 - e) Und in ZEIT-online
 - f) Und im Buch „Richtig dämmen – ein Bauherren-Ratgeber für Sanierung und Neubau“ (STIFTUNG WARENTEST)
 - g) Und in 15 Fachzeitschriften (Malerblatt, IVV-Medien, DW – Deutsche Wohnungswirtschaft, Verbandszeitschrift der Schornsteinfeger u.v.a.m.)
 - h) Ausschließliche Nennung der Einblas-Dämm-Verfahren in der „guidehouse-Studie“ (im Auftrag der DENEFF und inzwischen x-fach verlinkt und erwähnt)
- Nennung bei Energieberatern (GIH, DEN) – dort bislang in der Schulung von 1.300 Energieberatern (deutschlandweit)
 - Vernetzung mit dem politischen Berlin (Parteien, Ministerien)
 - Vernetzung mit dem Verbände-Berlin (DENEFF, GIH, DEN, DUH, CO2-online, FMI, IVH, IVPU, VDNR, FPX)

- Vernetzung mit Energie-Instituten (IFEU, Ökoinstitut Freiburg, Energiekonsens Bremen, DEnA)
- Bauphysikalische Expertisen
- Wirtschaftlichkeitsberechnungen
- Werben mit dem FVED-Logo
- Teilnahme am QM-System
- Teilnahme an bundesweiten Kampagnen
- Vor-formulierte Pressetexte
- Potenzial-Studie bundesweit
- Profitierung von der §35c-Regelung (vom Verband initiiert)
- Aktuelle Informationen aus dem politischen Berlin

Nachteile:

- Zahlung eines Mitgliedsbeitrages (der häufig schon durch einen einzigen Lead amortisiert wird)
- Teilnahme an der einmal im Jahr stattfindenden Mitgliederversammlung ist erwünscht