Ausstiegsregeln für HubSpot-Workflows

Festlegen, wie jeder Workflow endet, Kriterien dokumentieren und vor der Aktivierung testen.

Begleitmaterial zum Artikel „HubSpot Workflow-Ziele: Keine Nurturing-Mails mehr nach der Conversion“ · Deutsche Fassung · Stand: 17. November 2026

1. Ausstiegsmechanismus wählen

Situation	Mechanismus in HubSpot	Hinweis
Der Kontakt hat das Ergebnis erreicht, für das der Workflow gebaut wurde (z. B. Termin gebucht, SQL)	**Workflow-Ziel (kontaktbasierte Workflows)**	Austragung vor der nächsten Aktion; Prüfung bei der Aufnahme. Conversion-Rate setzt E-Mail-Versand voraus.
Der Kontakt soll nie in diesem Workflow sein (Kunden, Wettbewerber, Key Accounts)	**Unterdrückungssegment**	Eingeschriebene Kontakte werden beim Beitritt zum Segment sofort entfernt.
Unternehmens-, Deal-, Ticket- oder Angebots-Workflow soll stoppen	**Unenrollment-Trigger**	Datensätze, die die Trigger vor der Aufnahme erfüllen, werden auch später nicht aufgenommen.
Ein Kontakt wechselt von einer Strecke in die nächste	**Einstellung: aus anderen Workflows entfernen**	Greift nur im Moment der Aufnahme, nicht danach.

2. Workflow-Inventar (von eurem Team auszufüllen)

Workflow	Objekt	Geschäftsergebnis / Ziel	Ausstiegsmechanismus	Kriterium (Eigenschaft oder Ereignis)	Datenquelle & Aktualisierung	Verantwortlich

3. Test vor der Aktivierung (mit Testkontakten auszufüllen)

Testfall	Erwartetes Ergebnis	OK	Korrektur / Notizen
Kontakt erfüllt das Ziel bereits vor der Aufnahme	Wird nicht aufgenommen	☐	
Kontakt erreicht das Ziel zwischen zwei E-Mail-Schritten	Vor der nächsten E-Mail ausgetragen	☐	
Kontakt tritt während der Strecke dem Unterdrückungssegment bei	Sofort ausgetragen	☐	
Zieleigenschaft wird durch Integration oder Formular gesetzt	Wert liegt vor dem nächsten Versand vor	☐	
Kontakt könnte nach dem Ausstieg erneut aufgenommen werden	Wiederaufnahme ist gewollt und dokumentiert	☐	
Zielkriterien wurden nach dem Start geändert	Änderung und Datum am Workflow dokumentiert	☐	

4. Prüffragen

- Beschreibt das Ziel ein Ergebnis, mit dem der Vertrieb arbeiten kann – keine bloße Interaktion?
- Kann sich die Zielbedingung zurückändern (z. B. manuell zurückgesetzte Lifecycle-Phase)?
- Wer liest die Ziel-Conversion-Rate, und mit welchem Vertriebsfeedback wird sie abgeglichen?
- Wann werden die Ausstiegsregeln nach Änderungen an Formularen, Eigenschaften oder Integrationen geprüft?

Quellen (geprüft am 17. November 2026): HubSpot-Wissensdatenbank – „Use goals in contact-based workflows“, „Set unenrollment triggers in company-, deal-, ticket- and quote-based workflows“, „Manage your workflow settings“ (englischsprachige Originalartikel). Funktionen und Editionen können sich ändern; bitte im eigenen Portal bestätigen. Leere Felder sind Arbeitsfelder für euer Team, keine Testergebnisse.