SK DIGITAL SOLUTION · PLANER

Planer für HubSpot-Segmente

Den passenden Segmenttyp wählen, Namens- und Ausschlussregeln festlegen und jedes Segment dokumentieren.

Begleitmaterial zum Artikel „HubSpot-Segmente: Wann aktive und wann statische Segmente passen“ · Deutsche Fassung · Stand: 24. November 2026

1. Aktiv oder statisch?

Situation	Segmenttyp	Hinweis
Gruppe soll immer den aktuellen Datenstand abbilden (Newsletter, Nurturing nach Lifecycle-Phase, Anruflisten)	**Aktiv**	Datensätze kommen und gehen automatisch anhand der Kriterien.
Unterdrückungssegment, das Workflows sauber hält (z. B. alle Kunden)	**Aktiv**	Ein statisches Unterdrückungssegment lässt jeden neuen Kunden durchrutschen.
Einmalige Aussendung, selten genutzte Kampagne, Teilnehmende von Events oder Messen	**Statisch**	Momentaufnahme bei der Verarbeitung; spätere Treffer kommen nicht hinzu.
Datensätze ohne gemeinsame Merkmale oder eine Sammlung zum Löschen	**Statisch**	Datensätze manuell hinzufügen und entfernen.
Ihr braucht die heutigen Treffer eines älteren statischen Segments	**Neues Segment**	Neues Segment mit denselben Filtern anlegen, statt das alte weiterzuverwenden.

2. Namens- und Strukturregeln (im Team festlegen)

Regel	Eure Konvention
Präfix für den Typ (z. B. AKT / STA)	
Reihenfolge der Namensteile (Typ – Zweck – Zielgruppe)	
Ordner nach Team oder Einsatzzweck	
Was die Beschreibung enthalten muss	
Zentrale Baustein-Segmente (z. B. alle Kunden)	

3. Segment-Inventar (von eurem Team auszufüllen)

Segmentname	Objekt	Typ	Zweck	Genutzt in (E-Mail, Workflow, Bericht)	Ausschlüsse	Verantwortlich	Nächste Prüfung

4. Vor der Nutzung testen

Prüfung	Erwartetes Ergebnis	OK	Notizen
Datensatz, der enthalten sein soll (Test matches)	Enthalten	☐	
Datensatz, der ausgeschlossen sein soll	Nicht enthalten	☐	
Grenzfall, z. B. verknüpftes Unternehmen passt nur teilweise	Verhalten ist gewollt	☐	
UND/ODER-Logik zwischen Filtergruppen	Segment ist nicht größer als geplant	☐	
Ausschlüsse eines statischen Segments	Vor der Nutzung neu gespeichert oder auf aktiv umgestellt	☐	
Anzahl der Datensätze nach der Verarbeitung	Plausibel im Vergleich zur Erwartung	☐	

5. Prüffragen

- Welche Segmente haben keine aktuelle Verwendung in E-Mail, Workflow oder Bericht?
- Welche Segmente wiederholen Kriterien, die ein zentrales Baustein-Segment liefern könnte?
- Sind Nicht-Marketing- und abgemeldete Kontakte dort ausgeschlossen, wo Marketing-E-Mails versendet werden?
- Wer prüft die Segmentstruktur, und wie oft?

Quellen (geprüft am 24. November 2026): HubSpot-Wissensdatenbank – „Create segments“ (Stand 10. November 2026) und „Exclude records from segments“ (Stand 8. September 2026), englischsprachige Originalartikel. Funktionen und Grenzen können sich ändern; bitte im eigenen Portal bestätigen. Leere Felder sind Arbeitsfelder für euer Team, keine Ergebnisse.