zoominfo

Category: Online-Marketing
geschrieben von Tobias Hager | 28. Januar 2026



ZoomInfo: B2B-Datenpower für smarte Marktstrategien

Du willst B2B-Leadgenerierung auf Autopilot, aber fummelst noch mit veralteten Excel-Listen und halbseidenen LinkedIn-Scrapern rum? Dann ist es Zeit, ZoomInfo kennenzulernen – die Datenmaschine, die dein Vertriebsteam in eine gezielte Killermaschine verwandelt. Aber Vorsicht: Wer ZoomInfo richtig nutzt, verändert sein gesamtes Go-to-Market-Modell. Willkommen in der Welt der Echtzeit-Daten, Predictive Intelligence und automatisierter Sales-Playbooks. Hier wird nicht mehr geraten, hier wird skaliert. Smart. Schnell. Unbarmherzig.

- Was ZoomInfo genau ist – und warum es für B2B-Marketer ein Gamechanger ist
- Wie ZoomInfo hochwertige B2B-Daten in Echtzeit liefert (und was das bringt)

- Warum manuelle Recherche tot ist – und Predictive Intelligence die Zukunft ist
- Wie ZoomInfo Vertrieb und Marketing miteinander verzahnt – ohne Bullshit
- Welche Module wirklich rocken (und welche du dir sparen kannst)
- Wie du ZoomInfo mit deinem CRM, MAP oder CDP verheiratest – ohne Datenchaos
- Schritt-für-Schritt: So setzt du eine skalierbare B2B-Outreach-Strategie mit ZoomInfo auf
- Welche Datenschutzfragen du dir stellen solltest – und was DSGVO-konform wirklich heißt
- Alternativen zu ZoomInfo – und warum die meisten nicht mithalten können
- Fazit: Wer B2B ernst meint, kommt an ZoomInfo nicht vorbei – Punkt.

ZoomInfo erklärt: Was die Plattform wirklich kann – und was nicht

ZoomInfo ist kein weiteres CRM-Plugin, kein nettes Tool für Datenpflege und auch kein veralteter Adresshändler aus den 2000er-Jahren. Es ist eine umfassende Go-to-Market-Plattform, die auf Echtzeitdaten, maschinellem Lernen und tiefgreifender Intent-Analyse basiert. Ziel: Unternehmen dabei zu helfen, die richtigen Kunden zum richtigen Zeitpunkt mit der richtigen Botschaft zu konvertieren. Klingt nach Buzzword-Bingo? Mag sein. Aber ZoomInfo liefert genau das – und zwar auf einem Level, das vielen Marketern erstmal die Kinnlade runterklappen lässt.

Im Kern bietet ZoomInfo eine massive, ständig aktualisierte Datenbank mit über 100 Millionen B2B-Kontakten weltweit. Aber das ist nur die Oberfläche. Der eigentliche USP liegt in der Kombination aus firmografischen Daten, technografischem Stack, Buyer Intent Signals und Integrationen in bestehende MarTech-Stacks. Sprich: Du bekommst nicht nur eine E-Mail-Adresse, sondern auch Kontext, Technologieeinsatz, Entscheidungsbefugnisse und: ob diese Firma gerade aktiv nach deiner Lösung sucht.

ZoomInfo funktioniert nicht nur als Datenlieferant, sondern als intelligenter Trigger-Mechanismus. Die Plattform erkennt Verhaltensmuster, analysiert Kaufabsichten und priorisiert Accounts nach Abschlusswahrscheinlichkeit. Das bedeutet: Dein Vertriebsteam verschwendet keine Zeit mehr auf “kalte” Leads, sondern geht nur noch auf heiße Targets mit realer Kaufabsicht.

Natürlich ist ZoomInfo kein Wundermittel. Ohne Strategie, Targeting-Logik und klare Outbound-Playbooks bringt selbst die beste Datenbasis nichts. Aber wer ZoomInfo strategisch einsetzt, transformiert sein B2B-Marketing – von reaktiv zu präzise orchestriert.

Datenqualität, Intent Signale und technografische Profile: Die ZoomInfo-DNA

ZoomInfo lebt von Daten – aber nicht von irgendwelchen. Die Plattform aggregiert, validiert und aktualisiert B2B-Datensätze aus über 300 Quellen. Dazu gehören öffentlich verfügbare Informationen, proprietäre Crawler, Partnernetzwerke und Beiträge von Nutzern via Community Data. Klingt nach Big Data? Ist es – aber mit Struktur.

Die firmografischen Daten umfassen alles von Mitarbeiteranzahl über Umsatz bis hin zu Firmenhierarchien und Niederlassungen. Technografische Daten zeigen, welche Tools, Software und Cloud-Systeme ein Unternehmen nutzt – ideal für SaaS-Anbieter mit klaren ICPs (Ideal Customer Profiles). Die Buyer Intent Signale hingegen basieren auf Analyse von Content Consumption Patterns: Wer googelt gerade nach "Sales Enablement Plattform"? Wer lädt Whitepapers runter? Wer besucht drei Mal die Pricing-Page deines Wettbewerbers?

Diese Daten werden nicht nur gesammelt, sondern in sogenannte Scoops, Signals und Segmente übersetzt. Scoops sind personalisierte Trigger-Informationen – etwa Führungswechsel oder neue Budgets. Signals verraten dir, ob ein Account aktiv in deiner Kategorie recherchiert. Und Segmente helfen dir, datenbasierte Zielgruppen zu bauen, die du direkt in deine Outreach-Tools schieben kannst.

Das Resultat: Du weißt nicht nur, wen du ansprechen solltest – sondern auch wann und mit welcher Message. Kein Ratespiel, kein Cold Calling ins Blaue. Sondern datengetriebener Vertrieb, der wirkt.

ZoomInfo-Module im Überblick: Von SalesOS bis MarketingOS

ZoomInfo gliedert sich in mehrere Module, die sich an unterschiedliche Teams richten. Der Klassiker ist SalesOS – die Plattform für B2B-Vertriebsteams. Hier findest du alle Daten, Filter, Scoops und Signals, die du brauchst, um deinen Outreach zu priorisieren und zu personalisieren. Integrierbar mit Salesforce, HubSpot, Outreach, Salesloft und anderen Tools ist SalesOS das Herzstück jeder modernen Outbound-Strategie.

MarketingOS richtet sich an Demand Generation-Teams. Hier kannst du Zielgruppen bauen, Kampagnen ausspielen und Intent-Daten nutzen, um deine Ads auf Accounts mit Kaufabsicht zu fokussieren. Besonders spannend: Die Native-Integration in LinkedIn Ads, Google Display und Programmatic Plattformen. Kein Media-Gießkannenmarketing mehr – sondern präzise, datengetriebene B2B-

Kampagnen.

OperationsOS ist für RevOps, DataOps und alle, die sich um Datenpflege, CRM-Integrität und Daten-Synchronisierung kümmern. Hier kannst du Daten anreichern, deduplizieren, validieren und per API in Echtzeit in deine Systeme pushen. Besonders nützlich für Unternehmen, die mit mehreren Datenquellen arbeiten – oder die schlichtweg keine Lust mehr auf Dirty Data haben.

Daneben gibt’s noch TalentOS (für Recruiting) und Chorus (für Conversation Intelligence), aber die sind eher nice-to-have. Die wahren Stars sind SalesOS und MarketingOS – und wer sie richtig kombiniert, baut eine Closing-Maschine mit System.

ZoomInfo in deinem Tech-Stack: Integrationen, Automatisierung und API-Magie

Die Daten sind nur die halbe Miete – der wahre Wert entsteht durch Integration. ZoomInfo lässt sich nahtlos mit den gängigen CRMs (Salesforce, HubSpot, Microsoft Dynamics), Marketing Automation Plattformen (Marketo, Pardot, Eloqua) und Sales Engagement Tools (Outreach, Salesloft) verbinden. Und zwar bidirektional.

Das heißt: Du kannst Leads direkt aus ZoomInfo ins CRM pushen, automatisch Kampagnen triggern oder sogar basierend auf Intent-Signalen Workflows starten. Beispiel: Ein Account zeigt steigendes Interesse an “Cloud Security”? ZoomInfo erkennt das, erstellt automatisch einen Lead, stößt eine Outreach-Sequenz an und informiert den zuständigen Sales Rep. Das ist kein Science-Fiction – das ist Standard, wenn du’s richtig aufsetzt.

Für Entwickler bietet ZoomInfo eine leistungsfähige API, mit der du Daten in Echtzeit abfragen, synchronisieren und in eigene Systeme einbetten kannst. Ob du ein eigenes Lead Scoring entwickelst, eine Predictive Engine baust oder dein Data Warehouse befeuerst – ZoomInfos API liefert die Rohdaten dafür.

Wichtig: Wer Integrationen halbherzig aufsetzt, erzeugt Chaos. Nutze dedizierte Mappings, saubere Datenfelder und klares Lifecycle-Management, um Redundanzen, Dubletten oder Data Drift zu vermeiden. ZoomInfo ist mächtig – aber nur, wenn du Kontrolle über deine Datenströme hast.

ZoomInfo datenschutzkonform

nutzen: DSGVO, Opt-Outs und juristische Fallstricke

Die Frage aller Fragen: Ist ZoomInfo DSGVO-konform? Antwort: Jein. ZoomInfo erhebt B2B-Daten – also Geschäftskontaktinformationen, keine Privatdaten. In den USA ist das unkritisch, in Europa aber komplexer. Das Unternehmen selbst bietet Opt-Out-Mechanismen und verweist auf “berechtigtes Interesse” gemäß Art. 6 Abs. 1 lit. f DSGVO. Aber: Das ersetzt keine juristische Prüfung.

Wer ZoomInfo in der EU nutzt, sollte sich rechtlich absichern. Dazu gehört u.a.:

- Vertrag zur Auftragsdatenverarbeitung (ADV) abschließen
- Interne Richtlinien zur Nutzung von Drittplattformen erstellen
- Opt-Out-Möglichkeiten auf der eigenen Website kommunizieren
- Nutzerkommunikation über den Zweck der Datenverarbeitung sicherstellen

Auch wichtig: Wer ZoomInfo-Daten mit personenbezogenen Systemen wie E-Mail-Marketing-Tools verknüpft, muss sicherstellen, dass keine unerlaubte Kontaktaufnahme erfolgt. Double-Opt-In ist Pflicht, Cold Outreach ohne rechtliche Grundlage ein Risiko. Wer hier schludert, riskiert Abmahnungen – und das kann teuer werden.

Schritt-für-Schritt: So baust du eine B2B-Outbound-Maschine mit ZoomInfo

ZoomInfo ist kein Plug-and-Play-Tool – es braucht Struktur. Hier die wichtigsten Schritte für eine skalierbare B2B-Strategie:

1. ICP definieren: Wer ist dein idealer Zielkunde? Branche, Größe, Tech-Stack, Budget?
2. Segmente bauen: Nutze ZoomInfos Filter, um Zielgruppen exakt zu clustern.
3. Intent-Daten analysieren: Welche Accounts zeigen aktuell Nachfrage in deinem Segment?
4. Playbooks erstellen: Templates, Sequences und Touchpoints entlang der Buyer Journey definieren.
5. CRM-Integration: Leads automatisch ins CRM übertragen, keine Copy-Paste-Orgie.
6. Outreach automatisieren: Mit Tools wie Outreach.io oder Salesloft skalieren – personalisiert, nicht spammy.
7. Feedbackschleifen einbauen: Erfolgsdaten auswerten und Segmente nachjustieren.
8. Datenschutz prüfen: DSGVO-konforme Prozesse implementieren, regelmäßig

validieren.

Fazit: ZoomInfo ist kein Tool – es ist ein Gamechanger

Wer B2B-Marketing und Vertrieb 2025 noch ohne ZoomInfo oder vergleichbare Plattformen betreibt, kämpft mit Holzschwertern in einem Drohnenkrieg. Die Zeiten von “Trial-and-Error” im Leadprozess sind vorbei. Heute zählen Daten, Timing und Präzision. Und genau das liefert ZoomInfo – zuverlässig, skalierbar und tief integriert in deinen Tech-Stack.

Natürlich ist ZoomInfo kein Wundermittel. Ohne Strategie, ohne klare Prozesse und ohne Verantwortlichkeiten bringt es wenig. Aber mit dem richtigen Setup wird aus ZoomInfo ein Turbo für jeden Go-to-Market-Prozess – und zwar einer, der nicht auf Bauchgefühl basiert, sondern auf harten Fakten. Wer das einmal erlebt hat, geht nie wieder zurück.