

Kanzleimarketingtrends 2026

8 Trends im Kanzleimarketing,
die Anwälte und Kanzleien zu einer besseren
Positionierung und mehr Vertrauen verhelfen



TRENDBERICHT KANZLEIMARKETING 2026
Du willst Deine Kanzlei intelligent vermarkten und
Deine Wunschklienten gezielter ansprechen?
Dann lies dieses E-Book.



Der Autor

HALLO! ICH BIN MATTHIAS.

Als **Gründer und Herausgeber** des digitalen **Conplore.com Wirtschaftsmagazins** ist es seit über 10 Jahren mein Anliegen, für qualifizierte Expertinnen und Experten, auf intelligente und rechtskonforme Art Aufmerksamkeit für ihre Fachthemen und Unternehmen zu generieren und die Online-Positionierung über Online Marketing - insbesondere Content Marketing - und Marketing in Businessnetzwerken spürbar zu verbessern.

Als **Business Consultant** mit BWL-Hintergrund, **Marketing Generalist und Coach** unterstütze und schule ich Klienten in strategischen und operativen Fragen mit Fachwissen, Praxistipps und bei der Umsetzung.

Als **Fachautor** teile ich mein Wissen über E-Paper, E-Books und Print.

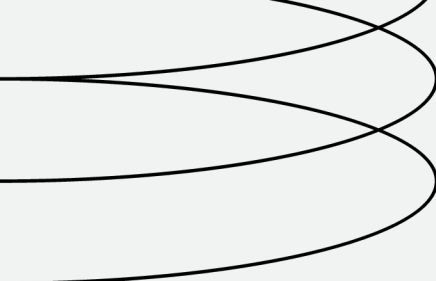
Du bist richtig bei mir, wenn Du Dich oder (D)ein Unternehmen authentisch, rechtskonform und mit einem bewährten Online-Marketing-Mix online positionieren willst. **Strategisch und operativ** gut umsetzbar.

E-PAPER

Kanzleimarketing 2026:

Sichtbar.
Relevant.
Unverwechselbar.





IMPRESSUM:

KANZLEIMARKETINGTRENDS 2026

8 Trends im Kanzleimarketing,

die Anwälte und Kanzleien zu einer besseren Positionierung und mehr Vertrauen verhelfen

(Trendbericht Kanzleimarketing 2026 - E-Paper)

1. AUFLAGE

Autor: Matthias Buchholz, Dipl.-Kfm.

Hrsg.: Conplore® Wirtschaftsmagazin

Herstellung und Verlag: Conplore® Media, Berlin

ISBN: -

© 2026 MATTHIAS BUCHHOLZ

Hinweis:

Dieses Buch ersetzt keine Rechts-, Finanz- oder Steuerberatung.

Es dient lediglich zur allgemeinen Information und bietet keine Erfolgsgarantien.

Alle im Buch genannten Marken sind und verbleiben Eigentum ihrer Markeninhaber.

Der Autor macht sich diese nicht zu Eigen. Die Wiedergabe von Warenbezeichnungen, Gebrauchsnamen, Marken und Handelsnamen, etc. im Buch berechtigt nicht dazu, dass solche Namen im Sinne der Markenschutz- und Warenzeichengesetzgebung als frei zu betrachten wären und daher von jedermann benutzt werden dürften.

Das Buch ist für ein internationales Publikum geschrieben. Es stellt keine Beratung oder Empfehlung dar. Ob die in diesem Buch genannten Informationen, Software, Tools, Methoden, Anbieter und Instrumente in Ihrem Land rechtskonform (nutzbar) sind, obliegt Ihrer tagesaktuellen, eigenständigen Prüfung. Für Folgen, die aus deren Nutzung entstehen, und für die Qualität und Aktualität derselben, übernimmt der Autor keine Verantwortung, Garantien und Haftung.

Vorwort

Ahoi!

Willkommen zu einem neuen **Trendbericht** Kanzleimarketing mit Handlungsempfehlungen für ambitionierte Kanzleien in Deutschland, Österreich und der Schweiz.

Wenn Du Anwalt oder Anwältin bist und Dir 2026 nicht nur volle Akten, sondern die richtigen Mandate wünschst, dann ist dieses E-Paper für Dich.

Ich berichte heute über die **aktuellen Trends im Kanzleimarketing 2026** – konkret, praxisnah und mit klarem Fokus auf Umsetzung. Keine Buzzwords.

Keine Marketingfloskeln. Sondern strategische Leitlinien, die funktionieren.

Ich wünsche gute Erkenntnisse.

Dein Matthias Buchholz

Gründer & Hrsg. Conplore Wirtschaftsmagazin

8 Trends mit Relevanz für Dein Kanzleimarketing

In diesem E-Paper werden wir uns die folgenden **8 Trends im Bereich Kanzleimarketing** genauer ansehen und neben abschließenden Handlungsmöglichkeiten kurz rechtliche Rahmenbedingungen für das Marketing von Kanzleien beschreiben..

KANZLEIMARKETINGTRENDS 2026:

TREND 1: POSITIONIERUNG SCHLÄGT BAUCHLADEN

TREND 2: LINKEDIN IST DER NEUE BRANCHENEMPfang

TREND 3: VERTRAUEN IST DIE NEUE WÄHRUNG

TREND 4: CONTENT WIRD STRATEGISCH – NICHT ZUFÄLLIG

TREND 5: EMPLOYER BRANDING WIRD ZUR ÜBERLEBENSFRAGE

TREND 6: KI WIRD WERKZEUG – NICHT ERSATZ

TREND 7: DIE KANZLEI WIRD ZUR MARKE

TREND 8: MANDANTENREISE DENKEN STATT EINZELMASSNAHMEN

WAS 2026 NICHT MEHR FUNKTIONIERT

KONKRETE TO-DOS FÜR DEINE KANZLEI & ABSCHLUSS

RECHTLICHE RAHMENBEDINGUNGEN FÜR KANZLEIMARKETING IN D

Los geht's!

Trend 1: Positionierung schlägt Bauchladen

2026 ist das Jahr der klaren Kante.

Allgemeine Kanzleien mit „Wir machen alles außer Steuerrecht“ verschwinden zunehmend im digitalen Rauschen. Wer heute sichtbar sein will, braucht Profil.

Die erfolgreichsten Kanzleien definieren:

- Eine klare Zielgruppe (z. B. Tech-Startups, Ärzte, Familienunternehmer)
- Ein konkretes Problemversprechen
- Eine erkennbare Spezialisierung

Das bedeutet nicht zwingend, dass Du nur noch ein Rechtsgebiet bearbeitest.

Aber nach außen brauchst Du eine starke Leitstory.

Beispiel:

Nicht „Fachanwalt für Arbeitsrecht“, sondern:

„Wir vertreten Geschäftsführer und Vorstände in Kündigungssituationen und Organhaftungsfällen.“

Das ist präzise. Das bleibt hängen. Und das schafft Relevanz.

Trend 2: LinkedIn ist der neue Branchenempfang

Im DACH-Raum hat sich **LinkedIn** endgültig als führende Plattform für Business-Positionierung etabliert – gerade für Wirtschaftskanzleien, Boutique-Kanzleien und spezialisierte Einzelanwälte.

Was 2026 nicht mehr funktioniert:

- Unpersönliche Kanzlei-Posts
- Copy-Paste-Rechtstipps
- Reines Teilen von Pressemitteilungen

Was funktioniert:

- Persönliche Einordnung von Urteilen
- Strategische Branchenmeinungen
- Klare Haltung
- Storytelling aus der Praxis (natürlich anonymisiert)

Menschen mandatieren Menschen. Nicht Logos.

Wenn Du als Partner oder Inhaber selbst sichtbar wirst, stärkst Du die Kanzleimarke enorm. Der Algorithmus bevorzugt Gesichter. Und Mandanten auch.

Trend 3: Vertrauen ist die neue Währung

KI-Tools liefern heute juristische Erstinformationen in Sekunden.

Mandanten googeln nicht mehr nur – sie fragen Chatbots.

Die Konsequenz?

Fachwissen allein ist kein Differenzierungsmerkmal mehr.

2026 gewinnt, wer Vertrauen systematisch aufbaut:

- Durch hochwertige Fachbeiträge
- Durch klare Wertekommunikation
- Durch konsistente Außenwirkung
- Durch echte Bewertungen

Plattformen wie Google sind längst zur ersten Anlaufstelle geworden. Wer dort unter 4,5 Sternen liegt oder kaum Bewertungen hat, verliert Mandate – oft unbemerkt.

**Aktives Bewertungsmanagement ist kein Nice-to-have mehr.
Es ist Umsatzfaktor.**

Trend 4: Content wird strategisch – nicht zufällig

Viele Kanzleien posten, wenn „mal Zeit ist“. 2026 braucht Marketing Struktur.

Die erfolgreichsten Kanzleien arbeiten mit:

- Redaktionsplänen
- klar definierten Themenclustern
- wiedererkennbaren Content-Formaten

Beispiel:

Montag – Praxisimpuls

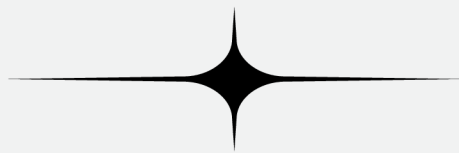
Mittwoch – Urteil der Woche

Freitag – Persönliche Einordnung oder Branchen-Insight

Content ist kein Selbstzweck. Er erfüllt drei Aufgaben:

1. Sichtbarkeit erhöhen
2. Kompetenz beweisen
3. Vertrauen aufbauen

Wenn einer dieser drei Punkte nicht erfüllt ist, solltest Du den Beitrag überdenken.



Trend 5: Employer Branding wird zur Überlebensfrage

Der Fachkräftemangel im juristischen Bereich bleibt dramatisch.

Gerade in Deutschland konkurrieren Kanzleien nicht nur untereinander – sondern auch mit Unternehmen, Legal Techs und internationalen Playern.

Junge Juristen erwarten:

- Flexible Arbeitsmodelle
- Digitale Infrastruktur
- Sinnorientierung
- Klare Karrierepfade

Wenn Deine Website nur Mandanten adressiert, verschenkst Du Potenzial.

2026 muss Deine Kanzlei zwei Zielgruppen überzeugen:

- Mandanten
- Talente

Karriereseiten, Social-Einblicke und echte Stimmen aus dem Team sind Pflicht – keine Kür.

Trend 6: KI wird Werkzeug – nicht Ersatz

Tools auf Basis von OpenAI oder spezialisierte Legal-KI-Anwendungen sind 2026 fester Bestandteil vieler Kanzleien.

Aber:

KI ersetzt keine strategische Markenführung.

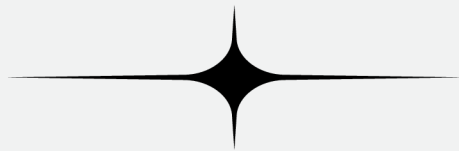
Sie unterstützt bei:

- Content-Ideen
- Strukturierung von Beiträgen
- Recherche-Vorarbeit
- Effizienzsteigerung

Doch Persönlichkeit, Positionierung und strategische Klarheit kommen nicht aus einem Prompt.

Die Frage ist nicht: „Nutzen wir KI?“

Sondern: „Nutzen wir sie strategisch und kontrolliert?“



Trend 7: Die Kanzlei wird zur Marke

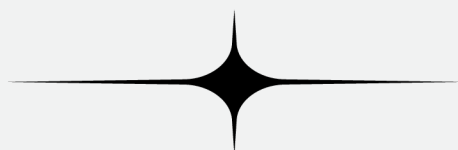
Große Wirtschaftskanzleien machen es seit Jahren vor. Doch auch Boutiquen und mittelständische Kanzleien erkennen: **Marke ist kein Konzern-Thema.**

Eine starke Kanzleimarke bedeutet:

- Klare Botschaft
- Einheitliches Design
- Wiedererkennbare Sprache
- Konstante Wertekommunikation

Mandanten kaufen Sicherheit.

Eine starke Marke vermittelt genau das – bevor das erste Gespräch stattfindet.



Trend 8: Mandantenreise denken statt Einzelmaßnahmen

Viele Kanzleien investieren in:

- Eine neue Website
- Social Media
- Anzeigen

Doch sie denken nicht in Prozessen.

Die entscheidende Frage lautet:

Was passiert vom ersten Kontakt bis zur Mandatserteilung?

Beispiel einer optimierten Mandantenreise:

1. LinkedIn-Post erzeugt Aufmerksamkeit
2. Website bietet vertiefende Inhalte
3. Klare Call-to-Action führt zur Terminbuchung
4. Professionelles Erstgespräch
5. Strukturiertes Onboarding

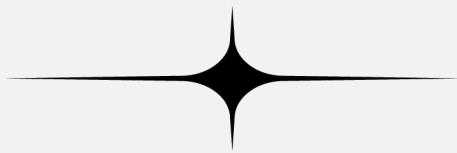
**Marketing endet nicht beim Klick.
Es endet beim Vertrauen.**

Was 2026 nicht mehr funktioniert

Lass uns ehrlich sein:

- Stockfotos mit verschränkten Armen
- Allgemeine Floskeln wie „*Wir beraten kompetent und zuverlässig*“
- Unklare Leistungsbeschreibungen
- Webseiten ohne Persönlichkeit

**Der Markt ist transparenter. Mandanten vergleichen.
Und sie entscheiden schneller.**



Konkrete To-dos für Deine Kanzlei & Abschluss

Wenn Du aus diesem E-Paper drei Dinge mitnehmen willst, dann diese:

1. Schärfe Deine Positionierung.

Wofür willst Du 2026 bekannt sein?

2. Baue Deine persönliche Sichtbarkeit aus.

Gerade als Partner oder Inhaber.

3. Denke Marketing als strategisches System – nicht als Nebenbei-Projekt.

Kanzleimarketing 2026 ist kein Trendthema mehr.

Es ist ein unternehmerischer Erfolgsfaktor.

Die besten Juristen setzen sich nicht automatisch durch.

Die sichtbarsten und klar positionierten schon.

Die Frage ist also:

Willst Du 2026 reagieren – oder gestalten?

Wenn Dir diese Folge Impulse gegeben hat, teile sie gern mit Kollegen oder Deinem Kanzleiteam. Und stell Dir heute noch eine ehrliche Frage:

Ist Deine Kanzlei so sichtbar, wie sie es verdient?

Bleib klar. Bleib sichtbar.

Und vor allem: Bleib unverwechselbar.

UMSETZUNGSHILFEN

RECHTSGRUNDLAGEN



RECHTLICHE GRUNDLAGEN & EINSCHRÄNKUNGEN FÜR KANZLEIMARKETING IN D

(ALLGEMEINE HINWEISE: DIESE ERSETZEN KEINE RECHTSBERATUNG)

Für Kanzleihinhaber gelten im Marketing besondere berufs- und wettbewerbsrechtliche Vorgaben. Kurz zusammengefasst:

1. Berufsrecht (BRAO, BORA)

- Grundsatz der Sachlichkeit (§ 43b BRAO, § 6 BORA): Werbung ist erlaubt, muss jedoch sachlich, wahrheitsgemäß und berufsbezogen sein.
- Verbot irreführender Werbung: Keine unzutreffenden Angaben zu Qualifikationen, Spezialisierungen, Erfolgsquoten oder Mandanten.
- Keine anpreisende oder vergleichende Werbung: Übertriebene Selbstdarstellung („führend“, „beste Kanzlei“) und Kanzleivergleiche sind unzulässig.
- Zurückhaltung bei Mandantenreferenzen: Nur mit ausdrücklicher Einwilligung und ohne Verletzung der Verschwiegenheitspflicht.

2. Wettbewerbsrecht (UWG)

- Marketingmaßnahmen dürfen nicht irreführend, aggressiv oder unlauter sein.
- Transparenzpflichten, insbesondere bei Preisangaben oder Leistungsbeschreibungen, sind einzuhalten.

3. Datenschutz (DSGVO, TTDSG)

- Personenbezogene Daten (z. B. bei Newslettern, Kontaktformularen, Tracking) nur mit Rechtsgrundlage bzw. Einwilligung.
- Pflichtangaben: Datenschutzerklärung, ggf. Cookie-Einwilligungen.
- Besondere Sensibilität wegen anwaltlicher Verschwiegenheit.

4. Online-Auftritt und Social Media

- Impressumspflicht und klare Anbieterkennzeichnung.
- Auch Social-Media-Beiträge gelten als Werbung und unterliegen denselben berufsrechtlichen Grenzen.

SUMMA SUMMARUM:

Kanzleimarketing ist erlaubt und notwendig, aber strikt reguliert. Erfolgreich ist, wer fachlich informiert, Vertrauen aufbaut und Mehrwert bietet – ohne Übertreibung, Vergleichswerbung oder Datenschutzverstöße.

ANZEIGE: DER PRAXISLEITFADEN ZUR UMSETZUNG

MATTHIAS BUCHHOLZ

MATTHIAS-BUCHHOLZ.COM

Kanzleimarketing, das wirkt

10 bewährte Marketing-Erkenntnisse, mit denen
Anwälte sichtbar werden, Vertrauen aufbauen
und passende Mandanten gewinnen



PRAXISLEITFADEN KANZLEIMARKETING 2026
Du willst Deine Kanzlei online besser vermarkten?
Finde heraus, womit Du anfängst und wie Du
Maßnahmen effizient umsetzt.

Du willst mehr Wissen und Insights?

MATTHIAS-
BUCHHOLZ.com

... oder verlinke Dich mit mir auf Linked!

FOLGE MEINER SEITE