



RÜCKBLICK AUF 2020/AUSBLICK AUF 2021 : Die europäische Suchmaschine auf Erfolgskurs

Neuilly-sur-Seine, 6. April 2020 - Die im Jahr 2020 eingeleitete Strategie von Qwant, sich wieder auf das Kerngeschäft der Websuche zu konzentrieren, zeigt vielversprechende Ergebnisse und Perspektiven. **CEO Jean-Claude Ghinozzi, präsentiert das erneuerte Qwant und kündigt 2021 als Jahr der Entwicklung und Expansion an.**

„Wir bieten eine europäische Suchmaschine an, die technologisch und wirtschaftlich solide ist. Unser Fokus liegt auf Datenschutz, Privatsphäre sowie unverfälschten und relevanten Ergebnissen. Eine Einstellung, die sowohl notwendig als auch möglich ist. Unsere Ergebnisse für 2020 und der Ausblick auf 2021 ist sehr ermutigend. Wir stärken die Position von Qwant als echte europäische Alternative zu den großen Datenkraken“, so Ghinozzi.

Um 34 % mehr Suchanfragen

Qwant hat im vergangenen Jahr ein deutliches Wachstum des Suchanfragenvolumens verzeichnet: Im Jahr 2020 wurden 2,7 Milliarden Suchen über die europäische Datenschutzsuchmaschine Qwant durchgeführt, während es im Jahr 2019 1,9 Milliarden waren. Das entspricht einem Wachstum von 34 %.

Deutliche Umsatzsteigerung im Suchmaschinen-Segment

Laut SRI und UDECAM wuchs der digitale Werbemarkt in Frankreich im Jahr 2020 im Bereich Suche um 3 % und im Bereich Display um 2 %. Dass die Wirtschaftskrise den digitalen Werbemarkt hart getroffen hat, beweisen die Zahlen aus den Jahren 2013 bis 2019 – in diesem Zeitraum wuchs er um mehr als 13 %.

Trotz der schwierigen Rahmenbedingungen konnte Qwant den **Bruttoumsatz um 34 % steigern**: Von 6,3 Millionen Euro im Jahr 2019 auf 8,3 Millionen Euro im Jahr 2020 – das entspricht einem Nettoumsatz von 7,5 Millionen Euro im Jahr 2020 (laut Jahresabschluss vom April 2021).

Ohne die negativen Auswirkungen der Pandemie, die besonders die Reise-, Tourismus- und Gastronomiebranche, aber auch den Mode-, Gesundheits-, Kosmetik- und den Automobilsektor getroffen haben, hätte die Suchmaschine Qwant ein geschätztes Umsatzwachstum von 75 % erreichen können.

Verluste in nur einem Jahr halbiert

Im Jahr 2019 meldete Qwant noch Verluste in Höhe von 23,5 Millionen Euro. Der im Jahr 2020 erfolge Umsatzanstieg, der vollständige Restrukturierungsplan und die strategische Neuausrichtung auf das Kerngeschäft – die Websuche – machten sich bezahlt: Die Verluste für 2020 haben sich fast halbiert und liegen nur noch bei geschätzten 13 Millionen Euro.

Im selben Zeitraum wurden 30 % Einsparungen bei den Fixkosten und den nicht-strategischen Kosten der Gruppe erreicht.

Zwei Rekordmonate im November und Dezember 2020

Mit **38% bzw. 34% Wachstum im November und Dezember 2020**, erlebte Qwant zwei Rekordmonate in Bezug auf den Umsatz und erzielte einen **Bruttoumsatz von mehr als 1 Million Euro pro Monat** und ist damit dem monatlichen Break-Even-Point sehr nahe.

Erwarteter Umsatz-Anstieg in Europa

13 % des Umsatzes im Jahr 2020 werden voraussichtlich aus unserer europäischen Präsenz stammen (ohne Frankreich). Im Vergleich zu den 8 % im Jahr 2019 ist das ein Anstieg von 59 %, der das Bedürfnis der europäischen User nach einem alternativen „Privacy First“-Angebot widerspiegelt. Ein Bedürfnis, das Qwant in jeder Hinsicht erfüllt.

Für 2021 erwarten wir ein weiteres deutliches Wachstum unserer Userzahlen in ganz Europa, insbesondere in Deutschland und ein deutlich zweistelliges Wachstum unseres Umsatzes und des Suchvolumens.

Unsere aktuellen monetarisierbaren monatlichen Abfragen liegen bei über 200 Mio. pro Monat, bis Ende 2021 wollen wir durch Audience-Development ein Volumen von 300 Mio. monatlichen Suchanfragen erreichen und unsere Monetarisierung erheblich verbessern.

Fundraising von mindestens 20 Mio. Euro

Investoren zeigen zunehmend Interesse an Qwant. Um das Wachstum – insbesondere im Ausland – zu beschleunigen, wird Qwant mindestens 20 Millionen Euro von privaten und industriellen Investoren und Finanziers erhalten und damit die Technologie und Infrastruktur weiterentwickeln und stärken. Diese Maßnahmen stellen das Wachstum in Frankreich sicher und sorgen dafür, dass die steigende Nachfrage im deutschen Markt befriedigt werden kann.

Projekt Phoenix – die technologische Erneuerung von Qwant

In den letzten 12 Monaten haben wir das Projekt Phoenix, die technologische Erneuerung von Qwant konzipiert und gestartet. Diese neue Version ist das Ergebnis einer langen Entwicklungsarbeit des Qwant-Teams. Die erste von mehreren Verbesserungsschritten spiegelt unsere großen Anstrengungen wider, die wir unternommen haben und weiterhin unternehmen, um die Technologie unserer Suchmaschine zu überarbeiten. Das Ziel ist, unseren Usern eine optimale

User-Experience zu bieten. Der schrittweise Rollout des neuen Qwant-Designs startete am 23. März 2021 und verlief perfekt. Das Ergebnis der Neugestaltung und UX-Verbesserung 2021 wird ergonomischer, ästhetischer und „mobile first“ sein.

Mit dieser notwendigen technologischen Überarbeitung wurde die Positionierung von Qwant gestärkt. An unseren Grundwerten ändert sich nichts: Respekt vor der Privatsphäre, Schutz der persönlichen Daten und Fördern eines ethischen, neutralen und umfassenden Internet sind die Grundlagen, auf denen Qwant seit Beginn basiert. Diese Werte stehen im Mittelpunkt all unserer Entwicklungen, mit denen wir unseren Usern eine immer effizientere und verantwortungsvollere Suchmaschine bieten.

Breit angelegte Kampagne zur Kommunikation und User-Gewinnung, um unsere Marke in Deutschland zu etablieren.

Ende Dezember 2020 starteten wir eine groß angelegte Multi-Channel-Werbekampagne im Wert von 10 Millionen Euro, die derzeit in Publikationen des Axel-Springer-Konzerns (einer der Hauptaktionäre des Unternehmens) aktiv ist. Die Kampagne läuft in den überregionalen Publikationen Welt und Bild und in 32 lokalen und regionalen Ausgaben.

Bis 2021 wird Qwant 60% der deutschen Bevölkerung, also fast 50 Millionen Menschen, mit einem positiven, angstfreien Ton erreichen, insgesamt rechnen wir mit 850 Millionen Sichtungen unserer Werbeanzeigen.

Verbatim

„2020 war ein Schlüsseljahr für Qwant“, sagt Jean-Claude Ghinozzi, CEO von Qwant (seit Januar 2020).

„In diesem Jahr wurden mehrere wichtige Meilensteine erreicht, da immer mehr Personen, aber auch Unternehmen wie AG2R, oder der Einsatz von Qwant auf den Desktops der französischen Verwaltung, die Anzahl Qwant-User ansteigen lassen. Strategische Partnerschaften mit wichtigen Playern wie Huawei, HTC und Samsung sowie mit den größten Webbrowsern haben auch die Akzeptanz der Suchmaschine weltweit beschleunigt“, so Jean-Claude Ghinozzi weiter.

„Es stand viel auf dem Spiel, und diese sehr guten Ergebnisse, die in einem sehr schwierigen Umfeld erzielt wurden, bestätigen, dass die getroffenen strategischen Entscheidungen, beginnen, Früchte zu tragen.

Ohne den unermüdlichen Einsatz der bestehenden Teams und den Beitrag der talentierten Menschen, die zu uns gestoßen sind und das Team verstärkt haben, hätten wir unsere Ziele nicht erreichen können. Das Jahr 2021 hat trotz der starken wirtschaftlichen Unsicherheiten in vielen Bereichen, die sich auf die digitale Werbung auswirken, gut begonnen. Wir werden weiter daran arbeiten, Qwant zu einem wichtigen Akteur bei der Entwicklung des Internet zu machen und mit all unserer Kraft zu einer besseren Welt beizutragen.“, schließt Jean-Claude Ghinozzi.

Über Qwant

Qwant, in Frankreich entwickelt und betrieben, ist die erste europäische Datenschutz-Suchmaschine mit eigener Indizierungstechnologie. Qwant schützt die Privatsphäre der User, indem Sie im Gegensatz zu den größten Suchmaschinen auf dem Markt keine Tracking-Cookies für Werbezwecke installiert, keine Daten über die User sammelt und keine Suchanfragen speichert. Mit seiner anwenderfreundlichen Benutzeroberfläche, die viel Raum für Ergebnisse lässt, ermöglicht Qwant die umfangreiche Suche im Internet und in sozialen Netzwerken und garantiert absolut neutrale Suchergebnisse. Qwant behandelt alle indizierten Websites und Dienste ohne jegliche Diskriminierung und ohne die Reihenfolge der Ergebnisse zu beeinflussen.

Weitere Informationen finden Sie auf <https://www.qwant.com>

Presse-Kontakt:

Service Presse | press@qwant.com

Sébastien Ménard | +33 (0)6 76 95 31 01 | s.menard@qwant.com