

ROI-Bericht

2025

✦ Erfahren Sie, wie die KI-gestützte Plattform von HubSpot einen Mehrwert für Ihr Unternehmen schaffen kann.



Inhaltsverzeichnis

03	Was ist HubSpot?
04	Inwiefern ist HubSpot anders?
05	Herausforderungen für Unternehmen
06	Die Lösung von HubSpot
07	HubSpot vereint Tools, Teams und Daten
08	HubSpot steigert die Akzeptanz
09	HubSpot ermöglicht schnellere Geschäftsergebnisse
09.1	Schnellere Leadgenerierung
09.2	Mehr Deals in kürzerer Zeit abschließen
09.3	Tickets schneller lösen
13	HubSpot steigert den Unternehmenswert
14	HubSpot steigert den Umsatz
15	HubSpot senkt Kosten
16	Fazit
17	Methodik zur Datenerhebung
18	Quelleninformationen



Was ist HubSpot?



Benutzerfreundlich Schnell Einheitlich

Die KI-gestützte Plattform von HubSpot ist **benutzerfreundlich**, bietet Ihrem Unternehmen **schnell** Mehrwert und ermöglicht allen Teams in jeder Phase der Customer Journey einen **einheitlichen** Überblick über Ihre Kundschaft.

Alle Funktionen der Plattform greifen nahtlos ineinander, um **Unternehmen beim Wachstum mit System zu unterstützen**.

Aktion: Dinge tun

🌟 Produkte

🌟 Breeze Agents

🌟 Breeze-Assistent

Orchestrierung: Dinge verbinden

🌟 Intelligence

🌟 APIs und MCPs

🌟 Studio

Kontext: Dinge wissen

🌟 Smart CRM

Strukturierte
Daten

Unstrukturierte
Daten

Externe
Daten

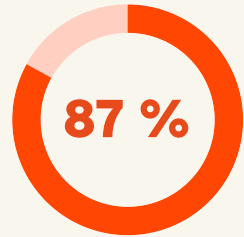


Inwiefern ist HubSpot anders?




Benutzerfreundlich

Tools, die Sie sich leicht aneignen können und die unkompliziert zu implementieren sind, sorgen für ein besseres Preis-Leistungs-Verhältnis.



sagen, dass HubSpot einfach zu benutzen ist.¹

 **92 %** sagen, dass Breeze von HubSpot einfach zu bedienen ist.¹

Quelleninformationen



Schnell

HubSpot bietet Ihrem Unternehmen einen unmittelbaren Mehrwert.



weniger Zeit bis zum Geschäftsabschluss, wenn Kundinnen und Kunden die KI-gestützten Workflow-Funktionen von HubSpot nutzen.²

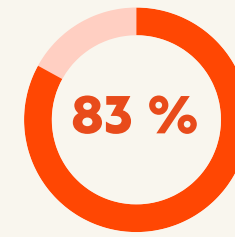


Arbeitszeit pro Woche eingespart durch Breeze von HubSpot.¹




Einheitlich

HubSpot verknüpft Daten, Tools und Teams für eine vollständige Kundenansicht.



sagen, dass HubSpot ihre Unternehmensdaten effektiv an einem Ort zusammenführt.³

 **96 %** sagen, dass Breeze von HubSpot ihre Teams vereint.¹



Herausforderungen für Unternehmen



Quelleninformationen

Für Unternehmen wird es immer schwieriger, ihre Wachstumsziele zu erreichen. Unternehmen stehen unter Druck, **mit weniger Mitteln mehr erreichen zu müssen.**

1. Die Erwartungen der Kundinnen und Kunden steigen.

Unternehmen, die diese steigenden Kundenerwartungen erfüllen, **verzeichnen ein um 41 % schnelleres Umsatzwachstum** und **eine um 51 % höhere Kundenbindung.**¹

2. Unternehmen haben Schwierigkeiten, mit den KI-Innovationen Schritt zu halten.

88 % der kleinen und mittelständischen Unternehmen haben zwar KI-Systeme implementiert,² aber **nur 13 % verfügen über die Dateninfrastruktur, um künstliche Intelligenz wirklich effektiv zu nutzen.**³

3. Kundendaten sind über verschiedene Tools und Systeme hinweg fragmentiert.

Kundinnen und Kunden arbeiten derzeit **mit „über 15 separaten Tools“** verschiedener Anbieter.⁴



Die Lösung von HubSpot

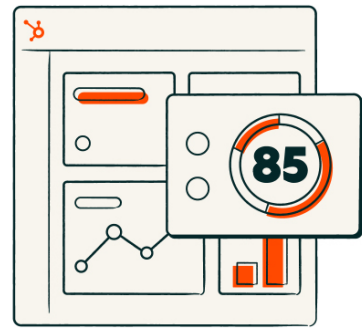
Stellen Sie sich vor, Ihr gesamtes Frontoffice befindet sich auf einer zentralen Plattform.

Verlieren Sie keine Zeit mehr mit dem Hin- und Herwechseln zwischen mehr als 15 nicht miteinander verbundenen Tools. HubSpot führt Ihre Kundendaten über jeden Kontaktpunkt hinweg zusammen und gibt Ihren Teams den vollständigen Kontext, um außergewöhnliche Erlebnisse zu schaffen – und zudem ein 3-faches Wachstum zu erzielen.¹

Ergebnisse durch die Nutzung von HubSpot



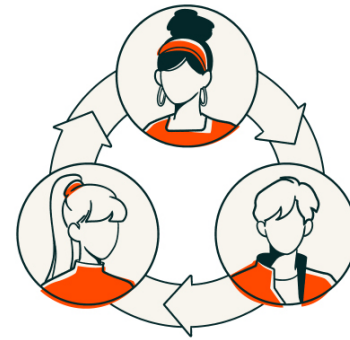
HubSpot vereint Tools, Teams und Daten



Tools

8-mal

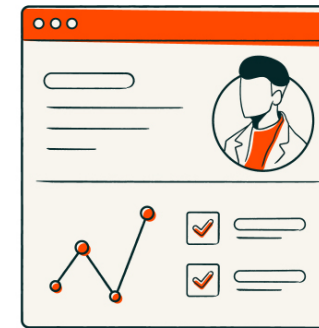
mehr abgeschlossene Deals für Kundinnen und Kunden mit Integrationen.¹



Teams



Kundinnen und Kunden, die Teams über die Plattform von HubSpot miteinander vernetzen, schließen **24 % mehr Deals** ab als Unternehmen, die nur ein Produkt nutzen.³



Daten

5-mal

höhere Dealabschlussrate für Kundinnen und Kunden, die Reportingfunktionen in Marketing Hub, Sales Hub und Service Hub nutzen.²



„**Die Vereinheitlichung unserer Daten in HubSpot hat unsere Arbeitsweise verändert.** Früher waren mehrere Systeme und Tabellenkalkulationen erforderlich, heute haben wir eine einzige, gemeinsame Ansicht, die es allen Teams ermöglicht, schneller zu arbeiten, intelligenter zu handeln und bessere Ergebnisse zu erzielen.“

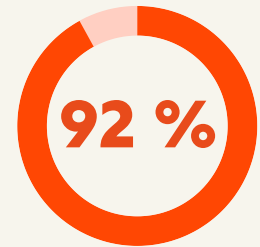
Quelleninformationen

Matthew Ruxton,
Manager, CRM von HubSpot

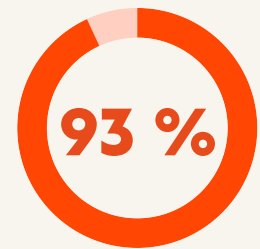
ignite
reading



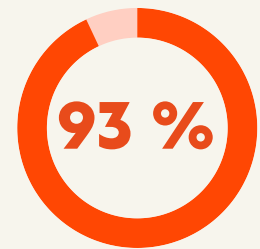
HubSpot steigert die Akzeptanz



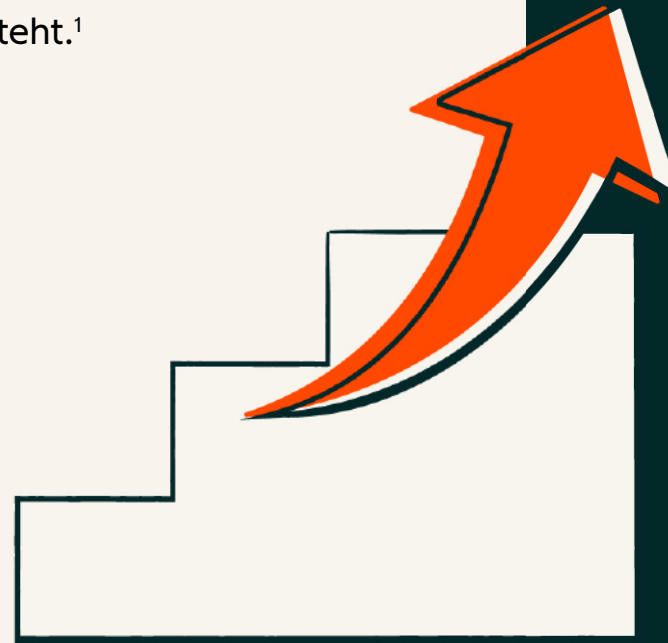
der HubSpot-Nutzenden sagen, dass in ihrem Unternehmen eine hohe Akzeptanz von HubSpot besteht.¹



der Kundinnen und Kunden mit Marketing Hub, Content Hub und Sales Hub verzeichnen einen hohen Nutzungsgrad der Funktionen.²



der HubSpot-Nutzenden verwenden HubSpot täglich.¹



KAPLAN Verkürzung der Reaktionszeiten um 30 % mit Breeze
EARLY LEARNING COMPANY



„Seitdem wir unsere Marketing-, Vertriebs- und Serviceteams in HubSpot zusammengeführt haben, gibt es für unsere Führungskräfte kein Rätselraten mehr und sie können sich darauf verlassen, **dass die Kundschaft schnell das bekommt, was sie braucht.**“

Jennifer Cummings,
Senior Director, Customer Engagement



[Zur Fallstudie](#)

Quelleninformationen



HubSpot ermöglicht schnellere Geschäftsergebnisse

In 6 Monaten ...

**3 x
mehr**

Inbound-Leads¹

**94 %
mehr**

Geschäftsabschlüsse²

**57 %
höhere**

Ticketlösungsrate³



Berechnen Sie Ihren Return on Investment (ROI) mit Breeze

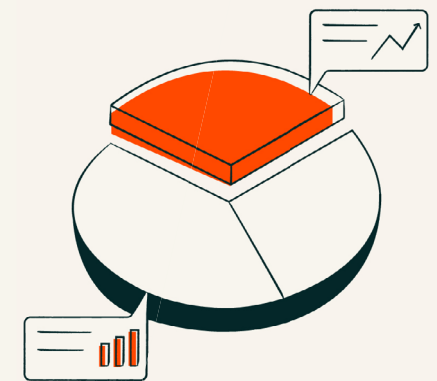
Quelleninformationen



„Wir haben uns für HubSpot entschieden, um unsere Systeme zu vereinheitlichen und **die gesamte Customer Journey abzubilden: vom ersten Kontakt bis zum Abschluss.** Endlich sehen wir das, was uns früher entgangen ist – dank echter, zentralisierter Einblicke in die Customer Journey.“

Whitney Summers,
Associate & Senior Marketing Manager

dtj
DESIGN

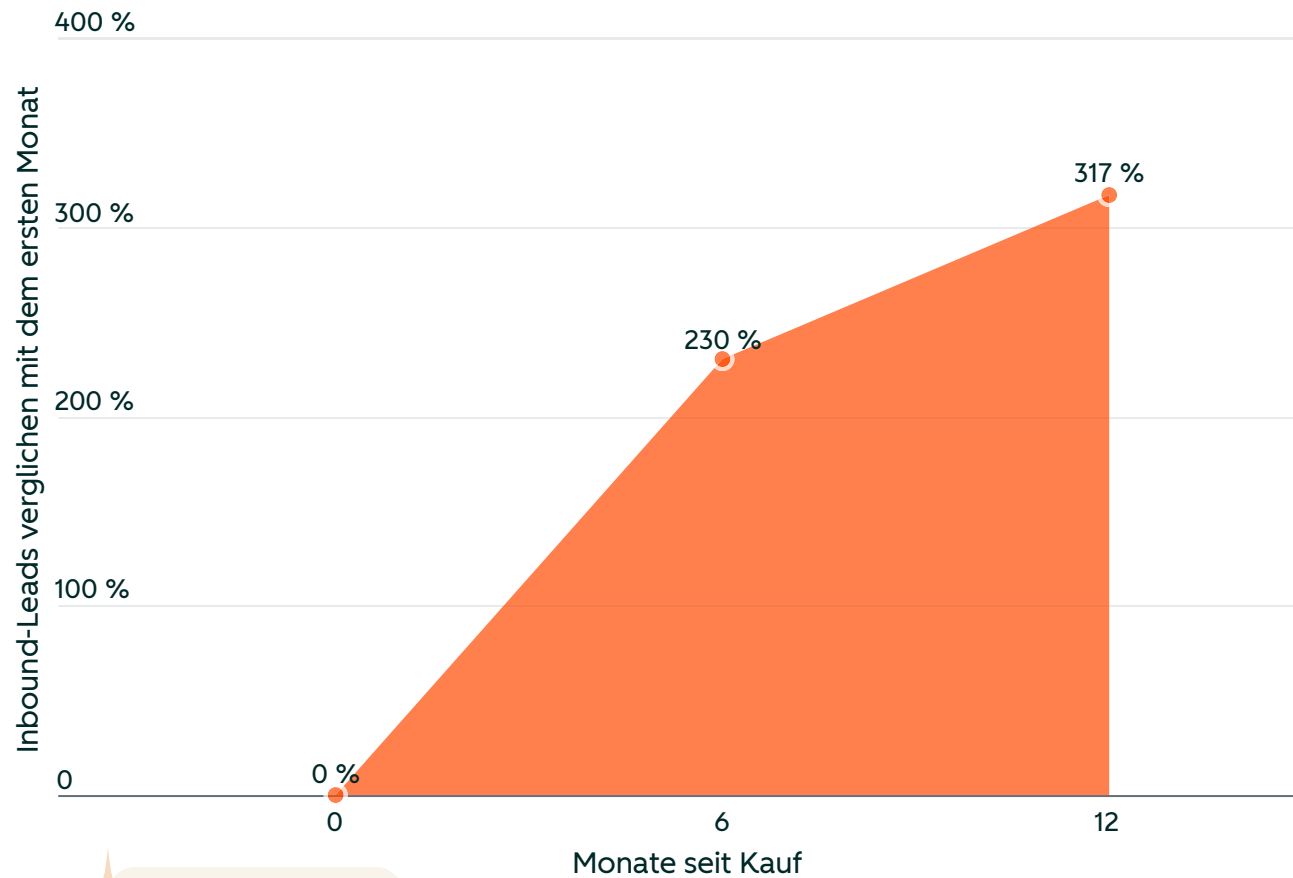


Schnellere Leadgenerierung



Inbound-Leads¹

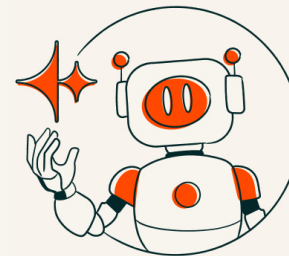
Kundinnen und Kunden mit Marketing Hub verzeichnen nach nur 6 Monaten 3-mal so viele Inbound-Leads.



Quelleninformationen

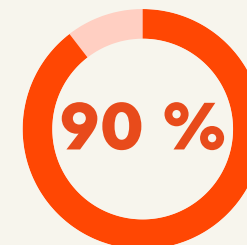
„HubSpot gab uns alle Tools an die Hand, die wir brauchten, um zu wachsen, ohne dabei die persönliche Verbindung zu unseren Fans zu verlieren.“

Caroline Angele,
Growth Marketing Manager
ANGEL CITY FC



Kundinnen und Kunden, die den Kampagnen- und Content-Assistenten nutzen, verzeichnen eine **um 54 % höhere Lead-Konversionsrate** als diejenigen, die die KI-Funktionen nicht nutzen.²

+ 167 % Zunahme des Website-Traffics nach 6 Monaten³



der Marketingfachleute berichten von einer verbesserten Personalisierung mit HubSpot.⁴

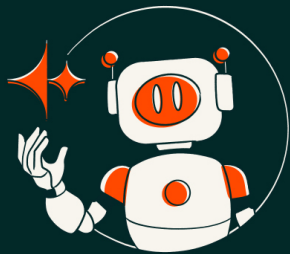




Mehr Deals in kürzerer Zeit abschließen

„Der Prospecting Agent kümmert sich um die Recherche und die Kontaktaufnahme, sodass ich mich auf die eigentliche Arbeit konzentrieren kann. Er **führt bessere Recherchen durch** als ich und generiert mehr Website-Traffic, Klicks und Interesse als je zuvor.“

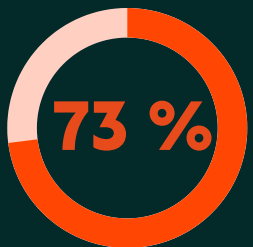
Brandon Borgus,
Sr. Director of Business Development



Unternehmen, die die KI-gestützten Vertriebsfunktionen von HubSpot nutzen, **verzeichnen eine um 48 % kürzere Zeit bis zum Geschäftsabschluss.**²

4 X

mehr Geschäftsabschlüsse, wenn Kundinnen und Kunden mit Partnern zusammenarbeiten, als wenn sie dies nicht tun³

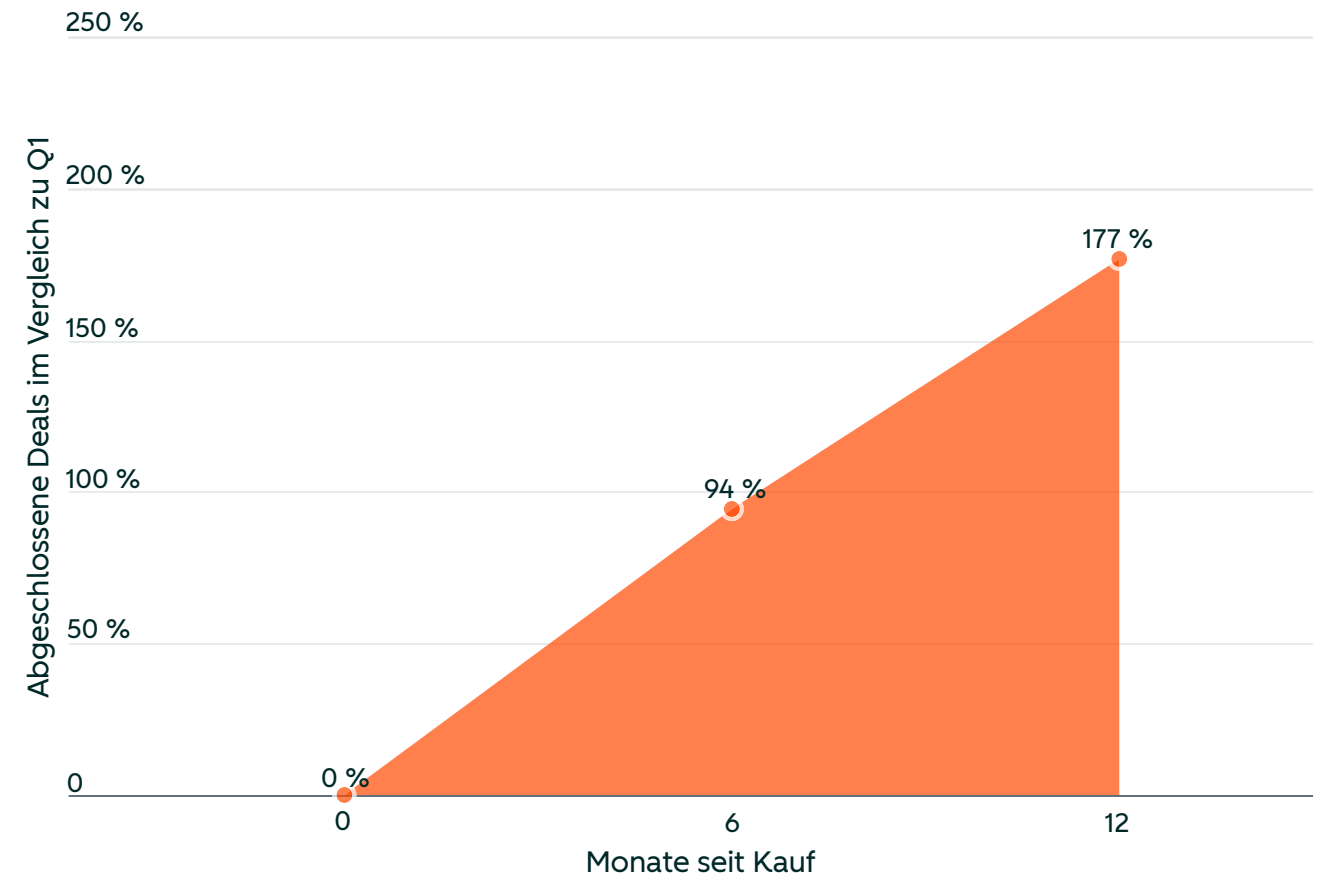


73 %

der Vertriebsprofis berichten von verbesserten Erfolgsquoten mit HubSpot.⁴

Geschäftsabschlüsse¹

Unternehmen, die Sales Hub nutzen, verzeichnen einen Anstieg der abgeschlossenen Deals um 94 % nach nur 6 Monaten.



Quelleninformationen

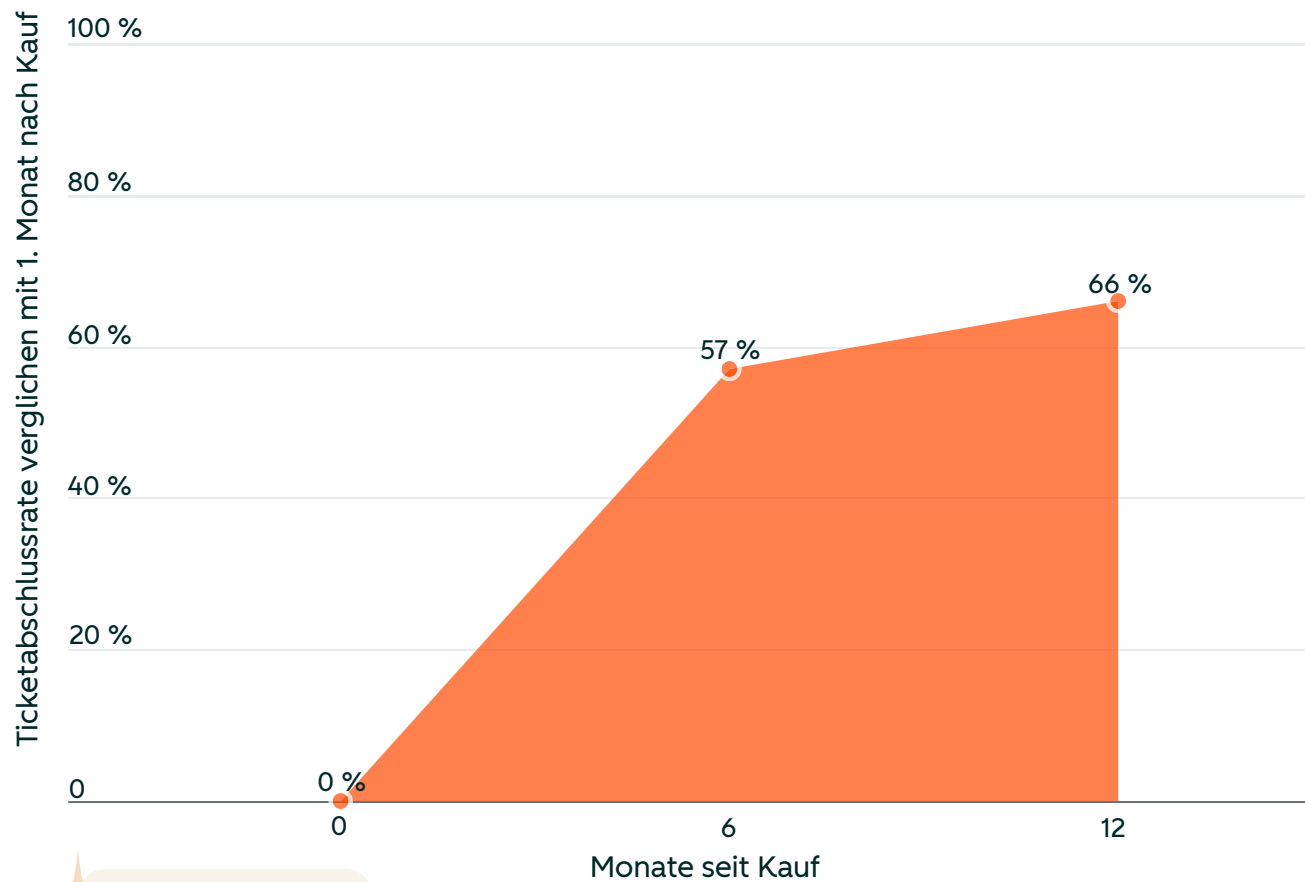


Tickets schneller lösen



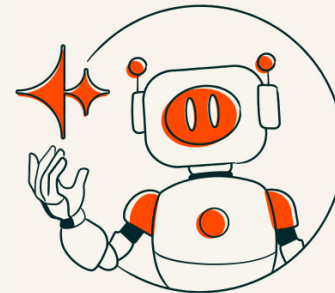
Ticketabschlussrate¹

Unternehmen, die Service Hub nutzen, verzeichnen einen Anstieg der Ticketabschlüsse um 57 % nach nur 6 Monaten.



Quelleninformationen

Ergebnisse, die HubSpot-Kundinnen und -Kunden erzielen



28 % mehr Kundenprobleme gelöst durch die Nutzung von KI-Funktionen²

39 % weniger Zeit für das Schließen von Tickets mit dem Customer Agent³

So hat **youth on course** die Ticketantwortzeit um 17 % verkürzt

„Der Customer Agent versetzt uns in die Lage, unsere verschiedenen Zielgruppen – Mitglieder, Spendende, Kursleitende und andere – zu unterstützen, indem wir schnelle, relevante und personalisierte Antworten bieten.“

John Mothershead,
Director of Member Success

youth on course

[Zur Fallstudie](#)



HubSpot steigert den Unternehmenswert



Nach maximal 6 Monaten: von 30 % der Kundinnen und Kunden geschätzter ROI¹

Nach maximal 12 Monaten: von 63 % der Kundinnen und Kunden geschätzter ROI¹

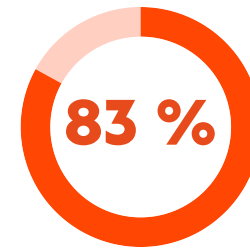
So erzielte Clearwing mit Marketing Hub einen Umsatz von 8 Mio. US\$ und einen ROI von 4.200 %

„Wir sind schneller, konsistenter und näher an den tatsächlichen Bedürfnissen unserer Kunden.“

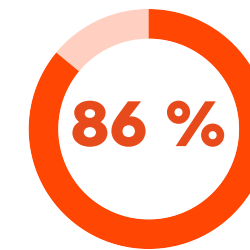
Jay Baumgardner,
Marketing Manager

CLEARWING

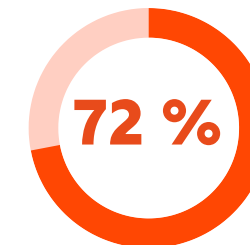
[Zur Fallstudie](#)



83 % der Marketingteams berichten von einer Steigerung der Conversion Rate.²



86 % der Vertriebsprofis stellen eine verbesserte Leadqualität fest.²



72 % der Serviceführungskräfte beobachten einen erhöhten Customer Lifetime Value.²



Berechnen Sie den Return on Investment, den Sie mit HubSpot-Produkten erzielen können.

Quelleninformationen



HubSpot steigert den Umsatz

+ 27 % Unternehmen verzeichnen nach 6 Monaten eine Steigerung des durchschnittlichen Dealbetrags um 27 %.¹

89 % der Kundinnen und Kunden verzeichnen Produktivitätssteigerungen, wobei 87 % bereits innerhalb von 3 Wochen Verbesserungen bemerken.²

84 % der Kundinnen und Kunden berichten von höheren Umsätzen des Unternehmens.²

95 % der Kundinnen und Kunden erzielen einen positiven ROI, wobei 76 % bereits innerhalb von 4 Wochen oder früher verbesserte Ergebnisse verzeichnen.²



So verkürzte die SANDOW Design Group die Vertriebszyklen um 62 %



„Der Sales-Workspace ermöglichte es unserem Vertriebsteam, in nur drei Monaten einen Deal über 375.000 US-Dollar abzuschließen, also in weniger als der Hälfte der üblichen Zeit, indem unsere Mitarbeitenden sofortigen Zugriff auf die gesamte Kundenhistorie erhielten.“

Keith Vandeventer,
Director, CRM Strategy + Operations

SANDOW

[Zur Fallstudie](#)

Quelleninformationen



HubSpot senkt Kosten

Im ersten Jahr fallen für die meisten Unternehmen keine zusätzlichen Betriebs- oder Verwaltungskosten an, was einer durchschnittlichen Ersparnis von über 100.000 US-Dollar in den ersten zwei Jahren entspricht.



„Breeze Customer Agent hat in kurzer Zeit 238 Konversationen bearbeitet – völlig autonom. **Das bedeutet eine erhebliche Zeitersparnis für unser Supportteam.**“

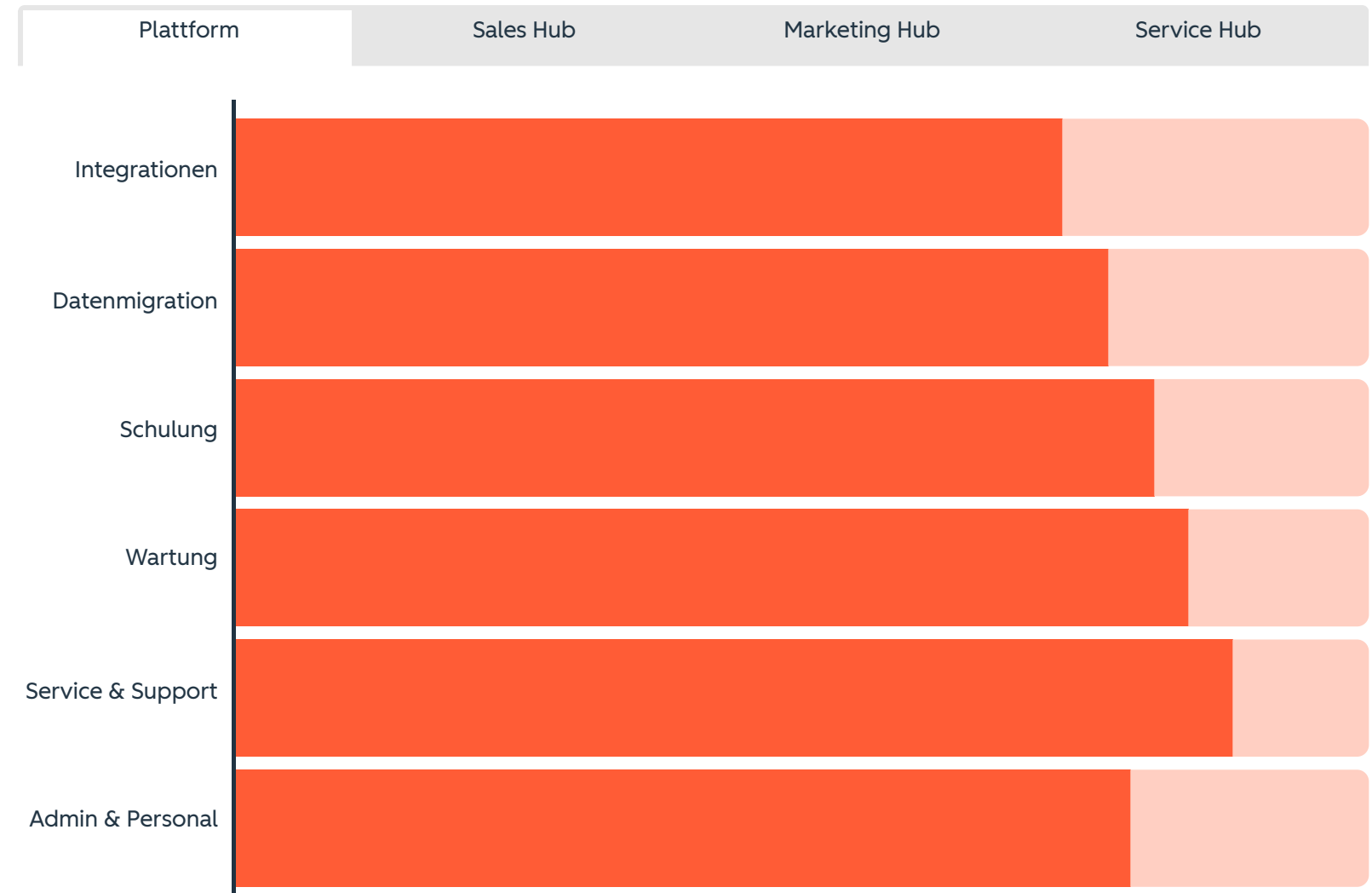
Jorgen Schvaneveldt,
Omnichannel Architect

Spring **EQ**



Berechnen Sie mit dem TCO-Rechner von HubSpot die Total Cost of Ownership Ihrer HubSpot-Software

% der HubSpot-Nutzenden, die keine zusätzlichen Kosten haben¹



Quelleninformationen



Fazit

Kundinnen und Kunden, die die **einfache, schnelle und einheitliche Plattform** von HubSpot nutzen, treiben Ihr Wachstum voran und verbessern die für sie wichtigsten Kennzahlen.

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

[Vertrieb kontaktieren](#)

Oder schauen Sie sich diese kostenlosen Tools an:

[ROI-Rechner](#)

[Growth Grader](#)

[TCO-Rechner](#)

[ROI-Rechner für Breeze](#)



Methodik zur Datenerhebung

Welche Arten von Kundendaten sind in diesem Bericht enthalten?

Die in diesem Bericht enthaltenen Daten können in drei Arten 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 Marktforschungsstudie teilgenommen haben. In diesen Untersuchungen wurden die Daten erhoben, indem den Produktnutzenden Fragen zur Leistung ihres Unternehmens gestellt wurden, wie z. B. Zeitersparnis, Umsatzwachstum und andere relevante Kennzahlen.

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.

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.



Quelleninformationen

Inwiefern ist HubSpot anders?

1. Basierend auf einer Umfrage unter CRM-Nutzenden im Marketing, Vertrieb und Kundensupport weltweit im August 2025 (n = 1.546)
2. Basierend auf Sales Hub Professional- oder Enterprise-Kundinnen und -Kunden, die innerhalb von 6 Monaten im Jahr 2025 HubSpot-KI-Funktionen im Zusammenhang mit Workflows verwendet haben (n = 35.647), im Vergleich zu denen, die dieselben HubSpot-KI-Funktionen nicht verwendet haben (n = 68.790)
3. 424 Video-Interviews mit Entscheidungstragenden/CRM-Nutzenden von Manager+-Software in den USA, Großbritannien, Kanada, Australien, Deutschland, Frankreich und Japan, die im Januar 2025 durchgeführt wurden

Herausforderungen für Unternehmen

1. Forrester (2024). Forrester-Index für das Kundenerlebnis in den USA 2024 (auf Englisch).
2. Pax8 (2024). Der Pax8-Bericht zu Kaufrends für künstliche Intelligenz 2024 zeigt, wie KI die KMU-Landschaft verändern wird. Verfügbar unter: <https://www.pax8.com/en-us/news-post/pax8s-2024-artificial-intelligence-buying-trends-report-reveals-how-ai-will-transform-the-smb-landscape>.
3. Casandrasoft. „HubSpot Success Stories: Inspiring Business Achievements and Case Studies“ (2024).
4. Die Analyse basiert auf einer qualitativen Umfrage von HubSpot unter 101 B2B-Kundenunternehmen in den USA im April 2025.

Die Lösung von HubSpot

1. Basierend auf einer Umfrage unter 1.474 CRM-Nutzenden weltweit im August 2024

Schnellere Leadgenerierung

1. Basierend auf den monatlichen Formulareinsendungen für Unternehmen, die Marketing Hub seit mindestens 12 Monaten besitzen (n = 91.351)
2. Basierend auf der Conversion Rate von Kontakten (Anzahl der Formularübermittlungen geteilt durch Besuchende) in HubSpot bei Kundinnen und Kunden, die Marketing und Content Hub Professional oder Enterprise besaßen und den Kampagnen- und Content-Assistenten in einem Zeitraum von drei Monaten im Jahr 2025 genutzt haben (n = 3.156), im Vergleich zu Unternehmen, bei denen dies nicht der Fall war (n = 17.646)
3. Basierend auf der Anzahl der erstellten Deals von Unternehmen, die Marketing Hub Professional oder Enterprise nutzen und mit einem Solutions Partner zusammenarbeiten (n = 13.398), im Vergleich zu Unternehmen, die nicht mit einem Partner verbunden sind (n = 10.146)
4. Basierend auf dem monatlichen Website-Traffic nach 6 Monaten bei Unternehmen, die Marketing Hub seit mindestens 12 Monaten besitzen (n = 101.685)

Mehr Deals in kürzerer Zeit abschließen

1. Basierend auf den monatlich abgeschlossenen Deals bei Unternehmen, die Sales Hub seit mindestens 12 Monaten nutzen (n = 81.528)
2. Basierend auf Sales Hub Professional- oder Enterprise-Kundinnen und -Kunden, die innerhalb von 6 Monaten im Jahr 2025 HubSpot-KI-Funktionen genutzt haben, um Deals vorherzusagen sowie um E-Mails, Deals und Konversationen zusammenzufassen (n = 3.977), im Vergleich zu denen, die dieselben HubSpot-KI-Funktionen nicht verwendet haben (n = 55.074)
3. Basierend auf der Anzahl der erfolgreich abgeschlossenen Deals von Unternehmen, die Sales Hub Professional oder Enterprise nutzen und mit einem Solutions Partner zusammenarbeiten (n = 18.332), im Vergleich zu Unternehmen, die nicht mit einem Partner verbunden sind (n = 20.919)
4. Basierend auf einer Umfrage unter CRM-Nutzenden im Marketing, Vertrieb und Kundensupport weltweit im August 2025 (n = 1.546)

HubSpot vereint Tools, Teams und Daten

1. Basierend auf der Anzahl der erfolgreich abgeschlossenen Deals von Unternehmen mit Sales Hub, Marketing Hub und Service Hub, die Integrationen nutzen, (n = 62.707) im Vergleich zu Unternehmen, die diese nicht nutzen (n = 2.105), im Verlauf von drei Monaten im Jahr 2025
2. Basierend auf der Abschlussrate (Anzahl der in HubSpot als erfolgreich abgeschlossen markierten Deals, geteilt durch die Anzahl der im Jahr 2025 erstellten Deals) von Unternehmen, die Marketing, Sales und Service Hub besaßen und die Reportingfunktionen aktiviert hatten (n = 11.440) im Vergleich zu Unternehmen, die das Reporting nicht aktiviert hatten (n = 369), im Verlauf von drei Monaten im Jahr 2025
3. Basierend auf den innerhalb eines halben Jahres monatlich erstellten Deals von Unternehmen, die zwischen Januar 2019 und Juli 2025 mindestens 12 Monate lang nur Sales Hub besaßen (n = 22.137), im Vergleich zu Unternehmen, die Sales Hub, Marketing Hub und Content Hub besaßen (n = 36.604)

Tickets schneller lösen

1. Basierend auf der monatlichen Ticketabschlussrate für Unternehmen, die eine beliebige Version von Service Hub seit mindestens 12 Monaten nutzen (n = 9.661)
2. Basierend auf einer Analyse von 110 HubSpot-Kundenunternehmen, die über das gesamte erste Quartal 2025 hinweg KI-Funktionen genutzt haben
3. Basierend auf der durchschnittlichen Zeit bis zum Schließen eines Tickets in HubSpot bei Service Hub Professional- und Service Hub Enterprise-Kundenunternehmen, die den Customer Agent aktiviert haben (n = 166), im Vergleich zu Kundschaft, bei der dies nicht der Fall war (n = 5.189), im Zeitraum zwischen Oktober 2024 und Dezember 2024

HubSpot steigert den Unternehmenswert

1. Basierend auf Kundenrezensionen von G2 zwischen Juni 2024 und Juni 2025
2. Basierend auf einer Umfrage unter CRM-Nutzenden im Marketing, Vertrieb und Kundensupport weltweit im August 2025 (n = 1.546)

HubSpot steigert die Akzeptanz

1. Basierend auf einer Umfrage unter CRM-Nutzenden im Marketing, Vertrieb und Kundensupport weltweit im August 2025 (n = 1.546)
2. Basierend auf dem Prozentsatz der Unternehmen mit Professional- und Enterprise-Abonnements von Marketing Hub und Content Hub (n = 13.465) und Sales Hub (n = 54.708) bei hoher Nutzung der Produktfunktionen (indiziert durch die Aktivierung von mindestens 67 % bzw. 6 von 9 der Kernfunktionen in Marketing Hub und mindestens 64 % bzw. 7 von 11 der Kernfunktionen in Sales Hub)

HubSpot ermöglicht schnellere Geschäftsergebnisse

1. Basierend auf den monatlichen Formulareinsendungen für Unternehmen, die Marketing Hub seit mindestens 12 Monaten besitzen (n = 91.351)
2. Basierend auf den monatlich abgeschlossenen Deals bei Unternehmen, die Sales Hub seit mindestens 12 Monaten nutzen (n = 81.528)
3. Basierend auf der monatlichen Ticketabschlussrate für Unternehmen, die eine beliebige Version von Service Hub seit mindestens 12 Monaten nutzen (n = 9.661)

HubSpot steigert den Umsatz

1. Basierend auf Daten zum durchschnittlichen Betrag von im CRM-System von HubSpot eingetragenen Dealabschlüssen, die von Unternehmen erzielt wurden, die Sales Hub (n = 48.124) seit mindestens 12 Monaten genutzt haben
2. Basierend auf einer Umfrage unter CRM-Nutzenden im Marketing, Vertrieb und Kundensupport weltweit im August 2025 (n = 1.546)

HubSpot senkt Kosten

1. Basierend auf Umfragen unter Unternehmen, die entweder Marketing Hub (n = 131), Sales Hub (n = 172) oder Service Hub (n = 68) besitzen

