



Solutions Partner Program 2025:

Stufen, Anforderungen und Vorteile

Inhaltsverzeichnis

- 2** HubSpot Solutions Partner Program – Einleitung
- 3** Programm und Stufensystem im Überblick
- 5** Programmupdates 2025
- 8** Anforderungen für die einzelnen Stufen
- 11** Die Vorteile des Programms auf einen Blick
- 15** Alle Vorteile im Detail
- 29** Hilfreiche Links

HubSpot Solutions Partner Program

Sie sind jetzt Teil eines dynamischen, KI-zentrierten Programms, das sich dafür einsetzt, dass unsere Kundschaft mit HubSpot besser wachsen kann. Wir freuen uns, Sie auf diesem spannenden Weg begleiten zu dürfen.

Im Jahr 2025 wird das Tempo der Innovationen – insbesondere im Bereich der künstlichen Intelligenz – enorme Werte schaffen, aber auch die Erwartungen der Kundschaft weiter verändern. Laut IDC bietet dieser Wandel den Partnern von HubSpot bis 2028 eine Umsatzchance von fast 30 Milliarden Euro – und wir stehen erst am Anfang.

Unser Auftrag bleibt derselbe: Vertrieb und Service durch kompetente Partner auszubauen. Durch unsere Zusammenarbeit können wir die Zeit bis zur Wertschöpfung für unsere Kundschaft verkürzen und die enormen Chancen nutzen, die vor uns liegen.

Dieser Leitfaden soll Ihnen einen Überblick über die Vorteile der einzelnen Programmstufen geben und Ihnen helfen, neue Möglichkeiten zu erschließen.

Unser Ziel ist es, HubSpot zum idealen Partner für Sie zu machen, mit dem Sie Ihr Geschäft ausbauen können. Unsere Tools und Ressourcen sind darauf ausgerichtet, Ihre Effizienz zu steigern, und unsere Anreize sollen den Wert belohnen, den Sie unserer gemeinsamen Kundschaft bieten.

Wir danken Ihnen für Ihre Partnerschaft und für die Ergebnisse, die Sie jeden Tag erzielen.



Mit freundlichen Grüßen,

Angie O'Dowd
VP, Solutions Partner Program



Programm und Stufensystem im Überblick

Das HubSpot Solutions Partner Program wurde entwickelt, um unsere Partner in die Lage zu versetzen, ihr Geschäft erfolgreich auszubauen und ihrer Kundschaft einen außergewöhnlichen Wert zu bieten. Ganz gleich, ob Sie Ihren Weg mit uns gerade erst beginnen oder bereits Erfahrung in der Zusammenarbeit mit HubSpot haben, unser Programm bietet einen klaren Wachstumspfad und erkennt Ihre Leistungen durch ein strukturiertes Stufensystem mit Vorteilen auf jeder Stufe an.

Das Solutions Partner Program wurde entwickelt, um Partner dafür zu belohnen, dass sie den Geschäfts- und Kundenerfolg vorantreiben, ihr HubSpot-Fachwissen erweitern und ihr eigenes Geschäft ausbauen. Es bietet Ihnen Zugang zu exklusiven Vorteilen, Ressourcen und Möglichkeiten, Ihre Beziehung zu HubSpot zu vertiefen und Ihre Marktposition zu verbessern.

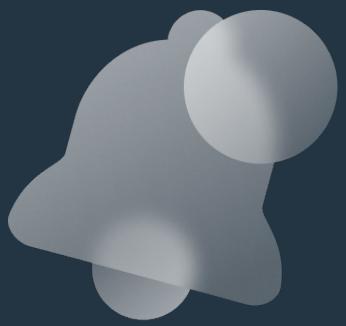
Das Programm ist in fünf Stufen gegliedert: Stufenlos, Gold, Platinum, Diamond und Elite – jede Stufe spiegelt den Grad Ihrer Partnerschaft und Ihres Erfolgs wider. Um die jeweils nächsthöhere Stufe zu erreichen, haben wir Schwellenwerte und Anforderungen festgelegt, die in den folgenden Abschnitten aufgeführt sind.

Dieses mehrstufige Programm von HubSpot würdigt nicht nur Ihr Wachstum und Ihre Leistungen, sondern bietet auch einzigartige Vorteile, die Ihnen helfen, Ihr Unternehmen in einem wettbewerbsintensiven Markt zu differenzieren. Mit jeder höheren Stufe erhalten Sie Zugriff auf weitere Funktionen:

- **Verbesserte Ressourcen:** Stufenspezifische Schulungen, Tools und Ressourcen, die Ihnen dabei helfen, Ihr Fachwissen zu erweitern und die Ergebnisse für Ihre Kundschaft zu verbessern
- **Marktdifferenzierung:** Glaubwürdigkeit durch Bekanntheit und Zugang zu exklusiven Co-Marketing- und Branding-Möglichkeiten
- **Vorrangige Unterstützung:** Zugang zu Expertenteams innerhalb von HubSpot, z. B. zu unseren Vertriebsprofis, Plattformservices und unserem Solutions-Architect-Team.
- **Umsatzwachstum:** Das Erreichen einer höheren Stufe eröffnet weitere Möglichkeiten, wie z. B. die Vermittlung von Deals durch HubSpot oder der Zugang zu Incentives und Fonds.

Das Solutions Partner Program ist mehr als nur eine Partnerschaft – es ist ein bewährter Rahmen für den gemeinsamen Erfolg. Durch die Zusammenarbeit mit HubSpot erhalten Sie Zugang zu einer umfassenden Suite von Tools, fachkundiger Anleitung und einem globalen Netzwerk gleichgesinnter Fachleute, die alle auf das gemeinsame Ziel hinarbeiten, das Wachstum von Unternehmen zu fördern.

Die Stufen spiegeln zwar Ihren Erfolg in den Bereichen Verkauf, Service und Gesamtwachstum wider, geben aber nicht Ihre gesamte Geschichte wieder. In diesem Leitfaden werden auch zusätzliche Ressourcen hervorgehoben, wie z. B. Partnerzertifizierungen und das HubSpot Solutions-Anbieterverzeichnis, mit denen Sie Ihr Fachwissen in bestimmten Produkten und Themenbereichen präsentieren können.



Programm- Updates 2025: Was gibt es Neues?

Marketing Development Funds (MDF)

2025 werden wir Platinum-, Diamond- und Elite-Partnern die Möglichkeit bieten, sich für Marketing Development Funds von HubSpot zu bewerben, um diese Partner dabei zu unterstützen, durch den Aufbau einer Pipeline und die Beschleunigung von Aktivitäten den Umsatz mit Partnern zu steigern. [**Erfahren Sie mehr unter diesem Link.**](#)

Zusätzlich zu unserem Standard-MDF-Programm bieten wir auch den Partner Growth Accelerator (PGA) an, ein spezielles anwendungsbasiertes Programm für Solutions und App-Partner, das nach Abschluss den Zugang zu weiteren Marketingentwicklungsressourcen freischaltet. [**Weitere Informationen finden Sie hier.**](#)

Partner Growth Fund (PGF)

HubSpot möchte die Partner belohnen und in sie investieren, die ein signifikantes Wachstum beim Aufbau der Pipeline und bei gehobenen Deals in unserem Netzwerk erzielen. Um einen weiteren Anreiz für dieses Verhalten zu schaffen, haben wir einen Partner-Wachstumsfonds in Höhe von 10 Millionen Dollar eingerichtet, für den berechtigte Partner sich jährlich bewerben können. Im Falle der Annahme erhalten sie über einen Zeitraum von drei Jahren jährliche Mittel, sofern sie die jährlichen Wachstumsanforderungen erfüllen. Weitere Informationen erhalten Sie von Ihrem Partner Development Manager (PDM).

Partner Development Fund (PDF)

HubSpot möchte starke Partner, die ein signifikantes Wachstum über vermittelte Deals erzielen und eine hohe Kundenbindung in unserem Partnernetzwerk aufrechterhalten, belohnen und den Cashflow fördern. Der Partner Development Fund ist ein Beweis für unser Engagement für Partner, die uns helfen, diese Ziele zu erreichen. Durch die Teilnahme am Partner Development Fund werden die teilnahmeberechtigten Partner mit einem einjährigen Provisionsvorschuss belohnt, wenn sie das Wachstum bei den beschafften Deals vorantreiben und eine hohe Kundenbindung aufrechterhalten.

Der Fonds stellt finanzielle Mittel zur Verfügung, um berechtigten Platinum-, Diamond- und Elite-Partnern dabei zu helfen, ihr Geschäft auszubauen, Innovationen voranzutreiben und die der HubSpot-Kundschaft angebotenen Dienstleistungen zu verbessern.

Wenn Sie Teil des HubSpot-Partnerprogramms sind, können Sie hier mehr über die Teilnahmebedingungen erfahren oder sich an Ihren Partner Development Manager (PDM) wenden.

Änderungen der Stufenschwellenwerte

Zum 15. Juli 2025 aktualisiert HubSpot seine Stufenanforderungen, um sie besser auf die Geschäftsziele abzustimmen und die durch Partner initiierte Nachfrage zu steigern.

In der Vergangenheit haben wir Mindestwerte für verkaufte und verwaltete Produkte sowie Schwellenwerte für die Gesamtpunktzahl festgelegt und diese im Laufe der Zeit erhöht, um das Geschäftswachstum widerzuspiegeln und das Prestige der Stufe zu erhalten. Dieses Jahr nehmen wir folgende Anpassungen vor:

- Die Gesamtpunktzahlschwellen werden um durchschnittlich 5 % erhöht, um dem Wachstum des Partner-Netzwerks Rechnung zu tragen.
- „Verkauft“-Punkte werden in „Beschafft“-Punkte umbenannt und die Mindestanforderung gilt jetzt nur für „Partner Sourced“-Deals.
- „Partner Assisted“- Deals (früher DIFM) werden nicht mehr auf die Mindestanzahl von „Verkauft“-Punkten („Beschafft“-Punkte) angerechnet, tragen aber noch immer zur Gesamtpunktzahl bei.

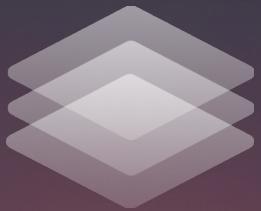
Mit diesen Änderungen wird sichergestellt, dass die Partner belohnt werden, die die Nachfrage eigenständig ankurbeln. Gleichzeitig bleibt die Flexibilität erhalten, indem weiterhin die Gesamtpunktzahl von Bedeutung ist.

Partner Clients Object

Als Solutions Partner spielen Sie eine entscheidende Rolle bei der Verwaltung unserer gemeinsamen Kundschaft. Aber damit Sie das effektiv tun können, müssen Sie über detaillierte Informationen über diese Kundschaft verfügen. Neu für 2025 hat das Partnerteam einen neuen Objekttyp im CRM für Partner freigegeben, genannt „Partner-Kunden“. Dieses neue Objekt soll HubSpot Solutions Partner und HubSpot-Mitarbeitenden die Zusammenarbeit erleichtern, um die Produktnutzung und -bindung für unsere gemeinsame Kundschaft zu fördern.

Vereinheitlichter Nutzungsscore

Dieser Score ist eine neue Kennzahl, die HubSpot verwendet, um darüber zu informieren, was unsere Kundschaft innerhalb ihres Abonnements nutzt bzw. nicht nutzt. Der Wert ist für Partner für alle verwaltete Kundschaft einsehbar. Er vereinfacht die Eingaben, die die Bindung über die Aktivierung und Nutzung hinweg fördern. So erhalten Sie einen schnellen Überblick über den Zustand Ihrer Kundschaft und können entscheiden, wann und wie Sie sie ansprechen sollten.



Anforderungen für die einzelnen Stufen

Bitte beachten Sie, dass jeder Partner einen guten Ruf¹ haben muss, um die bestehende Stufe zu behalten oder aufzusteigen. Die Entscheidung darüber, ob ein Partner zum Zeitpunkt der Einstufung diese Anforderung erfüllt, liegt im alleinigen Ermessen von HubSpot.

STUFENSCHWELLENWERTE BIS ZUM 15. JULI 2025 ZU ERREICHEN	Punkte aus verkauften Portalen ²	Punkte aus verwalteten Portalen	Schwellenwert für Gesamtpunktzahl
Elite	1.950	1.700	8.600
Diamond	570	550	2.990
Platinum	270	150	875
Gold	113	38	300

STUFENSCHWELLENWERTE BIS 15. JANUAR 2026 ZU ERFÜLLEN	„Beschafft“-Punkte [†]	Punkte aus verwalteten Portalen	Schwellenwert für Gesamtpunktzahl
Elite	2.100 (42.000 \$ MRR)	1.700 (170.000 \$ MRR)	9.000
Diamond	950 (19.000 \$ MRR)	550 (55.000 \$ MRR)	3.100
Platinum	325 (6.500 \$ MRR)	150 (15.000 \$ MRR)	925
Gold	110 (2.200 \$ MRR)	38 (3.800 \$ MRR)	325

* Ab dem 15. Juli 2025 müssen die Partner für jede Stufe eine Mindestanzahl von partnerinitiierten Punkten (früher: Punkte aus Verkauf) erzielen. Bitte beachten Sie, dass Partner ihre Punkte immer noch durch Initiiieren, Assistieren und/oder Verwalten erreichen können. Ausführliche Beschreibungen der beiden unterschiedlichen Vertriebsansätze von HubSpot finden Sie in den Verkaufsregeln des Solutions Partner Program.

VORAUSSETZUNGEN	PROVIDER	STUFENLOS PARTNER	GOLD SOLUTIONS PARTNER	PLATINUM SOLUTIONS PARTNER	DIAMOND SOLUTIONS PARTNER	ELITE SOLUTIONS PARTNER3
Partnerzertifizierung		✓	✓	✓	✓	✓
Eigenes Abonnement	Beliebiges Starter-Produkt	Mindestens ein Professional-Abonnement, das bei mindestens 400 USD/Monat beginnt; Details hier	Mindestens ein Professional-Abonnement, das bei mindestens 400 USD/Monat beginnt; Details hier	Mindestens ein Professional-Abonnement, das bei mindestens 400 USD/Monat beginnt; Details hier	Mindestens ein Professional-Abonnement, das bei mindestens 400 USD/Monat beginnt; Details hier	Mindestens ein Professional-Abonnement, das bei mindestens 400 USD/Monat beginnt; Details hier

UMRECHNUNG VON WÄHRUNG IN PUNKTE**	PUNKTE AUS VERKAUFTEN PORTALEN: Vom Partner initiiert (bislang als „Partnerzusammenarbeit“ bezeichnet) Wachstumsmärkte†	PUNKTE AUS VERKAUFTEN PORTALEN: Partner assistiert (früher als „DIFM“ bezeichnet) Wachstumsmärkte†	PUNKTE AUS VERWALTETEN PORTALEN †Wachstumsmärkte
100 USD US-Dollar			
105 AUD Australische Dollar			
300.300 COP Kolumbianische Peso			
75 EUR Euro			
62,50 GBP Pfund Sterling	5 PUNKTE 10 PUNKTE†	3 PUNKTE 6 PUNKTE†	1 PUNKT 2 PUNKTE†
140 SGD Singapur-Dollar			
12.000 JYP Japanische Yen			
1.545 ZAT Südafrikanische Rand			
130 CAD Kanadische Dollar			

In den **Verkaufsregeln des HubSpot Solutions Partner Program** finden Sie eine vollständige Beschreibung der beiden unterschiedlichen HubSpot-Vertriebsansätze „Vom Partner initiiert (bislang „Partnerzusammenarbeit“) & Partner assistiert (bislang „Do It For Me (DIFM)“).

¹ Ein „guter Ruf“ im HubSpot Solutions Partner Program erfordert mindestens, dass die Partner: 1) die HSPPA und die Programmrichtlinien einhalten; 2) alle erforderlichen Unterlagen für Provisionen vorgelegt haben; 3) die in unserem Verhaltenskodex geforderten Standards einhalten; 4) alle erforderlichen Sicherheitsmaßnahmen einhalten; 5) positive Beziehungen zu HubSpot und seiner Kundschaft unterhalten (d. h. keine aktuellen oder kürzlich aufgetretenen Eskalationen aufgrund von Fehlern); und 6) alle erforderlichen Schulungen und Zertifizierungen abgeschlossen haben.

² Die Mindestschwelle für verkaufte Punkte ist die Kombination aus Punkten aus Deals, die von Partnern initiiert wurden (Partnerzusammenarbeit), und Deals, die von Partnern unterstützt werden (bislang „Do It For Me (DIFM)“). Die Partner können ihre Gesamtpunktzahl entweder durch Initiiieren, Assistieren und/oder Verwalten erreichen. Ausführliche Beschreibungen der beiden unterschiedlichen Vertriebsansätze von HubSpot finden Sie in den Verkaufsregeln des Solutions Partner Program.

³ Die Elitestufe wird nur auf Einladung erreicht und erfordert das Erfüllen zusätzlicher Mindestkriterien, wie z. B. einen Customer Retention Score von mindestens 85 %, einen Customer Dollar Retention (C\$R) Score von mehr als 85 % und mindestens 100 Zertifizierungen in Ihrem Team. Die Kriterien für die Elite-Stufe können sich jederzeit ändern und alle Kandidatinnen und Kandidaten durchlaufen eine manuelle Überprüfung ihrer Kontaktaktivitäten, um vor einer Einladung sicherzustellen, dass sie alle ihre Verpflichtungen als Partner erfüllen. Wenn Sie kurz davor stehen, die Schwellenwerte für die Elite-Stufe zu erreichen, wenden Sie sich bitte an Ihr Accountteam. Dieses prüft, ob Sie Ihre Verpflichtungen als Partner erfüllen, und liefert Ihnen alle weiteren Informationen zur Elite-Stufe.

⁴ Währungsumrechnungskurse werden in den Punktwerten für lokale Währungen berücksichtigt. Um zu verhindern, dass sich die Marktvolatilität auf die Performance von Partnern und die Berechnung der Partnerstufen auswirkt, entsprechen die Punktwerte möglicherweise nicht den exakten aktuellen Umrechnungskursen.

[†] Wachstumsmärkte sind geografische Gebiete in der Welt, in denen HubSpot noch neu ist, was bedeutet, dass wir eine geringere Marktdurchdringung und in vielen Fällen keine lokale Präsenz in dem Land haben. Partner sind für die Erschließung dieser Märkte von entscheidender Bedeutung, stehen aber den speziellen Herausforderungen gegenüber, die mit dem Aufbau einer Marke in einem neuen Markt verbunden sind. Um hier eine faire Lösung zu finden, haben wir im Jahr 2020 „Wachstumsmarktstufen“ eingeführt und diese 2021 erweitert. Partnern in Wachstumsmärkten geben wir niedrigere Ziele für die MRR aus verkauften und verwalteten Portalen vor. Im Juli 2022 haben wir unsere Strategie in Bezug auf Wachstumsmärkte optimiert, indem wir diese nicht mehr anhand des Standorts des Solution Partners, sondern anhand des jeweiligen Kundenstandorts definieren. Das bedeutet, dass wir Partnern mehr Guthaben (doppelte Punktzahl) für Verkäufe an Kunden und Kundinnen in Wachstumsmärkten gewähren, unabhängig davon, wo sich der Partner oder sein Unternehmen befindet. Im Januar 2024 haben wir unsere Liste der Wachstumsmärkte wie folgt aktualisiert:

Zu den Wachstumsmärkten gehören:

Nord- und Südostasien: Bangladesch, Brunei, Kambodscha, China/Taiwan, Hongkong, Indien, Indonesien, Laos, Malaysia, Malediven, die Mongolei, Myanmar (Burma), Nepal, Pakistan, Philippinen, Singapur, Südkorea, Sri Lanka, Thailand, Timor-Leste und Vietnam

Lateinamerika: alle Länder/Gebiete in der Karibik, Südamerika oder Nordamerika (außer Kanada und den USA)

Mittel- und Osteuropa: Albanien, Armenien, Aserbaidschan, Belarus, Bosnien und Herzegowina, Bulgarien, Kroatien, Tschechische Republik, Estland, Georgien, Griechenland, Ungarn, Lettland, Litauen, Mazedonien, Moldawien, Montenegro, Polen, Rumänien, Russische Föderation, Serbien, Slowakische Republik, Slowenien, Ukraine

Naher Osten und Afrika: Algerien, Angola, Ascension und Tristan, Bahrain, Benin, Botswana, Burkina Faso, Kamerun, Kap Verde, Kongo, Zypern, Demokratische Republik Kongo, Ägypten, Äquatorialguinea, Äthiopien, Gabun, Gambia, Ghana, Guinea, Irak, Israel, Elfenbeinküste, Jordanien, Kenia, Kuwait, Libanon, Lesotho, Liberia, Madagaskar, Malawi, Mali, Mauretanien, Mauritius, Mayotte, Mosambik, Namibia, Nigeria, Oman, Palästina, Katar, Reunion, Ruanda, St. Helena, Senegal, Seychellen, Sierra Leone, Somalia, Südafrika, Swasiland, Tansania, Togo, Tunesien, Türkei, Uganda, Vereinigte Arabische Emirate, Jemen, Sambia und Simbabwe



Die Vorteile des Programms auf einen Blick

UMSATZBETEILIGUNG	PROVIDER	STUFENLOS	GOLD	PLATINUM	DIAMOND	ELITE
Provision pro Deal ⁵	20 % für die ersten 12 Monate	20 % max. 3 Jahre lang	20 % max. 3 Jahre lang	20 % max. 3 Jahre lang	20 % max. 3 Jahre lang	20 % max. 3 Jahre lang
Berechtigt zur Upmarket Referral-Provision ⁶				20 % für 1-jährige Deals > 3.000 \$	20 % für 1-jährige Deals > 3.000 \$	20 % für 1-jährige Deals > 3.000 \$

⁵ Provision für Deals, die am oder nach dem 1. April 2023 abgeschlossen wurden. Die Berechtigungsanforderungen für Deals und Partner finden Sie in den [Verkaufsregeln](#).

⁶ Partner, die über eine CRM-Akkreditierung verfügen, haben Anspruch auf die Upmarket Referral-Provision für Deals, deren MRR-Wert mindestens 3.000 US-Dollar beträgt. Hinweis: Wir führen ein sechsmonatiges Pilotprojekt (1. Januar 2025 bis 1. Juli 2025) in bestimmten Wachstumsmärkten durch, bei dem sich berechtigte Partner für ein Jahr ab Verkaufsdatum für eine Provision von 20 % auf Deals qualifizieren können, die mindestens einen Wert von 1.000 US-Dollar haben. [Weitere Informationen finden Sie hier.](#)

PERSÖNLICHER SUPPORT	PROVIDER	STUFENLOS	GOLD	PLATINUM	DIAMOND	ELITE
Partner Development Manager (PDM)		✓	✓	✓	✓	✓
Growth Specialist	✓	✓	✓	✓	✓	✓
Zugang zu fachkundigem Support		✓	✓	✓	✓	✓
Unterstützung durch Sales Specialists		✓	✓	✓	✓	✓
Unterstützung durch Pre-Sales Solutions Engineers		✓	✓	✓	✓	✓
Unterstützung durch Success Solutions-Beratung						✓

MARKETING-VORTEILE	PROVIDER	STUFENLOS	GOLD	PLATINUM	DIAMOND	ELITE
HubSpot Solutions-Anbieterverzeichnis	✓	✓	✓	✓	✓	✓
Vierteljährlicher E-Mail-Newsletter und monatliches Partner-Power-Up	✓	✓	✓	✓	✓	✓
Partner-Brandfolder	✓	✓	✓	✓	✓	✓
Impact Awards		✓	✓	✓	✓	✓
Stufenabzeichen		✓	✓	✓	✓	✓
Berechtigt zum Academy Creator Program		✓	✓	✓	✓	✓
Nutzergruppen für Partner (PUGs)		✓	✓	✓	✓	✓
Auflistung in der HubSpot-Ressourcenbibliothek				✓	✓	✓
Berechtigt zu Marketing Development Funds (MDF)				✓	✓	✓
Berechtigt zu Partner Growth Accelerator (PGA)				✓	✓	✓

VERKAUFS-VORTEILE	PROVIDER	STUFENLOS	GOLD	PLATINUM	DIAMOND	ELITE
Dealregistrierung	✓	✓	✓	✓	✓	✓
Partnerdeal-benachrichtigungen	✓	✓	✓	✓	✓	✓
Geteilte Deals	✓	✓	✓	✓	✓	✓
HubSpot-Demo-Account		✓	✓	✓	✓	✓
Verzicht auf HubSpot-Onboarding für Ihre Kundschaft		✓	✓	✓	✓	✓
Customer Reference Program		✓	✓	✓	✓	✓
Materialien für Verkaufstraining und -förderung		✓	✓	✓	✓	✓
Berechtigt zur Partnervermittlung ⁷				✓	✓	✓

SERVICES-VORTEILE	PROVIDER	STUFENLOS	GOLD	PLATINUM	DIAMOND	ELITE
Partner-Dashboard	✓	✓	✓	✓	✓	✓
Client Access Manager	✓	✓	✓	✓	✓	✓
CRM-Objekt „Partner-Kunden“	✓	✓	✓	✓	✓	✓
Einheitlicher Verwendungsnachweis ⁸		✓	✓	✓	✓	✓
Kostenfreie Partnerlizenzen	✓	✓	✓	✓	✓	✓
Tool zur Datenmigration ⁹	✓	✓	✓	✓	✓	✓

⁷ Die Möglichkeit der Partnervermittlung ist keine Garantie und hängt von den jeweiligen Kundenanforderungen ab. Die Partnerstufe ist eines der Kriterien, die wir bei der Bestimmung der Eignung berücksichtigen, aber auch die Kundenbindung, die MRR-Quellen (Partner-Kollaboration) und die Zertifizierungen werden herangezogen. Neben anderen Kriterien werden höhere Stufen, akkreditierte Partner und Partner mit höherer MRR aus Partnerquellen bevorzugt.

⁸ Die einheitliche Nutzungsbewertung ist innerhalb der „Partner-Kunden“ für Partner verfügbar, die aktiv Kundschaft verwalten.

ENABLEMENT-VORTEILE	PROVIDER	STUFENLOS	GOLD	PLATINUM	DIAMOND	ELITE
Partnerschulungen der HubSpot Academy	✓	✓	✓	✓	✓	✓
Partnerressourcen-Portal von HubSpot: Mindmatrix	✓	✓	✓	✓	✓	✓
Exklusive Vorschauen auf Produkt-einführungen				✓	✓	✓
Vertriebs- und Produktschulung & Enablement	✓	✓	✓	✓	✓	✓
Private Schulungen	✓	✓	✓	✓	✓	✓
Technische Beratung	✓	✓	✓	✓	✓	✓

COMMUNITY & EVENTS	PROVIDER	STUFENLOS	GOLD	PLATINUM	DIAMOND	ELITE
Private Slack-Gruppe für HubSpot-Partner	✓	✓	✓	✓	✓	✓
Partnerevents		✓	✓	✓	✓	✓
Private Facebook-Gruppe für HubSpot-Partner		✓	✓	✓	✓	✓
Berechtigt zur Bewerbung beim Partner Advisory Council (PAC)			✓	✓	✓	✓



Alle Vorteile im Detail

Umsatzbeteiligung

Provision pro erfolgreich abgeschlossenem Deal

Sie erhalten drei Jahre lang 20 % Umsatzbeteiligung (auch als Provision bezeichnet) aus den Deals, die Sie initiieren (Partnerzusammenarbeit). Damit möchten wir Ihnen für Ihren Einsatz danken, mit dem Sie unseren gemeinsamen Kundinnen und Kunden die Produkte von HubSpot anbieten und bereitstellen. Wir empfehlen Ihnen, zunächst [**die Verkaufsregeln**](#) sowie die [**Richtlinien des Partnerprogramms**](#) zu lesen, bevor Sie mit den Provisionen verdienen loslegen.

Umsatzbeteiligung bei Teilnahme am HubSpot Upmarket Referral Program

Deals, bei denen Partner assistieren („Do It For Me“), sind eine der Möglichkeiten für Partner, mit HubSpot Growth Specialists zusammenzuarbeiten und gemeinsam zu verkaufen. Berechtigte Partner erhalten 20 % Provision auf Deals mit einem Betrag von mindestens 3.000 US-Dollar, und zwar ein Jahr lang ab dem Verkaufsdatum. In den [**Verkaufsregeln finden Sie die vollständigen Informationen dazu.**](#)

Hinweis: Wir führen ein sechsmaliges Pilotprojekt (1. Januar 2025 bis 1. Juli 2025) in bestimmten Wachstumsmärkten durch, bei dem sich berechtigte Partner für ein Jahr ab Verkaufsdatum für eine Provision von 20 % auf Deals qualifizieren können, die mindestens einen Wert von 1.000 US-Dollar haben. [**Weitere Informationen finden Sie hier.**](#)

Persönlicher Support

Partner Development Manager (PDM)

Wie oben dargelegt, haben alle Solutions Partner Zugang zu einem Partner Development Manager (PDM), Ihrer zentralen Ansprechperson bei HubSpot, die Ihnen hilft, sich mit anderen Teams zu vernetzen. Die Aufgaben des PDM umspannen Ihr gesamtes Unternehmen; dazu gehören die strategische Planung, die Umsetzung von Wachstumsplänen, die Formulierung neuer Geschäftsziele, der Ausbau Ihres Kundenstamms und die Sicherstellung eines erfolgreichen HubSpot-Geschäfts. Sie können Ihren PDM [über diesen Link](#) in Ihrem Partneraccount einsehen.

Growth Specialists

Als Growth Specialists bezeichnen wir die Vertriebsmitarbeitenden bei HubSpot. Alle Solutions Partner haben Kontakt zu Growth Specialists (GSs) im direkten Vertriebsteam von HubSpot, die jeweils einem geografischen Vertriebsgebiet zugewiesen sind. Sie erhalten Zugang zu einem Growth Specialist, wenn Sie einen geteilten Deal erstellen, der dann die Zuweisung eines GS auslöst, der Sie je nach Geografie und Segment unterstützt. GS sind Ihre Vertriebspartner im Tagesgeschäft, die gemeinsam mit Ihnen Kommunikationsstrategien, Rollen, Verantwortlichkeiten und einen Abschlussplan für jeden Deal erarbeiten. Sie unterstützen Sie bei Demos, beim Erstellen und Versenden von Angeboten und helfen Ihnen dabei, den Proof-of-Involvement (POI) für jeden Deal beizufügen.

Zugang zu fachkundigem Support

Sie erhalten Zugang zu einem erfahrenen Mitglied unseres Support-Teams für die technische Fehlerbehebung. Drücken Sie bei Ihrem Anruf einfach die 5. *Bitte beachten Sie, dass der Premiumsupport bisher nur auf Englisch verfügbar ist.*

Unterstützung durch Sales Specialists

Bei unseren Sales Specialists handelt es sich um produktorientierte Account Executives, die sich auf Service Hub (Professional und Enterprise), Operations Hub (Professional und Enterprise) und Breeze Intelligence (ab 10.000 Credits) spezialisiert haben. Ihre Aufgabe ist es, die effektivsten Verkaufstaktiken für neue Produkte zu definieren und zu systematisieren. Dabei setzen sie ihr Fachwissen und ihre Erfahrungen gezielt ein, um den Erwartungen von Kundinnen und Kunden gerecht zu werden. Vertriebsfachleute arbeiten mit Ihnen und Ihren Growth Specialists beim Verkauf zusammen, indem sie während des Verkaufsprozesses produktspezifisches Fachwissen bereitstellen. Dieses Supportteam wird Ihrem geteilten Deal automatisch zugewiesen, basierend auf der Produktberechtigung im Dealdatensatz.

Unterstützung durch Pre-Sales Solutions Engineers

Alle Partner erhalten Zugang zum Solutions Engineering Team. Dieses Team besteht aus den erfahrensten technischen Fachleuten von HubSpot, die sowohl bei produkt- als auch lösungsbezogenen Anforderungen helfen können. Sie sind kundenorientiert und tief in unser Vertriebsteam eingebettet, um eine nahtlose Zusammenarbeit bei der Erschließung von Chancen zu gewährleisten. Bei Deals über 3.000 US-Dollar werden automatisch Solutions Engineers zugewiesen (deren Informationen finden Sie im Datensatz des geteilten Deals). Für Deals unter 3.000 US-Dollar können Partner ihre Unterstützung über den ihnen zugewiesenen Growth Specialist für den Deal anfordern.

Unterstützung durch Success Solutions-Beratung

Für Kundenintegration, Systemarchitektur und technische Strategieanforderungen, die über den Umfang des HubSpot-Supports hinausgehen, haben Elite-Partner Zugang zu unseren Success Solutions Consultants. Wenn Sie sich nicht sicher sind, ob und wie eine technische Kundenanforderung mit der CRM-Plattform von HubSpot erfüllt werden kann, wenden Sie sich an Ihren PDM, der in Ihrem Namen ein Supportticket erstellt, um die richtigen internen HubSpot-Mitarbeitenden einzuschalten, die Ihr Team bei der Prüfung eines möglichen Ansatzes unterstützen werden.

Marketingvorteile

HubSpot Solutions-Anbieterverzeichnis

Unternehmen suchen tagtäglich nach einem starken Partner, der ihnen Rat und Unterstützung bieten kann. Als Solutions Provider oder Solutions Partner können Sie sich in unser HubSpot Solutions-Anbieterverzeichnis eintragen lassen, sodass Sie von mehr potenziellen Kundinnen und Kunden gefunden werden. Dort können Sie auch Ihre Spezialisierungen (nach Branche und Region), HubSpot-Zertifizierungen, Impact Awards und Akkreditierungen angeben. Außerdem können Sie Kundenrezensionen hinzufügen. Falls noch nicht geschehen, können Sie [hier Ihr Profil erstellen](#).

Monatlicher E-Mail-Newsletter

Damit unsere Partner und ihre Teams keine wichtigen Updates und Informationen verpassen, versenden wir monatlich einen Newsletter. Abonnieren Sie in Ihrem HubSpot-Account den E-Mail-Newsletter des Abonnementtyps „Bildung, Content und Ressourcen“, damit Sie die vierteljährlichen E-Mails mit unseren Programmupdates erhalten. Der Newsletter enthält wichtige Produktupdates, Ankündigungen für Partner sowie weitere informative Inhalte. Wenn Sie diese E-Mails abonnieren, erhalten Sie außerdem unser monatliches Partner-Power-Up, das Vertriebs- und Produktressourcen enthält, die Ihnen dabei helfen, sich als HubSpot-Partner erfolgreich aufzustellen.

Nutzergruppen für Partner (PUGs)

Nutzergruppen für Partner, auch PUGs genannt, sind rollenbasierte Networking-Gruppen, die Sie monatlich mit anderen Partnern in Ihrer Region verbinden. In Ihrer PUG treffen Sie auf Partner verschiedener Stufen und mit unterschiedlichem Hintergrund, die vor ähnlichen Herausforderungen stehen wie Sie. Arbeiten Sie virtuell an neuen Wegen zur Beseitigung von Hindernissen und knüpfen Sie gleichzeitig wichtige Kontakte in der Partnercommunity. Es wird eine begrenzte Anzahl von Gruppen erstellt. Jede Gruppe besteht aus 8-10 Mitgliedern. [Hier finden Sie weitere Einzelheiten](#) zu diesem einjährigen Programm, einschließlich der Bewerbungsdaten und der Region.

Impact Awards

Außergewöhnliche Leistungen sollten honoriert werden. Deshalb bieten wir unseren Partnern viermal jährlich die Möglichkeit, sich für einen HubSpot Impact Award zu bewerben und sich mit dieser besonderen Auszeichnung von ihrer Konkurrenz abzuheben. Investieren Sie in die Vielfalt innerhalb Ihrer Organisation? Dann bewerben Sie sich für den DI&B Champion Award (früher bekannt als HEART Award). Mit dieser Auszeichnung werden Partner gewürdigt, die sich aktiv für Vielfalt, Integration und Zugehörigkeit einsetzen. Vielleicht benötigen Sie ein bisschen Inspiration: Sehen Sie sich [die Gewinnerinnen und Gewinner aus vergangenen Jahren](#) an und [bewerben Sie sich hier](#).

Stufenabzeichen

Präsentieren Sie Interessierten Ihr Fachwissen mit einem Badge, der Sie als anerkannter HubSpot-Partner ausweist. Fügen Sie Ihr **Stufenabzeichen** auf Ihrer Website, in Ihrer E-Mail-Signatur und in Ihren Marketingmaterialien ein, um Ihre Partnerschaft zu präsentieren. Bitte beachten Sie die **Werberichtlinien für Partner** und unsere allgemeinen **Richtlinien für die Verwendung unserer Marken**.

Academy Creators

Das HubSpot Academy Creator Program bietet berechtigten App-Partnern, Solutions Partners und HubSpot Certified Trainers (HCTs) die Möglichkeit, sich über die HubSpot Academy einem großen Publikum von Interessierten und Kundenschaft vorzustellen. Als Academy Creator sind Sie in der Lage, Bildungsangebote zu erstellen und als Profi angesehen zu werden. Um teilnahmeberechtigt zu sein, müssen Sie ein Gold-, Platinum-, Diamond- oder Elite-Solutions Partner sein (oder in einigen Fällen auch HubSpot Certified Trainer). Wenn Sie Interesse haben, [können Sie hier mehr erfahren.](#)

Partner BrandFolder – Digital Asset Manager (DAM)

In unserem neuen **Brandfolder für Solutions Partner** finden Sie alles, was Sie für Ihr HubSpot-Branding benötigen: aktualisierte Markenrichtlinien, Programmlogos, Stufenabzeichen, über 50 Icons und mehr als 60 Produktscreenshots, die Sie in Ihrem Marketingmaterial verwenden können. Bitte beachten Sie bei der Verwendung dieser Assets unsere **Werberichtlinien**.

Die Verwendung der partnerspezifischen Badges und Logos wird immer bevorzugt, aber wenn Sie in einem bestimmten Anwendungsfall das HubSpot-Firmenlogo oder HubSpot-Symbol besser geeignet sind, stellen Sie sicher, dass Sie unsere **Richtlinien für die Verwendung unserer Marken** und Programmstandards für die Logoverwendung einhalten und ein gutes Urteilsvermögen einsetzen. Wenn Sie ein HubSpot-Logo verwenden, ändern Sie weder seine Farbe noch seine Form und bewahren Sie sein ursprüngliches Aussehen.

Auflistung in der HubSpot-Ressourcenbibliothek

Fügen Sie Ihre Angebote und Vorlagen zur Leadgenerierung zur **HubSpot-Ressourcenbibliothek** hinzu, um Ihre Leadgenerierung dank der hohen Reichweite von HubSpot weiter zu steigern. Generieren Sie Leads, indem Sie Ihre Inhalte im zentralen Ressourcencenter für HubSpot-Nutzer weltweit hosten.

Hinweis: Die Qualität aller Inhalte wird geprüft. Ferner gilt, dass Ihr Content von Ihrem Unternehmen stammen muss und nicht aus Vorlagen erstellt sein darf. Vorrangig werden Themen behandelt, die eine Lücke füllen oder auf die Prioritäten des Unternehmens abgestimmt sind. Bitte reichen Sie nicht zu viele Bewerbungen ein, da wir nur einige wenige pro Partner auswählen können.

Marketing Development Funds (MDF)

Marketingentwicklungsmitte können im Laufe des Jahres 2025 verdient und schrittweise zur Verfügung gestellt werden. Partner jeder Stufe und jedes Standorts können sich bewerben, aber im Allgemeinen ist dies ein Vorteil für Platinum-, Diamond- und Elitepartner, und wir werden Partner ohne Stufe oder Goldpartner nur im Einzelfall berücksichtigen. Weitere Informationen dazu [finden Sie hier.](#)

Partner Growth Accelerator (PGA)

Innerhalb der MDF können Solutions Partner in Zusammenarbeit mit einem App-Partner auch den PGA beantragen. Der PGA ist ein Programm, bei dem teilnehmende Solutions Partner und App-Partner zusammenkommen, um zu lernen, wie man eine gemeinsame GTM-Kampagne taktisch aufbaut – mit Hilfe von Live-Workshops, Leitfäden und Vorlagen. Lösungspartner aller Stufen und Regionen können sich bewerben. Die Einladung zur Teilnahme basiert auf mehreren Faktoren, darunter angebotene Dienstleistungen (Solutions Partner) und Technologien (App-Partner), bediente Branchen, technische Kompetenz, einschlägiges Fachwissen, ausreichende Ressourcen und mehr. Am Ende der PGA-Live-Sitzungen bewerben sich die Solutions Partner zusammen mit einem App-Partner um Co-Marketingmittel. Weitere Informationen [finden Sie auf dieser Seite.](#)

Verkaufsvorteile

Dealregistrierung

Die Dealregistrierung ist ein benutzerdefiniertes Tool, das Problemelemente im Verkaufsprozess beseitigt. Das Besondere an dem Tool: Durch die Registrierung eines Deals wird ein geteilter Deal erstellt, der die Daten zwischen Ihrem Portal und HubSpot synchronisiert. Ein geteilter Deal ist der Dealdatensatz, der nach der Registrierung eines Deals sowohl im CRM des Partners als auch im CRM von HubSpot erstellt wird. Sie können einen geteilten Deal im CRM über die Option „Deal erstellen“ registrieren.

Partnerdealbenachrichtigungen

Aktivieren Sie die Dealbenachrichtigungen, damit Sie Benachrichtigungen erhalten, wenn sich jemand vom interessierten Unternehmen bei HubSpot anmeldet. Weitere Informationen erhalten Sie [hier](#). Die Option zur Registrierung finden Sie in Ihrem Partneraccount auf der Registerkarte „Einstellungen“.

HubSpot-Demo-Account

Erhalten Sie Zugang zu einem persönlichen HubSpot-Demo-Account mit der vollständigen Enterprise-Plattform, damit Sie die gesamte Software von HubSpot effektiv vorführen und verkaufen können. Während wir daran arbeiten, die Daten, die wir Ihnen für Demos zur Verfügung stellen, zu verbessern, empfehlen wir Ihnen, Ihre eigenen Dummy-Daten zu erstellen, um Interessierten zu zeigen, wie HubSpot funktioniert. Sie können auch Unterstützung für die Demos von den Growth Specialists anfordern, die in Ihren geteilten Deals aufgeführt sind.

Verzicht auf Onboarding für Ihre Kundschaft

Durch das Partneronboarding werden Sie zum Profi für HubSpot-Services und HubSpot-Software. Sie können dann für Kundinnen und Kunden, die Onboarding-Services über Ihr Unternehmen bevorzugen, auf die von HubSpot bereitgestellten Standard-Onboardings verzichten. Um auf das von HubSpot bereitgestellte Onboarding verzichten zu können, müssen Sie Services bereitstellen, die die Onboarding-Services von HubSpot ersetzen. Mehr Informationen finden Sie im Abschnitt „Verzicht auf Onboarding“ in den [**Verkaufsregeln**](#).

Customer Reference Program

Das Kundenreferenzprogramm verbindet HubSpot-Interessierte mit bestehender Kundschaft in einem persönlichen Gespräch, um mehr über deren Erfahrungen mit der CRM-Plattform von HubSpot zu hören. Dies kann Ihnen helfen, Ihren Deal mit einem Live-Testimonial abzuschließen. Während des Gesprächs teilen die Kunden und Kundinnen ihre Ansichten frei mit und beantworten mögliche Fragen der interessierten Person. Partner können eine Kundenreferenz anfordern, indem sie die dem Deal zugewiesenen Growth Specialists bitten, sie in Ihrem Namen anzufordern.

Vertriebsschulung & Enablement

Als Solutions Partner erhalten Sie Zugang zu HubSpot-Verkaufsunterlagen und -ressourcen, die Sie beim Verkauf unterstützen. Darüber hinaus haben Sie Zugriff auf verschiedene Verkaufstrainingsprogramme, die wir im Laufe des Jahres anbieten, wie z. B. Workshops zur Verbesserung der Verkaufsfähigkeiten und Schulungen zur Verkaufsmethodik.

Berechtigt zum Partner-Matching

Das Partner-Matching-Programm zielt darauf ab, Kundinnen und Kunden mit dem am besten geeigneten Partner auf der Grundlage der Kundenbedürfnisse, der validierten Fähigkeiten und der Erfolgsquote des Partners zusammenzubringen. Um für Partner-Matching-Möglichkeiten in Frage zu kommen, muss ein Partner in den letzten 12 Monaten mindestens 20 % seiner gesamten verkauften MRR initiiert haben (d. h. vom Partner initiiert, bislang „Partnerzusammenarbeit“) und entweder:

- über eine aktive Akkreditierung verfügen

ODER

- mindestens die Platinum-Stufe haben
- eine durchschnittlichen C\$R (Customer Retention) von mindestens 85 % über 12 Monate erzielen
- mindestens **eine Software-Zertifizierung besitzen**
- mindestens eine Implementierungszertifizierung besitzen

Services-Vorteile

Partner-Dashboard

Eines der wichtigsten Tools, die HubSpot seinen Partnern zur Verfügung stellt, ist das **Partner-Dashboard**. Dieses Dashboard bietet Ihnen einen Überblick über Ihre Partnerschaft, einschließlich: Programmfortschritt, Stufenprogression, verkaufte und verwaltete Punkte, Provisionsverfolgung, gemeinsames Verkaufen zur Verfolgung der Pipeline und eine Übersicht über anstehende Kundenerneuerungen.

Client Access Manager

In Ihren Partner-Tools steht Ihnen der Client Access Manager zur Verfügung, mit dem Sie alle Ihre Kundenaccounts anzeigen und den Zugriff Ihrer Mitarbeitenden auf die einzelnen Accounts verwalten können, damit diese jederzeit an den richtigen Aufgaben arbeiten können. Im Client Access Manager können Sie auch Partneradmin-Berechtigungen zuweisen. Produkt- und Lifecycle-Phasen-übergreifende Warnhinweise und Benachrichtigungen stellen sicher, dass Sie immer genauestens über den Fortschritt Ihrer Kundschaft informiert sind.

Partner-Kunden

Als Solutions Partner spielen Sie eine entscheidende Rolle bei der Verwaltung unserer gemeinsamen Kundschaft. Aber damit Sie das effektiv tun können, müssen Sie über detaillierte Informationen über diese Kundschaft verfügen. Dies ermöglichen wir Ihnen mit dem CRM-Objekt „Partner-Kunden“ in Ihren Partner-Tools, die Sie in Ihrem eigenen Account finden. Dadurch erhalten Sie Einblicke in Ihre Kundschaft, sowohl verwaltet als auch verkauft, einschließlich ihrer einheitlichen Nutzungsbewertung.

Einheitliche Nutzungsbewertung

Der einheitliche Nutzungsscore ist eine neue Kennzahl, die HubSpot verwendet, um darüber zu informieren, was unsere Kundschaft innerhalb ihres Abonnements nutzt bzw. nicht nutzt. Er vereinfacht Aktionen zur Stärkung von Kundenbindung und Nutzung. So erhalten Sie einen schnellen Überblick über den Zustand Ihrer Kundschaft und können entscheiden, wann und wie Sie sie ansprechen sollten. Der einheitliche Nutzungsscore ist im „Partner-Kunden“-Datensatz für jeden Ihrer Accounts verfügbar.

Kostenfreie Partnerlizenzen

Als Partner ist es von entscheidender Bedeutung, dass Sie Zugriff auf die von Ihnen verwalteten Accounts Ihrer Kundschaft haben, damit Sie die Arbeit ausführen können, mit der Sie beauftragt wurden. HubSpot bietet innerhalb des Lizenzpreismodells eine kostenlose Partnerlizenz, die alle Partner ihren Mitarbeitenden innerhalb ihrer Kundenaccounts zuweisen können. Weitere Einzelheiten finden Sie [in unserem Wissensdatenbankartikel](#).

Berechtigung für das Datenmigrationstool

HubSpot erleichtert die Migration von Kundendaten von anderen CRM-Plattformen zu HubSpot. Derzeit werden die folgenden Plattformen unterstützt: ActiveCampaign, Pipedrive, Zoho, Copper, Dynamics 365, Mailchimp und Keap. Wir haben ein Tool entwickelt, mit dem kontextbezogene Kundendaten (Aktivitäten, E-Mails, Engagement) migriert werden können, so dass Kundinnen und Kunden bei HubSpot genau dort weitermachen, wo sie bei ihrer anderen CRM-Plattform aufgehört haben, und schnell einen Mehrwert erzielen. Das kostenlose Tool erfordert keinerlei Kodierung oder API-Arbeit, so dass Migrationen einfach und schnell durchgeführt werden können. Alle Solutions Partner haben ab 2025 Zugang zu diesem Tool. Um den Zugang zu beantragen, reichen Sie ein Supportticket über die Navigation in Ihrem Portal ein.

Enablement-Vorteile

Partnerschulungen der HubSpot Academy

Greifen Sie auf einen exklusiven Katalog von Partnerschulungen zu, um innerhalb Ihres Unternehmens spezifische Fähigkeiten weiterzuentwickeln, z. B. in den Bereichen Vertrieb, Kundenservice und Implementierung. Validieren Sie Ihr Fachwissen in ausgewählten strategischen Kompetenzbereichen mithilfe von Qualifikationen. Alle verfügbaren Partnerschulungen und -qualifikationen können Sie in Ihrem Profil unter „[HubSpot Academy](#)“ mit Klick auf die Registerkarte „[Partnertraining](#)“ sehen. Darüber hinaus können Partner auf unsere umfangreiche Bibliothek mit allgemeinbildenden Informationen [innerhalb der Academy](#) zugreifen, die auch für Kundschaft und Nutzende verfügbar ist.

Partnerressourcen-Portal von HubSpot: Mindmatrix

Alle Solutions Partner haben Zugriff auf das Partnerressourcenportal, das von Mindmatrix gestützt wird. Innerhalb dieser Plattform haben Sie Zugriff auf die von HubSpot genehmigten Verkaufsunterlagen, wie One-Pager, Pitch Decks und mehr. Darüber hinaus bieten wir Leitfäden und Kampagnenkits für Ihr Team an, um neue Kundschaft zu gewinnen. Diese stehen allen Solutions Partner unabhängig von der Stufe mit unbegrenzter Nutzung für Ihr gesamtes Team zur Verfügung, damit Sie mit HubSpot effektiv vermarkten und verkaufen können. [Weitere Informationen finden Sie hier.](#)

Exklusive Vorschauen auf Produkteinführungen

Möchten Sie einen Blick auf die größten Produkteinführungen des Jahres werfen? Als Platinum-, Diamond- oder Elite-Partner erhalten Sie Zugriff auf Informationen über unsere wichtigsten kommenden Produktveröffentlichungen und andere Informationen hinter den Kulissen. Diese exklusiven Vorschauen bieten unseren Partnern der höheren Stufen die einzigartige Möglichkeit, als Erste von neuen Funktionen, Kampagnen und Produkten zu erfahren. Berechtigte Partnermitarbeitende, die die Vertraulichkeitsschulung absolviert haben, werden per E-Mail eingeladen.

Vertriebs- und Produktschulung & Enablement

Alle Solutions Partner haben das ganze Jahr über Zugang zu kostenlosen, wiederkehrenden Schulungen, die vom HubSpot-Partnerteam durchgeführt werden. In diesen Schulungen werden die HubSpot-Produkte von Profis aus unserem Produktteam vorgestellt. Darüber hinaus werden Vertriebsschulungen angeboten, die Ihnen helfen sollen, Ihre Verkaufsfähigkeiten weiterzuentwickeln und zu verfeinern, damit Sie mehr Deals generieren und abschließen können. So bieten wir zum Beispiel monatlich die „[Product Learning Hour](#)“-Schulungen an.

Bezahltes Privattraining

Dieser Service ermöglicht es Ihnen, private Schulungen für Sie oder Ihr Team zu erwerben, um Fachwissen über die Produkte von HubSpot in einer praxisnahen Live-Umgebung zu entwickeln, in der Sie die Inhalte und Termine wählen, die für Ihr Unternehmen am besten geeignet sind. Sie können zwischen einer virtuellen Schulung oder einer Schulung vor Ort wählen.

Bezahlte technische Beratung

Dieser Service ermöglicht es Ihnen, mit technischen Fachleuten zusammenzuarbeiten, die Ihre Geschäftsanforderungen und Systeme in- und auswendig kennen. Ihr Technical Consultant kann Ihnen dabei helfen, Prozesse zu optimieren, Hindernisse aus dem Weg zu räumen und HubSpot bestmöglich zu nutzen. Unser Team kann auf verschiedene Weise mit Ihnen zusammenzuarbeiten, je nachdem, wie Sie und Ihr Team am besten arbeiten.

Community & Events

Exklusive Veranstaltungen für Partner

Das HubSpot-Partnerteam veranstaltet das ganze Jahr über mehrere Events speziell für Partner, um Sie über unsere Strategie auf dem Laufenden zu halten, Sie über neue Programme und Änderungen zu informieren und als Partner zusammenzukommen, um sich zu vernetzen und zusammenzuarbeiten. Unsere beiden wichtigsten Veranstaltungen im Jahr sind der Ecosystem Kickoff, eine virtuelle Veranstaltung zum Jahresanfang. Dann findet der Partner Day auf der INBOUND statt, ein Live-Event in der gleichen Woche wie unsere INBOUND-Konferenz.

Private Slack-Gruppe für HubSpot-Partner

Schließen Sie sich unserer stetig wachsenden Slack-Gruppe für Partner an, um Teil einer starken, internationalen Community zu werden und mit Partnern aus der ganzen Welt zusammenzuarbeiten. Nutzen Sie diese private Gruppe, um mit anderen Partnern in Kontakt zu bleiben oder sich per Direktnachrichten mit Ihrem PDM bei HubSpot auszutauschen. Solutions Partner, die in die Gruppe aufgenommen werden möchten, können hier einen Antrag stellen. Beachten Sie bitte, dass Sie hierfür Partner sein bzw. mindestens die Gold-Stufe innehaben müssen. Solutions Provider können die Aufnahme in die Gruppe hier beantragen.

Private Facebook-Gruppe für HubSpot-Partner

Schließen Sie sich unserer Facebook-Gruppe für HubSpot-Partner an, um sich mit Partnern auf der ganzen Welt zu vernetzen. Falls Sie beispielsweise Fragen zum Thema Integrationen, zu den besten Werbestrategien oder zu den HubSpot-Tools haben, erhalten Sie dort schnell und mühelos fachkundigen Rat. Füllen Sie unbedingt alle erforderlichen Felder aus, wenn Sie den Beitritt zu dieser Gruppe beantragen. Es werden nur Beitrittsgesuche von verifizierten Solutions Partnern berücksichtigt. Mit dem Beitritt zur Gruppe erklären Sie sich auch mit den nachfolgenden Verhaltensregeln einverstanden. Die Nichteinhaltung dieser Regeln kann dazu führen, dass Sie aus der Gruppe ausgeschlossen werden (nach alleinigem Ermessen von HubSpot):

- **Handeln Sie nach bestem Ermessen:** Diese Gruppe soll unseren Solutions Partnern helfen, sich zu vernetzen und zu wachsen. Es liegt an allen Mitgliedern, ein gutes Urteilsvermögen anzuwenden, wenn sie posten oder interagieren. Wir wollen uns gegenseitig unterstützen, helfen und aufbauen, damit diese Gemeinschaft ein sicherer und hilfreicher Ort bleibt.
- **Seien Sie freundlich und respektvoll zueinander:** Wir sind hier, um zu lernen und Kontakte zu knüpfen, also seien Sie respektvoll. Hassreden sind nicht erlaubt. Herabwürdigende Kommentare zu Themen wie Rasse, Religion, Kultur, sexuelle Orientierung, Geschlecht, Politik oder Identität werden nicht geduldet. Posts, die hiergegen verstößen, werden entfernt.

- **Bleiben Sie beim Thema:** Wir wollen, dass diese Gruppe für alle interessant ist. Das Erstellen von Beiträgen mit reinen Links oder von einer Unternehmensseite wird als Spam angesehen und entfernt. Es ist in Ordnung, über offene Stellen und anstehende Veranstaltungen zu informieren, aber fügen Sie entsprechenden Kontext hinzu.
- **Übernehmen Sie Verantwortung:** Sie sind für Ihre Interaktionen verantwortlich. Geben Sie nichts weiter, was gegen Ihre vertraglichen Vereinbarungen (Urheberrecht, Geschäftsgeheimnis, Geheimhaltung usw.) verstößen würde, einschließlich der Vereinbarung für das HubSpot Solutions Partner Program und unserer Programmrichtlinien.
- **Behalten Sie vertrauliche Informationen für sich:** Partner haben möglicherweise Zugriff auf HubSpot-Informationen, die nicht öffentlich oder für alle Partner verfügbar sind, wie z. B. geplante Betaphasen. Denken Sie daran, dass Sie als Partner an die Vertraulichkeitsverpflichtungen der Vereinbarung für das HubSpot Solutions Partner Program gebunden sind. Wenn Sie vertrauliche Informationen erhalten haben, geben Sie sie nicht weiter.
- **Teilen Sie Ihre Expertise:** Helfen Sie mit, die HubSpot-Partnercommunity zu bereichern, indem Sie Ihr HubSpot-Fachwissen weitergeben. Vielleicht haben Sie genau die richtige Antwort, nach der jemand anderes sucht, also bringen Sie Ihre Erkenntnisse in das Gespräch ein.
- **Helfen Sie uns, auch andere Mitglieder zur Verantwortung zu ziehen:** Wir ermutigen Sie, die Meldefunktion zu nutzen, um Beiträge oder Kommentare, die moderiert werden müssen, an die Gruppenadministratoren zu melden. Klicken Sie dazu auf die drei Punkte neben einem Beitrag oder Kommentar und wählen Sie „Beitrag an Gruppenadministratoren melden“.

Berechtigung zur Bewerbung beim Partner Advisory Council (PAC)

Die Partner Advisory Councils (PACs) von HubSpot bestehen aus mehreren spezialisierten Gruppen, die sich jeweils auf bestimmte Themen und Fachgebiete konzentrieren. Diese Beiräte treffen sich halbjährlich, um wichtige Themen wie neue Partnertools und Programmaktualisierungen zu besprechen. Darüber hinaus können PAC-Mitglieder über Slack-Gruppen in Echtzeit Feedback geben und das ganze Jahr über an den für sie wichtigen Themen zusammenarbeiten. Wir verlassen uns darauf, dass die PACs die Stimme unserer Partnergemeinschaft vertreten und wichtige Entscheidungen für die Zukunft unseres Programms treffen. Bewerbungen für den PAC sind jährlich im ersten Quartal möglich und bieten eine von vielen Möglichkeiten für Partner, ihre Erkenntnisse mitzuteilen und das Programm aktiv mitzugestalten. Der PAC von HubSpot besteht aus fünf regionalen Gruppen, die sich vierteljährlich zu Themen treffen, die von neuen Partnertools bis zu Programmänderungen reichen.

Bitte beachten Sie: HubSpot behält sich das Recht vor, Leistungen auszusetzen und/oder zu streichen, wenn ein Partner seinen guten Ruf verliert. Die Entscheidung, ob ein Partner zu einem bestimmten Zeitpunkt als vollwertig eingestuft wird, liegt im alleinigen Ermessen von HubSpot.

Hilfreiche Links



Wichtige Ressourcen:

Kundenmanagement-Dashboard

Partnerressourcenportal

Slack-Workspace für HubSpot-Partner

Richtlinien und Vorgaben von
HubSpot:

Überblick über die Verkaufsregeln

Richtlinien für das Solutions Partner
Program

Verhaltenskodex für das Programm

Informationen zu Provisionen für Partner

Der Lead-Registrierungsprozess
im Überblick

Alles rund um Events, Pressemitteilungen
und Branding