



Usercentrics, marktleider op het gebied van dataprivacy, realiseert jaaromzet van meer dan € 100 miljoen en maakt de weg vrij voor Privacy-Led Marketing

Amsterdam, 15 oktober 2025 – Usercentrics, een Europese onderneming die zich richt op privacytechnologie, heeft in augustus de grens van € 100 miljoen aan jaarlijkse terugkerende omzet (Annual Recurring revenue, ARR) overschreden. Dit betekent dat de onderneming ten opzichte van vorig jaar een winstgevende groei had van 45%, gerealiseerd dankzij de bijdrage van miljoenen gebruikers. Dankzij dit resultaat behoort Usercentrics tot de exclusieve categorie 'Centaur' – d.w.z. SaaS-bedrijven die jaarlijks meer dan € 100 miljoen aan terugkerende omzet genereren. Over de hele wereld zijn er minder dan 200 private ondernemingen die dit niveau hebben bereikt. De Centaur-status geldt steeds vaker als een betrouwbaardere graadmeter dan 'Unicorn'-ratings, die vaak kunstmatig hoog worden gehouden door hoge multiples op basis van relatief lage omzetten.

Deze mijlpaal bevestigt de toonaangevende positie van Usercentrics in het nieuwe tijdperk van [Privacy-Led Marketing](#) – vertrouwd door miljoenen gebruikers over de hele wereld en versterkt door strategische samenwerkingen met technologiepartners zoals Google, Amazon en Microsoft.

Privacy loont

Nu de ontwikkelingen op AI-gebied steeds sneller gaan en verwachtingen hoger liggen dan ooit, is de link tussen privacy en vertrouwen van cruciaal belang. De wereldwijde context verandert snel: [82% van de wereldbevolking valt inmiddels onder een vorm van dataprivacywetgeving](#) (IAPP, 2025). Als gevolg hiervan stemmen consumenten vaker met hun portemonnee en is vertrouwen de meest waardevolle valuta geworden. Uit [Cisco's 2025 Data Privacy Benchmark Study](#) blijkt dat maar liefst [95% van de klanten geen aankopen doet](#) bij organisaties die hun gegevens niet beschermen. Privacy is daarmee niet langer een compliance-vinkje, maar een fundamenteel bedrijfsprincipe.

"Privacy is veel meer dan alleen een formaliteit, het is een strategische voorwaarde voor groei", zegt Donna Dror, CEO van Usercentrics. "We zorgen niet alleen voor naleving, maar bouwen een fundament waar vertrouwen en dataprivacy de prestaties versterken."

Een winstgevende wereldwijde beweging

Usercentrics verwerkt maandelijks meer dan 7 miljard toestemmingen, afkomstig van 2,3 miljoen websites en apps en is daarmee wereldwijd marktleider op het gebied van digitaal vertrouwen. Het bedrijf is winstgevend en blijft groeien, gesteund door betrouwbare cashreserves en een strakke bedrijfsvoering.



Met een nieuw Noord-Amerikaans hoofdkantoor in New York versterkt Usercentrics zijn wereldwijde aanwezigheid en versnelt het de adoptie van Privacy-Led Marketing in de Verenigde Staten.

Innovatie met integriteit

Na de succesvolle lancering van het Server-Side Tagging-platform (SST) breidt Usercentrics zijn aanbod verder uit, zodat merken met toestemming gegevens kunnen verzamelen, activeren en meten via websites, mobiele apps, IoT-apparaten en AI-interfaces. Deze innovaties geven marketeers meer controle en inzicht, zonder concessies op het gebied van prestaties of vertrouwen.

Met het oog op de toekomst verkent Usercentrics doelgerichte fusie- en overnamekansen om zijn productecosysteem te versterken, uiteraard met behoud van winstgevendheid op de langere termijn.

Over Usercentrics

Usercentrics is wereldwijd marktleider op het gebied van dataprivacy-oplossingen, met het grootste marktaandeel en winstgevende groei. De oplossingen van Usercentrics helpen organisaties van over de hele wereld met het verzamelen, beheren en meten van gebruikersgegevens op basis van toestemming die verleend wordt via websites, apps en verbonden platforms. Zo ondersteunt de onderneming zowel compliance als Privacy-Led Marketing. Meer informatie: usercentrics.com

Press contact: Hannah Sinz, Sr. PR Manager, pr@usercentrics.com