

smatch: Shopping-Innovation für Mode, Wohnen und Lifestyle

- Start der Beta-Phase nach intensiver Entwicklungszeit durch junges Team aus der Otto Gruppe

- smatch will erste Adresse für Produktsuche und –empfehlung bei Mode, Wohnen und Lifestyle werden

- Personalisierung und Vernetzung der User mit dem Ziel, für jeden Nutzer bessere Suchergebnisse zu erzielen

Hamburg, 18.10.2007 – smatch.com, die neue Adresse für Produktsuche und -empfehlung in den Bereichen Mode, Wohnen und Lifestyle, startet heute in die Beta-Phase. Ziel ist es, für alle Internet-Kunden die erste Anlaufstelle für den Einkauf in den drei Produktbereichen zu werden. smatch soll nicht nur einen Überblick über Sortimente liefern, sondern gleichzeitig dem individuellen Geschmack eines jeden Users gerecht werden. Kernstück von smatch ist daher eine leistungsstarke Suchfunktion, die schnell, einfach, zuverlässig und absolut unabhängig das Angebot vieler Hundert spezialisierter Shops durchsucht, deren Produkte optisch in den Mittelpunkt rückt und zusammen mit allen wichtigen Informationen präsentiert. Darüber hinaus tragen Web 2.0-Elemente wie die Zuweisung von Stichworten zu Produkten (Tagging) sowie diverse Empfehlungs- und Community-Features (Social Shopping) zu einem emotionalen Einkaufserlebnis bei. smatch ist derzeit mit der Kombination aus Suche, Empfehlung und Social Shopping in den Bereichen Mode, Wohnen und Lifestyle weltweit einzigartig. Neben bekannten Modemarken wie TOM TAILOR stellen auch kleinere Shops wie z.B. der Hamburger Onlineshop Clear Cut Case (Streetwear) ihre Angebote vor. Die Produktvielfalt wird durch zahlreiche neue Shops in den kommenden Monaten stark erweitert – dadurch entsteht der umfassendste Überblick über Mode-, Wohn- und Lifestyle-Produkte.

smatch setzt auf die mit der Personalisierung und Vernetzung verbundenen Vorteile des Internets, um dem Nutzer individuell passende Produktempfehlungen zu liefern. Dies ist besonders hilfreich bei Produkten, bei denen es stark auf den individuellen Geschmack des Einzelnen ankommt. Ganz klassisch kann der User die Produkte durch

Eingrenzung von Kriterien wie Alter/Geschlecht, Marke und Preis filtern, aber auch von anderen Usern angelegte Listen ansehen. Außerdem erlaubt die Plattform dem Nutzer beispielsweise das Hinterlegen von Lieblingsmarken und -shops im eigenen Profil, um automatisch über neue Angebote informiert zu werden.

Im typischen Web 2.0-Stil werden den Produkten von den Usern Tags zugewiesen. Diese ermöglichen einen weiteren hilfreichen Zugang zum Produkt. Auch Freunde können die aktuelle Produktauswahl unterstützen – smatch ermöglicht es, das ausgewählte Party-Outfit oder die Wunsch-Kücheneinrichtung vor dem Online-Kauf zum Beispiel an die beste Freundin zu senden und von dieser bewerten zu lassen. Außerdem ist die Bewertung durch die Community möglich – so kann der User zum echten Trendsetter avancieren. Durch den gegenseitigen Austausch mit alten und neuen Bekannten entsteht ein persönliches Netzwerk jedes smatchers, das für jede Produktkategorie passende und stets aktuelle Empfehlungen liefert. Der individuelle Geschmack des Einzelnen steht dabei immer im Mittelpunkt.

Die beste Produktsuche und ideale, individuelle Produktempfehlungen für jeden Nutzer – diese Vision will das junge Team unter der Leitung von Dr. Björn Schäfers durch die Einbindung vieler weiterer Onlineshops, die Optimierung der unterschiedlichen Suchfunktionen und die Einbindung der User umsetzen.

„Wir konzentrieren uns ganz bewusst auf die Bereiche Mode, Wohnen und Lifestyle, da diese von den Nutzern auch im Internet immer stärker nachgefragt und viele Potenziale in diesen Sortimenten noch nicht ausgeschöpft werden“, kommentiert **Dr. Björn Schäfers, Geschäftsführer der shopping24 GmbH und verantwortlich für smatch.**

„Wir sind mit der Beta-Version von smatch nach intensiver Entwicklungszeit frühzeitig an den Markt gegangen und möchten die Seite mit Hilfe der Community Schritt für Schritt weiterentwickeln.“

Über smatch.com

smatch ist eine im Oktober 2007 gestartete Plattform für Mode, Wohnen und Lifestyle, die direkte Produktsuche mit Social-Shopping-Komponenten (Produktempfehlung) verbindet und zur ersten Adresse für die Produktsuche und -empfehlung in den Bereichen Mode, Wohnen und Lifestyle werden soll. smatch ist die zweite Shoppingplattform der Hamburger shopping24 GmbH, eine innerhalb der Otto Gruppe eigenständig agierende Tochtergesellschaft.

Weitere Informationen: <http://www.smatch.com>

Pressekontakt:

Nele Henning, Telefon: +49 (0) 40 -64 61 -87 67, Fax: -7879, E-Mail:
nele.henning@smatch.com