



HubSpot verstärkt Verpflichtung zum Klimaschutz mit neuem Netto-Null-Emissionsziel für 2040

Die Initiative zur Verfolgung wissenschaftlich basierter Ziele „Science Based Targets Initiative“ genehmigt die Emissionsminderungsziele von HubSpot mit Fokus auf Energieeffizienz, hybrides Arbeiten und Kollaboration mit Lieferunternehmen

Berlin, 22. November 2023 — Das Unternehmen [HubSpot](#), das wachsenden Unternehmen eine CRM-Plattform bietet, hat im Zuge seiner Klimaschutzmaßnahmen bekanntgegeben, dass seine kurz- und langfristigen auf wissenschaftlichen Erkenntnissen basierenden Emissionsreduktionsziele (SBTs) von der [Science Based Targets Initiative](#) (SBTi) genehmigt wurden. Im Rahmen der Validierung hat sich HubSpot verpflichtet, bis 2040 in seiner gesamten Wertschöpfungskette ein Netto-Null an Treibhausgasemissionen zu erreichen.

Mit der Bestätigung durch SBTi gehört HubSpot, das kürzlich von Newsweek zu einem der [umweltfreundlichsten Unternehmen Amerikas](#) ernannt wurde, **zu über 400 Unternehmen, die sich bereits dazu verpflichtet haben, bis zum Jahr 2040 Netto-Null-Emissionen zu erreichen.**

„Die Bestätigung unserer Ziele durch die Science Based Targets Initiative ist ein wichtiger Meilenstein unseres Klimaschutzprogramms auf dem Weg zu Netto-Null-Emissionen“, so Yogesh Chauhan, Director of ESG bei HubSpot. „Die Klimakrise erfordert kollektives Handeln und mutige Lösungen. Wir sind entschlossen, gemeinsam mit unserer Kundschaft, unseren Partnern und der gesamten Technologiebranche eine bessere Zukunft für kommende Generationen zu schaffen.“

Die bestätigten wissenschaftsbasierten Ziele von HubSpot, die unserer Verpflichtung zu Netto-Null-Emissionen bis 2040 nachkommen, sind:

Kurzfristige Ziele

- Reduzierung der absoluten Treibhausgasemissionen nach Scope 1 und 2 um 47 % bis 2030, ausgehend vom Basisjahr 2019
- Reduzierung der Treibhausgasemissionen für Geschäftsreisen pro Mitarbeiter/in nach Scope 3 um 55 % bis 2030, ausgehend vom Basisjahr 2019

- Sicherstellen, dass 70 % unserer Zuliefererunternehmen bei Ausgaben für Waren und Dienstleistungen sowie Investitionsgütern bis 2027 wissenschaftsbasierte Ziele verfolgen

Langfristige Ziele

- Reduzierung der absoluten Treibhausgasemissionen nach Scope 1, 2 und 3 um 90 % bis 2040, ausgehend vom Basisjahr 2019

Zur weiteren Verstärkung der Bemühungen erstreckt sich das Engagement von HubSpot nicht nur auf das eigene Unternehmen, sondern auch auf die Beziehungen zu Mitarbeitenden, Kundschaft, Partnern und Communities. **Das Engagement von HubSpot für Netto-Null umfasst drei Schlüsselbereiche:**

- **Nachhaltige Gebäudegestaltung:** HubSpot unternimmt konkrete Schritte, um die Ziele des Pariser Abkommens für Gebäude zu erreichen. Dazu gehören die Umstellung auf erneuerbare Energien, die Optimierung der Büroflächen, die Installation energieeffizienter Technologien und die Einführung von Nachhaltigkeitskriterien in neuen Mietverträgen für Gebäude. In Dublin produzieren die Solarmodule auf dem Dach des europäischen HubSpot-Hauptquartiers jährlich 16.000 kWh und erzeugen selbst an Regentagen eine beträchtliche Menge an grünem Strom.
- **Ressourcen für Mitarbeitende zur Reduzierung ihres ökologischen Fußabdrucks:** Mitarbeitende spielen eine wichtige Rolle bei der Erreichung von Nachhaltigkeitszielen. HubSpot ist bestrebt, ein Gleichgewicht zwischen der Vernetzung der hybrid arbeitenden Belegschaft und der Reduzierung des CO₂-Fußabdrucks der Mitarbeitenden zu schaffen.

Der dieses Jahr eingeführte „Kohlenstoffrechner“ von HubSpot zielt darauf ab, hybrides Arbeiten nachhaltiger zu gestalten, und hilft den Mitarbeitenden, ihren CO₂-Fußabdruck zu verstehen und zu reduzieren. Nach dem Auswerten der Ergebnisse des Rechners nahm sich HubSpot-Mitarbeiterin Cameron Bruns Ewing vor, energieeffizienter zu arbeiten, indem sie ihren Laptop und ihren Monitor jeden Abend ausschaltete und die Anzahl der Bildschirme reduzierte. Die Ergebnisse gaben Cameron die Möglichkeit, ihren Workflow zu überdenken und zu überlegen, wie sie ihre Emissionen reduzieren könnte, auch wenn das nur ein kleiner Schritt wäre.

- **Zusammenarbeit mit unseren Zuliefererunternehmen zur Reduzierung von Emissionen:** Um die Auswirkungen über das eigene Unternehmen hinaus zu steigern, arbeitet HubSpot [mit Zuliefererunternehmen](#) zusammen, die ähnliche Nachhaltigkeitsziele verfolgen, und ermutigt diese, ebenfalls wissenschaftlich basierte Ziele festzulegen, während sie mit ihrer Kundschaft und ihren Partnern ihre eigene Customer Journey überarbeiten.

Kristin Hostetter, Head of Sustainability von Outside Interactive, sagt: „Bei [Outside](#) steht Nachhaltigkeit an erster Stelle, wir haben uns verpflichtet, unseren CO₂-Fußabdruck zu reduzieren. Um dieses Ziel zu erreichen, konzentrieren wir uns auf die Emissionen unserer Geschäftstätigkeit und arbeiten eng mit unseren Zulieferern und Partnern zusammen, um mehr erneuerbare Energien in unsere Lieferkette zu integrieren. Als HubSpot-Kunde war es von unschätzbarem Wert, mehr über den Weg von HubSpot zu Netto-Null zu erfahren, da wir unseren eigenen Ansatz zur Emissionsreduzierung verfolgen.“

Das nächste Jahrzehnt ist für die Bewältigung der Auswirkungen des Klimawandels von entscheidender Bedeutung. HubSpot kann diese Aufgabe nicht allein bewältigen. HubSpot hat es sich zur Aufgabe gemacht, die neuesten Erkenntnisse der Klimawissenschaft zu verfolgen, Partnerschaften mit Unternehmen einzugehen, die die gleichen Ziele verfolgen, und die gewonnenen Erkenntnisse offen zu teilen. Das Unternehmen hofft darauf, andere zu inspirieren, ihre eigenen Klimaziele auf dem Weg zu einem gemeinsamen Netto-Null in Zukunft zu setzen.

Weitere Informationen über die Investitionen von HubSpot in den Klimaschutz und den Aufbau eines Unternehmens, auf das künftige Generationen stolz sein können, finden Sie im [Nachhaltigkeitsbericht 2023](#).

Bildmaterial

[Grafik Impact Report](#)

(Credit: HubSpot)

Über HubSpot

HubSpot (NYSE: HUBS) bietet Unternehmen eine Plattform, die sie beim Wachstum mit System unterstützt. HubSpot ermöglicht eine nahtlose Vernetzung für kundenorientierte Teams dank einer einheitlichen Plattform, die KI-gestützte Produkte, ein intelligentes CRM-System und eine vernetzte Umgebung mit über 1.400 App Marketplace-Integrationen, einem Community-Netzwerk und Schulungen der HubSpot Academy umfasst. Bereits über 194.000 Unternehmen (wie DoorDash, Reddit, Eventbrite oder Tumblr) in mehr als 120 Ländern nutzen die leistungsstarken Tools von HubSpot, um neue Kundinnen und Kunden anzuziehen, mit ihnen zu interagieren und sie zu begeistern.

HubSpot wurde von Glassdoor, Great Place to Work, Comparably, Fortune, Entrepreneur und Inc. für seine Unternehmenskultur ausgezeichnet. HubSpot wurde 2006 gegründet und hat seinen Hauptsitz in Cambridge im US-Bundesstaat Massachusetts. Das Unternehmen beschäftigt weltweit Tausende Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter, die teils in Büros und teils im Homeoffice arbeiten. Der deutsche Unternehmenssitz ist in Berlin.

Mehr auf www.hubspot.de und auf der [Presseseite](#)

Über SBTi

Die Science Based Targets Initiative ist eine Partnerschaft zwischen dem CDP, dem Global Compact der Vereinten Nationen, dem World Resources Institute (WRI) und dem World Wide Fund for Nature (WWF). Die SBTi definiert und fördert bewährte Verfahren zur Emissionsreduzierung und zum Erreichen von Netto-Null-Zielen im Einklang mit der Klimawissenschaft. Sie bietet Unternehmen, die sich wissenschaftlich fundierte Ziele setzen, technische Unterstützung und fachkundige Ressourcen sowie ein Expertenteam, das den Unternehmen eine unabhängige Bewertung und Validierung der Ziele ermöglicht.

Vorsichtige Formulierung von zukunftsgerichteten Aussagen

Diese Pressemitteilung enthält bestimmte „zukunftsgerichtete Aussagen“ im Sinne des Private Securities Litigation Reform Act von 1995, einschließlich Aussagen zu unserer Klimastrategie und unserem Ziel, eine CO₂-Bilanz von Netto-Null zu erreichen, zu unserem Ziel, unsere CO₂-Emissionen zu reduzieren, zu unseren Plänen für die Anwerbung und Bindung von Mitarbeitenden (auch im Hinblick auf unsere Connect4-Initiative), zu unseren Plänen für den Aufbau eines globalen End-to-End-Beschaffungsprozesses, zu unseren Plänen und Zielen in Bezug auf Datentransparenz und Kontrollinstrumente sowie zu anderen Aussagen zu unseren

ESG-Zielen, Verpflichtungen, Strategien, Ergebnissen und den damit verbundenen Auswirkungen auf unser Geschäft und unsere Stakeholder. Zu diesen zukunftsgerichteten Aussagen gehören unter anderem Pläne, Ziele, Erwartungen und Absichten sowie andere in diesem Bericht enthaltene Inhalte, bei denen es sich nicht um historische Fakten handelt, sowie Aussagen, die durch Wörter wie „erwarten“, „rechnen“, „beabsichtigen“, „planen“, „glauben“, „anstreben“, „schätzen“, „werden“, „Ziel“, „Plan“ oder Begriffe mit ähnlicher Bedeutung gekennzeichnet sind. Diese zukunftsgerichteten Aussagen spiegeln unsere gegenwärtige Auffassung über unsere Pläne, Absichten, Erwartungen, Strategien und Aussichten wider und beruhen auf den uns derzeit zur Verfügung stehenden Informationen sowie unseren Annahmen. Obwohl wir unsere Pläne, Absichten, Erwartungen, Strategien und Aussichten, wie sie in diesen zukunftsgerichteten Aussagen zum Ausdruck kommen, als angemessen einstufen, können wir nicht garantieren, dass diese Pläne, Absichten, Erwartungen oder Strategien auch eintreten oder erreicht werden. Die tatsächlichen Ergebnisse können erheblich von den zukunftsgerichteten Aussagen abweichen und werden von einer Vielzahl von Risiken und Faktoren beeinflusst, die sich unserer Kontrolle entziehen. Dies bezieht sich auch auf jene Risikofaktoren, die in den bei der US-Börsenaufsichtsbehörde SEC eingereichten Unterlagen genauer beschrieben sind, darunter unser Jahresbericht auf Formblatt 10-K für das am 31. Dezember 2022 endende Jahr, unser Quartalsbericht auf Formblatt 10-Q für das am 31. März 2023 endende Quartal, und nachfolgende Berichte, die wir bei der SEC einreichen. Die in dieser Pressemitteilung enthaltenen zukunftsgerichteten Aussagen geben nur unsere Ansichten zum Zeitpunkt der Veröffentlichung wieder und sollten nicht als Grundlage für unsere Ansichten zu einem späteren Zeitpunkt dienen. Wir verpflichten uns nicht, die in diesem Dokument enthaltenen zukunftsgerichteten Aussagen aufgrund neuer Informationen, zukünftiger Ereignisse oder anderer Umstände zu aktualisieren.

Pressekontakt

HubSpot

Anne-Kathrin Richter

Head of PR & Brand DACH

Tel.: +49 (0) 30 208486045

E-Mail: arichter@hubspot.com

Agentur Frau Wenk +++ GmbH

Tel.: +49 (0) 40 32904738-0

E-Mail: hubspot@frauwenk.de