

## Product Led Growth vs. Sales Led Growth

12.06.2026, 14:22 | IT, New Media & Software

Pressemitteilung von: *summ-it*

---



summ-it

**summ-it veröffentlicht eine Entscheidungshilfe für SaaS- und IT-Unternehmen, die zwischen produkt- und vertriebsgetriebenem Wachstum abwägen müssen.**

Stuttgart, [12.06.2026] – Die auf IT- und Software-Unternehmen spezialisierte B2B-Marketing-Agentur summ-it hat einen neuen Leitfaden veröffentlicht, der Entscheidern in SaaS- und Software-Unternehmen Orientierung bei einer zentralen strategischen Frage gibt: Setzt das Unternehmen auf Product Led Growth (PLG), Sales Led Growth (SLG) – oder ein hybrides Modell?

Die Wahl der Wachstumsstrategie hat weitreichende Folgen für Vertriebsstruktur, Marketing-Budget, Produktentwicklung und Skalierbarkeit eines Unternehmens. Bei Product Led Growth steht das Produkt selbst im Mittelpunkt: Nutzer erleben den Mehrwert direkt, meist über kostenlose Test- oder Freemium-Zugänge, und entscheiden eigenständig über ein Upgrade. Sales Led Growth setzt dagegen auf strukturierte Vertriebsprozesse, persönliche Beratung und individuelle Vertragsverhandlungen – ein Modell, das sich vor allem bei komplexen Enterprise-Lösungen mit langen Verkaufszyklen bewährt hat.

Der neue Leitfaden von summ-it stellt beide Ansätze anhand konkreter Vergleichskriterien gegenüber, darunter Time-to-Value, Customer Acquisition Cost (CAC), Annual Contract Value (ACV), Skalierbarkeit und typische Marketing-KPIs. Anhand bekannter Praxisbeispiele wie Slack, HubSpot und Salesforce wird gezeigt, wie unterschiedlich erfolgreiche SaaS-Unternehmen ihre Wachstumsstrategie ausgerichtet haben – und warum viele von ihnen heute auf ein hybrides

Modell setzen, bei dem das Produkt neue Nutzer gewinnt und der Vertrieb gezielt bei aussichtsreichen Accounts einsteigt.

"Viele IT-Unternehmen unterschätzen, wie viel Vorarbeit ein funktionierendes PLG-Modell erfordert. Das Produkt muss seinen Wert in Minuten beweisen. Wer das schafft, gewinnt einen enormen Skalierungsvorteil", erklärt Jochen Maier, Geschäftsführer von summ-it.

Der Leitfaden richtet sich insbesondere an Geschäftsführer, Gründer und Marketing- bzw. Vertriebsverantwortliche in SaaS- und IT-Unternehmen, die ihr aktuelles Wachstumsmodell überprüfen oder eine neue Go-to-Market-Strategie entwickeln möchten. Neben der ausführlichen Gegenüberstellung beider Modelle enthält der Beitrag eine Entscheidungshilfe, anhand derer Unternehmen anhand von Produkt, Zielmarkt und Vertragswert (ACV) das passende Modell für sich ableiten können, sowie einen FAQ-Bereich mit Antworten auf die häufigsten Fragen rund um PLG, SLG und Product Qualified Leads (PQL).

Der vollständige Leitfaden ist abrufbar unter: <https://summ-it.de/leads/product-led-growth-vs-sales-led-growth/>

## **summ-it**

Demetriusweg 5  
70563 Stuttgart  
Deutschland

## **Portrait**

B2B-Marketing für IT- & Softwareunternehmen mit summ-it

B2B-Marketing vom Ex-CMO eines international erfolgreich Softwareunternehmens – nicht von Marketing-Generalisten. Mit IT- und Software-Expertise, die komplexe Produkte verkauft statt nur bewirbt.

Brechen Sie zum Gipfel auf! Wir unterstützen Hidden Champions, mittelständische Firmen und internationale Konzerne immer mit dem Anspruch, den Bekanntheitsgrad & Erfolg zu steigern.

Wir haben den Mut zu innovativen Ideen, Lust auf neue Herausforderungen und die Erfahrung, crossmediale Kampagnen über alle Touchpoints entlang der Customer Journey zu bespielen.

Was uns auszeichnet? Unsere Expertise in Kombination mit unserem Ansatz, komplexe Produkte & digitale Workflows in ihrer Tiefe zu begreifen, und deren Nutzen & USPs herauszuarbeiten.

## **Pressekontakt**

summ-itDemetriusweg 5  
70563 Stuttgart  
Deutschland

JochenMaier (Geschäftsführer)

0711 184262-90

[jochen.maier@summ-it.de](mailto:jochen.maier@summ-it.de)

[summ-it.de/](https://summ-it.de/)

---

News-ID: 1314555 • Views: 140 (Stand: 27.06.2026)

Link zur Pressemitteilung:

<https://www.openpr.de/news/1314555/Product-Led-Growth-vs-Sales-Led-Growth.html>