Tinder Newsroom

Tinders Swipe Night® Erlebnis ist wieder da mit einer Murder Mystery-Story und noch mehr Möglichkeiten zum Match-Making

Weltweiter Launch am 7. November um 18 Uhr, nur auf Tinder

Tinder Swipe Night

Los Angeles, 1. November 2021 - Am 7. November um 18 Uhr kehrt die Emmy-nominierte In-App Experience Swipe Night mit einer neuen Story zurück. Diesmal sind die Tinder-Mitglieder dazu eingeladen, sich einer Gruppe von Freunden an einem Geburtstagswochenende anzuschließen, mit fatalem Ausgang. Aus der Ich-Perspektive gefilmt, stehen bei Swipe Night: Killer Weekend die Tinder-Mitglieder im Mittelpunkt des Geschehens und werden selbst zu Verdächtigen. Drei Wochen lang läuft Swipe Night im neu gelauchten Explore-Hub und das weltweit in 25 Ländern.

Wie schon bei der ersten Swipe Night steuern die Teilnehmer mittels Swipe die Geschichte und entscheiden, wie sich die Story entwickelt. In jeder Episode müssen sie mehr als zehn Entscheidungen treffen. Jede dieser Entscheidungen führt sie auf einen anderen Weg innerhalb der Experience und zu einzigartigen Hinweisen oder Räumen, die sie untersuchen müssen, um der Lösung des Falles näher zu kommen.

Am Ende werden die Teilnehmer aufgefordert, ihren Verdächtigen zu wählen. Damit das Gespräch mit potenziellen Matches nicht lange auf sich warten lässt, haben Mitglieder die Möglichkeit, unmittelbar nach der Episode im Fast Chat mit einem potenziellen Match zu chatten, das einen anderen Verdächtigen gewählt hat. So können die Swipe Night Teilnehmer über Szenen sprechen, die sie gesehen haben, Hinweise analysieren, die sie nicht gesehen haben, und das Rätsel gemeinsam lösen. Auch die interaktiven Elemente werden noch einmal auf ein neues Level gehoben - Mitglieder können während des Erlebnisses auch Räume und Objekte im Haus durchsuchen, die noch einmal zusätzliche Hinweise offenbaren.

"Swipe Night war unser erstes größeres Experiment, mit dem wir herausfinden wollten, ob es Tinder-Mitgliedern um mehr als nur das Swipe-Erlebnis geht und die Antwort war ein klares Ja", sagt Kyle Miller, VP of Product. "Die Weiterentwicklung der Swipe Night und die zahlreichen Experiences und Features auf Tinder erlauben es Mitgliedern, mit Spaß und ohne Druck in Kontakt zu treten. Wir haben uns für das Mystery-Genre entschieden, weil es ein super Eisbrecher ist und eine einzigartige Gelegenheit für Mitglieder, ihr Match kennenzulernen, indem sie gemeinsam das Verbrechen lösen."

20 Millionen Mitglieder haben an der ersten Swipe Night teilgenommen und zu einem Anstieg der Matches von 26 Prozent geführt*. Das Interesse an True Crime Stories ist auf Tinder so groß wie nie zuvor - Bios, die dieses Genre erwähnen, haben seit Jahresbeginn um 20 Prozent zugenommen und mehr als 30.000 Tinder-Mitglieder suchen in Bios nach ihrem "Partner in Crime".

Swipe Night: Killer Weekend startet am 7. November um 18 Uhr lokaler Zeit. Das "Fast Chat"-Erlebnis ist immer sonntags von 18.00 Uhr bis Mitternacht verfügbar und wird danach als Feature bestehen bleiben. Alle Fans und Tinder-Mitglieder, die mehr als nur eine Variante der Story erleben wollen, können die Swipe Night jedoch den ganzen November über und darüber hinaus wiederholen und neue Entscheidungen mit jedem Swipe treffen. Die aufstrebenden Schauspiel-Talente der Generation Z standen unter der Regie von Sasie Sealy.

###

*26 Prozent mehr Matches im Vergleich zu einem typischen Sonntagabend

Über Fast Chat
Die im Juni eingeführte Fast Chat-Technologie ermöglicht es Tinder-Mitgliedern, sich vor dem Matchen ohne große Anstrengung über bestimmte Themen auf Tinder zu unterhalten. Während der Timer herunter zählt, entscheiden die Mitglieder, ob sie sich auf ein Match einlassen oder die Zeit ablaufen lassen. Das ist das erste Mal, dass Tinder-Mitglieder chatten können, bevor sie ein Match eingehen und dabei ganz unangestrengt flirtend einen ersten Eindruck hinterlassen können.

Über Tinder
Tinder wurde 2012 auf einem College-Campus vorgestellt und ist die weltweit beliebteste App, um neue Leute kennenzulernen. Sie ist in 190 Ländern und über 40 Sprachen verfügbar und ist damit die

umsatzstärkste Nicht-Gaming-App der Welt. Tinder wurde mehr als 450 Millionen Mal heruntergeladen und hat bereits zu mehr als 60 Milliarden Matches geführt.

Swipe, Tinder und das Flammenlogo sind eingetragene Marken der Match Group, LLC.

Instagram: @tindergermany Facebook: @tindergermany

Für nähere Informationen: Team Tinder @ JIN Deutschland Weinbergsweg 20 . 10119 Berlin . t 030 44047800 . e tinderpresse@jin.de

---

Additional assets available online: Fotos (3)

https://de.tinderpressroom.com/Tinder-launcht-Swipe-Night-Killer-Weekend