



Usercentrics verzeichnet 100.000 zahlende B2B-Kunden aufgrund steigender Nachfrage nach Privacy-Led Marketing

München, 18. Februar 2025 - Usercentrics, das führende europäische Unternehmen für Datenschutztechnologien, hat bekannt gegeben, dass es aktuell mehr als 100.000 zahlende B2B-Kunden unterstützt. Diese steigende Nachfrage verdeutlicht den Trend, dass immer mehr Unternehmen auf eine Privacy-First-Strategie setzen, um sowohl den gesetzlichen Anforderungen als auch den wachsenden Erwartungen der Verbraucher gerecht zu werden.

Da Datenschutzgesetze inzwischen [fast 80 Prozent](#) der Weltbevölkerung betreffen, setzen Unternehmen zunehmend auf Privacy-Led Marketing, eine Strategie, die die Privatsphäre der Nutzer priorisiert, um sich von Mitbewerbern abzuheben und das Kundenvertrauen zu stärken.

Im Jahr 2025 werden mehrere neue Rechtsvorschriften in Kraft treten, die die globale Datenschutzlandschaft weiter prägen. Um dieser Entwicklung gerecht zu werden, setzen inzwischen über 600.000 Organisationen weltweit auf Usercentrics - und nutzen sowohl die Freemium- als auch seine kostenpflichtigen Produkte. KMUs sowie Großunternehmen wie beispielsweise die Daimler Truck AG oder Konica Minolta gehören zu den Unternehmen, die auf Usercentrics vertrauen, um der Nachfrage nach Privacy-Led Marketing gerecht zu werden.

Angesichts sich stetig wandelnder gesetzlicher Anforderungen und einem zunehmenden Verbraucherbewusstsein, konzentrieren sich Unternehmen vermehrt auf Privacy-first-Lösungen. Dies spiegelt sich auch im Rekordjahr 2024 von Usercentrics wider, das einen Umsatzanstieg von 65 Prozent im Vergleich zum Vorjahr verzeichnete und damit die zu Beginn des letzten Jahres veröffentlichte [Umsatzprognose](#) übertraf.

Usercentrics baut damit seine globale Marktführerschaft weiter aus und investiert derzeit in seine Expansion auf dem nordamerikanischen Markt, um der dort wachsenden Nachfrage nach Datenschutztechnologien nachzukommen.

„Unser Erfolg im Jahr 2024 ist das Resultat unseres starken Teams, der klaren Strategie und deren Umsetzung sowie der Transformation des Marktes“, sagt Donna Dror, CEO von Usercentrics. „Im Jahr 2025 wollen wir unseren starken Wachstumskurs fortsetzen. Mit Blick auf die Zukunft setzen wir auf Innovation und werden unsere Produkte weiterentwickeln sowie Partnerschaften ausbauen, um der wachsenden Nachfrage nach Privacy-first-Strategien weltweit nachzukommen.“

Presse-Kontakt: Hannah Sinz, Sr. PR Manager, pr@usercentrics.com



Über Usercentrics

Usercentrics ist ein weltweiter Marktführer für Datenschutz-Lösungen. Unsere Technologien ermöglichen unseren Kunden die einfache Verwaltung der Einwilligungen ihrer Nutzer für Websites, Apps sowie CTV.

Usercentrics unterstützt seine Kunden bei der Einhaltung von Datenschutzbestimmungen und ist in 195 Ländern auf mehr als 2,3 Millionen Websites und Apps aktiv. Wir haben mehr als 5.400 Partner und bearbeiten monatlich mehr als 7 Milliarden Nutzereinwilligungen. Erfahren Sie mehr auf usercentrics.com/de/.