



ROI-Jahresbericht von HubSpot

2023



Inhaltsübersicht

01 Höhepunkte des Berichts

02 Marketing Hub

- Leadgenerierung
- Marketingautomatisierung
- Fallstudien

03 Content-Tools

04 Sales Hub

- Prospecting
- Dealmanagement
- Fallstudien

05 Service Hub

- Helpdesk
- Selbstbedienung
- Fallstudien

06 Die Plattform von HubSpot

- Marketing Hub + Sales Hub
- Marketing Hub + Sales Hub + Service Hub
- HubSpots Solutions Partners
- Fallstudien

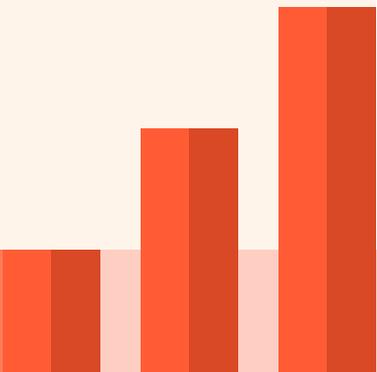
07 Fazit

08 Anhang

- Datenmethodik
- Daten nach Branche, Region und Unternehmensgröße



HubSpot hat
über **184.000** Unternehmen
dabei geholfen, die
Verbindung und das
Wachstum über die gesamte
Customer Journey hinweg zu
fördern.



Nach nur einem Jahr:

Anziehen

114 %

mehr Web-Traffic¹

Generieren

129 %

mehr Inbound-Leads²

Abschließen

55 %

mehr Deals mit einer 105 %
besseren Abschlussquote³

Lösen

43 %

mehr Tickets pro Agent
mit einer 32 % höheren
Rate⁴

¹ Anstieg des monatlichen Website-Traffics 12 Monate nach dem Kauf für Unternehmen, die Marketing Hub oder CMS Hub besaßen (n=64.160)

² Anstieg der Formulareinsendungen 12 Monate nach dem Kauf für Unternehmen, die Marketing Hub besaßen (n=53.811)

³ Anstieg der Abschlussrate (n=46.874) und der abgeschlossenen Deals (n=46.626) 12 Monate nach dem Kauf für Unternehmen, die Sales Hub besaßen.

⁴ basierend auf abgeschlossenen Tickets pro zugewiesener Benutzerlizenz für Unternehmen, die Service Hub 1-6 Monate lang besaßen (n=1.438) gegenüber 7-12 Monaten (n=1.447)

⁵ Anstieg der Rate der Ticketabschlüsse bei Unternehmen, die Service Hub besaßen (n=11.608).

Marketing Hub:

Der verbundene Weg zur Vermarktung



Mit Marketing Hub sind HubSpot-Kundinnen und -Kunden in der Lage



Umsatz durch hochwertige Leads zu steigern

129 %

mehr Inbound-Leads generiert¹

40 %

Erhöhung der Zahl der erstellten Deals¹

50 %

mehr abgeschlossene Deals¹



Zeit und Ressourcen mit automatisierten und KI-gestützten Kampagnen zu sparen

68 %

kürzere Zeit bis zum Start von Kampagnen²

26 %

geringere Ausgaben für die Erfassung von Leads²



Marketinginvestitionen zu optimieren

505 %

ROI über 3 Jahre erreicht²

¹ basierend auf der Zunahme von Formularübermittlungen (n=53.811), erstellten Deals (n=43.332) und abgeschlossenen Deals (n=42.561) 12 Monate nach dem Kauf für Unternehmen, die Marketing Hub mindestens 12 Monate lang besaßen

² [IDC Whitepaper, gesponsert von HubSpot, Business Value of Marketing Hub, Doc. #US51220423, September 2023](#)



Marketing Hub

Leadgenerierung

Mit Marketing Hub können Kundinnen und Kunden Leads effektiv über mehrere Kanäle erfassen: E-Mail, Landingpages, soziale Medien, Anzeigen, Blogs und mehr.

Steigerung der Anzahl der eingehenden Leads:

↑ **105 %**
innerhalb von
6 Monaten¹

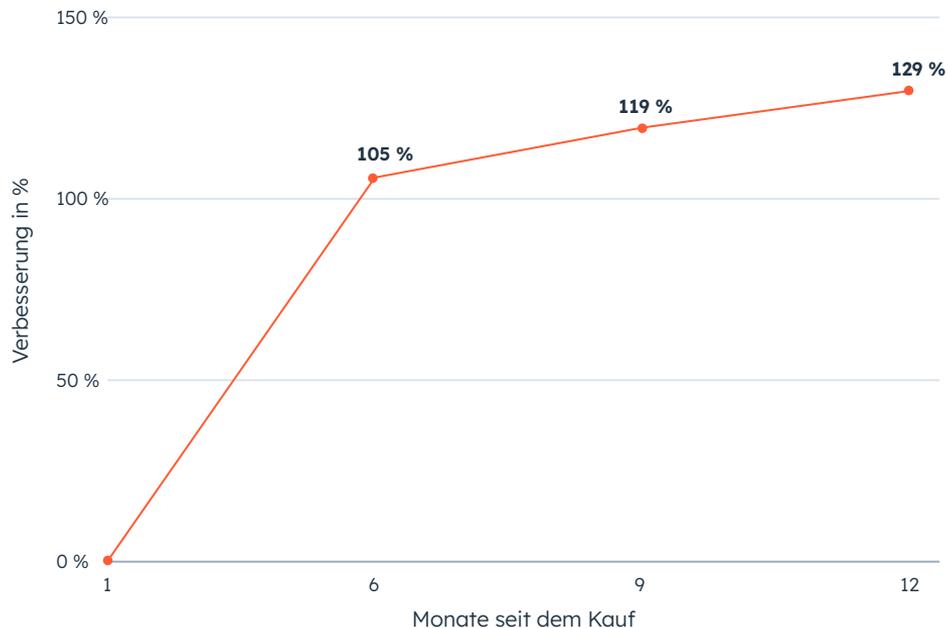
↑ **129 %**
nach 1 Jahr¹

↓ **26 %**
Senkung der
Lead-Akquisitionskosten²

Ergebnisse nach Branche, Region und Unternehmensgröße:

[Siehe Seite 42 →](#)

Inbound-Lead-Leistung seit Kauf¹



¹ basierend auf den monatlichen Übermittlungen von Formularen für Unternehmen, die Marketing Hub seit mindestens 12 Monaten besitzen (n=53.811)

² [IDC Whitepaper gesponsert von HubSpot: Business Value of Marketing Hub, Doc. #US51220423, September 2023](#)



Marketing Hub

Leadgenerierung

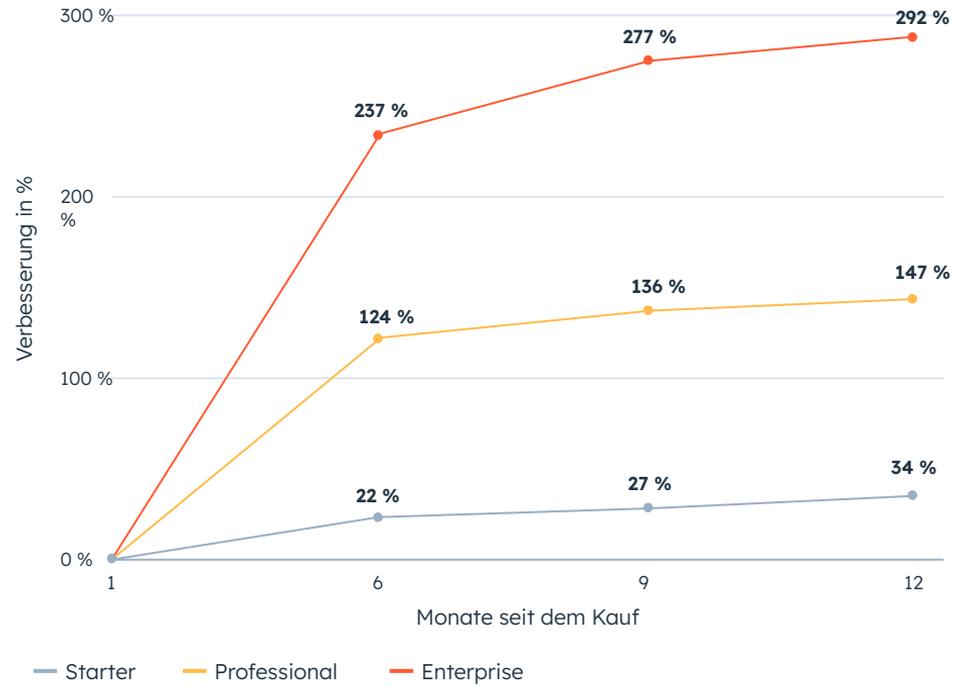
Marketing Hub-Kundinnen und Kunden können über Landingpages, Formulare, soziale Medien und Anzeigen effizient Leads generieren – und das alles über ein einheitliches Kampagnencenter.



Tipp:

Unternehmen, die Multichannel-Tools zur Leadgenerierung nutzen, generieren **71 % mehr** Inbound-Leads²

Inbound-Lead-Leistung seit Kauf¹



¹ basierend auf den monatlichen Formularübermittlungen für Unternehmen, die Marketing Hub Starter (n=31.080), Marketing Hub Professional (n=19.803) bzw. Marketing Hub Enterprise (n=2.998) seit mindestens 12 Monaten besitzen

² basierend auf Formularen von Unternehmen, die die Professional- oder Enterprise-Version mit aktivierten Kampagnen, Anzeigen, SEO, Social-Media-Tools und Landingpages (n=3.008) nutzen, im Vergleich zum Durchschnitt aller Unternehmen, die die Professional- bzw. Enterprise-Version nutzen (n=28.633)



Marketing Hub

Leadgenerierung

Mit Marketing Hub können Marketingteams produktiver arbeiten und Kampagnen schneller starten.

Unternehmen, die Marketing Hub nutzen, erzielen:



73 %

Steigerung der Produktivität des Marketingteams

¹



68 %

Verkürzung der Zeit für die Durchführung von Marketingkampagnen¹



52 %

Zunahme der Anzahl der pro Jahr gestarteten Multichannel-Kampagnen¹

¹ [IDC Whitepaper, gesponsert von HubSpot, Business Value of Marketing Hub, Doc. #US51220423, September 2023](#)



Marketing Hub

Automatisierung

Marketing Hub-Kundinnen und -Kunden nutzen automatisierte E-Mail-Kampagnen, Lead-Nurturing und Kundensegmentierung, um personalisiertes und zielgerichtetes Marketing in großem Umfang zu erstellen, was zu einer höheren Lead-Bindung und höheren Umsätzen führt.

Nach nur 6 Monaten erzielen Marketing Hub-Kundinnen und -Kunden:



58 %

Steigerung der Klickrate für E-Mails¹



21 %

mehr generierte Deals¹



76 %

Erhöhung der Deal-Abschlussrate¹



32 %

mehr abgeschlossene Deals¹

¹ basierend auf dem Anstieg der E-Mail-Klickrate (n=39.871), der erstellten Deals (n=43.332), der Deal-Abschlussrate (n=42.738) und der abgeschlossenen Deals (n=42.561) 6 Monate nach dem Kauf für Unternehmen, die Marketing Hub seit mindestens 12 Monaten besitzen



Marketing Hub

Automatisierung

Mit Marketing Hub können Marketingteams ihre Kommunikation in großem Umfang personalisieren, so dass E-Mails für Leads relevanter werden und die Wahrscheinlichkeit eines Engagements steigt.

Verbesserung der CTR für E-Mails:

↑ **58 %**
innerhalb von
6 Monaten¹

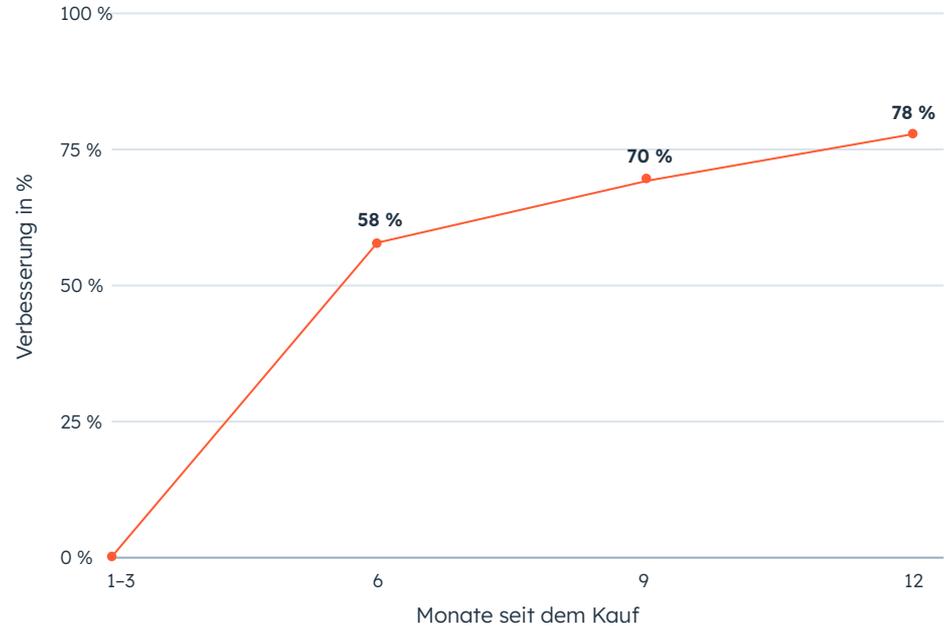
↑ **78 %**
nach 1 Jahr¹



Tipp:

Unternehmen, die Marketingautomatisierung nutzen, sehen eine **70 % höhere** E-Mail-CTR.²

Performance der E-Mail-Klickrate seit Kauf¹



¹ basierend auf der monatlichen E-Mail-Klickrate für Unternehmen, die Marketing Hub seit mindestens 12 Monaten besitzen (n=39.871)

² basierend auf der E-Mail-Klickrate von Unternehmen, die die Professional- oder Enterprise-Version mit aktivierten Workflows (n=27.463) nutzen, im Vergleich zu Unternehmen ohne aktivierte Workflows (n=2.012)



Marketing Hub

Automatisierung

Mit den Kampagnenmanagement- und Automatisierungstools von Marketing Hub können Marketingprofis Leads nahtlos in neue Deals umwandeln, sodass manuelle und fehleranfällige Prozesse überflüssig werden.

Steigerung der Zahl der abgeschlossenen Deals:

↑ **21 %**
innerhalb von
6 Monaten¹

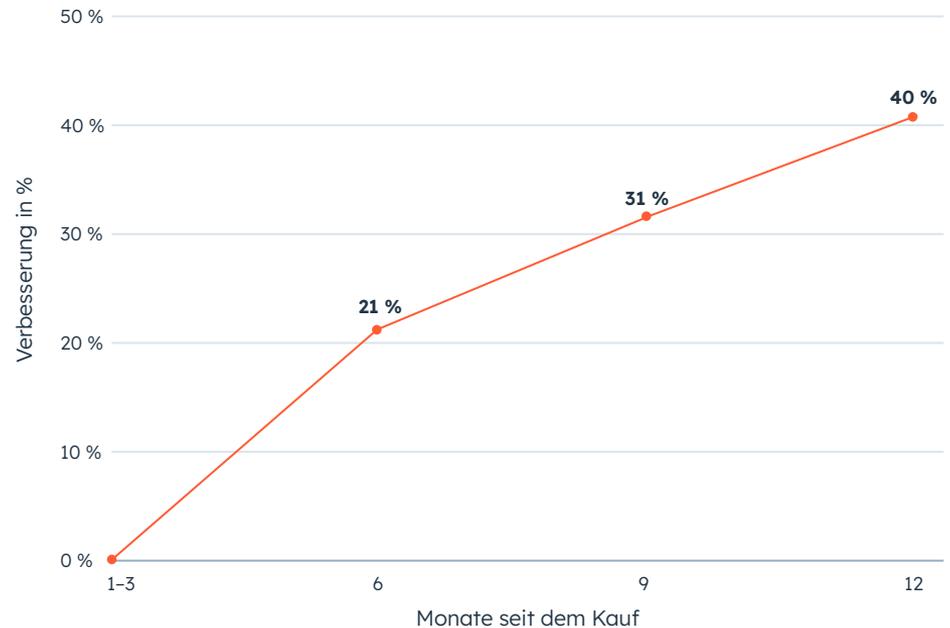
↑ **40 %**
nach 1 Jahr¹



Tipp:

Unternehmen, die Marketingautomatisierung, Kampagnenmanagement und Marketingreporting nutzen, schaffen eine **16 % höhere Anzahl** von Deals pro Monat.²

Erstellte Deals seit Kauf¹



¹ basierend auf der Anzahl der monatlich erstellten Deals für Unternehmen, die Marketing Hub seit mindestens 12 Monaten besitzen (n=43.332)

² basierend auf der Anzahl der Deals, die von Unternehmen, die die Professional- oder Enterprise-Version mit aktivierten Workflows, Kampagnen und Marketingberichten nutzen (n=18.342), zum Durchschnitt aller Unternehmen, die die Professional- bzw. Enterprise-Version nutzen (n=23.190).



Marketing Hub

Automatisierung

Marketing Hub ermöglicht es Marketingfachleuten, Vertriebsteams zum Erfolg zu verhelfen. Mit den Automatisierungstools können die Teams hochwertige Leads pflegen, bewerten und liefern und so die Anzahl der abgeschlossenen Deals und die Abschlussraten maximieren.

↑ **50 %**

Anstieg der abgeschlossenen Deals nach 1 Jahr¹

↑ **103 %**

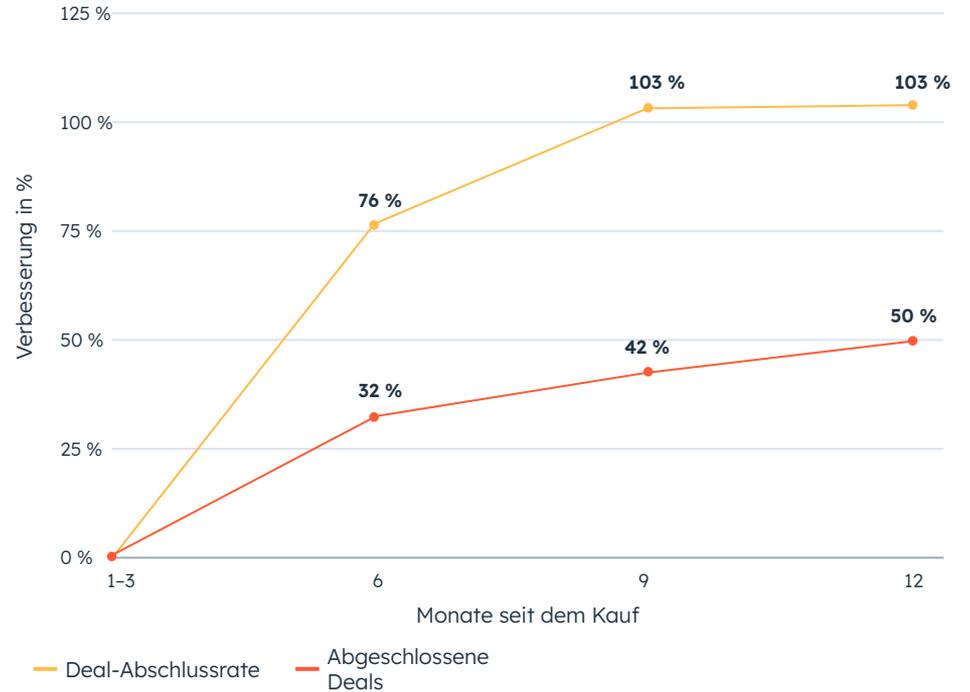
Erhöhung der Deal-Abschlussrate nach 1 Jahr¹



Tipp:

Unternehmen, die Marketingautomatisierung, Kampagnenmanagement und Marketingreporting nutzen, schließen **17 % mehr** Deals pro Monat² ab und verzeichnen **10 % höhere** Deal-Abschlussraten.²

Deals Performance seit Kauf¹



¹ basierend auf der monatlichen Abschlussrate (n=42.738) und der Anzahl der abgeschlossenen Deals für Unternehmen, die Marketing Hub seit mindestens 12 Monaten besitzen (n=42.561)

² basierend auf der Anzahl der Deals, die von Unternehmen, die die Professional- oder Enterprise-Version mit aktivierten Workflows, Kampagnen und Marketingberichten nutzen (n=18.342), zum Durchschnitt aller Unternehmen, die die Professional- bzw. Enterprise-Version nutzen (n=23.190).

Marketing Hub

Fallstudien

Leadgenerierung



Trusted Shop generiert mit HubSpot 200.mal mehr Leads

[Siehe Fallstudie →](#)

Leadgenerierung



Viessmann steigert Lead-Generierung dank HubSpot um 200%

[Siehe Fallstudie →](#)

Marketingautomatisierung



Belonio steigert seine Kontaktpunkte durch HubSpot um 1.250%

[Siehe Fallstudie →](#)

Berechnen Sie Ihren potenziellen ROI mit Marketing Hub mithilfe des HubSpot ROI-Rechners.

[ROI berechnen](#)

Contenttools:

Erstellen und Verwalten personalisierter Inhaltserlebnisse



Marketingteams, die die Content-Tools von HubSpot nutzen, fördern die Kundenbindung und das Geschäftswachstum.

Nach nur 6 Monaten verzeichnen Unternehmen, die Content-Tools verwenden:



114 %

Zunahme des Web-Traffics¹



251 %

Anstieg der Aufrufe der Landingpage¹



337 %

Anstieg der Blogaufrufe¹



99 %

Zunahme der eingehenden Leads¹

¹ Anstieg des monatlichen Website-Traffics (n=64.160), der Landingpage-Aufrufe (n=34.333), der Blog-Seitenaufrufe (n=17.367) und der Übermittlung von Formularen (n=57.468) 6 Monate nach dem Kauf für Unternehmen, die Marketing Hub oder CMS Hub für mindestens 12 Monate besaßen.



Content-Tools

Mit den Content-Tools von HubSpot können Marketingprofis mühelos personalisierte und zielgerichtete Website-, Blog- und Landingpage-Inhalte erstellen, um die ideale Zielgruppe anzusprechen.

↑ **143 %**
Anstieg des Web-Traffics nach 1 Jahr¹

↑ **300 %**
Anstieg der Aufrufe der Landingpage nach 1 Jahr¹

↑ **646 %**
Anstieg der Blogaufrufe nach 1 Jahr¹



Tipp:

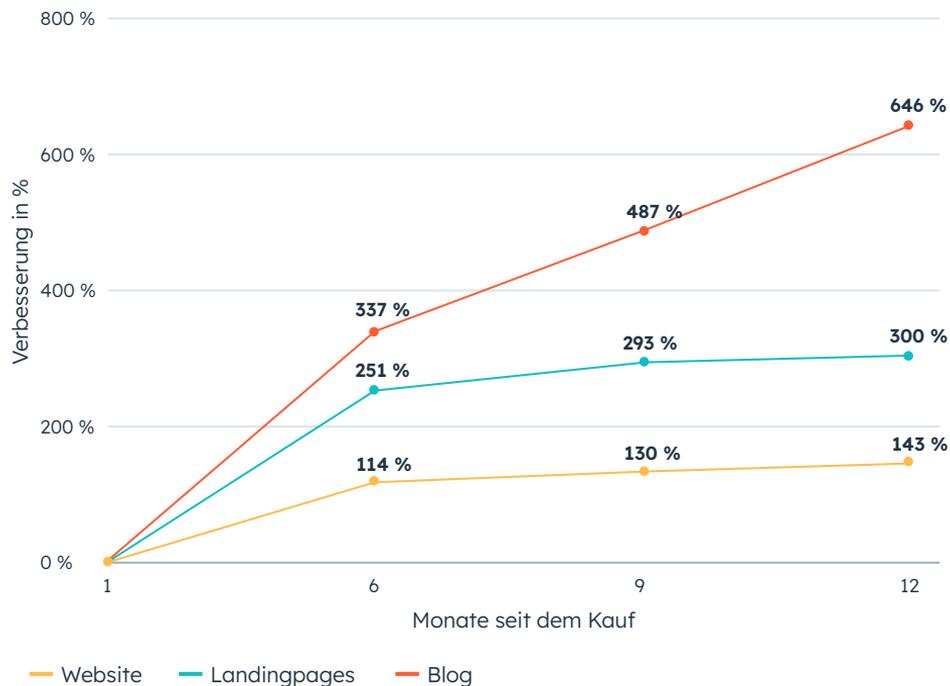
Unternehmen, die SEO-Tools verwenden, sehen

6-mal mehr Website-Traffic²

4-mal mehr Aufrufe der Landingpage³

4,5-mal mehr Blogaufrufe⁴

Traffic – Performance seit dem Kauf¹



¹ basierend auf dem monatlichen Website-Traffic (n=64.160), den Aufrufen von Landingpages (n=34.333) und Blog-Aufrufen (n=17.376) für Unternehmen, die mindestens 12 Monate lang Marketing Hub oder CMS Hub besaßen

² basierend auf dem Website-Traffic von Unternehmen mit aktivierten SEO-Tools (n=7.194) im Vergleich zu Unternehmen ohne SEO-Tools (n=86.891)

³ basierend auf den Aufrufen der Landingpages von Unternehmen mit aktivierten SEO-Tools (n=6.163) im Vergleich zu denen ohne (n=33.943)

⁴ basierend auf den Blogaufrufen von Unternehmen mit aktivierten SEO-Tools (n=4.662) im Vergleich zu denen ohne (n=14.239)



Content-Tools

Marketingfachleute nutzen die Content-Tools von HubSpot, um eine tiefere Verbindung zu ihrer Kundschaft aufzubauen, indem sie ansprechende Inhalte erstellen, die auf Resonanz stoßen, und fortschrittliche Funktionen nutzen, um die Konversionsraten zu verbessern.

Steigerung der Zahl der eingehenden Leads:

↑ **99 %**
innerhalb von
6 Monaten¹

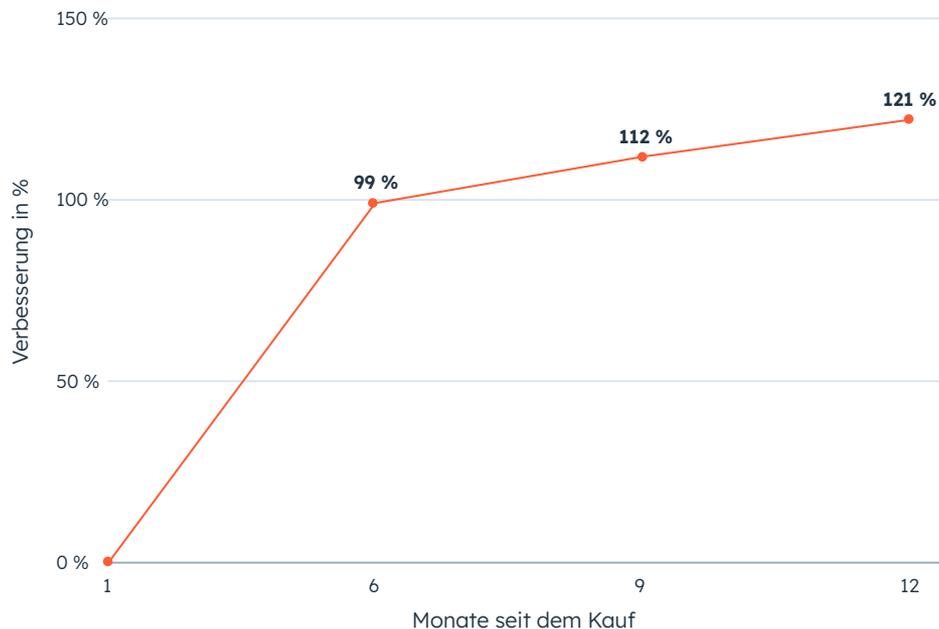
↑ **121 %**
nach 1 Jahr¹



Tipp:

Unternehmen sehen eine beeindruckende **237 % höhere** Konversionsrate, wenn sie adaptive Tests verwenden.²

Inbound-Leads Performance seit Kauf¹



¹ basierend auf den monatlichen Übermittlungen von Formularen für Unternehmen, die mindestens 12 Monate lang Marketing Hub oder CMS Hub besaßen (n=57.468)

² basierend auf der Übermittlungsrate von Formularen auf der Landingpage von Unternehmen, die die Enterprise-Version mit aktivierten adaptiven Tests (n=317) nutzen, im Vergleich zu Unternehmen ohne adaptive Tests (n=3.708)

Sales Hub:

Steigerung der Produktivität durch Relevanz



Mit Sales Hub erzielen Unternehmen



Effektivere Kundengewinnung

28 %

Erhöhung der Zahl der geschaffenen Deals¹



Datengestütztes Wachstum

105 %

Erhöhung der Deal-Abschlussrate¹

1,4-mal

mehr abgeschlossene Deals pro Teammitglied²



Schnelleres Umsatzwachstums

55 %

mehr abgeschlossene Deals¹

13 %

Anstieg der Einnahmen³

¹ Steigerung der Anzahl der erstellten Deals (n=46.874), der Abschlussrate (n=46.874) und der abgeschlossenen Deals (n=46.626) 12 Monate nach dem Kauf für Unternehmen, die Sales Hub mindestens 12 Monate lang besaßen

² basierend auf den pro Teammitglied abgeschlossenen Deals für Unternehmen, die Sales Hub seit 1-6 Monaten besitzen (n=6.662), verglichen mit 7-12 Monaten (n=7.241)

³ [Bericht von Beall Research im Auftrag von HubSpot: Der Einfluss auf den Umsatz](#)



Sales Hub

Prospecting

Sales Hub gibt potenziellen Kundenbetreuenden die personalisierten Tools an die Hand, die sie benötigen, um aussagekräftige Gespräche zu starten und eine volle Pipeline aufzubauen.

Höheres Engagement

90 %
Steigerung der
Öffnungsrate der
E-Mails

53 %
mehr Antworten
auf E-Mails¹

128 %
Zunahme der
Teilnahme an
Meetings¹

Vollere Pipeline

28 %
mehr Deals erstellt¹

¹ Anstieg der Anzahl der geöffneten Sequenz-E-Mails (n=16.280), der Antworten auf Sequenz-E-Mails (n=16.280), der Anzahl der besuchten Meetings (n=38.537) und der abgeschlossenen Deals (n=46.874) 12 Monate nach dem Kauf für Unternehmen, die Sales Hub mindestens 12 Monate lang besaßen



Sales Hub

Prospecting

Die automatisierten Sequenzen und E-Mail-Vorlagen von Sales Hub steigern die Effizienz und Produktivität von Verkaufenden, während Funktionen wie der Meetingplaner und Workflows die Wahrscheinlichkeit, dass Interessierte Meetings buchen und daran teilnehmen, deutlich erhöhen.

↑ **128 %**

Zunahme der Zahl der besuchten Meetings nach 1 Jahr¹

↑ **111 %**

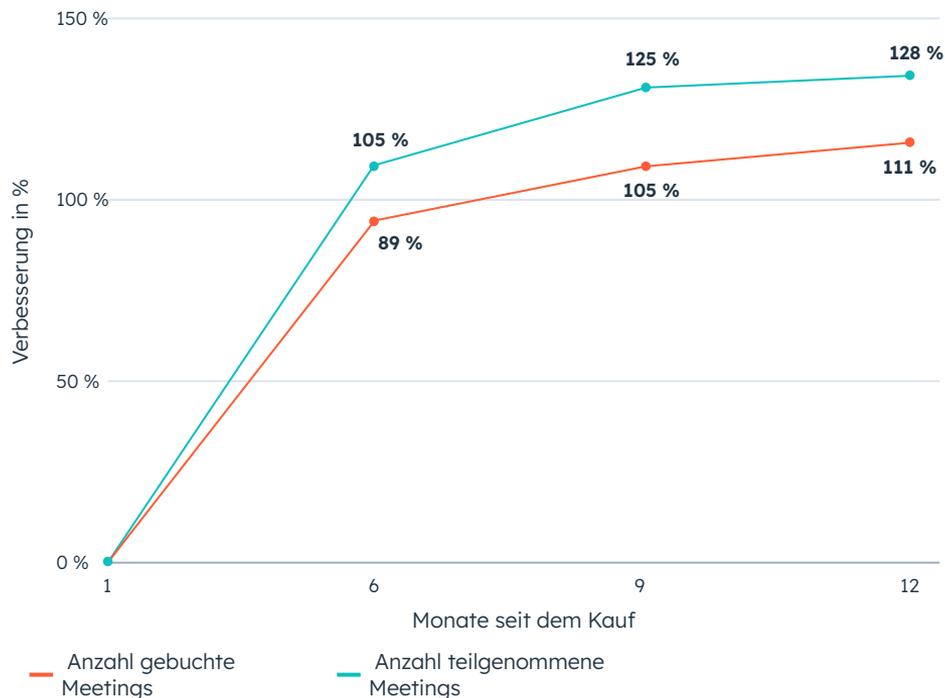
Zunahme der gebuchten Meetings nach 1 Jahr¹



Tipp:

Unternehmen, die Prospecting-Tools verwenden, sichern sich **25 % mehr Meetings**² und sehen eine **33 % höhere Meeting-Teilnahme**.³

Meeting Performance seit dem Kauf¹



¹ basierend auf der Anzahl der geplanten (n=37.830) und monatlich besuchten Meetings für Unternehmen, die Sales Hub seit mindestens 12 Monaten besitzen (n=38.579)

² basierend auf der Anzahl der geplanten Meetings (n=12.204) für Unternehmen, die die Professional- oder Enterprise-Version mit aktivierten Sequenzen, Vorlagen, Workflows und Vertriebs-E-Mails nutzen, im Vergleich zum Durchschnitt aller Unternehmen, die die Professional- bzw. Enterprise-Version nutzen (n=23.860)

³ basierend auf der Anzahl von Meetings, an denen Unternehmen, die die Professional- oder Enterprise-Version mit aktivierten Sequenzen, Vorlagen, Workflows und Vertriebs-E-Mails nutzen, teilgenommen haben (n=12.230), verglichen mit dem Durchschnitt aller Unternehmen, die die Professional- bzw. Enterprise-Version nutzen (n=23.932)



Sales Hub

Prospecting

Die Prospecting-Tools von Sales Hub rationalisieren die Abläufe, sorgen für die Konzentration der Mitarbeitenden, verbessern die Organisation und steigern die Effizienz. Auf diese Weise können sich die Mitarbeitenden auf den Aufbau einer qualifizierten, konversionsstarken Pipeline konzentrieren.

Steigerung der Zahl der abgeschlossenen Deals:

↑ **13 %**
innerhalb von
6 Monaten¹

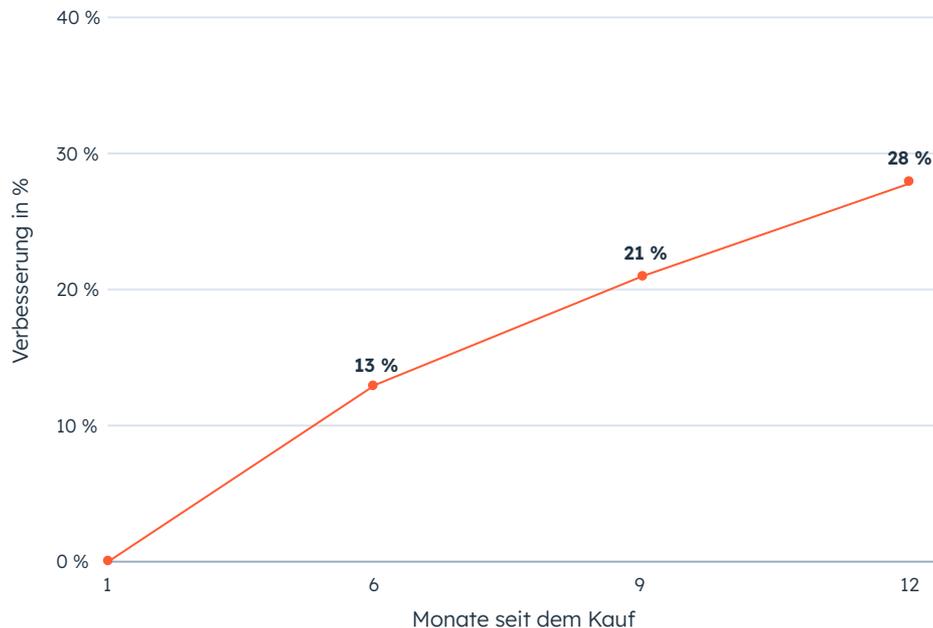
↑ **28 %**
nach 1 Jahr¹



Tipp:

Unternehmen, die Prospecting-Tools verwenden, erzielen **30 % mehr Deals pro Monat**² während diejenigen, die Lead-Scoring verwenden, **120 % mehr Deals pro Monat** erzielen.³

Erstellte Deals Performance seit dem Kauf¹



¹ basierend auf der Anzahl der monatlich erstellten Deals für Unternehmen, die Sales Hub seit mindestens 12 Monaten besitzen (n=46.874)

² basierend auf der Anzahl der erstellten Deals von Unternehmen mit der Professional- oder Enterprise-Version mit aktivierten Sequenzen, Workflows, Vorlagen, Meetings und Aufrufen (n=8.973), im Vergleich zum Durchschnitt aller Unternehmen, die die Professional- bzw. Enterprise-Version nutzen (n=30.587)

³ basierend auf der Anzahl der Deals, die von Unternehmen, die die Enterprise-Version mit aktiviertem Lead-Scoring nutzen (n=1.121), erstellt wurden, im Vergleich zu denen ohne Lead-Scoring (n=2.090)



Sales Hub

Dealmanagement

Sales Hub gibt Verkaufenden die Möglichkeit, mehr Deals mit einer höheren Rate abzuschließen, und zwar mit Dealmanagement-Tools, die Möglichkeiten für eine umfassende Kontextualisierung in großem Umfang bieten.

Mit Sales Hub erzielen Unternehmen:



105 %

Erhöhung der Deal-Abschlussrate¹



41 %

mehr abgeschlossene Deals pro Teammitglied²



26 %

Verkürzung der Verkaufszyklen³



55 %

Anstieg der abgeschlossenen Deals¹

¹ Anstieg der Abschlussrate (n=46.874) und der abgeschlossenen Deals (n=46.626) 12 Monate nach dem Kauf für Unternehmen, die Sales Hub mindestens 12 Monate lang besaßen

² basierend auf den pro Teammitglied abgeschlossenen Deals bei Unternehmen, die Sales Hub seit 1-6 Monaten besitzen (n=6.662), im Vergleich zu 7-12 Monaten (n=7.241)

³ [Bericht von Beall Research im Auftrag von HubSpot: Der Einfluss auf den Umsatz](#)



Sales Hub

Dealmanagement

Die Dealmanagement-Tools von Sales Hub, einschließlich Angebote, Dokumentenverfolgung, Deal-Pipelines und Meetingplaner, rationalisieren den Vertriebsprozess und gewährleisten einen reibungslosen Übergang von qualifizierten Leads zu abgeschlossenen Deals.

Erhöhung der Abschlussquote:

↑ **79 %**
innerhalb von
6 Monaten¹

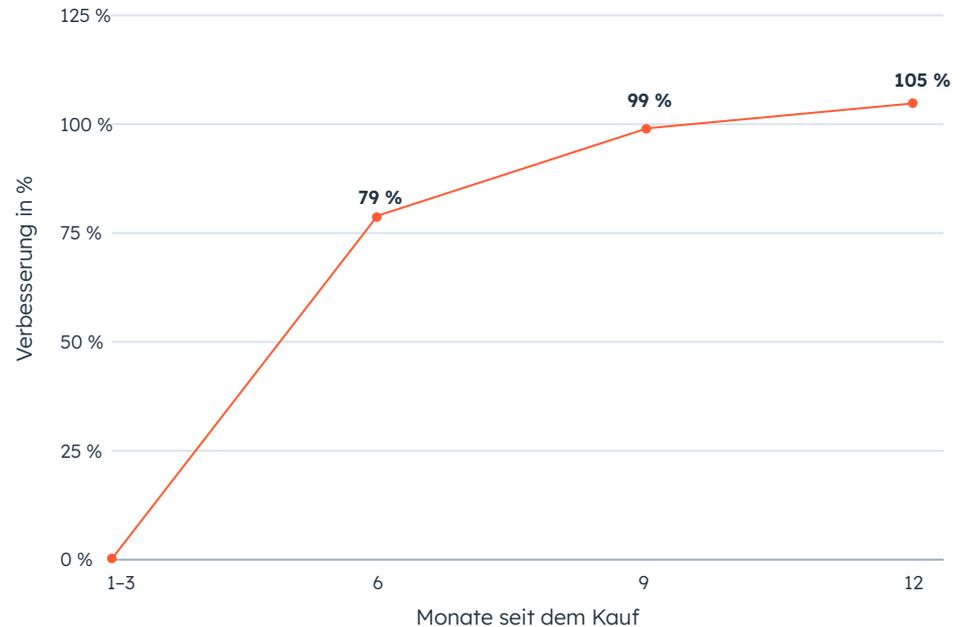
↑ **105 %**
nach 1 Jahr¹



Tipp:

Unternehmen sehen **45 % höhere** Deal-Abschlussraten durch die Verwendung von Dealmanagement-Tools², **36 % höhere** Raten durch die Verwendung von Leitfäden³ und **57 % höhere** Raten durch die Verwendung des Zahlungstools von HubSpot.⁴

Deal-Abschlussrate Performance seit dem Kauf¹



¹ basierend auf der monatlichen Abschlussrate für Unternehmen, die Sales Hub seit mindestens 12 Monaten besitzen (n=46.874)

² basierend auf der Abschlussrate von Unternehmen mit der Professional- oder Enterprise-Version mit aktivierten Sequenzen, Angeboten, Produkten, Vorlagen, Dokumenten, Vertriebs-E-Mails, Aufrufen, CRM und Meetings (n=3.811) im Vergleich zum Durchschnitt aller Unternehmen, die die Professional- bzw. Enterprise-Version nutzen (n=30.587)

³ basierend auf der Abschlussrate für Unternehmen, die die Enterprise-Version mit aktiviertem Leitfaden nutzen, (n=1.724) im Vergleich zu Unternehmen, die Leitfäden nicht nutzen (n=1.487)

⁴ basierend auf der Deal-Abschlussrate für Unternehmen, die das Payments-Tool von HubSpot nutzen (n=4.083), im Vergleich zu Unternehmen, die das Feature nicht nutzen (n=42.855)



Sales Hub

Dealmanagement

Sales Hub ermöglicht es Vertriebsmitarbeitenden, sich mit einer benutzerfreundlichen Oberfläche, einer einheitlichen Kontaktdatenbank und automatisierten Deal-Prozessen auf das Verkaufen zu konzentrieren (und weniger auf die Navigation in Systemen).



41 %

mehr abgeschlossene Deals pro Teammitglied¹

26 %

Verkürzung der Verkaufszyklen²

¹ basierend auf den pro Teammitglied abgeschlossenen Deals für Unternehmen, die Sales Hub seit 1-6 Monaten besitzen (n=6.662), verglichen mit 7-12 Monaten (n=7.241)

² [Bericht von Beall Research im Auftrag von HubSpot: Der Einfluss auf den Umsatz](#)



Sales Hub

Dealmanagement

Mit Sales Hub können Vertriebsmitarbeitende eine qualifizierte Pipeline aufbauen, höhere Abschlussquoten erzielen und ihre Produktivität steigern, was zu hervorragenden Ergebnissen führt:

↑ **55 %**
mehr abgeschlossene Deals¹

↑ **13 %**
Anstieg der Einnahmen²

Ergebnisse nach Branche, Region und Unternehmensgröße:

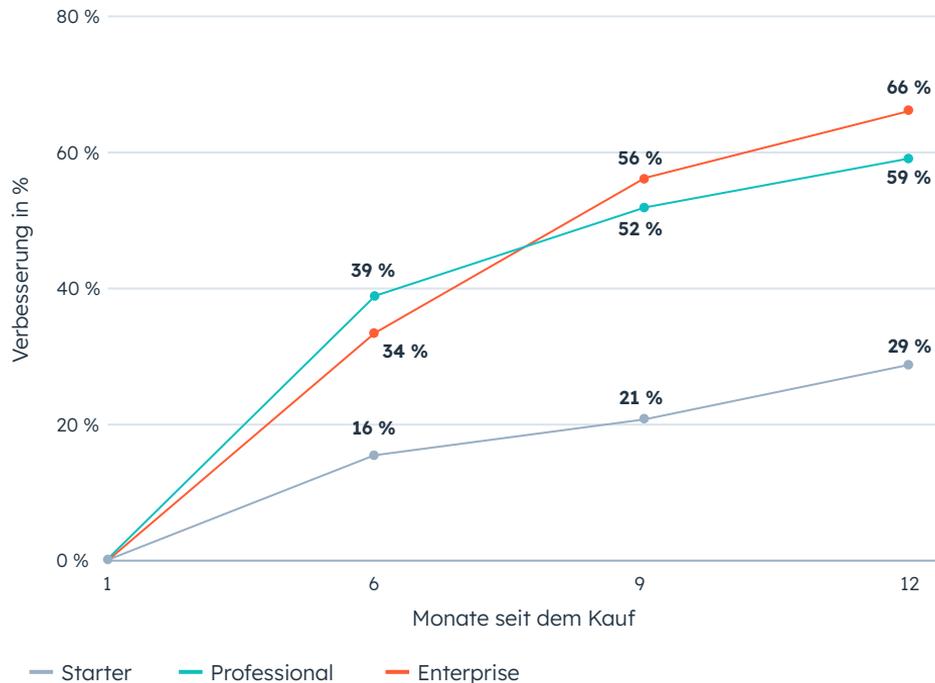
Siehe Seite 43 →



Tipp:

65 % mehr abgeschlossene Deals wenn Kundinnen und Kunden Dealmanagement-Tools verwenden³

Abgeschlossene Deals Performance seit Kauf¹



¹ basierend auf monatlich abgeschlossenen Deals für Unternehmen, die Sales Hub Starter (n=25.435), Professional (19.307), Enterprise (n=1.884) oder ein beliebiges Abonnement (n=46.626) für mindestens 12 Monate besaßen

² Bericht von Beall Research im Auftrag von HubSpot: Der Einfluss auf den Umsatz

³ basierend auf der Anzahl der abgeschlossenen Deals von Unternehmen mit der Professional- oder Enterprise-Version, die Sequenzen, Angeboten, Produkten, Vorlagen, Dokumenten, Vertriebs-E-Mails, Aufrufen, CRM und Meetings nutzen (n=3.811), im Vergleich zum Durchschnitt aller Unternehmen, die die Professional- bzw. Enterprise-Version nutzen (n=30.587)

Sales Hub

Fallstudien

Prospecting



Ceros nutzte HubSpot, um die Generierung von Deals durch intelligenteres Prospecting um 180 % zu steigern

[Siehe Fallstudie →](#)

Dealmanagement



Babbel verdreifacht Average Deal Size innerhalb eines Jahre

[Siehe Fallstudie →](#)

Dealmanagement



snapADDY beschleunigt seine Leadprozesse und ist erzielt somit 15% schnellere Abschlüsse

[Siehe Fallstudie →](#)

Berechnen Sie Ihren potenziellen ROI mit Sales Hub mithilfe des HubSpot ROI-Rechners

[ROI berechnen](#)



Service Hub

Die Kundenbindung fördern und stärken



Mit Service Hub können Unternehmen



**hervorragenden
Kundenservice
bieten**

32 %

Anstieg der Ticket-Abschlussrate¹

42 %

mehr abgeschlossene Tickets pro
Agent²



**Ermächtigung der
Kundschaft
zur Selbsthilfe**

79 %

weniger Tickets erstellt³

5 %

Kosteneinsparungen⁴

¹ Anstieg der Rate der Ticketabschlüsse bei Unternehmen, die Service Hub mindestens 12 Monate lang besaßen (n=11.608)

² basierend auf abgeschlossenen Tickets pro zugewiesener Benutzerlizenz für Unternehmen, die Service Hub 1-6 Monate lang besaßen (n=1.438) gegenüber 7-12 Monaten (n=1.447)

³ basierend auf Tickets, die für Unternehmen erstellt wurden, die die Professional- oder Version mit aktivierter Wissensdatenbank nutzen (n=4.504), im Vergleich zu Unternehmen ohne Wissensdatenbank (n=12.593)

⁴ [Bericht von Beall Research im Auftrag von HubSpot: Der Einfluss von Service Hub auf die Kundschaft](#)





Service Hub

Helpdesk

Service Hub transformiert den Kundensupport durch optimierte Tools auf einer zentralen Plattform, die Teams in die Lage versetzt, rund um die Uhr und über alle Kanäle hinweg einen personalisierten Kundenservice zu bieten.

Unternehmen, die die Helpdesk-Tools von Service Hub nutzen, sehen:



32 %

Anstieg der Ticket-Abschlussrate¹



42 %

mehr abgeschlossene Tickets pro Agent²



13-mal

schnellere Ticket-Lösungszeiten³



8 %

Zeitersparnis⁴

¹ Anstieg der Rate der Ticketabschlüsse bei Unternehmen, die Service Hub mindestens 12 Monate lang besaßen (n=11.608)

² basierend auf abgeschlossenen Tickets pro zugewiesener Benutzerlizenz für Unternehmen, die Service Hub 1-6 Monate lang besaßen (n=1.438) gegenüber 7-12 Monaten (n=1.447)

³ basierend auf der durchschnittlichen Ticket-Lösungszeit für Unternehmen, die die Professional- oder Enterprise-Version mit aktiviertem Konversationen-Postfach, Wissensdatenbank, Kundenportal, benutzerdefinierter Ansicht und Workflows nutzen (n=8.693), im Vergleich zu allen Unternehmen mit der Professional- oder Enterprise-Version (n=15.409)

⁴ [Bericht von Beall Research im Auftrag von HubSpot: Der Einfluss von Service Hub auf die Kundschaft](#)



Service Hub

Helpdesk

Service Hub ist vollständig in das intelligente CRM-System von HubSpot integriert, so dass die Agents über einen aussagekräftigen Kontext verfügen, um Kundinnen und Kunden effektiv zu unterstützen, was zu einer schnelleren Lösung von Tickets führt.

↑ 42 %
abgeschlossene Tickets pro Agent³

Ergebnisse nach Branche, Region und Unternehmensgröße:

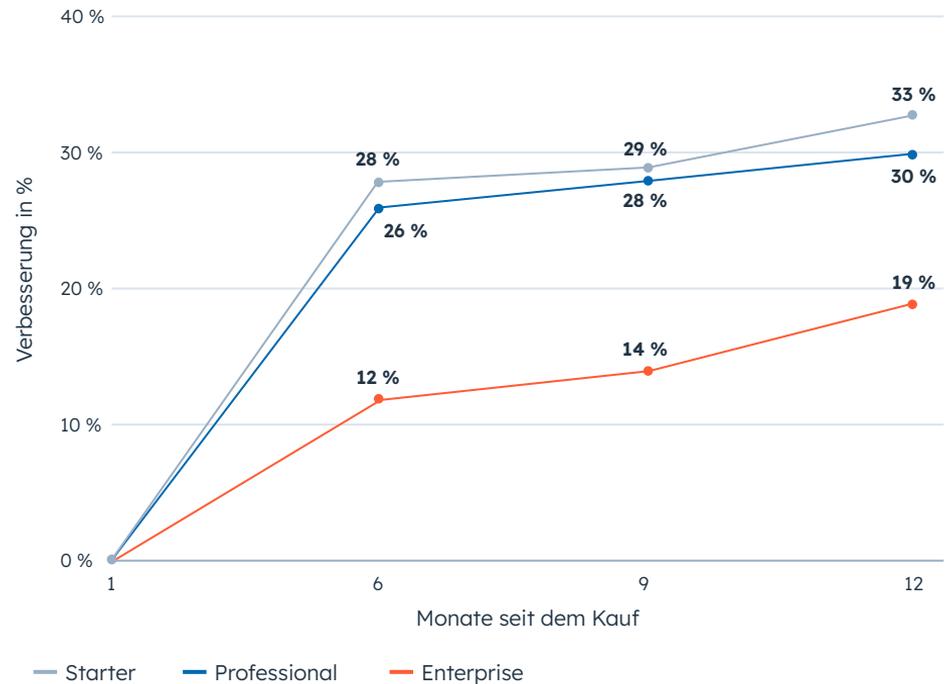
[Siehe Seite 44 →](#)



Tipp:

Unternehmen, die Helpdesk- und Selfservice-Tools nutzen, erleben **13-mal schnellere** Ticket-Lösungszeiten.²

Ticket-Abschlussrate Leistung seit Kauf¹



¹ basierend auf der monatlichen Ticketabschlussrate für Unternehmen, die Service Hub Starter (n=6.489), Professional (n=4.686) oder Enterprise (n=457) seit mindestens 12 Monaten besitzen

² basierend auf der durchschnittlichen Lösungszeit für Tickets von Unternehmen, die die Professional- oder Enterprise-Version mit aktiviertem Konversationen-Postfach, Wissensdatenbank, Kundenportal, benutzerdefinierter Ansicht und Workflows nutzen (n=8.693), im Vergleich zu allen Unternehmen mit Professional- oder Enterprise-Version (n=15.409)

³ basierend auf abgeschlossenen Tickets pro zugewiesener Benutzerlizenz für Unternehmen, die Service Hub 1-6 Monate lang besaßen (n=1.438) gegenüber 7-12 Monaten (n=1.447)



Service Hub

Selfservice

Die Selfservice-Funktionen von Service Hub ermöglichen es Kundinnen und Kunden, Probleme selbstständig zu lösen. Tools wie Wissensdatenbanken helfen Kundinnen und Kunden, Informationen schnell zu finden und bieten eine konsistente Erfahrung in großem Umfang – was die Chance erhöht, die Kundschaft zu begeistern.

Ticket-Reduzierung

79 %

weniger Tickets erstellt, wenn Selfservice-Tools verwendet werden¹



Kosteneinsparungen

5 %

durchschnittliche Kosteneinsparungen, wobei die meisten Unternehmen die Einsparungen innerhalb von 6 Monaten nach dem Kauf realisieren²



¹ basierend auf Tickets, die für Unternehmen mit Professional- oder Enterprise-Version mit aktivierter Wissensdatenbank (n=4.504) im Vergleich zu Unternehmen ohne Wissensdatenbank (n=12.593) erstellt wurden

² [Bericht von Beall Research im Auftrag von HubSpot: Der Einfluss von Service Hub auf die Kundschaft](#)

Service Hub

Fallstudien

Kundenbindung



YOGA INTERNATIONAL

Wie Yoga International mit Service Hub die Kundenabwanderung um 20 % verringerte

[Siehe Fallstudie →](#)

Kundenzufriedenheit



Die Royal Mint steigert den NPS mit HubSpot um 10 Punkte

[Siehe Fallstudie →](#)

Kundenservice



Wie Santa Cruz Bicycles die Kundenzufriedenheit mit seinem Wachstum skaliert

[Siehe Fallstudie →](#)



Die Plattform von HubSpot

Verbinden und wachsen



Die Plattform von HubSpot

Marketing Hub

Sales Hub

Wenn Unternehmen Marketing Hub und Sales Hub nutzen, um ihre Marketing- und Vertriebsteam aufeinander abzustimmen, bieten sie ein nahtloseres Käuferlebnis, das zu mehr Opportunities, mehr abgeschlossenen Deals und mehr Umsatz führt.

Nach 1 Jahr verzeichnete die Kundschaft:

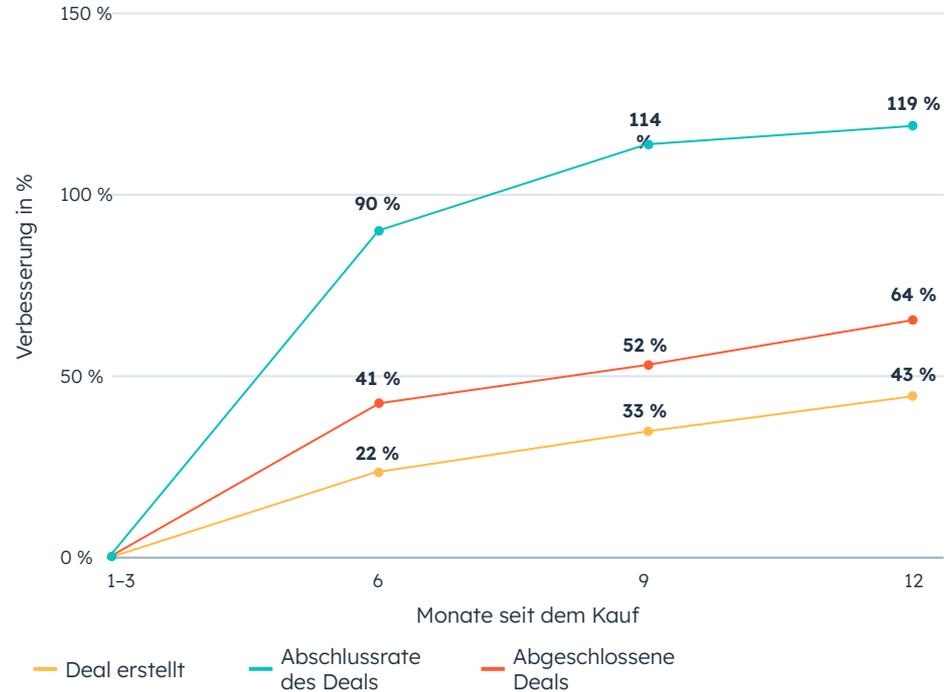
↑ **43 %**
mehr geschlossene Deals
(64 % höherer Anstieg als mit Marketing Hub allein)¹

↑ **64 %**
mehr abgeschlossene Deals
(68 % höherer Anstieg als mit Sales Hub allein)²

↑ **119 %**
Anstieg der Abschlussquote³

↑ **13 %**
Anstieg der Einnahmen⁴

Deal-Performance seit Kauf



¹ basierend auf der Anzahl der monatlich erstellten Deals von Unternehmen, die mindestens 12 Monate lang Marketing Hub und Sales Hub besaßen (n=31.301); Vergleich mit Unternehmen, die nur Marketing Hub nutzen (n=12.031), 12 Monate nach dem Kauf

² basierend auf der Anzahl der monatlich abgeschlossenen Deals von Unternehmen, die Marketing Hub und Sales Hub mindestens 12 Monate lang besaßen (n=30.755); Vergleich mit Unternehmen, die nur Sales Hub nutzen (n=16.000), 12 Monate nach dem Kauf

³ basierend auf der monatlichen Dealabschlussrate für Unternehmen, die Marketing Hub und Sales Hub seit mindestens 12 Monaten besitzen (n=30.837)

⁴ Bericht von Beall Research im Auftrag von HubSpot: Der Einfluss auf den Umsatz

Die Plattform von HubSpot

Marketing Hub

Sales Hub

Service Hub

Mit der Plattform von HubSpot sind die Marketing-, Vertriebs- und Serviceteams unserer Kundschaft durch einen vollständigen Überblick über die Customer Journey miteinander verbunden, sodass sie ein reibungsloses Kundenerlebnis bieten können, das die Geschäftsergebnisse steigert.

Nach 1 Jahr verzeichnete die Kundschaft:

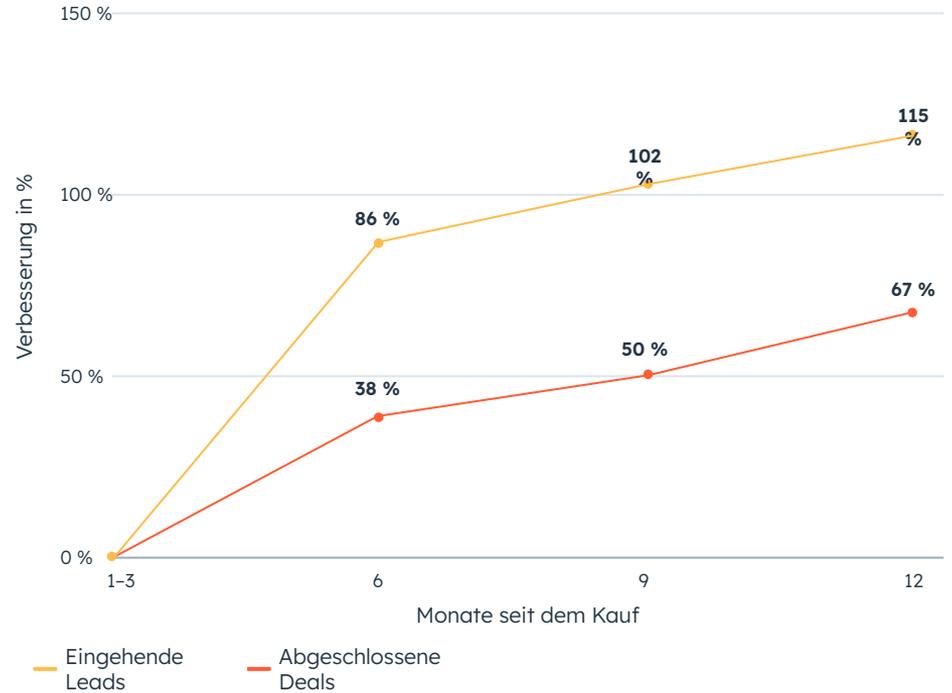
↑ **115 %**

mehr eingehende Leads
(8 % höherer Anstieg als mit Marketing Hub allein)¹

↑ **67 %**

mehr abgeschlossene Deals
(79 % höherer Anstieg als mit Sales Hub allein)²

Performance von Deals und Leads seit dem Kauf



¹ basierend auf der Anzahl der monatlichen Formulareingaben von Unternehmen, die mindestens 12 Monate lang Marketing Hub, Sales Hub und Service Hub besaßen (n=20.015); Vergleich mit Unternehmen, die nur Marketing Hub besaßen (n=20.281), 12 Monate nach dem Kauf

² basierend auf der Anzahl der monatlich geschlossenen Deals von Unternehmen, die mindestens 12 Monate lang Marketing Hub, Sales Hub und Service Hub besaßen (n=18.699); Vergleich mit Unternehmen, die nur Sales Hub besaßen (n=15.263), 12 Monate nach dem Kauf

Die Plattform von HubSpot

Solutions Partners

Solution Partners helfen Kundinnen und Kunden von HubSpot, ihr volles Potenzial auszuschöpfen, indem sie sie in den Bereichen Marketing, CRM-Implementierung, Sales Enablement, Website-Entwicklung und vielem mehr unterstützen.

Kunden, die mit Solutions Partners arbeiten, verzeichnen:

Umfassendere Produktnutzung



¹ basierend auf dem Prozentsatz der Unternehmen, die mit einem Solutions Partner (n=23.996) zusammenarbeiten und Marketing Hub sechs Monate nach dem Kauf vollständig aktiviert hatten, verglichen mit dem Prozentsatz der Unternehmen, die nicht mit einem Partner zusammenarbeiten (n=66.736)

² basierend auf dem Prozentsatz der Unternehmen, die mit einem Solutions Partner zusammenarbeiten (n=18.086) und Sales Hub sechs Monate nach dem Kauf vollständig aktiviert hatten, verglichen mit dem Prozentsatz der Unternehmen, die nicht mit einem Partner zusammenarbeiten (n=67.235)

³ basierend auf der Anzahl der eingereichten Formulare von Unternehmen, die Marketing Hub Professional oder Enterprise nutzen und mit einem Solutions Partner zusammenarbeiten (n=11.750), im Vergleich zu Unternehmen, die nicht mit einem Partner zusammenarbeiten (n=13.146)

⁴ basierend auf der Anzahl der Deals, die für Unternehmen, die Sales Hub Professional oder Enterprise nutzen und mit einem Solutions Partner zusammenarbeiten (n=9.743), im Vergleich zu Unternehmen, die nicht mit einem Partner verbunden sind (n=17.600)

⁵ basierend auf der Anzahl der abgeschlossenen Deals für Unternehmen, die Sales Hub Professional oder Enterprise nutzen und mit einem Partner zusammenarbeiten (n=9.252), im Vergleich zu Unternehmen, die nicht mit einem Partner zusammenarbeiten (n=10.653)

Die Plattform von HubSpot

Fallstudien

Marketing Hub

Sales Hub



BEE Digital steigert die jährliche Wachstumsrate um 30 %

[Siehe Fallstudie →](#)

Vollständige Plattform



Appinio steigert den Umsatz um ganze 2.500%

[Siehe Fallstudie →](#)

Partner

TOYOTA

MATERIAL HANDLING

HubSpot Partner Trialta verhilft Toyota zu 100% mehr Website Traffic

[Siehe Fallstudie →](#)

Fazit

HubSpot hat es sich zur Aufgabe gemacht, **Millionen von Unternehmen dabei zu unterstützen, systematisch zu wachsen**, indem sie eine tiefere Kundenbindung ermöglichen.

Wie dieser Bericht zeigt, steigert unser Kundschaft durch den Einsatz der Produkte und Funktionen von HubSpot ihr Wachstum bei den für sie wichtigsten Kennzahlen.

Möchten Sie mehr darüber erfahren, wie HubSpot Ihr Unternehmen verändern kann?

[Kontakt zu unserem Verkaufsteam](#)

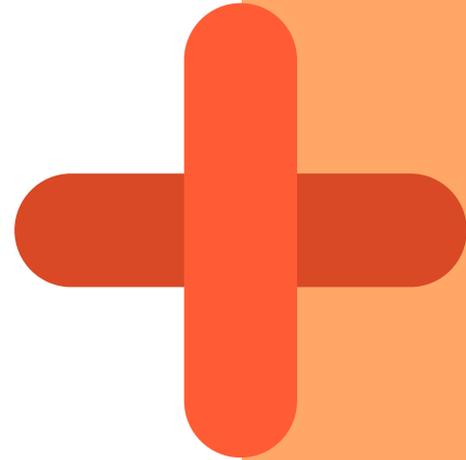
Oder schauen Sie sich diese kostenlosen Tools an:

[HubSpot ROI-Rechner](#)

[Growth Grader](#)

[HubSpot-Total Cost of Ownership-Rechner](#)

Anhang



Daten-Methodik

1. Wie erfasst HubSpot die in diesem Bericht verwendeten Kundendaten?

Wir erhalten Kundendaten, indem wir Informationen von Kundinnen und Kunden sammeln, die über unsere Websites mit uns interagieren oder die Abonnementdienste von HubSpot nutzen.

Die Einzelheiten darüber, was wir sammeln, wie wir die Informationen verwenden, wie wir sie weitergeben und wie unsere Kundschaft ihre Daten verwalten kann, sind in unserer [Datenschutzrichtlinie](#) beschrieben.

Unsere Kundendaten werden aus der Zusammenstellung von Informationen von Tausenden von HubSpot-Kundinnen und -Kunden gewonnen. Spezifische Stichprobengrößen und Einzelheiten zu den Kriterien, nach denen die Unternehmen in die einzelnen Diagramme oder Statistiken aufgenommen wurden, finden Sie in der entsprechenden Beschreibung des Diagramms oder der Fußnote zur Statistik.

1. Welche Arten von Kundendaten sind in diesem Bericht enthalten?

Die in diesem Bericht enthaltenen Daten können in drei Kategorien eingeteilt werden:

- Personenbezogene Daten:** Dies bezieht sich auf die Informationen, die in unserer [Vereinbarung zur Datenverarbeitung](#) definiert sind. Wir erfassen Daten, wenn Webformulare ausgefüllt, mit unseren Websites interagiert, ein HubSpot-Blog abonniert, sich für ein Webinar angemeldet, Kundensupport angefordert, Benutzerinformationen erstellt oder geändert, Einstellungen festgelegt oder andere relevante Informationen für den Zugriff auf oder die Nutzung unseres Abonnementdienstes bereitgestellt werden.
- Nutzungsdaten:** Dazu gehören Kennzahlen und Informationen darüber, wie Kundinnen und Kunden den Abonnementdienst nutzen und mit ihm interagieren. Sie umfassen Details wie die am häufigsten verwendeten Produktfunktionen, die Erstellung und Schließung von Objekten (z. B. Deals) und die Häufigkeit des Auslösens bestimmter Funktionen (z. B. Workflows) in ihrem Account.
- Forschungsdaten:** Dies bezieht sich auf Kundinnen und Kunden, die ihre Einwilligung gegeben und an einer von HubSpot durchgeführten oder in Auftrag gegebenen Marktforschungsstudie teilgenommen haben. In diesen Studien wurden die Daten erhoben, indem den Produktnutzenden Fragen zur Leistung ihres Unternehmens gestellt wurden, wie z. B. Zeitersparnis, Umsatzwachstum und andere relevante Kennzahlen.

1. Wo kann ich mehr über die in diesem Bericht verwendeten Daten erfahren?

Weitere Informationen zu den in diesem Bericht verwendeten Daten finden Sie unter [Daten von HubSpot über Kundenerlebnisse](#). Auf dieser Seite finden Sie häufig gestellte Fragen, die Ihnen helfen können, besser zu verstehen, wie die Leistung berechnet wird, wie die Genauigkeit aufrechterhalten wird und wie die Kennzahlen definiert werden.



Marketing Hub

Inbound Leads nach Branche,
Region und
Unternehmensgröße

Basierend auf dem monatlichen Gesamtvolumen von Formularübermittlungen 12 Monate nach dem Kauf für Unternehmen, die Marketing Hub zwischen Januar 2019 und September 2023 mindestens 12 Monate lang besaßen.

Branche	Erhöhung der Zahl der eingehenden Leads	Größe der Stichprobe
Bauwesen	133 %	555
Bildung und Gesundheitsdienste	248 %	1.686
Finanzielle Aktivitäten	228 %	1.694
Verlagswesen (einschließlich Software)	170 %	3.463
Freizeit und Gastgewerbe	186 %	548
Herstellung	113 %	1.966
Sonstige Dienstleistungen und öffentliche Verwaltung	194 %	879
Professionelle und geschäftliche Dienstleistungen	147 %	5.938
Handel, Transport und Versorgungsunternehmen	138 %	1.446
Medien und Telekommunikation	142 %	850
Region	Erhöhung der Zahl der eingehenden Leads	Größe der Stichprobe
EMEA	115 %	17.735
Nordamerika	146 %	24.474
Ozeanien	121 %	3.203
Asien	88 %	3.893
Lateinamerika und die Karibik	196 %	3.110
Unternehmensgröße (Anzahl der Mitarbeitenden)	Erhöhung der Zahl der eingehenden Leads	Größe der Stichprobe
0-5	44 %	8.448
6-10	82 %	17.235
11-25	102 %	6.405
26-50	132 %	7.800
51-200	165 %	6.986
Über 200	261 %	5.352



Sales Hub

Abgeschlossene Deals nach Branche, Region und Unternehmensgröße

Basierend auf dem Anstieg der Anzahl der abgeschlossenen Deals 12 Monate nach dem Kauf für Unternehmen, die Sales Hub zwischen Januar 2019 und September 2023 mindestens 12 Monate lang besaßen.

Branche	Zunahme der abgeschlossenen Deals	Größe der Stichprobe
Bauwesen	51 %	579
Bildung und Gesundheitsdienste	74 %	1.151
Finanzielle Aktivitäten	79 %	1.335
Verlagswesen (einschließlich Software)	38 %	3.123
Freizeit und Gastgewerbe	99 %	453
Herstellung	37%	1.519
Sonstige Dienstleistungen und öffentliche Verwaltung	100 %	560
Professionelle und geschäftliche Dienstleistungen	52 %	4.803
Handel, Transport und Versorgungsunternehmen	44 %	1.284
Medien und Telekommunikation	47 %	649
Region	Zunahme der abgeschlossenen Deals	Größe der Stichprobe
EMEA	53 %	15.868
Nordamerika	51 %	21.364
Ozeanien	76 %	3.033
Asien	42 %	3.013
Lateinamerika und die Karibik	75 %	3.140
Unternehmensgröße (Anzahl der Mitarbeitenden)	Zunahme der abgeschlossenen Deals	Größe der Stichprobe
0-5	37%	7.642
6-10	43 %	16.599
11-25	45 %	6.213
26-50	58 %	7.024
51-200	59 %	5.682
Über 200	69 %	3.291



Service Hub

Ticket-Abschlussrate nach Branche, Region und Unternehmensgröße

Basierend auf der Ticket-Abschlussrate (Anzahl der als abgeschlossen markierten Tickets geteilt durch die Anzahl der Tickets) 12 Monate nach dem Kauf für Unternehmen, die Service Hub für mindestens 12 Monate zwischen Januar 2019 und September 2023 besaßen.

Branche	Erhöhung der Ticket-Abschlussrate	Größe der Stichprobe
Bildung und Gesundheitsdienste	15 %	351
Finanzielle Aktivitäten	61 %	296
Information, Medien und Technologie	23 %	1.080
Freizeit und Gastgewerbe	34 %	142
Herstellung	35 %	408
Sonstige Dienstleistungen und öffentliche Verwaltung	26 %	181
Professionelle und geschäftliche Dienstleistungen	26 %	981
Handel, Transport und Versorgungsunternehmen	17 %	415
Region	Erhöhung der Ticket-Abschlussrate	Größe der Stichprobe
EMEA	36 %	4.225
Nordamerika	28 %	4.744
Ozeanien	31 %	777
Asien	22 %	730
Lateinamerika und die Karibik	22 %	872
Unternehmensgröße (Anzahl der Mitarbeitenden)	Erhöhung der Ticket-Abschlussrate	Größe der Stichprobe
0-5	27 %	1.808
6-10	28 %	4.045
11-25	40 %	1.595
26-50	30 %	1.757
51-200	21 %	1.367
Über 200	15 %	851