PRESSEMITTEILUNG

NicNac's bringt mit „Nac's Level Dance" Chancengleichheit auf die Bühne – erfolgreiche Premiere beim DNA Festival Hamburg

Pressekontakt Lorenz:
Lorenz Snacks GmbH & Co
Anja Smiatek
Telefon: +49 (0)69 407681 325
E-Mail: Anja.Smiatek@LBSnacks.com

www.lorenz-snacks.de

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

B.U.: Die Nac's Level Dance Crew rund um die „2vs2 All Styles"-Battle-Gewinner Bonito (l.) und Goody (r.) beim DNA Festival. ©Soulrocking

Hamburg, Juli 2026 – **Mit „Nac's Level Dance" baut NicNac's die im vergangenen Jahr gestartete Kulturinitiative „Nac's Level" weiter aus und vertieft sein Engagement in der urbanen Jugendkultur. Nach dem Auftakt mit „Nac's Level Rap" entwickelt sich das Projekt zu einer langfristigen Plattform für kulturelle Teilhabe, Chancengleichheit und Talentförderung.**

„Nac's Level" schafft Räume, in denen junge Talente ihre Kreativität entfalten, sich vernetzen und weiterentwickeln können. Im Mittelpunkt der aktuellen Phase steht die „Nac's Level Dance Crew", die erstmals über ein Dance-Stipendium ausgewählt wurde. Das sechsköpfige Team vereint Tänzer:innen unterschiedlicher Hintergründe, Altersgruppen und Geschlechter und wurde in einem mehrstufigen Auswahlprozess zusammengestellt.

Gecoacht wird die Crew von Marco Baaden, ehemaliger Bundestrainer Breaking bei den Olympischen Spielen in Paris, sowie Franklyn Kakyire. Die Vorbereitung findet im Umfeld der HipHop Academy Hamburg statt, einer etablierten Ausbildungsstätte für Urban Dance.

Beim DNA Festival Hamburg, einem Festival für urbane Kultur, Musik und Tanz, feierte die Crew Mitte Juni ihr Bühnendebüt und setzte damit einen wichtigen Meilenstein für die Weiterentwicklung des Projekts. Neben dem Showcase überzeugten Goody und Bonito im „2vs2 All Styles“-Battle und sicherten sich den Sieg.

Die Auftritte wurden in der Szene positiv aufgenommen und unterstreichen das Potenzial von „Nac’s Level“ als wachsende Kulturplattform im urbanen Umfeld. Die dokumentarische Begleitung übernimmt BACKSPIN TV, der Release ist für November 2026 geplant. Weitere Auftritte der Crew sind bei Events in Düsseldorf, Krefeld und Paris vorgesehen.

Mit „Nac’s Level Dance“ knüpft NicNac’s an den erfolgreichen Auftakt von „Nac’s Level Rap“ an, der im vergangenen Jahr gemeinsam mit Rapper reezy umgesetzt wurde und Nachwuchskünstler George Yang nach einem mehrstufigen Contest den Einstieg in die Szene ermöglichte. Die Initiative wächst damit zu einer Plattform heran, die unterschiedliche Ausdrucksformen der HipHop-Kultur verbindet und jungen Talenten langfristig Sichtbarkeit sowie Entwicklungsperspektiven eröffnet.

Im Jahresverlauf wird „Nac’s Level“ um ein weiteres Format ergänzt: Mit „Nac’s Level Mix“ greift NicNac’s die Sampling- und Mixing-Kultur des HipHop auf und bringt unterschiedliche musikalische Welten zusammen. Gemeinsam mit renommierten Produzenten, DJs und einer neu zusammengestellten „Nac’s Level Mix Crew“ entstehen Kollaborationen zwischen Newcomer:innen und etablierten Artists – von Mainstream bis Underground. Die Community wird aktiv in den Auswahlprozess eingebunden und entscheidet mit, welche Talente Teil der Crew werden. So zeigt „Nac’s Level Mix“, welches kreative Potenzial entsteht, wenn unterschiedliche Perspektiven, Sounds und Einflüsse aufeinandertreffen.

Alle Formate von „Nac’s Level“ verbindet dabei ein gemeinsames Ziel: jungen Talenten – unabhängig von Background oder Zugangsmöglichkeiten – echte Bühnen, kreative Freiräume und Entwicklungschancen zu eröffnen. #BeissDichDurch bildet dabei das zentrale Leitmotiv der Marke.

Andrea Spielmann, CMO / Director Marketing von Lorenz:
„Mit ‚Nac’s Level‘ schaffen wir keine kurzfristigen Kampagnenmomente, sondern eine nachhaltige kulturelle Plattform. Dance ergänzt Rap als zweite Ausdrucksform, weil beide tief in der HipHop-Kultur verankert sind und jungen Talenten echte Möglichkeiten eröffnen, sich zu zeigen und

weiterzuentwickeln. Mit ‚Nac's Level Mix' schaffen wir im Jahresverlauf weitere Möglichkeiten für kreative Zusammenarbeit und Community-Beteiligung."

Marco Baaden, Coach der „Nac's Level Dance Crew":
„Für die Tänzer:innen bietet NicNac's die Chance, sich auf professionellem Niveau zu präsentieren, Bühnenerfahrung zu sammeln und sich in der Szene weiterzuentwickeln. Genau solche Möglichkeiten sind entscheidend für nachhaltige Förderung im urbanen Tanz."

Im Rahmen des Cultural Engagements wird der Ansatz weiter geschärft: Markenrelevanz entsteht zunehmend durch Relevanz, Teilhabe und konkrete Beiträge innerhalb der Community. Mit „Nac's Level Dance" setzt NicNac's die Transformation der Marke konsequent fort – von einer bekannten Snackmarke hin zu einem kulturellen Enabler für urbane Jugendkultur. Die Initiative steht für langfristiges Engagement, das junge Menschen stärkt, kulturelle Vielfalt fördert und neue Perspektiven für die Rolle von Marken in der Gesellschaft eröffnet.

Mehr Infos: www.lorenz-snacks.de oder www.nicnacs.de

Über Lorenz:
Lorenz ist ein unabhängiges Familienunternehmen und zählt mit rund 3.000 Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern 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 nachhaltiges 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 für den extra großen Hunger als Volles Rohr. Mit der aktuellen Kampagne „Nac's Level Dance" 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.