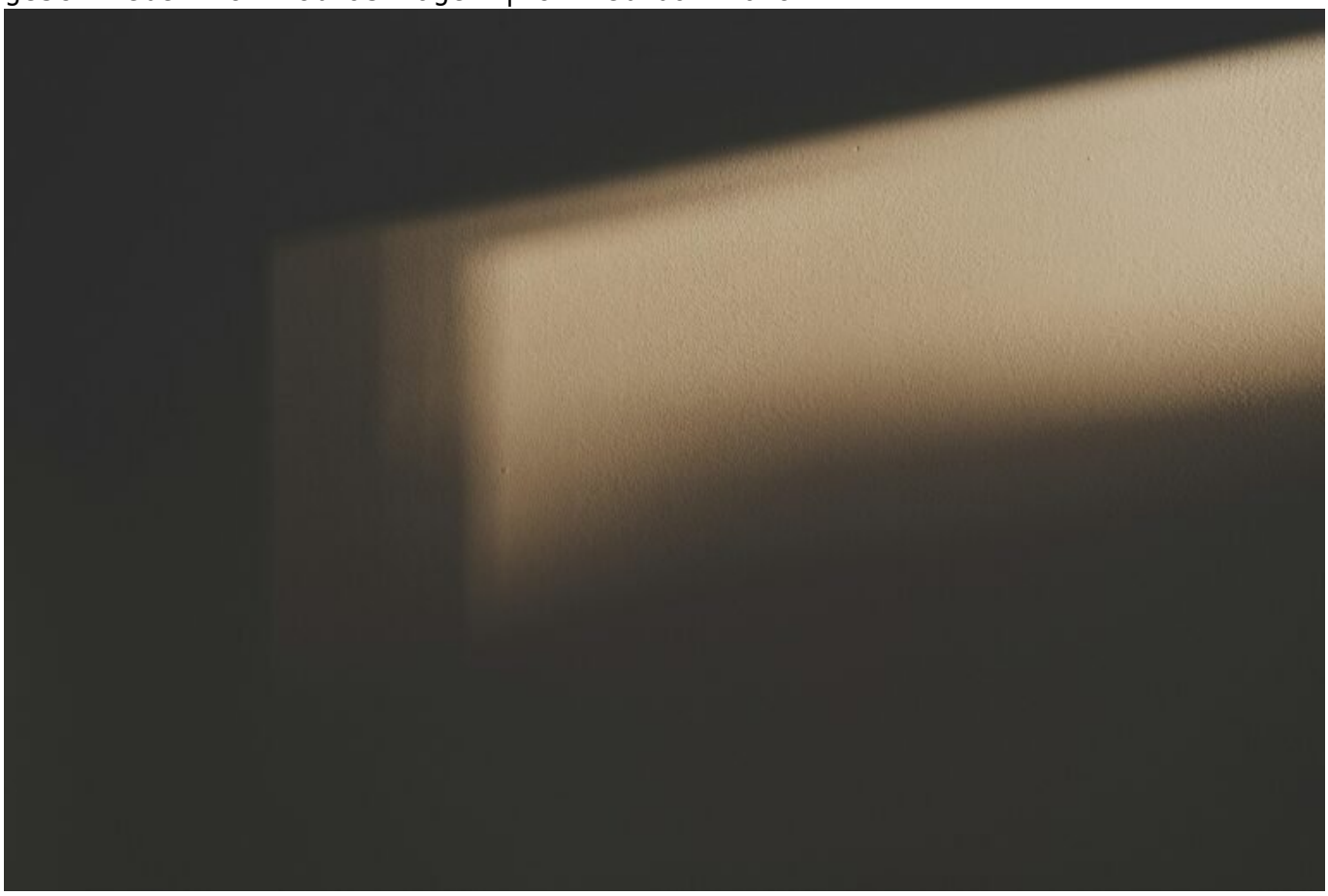
RocketReach: Profi-Tool für smarte B2B-Kontaktakquise

Category: Online-Marketing
geschrieben von Tobias Hager | 6. Februar 2026



RocketReach: Profi-Tool für smarte B2B-Kontaktakquise

Du kannst den besten Pitch der Welt schreiben – wenn du keine E-Mail-Adresse hast, bleibt’s ein innerer Monolog. Willkommen in der Realität der B2B-Kaltakquise, in der Kontaktinformationen härter zu finden sind als ehrliche Agenturaussagen. RocketReach verspricht genau das zu liefern, was jeder B2B-Profi sucht: verifizierte, direkte Kontakte zu Entscheidern. Aber hält das

Tool, was es verspricht? Wir haben’s zerlegt. Von API-Zugängen bis LinkedIn-Scraping. Spoiler: Wer noch mit manuellen Excel-Listen arbeitet, lebt im Jahr 2008.

- Was RocketReach ist – und warum es für B2B-Sales ein Gamechanger sein kann
- Wie du mit RocketReach verifizierte E-Mails und Telefonnummern findest – automatisiert
- Warum RocketReach LinkedIn zu deiner Lead-Maschine macht (wenn du’s richtig einsetzt)
- Wie sich RocketReach gegen Hunter, Lusha & Co. schlägt – ein technischer Vergleich
- API, Integrationen und Automatisierung – so holst du das Maximum aus dem Tool
- Datenschutz, DSGVO und ethische Fragen – ja, das muss auch sein
- Preismodelle und Limitierungen – was du bekommst und was nicht
- Step-by-Step: So baust du mit RocketReach eine skalierbare B2B-Akquise-Pipeline
- Für wen sich RocketReach wirklich lohnt – und wer lieber die Finger davon lässt

RocketReach erklärt: Was das Tool wirklich kann – und was nicht

RocketReach ist kein CRM, kein Sales-Tool und auch kein E-Mail-Marketing-System. Es ist ein Datenlieferant. Punkt. Die Plattform aggregiert öffentlich verfügbare Kontaktinformationen aus verschiedensten Quellen – darunter LinkedIn, Firmenwebsites, Mitarbeiterverzeichnisse und soziale Netzwerke – und liefert dir damit verifizierte E-Mail-Adressen, Telefonnummern und Social-Profile zu Personen und Unternehmen. Klingt nach Stalking? Ist es auch – aber legal, wenn du’s richtig machst.

Der wahre Wert von RocketReach liegt in der Kombination aus Datenmenge und Verifizierungsmechanismen. Während andere Tools dir zehn Fantasie-Adressen raushauen, die zu 60 % bouncen, setzt RocketReach auf Validierungsalgorithmen, SMTP-Checks und historische Matchings. In der Praxis heißt das: Du bekommst eine E-Mail-Adresse, die tatsächlich funktioniert – und das ist im B2B-Geschäft Gold wert.

RocketReach durchsucht über 700 Millionen Profile und über 35 Millionen Unternehmen weltweit. Das klingt beeindruckend, bedeutet aber auch: Die Trefferquote variiert stark je nach Branche, Region und Position. Während du im Tech-Sektor locker an CTOs kommst, wird’s bei Behörden oder Mittelständlern aus Süddeutschland schnell dünn. Wer also glaubt, RocketReach sei ein Alleskönner, hat das Kleingedruckte nicht gelesen.

Technisch gesehen arbeitet RocketReach mit einem hybriden Crawling-System.

Das Tool nutzt sowohl strukturierte Datenquellen als auch maschinelles Lernen, um Profile zu matchen. Besonders spannend: Das Tool erkennt, wenn eine E-Mail-Adresse mit hoher Wahrscheinlichkeit korrekt ist – und bietet dir eine Confidence-Score. Damit kannst du entscheiden, ob du den Lead in dein System übernimmst oder lieber weitersuchst.

RocketReach und LinkedIn: Der geheime Wachstumshebel für deine B2B-Leadgenerierung

LinkedIn ist für B2B-Akquise das, was Instagram für Influencer ist: Pflichtprogramm. Und RocketReach macht genau das, was LinkedIn eigentlich verhindern will – es extrahiert systematisch öffentlich sichtbare Profildaten und verknüpft sie mit verifizierten Kontaktdaten. Das funktioniert erstaunlich gut. Du suchst einen Marketing-Leiter bei einem SaaS-Unternehmen in Berlin? RocketReach liefert dir Namen, E-Mail und oft sogar Mobilnummer. Schöner kann Leadmagie nicht sein.

Die Integration funktioniert über eine Browser-Erweiterung. Du klickst auf ein LinkedIn-Profil, RocketReach analysiert im Hintergrund die Daten und spuckt dir – wenn vorhanden – alles aus, was du brauchst. Ohne Umwege, ohne Copy-Paste, ohne CRM-Wechsel. Die Usability ist dabei überraschend glatt, und das Tool merkt sich sogar, wen du schon kontaktiert hast. So vermeidest du doppelten Outreach – was im professionellen Kontext mehr als nur peinlich wäre.

Natürlich ist das Ganze nicht ohne Grenzen. LinkedIn selbst mag solche Tools gar nicht und sperrt bei exzessivem Datenzugriff auch mal Accounts. RocketReach hat dafür ein Limit-System eingebaut, das laut Hersteller mit den LinkedIn-Nutzungsbedingungen konform bleiben soll. Ob das rechtlich immer wasserdicht ist? Darüber streiten die Juristen. Fakt ist: Wer’s übertreibt, riskiert seinen LinkedIn-Zugang. Wer’s klug einsetzt, baut sich in Wochen eine Pipeline auf, für die andere Monate brauchen.

Für Profis besonders interessant: RocketReach lässt sich auch mit LinkedIn Sales Navigator kombinieren. Damit kannst du Zielgruppen noch feiner segmentieren und direkt aus der Sales Navigator-Oberfläche heraus recherchieren. Hier liegt aus unserer Sicht einer der größten Hebel im Tool – vorausgesetzt, du weißt, was du tust.

API-Zugang, Automatisierung & Integrationen: Wie RocketReach

in dein Tech-Stack passt

RocketReach ist kein Einsteiger-Tool, sondern ein Profi-Instrument. Und das zeigt sich vor allem bei den API-Funktionen. Wer Leads nicht manuell zusammensuchen will, sondern automatisiert in sein CRM schieben möchte, wird die RESTful API von RocketReach lieben – oder hassen, wenn er keine Entwickler hat. Denn hier geht’s tief in die Integration deines Sales-Prozesses.

Die API erlaubt es dir, automatisiert Personen oder Firmen zu suchen, Kontaktdaten abzurufen und Daten in Echtzeit abzugleichen. Das ist besonders spannend für Outreach-Automatisierung mit Tools wie Lemlist, Woodpecker oder HubSpot Workflows. Stell dir vor, du triggerst automatisch eine Kampagne, sobald ein RocketReach-Profil mit >90 % Verifizierung gefunden wird. Willkommen im modernen B2B-Sales.

Auch Integrationen mit Plattformen wie Zapier, Salesforce, Pipedrive oder Outreach.io sind möglich – allerdings nicht in jedem Preismodell. Wer ernsthaft skalieren will, muss mindestens den “Team”- oder “Enterprise”-Plan buchen. Alles darunter ist eher zum Antesten als für echte Automatisierung gedacht.

Ein Wermutstropfen: RocketReach bietet keine native Dublettenprüfung. Wer also die API nutzt, sollte im eigenen System auf saubere Datenhygiene achten – sonst hat man schnell 27 Versionen desselben Leads im CRM. Das ist nicht nur ineffizient, sondern auch ein DSGVO-Risiko (dazu gleich mehr).

Datenschutz, DSGVO & Legal: Was du wissen musst, bevor du 1000 Kontakte exportierst

RocketReach operiert im Graubereich – zumindest in Europa. Während das Tool selbst behauptet, nur öffentlich zugängliche Daten zu verarbeiten, sehen das Datenschutzbehörden nicht immer so gelassen. Wer personenbezogene Daten speichert und verarbeitet, muss sich an die DSGVO halten – und das heißt: Informationspflicht, Löschpflicht, Einwilligungspflicht. Viel Spaß beim Umsetzen.

Die gute Nachricht: Für reine B2B-Kommunikation gelten in Deutschland weniger strenge Regeln. Wenn du also eine E-Mail an einen beruflichen Account verschickst, brauchst du unter bestimmten Umständen keine vorherige Einwilligung. Die schlechte Nachricht: Auch geschäftliche E-Mails können unter die DSGVO fallen, wenn du personenbezogene Daten speicherst oder analysierst. Und RocketReach liefert dir genau das.

Deshalb unser Rat: Nutze RocketReach nur in Kombination mit einem rechtlich geprüften Opt-in-Prozess. Beispielsweise über eine Outreach-Mail mit klarer

Informationspflicht (“Wie wir an Ihre Kontaktdaten kamen…”) oder eine Landingpage mit DOI (Double Opt-in). Alles andere ist ein Spiel mit dem Feuer – und mit dem Landesdatenschutzbeauftragten willst du nicht diskutieren müssen.

Technisch gesehen speichert RocketReach übrigens keine Daten auf europäischen Servern – das heißt: USA, Cloud, Third-Party-Zugriff. Wer nach Schrems II noch wach ist, weiß, was das bedeutet. Ohne Standardvertragsklauseln und rechtliche Absicherung sollte man das Tool also nicht in hochsensiblen Branchen einsetzen. Banken, Healthcare oder öffentliche Einrichtungen? Finger weg, außer du hast einen verdammt guten Datenschutzbeauftragten.

Step-by-Step: So nutzt du RocketReach für eine skalierbare B2B-Akquise

- Zielgruppen-Definition: Lege exakt fest, wen du suchst – Branche, Position, Region, Unternehmensgröße. Je klarer, desto besser die Trefferquote.
- LinkedIn-Research: Nutze LinkedIn (am besten Sales Navigator), um passende Profile zu finden. Öffne sie im Browser mit aktivierter RocketReach-Erweiterung.
- Kontaktdaten abrufen: RocketReach zeigt dir verifizierte Daten. Nutze den Confidence Score, um zu entscheiden, ob du den Lead speicherst.
- CRM-Integration: Übertrage die Daten manuell oder via API in dein CRM. Achte auf Dubletten und Datenkonsistenz.
- Outreach starten: Nutze ein professionelles Tool (Lemlist, Reply.io, etc.), um personalisierte Kampagnen zu starten. Kein Spam, kein “Hallo Herr Mustermann”. Qualität schlägt Quantität.

Fazit: RocketReach ist kein Spielzeug – sondern ein Skalierungswerkzeug

Wer im B2B-Bereich ernsthaft Leads generieren will, kommt an Tools wie RocketReach kaum vorbei. Die Qualität der Daten, die Geschwindigkeit der Recherche und die Möglichkeiten zur Automatisierung machen es zu einem der mächtigsten Tools im Sales-Tech-Stack. Aber: Es ist kein Selbstläufer. Ohne Strategie, klare Zielgruppen und saubere Prozesse wird auch RocketReach zur Datenmüllhalde.

Wenn du das Tool intelligent einsetzt – mit sauberer API-Integration, rechtlicher Absicherung und datengetriebenem Outreach – kannst du damit in

wenigen Wochen eine Akquise-Maschine aufbauen, für die andere Agenturen Jahre brauchen. Aber nur, wenn du weißt, was du tust. Für Anfänger ist RocketReach zu komplex, für Profis ist es ein Skalierungshebel. Entscheide selbst, zu welcher Kategorie du gehören willst.