



Usercentrics übertrifft 100 Mio. € Umsatzmarke und setzt als Datenschutz-Marktführer neue Maßstäbe im Privacy-Led Marketing

München, Deutschland, 15. Oktober 2025 – [Usercentrics](#) hat im August die Marke von 100 Millionen Euro (rund 17 USD) an wiederkehrendem Jahresumsatz (Annual Recurring Revenue) überschritten und damit ein profitables Wachstum von 45 Prozent gegenüber dem Vorjahr erzielt. Mit diesem Meilenstein steigt das Unternehmen in die „Centaur“-Liga auf: SaaS-Anbieter, die jährlich mehr als 100 Millionen Euro wiederkehrenden Umsatz erwirtschaften. Weltweit erreichen weniger als 200 private Firmen dieses Niveau. Der Centaur gilt inzwischen als aussagekräftigerer Indikator für Erfolg als Unicorn-Bewertungen, die häufig durch hohe Multiplikatoren verzerrt sind. Für Usercentrics ist dieser Schritt mehr als ein finanzieller Erfolg – er untermauert die Rolle als Vorreiter einer neuen Marketing-Ära: [Privacy-Led Marketing](#) – für Millionen von Nutzern weltweit bewährt und gestärkt durch Partnerschaften mit globalen Technologieanbietern wie Google, Amazon und Microsoft.

Privacy zahlt sich aus

Mit KI und steigenden Erwartungen wird Datenschutz zunehmend zum entscheidenden Vertrauensfaktor. Die globale Entwicklung ist eindeutig: [82 Prozent der Weltbevölkerung leben heute unter einer Datenschutzregulierung](#) (IAPP, 2025). Konsumenten reagieren klar – sie investieren nur dort, wo ihre Daten geschützt sind. Vertrauen ist damit zur härtesten Währung geworden. Laut der Cisco Data Privacy Benchmark Study 2025 [verzichten 95 Prozent der Kunden auf Käufe bei Unternehmen ohne ausreichenden Schutz](#). Datenschutz ist damit längst kein Compliance-Detail mehr, sondern ein geschäftskritisches Fundament.

„Datenschutz ist nicht nur Pflicht – er ist ein strategischer Wachstumsmotor“, sagt Donna Dror, CEO von Usercentrics. „Unser Anspruch geht weit über reine Compliance hinaus: Wir schaffen die Grundlage, auf der Vertrauen entsteht und genau dieses Vertrauen wird zum Treiber für nachhaltige Performance.“

Eine profitable globale Bewegung

Usercentrics verarbeitet monatlich über sieben Milliarden Einwilligungen auf 2,3 Millionen Websites und Apps – und ist damit globaler Marktführer im Aufbau digitalen Vertrauens. Das Unternehmen wächst profitabel weiter, getragen von soliden Rücklagen und einer klar fokussierten Geschäftsausrichtung.

Mit der Eröffnung eines neuen Nordamerika-Hauptsitzes in New York stärkt Usercentrics seine internationale Präsenz und beschleunigt die Verbreitung von Privacy-Led Marketing in den USA.

Innovation mit Integrität

Nach dem erfolgreichen Start seiner Server-Side-Tagging-(SST)-Plattform erweitert Usercentrics sein Portfolio. Ziel ist es, Unternehmen dabei zu unterstützen, einwilligungsbasierte Daten über Websites, mobile Apps, IoT-Geräte und KI-Schnittstellen zu



erfassen, aktivieren und zu messen. So gewinnen Marketer mehr Kontrolle und tiefere Insights – bei gleichzeitiger Performance und Vertrauen. Für die Zukunft plant Usercentrics zudem gezielte Zukäufe, um das Produktportfolio zu stärken und die nachhaltige Profitabilität weiter zu festigen.

Über Usercentrics

Usercentrics ist weltweit führender Anbieter von Datenschutzlösungen, hält den größten Marktanteil in seiner Branche und wächst profitabel. Mit seinen Lösungen unterstützt das Unternehmen Organisationen weltweit dabei, einwilligungsbasierte Nutzerdaten über Websites, Apps und vernetzte Plattformen zu erheben, zu verwalten und zu analysieren – und so sowohl die Einhaltung gesetzlicher Vorgaben als auch die Umsetzung von Privacy-Led Marketing zu ermöglichen. Mehr unter usercentrics.com

Pressekontakt: Hannah Sinz, pr@usercentrics.com