

## PRESSEMITTEILUNG

*Titel: Ganz Deutschland fragt sich was ein Jumpsuit ist*

**Hamburg, 24.05.2011: Die gestrige „Wer wird Millionär?“ Sendung lies Kandidat und Zuschauer an einer Modefrage verzweifeln. Während der Kandidat noch auf dem Stuhl zitterte, verzeichnete das Social Shopping Portal smatch.com rekordverdächtige Suchanfragen auf den Begriff Jumpsuit.**

Matthias T. wird bei der 4.000 Euro Frage der gestrigen „Wer wird Millionär?“ Sendung mit folgender Frage konfrontiert: Wer weiß wohl am ehesten, was mit einem Jumpsuit gemeint ist? Der 31-jährige war überzeugt von seiner bereits eingeloggten Antwort des „Stabhochspringers“ – trotz Günther Jauchs mehrmaliger kritischer Nachfrage. In der anschließenden Werbepause wurde den Fernsehzuschauern ebenfalls die Möglichkeit gegeben, diese Frage für 5.000 Euro per SMS zu beantworten. Dies löste bei allen nicht *Fashion Victims* die Internetrecherche nach dem Begriff „Jumpsuit“ aus.

Gegen 21:00Uhr schallte das Suchaufkommen des Begriffs Jumpsuits auf smatch.com um das fast 30-fache nach oben, von durchschnittlich 100 Suchanfragen am Tag auf 2.837. Dieser Zusammenhang musste in der täglichen Routine der Marketing Abteilung von smatch.com erst einmal erkannt werden. Denn wer rechnet schon damit, dass ein einteiliger Hosenanzug für Frauen durch eine Quizshow an Popularität gewinnt und einem Zuschauer der „Wer wird Millionär?“ Sendung zu 5.000 Euro verhilft.

Wenn Sie sich immer noch fragen, wovon hier eigentlich die Rede ist, dann schauen Sie doch einfach mal vorbei: [www.smatch.com/suche/jumpsuit/cat/Bekleidung/](http://www.smatch.com/suche/jumpsuit/cat/Bekleidung/)

## **über smatch.com:**

smatch.com ist die führende Produktsuche für die Segmente Mode, Wohnen und Lifestyle. Sie unterstützt den User bei der Produktsuche im Internet und führt ihn schnell zum passenden Produkt.

smatch.com führt das Produktportfolio von über 700 Onlineshops und präsentiert damit über zwei Millionen Produkte und mehr als 10.000 Marken auf einem Portal. Die direkte Produktsuche wird dabei mit Social-Shopping Komponenten kombiniert. Technische Preisvergleichsfunktionen sind ebenso ein Teil des Konzepts wie persönliche Produktempfehlungen und dienen dem User als hilfreiche Orientierung beim Online-Kauf. Die Entwicklung innovativer Tools macht smatch.com zum Vorreiter in Sachen Social Commerce, für die das Unternehmen bereits mehrfach ausgezeichnet wurde. Partnershops profitieren von der E-Commerce Affinität, einer kontextsensitiven Einbindung ihrer Produkte und fortschrittlichen Lösungen, wie beispielsweise der Facebook Storefront oder dem Shop the Style Widget.

smatch.com ist eine Shoppingplattform der Hamburger shopping24 GmbH, eine innerhalb der Otto Gruppe eigenständig agierende Tochtergesellschaft.

Weitere Informationen unter: [www.presse.smatch.com](http://www.presse.smatch.com)

## **Pressekontakt smatch.com:**

Sarah Walter  
Wandsbeker Straße 3-7  
22172 Hamburg

Phone: 040-6461-8767  
Mail: [sarah.walter@smatch.com](mailto:sarah.walter@smatch.com)