

Zukunft und Wandel der WKSB - Branche

ISO-TREFF 2026





Konjunkturelle und strukturelle Belastungen

Die WKS-Branche leidet unter rückläufiger Bautätigkeit, verschobenen Investitionen und steigendem Kosten- und Margendruck.

Veränderung von Markttrollen

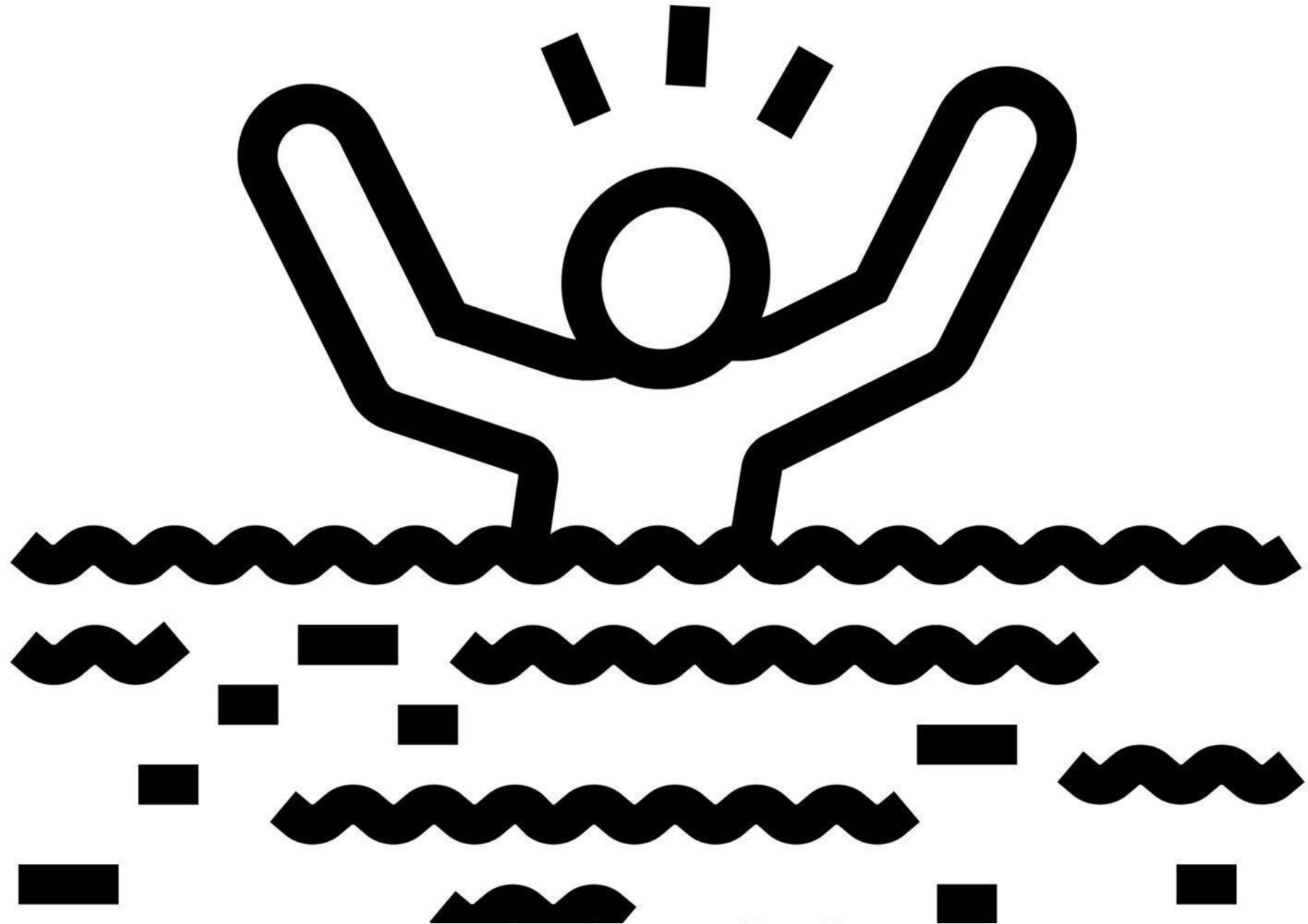
Markttrollen und Wertschöpfungsketten wandeln sich durch Integration von Isolierleistungen in angrenzende Gewerke.

Branchenfragmentierung und kurzfristige Maßnahmen

Kurzfristige Umsatzerhaltungsmaßnahmen führen zu Branchenfragmentierung und erschweren gemeinsame Positionierungen.

Vernachlässigte strategische Themen

Nachwuchsgewinnung, Imagebildung und politische Interessenvertretung geraten in wirtschaftlich schwierigen Zeiten in den Hintergrund.





MARKTANALYSE UND BRANCHENSITUATION



Verarbeiter: Abhängigkeiten und fehlende Marktmacht

KMU mit Abhängigkeiten

Viele Isolierbetriebe sind kleine und mittlere Unternehmen, die als Nachunternehmer für größere Betriebe arbeiten.

Eingeschränkte Marktmacht

Die Abhängigkeit erschwert eine faire Preisgestaltung und verringert die Verhandlungsstärke der Betriebe.

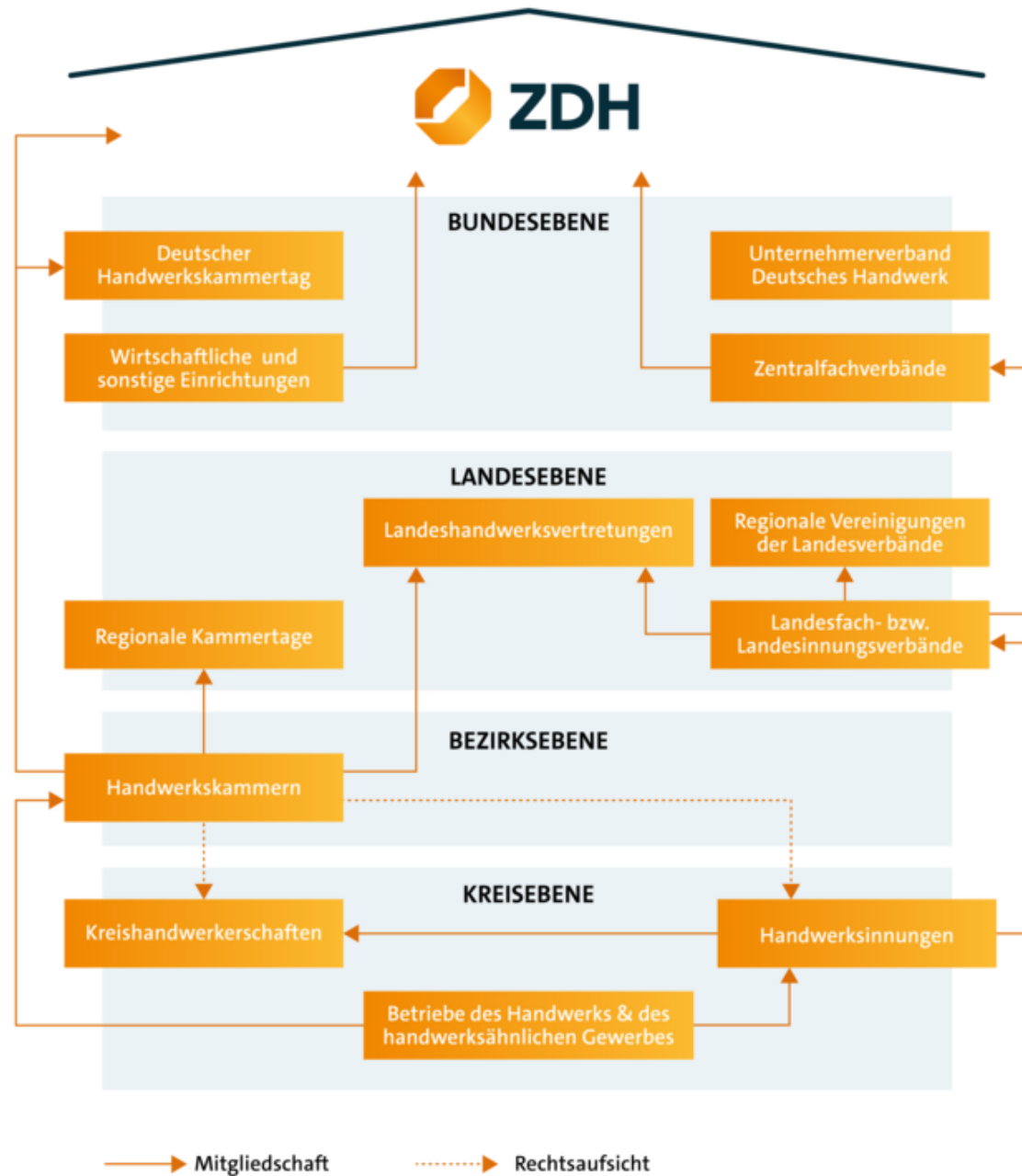
Notwendigkeit neuer Vertriebswege

Viele Betriebe greifen auf Kostenausgleich zurück, statt aktiv neue Vertriebswege zu erschließen, was langfristig schwächt.

Leistungsfähigkeit der Verarbeitungsbetriebe

Nachwuchs- und Facharbeitermangel belasten die Unternehmen. Viele haben keine Unternehmensnachfolge. Der nächsten Generation fehlt oftmals das Gen und die Bereitschaft für Unternehmertum.





WIR MACHEN UNS SORGEN...

(Statements v. Hersteller und Handel)



Beispiel für Fußzeilentext





Warum jetzt gehandelt werden muss

Strategischer Wendepunkt

Die WKS-Branche steht vor neuen Herausforderungen durch steigende Anforderungen an Energieeffizienz und Nachhaltigkeit.

Sichtbarkeit und Einflussverlust

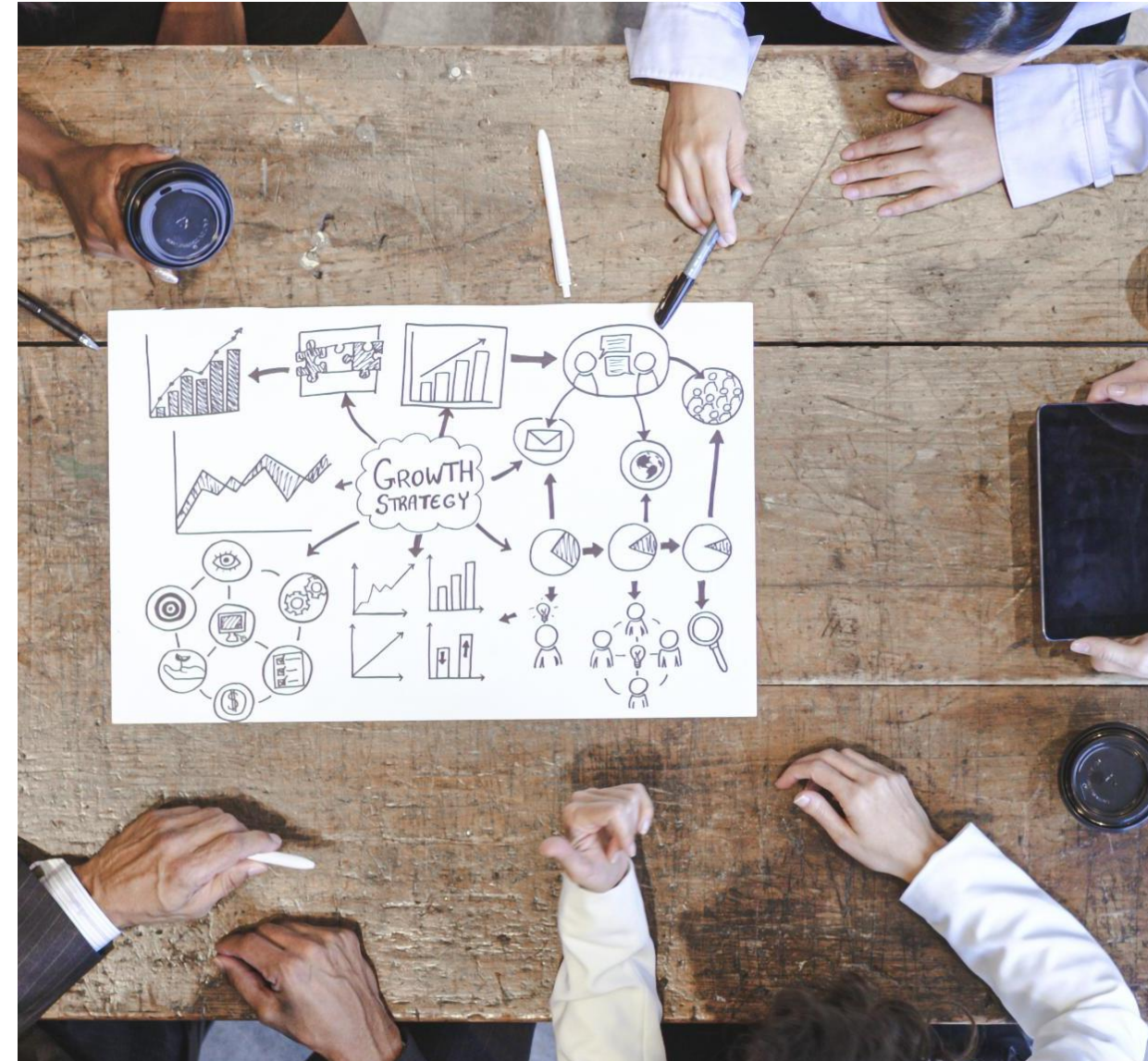
Die Branche verliert an öffentlicher Wahrnehmung trotz wachsender fachlicher Relevanz und droht im Wettbewerb zurückzufallen.

Notwendigkeit gemeinsamer Stimme

Eine koordinierte Interessenvertretung ist essentiell, um politische Entscheidungen und Förderungen positiv zu beeinflussen.

Zukunftsfähigkeit durch Marketing

Professionelle Kommunikation und strategisches Branchenmarketing sichern langfristig Wettbewerbsfähigkeit und Eigenständigkeit.



Branchenmedium „NEU“



Marktbefragung

Die Fachzeitschrift TI – Isoliertechnik wird eingestellt. Ziel dieser Befragung ist es, den Bedarf an einem neuen, unabhängigen Informations- und Kommunikationsmedium für die technische Isolierung zu ermitteln.



Ihre Meinung zählt!

Gestalten Sie das neue
Branchenmedium der WKSB-
Branche aktiv mit.

Mehr erfahren

MARKTBEFRAGUNG 2026

Auswertung der Umfrageergebnisse

Befragung zum Launch eines unabhängigen Fachmediums

Die Befragung auf einen Blick

7,6

Ø Wichtigkeit eines
unabhängigen
Branchenmediums (Skala
1–10)

86 %

Abo-Potenzial: „Ja“ oder
„Vielleicht“ auf die Abo-
Frage

78 %

akzeptieren einen
Jahrespreis ab 50 € (n =
72)

57 %

bevorzugen ein rein
digitales Format, 32 %
eine Kombination

AGENDA

Aufbau der Auswertung

01 Struktur der Stichprobe

02 Informationsverhalten

03 Bedarf, Format und Zahlungsbereitschaft

04 Themenrelevanz

05 Werbung und Vermarktung

06 Nutzen im Tagesgeschäft

07 Engagement und Weiterarbeit

08 Kernaussagen und Methodik

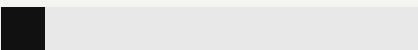
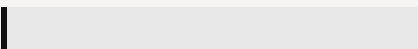
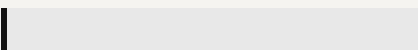
01

Struktur der Stichprobe

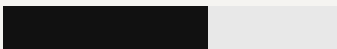
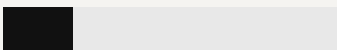
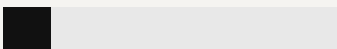
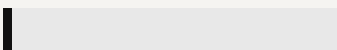
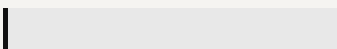
Herkunft, Tätigkeit, Position und Unternehmensgröße der 77
Teilnehmenden

Herkunft und Tätigkeit

LAND

Deutschland		67 · 87 %
Schweiz		8 · 10 %
Österreich		1 · 1 %
Sonstiges		1 · 1 %

TÄTIGKEIT

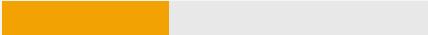
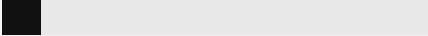
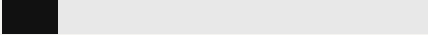
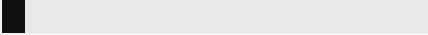
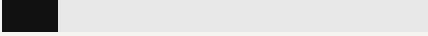
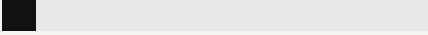
Fachunternehmer		47 · 61 %
Sonstiges		16 · 21 %
Hersteller		11 · 14 %
Anzeigenkunde		2 · 3 %
Industrie / Betreiber		1 · 1 %

Position und Unternehmensgröße

POSITION

Geschäftsführer	23 · 30 %
Inhaber	11 · 14 %
Vertrieb	11 · 14 %
Projekt- / Bauleitung	11 · 14 %
Technik	9 · 12 %
Sonstige	8 · 10 %
Marketing	3 · 4 %
Einkauf	1 · 1 %

UNTERNEHMENSGRÖSSE

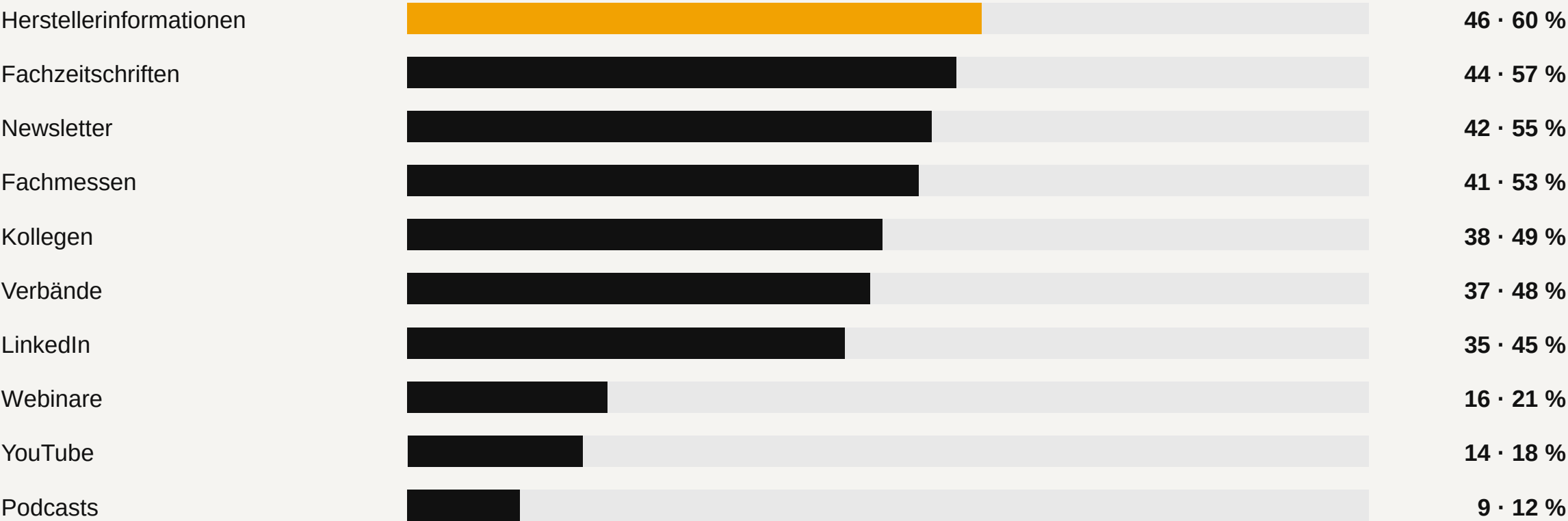
über 100 Mitarbeitende		30 · 39 %
41–100 Mitarbeitende		10 · 13 %
21–40 Mitarbeitende		7 · 9 %
11–20 Mitarbeitende		10 · 13 %
6–10 Mitarbeitende		4 · 5 %
1–5 Mitarbeitende		10 · 13 %
Keine Angabe		6 · 8 %

02

Informationsverhalten

Quellen, Medienformen und Frequenz

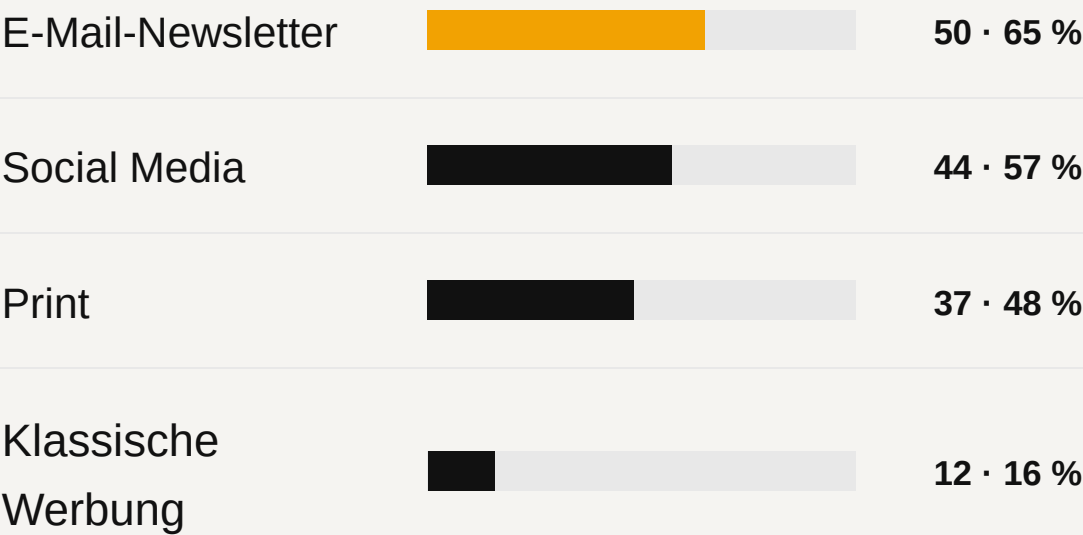
Regelmäßig genutzte Informationsquellen



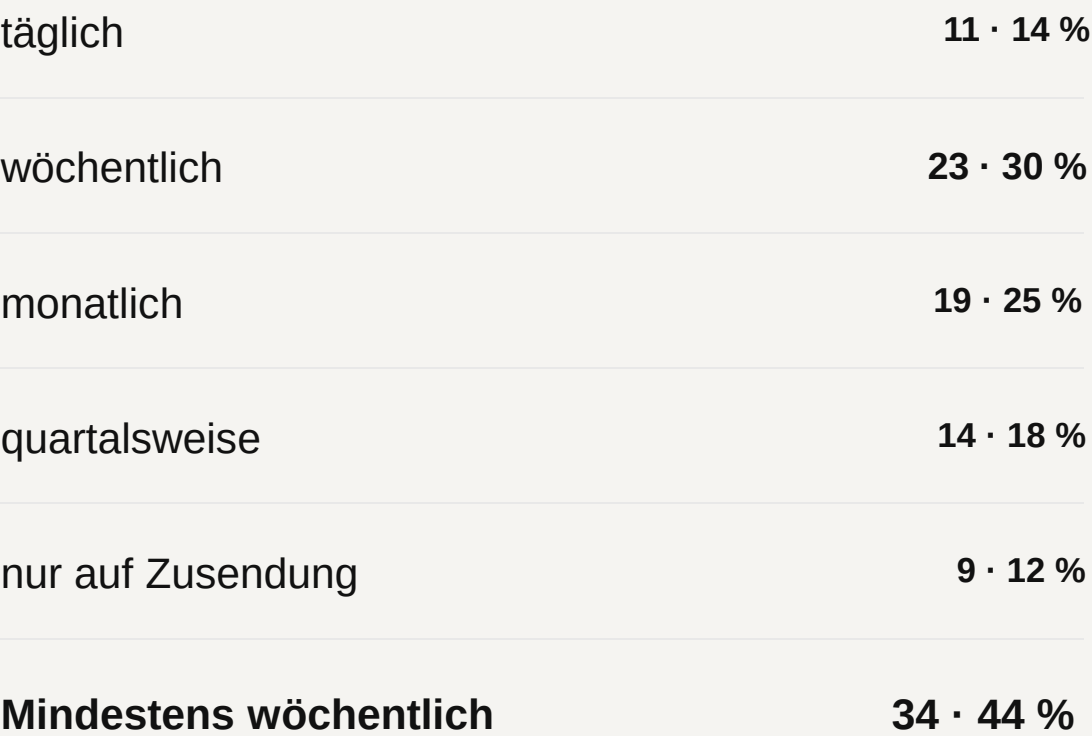
Mehrfachauswahl · Anteil an 77 Befragten

Medienformen und Informationsfrequenz

REGELMÄSSIG GELESENE MEDIEN



INFORMATIONSFREQUENZ



03

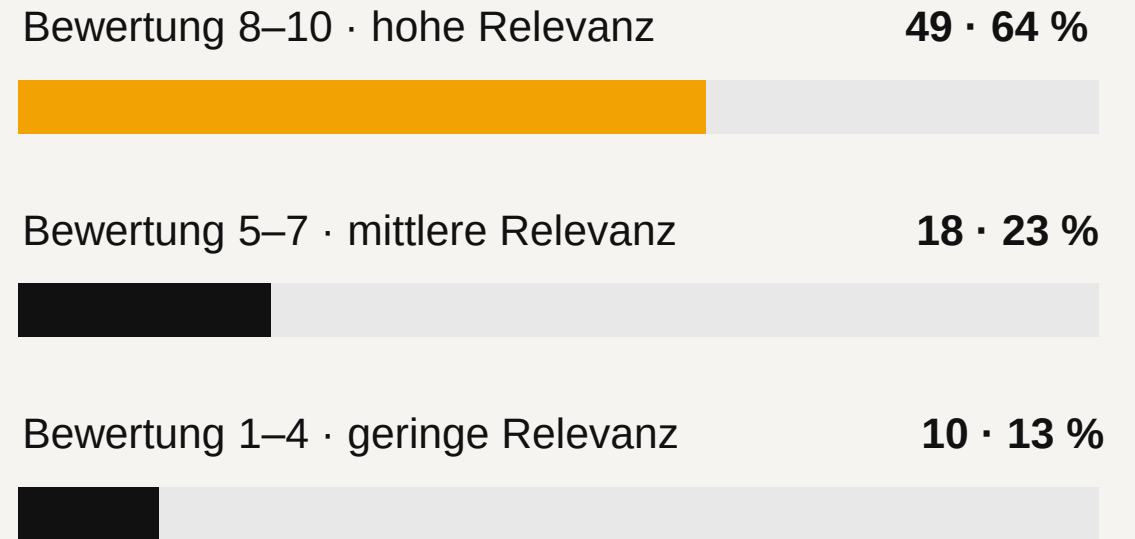
Bedarf, Format und Zahlungsbereitschaft

Relevanz, bevorzugte Form, Abo-Bereitschaft und Preisfenster

Wichtigkeit eines unabhängigen Branchenmediums

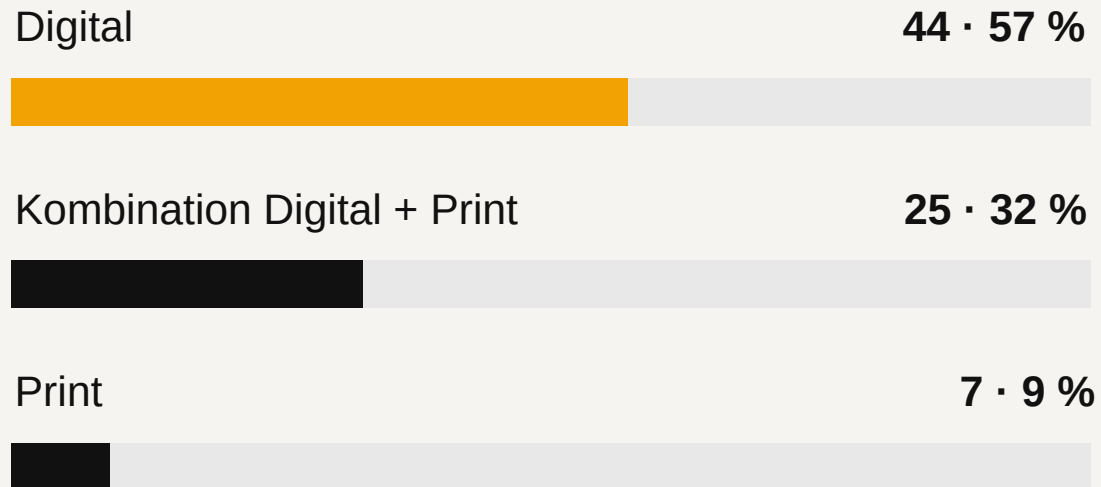
7,6

Mittelwert auf der Skala 1–10 · Median 8

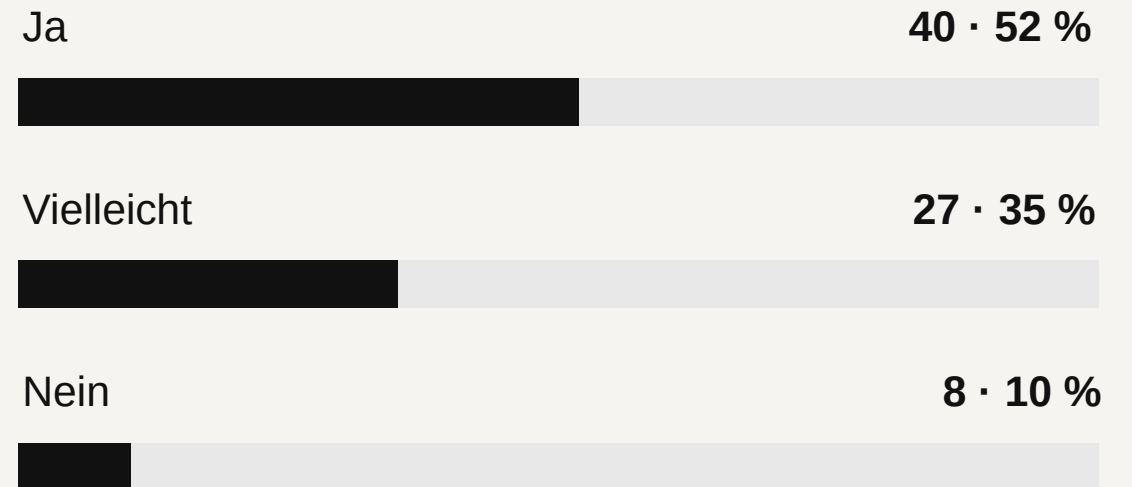


Bevorzugte Form und Interesse an einem Online-Forum

BEVORZUGTE FORM



NUTZUNG EINES ONLINE-FORUMS



Bereitschaft, ein Fachmedium zu abonnieren



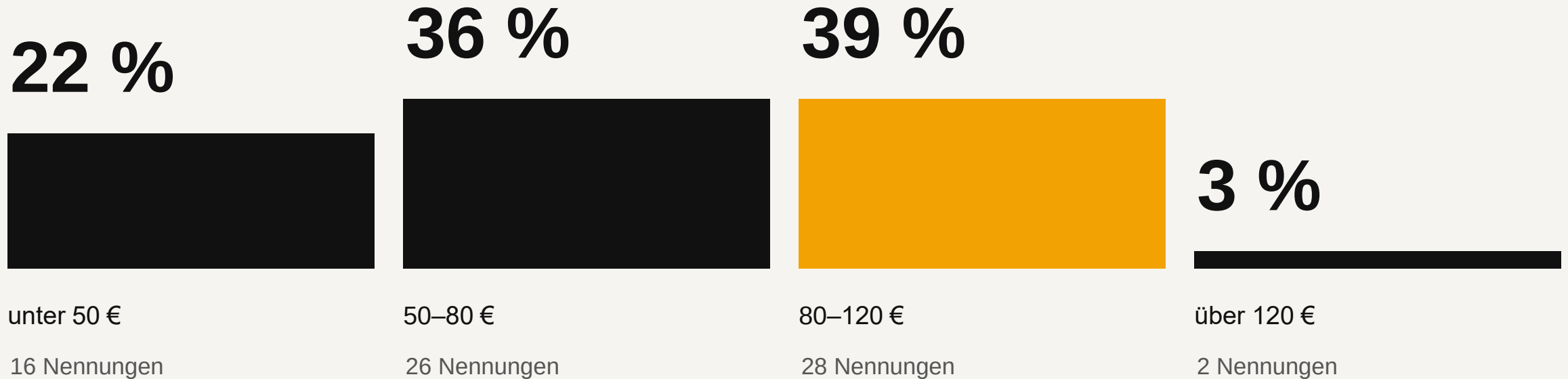
66

Personen mit grundsätzlichem Abo-Interesse („Ja“ + „Vielleicht“)

86 %

der Befragten — das adressierbare Potenzial der Stichprobe

Als angemessen bewerteter Jahrespreis



78 % akzeptieren mindestens 50 € im Jahr

75 % liegen im Fenster 50–120 €

Basis: 72 Antwortende

04

Themenrelevanz

Ranking von 19 Themen · 1 = wichtigstes Thema

Drei Themen dominieren das Ranking

RANG 1

Brandschutz

Ø Rangplatz 2,97

75 % nennen es in den Top 3
· 58 Nennungen

RANG 2

Dämmstoffe

Ø Rangplatz 3,13

71 % in den Top 3 · 55
Nennungen

RANG 3

Kälte­dämmung

Ø Rangplatz 3,92

66 % in den Top 3 · 51
Nennungen

Das viertplatzierte Thema Hochtemperatur folgt mit Ø Rangplatz 7,42 und 12 % Top-3-Nennungen.

Vollständiges Themenranking

#	THEMA	Ø RANG	TOP 3
1	Brandschutz	2,97	75 %
2	Dämmstoffe	3,13	71 %
3	Kälte­dämmung	3,92	66 %
4	Hochtemperatur	7,42	12 %
5	Schallschutz	7,66	5 %
6	Normen	8,18	10 %
7	Nachhaltigkeit	9,18	1 %
8	Recht	9,84	4 %
9	Digitalisierung	10,09	12 %
10	Innovationen	10,90	12 %

#	THEMA	Ø RANG	TOP 3
11	Ausschreibungen	11,21	3 %
12	CO ₂	11,38	0 %
13	KI	11,70	8 %
14	Montage	11,96	3 %
15	Arbeitssicherheit	13,47	1 %
16	Marktberichte	13,77	6 %
17	Betriebswirtschaft	14,19	4 %
18	BIM	14,32	1 %
19	Unternehmensnachrichten	14,70	5 %

Ø Rangplatz aus der individuellen Rangfolge jeder Person;
niedriger Wert = wichtiger.

05

Werbung und Vermarktung

Wirkung, interessante Werbeformen und die Sicht der
Anzeigenkunden

Wirkung und interessante Werbeformen

EINFLUSS AUF DIE KAUFENTSCHEIDUNG

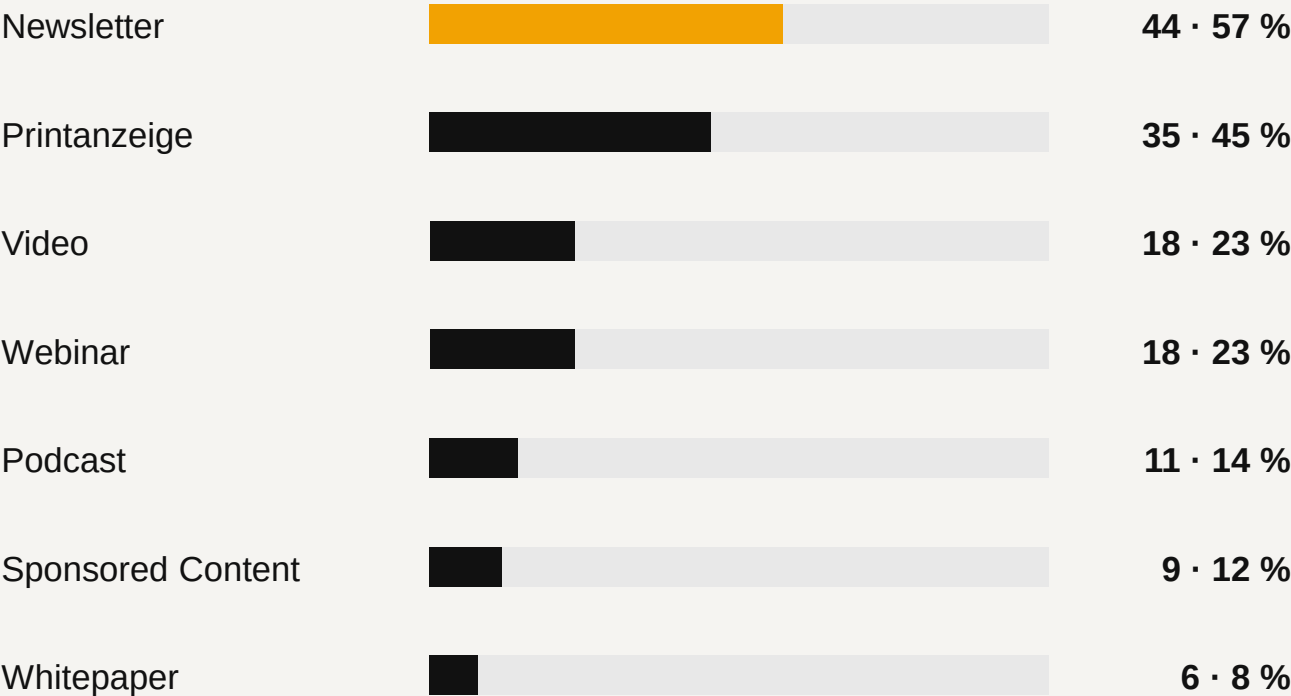
2,4

Mittelwert auf der Skala 1–5

Bewertung 1–2 · geringer Einfluss **41 · 53 %**

Bewertung 4–5 · hoher Einfluss **11 · 14 %**

INTERESSANTE WERBEFORMEN



Sicht der Hersteller und Anzeigenkunden

GEWÜNSCHTE ZIELGRUPPEN · NENNUNGEN	
Fachunternehmer	9
Handel	8
OEM	6
Planer	5
Anlagenbauer	5
Industrie	4

MEDIABUDGET PRO JAHR	
bis 10.000 €	8 Nennungen
über 50.000 €	1 Nennung

13

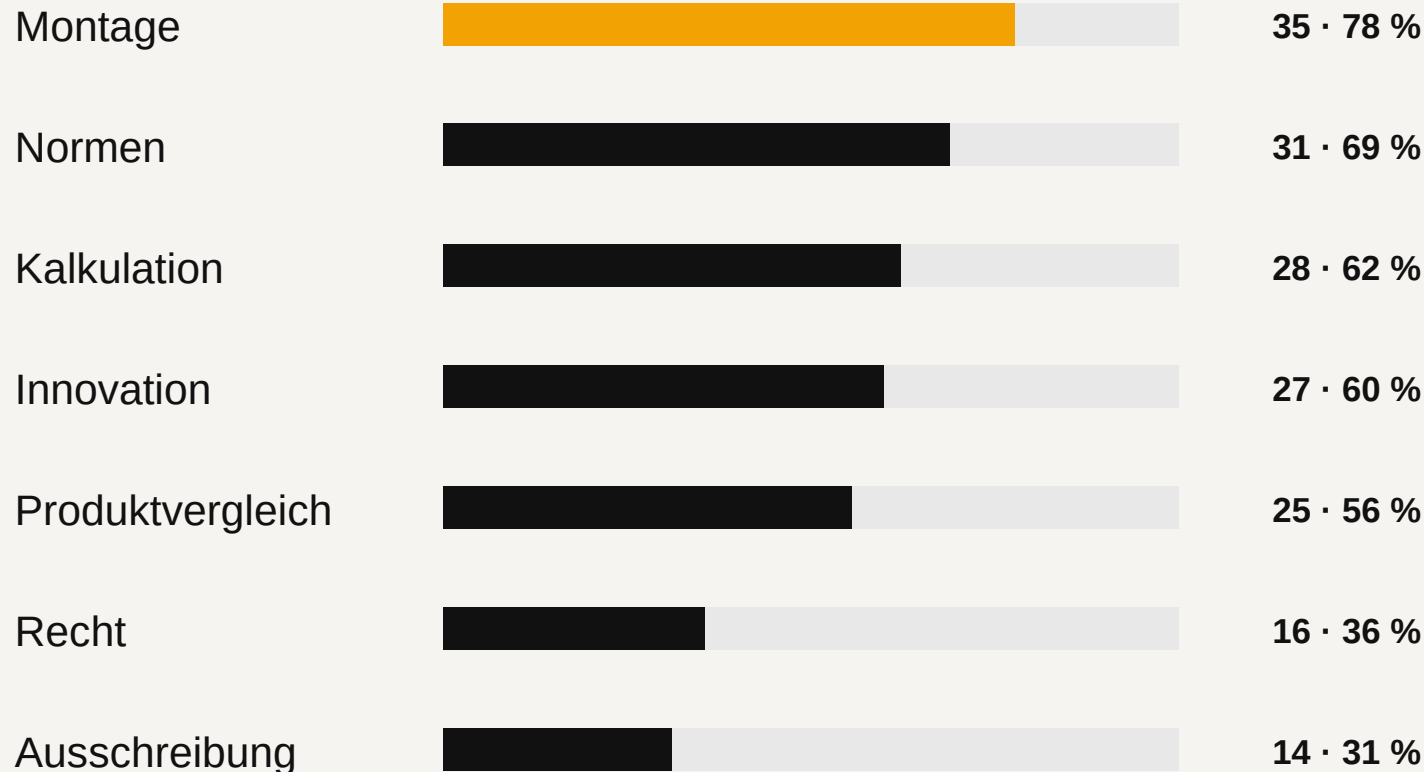
Hersteller und Anzeigenkunden in der Stichprobe. Kleine Basis — die Angaben dieses Kapitels sind nur als Tendenz lesbar.

06

Nutzen im Tagesgeschäft

Inhalte mit unmittelbarem Anwendungsbezug

Inhalte, die unmittelbar im Tagesgeschäft helfen



MARKTINFORMATIONEN

3,7

Ø Wichtigkeit regelmäßiger
Marktinformationen (Skala 1–5, n = 46)

61 % vergeben 4 oder 5 Punkte

07

Engagement und Weiterarbeit

Bereitschaft zur Mitwirkung und hinterlassene Kontakte

Bereitschaft zur Mitwirkung

FRAGE	JA	ANTEIL
Über die Ergebnisse informiert werden	39	51 %
Interesse an einem Pilotprojekt	36	47 %
Kontaktdaten der Firma hinterlassen	35	45 %
E-Mail-Adresse hinterlassen	34	44 %
Mitwirkung in Beirat oder Fokusgruppe	31	40 %

Kernaussagen 1 bis 5

01	Klarer Bedarf	Ein unabhängiges Branchenmedium wird mit Ø 7,6 von 10 bewertet; 64 % vergeben 8 bis 10 Punkte.
02	Abo-Potenzial	65 % würden ein Fachmedium abonnieren, weitere 21 % vielleicht — Gesamtpotenzial 86 %.
03	Preisfenster	78 % akzeptieren mindestens 50 € Jahrespreis, Schwerpunkt 50–120 € (75 %).
04	Digital führt, Print bleibt	57 % bevorzugen digital, 32 % eine Kombination, 9 % reines Print. Stärkster Kanal ist der E-Mail-Newsletter (65 %).
05	Themenkern	Brandschutz, Dämmstoffe und Kälte­dämmung dominieren (Ø Rang 3,0 bis 3,9); 75 % nennen Brandschutz in den Top 3.

Kernaussagen 6 bis 10

06	Randthemen	Unternehmensnachrichten, BIM und kaufmännische Themen landen am Ende des Rankings — Beiwerk, kein Aufmacher.
07	Praxisnutzen entscheidet	Montage (78 %), Normen (69 %) und Kalkulation (62 %) sind die gefragtesten Inhalte im Tagesgeschäft.
08	Community-Bedarf	52 % würden ein Online-Forum nutzen, weitere 35 % vielleicht — der Austausch untereinander ist ein eigenes Nutzenversprechen.
09	Werbung wirkt indirekt	Einfluss auf Kaufentscheidungen nur Ø 2,4 von 5; interessant sind vor allem Newsletter (57 %) und Printanzeigen (45 %).
10	Mitmachbereitschaft	36 Personen interessieren sich für ein Pilotprojekt, 31 für Beirat oder Fokusgruppe, 34 haben eine E-Mail-Adresse hinterlassen.

Hinweise zur Methodik

Bei Mehrfachauswahl-Fragen summieren sich die Nennungen auf mehr als 100 %; der Anteil bezieht sich auf die Zahl der Befragten.

Fragen an Anzeigenkunden und Hersteller (Zielgruppen, Budget, KPIs) wurden nur von 13 Teilnehmenden beantwortet und sind ausschließlich als Tendenz belastbar.

Das Themen-Ranking bildet den Ø Rangplatz aus der individuellen Rangfolge jeder Person ab; ein niedriger Wert bedeutet höhere Wichtigkeit.

Freitextantworten zu Wunschmedium, fehlenden Themen und Herstellern sind nicht quantifiziert und liegen als Rohdaten vor.

Strategieworkshop

mit allen Branchenvertretern



BUNDESFACHGRUPPE WÄRME-,
KÄLTE-, SCHALL- UND BRANDSCHUTZ
im Zentralverband des
Deutschen Baugewerbes



9. September 2026 | München



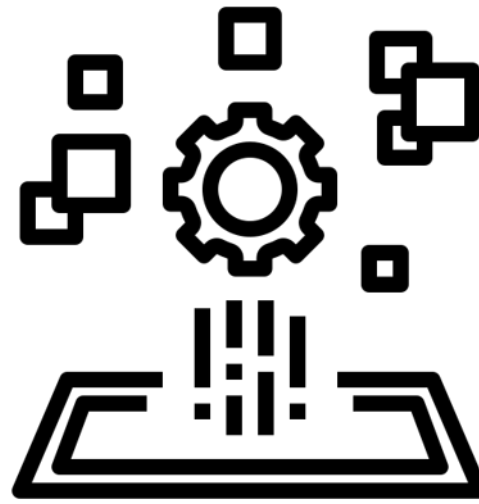


VORSTELLUNG

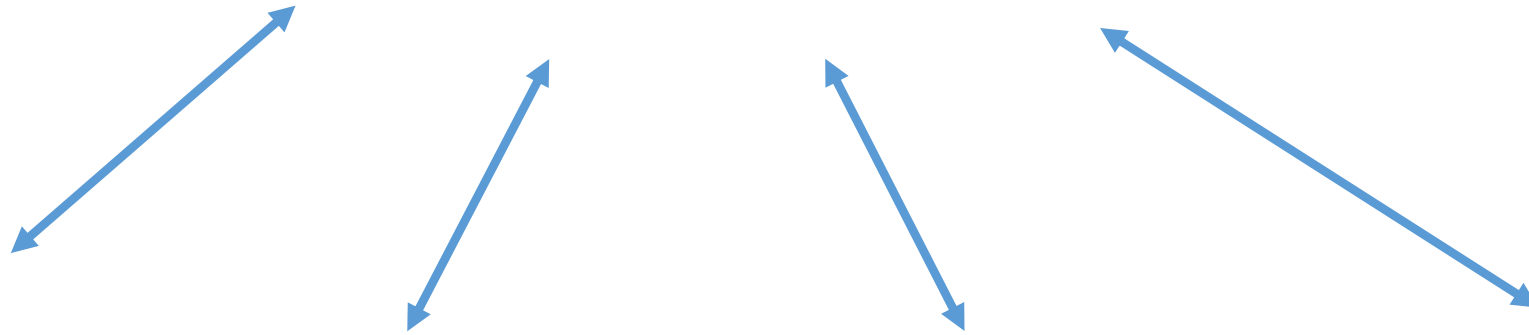
GEMEINSAMES

WKS B – MARKETINGKONZEPT

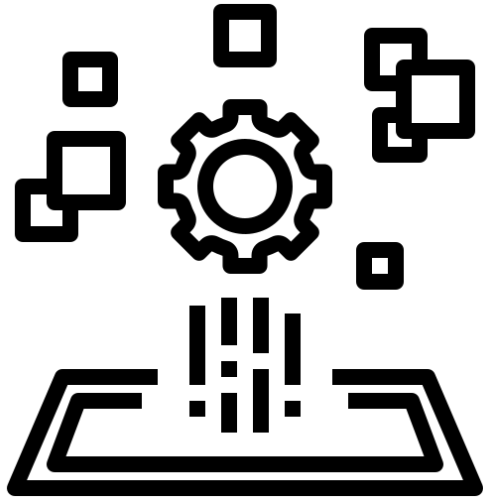
(G A N Z H E I T L I C H / Z U K U N F T S W E I S E N D / I N T E R N A T I O N A L)



Plattform-WKSB



Themenideen



Plattform-WKSB

- **VERBÄNDEINFORMATIONEN:** (Rechtliche Beratung / Technischen Support)
- **TECHNISCHER DÄMMSTOFFHANDEL** (Kompetenzunterstützung / Infos für die Kunden)
- **Praxislösungen: Verarbeitung**
- **Brandschutz**
- **Aktuelles aus der Wirtschaftspolitik „übergeordnet“**
- **Wirtschaftsdaten / Kennzahlen / Prognosen / Trends**
- **Terminkalender WKSB – „ALLE“ (Hersteller, Handel, Verbände)**
- **Werkzeuge, Maschinen, Hilfsmittel** (Aktuelles fortlaufend – archivierend)
- **Produktinformationen / Neuheiten** (Aktuelles fortlaufend – archivierend)
- **Personalien**
- **Redaktionelles (Newsletter)**
- **Technische Beratung...**
- **Wissensdatenbank (länderspezifisch)**



- Informationen

- Baurecht
- Normen und Verordnungen
- Ausschreibungstexte
- Technische Lösungen
- Arbeiten im Ausland
- Abfallkreislaufwirtschaft



WKSB

AUS- und WEITERBILDUNG / UNTERNEHMENSÜBERGABE / EXISTENZGRÜNDUNG

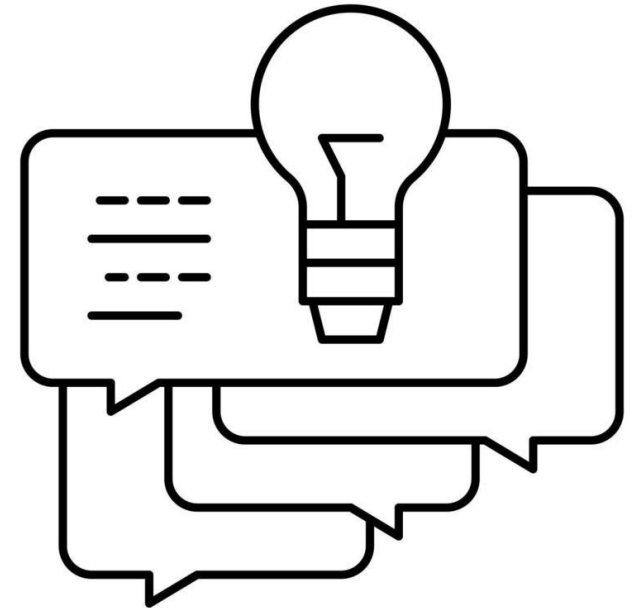
HILFE und PROBLEMLÖSUNGEN (Technischer Support)

UMFRAGEN / TRENDBAROMETER / KONJUNKTURCHECK

PERSONALBÖRSE / MATERIALBÖRSE / WER SUCHT WAS ...

AUFBAU einer DIALOGPLATTFORM (TGA / SHK / Planer / Energieberater)

„GEMEINSAMER“ WKSB –TERMIN- und VERANSTALTUNGSKALENDER

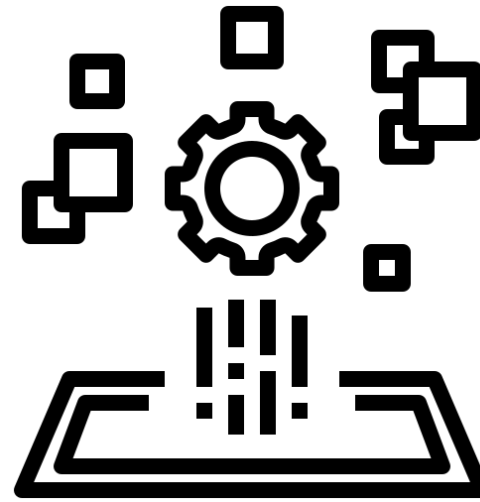


HERSTELLER

HANDEL

VERARBEITER

Zielgruppe: 1



Plattform-WKSB

Wissen
&
Problemlösungen



Veranstaltungen

Beispiel für Fußzeilentext

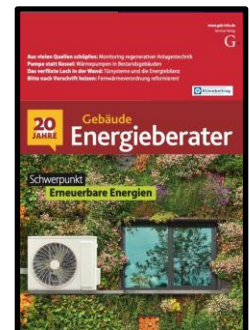
Zielgruppe: 2



BTGA
Bundesindustrieverband
Technische Gebäudeausrüstung e.V.



Die bundesweite
Interessenvertretung
für Energieberater



MEHRWERT:

ZIELGRUPPE II.



- Sachverständigen
- Wohnungsbaugenossenschaften
- Gewebe- und Industriekunden

Schnelle Verfügbarkeit von qualifizierten Fachinformationen

Wissensdatenbank

Problemlösungen für Planung und Montage

Kooperation: Verbesserungen für Planung und Ausführung

Abgestimmte Normen- und Facharbeit (Stand und Regeln d. Technik)

Gemeinsamer Dialog

Nachhaltigkeit, Energieeffizienz, Technik, Entsorgung

Gemeinsame Veranstaltungen

KOOPERATIONSSCHREIBEN – KONTAKTAUFNAHME



In Bearbeitung

Betreff: Gemeinsame Kooperation zu Energieeffizienz, Klimaschutz und Qualitätssicherung

Sehr geehrte Damen und Herren,

die aktuellen politischen, gesellschaftlichen und technischen Herausforderungen im Bereich Energieeffizienz, Klimaschutz sowie Qualitätssicherung erfordern zunehmend einen engen fachlichen Austausch zwischen den maßgeblichen Interessenvertretungen unserer Branche.

Die Herausforderungen der Energiewende, des Klimaschutzes, der Nachhaltigkeit und der Fachkräftesicherung lassen sich heute nicht mehr isoliert innerhalb einzelner Gewerke oder Interessenvertretungen lösen. Planung, Energieberatung, technische Gebäudeausrüstung, Anlagenbau sowie die fachgerechte Ausführung von Dämmmaßnahmen greifen entlang der gesamten Wertschöpfungskette unmittelbar ineinander. Kein Verband allein kann diese komplexen Anforderungen vollständig abdecken. Eine übergeordnete und verbandsübergreifende Zusammenarbeit bietet daher die Chance, Kompetenzen zu bündeln, Synergien zu nutzen und den Austausch von Fachwissen sowie Praxiserfahrungen zu stärken. Auf diese Weise können praxisnahe und einheitliche Lösungsansätze entwickelt, Schnittstellenprobleme reduziert und die Qualität in Planung, Ausschreibung und Ausführung nachhaltig verbessert werden. Gleichzeitig ermöglicht eine abgestimmte Zusammenarbeit, gegenüber Politik, Normungsgremien, Behörden und der Öffentlichkeit mit einer gemeinsamen Stimme aufzutreten und die Interessen der gesamten Branche wirkungsvoller zu vertreten.

Vor diesem Hintergrund möchten wir als Bundesfachgruppe WKSÜ den Dialog mit Ihrem Verband intensivieren und Möglichkeiten einer gemeinsamen Kooperation ausloten.

Unsere Organisationen verbindet ein gemeinsames Interesse daran,

- gesetzliche und normative Anforderungen praxisgerecht umzusetzen,
- die Normen- und Facharbeit aktiv weiterzuentwickeln,
- die Qualität von Planung und Ausschreibung zu verbessern,
- die fachgerechte Ausführung von Wärme- und Kälteanlagen sicherzustellen,
- Wissen und Fachkompetenz zu fördern sowie
- gemeinsame Zukunftsthemen rund um Energieeffizienz und Klimaschutz voranzubringen.

Wir sehen zahlreiche Möglichkeiten einer partnerschaftlichen Zusammenarbeit, beispielsweise durch:

- gemeinsame Fachbeiträge und Veröffentlichungen,
- gegenseitige Gastvorträge und Fachreferate bei Veranstaltungen,
- die Mitwirkung in gemeinsamen Arbeitskreisen,
- den fachlichen Austausch zu aktuellen technischen und normativen Entwicklungen sowie
- abgestimmte Kommunikationsmaßnahmen gegenüber Politik, Wirtschaft und Öffentlichkeit.

Gerne würden wir Ihnen unsere Ideen und Vorstellungen im Rahmen eines persönlichen Gesprächs näher vorstellen und gemeinsam mögliche Ansatzpunkte für eine zukünftige Zusammenarbeit erörtern.

Wir würden uns sehr freuen, wenn wir hierzu einen ersten Gesprächstermin vereinbaren könnten. Hinsichtlich der Terminfindung richten wir uns selbstverständlich nach Ihren Möglichkeiten.

Für Ihre Rückmeldung bedanken wir uns bereits heute und freuen uns auf einen konstruktiven und partnerschaftlichen Austausch.

Mit freundlichen Grüßen

Thomas Graber

Vorsitzender

Stefan Bolln

Vorstand des dtb Bundesverbandes

Der Vorstand übernimmt die Verantwortung für die strategische Ausrichtung des Bundesverbandes und der Geschäftsbünde.

Pressefragen

Im gesamten Bundesverband ist das dtb-Presseservice zentralisiert. Pressearbeit sowie Anfragen aus der Presse, für Presseanfragen wenden Sie sich bitte an:

dtb-Presseservice

Allgemeine Anfragen

Im Bundesverband e.V. Geschäftsbünde:

dtb-Servicecenter

dtb Bundesverband e.V.

Verbandsstraße 10-12
10117 Berlin

dtb-Servicecenter

Telefonzeiten

Mo: 09:00 - 18:00 Uhr
Di: 09:00 - 18:00 Uhr
Mi: 09:00 - 18:00 Uhr
Do: 09:00 - 18:00 Uhr
Fr: 09:00 - 18:00 Uhr

dtb Geschäftsstelle Stuttgart

Elektrostraße 10
70372 Stuttgart

[Anfragen & Service-Mappe](#)

Start Der BTGA Aktuelles/Presse Positionen Publikationen Zertifizierungen Seminare/Termine Service

BTGA
Bundesfachgruppe Technische Gebäudeausrüstung e.V.

Bundesfachgruppe Technische Gebäudeausrüstung e.V.

Schiffbauerdamm 40
10117 Berlin
Fon +49 30 20608887 30
Fax +49 30 20608887 99

ZVSHK Presse Fachservice Themen Serviceportal ZVSHK Überdrehung

ZENTRALVERBAND WÄRMESYSTEME ALUMINA

BEG-Förderung neu aufgelegt

FAU und Fördernehmer des ZVSHK

[Mehr erfahren](#)

Kommunikationskanäle:

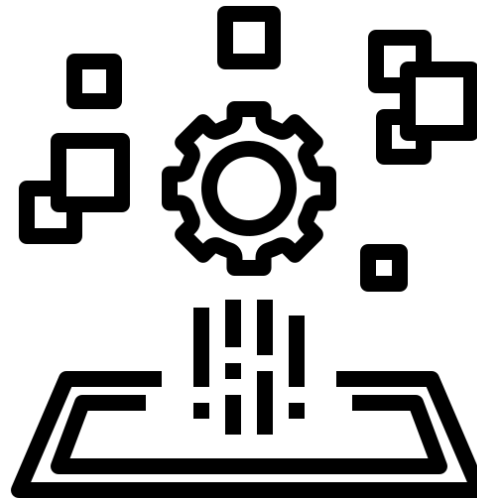


WhatsApp Business

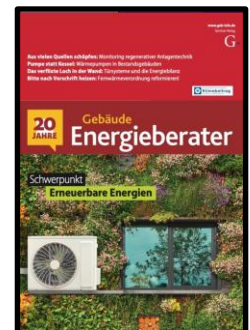


Webinar-Datenbank

FACHINFORMATION Verbändenachrichten



Online
Plattform-WKSB





GEMEINSAME INTERESSEN ALLER MARKTTEILNEHMER

Gemeinsame Ziele der Marktteilnehmer

Hersteller, Handel, Verarbeiter und Verbände streben nach höherer Nachfrage und stabilen Marktstrukturen.

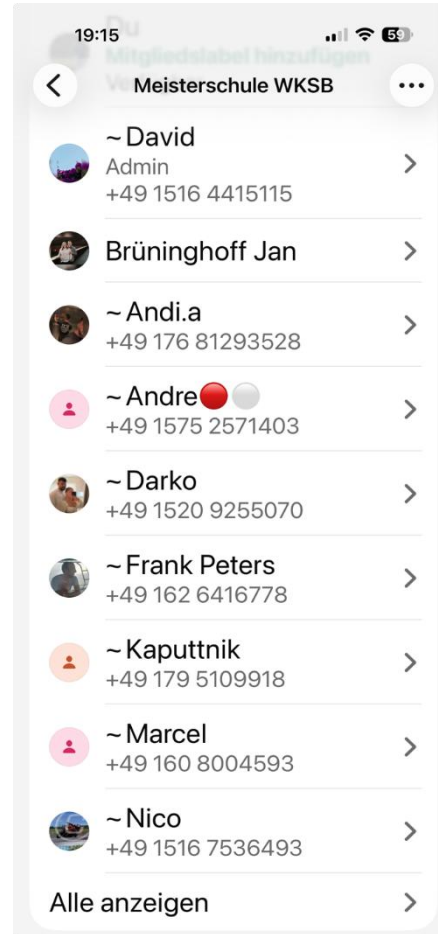
Branchenmedien als Verbindung

Branchenmedien bündeln unterschiedliche Perspektiven und tragen eine einheitliche Botschaft nach außen.

Nachhaltige Branchenentwicklung

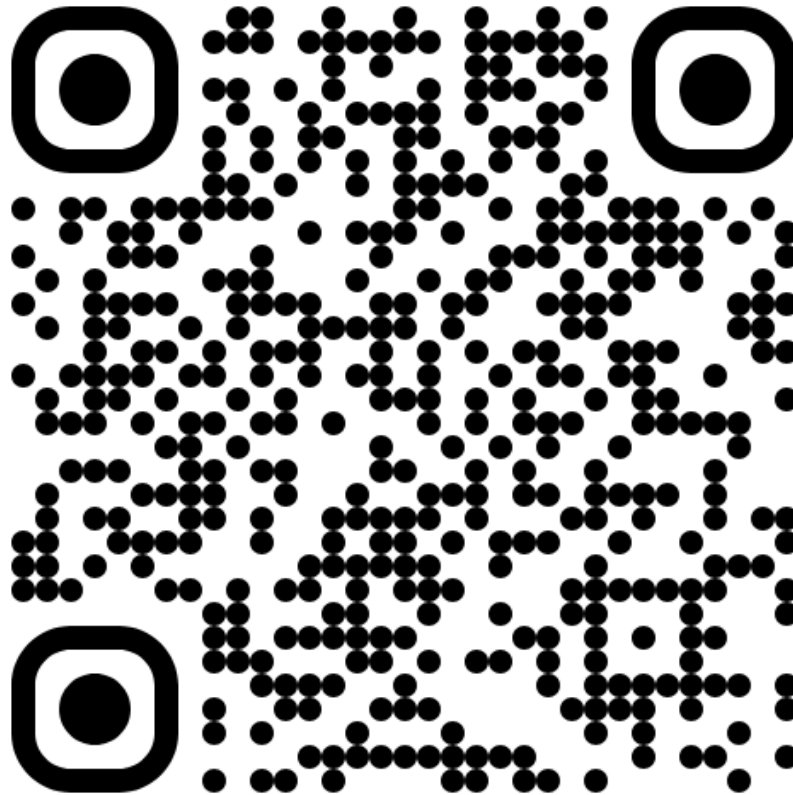
Die geschlossene Branchenarbeit ist Voraussetzung für eine langfristige und nachhaltige Entwicklung des Marktes.

Die jungen Wilden... (Social Media Community)



Wer macht mit ?

UMFRAGE: TI-Plattform



<https://forms.gle/F13SYGmU6PgsM8qM8>

Abstimmung neue WKSB-Plattform

Bitte je Bereich eine Option ankreuzen.

Neue WKSB-Plattform

Fachwissen

Tools &
Downloads

Ausbildung &
Nachwuchs

Menschen &
Branche

Termine

Über Plattform
& Mitmachen

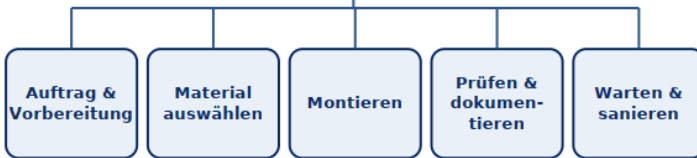
Zoom auf Fachwissen

Struktur

Alternative A

Nach dem Ablauf eines Auftrags

Fachwissen



Filter

Anwendung

Anlagenart

Hersteller

Dokumentart

Erklärung Struktur

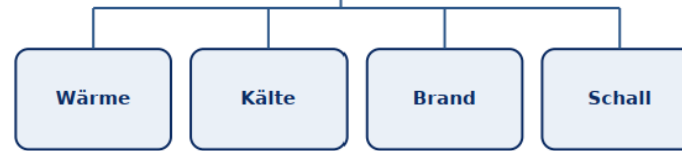
Folgt dem Auftrag von der Vorbereitung bis zur Wartung.

☐ Diese Struktur wählen

Alternative B

Nach Anwendung

Fachwissen



Materialwahl Montage Fehler vermeiden Prüfen

Filter

Anlagenart

Einsatzbereich

Hersteller

Dokumentart

Erklärung Struktur

Ordnet Wissen nach Wärme, Kälte, Brand und Schall.

☐ Diese Struktur wählen

Alternative C

Mehrere Einstiege, gemeinsame Wissensbasis

Fachwissen



Gemeinsame Wissensbasis

Filter

Anwendung

Material

Art der Information

Hersteller

Aktualität

Erklärung Struktur

Start über Problem, Arbeitsaufgabe oder Anlage; Filter grenzen ein.

☐ Diese Struktur wählen

Sichtbarkeit als strategischer Erfolgsfaktor

Bedeutung der Sichtbarkeit

Sichtbarkeit ist entscheidend, damit technische Isolierung bei wichtigen Entscheidungen Berücksichtigung findet.

Potenzial von Nachhaltigkeit

Energieeffizienz und Klimaschutz bieten großes Potenzial, werden aber oft von anderen Branchen besetzt.

Kommunikation und Einfluss

Ohne aktive Kommunikation verliert die Branche Einfluss und Deutungshoheit im Markt.

Rolle eines Branchenmediums

Professionelle Medien helfen, Branchenperspektiven dauerhaft im Markt zu verankern.



GEMEINSAM SICHTBAR.

Für die Zukunft der WKSB-Branche.



MEHR
REICHWEITE



MEHR
SICHTBARKEIT



MEHR
NACHFRAGE



MEHR
MITGLIEDER



MEHR
EINFLUSS



“ Nur gemeinsam schaffen wir die **Reichweite**, **Sichtbarkeit** und **politische Stärke**,
die unsere Branche für die Zukunft benötigt. ”



ENERGIEEFFIZIENZ
Ressourcen schonen



KLIMASCHUTZ
Zukunft sichern



BRANDSCHUTZ
Sicherheit gewährleisten



NACHHALTIGKEIT
Verantwortung übernehmen



FACHKRÄFTESICHERUNG
Talente gewinnen

ZEIT für GEDANKENAUSTAUSCH



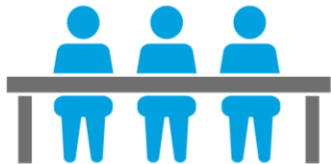
WKS-B-Branche 2035 !

Markt- und Wachstumsentwicklung vs. Verdrängungswettbewerb

Entwicklung der Isolierfachbetriebe im Handwerk:

Gesellschaftliche Bedeutung des Berufstandes WKS-B (Meisterqualifikation)

Lösungsstrategie ???



Vertreter/in



FRAGEN für die PODIUMSDISKUSSION

Markteinschätzung und Preisentwicklung für die kommenden Jahre aus der Sicht von....

Welche Befürchtungen / Risiken seht ihr auf dein Unternehmen und die WKSB-Branche zukommen ?

Mit welchen 3 Maßnahmen könnten Wachstum und mehr Ertrag generiert werden ?

Den Satz bitte zu Ende formulieren:

„Wir“ werden als WKSB – Marktteilnehmer in Zukunft wieder mehr Erfolg haben, weil....