

Sendinblue erreicht Zentaur-Status und strebt ein Annual Recurring Revenue von 1 Milliarde Euro bis 2030 an

Dank einer stabilen organischen jährlichen Wachstumsrate von 60 Prozent verzeichnet das SaaS-Unternehmen ein ARR von über 100 Millionen Euro – trotz Inflation und drohender Rezession

Berlin, 19.01.2023 – [Sendinblue](#), Europas führende All-in-One Plattform für digitales Marketing für kleine und mittelständische Unternehmen (KMU), hat die Marke von 100 Millionen Euro an jährlich wiederkehrenden Einnahmen (Annual Recurring Revenue, ARR) überschritten. Dadurch erreicht das Unternehmen kurz nach seinem zehnjährigen Jubiläum den exklusiven Zentaur-Status. Weltweit haben dies letztes Jahr nur etwa [160 private Cloud-Unternehmen](#) geschafft – und das bei einem positiven EBITDA.

Bis heute hat Sendinblue Investitionen in Höhe von 180 Millionen Euro erhalten. Die Series-B-Finanzierungsrunde im Oktober 2021 war mit 140 Millionen Euro bis zu diesem Zeitpunkt die höchste Fundraising-Runde einer All-in-One Marketing-Plattform in den USA und Europa. In den fünf Jahren seit der Series-A-Finanzierungsrunde im Jahr 2017 hat Sendinblue seinen Umsatz von 10 Millionen Euro ARR auf 100 Millionen Euro verzehnfacht.

Das Unternehmen hat sich in dieser Zeit von einer reinen E-Mail-Marketing-Lösung zu einer zuverlässigen Multichannel-Lösung weiterentwickelt und unterstützt heute über 500.000 Unternehmen in über 180 Ländern. Sendinblue verfügt inzwischen über eine Vielzahl an Funktionen: Neben der Marketing-Plattform inklusive Features für E-Mail- und SMS-Marketing, Marketing-Automatisierung, Landingpages, Chat und einer geteilten Inbox für WhatsApp-, Facebook-, Instagram- und E-Mail-Kampagnen fungiert sie ebenso als Sales-CRM-Plattform mit Transaktions-Mails. Zudem lässt sich Sendinblue mit mehr als 75 weiteren führenden Business Tools und Shop-Systemen integrieren, darunter Shopify, Wordpress, Zapier und Stripe. In den letzten 18 Monaten hat Sendinblue fünf Unternehmen übernommen – Metrilo, Pushowl, Chatra, Meetfox und Yodel.io – und verfolgt dabei das Ziel, zum One-Stop-Shop für Unternehmen zu werden, die mit ihren Kund:innen während der gesamten Customer Journey in Kontakt treten und bleiben wollen.

„Wir sind sehr stolz darauf, dass wir diesen bedeutenden Meilenstein unserer Unternehmensgeschichte innerhalb von zehn Jahren erreicht haben – insbesondere angesichts der derzeitigen turbulenten Lage in der Tech-Branche. Wir wissen, dass sich unsere Kund:innen Stabilität bei ihren Technologiepartnern wünschen und möchten uns daher für ihr großes Vertrauen und ihre langjährige Unterstützung bedanken“, sagt Armand Thiberge, Gründer und CEO von Sendinblue. „Die Ziele für unsere nächste Wachstumsphase sind ehrgeizig: Wir möchten unseren Umsatz bis 2030 verzehnfachen. Dabei wird unser Schwerpunkt zum einen auf dem Ausbau unseres US-Geschäfts liegen, zum anderen werden wir uns auf die große Nachfrage größerer Unternehmen nach kosteneffizienten, aber gleichzeitig leistungsstarken Marketing- und CRM-Lösungen im Mid-Market-Segment konzentrieren. Weltweit wird der Marktumsatz für CRM-Tools für 2021 auf 51,5 Milliarden US-Dollar geschätzt. Wir sind zuversichtlich, dass wir mit unseren einfachen End-to-End-Lösungen sowie unseren nahtlosen Integrationen mit anderen Plattformen einen hohen Marktanteil in den USA erobern und unser Umsatzwachstum beschleunigen werden.“

„Abgesehen von unseren Wachstumsambitionen in den USA, bleibt insbesondere der deutsche Markt für Sendinblue einer der wichtigsten strategischen Zielmärkte. Hier spielt natürlich das Thema Datenschutz immer eine große Rolle“, sagt Maximilian Modl, CEO von Sendinblue Deutschland. „Wir haben in den vergangenen Jahren die Marktführerschaft in Europa erlangt. Diese Position wollen wir in Zukunft weiter festigen und in allen Marktsegmenten bedeutend an Boden gewinnen. Das erreichen wir einerseits durch ein erstklassiges Produkt und Preis-Leistungsverhältnis, andererseits durch Compliance mit der Europäischen Datenschutzrichtlinie.“

Zwar ist das ausgegebene Ziel von einer Milliarde Euro ARR ambitioniert, die Marktindikatoren zeigen jedoch ein kontinuierliches Wachstum auf, da es durch die weiterhin hohe Nachfrage der Kund:innen nach den richtigen Marketing- und CRM-Tools getrieben wird. Laut [Vantage Market Research](#) wird der globale Markt für Customer Relationship Management bis zum Jahr 2028 voraussichtlich 106,6 Milliarden US-Dollar erreichen und dabei eine jährliche Wachstumsrate (Compound Annual Growth Rate, CAGR) von 12,9 Prozent aufweisen.

Neben dem Zentaur-Status hat Sendinblue auch weitere wichtige Meilensteine erreicht:

- **Über 500.000 aktive Kund:innen** (ein jährliches Wachstum von 20 Prozent)
- **Über 700 Mitarbeitende** weltweit (ein jährliches Wachstum von 30 Prozent)
- **Sieben neue Niederlassungen** in Berlin, Paris, Sofia, Seattle, Toronto, Bengaluru und Noida
- **Gewinn zahlreicher Auszeichnungen**, einschließlich Top 100 Software Company durch The Software Report (TSR), MarTech Breakthrough Award: Best Overall Marketing Automation Platform in 2022, G2: Leader Winter 2022, Leader Enterprise Winter 2022, Best Results Mid-Market 2022, Best Software Awards: Top 50 Marketing Products, Best Software Awards: Top 100 Fastest Growing Products, Cloud Ecosystem Award: SaaS Leader 2022
- **Erweiterung des Führungsteams** durch Yvan Saule als Chief Technology Officer, Laure Rudelle Arnaud als Chief People and Impact Officer sowie Olivier Legrand als Chief Operating Officer
- **Ein stetiges organisches Umsatzwachstum** (60 Prozent CAGR) bei weiterhin positiven EBITDA

Über Sendinblue

Sendinblue zählt zu Europas führenden All-in-One-Softwareanbietern für digitales Marketing und CRM. Die SaaS-Lösung unterstützt kleine und mittlere Unternehmen, Start-ups und Einzelunternehmer:innen dabei, über sämtliche digitalen Kanäle Beziehungen zu ihren Kund:innen aufzubauen und dadurch ihr Wachstum zu steigern. Zum Angebotsportfolio von Sendinblue gehören DSGVO-konformes Direktmarketing via E-Mail, SMS und Chat sowie Marketing Automation und Customer Relationship Management. Das Unternehmen wurde 2012 in Frankreich gegründet und fusionierte 2019 mit dem deutschen Anbieter Newsletter2Go. Sendinblue hat seinen Hauptsitz in Paris mit Büros in Berlin, Seattle, Noida, Bengaluru, Sofia und Toronto und beschäftigt über 700 Mitarbeitende. Das Produktsortiment wird von mehr als 500.000 aktiven Kund:innen in 180 Ländern genutzt. Das deutsche Geschäft von Sendinblue wird von Maximilian Modl geleitet.