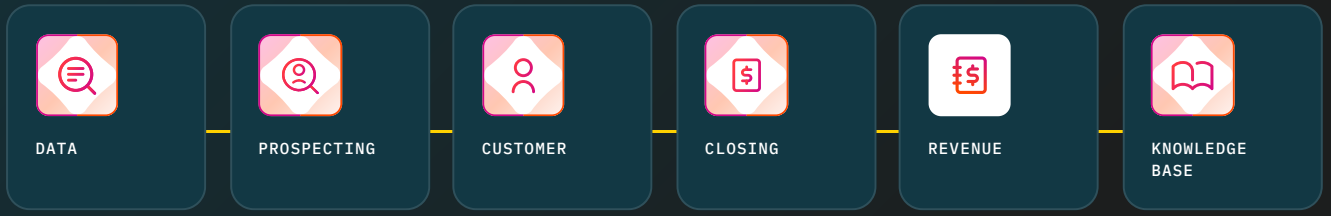
BRIDGE DAY

ZERTIFIZIERTER HUBSPOT GOLD PARTNER

WHITEPAPER · AUSGABE NOVEMBER 2026

Sechs KI-Agents, die in Ihrem HubSpot mitarbeiten.

Was die Breeze Agents von HubSpot können, wie sie funktionieren und wo sie sich für B2B-Unternehmen mit bis zu 200 Mitarbeitenden heute schon rechnen.



BRIDGEDAY.CO

INHALT

Was Sie in diesem Whitepaper erwartet

01	**Warum KI-Agents jetzt relevant werden**	03
02	**So funktionieren Breeze Agents**	04
03	**Die sechs Agents im Detail**	05
	Data Agent	05
	Prospecting Agent	06
	Customer Agent	07
	Closing Agent	08
	Revenue Agent	09
	Knowledge Base Agent	10
04	**Kosten verstehen: HubSpot Credits**	11
05	**Was sich rechnet: drei Beispiele**	12
06	**Wo Sie anfangen sollten**	13
07	**Mit BridgeDay umsetzen**	14

DAS WICHTIGSTE IN 60 SEKUNDEN

KI ist im CRM angekommen. Breeze Agents arbeiten direkt mit Ihren Kontakten, Deals, Tickets und Rechnungen, statt in einem separaten Tool ohne Kontext.

Agents erledigen Aufgaben, nicht nur Vorschläge. Sie recherchieren, beantworten Anfragen, entwerfen Nachrichten und halten Prozesse in Bewegung. Der Mensch gibt frei und übernimmt Sonderfälle.

Bezahlt wird nach Nutzung. Jedes Abo enthält monatliche Credits, im neuen EMEA-Preismodell deutlich mehr als bisher. Customer und Prospecting Agent werden nach Ergebnis abgerechnet.

Die Datenbasis entscheidet. Ein Agent ist so gut wie das CRM, auf dem er arbeitet. Wer dort sauber aufgestellt ist, kann in Wochen starten.

Klein anfangen lohnt sich. Ein Engpass, ein Agent, ein messbares Ziel: So entsteht schnell ein belastbarer Business Case.

Für wen dieses Whitepaper ist

Für Geschäftsführung sowie Verantwortliche aus Vertrieb, Marketing und Service in B2B-Unternehmen, die HubSpot nutzen oder die Einführung planen.

Was es ist und was nicht

Ein Überblick über Möglichkeiten, Funktionsweise und konkrete Einsatzszenarien. Eine Schritt-für-Schritt-Anleitung zur Einrichtung ist es bewusst nicht.

Zu den Zahlen

Kennzahlen zu Wirkung, Preisen und Credits stammen von HubSpot und sind jeweils gekennzeichnet. Stand: Oktober 2026. Beispielrechnungen sind Schätzungen von BridgeDay.

Kapitel 01

Warum KI-Agents gerade für den Mittelstand relevant werden

Die meisten Unternehmen haben in den letzten zwei Jahren KI ausprobiert: ein Chat-Tool hier, ein Texthelfer dort. Der Effekt blieb oft überschaubar, weil diese Werkzeuge Ihre Kunden, Deals und Prozesse nicht kennen. Jemand musste den Kontext jedes Mal hineinkopieren. Mit Agents, die direkt im CRM arbeiten, ändert sich das grundlegend.

Vom Werkzeug zum Teammitglied

Ein Assistent hilft, wenn man ihn fragt. Ein Agent übernimmt eine Aufgabe von Anfang bis Ende: Er beobachtet, recherchiert, handelt und meldet sich, wenn ein Mensch entscheiden muss.

Kontext ist schon da

Breeze Agents greifen auf alles zu, was in HubSpot liegt: Kontakte, Deals, Tickets, E-Mails, Gesprächsnotizen und Dokumente. Es gibt keine Schnittstelle zu bauen und kein separates Datenmodell zu pflegen.

Bezahlt wird, wenn es wirkt

Seit April 2026 rechnet HubSpot den Customer Agent pro gelöstem Gespräch und den Prospecting Agent pro empfohlenem Lead ab. Das Risiko eines Pilotprojekts ist damit kalkulierbar.

WARUM GERADE TEAMS MIT 10 BIS 200 MITARBEITENDEN PROFITIEREN

Konzerne lösen Kapazitätsengpässe mit zusätzlichen Stellen und eigenen Datenteams. Mittelständische Unternehmen haben diese Option selten: Ein zusätzlicher Vertriebsentwickler oder Supportmitarbeiter ist eine große Investition, gute Leute sind schwer zu finden, und die Einarbeitung dauert Monate.

Agents schließen genau diese Lücke. Sie übernehmen Recherche, Erstantworten, Nachfassaktionen und Dokumentation, also die Arbeit, die heute Ihre besten Leute vom Verkaufen und Betreuen abhält. Kapazität wächst, ohne dass der Personalbestand im gleichen Maß wachsen muss.

WARUM SIE JETZT ANFANGEN SOLLTEN

Die Agents lernen aus Ihren Daten, Freigaben und Korrekturen. Wer heute startet, baut Monat für Monat einen Vorsprung in Datenqualität, Prozessen und Erfahrung auf, den Nachzügler nicht einfach einkaufen können.

Gleichzeitig steigen die Erwartungen Ihrer Kunden: Sofortige Antworten, persönliche Ansprache und reibungslose Abläufe werden zum Standard. Wer weiter alles von Hand macht, wird langsamer wahrgenommen, auch mit dem besseren Produkt.

306.000

Quelle: HubSpot, Stand Oktober 2026

Unternehmen weltweit setzen auf HubSpot. Die Breeze Agents sind kein Zusatzprodukt eines Drittanbieters, sondern Teil der Plattform, die viele Ihrer Wettbewerber bereits täglich nutzen.

Kapitel 02

So funktionieren Breeze Agents

HubSpot unterscheidet drei Ebenen von KI. Für den Einstieg reicht es, den Unterschied zu kennen, denn er entscheidet über Aufwand, Kosten und Wirkung.

EBENE	WAS SIE TUT	BEISPIELE	KOSTEN
KI-Funktionen und Breeze Assistant	Arbeiten mit Ihnen: fassen zusammen, schreiben Entwürfe, bereiten Termine vor, beantworten Fragen zu Ihren Daten.	Call-Zusammenfassungen, E-Mail-Entwürfe, Deal-Übersichten	im Abo enthalten
Breeze Agents	Arbeiten für Ihr Team: übernehmen eine klar umrissene Aufgabe selbstständig und dauerhaft.	die sechs Agents in diesem Whitepaper	nach Nutzung, über HubSpot Credits
Eigene Agents	Auf Ihr Geschäft zugeschnitten: im Agent Builder mit eigenen Anweisungen, Wissen und Daten erstellt.	z. B. Übergabe Vertrieb an Onboarding	nach Nutzung, über HubSpot Credits

DAS GRUNDPRINZIP JEDES AGENTS

SCHRITT 1
Kontext
Smart CRM mit Kontakten, Deals, Tickets, Calls, E-Mails, Dokumenten und Webdaten

SCHRITT 2
Auftrag und Leitplanken
Sie legen Ziel, Tonalität, Zielgruppe, Grenzen und Übergabepunkte fest

SCHRITT 3
Ausführung
Der Agent recherchiert, antwortet, entwirft Nachrichten und aktualisiert das CRM

SCHRITT 4
Kontrolle
Freigaben, Übergabe an Menschen und Auswertung im Agent Hub

DIE SECHS AGENTS ENTLANG IHRER CUSTOMER JOURNEY

GEWINNEN	BEGEISTERN	ABSCHLIESSEN	KASSIEREN	BETREUEN
Prospecting	Customer	Closing	Revenue	Knowledge Base
				Customer

Data Agent liefert über alle Phasen hinweg den Kontext, mit dem die anderen Agents arbeiten

AGENT 01 VON 06

MARKETING · SALES · SERVICE



Data Agent

Beantwortet Ihre eigenen Fragen zu jedem Kontakt und jedem Unternehmen in Ihrem CRM, automatisch und für tausende Datensätze gleichzeitig.

STATUS VERFÜGBAR | CREDITS 10 JE ANTWORT | BASIS CRM, CALLS, E-MAILS, WEB

10×

schneller recherchiert: ein Prospect oder ein Call-Prep

Quelle: HubSpot, Agent Hub

5,1 Mio.+

Recherche- und Analyseaufgaben bereits automatisiert

Quelle: HubSpot, Agent Hub

WAS DER AGENT MACHT

Viele Fragen, die über Priorität und Ansprache entscheiden, stehen in keinem Standardfeld: Stellt das Unternehmen gerade Vertriebsmitarbeiter ein? Welche Software nutzt es? Wurde im letzten Call ein Wettbewerber erwähnt?

Der Data Agent beantwortet genau solche Fragen. Sie formulieren sie in normaler Sprache, der Agent sucht die Antwort in CRM-Daten, Gesprächsnotizen, E-Mails, Dokumenten und im Web und schreibt das Ergebnis als **Smart Property** direkt in den Datensatz. Damit lassen sich Listen bilden, Workflows auslösen und E-Mails personalisieren.

SO ARBEITET ER

1. **Frage definieren**
   z. B. „Sucht dieses Unternehmen gerade Vertriebspersonal? Ja/Nein“
2. **Quellen wählen**
   CRM, Calls, E-Mails, Dokumente oder Website des Unternehmens
3. **Einmalig oder laufend ausführen**
   für eine Liste, per Workflow oder regelmäßig aktualisiert
4. **Ergebnis nutzen**
   Segmente, Lead-Routing, Personalisierung und Reporting

USE CASE

Software-Anbieter, 45 Mitarbeitende, 2.000 Zielunternehmen im CRM

AUSGANGSLAGE

Marketing will nach Bedarf segmentieren, doch Branche, Teamgröße und Tech-Stack fehlen bei der Hälfte der Firmen. Manuell wären das Wochen an Recherche.

MIT DEM AGENT

Drei Fragen werden als Smart Properties angelegt: Kernangebot, offene Vertriebsstellen, eingesetztes CRM. Der Agent füllt sie für alle 2.000 Firmen.

ERGEBNIS

Saubere Segmente in Tagen statt Wochen. Firmen mit offenen Vertriebsstellen gehen per Workflow direkt an den Vertrieb.

Gut geeignet, wenn ...

Ihre Daten Lücken haben oder Sie Prospects nach Kriterien bewerten wollen, die nirgends als Feld existieren.

Darauf achten

Präzise, eindeutig beantwortbare Fragen liefern die besten Ergebnisse. Ja/Nein und Auswahllisten schlagen Freitext.

Zusammenspiel

Liefert den Kontext, den Prospecting, Customer und Closing Agent für ihre Arbeit nutzen.



Prospecting Agent

Ihr digitaler Vertriebsentwickler: beobachtet Zielaccounts, erkennt Kaufsignale und bereitet persönliche Ansprache vor, bevor der Wettbewerb reagiert.

STATUS VERFÜGBAR | CREDITS 100 JE EMPFOHLENEM LEAD | ABRECHNUNG NUR BEI EMPFEHLUNG

+82 %

mehr gebuchte Meetings bei Kunden, die den Agent nutzen

Quelle: HubSpot ROI Report

+65 %

mehr Sales-Leads pro Monat im Durchschnitt

Quelle: HubSpot, Agent Hub

WAS DER AGENT MACHT

Gute Vertriebler verlieren viel Zeit mit Recherche, bevor die erste Nachricht rausgeht, und trotzdem kommt sie oft zu spät oder zu generisch. Der Prospecting Agent übernimmt diesen Teil.

Er überwacht festgelegte Zielaccounts auf **Kaufsignale** wie Website-Besuche, Interaktionen mit Ihren Inhalten oder Neuigkeiten zum Unternehmen, bewertet den Fit und ergänzt passende Ansprechpartner aus dem Buying Center. Anschließend entwirft er eine persönliche Nachricht in Ihrer Tonalität. Ihr Team prüft und versendet, oder Sie lassen den Agent bei weniger wichtigen Accounts selbstständig arbeiten.

SO ARBEITET ER

1. **Verkaufsprofil anlegen**
   Zielgruppe, Personas, Angebot und Tonalität einmal hinterlegen
2. **Accounts beobachten**
   Signale aus CRM, Website und externen Quellen erkennen
3. **Kontakte und Entwurf vorbereiten**
   Ansprechpartner ergänzen, Recherche zusammenfassen, Nachricht entwerfen
4. **Freigeben oder automatisieren**
   Prüfen und senden; Lead-Limit begrenzt die Kosten

USE CASE

Unternehmensberatung, 25 Mitarbeitende, zwei Personen im Vertrieb

AUSGANGSLAGE

300 Wunschkunden stehen auf der Liste. Für echte Recherche reicht die Zeit nur bei einem Bruchteil, der Rest bekommt Standardmails oder gar nichts.

MIT DEM AGENT

Alle 300 Accounts laufen im Agent. Besucht ein Entscheider die Preisseite oder lädt ein Whitepaper, liegt am nächsten Morgen ein recherchierter Entwurf bereit.

ERGEBNIS

Der Vertrieb spricht die Firmen an, die gerade Interesse zeigen, mit Kontext statt „Ich wollte mich mal melden“.

Gut geeignet, wenn ...

Ihr CRM schon Interesse zeigt (Formulare, Seitenaufrufe, ruhende Deals) und Ihnen Zeit für persönliche Ansprache fehlt.

Darauf achten

Ein klares Verkaufsprofil ist die halbe Miete. Abgerechnet wird pro empfohlenem Lead; ein Lead-Limit hält das Budget planbar.

Zusammenspiel

Nutzt Data-Agent-Felder als Signal und übergibt Antworten an Ihre Sequenzen und den Vertrieb.



Customer Agent

Beantwortet Fragen von Interessenten und Kunden rund um die Uhr, qualifiziert Leads, bucht Termine und übergibt komplexe Fälle mit vollem Kontext.

STATUS VERFÜGBAR | CREDITS 50 JE GELÖSTEM GESPRÄCH | KANÄLE CHAT, E-MAIL, VOICE (BETA)

39 %

schnellere Ticketlösung als bei Teams ohne Customer Agent

Quelle: HubSpot, Agent Hub

+77 %

mehr geschlossene Tickets pro Monat im Durchschnitt

Quelle: HubSpot, Agent Hub

WAS DER AGENT MACHT

Viele Anfragen kommen abends, am Wochenende oder dann, wenn das Team gerade in Terminen steckt, und ein Großteil davon wiederholt sich. Der Customer Agent beantwortet sie sofort, auf Basis Ihrer Website, Ihrer Wissensdatenbank, Ihrer Dokumente und der Historie im CRM.

Er arbeitet im Chat, per E-Mail und in weiteren Kanälen, erkennt Kaufinteresse, stellt **Qualifizierungsfragen** und bucht direkt Termine im Kalender Ihres Vertriebs. Kann er nicht weiterhelfen, übergibt er an einen Menschen, inklusive Zusammenfassung des bisherigen Gesprächs.

SO ARBEITET ER

1. **Wissen anbinden**
   Website, Hilfeartikel, PDFs und FAQ als Quellen hinterlegen
2. **Rolle und Regeln festlegen**
   Tonalität, Themen, Qualifizierungsfragen und Übergabepunkte
3. **Kanäle zuweisen**
   z. B. nur auf Preisseite, nur außerhalb der Geschäftszeiten
4. **Wissenslücken schließen**
   Der Agent zeigt, welche Fragen er noch nicht beantworten konnte

USE CASE

Dienstleister mit Franchise-Struktur, 120 Mitarbeitende, 900 Anfragen pro Monat

AUSGANGSLAGE

Die Zentrale beantwortet täglich dieselben Fragen zu Preisen, Standorten und Abläufen. Anfragen nach 18 Uhr bleiben bis zum nächsten Morgen liegen.

MIT DEM AGENT

Der Agent übernimmt Chat und Kontaktformular, beantwortet Standardfragen, fragt Budget und Standort ab und bucht Erstgespräche beim zuständigen Team.

ERGEBNIS

Keine Anfrage bleibt mehr über Nacht liegen. Das Team kümmert sich um die Fälle, in denen ein Mensch tatsächlich den Unterschied macht.

Gut geeignet, wenn ...

viele wiederkehrende Fragen eingehen oder Interessenten außerhalb der Geschäftszeiten abspringen.

Darauf achten

Die Qualität der Antworten hängt an Ihren Inhalten. Klein starten, z. B. mit einem Kanal oder ausgewählten Seiten.

Zusammenspiel

Wird mit jedem Artikel des Knowledge Base Agent besser und kann Rechnungen für den Revenue-Prozess heraussuchen.



Closing Agent

Beantwortet Rückfragen zu Ihrem Angebot sofort und korrekt, damit Entscheidungen nicht tagelang auf eine Antwort warten.

STATUS BETA | CREDITS IN DER BETA OHNE | BASIS ANGEBOTE IN HUBSPOT

24/7

Antworten zu Preisen, Rabatten, Konditionen und Unterlagen eines Angebots

Quelle: HubSpot, Produktbeschreibung

+92 %

mehr Abschlüsse bei Kunden mit Smart Deal Progression, dem Schwester-Feature

Quelle: HubSpot ROI Report

WAS DER AGENT MACHT

Zwischen „Angebot verschickt" und „unterschrieben" liegen oft Tage mit offenen Fragen: Was ist in Paket B enthalten? Gilt der Rabatt auch bei jährlicher Zahlung? Wer beantwortet das, wenn der Vertriebler im Urlaub ist?

Der Closing Agent beantwortet solche Fragen direkt am Angebot, auf Basis Ihrer Produkte, Preise, Vertragsbedingungen und hochgeladener Unterlagen. Er erkennt, wann ein Mensch gefragt ist, und übergibt den Fall mit allen Details an Ihr Team. Ergänzend sorgt **Smart Deal Progression** nach jedem Call für nächste Schritte, Follow-up-Entwürfe und ein aktuelles CRM.

SO ARBEITET ER

1. **Angebot erstellen**
   Quote in HubSpot mit Produkten, Preisen und Bedingungen
2. **Unterlagen hinterlegen**
   Produktblätter, AGB, Vertragsmuster, Preislogik
3. **Käufer fragt**
   Der Agent antwortet sofort und nur im festgelegten Rahmen
4. **Übergabe an den Vertrieb**
   Verhandlungen und Sonderfälle gehen mit Kontext an den Menschen

USE CASE

SaaS-Unternehmen, 70 Mitarbeitende, Angebote mit mehreren Paketen

AUSGANGSLAGE

Das Angebot geht freitags raus. Der CFO des Kunden hat am Wochenende drei Fragen zu Laufzeit und Zahlungsweise. Montag ist das Momentum weg.

MIT DEM AGENT

Der Closing Agent beantwortet die Fragen sofort am Angebot. Eine Frage zu einem Sonderrabatt leitet er an die zuständige Vertriebsperson weiter.

ERGEBNIS

Der Deal bleibt in Bewegung, und der Vertrieb sieht am Montag genau, welche Punkte den Kunden beschäftigen.

Gut geeignet, wenn ...

Sie mit mehreren Paketen, Optionen oder erklärungsbedürftigen Konditionen arbeiten und Angebote in HubSpot erstellen.

Darauf achten

Beta-Funktion: Umfang und Abrechnung können sich ändern. Klare Grenzen setzen, was der Agent zusagen darf.

Zusammenspiel

Nimmt Deals vom Prospecting Agent auf und übergibt sie nach Abschluss an den Revenue Agent.



Revenue Agent

Kümmert sich um offene Rechnungen: plant Erinnerungen pro Kunde, beantwortet Rückfragen und meldet Unstimmigkeiten, bevor sie zum Problem werden.

STATUS BETA · CREDITS 500 JE RECHNUNG IM PLAN · BASIS RECHNUNGEN IN HUBSPOT

90 %

der Rechnungen innerhalb von 30 Tagen nach Fälligkeit bezahlt

Kundenbeispiel auf hubspot.com

1 System

Angebot, Rechnung, Zahlung und Kundenhistorie an einem Ort

Grundlage: HubSpot Revenue Hub

WAS DER AGENT MACHT

Mit dem Abschluss ist die Arbeit nicht vorbei: Das Geld muss auch ankommen. In vielen Unternehmen kostet das Nachhalten offener Posten jede Woche Stunden, und der Ton der Erinnerung passt selten zur Kundenbeziehung.

Der Revenue Agent überwacht offene Rechnungen, auch solche, die aus Ihrer Buchhaltung nach HubSpot synchronisiert werden. Für jeden Kunden erstellt er einen **persönlichen Erinnerungsplan**, berücksichtigt Wert und Historie, beantwortet Rückfragen und pausiert, sobald ein Einwand oder eine Reklamation auftaucht, damit Ihr Team übernimmt.

SO ARBEITET ER

1. **Rechnungen anbinden**
   in HubSpot erstellt oder aus der Buchhaltung synchronisiert
2. **Kunden aufnehmen**
   automatisch oder gezielt, mit Ausschlüssen für Schlüsselkunden
3. **Plan prüfen und freigeben**
   Zeitpunkte, Tonalität und Eskalationsstufen je Kunde
4. **Ausnahmen übergeben**
   Streitfälle werden markiert und an Finance übergeben

USE CASE

Agentur, 80 Mitarbeitende, rund 150 Rechnungen pro Monat

AUSGANGSLAGE

Die Buchhaltung exportiert jede Woche eine OP-Liste und schreibt Erinnerungen von Hand. Wichtige Kunden bekommen denselben Standardtext wie alle anderen.

MIT DEM AGENT

Der Agent übernimmt den Großteil der Erinnerungen mit passendem Ton. Schlüsselkunden sind ausgeschlossen und bleiben bei der Geschäftsführung.

ERGEBNIS

Weniger Handarbeit im Forderungsmanagement, und Finance kümmert sich nur noch um echte Ausnahmen.

Gut geeignet, wenn ...

Sie viele Rechnungen schreiben, Zahlungen regelmäßig nachhalten müssen und Rechnungen bereits in HubSpot liegen oder dorthin synchronisiert werden.

Darauf achten

Beta-Funktion. Prozesse im Mahnwesen und Tonalität vorher mit Finance abstimmen.

Zusammenspiel

Der Customer Agent kann Kunden ihre Rechnungen heraussuchen und Fragen zu Beträgen beantworten.

Knowledge Base Agent

Macht aus gelösten Support-Tickets fertige Hilfeartikel und zeigt, welche bestehenden Artikel veraltet oder unklar sind.

STATUS BETA | CREDITS 200 JE ARTIKEL | BASIS ABGESCHLOSSENE TICKETS

5 Tickets

genügen als Mindestbasis, damit der Agent Muster erkennt

Quelle: HubSpot Knowledge Base

2 Aufgaben

neue Artikel entwerfen und bestehende Artikel verbessern

Quelle: HubSpot Knowledge Base

WAS DER AGENT MACHT

Ihr Support beantwortet täglich Fragen, deren Antwort eigentlich in einen Hilfeartikel gehört. Nur schreibt ihn niemand, weil im Tagesgeschäft keine Zeit bleibt.

Der Knowledge Base Agent analysiert abgeschlossene Tickets inklusive E-Mails und Chats, erkennt **Wissenslücken** und entwirft daraus Artikel in der Hauptsprache Ihrer Wissensdatenbank. Zusätzlich schlägt er Änderungen an bestehenden Artikeln vor. Ihr Team prüft, bearbeitet und veröffentlicht. Themen, über die der Agent nicht schreiben soll, schließen Sie über Leitplanken aus.

SO ARBEITET ER

1. **Wissensdatenbank wählen**
   und festlegen, welche Ticket-Pipelines analysiert werden
2. **Leitplanken setzen**
   Tabu-Themen und Vorgaben zu Inhalt und Format
3. **Vorschläge prüfen**
   Jeder Entwurf zeigt die Tickets, auf denen er basiert
4. **Veröffentlichen**
   Artikel stehen Kunden und dem Customer Agent sofort zur Verfügung

USE CASE

SaaS-Anbieter, 60 Mitarbeitende, 3 Personen im Support

AUSGANGSLAGE

Dieselben Fragen zu Einrichtung und Schnittstellen landen jede Woche erneut im Postfach. Die Wissensdatenbank ist seit Monaten nicht gepflegt.

MIT DEM AGENT

Der Agent wertet die abgeschlossenen Tickets aus und schlägt neue Artikel sowie Überarbeitungen vor. Das Team prüft wöchentlich in einer kurzen Runde.

ERGEBNIS

Kunden finden Antworten selbst, und der Customer Agent hat eine bessere Grundlage für seine Antworten.

Gut geeignet, wenn ...

Ihr Support viele ähnliche Fragen bearbeitet und die Wissensdatenbank nicht mit dem Produkt Schritt hält.

Darauf achten

Beta-Funktion. Artikel sind Entwürfe: Fachliche Prüfung bleibt Pflicht, sensible Inhalte über Leitplanken ausschließen.

Zusammenspiel

Der stärkste Hebel für den Customer Agent: bessere Artikel, mehr gelöste Gespräche.

Kapitel 04

Kosten verstehen: HubSpot Credits

Agents werden nicht pro Nutzer lizenziert, sondern nach der Arbeit, die sie erledigen. Dafür nutzt HubSpot eine gemeinsame Währung: Credits. Ein monatliches Guthaben, das alle Agents Ihres Portals gemeinsam nutzen und das am Monatsende zurückgesetzt wird.

ZWEI PREISMODELLE, GLEICHE PREISE FÜR DIE AGENTS

	BISHERIGES MODELL	NEUES SEATS-AND-CREDITS-MODELL
Für wen	Bestandskunden; Neukunden außerhalb EMEA	Neukunden in EMEA seit Oktober 2026
Aufbau	Einzelne Hubs (Marketing, Sales, Service …) mit Seats	Eine Plattform in einer Edition, mit GTM- und Ops-Seats
Inklusive Credits pro Monat Starter / Professional / Enterprise	500 / 3.000 / 5.000	5.000 / 10.000 / 15.000
Zusätzliche Credits	10 € je 1.000	10 € je 1.000; Agents Packs ab 25 € pro Monat für 2.500 Credits
Was Credits verbraucht	vor allem Agents und KI-Aktionen	zusätzlich z. B. Marketing-E-Mails, Workflow-Aktionen, WhatsApp

Für Bestandskunden gilt vorerst ihr bisheriges Modell; einen Termin für die Umstellung hat HubSpot nicht veröffentlicht. Im neuen Modell ist deutlich mehr Guthaben enthalten, es wird aber auch für E-Mails und Automatisierung genutzt.

WAS DIE SECHS AGENTS VERBRAUCHEN (IN BEIDEN MODELLEN)

AGENT	CREDITS	ABRECHNUNGSEINHEIT
Customer Agent	**50**	je gelöstem Gespräch (Text); ungelöste Gespräche kosten nichts
Prospecting Agent	**100**	je für die Ansprache empfohlenem Lead
Data Agent	**10**	je Antwort auf eine Frage zu einem Datensatz
Knowledge Base Agent (Beta)	**200**	je neu erstelltem Artikel
Revenue Agent (Beta)	**500**	je Rechnung, sobald die Zahlungserinnerung startet
Closing Agent (Beta)	**0**	aktuell ohne Credits laut HubSpot Marketplace

Ohne Credits enthalten

Breeze Assistant und viele KI-Funktionen wie Zusammenfassungen, E-Mail-Entwürfe oder Meeting-Vorbereitung.

Kosten unter Kontrolle

Einsatzorte, Lead-Limits und Ausgabenlimits legen Sie selbst fest; der Verbrauch ist jederzeit einsehbar.

Quellen: HubSpot Product & Services Catalog, Flexible Seats-and-Credits Pricing Supplement und HubSpot Knowledge Base, Stand Oktober 2026. Preise laut HubSpot, zzgl. USt. Credit-Sätze können sich ändern; maßgeblich sind die aktuellen Angaben von HubSpot.

Kapitel 05

Was sich rechnet: drei Beispiele

Die folgenden Rechnungen sind bewusst einfach und konservativ gehalten. Sie zeigen die Größenordnung, nicht Ihr exaktes Ergebnis. Im Erstgespräch rechnen wir mit Ihren echten Zahlen.

CUSTOMER AGENT

Dienstleister mit 400 Anfragen im Monat

Zum Vergleich: Eine zusätzliche Stelle im Support kostet ein Vielfaches, ist aber nicht rund um die Uhr erreichbar.

Anfragen pro Monat	**400**
davon gelöst (Annahme 60 %)	**240**
Credits (240 × 50)	**12.000**
Zusatz bisheriges Modell (Pro)	**ca. 90 €**
Zusatz neues Modell (Pro)	**ca. 20 €**

60 Std.
Teamzeit pro Monat zurück, bei 15 Minuten je Anfrage

PROSPECTING AGENT

Beratung mit zwei Personen im Vertrieb

Schon ein einziger zusätzlicher Auftrag pro Quartal übersteigt die Kosten in der Regel deutlich.

empfohlene Leads pro Monat	**30**
Credits (30 × 100)	**3.000**
Zusatz bisheriges Modell (Pro)	**0 €**
Zusatz neues Modell (Pro)	**0 €**
Recherche je Lead bisher	**ca. 20 Min.**

10 Std.
Recherchezeit pro Monat frei für Gespräche mit Interessenten

DATA AGENT

Software-Anbieter mit 2.000 Zielfirmen

Danach reichen laufende Aktualisierungen für neue Firmen, meist innerhalb des monatlichen Kontingents.

Firmen × Fragen	**2.000 × 3**
Credits (6.000 × 10)	**60.000**
Zusatz bisheriges Modell (Pro)	**ca. 570 €**
Zusatz neues Modell (Pro)	**ca. 500 €**
Häufigkeit	**einmalig**

300 Std.
manuelle Recherche entfallen, bei 3 Minuten je Antwort

Faustregel für Ihre Planung

20
gelöste Kundengespräche entsprechen 1.000 Credits, also rund 10 €

10
vom Prospecting Agent empfohlene Leads entsprechen 1.000 Credits

100
Antworten des Data Agent entsprechen 1.000 Credits

Beispielrechnungen von BridgeDay auf Basis der HubSpot-Credit-Sätze (Stand Oktober 2026), jeweils nach Abzug des Professional-Kontingents (3.000 bzw. 10.000 Credits). Annahmen zu Lösungsquote und Zeitaufwand sind Schätzwerte; Credits für andere Funktionen wie E-Mails oder Workflows sind nicht berücksichtigt.

Kapitel 06

Wo Sie anfangen sollten

Die schwierigste Frage bei KI ist selten die Technik, sondern der Startpunkt. Beginnen Sie dort, wo Ihr Team heute am meisten Zeit verliert.

IHR ENGPASS BESTIMMT DEN ERSTEN AGENT

WENN SIE SAGEN …	STARTEN SIE MIT	UND ERGÄNZEN SPÄTER
Unser Vertrieb kommt nicht zur Neukundenansprache.	**Prospecting Agent**	Data Agent
Anfragen bleiben liegen, vor allem abends und am Wochenende.	**Customer Agent**	Knowledge Base Agent
Unsere Daten sind lückenhaft, Segmente sind Schätzungen.	**Data Agent**	Prospecting Agent
Angebote liegen lange beim Kunden, ohne dass etwas passiert.	**Closing Agent**	Customer Agent
Wir laufen offenen Rechnungen hinterher.	**Revenue Agent**	Customer Agent
Der Support beantwortet immer wieder dieselben Fragen.	**Knowledge Base Agent**	Customer Agent

FÜNF ERFOLGSFAKTOREN AUS DER PRAXIS

01 **Datenbasis zuerst**

Agents arbeiten mit dem, was im CRM steht. Doppelte Kontakte, leere Felder und unklare Pipelines führen zu schlechten Ergebnissen. Ein kurzer Daten-Check vorab spart später viel Nacharbeit.

02 **Prozess vor Klick**

Erst klären, wie ein Lead heute zum Kunden wird und wo Zeit verloren geht. Dann entscheiden, welcher Schritt automatisiert wird.

03 **Klein starten**

Ein Engpass, ein Agent, ein Kanal, ein Ziel. Nach 30 Tagen auswerten und erst dann ausbauen.

04 **Mensch bleibt in der Verantwortung**

Freigaben, Leitplanken und klare Übergabepunkte festlegen. Der Agent bereitet vor, Ihr Team entscheidet.

05 **Wirkung messen**

Vorher festlegen, woran Erfolg gemessen wird: gebuchte Termine, gelöste Anfragen, gesparte Stunden.

Datenschutz und Vertrauen

Laut HubSpot dürfen externe KI-Anbieter Ihre Daten vertraglich nicht für das Training ihrer Modelle nutzen. Administratoren steuern, welche KI-Funktionen aktiv sind und auf welche Daten sie zugreifen.

HubSpot lässt seine Sicherheitsmaßnahmen unter anderem nach SOC 2 Type 2 prüfen und veröffentlicht Model Cards zu seinen KI-Funktionen im AI Trust Center.

Unsere Empfehlung: Stimmen Sie den Einsatz von Agents mit Kundenkontakt vorab mit Ihrer bzw. Ihrem Datenschutzbeauftragten ab und informieren Sie Kunden transparent, wenn sie mit einem KI-Agent sprechen.

ZERTIFIZIERTER HUBSPOT GOLD PARTNER

Erst verstehen, wie Sie verkaufen. Dann bauen wir die Agents dazu.

Viele Agents werden eingeschaltet, bevor jemand geklärt hat, welches Problem sie lösen sollen. Wir starten mit Ihrem Vertriebs- und Servicealltag, prüfen Ihre Datenbasis und setzen die Agents so auf, dass sie zu Ihren Abläufen passen.

SCHRITT 1

Erstgespräch

30 Minuten, kostenlos, per Video. Wir schauen auf Ihre größten Zeitfresser und darauf, welcher Agent bei Ihnen zuerst Sinn ergibt.

SCHRITT 2

Check und Konzept

Prozessaufnahme, Prüfung von Portal und Datenqualität, Business Case mit Ihren Zahlen und ein klarer Umsetzungsplan.

SCHRITT 3

Umsetzung und Pilot

Einrichtung, Leitplanken, Test mit echten Daten, Schulung Ihres Teams und laufende Betreuung auf Wunsch.

WAS UNSERE KUNDEN MIT SAUBEREN HUBSPOT-PROZESSEN ERREICHT HABEN

fitbox FITOMAT

40 Std.

pro Woche zurück im Vertrieb bei der fitbox Markengruppe

Die Arbeitsschutzhelden.

3 Std.

pro Tag gespart bei Die Arbeitsschutzhelden

onnoplus

+20 %

Umsatz bei OnnoPlus nach Einführung einer zentralen Pipeline

Erstgespräch buchen →

bridgeday.co/meeting

Stanislaw Pokorski, Geschäftsführer · Aaron Röhl, Head of Sales
BridgeDay GmbH, Berlin