GUIDE · OKTOBER 2026 · EIGENE STUDIE

1 von 3

„CEOs“ aus Lead-Datenbanken stimmen nicht.

Wie aus Rohdaten ein richtiger Lead wird: Lead-Sourcing von der Quelle bis zur versandfertigen Kontaktzeile, verständlich erklärt. Mit Messdaten aus unserem CEO-Datencheck und dem kompletten Prüfablauf.

680
Zielfirmen DACH
501+ Mitarbeitende

1.119
Personen
einzeln geprüft

4
Anbieter
verglichen

11
Prüfschritte
bis zum Versand

Von Vishal Arora (Head of GTM) und Otto Lang (Co-Founder) · Sales-Automation.ai · Anbieter: Blitz, AI Ark, GetLeads, LeadOcean

DAS PROBLEM

Eine Datenbank ist keine Wahrheit

Viele Lead-Datenanbieter versprechen Millionen Kontakte mit KI-Anreicherung. Das Versprechen: Du suchst „CEO, DACH, 500+ Mitarbeitende“ und bekommst fertige Entscheider.

In der Praxis steckt hinter dem Titel „CEO“ oft etwas anderes: ein Geschäftsführer einer kleinen Randgesellschaft, jemand mit Nebenrolle, eine Person, die das Unternehmen vor Jahren verlassen hat, oder ein Kleinstbetrieb, der gar nicht zur Zielgruppe gehört.

> **Für Kinder erklärt:** Stell dir ein riesiges Telefonbuch vor, das viele Leute von Hand abgeschrieben haben. Manche sind umgezogen, manche haben den Beruf gewechselt, manche stehen unter dem falschen Namen. Das Buch ist dick. Aber dick heißt nicht richtig.

Anlass für unseren Test

Ein Kunde meldete, dass Kontakte aus einer Datenquelle nicht passten. Wir haben nachgemessen: 4 Anbieter, dieselben 680 Zielfirmen, jede gelieferte Person einzeln gegen Firmenseite, Impressum und Presse geprüft. Danach hat eine zweite Lesung nur die Belege nochmals bewertet.

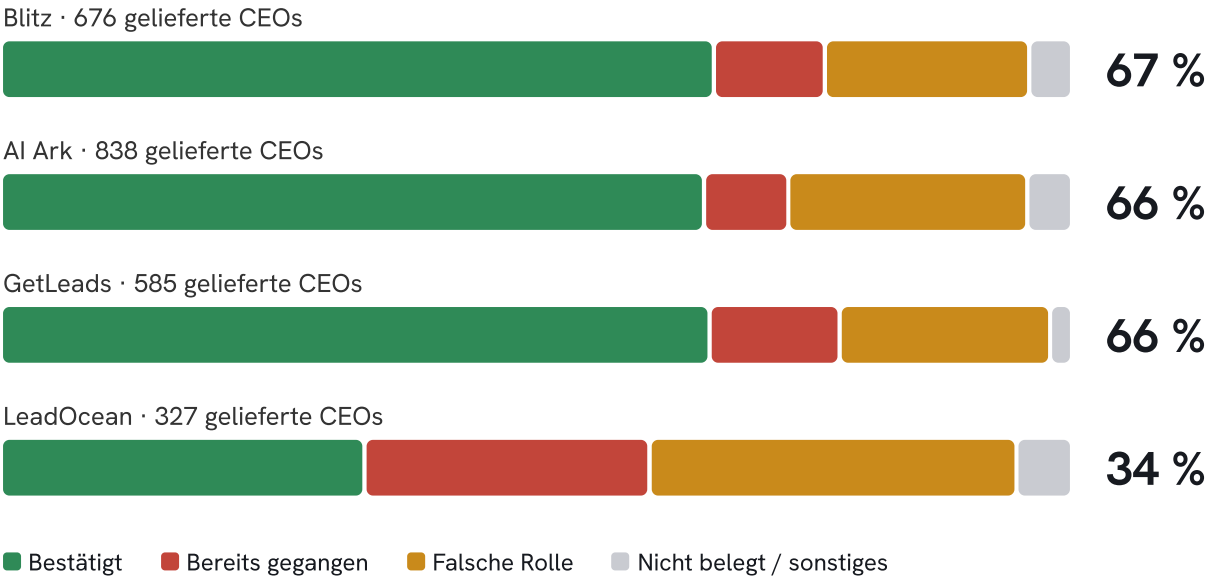
> **Kernaussage:** Viele Kontakte heißen nicht viele richtige Kontakte. Bestenfalls zwei von drei gelieferten CEOs stimmen.

Wie wir geprüft haben

- **Sourcing:** je Anbieter dieselbe Suche (DACH, 501+ Mitarbeitende, CEO- und Geschäftsführer-Titel).
- **Profil und Recherche:** aktuelles Profil der Person plus Firmenseite, Impressum und Presse.
- **Feste Regeln:** jedes Urteil braucht Zitat und Quelle. Kategorien: bestätigt, gegangen, falsche Rolle, nicht belegt.
- **Zweite Lesung:** unklare Fälle werden nur anhand der Belege erneut bewertet.

ERGEBNISSE

Wie viele gelieferte CEOs stimmen wirklich?



Nenner: alle gelieferten CEOs je Anbieter. Wer bei mehreren Anbietern vorkommt, zählt bei jedem.

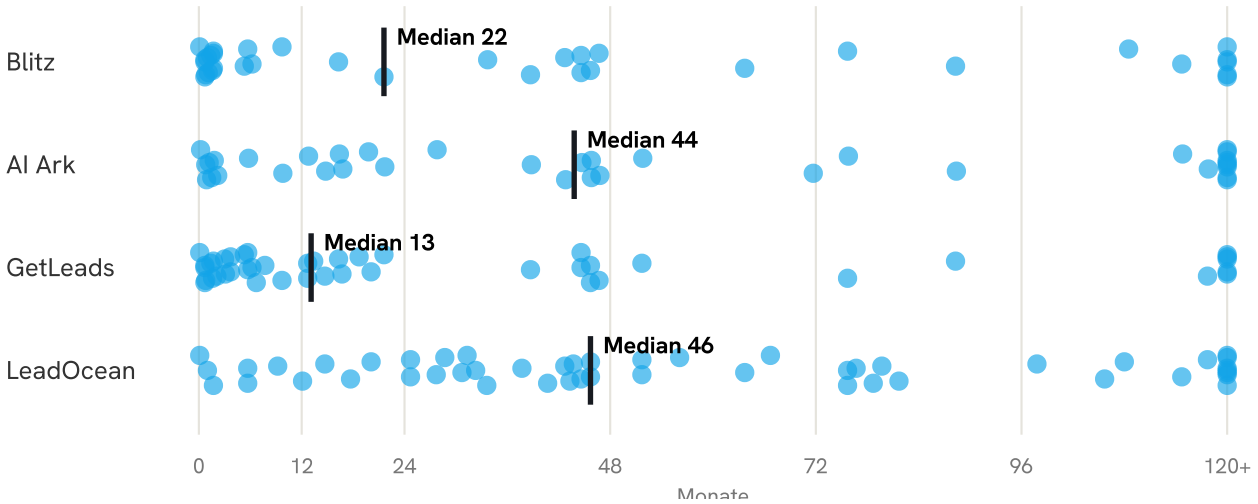
Was auffällt

- Blitz, AI Ark und GetLeads liegen bei rund zwei Dritteln bestätigter CEOs, LeadOcean bei einem Drittel.
- Zwischen 19 und 34 Prozent der gelieferten Personen haben die falsche Rolle (Rolle passt nicht oder nur Nebenrolle).
- 8 bis 27 Prozent sind bereits aus dem Unternehmen ausgeschieden.
- Mehr gelieferte Personen bedeutet nicht mehr bestätigte CEOs pro Firma. Entscheidend ist, bei wie vielen der 680 Firmen am Ende ein richtiger CEO steht.

Kombination schlägt Einzelquelle: Die beste Einzelquelle bestätigte bei 520 von 680 Firmen einen CEO. Mehrere Quellen kombiniert kamen auf 565 Firmen.

AKTUALITÄT

Abgänge bleiben jahrelang in den Daten



Monate zwischen belegtem Abgang und Abruf. Jeder Punkt ist eine Person, die zum Zeitpunkt des Abrufs bereits weg war. Der Strich markiert den Median.

Warum das passiert

Datenbanken werden selten aktiv „entleert“. Eine Person bleibt gespeichert, solange niemand das Gegenteil belegt. Ein Datum wie „zuletzt aktualisiert“ sagt nur, wann der Datensatz berührt wurde, nicht, ob er stimmt.

Für Kinder erklärt: Ein Namensschild an der Tür bleibt hängen, auch wenn die Person längst ausgezogen ist. Das Schild wurde gestern frisch lackiert und sieht aktuell aus. Es sagt trotzdem nichts darüber, wer drinnen wohnt.

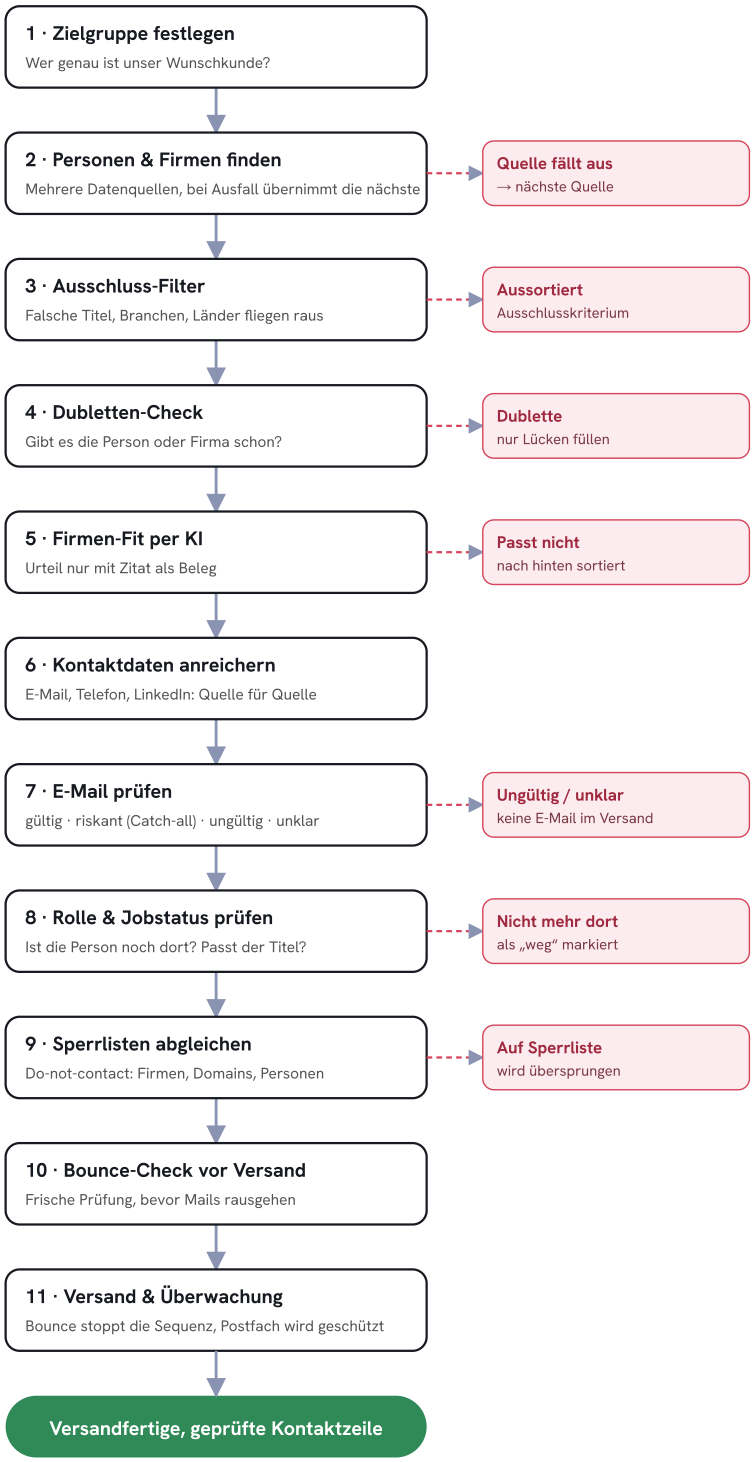
In unserem Test trugen bei einem Anbieter alle Datensätze das Aktualisierungsdatum Oktober 2026, auch die Datensätze der belegt Ausgeschiedenen.

Konsequenz: Jede Person muss vor dem Versand gegen eine zweite Quelle geprüft werden. Nur so wird aus „steht in der Datenbank“ ein „stimmt“.

DER ABLAUF

Die Pipeline im Überblick

Aus dem System abgeleitet. Rote Kästen zeigen, wo Leads ausgesiebt oder umgeleitet werden.



SCHRITT FÜR SCHRITT

Schritte 1 bis 4: Finden und aufräumen

1 · Zielgruppe festlegen

Am Anfang steht eine Beschreibung des Wunschkunden: Branche, Land, Firmengröße, Entscheider-Titel. Fehlen Titel, greift eine Standardliste (zum Beispiel CEO, Geschäftsführer, Inhaber, Gründer). Support-Rollen wie Assistenz oder Werkstudent werden von Anfang an ausgeschlossen. Vorab zeigt eine Schätzung, wie groß die Zielgruppe ist, und zerlegt zu breite Suchen in kleinere Scheiben.

> **Für Kinder erklärt:** Bevor man Äpfel pflückt, sagt man, welche: reif, rot, aus dem eigenen Garten.

2 · Personen und Firmen finden

Wir ziehen Treffer seitenweise aus mehreren Datenquellen. Fällt eine Quelle aus, übernimmt automatisch die nächste, und ein Sicherungsschalter verhindert, dass ein kaputter Anbieter den Lauf blockiert. Zusätzlich fließen Signale ein, etwa Besucher der eigenen Webseite oder Personen, die mit LinkedIn-Beiträgen interagiert haben.

Wir können auf alle gängigen Provider zurückgreifen, auch wenn sie nicht direkt in der Plattform verbunden sind, und ergänzen sie um weitere Lead-Datenquellen.

3 · Ausschluss-Filter

Manche Anbieter setzen Ausschlüsse nur teilweise um. Deshalb prüfen wir nach dem Abruf selbst noch einmal: unerwünschter Titel, Branche, Stichwort im Firmennamen, Land, Stadt oder Bundesland. Was nicht passt, fliegt raus.

4 · Dubletten-Check

Jede Person und Firma wird abgeglichen. Bei Personen zählt zuerst die LinkedIn-Adresse, dann die E-Mail. Bei Firmen zuerst die LinkedIn-Seite, dann die Webseite. Existiert der Datensatz schon, füllen wir nur Lücken auf und überschreiben nichts. Eine leere Webseite führt nie dazu, dass zwei verschiedene Firmen zusammengelegt werden.

> **Für Kinder erklärt:** Zwei Sticker-Alben mit demselben Bild? Man klebt es nicht doppelt ein, sondern schaut, ob im ersten Album noch eine Lücke ist.

SCHRITT FÜR SCHRITT

Schritte 5 bis 7: Passt die Firma, stimmt der Kontakt?

5 · Firmen-Fit per KI

Eine KI beurteilt jede Firma: passt, passt nicht oder unklar, dazu ein Wert von 0 bis 100. Wichtig ist die Regel dahinter: Ein Urteil gilt nur mit Zitat aus der Firmenbeschreibung. Fehlt der Beleg oder tritt ein Fehler auf, lautet das Ergebnis „unklar", nie „passt". Bei „unklar" liest das System zusätzlich die Firmenwebseite. Daumen hoch oder runter der Nutzer fließt als Beispiel zurück. Firmen, die nicht passen, werden in der Liste nach hinten sortiert.

> **Für Kinder erklärt:** Wer sagt „Das ist ein Bäcker", muss zeigen, wo das Schild mit „Bäckerei" hängt.

6 · Kontaktdaten anreichern: der Waterfall

Fehlen E-Mail, Telefonnummer oder LinkedIn-Profil, fragen wir mehrere Quellen nacheinander ab, wie Wasser, das von Stufe zu Stufe fällt. Sobald eine Quelle einen sicheren Treffer liefert, endet die Kette. Hat die Person E-Mail und LinkedIn schon, wird der Schritt übersprungen. Fehler einer Quelle stoppen die Kette nicht. Vorhandene Werte werden nie durch leere ersetzt. Telefonnummern werden danach normalisiert und geprüft.

7 · E-Mail prüfen

Jede Adresse wird beim Mailserver geprüft, ohne dass eine echte Mail verschickt wird. Das Ergebnis landet in einer von vier Gruppen:

Ergebnis	Bedeutung	Im Versand
Gültig	Server bestätigt die Adresse	geht durch
Riskant	Catch-all-Server nimmt alles an, oder niedrige Zustellbarkeit	bei strenger Einstellung entfernt
Ungültig	Adresse abgelehnt oder Domain ohne Mailserver	nie gesendet
Unklar	Zeitüberschreitung oder Serverfehler	nie als „gültig" gewertet

Eine frische Prüfung (jünger als sechs Monate) wird nicht wiederholt. Fehlt der Prüfdienst oder antwortet er nicht, gilt die Adresse nicht als gültig. Bei unsicheren Ergebnissen kann ein zweiter Prüfdienst als Zweitmeinung nachprüfen.

> **Für Kinder erklärt:** Man klingelt an der Tür und läuft weg, bevor jemand aufmacht. Wenn drinnen eine Klingel läutet, wissen wir: Es gibt das Haus.

SCHRITT FÜR SCHRITT

Schritte 8 bis 11: Sicher versenden

8 · Rolle und Jobstatus prüfen

Eine einzelne Datenbank behauptet „CEO“, wir prüfen dagegen. Zwei Mechanismen greifen:

- **Titelprüfung per KI:** Passt der Titel semantisch zu den gewünschten Entscheidern? Zu schwache Treffer werden verworfen. Titel wie Praktikant, Werkstudent oder Azubi fallen heraus.
- **LinkedIn-Abgleich:** Steht die CRM-Firma im aktuellen LinkedIn-Profil, gilt die Person als bestätigt. Kommt die Firma nur als frühere Station vor, gilt sie als „weg“. Taucht sie gar nicht auf, wird ein Widerspruch markiert.

> **Für Kinder erklärt:** Der Klassenlehrer wird nicht nur auf dem Klassenfoto gesucht, sondern auch auf dem aktuellen Stundenplan.

9 · Sperrlisten

Firmen, Domains, E-Mail-Adressen und LinkedIn-Profile, die nicht kontaktiert werden sollen, stehen auf Sperrlisten. Sie können aus dem CRM synchronisiert werden. Vor jedem Versand werden gesperrte Firmen und Personen aussortiert.

10 · Bounce-Check vor dem Versand

Bevor Leads in eine Kampagne übergeben werden, läuft in Paketen noch einmal eine frische E-Mail-Prüfung. Auf Wunsch gehen nur Adressen durch, die gültig und frisch geprüft sind. Ein Lead ohne sichere E-Mail kann trotzdem über LinkedIn erreicht werden.

11 · Versand und Überwachung

Nach dem Versand beobachten wir, ob Mails zurückkommen. Ein harter Bounce (Fehlercode 5xx) oder weicher Bounce (4xx) wird erkannt und eingeordnet. Die Folge: Die Sequenz für diesen Lead stoppt, er wird nicht in andere Kampagnen gezogen, und das Postfach bekommt einen Gesundheitswert. Steigt die Bounce-Rate über die Schwelle, wird das Postfach aus der Rotation genommen, damit der Absenderruf geschützt bleibt.

> **Ehrlich dazu:** Kein System ist perfekt. Wo ein Lead sich zwischen Prüfung und Versand ändert, hilft nur regelmäßiges Neu-Prüfen. Deshalb läuft die E-Mail-Prüfung wiederholt und nicht einmal für immer.

ZUM MITNEHMEN

10 Fragen an deinen Lead-Anbieter

1. Wie viele der gelieferten Entscheider sind belegt? Wo ist das Zitat, die Quelle?
2. Wie lange bleiben ausgeschiedene Personen in euren Daten?
3. Was bedeutet „zuletzt aktualisiert“ konkret: geprüft oder nur angefasst?
4. Wie viele Quellen gleicht ihr gegeneinander ab, oder gibt es nur eine?
5. Wie erkennt ihr Kleinstbetriebe und Randgesellschaften hinter dem Titel „CEO“?
6. Wie wird die E-Mail geprüft: nur Format oder beim Mailserver?
7. Was passiert mit Catch-all-Adressen?
8. Wie oft wird neu geprüft?
9. Was passiert mit einer Adresse nach einem Bounce?
10. Kann ich eine Stichprobe von 50 Kontakten selbst nachprüfen?

Was wir anders machen

Kombination statt Einzelquelle
Wir ziehen aus mehreren Datenquellen und gleichen sie gegeneinander ab. In unserem Test lag die Kombination vor jeder Einzelquelle.

Prüfung vor Versand
Rolle, Firma, E-Mail und Sperrlisten werden geprüft, bevor eine Person in eine Kampagne kommt.

NÄCHSTER SCHRITT

Wie gut sind deine Daten wirklich?

Wir schauen in einer Session gemeinsam auf deine Zielgruppe und deine aktuellen Lead-Daten: Wo stimmen Rolle, Firma und E-Mail, wo nicht, und was lässt sich mit mehreren Quellen und Prüfschritten verbessern? Konkret, ohne Verkaufsfolien.

Kostenfreies Erstgespräch buchen →

book.sales-automation.ai/marlon-pulat-1/kostenfreies-erstgespraech

DIE AUTOREN

VA

Vishal Arora
Head of GTM, Sales-Automation.ai

OL

Otto Lang
Co-Founder, Sales-Automation.ai

DIREKT MIT UNS SPRECHEN

TERMIN	book.sales-automation.ai/marlon-pulat-1/kostenfreies-erstgespraech
E-MAIL	otto@sales-automation.ai
WEB	sales-automation.ai
ANSCHRIFT	Sales Automation GmbH · Kürnbergstr. 28 · 81369 München

Methodik: Eigene Prüfung vom 26.10.2026, 680 Zielfirmen (DACH, 501+ Mitarbeitende), 1.119 Personen aus 2.426 Lieferungen, 4 Anbieter (Blitz, AI Ark, GetLeads, LeadOcean). Ergebnisse gelten für diese Stichprobe und diesen Zeitpunkt.