

2016-02-23 10:00 CET

Ninjas in Pyjamas extraknäcker för Leksands

Knäckebröd och gaming – hur går det ihop?

Alldeles utmärkt, hävdar Leksands Knäckebröd.

Nu genomför de sin största marknadsföringskampanj i företagets historia.

Och de gör det i samarbete med det legendariska gaminglaget Ninjas In Pyjamas.

Leksands introducerade **KNÄCKEPIZZA®** som begrepp för ett par år sedan, och den har blivit något av en undergroundsuccé. Nu har man tagit nästa steg genom introduktionen av fryst **KNÄCKEPIZZA®**. Och för att nå de yngre snabbmatsätarna inleder nu Leksands ett samarbete med Ninjas In Pyjamas, svenska mästare i Counterstrike tre år i rad.



[Se YouTube-videon här](#)

– Spelare kastar i sig mycket skräpmat. Och det här är nyttig, god och snabb mat – perfekt för spelare. Innan dataspel blev populärt var vi jätteglada om vi fick en sponsor, men idag kan vi faktiskt välja och vraka. Och vi gör bara saker som vi själva och våra spelare gillar, säger Emil "HeatoN" Christensen, grundare av Ninjas In Pyjamas.

Samarbetet pågår året ut och innebär bland annat att Ninjas In Pyjamas producerar tre egna filmer på knäcke pizzatemat och sprider i sina egna kanaler på YouTube, Facebook och Instagram. Den första filmen ligger ute på <https://youtu.be/KEEm9BqzKAg> och fick över 420 000 visningar på Facebook och 100 000 visningar på Youtube redan första veckan.

– Vi kommer även att genomföra aktiviteter vid några av de största spelträffarna i Sverige – bland annat en Counterstrike GO-turnering online, där det vinnande laget för möta oss, säger Emil Christensen.

Annika Sund, marknadschef för Leksands Knäckebröd, förklarar varför de testar nya grepp när Leksands för första gången flyttar från brödhyllan in i frysdysken.

– Hela 60 procent av den målgrupp vi vill nå med fryst KNÄCKEPIZZA® säger att de är mycket intresserade av online-spel. NiP är stora stjärnor inom detta område med massor av följare, så vi räknar med ett stort genomslag – framför allt eftersom killarna i laget verkligen gillar våra knäcke pizzor som finns i tre varianter: skinka, taco och vegetarisk. Vårt mål är att sälja en miljon knäcke pizzor under 2016.

För strategi och koncept stod Anna Romson och Marcus Hanser, medan Ninjas in Pyjamas – med Perra Andersen i spetsen – själva stod för filmproduktionen och publiceringen.

För ytterligare information och smakprov kontakta:

Annika Sund, Marknadschef Leksands Knäckebröd, 070-651 36 32,
annika.sund@leksandsbrod.se Emil "HeatoN" Christensen , 076-313 27 05,
emil@nip.gl

Hemsida:

www.leksands.se

I sex generationer, med bolag sedan 1929, har familjeföretaget Leksands Knäckebröd bakat knäckebröd i byn Häradsbygden, Leksand. Rågen är Svenskt Sigillmärkt. Vattnet har hela tiden kommit från samma underjordiska vattenåder under bageriet med rent friskt källvatten. Idag har Leksands Knäckebröd cirka 25 procent av knäckebrödsmarknaden och är marknadsledare på rundbröd, de traditionella stora runda brödkakorna.

Kontaktpersoner**Annika Sund**

Presskontakt

Marknadschef

annika.sund@leksandsbrod.se

070-6513632