

WHITEPAPER

# Webdesign, Branding & Marketing für Zimmerer & Holzbau

Der komplette Firmenauftritt von A bis Z



**Praxisnaher Leitfaden für Zimmereien, Holzbauunternehmen und inhabergeführte Handwerksbetriebe**

Von der Website über Referenzkommunikation und SEO bis zu Logo, Corporate Design, Recruiting und Website-Wartung.

## Für wen dieses Whitepaper gedacht ist

Für Betriebsinhaber, Geschäftsführer und Verantwortliche in Zimmereien und Holzbauunternehmen, die ihren Firmenauftritt modernisieren, mehr passende Anfragen gewinnen oder als Arbeitgeber professioneller auftreten möchten.

**Moritz Dunkel · DNKLDSGN**

# 1. Warum der Firmenauftritt im Holzbau mehr ist als Gestaltung

Zimmerer und Holzbauunternehmen verkaufen keine abstrakte Leistung. Sie bauen sichtbare, langlebige Ergebnisse. Genau deshalb ist die digitale Außendarstellung besonders wichtig: **Die Website muss die reale Qualität des Betriebs übersetzen.**

Viele Betriebe sind technisch stark, verfügen über Erfahrung, Maschinen, qualifizierte Mitarbeiter und eindrucksvolle Referenzen – wirken online aber deutlich kleiner oder älter, als sie tatsächlich sind. Das ist kein kosmetisches Problem. Bauherren, Architekten, Gewerbekunden und Bewerber prüfen Unternehmen heute häufig online, bevor ein erstes Gespräch entsteht.

Der deutsche Holzbau wächst seit Jahren in seiner Bedeutung. Holzbau Deutschland meldete für 2025 rund 12.033 Betriebe, 74.957 tätige Personen und mehr als 10 Milliarden Euro Umsatz im Zimmerer- und Holzbaugewerbe. Gleichzeitig erreichte der Anteil genehmigter Wohngebäude in überwiegender Holzbauweise 24,4 Prozent. Das Gewerk verbindet traditionelles Handwerk zunehmend mit Vorfertigung, Digitalisierung, Architektur und nachhaltigem Bauen.

## Kernthese

Eine gute Website macht nicht aus einer mittelmäßigen Zimmerei einen guten Betrieb. Aber eine schlechte Website kann einen hervorragenden Betrieb unnötig mittelmäßig erscheinen lassen.

| Kontaktpunkt              | Was der Interessent dort beurteilt                     |
|---------------------------|--------------------------------------------------------|
| Website                   | Leistung, Professionalität, Referenzen, Erreichbarkeit |
| Google-Unternehmensprofil | Nähe, Bewertungen, Öffnungszeiten, Aktualität          |
| Projektfotos              | Qualität, Stil, Erfahrung, Größenordnung               |
| Karrierebereich           | Arbeitgeber, Team, Projekte, Bewerbungsweg             |
| Print/Fahrzeuge           | Wiedererkennung und Konsistenz der Marke               |

## INFOGRAFIK 1 VON 4

# Webdesign für Zimmerer & Holzbau

## Mehr als eine schöne Homepage.

Starke  
Projekte  
beginnen  
oft online.

### 1 Viele Zimmereien sind technisch stark – aber ihre Website lässt sie kleiner wirken.

Ihr Handwerk, Ihre Projekte und Ihr Team stehen für echte Qualität. Eine veraltete Website kann diesen Eindruck jedoch nicht transportieren und lässt den Betrieb oft kleiner oder weniger modern wirken, als er in Wirklichkeit ist.

**Veraltete Website**

**Moderne Website**

- ✗ Wirkt kleiner als der Betrieb wirklich ist
- ✗ Kaum aktuelle Projekte
- ✗ Nicht mehr zeitgemäß

- 👁️ Qualität sichtbar machen
- 🤝 Vertrauen schaffen
- 💬 Anfragen erleichtern
- 📈 Nicht kleiner wirken als der Betrieb ist

### 2 Die Website als digitale Baustellenbesichtigung.

Ihre Website ermöglicht Bauherren, Architekten und Gewerbetunden, sich schon vor dem ersten Gespräch ein genaues Bild von Ihren Projekten, Ihrer Arbeitsweise und Ihrer Professionalität zu machen.

*Bauherren  
Architekten  
Gewerbekunden*

**Bauherren prüfen online**

Sie informieren sich vorab, vergleichen und verschaffen sich einen ersten Eindruck.

**Referenzen geben Sicherheit**

Echte Projekte, Fotos und kurze Infos zeigen, was möglich ist – und wie Sie arbeiten.

**Das Team macht den Unterschied**

Menschen schaffen Vertrauen. Zeigen Sie Ihr Team, Ihre Werte und Ihre Arbeitsweise.

**Die Website ersetzt nicht das Gespräch – aber sie ermöglicht es.**

Sie legt den Grundstein für ein qualifiziertes, vertrauensvolles erstes Gespräch.



### Kurz gesagt:

Eine professionelle Website macht Ihre Projekte, Ihre Qualität und Ihr Team schon vor dem ersten Anruf erlebbar – und schafft Vertrauen bei Bauherren, Architekten und Gewerbetunden.

Mehr  
passende  
Anfragen.  
Stärkere  
Projekte.

## 2. Die Website als digitale Baustellenbesichtigung

Eine professionelle Website für eine Zimmerei sollte nicht nur „schön aussehen“. Sie muss beantworten, welche Leistungen der Betrieb anbietet, für welche Projekte er geeignet ist, wie er arbeitet und warum ein Interessent ihm ein relevantes Bauvorhaben anvertrauen sollte.

Gerade bei erklärungsbedürftigen Leistungen ist die Website ein Vorqualifizierer. Wer einen Dachstuhl sanieren, ein Haus aufstocken oder in Holzrahmenbauweise bauen möchte, braucht andere Informationen als jemand, der lediglich einen Carport plant. Je klarer Leistungen gegliedert sind, desto eher erkennt der Besucher, ob sein Projekt zum Unternehmen passt.

### Was eine Zimmerei-Website konkret leisten sollte

- Leistungen in verständlicher Kundensprache strukturieren.
- Wichtige Leistungen auf eigenen Seiten erklären.
- Reale Projekte als Referenzen zeigen.
- Team, Qualifikation und Arbeitsweise sichtbar machen.
- Kontakt- und Projektanfragen einfach gestalten.
- Auf Smartphone, Tablet und Desktop zuverlässig funktionieren.
- Für relevante Suchanfragen bei Google auffindbar sein.
- Einen eigenständigen Arbeitgeberauftritt ermöglichen.

### Nicht jede Leistung gehört auf eine einzige Seite

Eine alte Website mit dem Menüpunkt „Leistungen“ und einer zwölf Punkte langen Liste ist technisch eine Website, aber strategisch kaum eine Beratungsstrecke. Kunden suchen Lösungen. Eigene Leistungsseiten zu Holzrahmenbau, Dachstühlen, Aufstockungen, Sanierung, Fassaden oder Gewerbebau schaffen Orientierung und geben wirtschaftlich wichtigen Angeboten den nötigen Raum.

| Schwache Struktur         | Bessere Struktur                              |
|---------------------------|-----------------------------------------------|
| Eine Seite für alles      | Eigene Seiten für wichtige Leistungen         |
| Interne Fachbegriffe      | Kundensprache und konkrete Problemsituationen |
| Nur Kontaktformular       | Projektanfrage mit wenigen sinnvollen Angaben |
| Kaum Referenzbezug        | Passende Projekte direkt bei der Leistung     |
| Unklarer nächster Schritt | Klare CTA je nach Entscheidungsphase          |

## INFOGRAFIK 2 VON 4

# Website für Zimmereien richtig aufbauen. Struktur statt digitalem Werkzeugkasten.

Starke  
Projekte  
beginnen  
oft online.

## 1 Mehr als eine Startseite mit Leistungsliste.

Eine strategische Website führt Ihre Besucher gezielt zu den passenden Leistungen – und macht den nächsten Schritt zur Anfrage einfach.

**Einfache Website**

- ✗ Eine Seite für alles
- ✗ Lange Liste aller Leistungen
- ✗ Wenig Orientierung
- ✗ Kaum Projektbezug
- ✗ Oft nur ein Kontaktformular

**Strategische Website**

- 🎯 Klare Leistungsseiten für jedes Thema
- 🏠 Projektbezug und echte Referenzen
- 👤 Orientiert an den Fragen und Bedürfnissen der Kunden
- 💬 Anfrage mit Kontext statt anonymen Kontaktaufnahme

## 2 Leistungen nach Kundenbedürfnissen strukturieren.

Kunden suchen Lösungen, nicht Gewerkeordnungen. Eine klare Struktur mit eigenen Leistungsseiten sorgt für bessere Orientierung und führt schneller zur passenden Anfrage.

Kunden haben Fragen und konkrete Pläne – Ihre Website liefert die Antworten.

**Holzhäuser**  
Individuelle Wohnräume in Holz bauen.

**Dachstühle**  
Stabile Konstruktionen für jedes Gebäude.

**Aufstockungen**  
Mehr Raum durch clevere Lösungen.

**Sanierung**  
Bestehendes erhalten und neu beleben.

**Fassaden**  
Natürlich schützen und modern gestalten.

**Carports & Terrassen**  
Praktische und stilvolle Erweiterungen.

## 3 Was eine gute Struktur leistet.

Eine durchdachte Website macht es Kunden leichter, die passende Leistung zu finden – und Ihnen einfacher, die richtigen Anfragen zu erhalten.

**Bessere Orientierung**  
Kunden finden schnell, was sie suchen.

**Mehr passende Anfragen**  
Anfragen kommen mit klarerem Projektbezug.

**Stärkere Leistungen**  
Jede Leistung bekommt den Raum, den sie verdient.

**Bessere SEO-Basis**  
Eigene Seiten ranken für wichtige Suchanfragen.

**Kurz gesagt:**

Eine klar strukturierte Website zeigt Ihre Leistungen dort, wo Ihre Kunden sie suchen – mit verständlichen Inhalten und einem direkten Weg zur Anfrage.

Mehr  
passende  
Anfragen.  
Stärkere  
Projekte.

### 3. Referenzen und Fotografie: Das stärkste Marketingmaterial ist bereits gebaut

Holzbau ist visuell. Dächer, sichtbare Konstruktionen, Fassaden, Holzverbindungen, Vorfertigung und fertige Gebäude liefern Material, das andere Branchen erst künstlich inszenieren müssten. Trotzdem verschwinden viele hervorragende Projekte in Smartphone-Galerien, WhatsApp-Chats oder auf einem NAS, dessen Ordnerstruktur nur noch ein ehemaliger Mitarbeiter versteht.

Eine gute Referenzseite ist keine Bilderablage. Sie erzählt ein Projekt: Ausgangssituation, Aufgabe, gewählte Lösung, Materialien, konstruktive Besonderheiten und Ergebnis. Genau daraus entsteht glaubwürdiges Storytelling.

#### Die ideale Projektstory

- Ausgangslage und Bauaufgabe
- Anforderungen des Bauherrn oder Planers
- Konstruktive beziehungsweise gestalterische Lösung
- Materialien und Besonderheiten
- Bau- oder Montageprozess
- Fertiges Ergebnis
- Passender Verweis auf die zugehörige Leistung

#### Fotografie schlägt Stockmotiv

Echte Projekte, echte Mitarbeiter und echte Werkstatt- oder Baustellensituationen sind im Holzbau fast immer überzeugender als generische Bau-Stockfotos. Professionelle Fotografie kann Website, Google-Profil, Social Media, Broschüren, Stellenanzeigen und Präsentationen gleichzeitig versorgen.

#### Ein einfacher Fotoprozess für neue Projekte

| Bauphase         | Sinnvolle Motive                                         |
|------------------|----------------------------------------------------------|
| Vor Beginn       | Bestand, Grundstück, Ausgangssituation                   |
| Rohbau / Montage | Tragwerk, Kran, Team, Verbindungen, Dimensionen          |
| Details          | Material, Holzverbindungen, Oberflächen                  |
| Fertigstellung   | Gesamtansicht, Innenraum, Fassade, Nutzung               |
| Team             | Menschen bei realer Arbeit statt gestellter Gruppenfotos |

## INFOGRAFIK 3 VON 4

# Referenzen & Bildsprache

Ihre besten Verkaufsargumente stehen längst auf der Baustelle.

Echte  
Projekte  
schaffen  
Vertrauen.

## 1 Gute Referenzen zeigen nicht nur Bilder – sie erzählen, was gebaut wurde und warum.

Ihre fertigen Projekte sind der beste Beweis für Ihre Qualität. Eine gute Projektpräsentation zeigt die Ausgangslage, die Lösung, wichtige Details und das Ergebnis – und macht Ihre Leistung für potenzielle Kunden greifbar.

### Ausgangssituation



Bestehendes Wohnhaus aus den 1970er Jahren mit sanierungsbedürftigem Dach und wenig Wohnraum.

### Lösung



Anhebung des Daches mit neuem Holzbau, offener Wohnbereich und große Fensterflächen für mehr Licht und Raum.

### Material & Konstruktion



Massivholz aus der Region, sichtbare Holzträger und hochwertige, nachhaltige Konstruktion.

### Ergebnis



Mehr Wohnraum, modernes Erscheinungsbild und ein energieeffizientes, nachhaltiges Zuhause – zur vollen Zufriedenheit der Bauherren.

## 2 Echte Projektfotos schaffen Vertrauen – Stockfotos wirken austauschbar.

Authentische Bilder Ihrer eigenen Projekte zeigen Ihre echte Arbeit, Ihre Qualität und Ihren Stil. Sie wirken glaubwürdig, emotional und bleiben im Kopf – im Gegensatz zu generischen Stockfotos.

### Stockfoto (= austauschbar)



✗ Wirkt gestellt und unpersönlich

✗ Austauschbar – könnte von jedem sein

✗ Zeigt nicht Ihre eigene Arbeit

### Echte Projektfotos (= Ihr stärkstes Marketing)



VS.



✓ Echt und authentisch

✓ Nahbar und emotional

✓ Beweist Ihre Erfahrung

### Gute Fotografie zeigt:

#### Projekte



Fertige Bauwerke in ihrer ganzen Qualität und Atmosphäre.

#### Team



Ihre Mitarbeiter bei der Arbeit – kompetent, sympathisch, echt.

#### Details



Hochwertige Materialien und saubere Verarbeitung im Detail.

#### Arbeitsweise



So arbeiten Sie – professionell, strukturiert und mit Leidenschaft.

### Kurz gesagt:

Echte Projektfotos und gut erzählte Referenzen sind Ihr stärkstes Marketing – sie machen Ihre Qualität, Ihre Arbeitsweise und die Zufriedenheit Ihrer Kunden sichtbar und erlebbar.

Realität  
begeistert  
mehr als  
leere Worte.

## 4. SEO und Local SEO für Zimmereien

Eine hochwertige Website bringt wenig, wenn sie bei relevanten Suchanfragen nicht auftaucht. Suchmaschinenoptimierung sollte deshalb bereits beim Aufbau der Website beginnen und nicht erst nach dem Launch als nachträgliche Maßnahme angeklebt werden.

Die Suchintentionen unterscheiden sich deutlich. „Was ist Holzrahmenbau?“ ist informativ. „Zimmerei in der Nähe“ oder „Holzbau Köln“ ist lokal und kommerziell. „Dach aufstocken Kosten“ liegt dazwischen. Eine gute Content-Architektur bildet diese Unterschiede ab.

### SEO-Grundlagen für Holzbauunternehmen

- Leistungsseiten für relevante Suchintentionen
- präzise Seitentitel und Meta Descriptions
- saubere H1-H3-Struktur
- interne Verlinkung zwischen Leistungen, Projekten und Wissen
- komprimierte Bilder und gute Performance
- crawlbare Navigation und technisch saubere URLs
- lokale Unternehmensdaten und Standortbezug
- hilfreiche Fachinhalte mit eigener Erfahrung
- strukturierte Daten, wo sie inhaltlich passen

### Google-Unternehmensprofil

Für regional arbeitende Zimmereien ist das Google-Unternehmensprofil ein wichtiger Kontaktpunkt. Öffnungszeiten, Telefonnummer, Website, Leistungen, Bewertungen und aktuelle Projektfotos sollten konsistent gepflegt werden. Das Unternehmensprofil liefert die schnelle lokale Orientierung; die eigene Website liefert Tiefe, Referenzen und überzeugende Leistungsdarstellung.

#### Kein Ortsseiten-Fließband

Lokale Sichtbarkeit entsteht nicht dadurch, dass für jede Nachbarstadt nahezu derselbe Text mit ausgetauschtem Ortsnamen veröffentlicht wird. Eigene Stadt- oder Regionsseiten sollten nur dann entstehen, wenn sie echte eigenständige Substanz besitzen.

## 5. Mobile Website, Performance und laufende Wartung

Private Bauherren recherchieren auf Smartphones, Architekten öffnen Links unterwegs, Bewerber schauen sich den Betrieb in der Pause an. Responsive Design ist deshalb keine Zusatzleistung, sondern Grundvoraussetzung.

Besonders bei Holzbau-Websites ist Bildperformance wichtig. Hochwertige Projektfotografie ist visuell wertvoll, kann unoptimiert aber mehrere Megabyte pro Bild belegen. Moderne Dateiformate, sinnvolle Bildgrößen, Lazy Loading, Caching und gutes Hosting sorgen dafür, dass Projektqualität nicht mit langsamer Ladezeit bezahlt wird.

| Technischer Bereich | Ziel                                                     |
|---------------------|----------------------------------------------------------|
| Responsive Design   | Auf allen relevanten Bildschirmgrößen problemlos nutzbar |
| Performance         | Schnelle Ladezeiten trotz hochwertiger Projektbilder     |
| HTTPS & Sicherheit  | Sichere Datenübertragung und solide technische Basis     |
| Backups             | Wiederherstellung im Fehlerfall                          |
| Updates             | WordPress, Plugins und Serverkomponenten aktuell halten  |
| Formularprüfung     | Anfragen müssen zuverlässig zugestellt werden            |

### Wartung in Handwerkssprache

Eine Website ohne Updates und Backups ist wie ein Gebäude, das nach der Abnahme nie wieder geprüft wird. Lange kann alles gutgehen. Das macht es nicht zu einem vernünftigen Wartungskonzept.

## INFOGRAFIK 4 VON 4

# Sichtbarkeit & Technik

Gefunden werden – und dann reibungslos überzeugen.

Starke  
Projekte  
beginnen  
oft online.

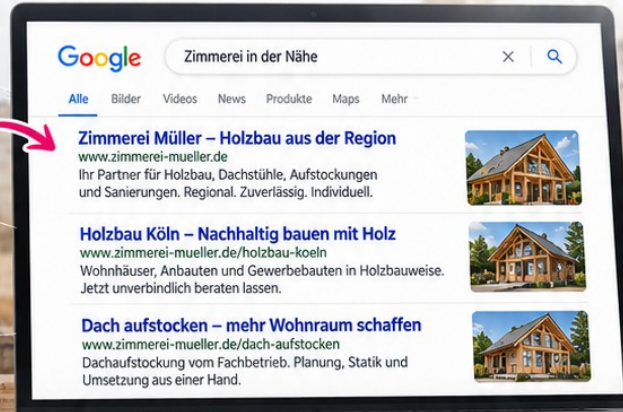
## 1 SEO für Zimmerer – mit den richtigen Inhalten bei Google gefunden werden.

Potenzielle Kunden suchen online nach Lösungen für ihr Bauvorhaben. Mit klaren Leistungsseiten, hilfreichen Inhalten und den richtigen Suchbegriffen wird Ihre Zimmerei bei Google sichtbar.

**Relevante Suchanfragen**  
z. B. „Zimmerei in der Nähe“, „Holzbau Köln“, „Dach aufstocken“

**Klare Leistungsseiten**  
für Ihre Angebote und Leistungen

**Hilfreiche Inhalte**  
z. B. Ratgeber, Projektbeispiele und Antworten auf häufige Fragen



Genau nach diesen Leistungen suchen Ihre potenziellen Kunden.

Zimmerei in der Nähe

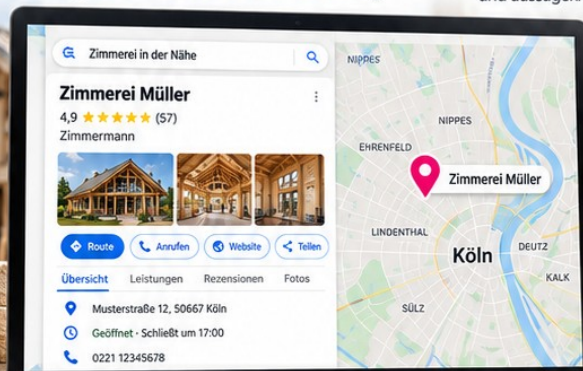
Holzbau Köln

Dach aufstocken

## 2 Local SEO und Google-Unternehmensprofil – regional sichtbar, lokal vertrauenswürdig.

Mit einem gepflegten Google-Unternehmensprofil erscheint Ihre Zimmerei in der lokalen Suche und bei Google Maps. Gute Bewertungen, aktuelle Informationen und aussagekräftige Fotos schaffen Vertrauen.

Regionale Sichtbarkeit bringt echte Anfragen.



**Google-Unternehmensprofil**  
Mit aktuellen Infos, Leistungen, Fotos und Beiträgen auffallen.

**Bewertungen**  
Zufriedene Kunden stärken Ihre Glaubwürdigkeit.

**Regionale Relevanz**  
In der lokalen Suche und bei Google Maps sichtbar sein.

**Öffnungszeiten & Kontakt**  
Schnell erreichbar – direkt aus der Suche heraus.

## 3 Mobile Website, Performance und Technik – für ein besseres Nutzererlebnis.

Ihre Website sollte auf allen Geräten reibungslos funktionieren, schnell laden und technisch einwandfrei sein. So bleiben Besucher länger, finden alle wichtigen Infos – und werden eher zu Kunden.

**Mobil nutzbar**  
Auf Smartphone und Tablet optimal lesbar und bedienbar.

**Schnell geladen**  
Kurze Ladezeiten sorgen für weniger Absprünge und mehr Anfragen.



Leistung

98

Sehr gut

- ✓ Ladezeit 0,8 s
- ✓ Optimierte für Mobilgeräte
- ✓ Sichere Verbindung (HTTPS)
- ✓ Saubere technische Struktur

**Saubere Technik**  
Sichere Verbindung, fehlerfreie Darstellung und eine gute technische Basis für SEO.

**Barrierearm gedacht**  
Gut lesbar, verständlich und für möglichst viele Nutzerinnen und Nutzer zugänglich.

**Kurz gesagt:**

Wer lokal gefunden wird, eine schnelle und technisch starke Website bietet, macht es potenziellen Kunden leicht, Vertrauen zu fassen – und zur Anfrage zu kommen.

Mehr Sichtbarkeit.  
Mehr Bauvorhaben.

## 6. Vom Logo zur Marke: Branding und Corporate Design

Wenn ein Firmenauftritt grundlegend neu aufgebaut wird, sollte das Logo meist vor der Website geklärt werden. Denn Website, Fahrzeugbeschriftung, Arbeitskleidung, Baustellenschild, Visitenkarte und Stellenanzeige brauchen eine gemeinsame visuelle Grundlage.

Ein Logo für eine Zimmerei muss nicht zwangsläufig aus Dach, Hammer und Baum bestehen. Diese Symbole sind verständlich, aber so häufig verwendet, dass sie allein kaum Wiedererkennung schaffen. Typografie, Form, Proportionen und eine eigenständige visuelle Idee sind meist wichtiger als ein möglichst offensichtliches Branchenpiktogramm.

### Branding stellt die größeren Fragen

- Welche Projekte möchte der Betrieb häufiger gewinnen?
- Welche Kunden sollen angesprochen werden?
- Wie modern, technisch, traditionell oder architektonisch soll die Marke wirken?
- Welche Rolle spielen Nachhaltigkeit, Regionalität und Vorfertigung?
- Wie tritt das Unternehmen als Arbeitgeber auf?
- Welche Sprache und Bildwelt passen zur tatsächlichen Kultur des Betriebs?

Das Corporate Design übersetzt diese Antworten in Logoanwendung, Farbwelt, Typografie, Bildsprache, grafische Elemente und Layoutprinzipien. Der Nutzen ist pragmatisch: neue Medien müssen nicht jedes Mal vollständig neu erfunden werden.

| Medium                    | Warum Corporate Design dort wirkt            |
|---------------------------|----------------------------------------------|
| Firmenfahrzeug            | Hohe lokale Sichtbarkeit und Wiedererkennung |
| Arbeitskleidung           | Professioneller Teamauftritt                 |
| Baustellenschild / Banner | Marke direkt am realen Projekt               |
| Angebot / Briefbogen      | Konsistenz in geschäftlicher Kommunikation   |
| Website                   | Zentrale digitale Markenfläche               |
| Stellenanzeige            | Wiedererkennbarer Arbeitgebераuftritt        |

## 7. Online-Marketing und Recruiting

Nicht jede Zimmerei braucht jeden Marketingkanal. Entscheidend sind Geschäftsmodell, Zielgruppe und Engpass. Ein regionaler Betrieb mit Privatkunden benötigt meist andere Maßnahmen als ein Holzbauunternehmen, das Architekten, Bauträger und Gewerbekunden anspricht.

### Mögliche Marketingkanäle

- Google-Suche und Local SEO für konkrete regionale Nachfrage
- Google Ads für ausgewählte Leistungen mit passenden Landingpages
- Social Media für Projekte, Team, Ausbildung und Arbeitgeberkommunikation
- Fachartikel und Ratgeber für erklärungsbedürftige Leistungen
- LinkedIn und hochwertige Firmenpräsentationen für B2B-Kontakte
- E-Mail-Kommunikation und professionell gestaltete Angebotsunterlagen

Auch Recruiting gehört inzwischen zum Firmenauftritt. Eine Karrierewebsite sollte echte Einblicke geben: Projekte, Team, Arbeitsumgebung, Technik, Ausbildung, Weiterbildung und ein unkomplizierter Bewerbungsweg. Allgemeine Aussagen wie „familiäres Team“ oder „attraktive Vergütung“ reichen dafür allein kaum aus.

### Recruiting beginnt vor der Bewerbung

Potenzielle Mitarbeiter prüfen Unternehmen genauso wie Unternehmen später Bewerber prüfen.

Website, Projekte, Social Media und Bewertungen prägen deshalb bereits vor dem ersten Gespräch die Arbeitgeberwahrnehmung.

## 8. Drei typische Projektszenarien

### Fall 1: Der Betrieb ist gewachsen - die Website nicht

Aus sieben Mitarbeitern sind zwanzig geworden. Neue Halle, größere Projekte, moderner Maschinenpark. Die Website zeigt weiterhin Startseite, Dachstuhl, Carport und Kontakt. Das Unternehmen wirkt online deutlich kleiner als in Wirklichkeit.

Lösung: Positionierung neu ordnen, Leistungen priorisieren, Referenzen professionell dokumentieren, Corporate Design modernisieren, Website neu strukturieren und Karrierebereich ergänzen. Ergebnis: Der digitale Auftritt bildet die tatsächliche Leistungsfähigkeit ab und unterstützt sowohl Vertrieb als auch Recruiting.

### Fall 2: Fantastische Projekte - online nahezu unsichtbar

Der Betrieb hat hochwertige Häuser, Aufstockungen und Gewerbebauten realisiert. Auf der Website stehen trotzdem nur wenige kleine Fotos und der Satz „Wir bauen individuell und hochwertig“.

Lösung: Projektarchiv aufbauen, relevante Referenzen als Cases erzählen, neue Baustellen systematisch fotografisch dokumentieren und Leistungsseiten mit passenden Projekten verknüpfen. Ergebnis: Qualität wird sichtbar, statt nur behauptet.

### Fall 3: Aufträge genug - Mitarbeiter fehlen

Der Betrieb besitzt gute Auslastung, aber kaum Bewerbungen. Die Karrierekommunikation besteht aus einem alten PDF mit Anforderungen.

Lösung: Arbeitgeberauftritt entwickeln, echte Mitarbeiter und Arbeitsumgebung zeigen, Karrierebereich erstellen, Bewerbungsweg vereinfachen und Stellenkommunikation visuell mit der Marke verbinden. Ergebnis: Interessenten können den Betrieb vor der Bewerbung wesentlich besser einschätzen.

## 9. Checkliste: Ist dein Firmenauftritt zukunftsfähig?

- Die Website funktioniert auf Smartphone, Tablet und Desktop.
- Die wichtigsten Leistungen besitzen klare eigene Inhalte.
- Der Betrieb zeigt aktuelle, hochwertige Referenzprojekte.
- Echte Fotos zeigen Team, Projekte, Werkstatt und Arbeitsweise.
- Die Website erklärt, warum der Betrieb für bestimmte Projekte geeignet ist.
- Kontakt und Projektanfrage sind ohne Umwege möglich.
- Das Google-Unternehmensprofil ist aktuell und vollständig.
- Bewertungen werden aktiv gepflegt und seriös beantwortet.
- SEO wurde bereits bei Seitenstruktur und Content berücksichtigt.
- Logo, Farben und Typografie funktionieren über alle Medien hinweg.
- Website, Fahrzeuge, Arbeitskleidung und Print wirken wie dieselbe Marke.
- Es gibt einen eigenen Karrierebereich für Mitarbeiter und Ausbildung.
- WordPress, Plugins, Backups und Sicherheitsmaßnahmen werden regelmäßig betreut.

### Priorisierung statt Komplettpaket um jeden Preis

Nicht jeder Betrieb benötigt sofort Logo, Website, SEO, Broschüre, Social Media und Google Ads gleichzeitig. Entscheidend ist, den größten Engpass zu identifizieren und den Firmenauftritt darauf

## 10. Vom guten Handwerk zum überzeugenden Firmenauftritt

Ein moderner Firmenauftritt soll keine künstliche Hochglanzwelt erzeugen. Er soll zeigen, was bereits vorhanden ist: Fachwissen, Projekte, Mitarbeiter, Qualität und Haltung. Gerade im Holzbau ist die visuelle Substanz dafür außergewöhnlich gut.

DNKLDSGN verbindet Webdesign, Branding, Corporate Design, Grafikdesign, SEO und digitale Sichtbarkeit zu einem zusammenhängenden System. Der Schwerpunkt liegt auf Lösungen für inhabergeführte Unternehmen und den Mittelstand – nicht auf Design um des Designs willen.

### Deine Website ist schwächer als dein Betrieb?

Dann lohnt sich eine Analyse. Gemeinsam lässt sich prüfen, ob das eigentliche Problem bei Positionierung, Website-Struktur, Referenzdarstellung, SEO, Branding, Recruiting oder Technik liegt.

**Mehr zum Thema:** [Webdesign für Zimmerer & Holzbau](#)

**Projekt besprechen:** <https://www.moritzdunkel.de/kontakt/>

**Website:** <https://www.moritzdunkel.de>

## Quellen und weiterführende Informationen

Das Whitepaper verbindet praktische Empfehlungen aus Webdesign, Branding und Marketing mit öffentlich zugänglichen Branchen- und Technikquellen. Statistische Werte können je nach Erhebung und Abgrenzung voneinander abweichen.

- [Holzbau Deutschland: Zimmerer- und Holzbaugewerbe – Lage und Entwicklung](#)
- [Statistisches Bundesamt / GENESIS: Handwerkszählung – Zimmerer](#)
- [Zentralverband des Deutschen Handwerks: Betriebe, Beschäftigte und Umsätze](#)
- [Holzbauinitiative Deutschland: Mediathek und Informationen zum Holzbau](#)
- [Google Search Central: SEO-Starterleitfaden](#)
- [Google Search Central: Hilfreiche, zuverlässige und nutzerorientierte Inhalte](#)
- [W3C: Web Content Accessibility Guidelines \(WCAG\)](#)

### SEO-Hinweis zur PDF-Version

Diese PDF ist als durchsuchbares Textdokument aufgebaut. Titel, Überschriften, Dateiname und Dokument-Metadaten beschreiben das Thema eindeutig. Auf versteckte Keyword-Blöcke oder weiße Texte wird bewusst verzichtet. Für die Auffindbarkeit ist wichtiger, dass die PDF auf einer thematisch passenden HTML-Seite verlinkt wird, einen sprechenden Dateinamen besitzt und inhaltlich eigenständig nützlich ist.