

## Brevo-lution: Sendinblue wird Brevo

Neuer Name, neues Branding, neue Positionierung – Sendinblue zeigt sich ab sofort in neuem Brand-Gewand und reagiert auf die sich wandelnden Verbraucherpräferenzen und Bedürfnisse digitaler Unternehmen

**Berlin, 04. Mai 2023** – Die führende All-in-One Marketing- und Sales-Plattform, ehemals Sendinblue, nennt sich ab sofort [Brevo](#) und unterzieht sich einem vollständigen Rebranding. Mit der Neupositionierung möchte Brevo Unternehmen jeder Größe eine Plattform für ganzheitliche Kundenerlebnisse bieten, um langfristiges und nachhaltiges Wachstum zu ermöglichen.

### Von der E-Mail-Marketing-Software zur ganzheitlichen CRM-Suite

Die Art und Weise, wie Unternehmen heute mit Verbraucher:innen interagieren, hat sich durch die Digitalisierung tiefgreifend [verändert](#). Konsument:innen erwarten von Unternehmen eine personalisierte Kommunikation, maßgeschneiderte Angebote und einen exzellenten Service. Das bedeutet für Unternehmen, in die richtige Technologie zu investieren, um langfristige Kundenbeziehungen in großem Umfang aufzubauen. Aus diesem Grund bietet Brevo ganzheitliche Marketing- und CRM-Tools, die auf einer Plattform zusammengefasst sind und die Kund:innen dort abholen, wo sie sind – in Echtzeit und über alle Kanäle hinweg. Seit seiner Gründung 2012 hat sich Sendinblue von einer reinen E-Mail-Marketing-Software zu einer ganzheitlichen CRM-Suite weiterentwickelt und ist über seinen Namen hinausgewachsen. Das Rebranding und die Umbenennung zu Brevo spiegelt diese Transformation wider.

„Die Veränderungen in unserer Branche sowie die Bedürfnisse von Verbraucher:innen haben dazu geführt, dass wir innovativ bleiben und uns weiterentwickeln. Wir wollen Unternehmen auch in schwierigen Zeiten dazu befähigen, erfolgreich zu sein und zu wachsen“, sagt Armand Thiberge, Gründer und CEO von Brevo. „Mit Brevo reagieren wir auf die steigende Nachfrage mit einer ganzheitlichen und erschwinglichen Lösung, die Kundenbeziehungen und Geschäftswachstum gleichermaßen fördert. Für uns ist es daher eine natürliche Evolution von einer reinen E-Mail-Marketing-Lösung hin zu einer ganzheitlichen CRM-Suite. Die Umbenennung zu Brevo ist ein besonderer Meilenstein in unserer zehnjährigen Unternehmensgeschichte. Wir möchten dabei helfen, unsere digitale Wirtschaft zu stärken. Aus diesem Grund haben wir uns für den Namen Brevo entschieden, da er Positivität vermittelt und eben jene Unternehmen für ihr Engagement zelebriert. Er ist ein Aufruf zu Optimismus und Wachstum an unsere Kund:innen.“

### Brevo steht für Wachstum und nachhaltige Kundenbeziehungen

„Das übergeordnete Ziel des Rebrandings war es, sich in einem gesättigten Markt mit einem einzigartigen Branding abzuheben, das auch unsere Persönlichkeit hervorhebt. Kernelement des neuen Messagings und Visual Brandings ist das Thema 'Wachstum', das sich im neuen Logo, in allen anderen grafischen Elementen sowie unserer Sprache widerspiegelt und ist eine logische Fortsetzung unserer Mission. Die Linienführung ist von der organischen Gestalt wachsender Bäume inspiriert und wird durch die grüne primäre Farbpalette unterstrichen. Die sekundären Farben stehen jeweils für einen unserer Produktbereiche und sollen die Wiedererkennung erleichtern,“ fügt Miri Blum, Global Vice President of Marketing, hinzu.

In einer Welt, in der Marketing den gesamten Kundenlebenszyklus umfasst, steht Brevo für beständige Kundenbeziehungen mit echten Menschen statt schnellen Verkäufen und ermöglicht



Ehemals **sendinblue**

dadurch langfristiges Wachstum. Mit der neuen Identität garantiert das Unternehmen zudem das beste Preis-Leistungs-Verhältnis, zuverlässigen Kundensupport in sechs Sprachen sowie konsequente Einhaltung höchster Datenschutzstandards und DSGVO-Konformität.

In den letzten 18 Monaten verzeichnete Brevo durchgehend positive EBITDA sowie ein jährliches Wachstum von 40 Prozent. Zudem hat Brevo sechs Unternehmen akquiriert – Chatra, Metrilo, PushOwl, Yodel.io, Captain Wallet und MeetFox – um schneller auf Kundenbedürfnisse nach neuen Funktionen eingehen zu können. Brevo hat große Pläne für die Zukunft: Bis 2030 möchte Brevo seinen Umsatz (ARR) auf eine Milliarde Euro steigern und sich darauf konzentrieren, den Bedarf von Unternehmen nach starken und langfristigen Kundenbindungsinstrumenten zu decken.

Weiterführende Informationen und Ressourcen finden Sie auf [brevo.com](https://brevo.com).

###

## Über Brevo

Brevo, ehemals Sendinblue, ist die führende CRM-Suite für Unternehmen, die langfristige Kundenbeziehungen aufbauen möchten, um in einer sich schnell verändernden digitalen Welt expandieren zu können. Brevo bietet eine einheitliche Sicht auf die Customer Journey mithilfe einer einfach zu bedienenden Plattform. Zum Angebotsportfolio von Brevo gehören intuitive und skalierbare Marketing- und CRM-Tools wie E-Mail, SMS, WhatsApp, Chat, Marketing Automation, Meetings und vieles mehr. Mehr als 500.000 Unternehmen in 180 Ländern – darunter Sodexo, Louis Vuitton, Carrefour, eBay und Michelin – vertrauen auf die zuverlässigen Lösungen und die mehr als 75 Integrationen zu anderen Tools, um unvergleichliche Kundenerlebnisse zu schaffen, Kosten zu senken und den Umsatz zu steigern. Brevo beschäftigt weltweit mehr als 700 Mitarbeitende an seinem Hauptsitz in Paris sowie Niederlassungen in Berlin, Wien, Seattle, Toronto, Noida, Bangalore und Sofia. Maximilian Modl leitet das deutsche Geschäft von Brevo. Weitere Informationen finden sich auf [www.brevo.com](https://www.brevo.com).