

## PRESSEMITTEILUNG

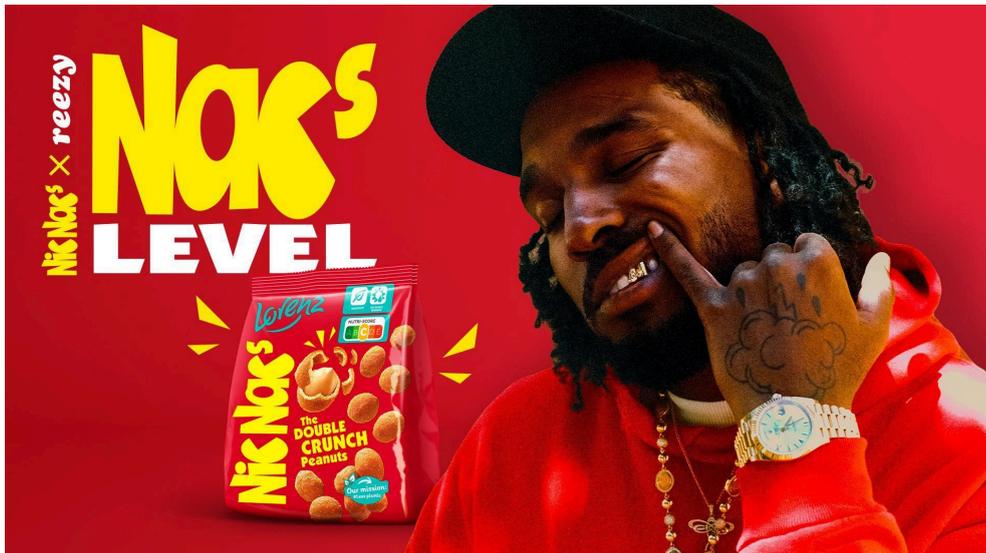
### Crunch trifft Culture: NicNac's, Serviceplan und reezy sind gemeinsam bereit für das Nac's Level

Mit der am 1. Juli 2025 startenden Kampagne „Nac's Level Rap“ schlägt NicNac's von Lorenz ein neues Kapitel in seiner Markenkommunikation auf – authentisch und mitten in der Lebenswelt der Gen Z.

**Pressekontakt Lorenz:**  
The Lorenz Bahlsen Snack-World  
GmbH & Co KG Germany  
Anja Smiatek  
Telefon: 06102 / 2 93 325  
E-Mail: Anja.Smiatek@LBSnacks.com

[www.lorenz-snacks.de](http://www.lorenz-snacks.de)

**Pressekontakt:**  
ease PR  
Christina Viebranz-Deisner  
Telefon: +49 174 3649021  
E-Mail: cviebranz@easepr.de



B. U. NicNac's x reezy: „Nac's Level“-Kampagne ©Serviceplan

**Neu-Isenburg, Juli 2025.** Gemeinsam mit dem Rapper, Produzenten und Songwriter reezy will NicNac's in der von den Agenturen Serviceplan München und Serviceplan Culture konzipierten Kampagne junge Rap-Talente motivieren, ihren eigenen Weg zu gehen, sichtbar zu werden und sich musikalisch weiterzuentwickeln. Unter dem Motto #BeissDichDurch zeigt NicNac's, wie modernes Cultural Engagement über klassische Sponsoring-Ansätze hinausgeht und positioniert die Snack-Marke als gesellschaftlich relevanten Player gemeinsam mit einem der einflussreichsten Musik-Künstler unserer Zeit in der urbanen Jugendkultur.

### NicNac's Nac's Level – Von der Snack- zur Cultural-Brand

NicNac's ist Crunch, Charakter und S'nac-Kultur – laut, bunt und kompromisslos im Geschmack. Genau diesen Vibe bringt die Marke mit der

Kampagne „Nac’s Level Rap“ auf die Bühne. Gemeinsam mit reezy geht es darum, jungen Stimmen aus der deutschen Rap-Szene eine echte Bühne zu geben. **„Der Weg zum Erfolg hat viel von mir abverlangt. Dazu zählen der durchgehende Hustle, die Loyalität zu meinem Sound und meiner Message, Geduld und das Vertrauen in mich selbst und meine Kunst. Auch heute sorgen diese Punkte und der ständige Hunger dafür, dass ich das nächste Level erreichen kann“**, sagt reezy, einer der einflussreichsten Stimmen einer jungen Musik-Generation zu seinem Engagement für NicNac’s in der Hip-Hop-Kultur.

**„Wir wollen mit NicNac's mehr sein als nur ein Snack. Unsere Botschaft ist klar: Jeder Mensch hat das Recht, gehört zu werden – unabhängig von Herkunft oder Hintergrund. Deshalb machen wir im Rahmen dieser Kampagne Talente sichtbar, die sonst unter dem Radar bleiben“**, erklärt Andrea Spielmann, Director Marketing und Mitglied der Geschäftsführung bei Lorenz Snack-World. Diese strategische Ausrichtung macht NicNac's zum Vorreiter im FMCG-Segment, wo Purpose-driven Marketing oft oberflächlich bleibt.

## **Authentisches Cultural Marketing mit starkem Markenbotschafter**

Herzstück der Kampagne ist die Kooperation mit Rapper, Produzent und Songwriter reezy, der als authentischer Markenbotschafter fungiert und aktuell wie kein Zweiter für den Style und Vibe einer ganzen Generation steht. Diese Partnerschaft ermöglicht es NicNac's, glaubwürdig in der Hip-Hop-Community zu agieren und dabei die Grundwerte der Kultur – Respekt, Integration und „aus Nichts etwas zu schaffen“ – zu transportieren. **„reezy verkörpert genau die Werte, für die NicNac’s steht: Eigenständigkeit, kreative Power und den Mut, seinen eigenen Weg zu gehen. Als einer der einflussreichsten Künstler der jungen Musikszene ist er für uns der ideale Markenbotschafter, um Nachwuchstalente authentisch zu inspirieren“**, sagt Andrea Spielmann, Director Marketing und Mitglied der Geschäftsführung bei Lorenz Snack-World. Mit „Nac’s Level Rap“ positioniert sich NicNac's als Förderer urbaner Jugendkultur und zeigt gesellschaftliche Haltung. Die Kampagne ist Teil eines langfristigen Engagements für Chancengleichheit und Nachwuchsförderung – unabhängig von Herkunft oder Background der Teilnehmenden.

Für maximale Awareness setzt die Kampagne auf eine durchdachte Omnichannel-Strategie. Auftakt der Kampagne ist ein aufmerksamkeitsstarkes 3D-Design-Video, das auf dem Instagram Kanal des Künstlers reezy veröffentlicht wurde: Darin erzählt der erfolgreiche

Produzent und Rapper mit markanter Stimme und charakteristischen Beats auf kreative Weise seine persönliche „Beiß-dich-durch“-Story. Pünktlich zum Release seines neuen Albums „Born Spinner“ am 8. August verkörpert das Kampagnen-Motto symbolisch das „Nac’s Level“ des Testimonials.

Ein weiteres Highlight ist die überdimensionale, mobile NicNac’s Rap-Booth, die auf reezy’s Blockpartys in München, Frankfurt und Hannover Station macht. Hier kommt der Crunch nicht aus der Packung, sondern direkt von der Bühne – durch Newcomer, die mit eigenen Lyrics zu den NicNac’s-Crunch-Sounds live performen und dabei jede Menge Biss zeigen.

Die physische Präsenz schafft reichlich Content-Potenzial für die digitale Verlängerung auf TikTok, Instagram und YouTube. Alle Aktivitäten laufen gebündelt auf der Landingpage [www.nacs-level.de](http://www.nacs-level.de) zusammen.

## **Rap-Vibes für das Nac's Level: mit reezy, eigenen Beats und echter Bühnenzeit**

Im Juli und August tourt die Kampagne durch München, Frankfurt und Hannover. Bei den Blockpartys von reezy zur Promotion seines neuen Albums „Born Spinner“ (Album-Release am 08. August 2025) performen die Newcomer in einem mobilen Rap-Booth in Form einer überdimensionalen NicNac’s Tüte.

Der Rap-Contest bietet den Gewinner:innen echte Karriere-Chancen. Denn die zwei Gewinner:innen pro Stadt qualifizieren sich für das große Finale am 05. und 06. September 2025 auf dem HEROES FESTIVAL in Freiburg. Gewinnen können alle teilnehmenden Nachwuchskünstler:innen u. a. eine professionelle Recording-Session für den eigenen Track im Studio des TEENAGER FOREVER Camps, exklusive Tickets für das ausverkaufte Album-Release-Konzert von „Born Spinner“ sowie signierte Editionen der gleichnamigen limitierten Vinyl und ein Meet & Greet mit reezy.

Die Bewerbung für einen Slot im Rap-Booth auf reezy’s Blockpartys erfolgt über die Kampagnen-Website unter [www.nacs-level.de](http://www.nacs-level.de).

## **Expertise-Netzwerk für authentisches Cultural Engagement**

Die Kampagne entsteht in Zusammenarbeit eines spezialisierten Agentur-Netzwerks:

**Serviceplan München** verantwortet Konzept und Umsetzung, während **Serviceplan Culture** die Expertise im Cultural Marketing und Artist Relations einbringt. Die **Mediaplus Group** übernimmt die Mediastrategie und

-planung, **ease PR** plant und steuert die Pressearbeit, **Justaddsugar** das Social Media Management. Für hochwertige Bewegtbildinhalte zeichnet sich **Flugmodus Gate 7** verantwortlich, während **imagency** und **Neulant van Exel** die Live-Experience gestalten. **TEENAGER FOREVER Ent.** fungiert als Artist Management und **TwoSides GmbH** als Consulting- und Vertriebspartner.

## Key-Facts zur Kampagne

**Kampagnenstart:** 01. Juli 2025

**Plattformen:** TikTok, Instagram, YouTube, OOH, Festival-Präsenz

**Tour-Stops & Termine der kostenfreien Blockpartys:**

- **26. Juli: Blockparty mit reezy in München**
- **02. August: Blockparty mit reezy in Frankfurt**
- **29. August: Blockparty mit reezy in Hannover**

**Finale:** 05. bis 06. September 2025 „HEROES FESTIVAL“, Freiburg

**Album-Release „Born Spinner“:** 08. August 2025

**Kampagnen-Website:** [www.nacs-level.de](http://www.nacs-level.de)

## Beteiligte Agenturen:

- **Serviceplan München: Konzept & Umsetzung**
- **Serviceplan Culture: Cultural Marketing & Artist Relations**
- **Mediaplus Group: Mediastrategie & -planung**
- **ease PR: Pressearbeit**
- **Justaddsugar: Social Media**
- **Flugmodus Gate 7: Bewegtbild**
- **imagency & Neulant van Exel: Live Experience**
- **TEENAGER FOREVER Ent.: Artist Management**
- **TwoSides GmbH: Consulting & Vertrieb**

### Über Lorenz:

Lorenz ist ein unabhängiges Familienunternehmen und zählt mit rund 3.000 Mitarbeiter:innen zu den führenden Anbietern im europäischen Snackmarkt. Das Sortiment umfasst unter anderem Kartoffelchips, Erdnussflips, Salzstangen, Cracker und Nüsse. Bekannte Marken wie Crunchips, ErdnußLocken, Saltletts, NicNac's und Naturals begeistern ebenso wie Innovationen, z. B. die Saltletts PausenCracker. Als Familienunternehmen denkt Lorenz seit jeher langfristig und übernimmt Verantwortung – für die hohe Qualität seiner Produkte, für nachhaltige Wirtschaften und für eine zukunftsorientierte Entwicklung.

### Über NicNac's:

NicNac's ist mehr als nur ein Snack – es ist ein Statement. Seit den 90ern Kult, heute beliebter denn je: Der doppelte Crunch aus gerösteter Erdnuss und knuspriger Teighülle macht NicNac's zur Nr. 1 unter den teigummantelten Erdnüssen. Ob als Original, BBQ, Burn

Hot & Spicy oder limitierte Editions – NicNac’s bringt Flavor und Crunch in jede Situation: zu Hause, unterwegs oder mit Freunden. Für den großen Hunger gibt’s NicNac’s auch in BIG oder als Volles Rohr. Mit der aktuellen Kampagne „Nac’s Level Rap“ und unter dem Motto #BeissDichDurch steht NicNac’s für mehr als nur Snacken – es geht um Haltung, Spaß an Herausforderungen und den Antrieb, immer weiterzumachen.

**Über reezy:**

reezy ist Rapper, Produzent und Songwriter aus Frankfurt am Main mit deutschen und US-amerikanischen Wurzeln. Mit mehr als vier Millionen monatlichen Hörer:innen auf Spotify zählt er zu den einflussreichsten Stimmen der deutschsprachigen Musikszene. Kollaborationen mit Größen wie Peter Fox, RAF Camora und Luciano unterstreichen seinen Status als gefragter Künstler. Sein neues Album „Born Spinner“ erscheint am 08.08.2025.