Pressmeddelande
5 december 2018

15 miljoner tittare följer esporttävling i Stockholm

- Världseliten i PUBG gör upp i helgen om en miljon kronor

I morgon inleds finalomgången i GLL Season 3 i Stockholm i ett av världens största spel, PlayerUnknown's Battlegrounds (PUBG). Slutspelet i ligan, som avgörs på Magasin 7 i Frihamnen i Stockholm den 6-8 december 2018, arrangeras av det svenska esportföretaget G-Loot. Av drygt 1 000 lag återstår 16 finallag som kvalificerat sig via den reguljära säsongen under hösten. Runt 15 miljoner tittare globalt väntas följa finalspelet om en prispott på 100 000 US-dollar.

Världseliten är tillbaka i Stockholm, denna gång för att spela om titeln i den tredje säsongen av GLL, som är västvärldens största liga i det populära spelet PlayersUnknown's Battleground (PUBG).

Efter succéerna med vårens första säsong av GLL och finalen i Bukarest samt sommarens andra säsong i GLL med finalspel i Stockholm i augusti är turen åter kommen till Sveriges huvudstad, hemmaplan för G-Loot, företaget som står bakom esportligan.

Intresset för ligan ökar för varje gång det är slutspel. De tidigare finalerna i Bukarest och Stockholm följdes av miljontals tittare. Den här gången kommer finalen att sändas på Twitch.tv samt DouyuTV via ett samarbete med kinesiska ImbaTV, vilket möjliggör sändning till Kina.

"Vi räknar med att finalspelet i GLL Season 3 ska följas av runt 15 miljoner unika tittare. Intresset har exploderat och det visar hur oerhört populärt PUBG är bland gamers runt om i världen", säger Patrik Nybladh, vd för G-Loot.

Även om alla 16 lag som kvalificerat sig till finalen hör till den yppersta världseliten är ligan öppen för vem som helst att var som helst vara med och tävla och vinna pengar på sitt favoritspel. De två vinnarlagen från föregående säsonger, Na'Vi och M19, började i år sina karriärer som amatörer. Nu blev de båda lagen dock utslagna under den reguljära säsongen.

"Vi är väldigt stolta över att återigen ha världens bästa PUBG-lag samlade i Stockholm för finalen av GLL Season 3. Tusentals startade i kvalet, därefter följde en två månaders lång reguljär säsong, och nu är det bara 16 lag kvar. De tidigare vinnarna lyckades inte ta sig ända hit vilket visar vilken tuff konkurrens det är i ligan", säger Simon Sundén, chef för esport och GLL på G-Loot.

GLL bygger på ett samarbete mellan G-Loot och PUBG Corp som ligger bakom PlayerUnknown's Battlegrounds som lanserades i slutet av 2017. Spelet är en global succé med över 400 miljoner spelare*.

Esporten är ett globalt fenomen som drar masspublik. Enligt analysföretaget Newzoo väntas den totala e-sportpubliken uppgå till 380 miljoner tittare under 2018. Tre år senare, 2021, beräknas publiken ha vuxit till 557 miljoner.

”Esporten har mognat otroligt snabbt. Från att ha varit en angelägenhet för ett fåtal entusiaster till en massrörelse bland ungdomar och nu på god väg att bli en älskad folksport. Det är en av tjusningarna med den digitala världen, spridningen och nyrekryteringen går blixtsnabbt och alla, oavsett ålder, kön och nationstillhörighet kan delta”, säger Patrik Nybladh.

Huvudsponsor till finalen av GLL Season 3 är AMD. Andra sponsorer är Plantronics och HyperX, via agenturen Nordic Game Supply.

Twitch-sändningarna kommer även att kunna följas på live.gll.gg, en multistreaming-plattform.

* https://variety.com/2018/gaming/news/pubg-hits-400-million-players-1202851285/

För ytterligare frågor, vänligen kontakta:

Patrik Nybladh, vd G-Loot.
patrik@gloot.com
+46 739 63 21 75

Simon Sundén, chef för e-sport och GLL på G-Loot.
simon@gloot.com
+46 70 267 14 99

Om G-Loot

G-Loot är en unik spelare-till- spelare e-sportsplattform som gör det möjligt för gamers att tävla mot vänner och andra motståndare och vinna riktiga pengar i spel de redan spelar och älskar. G-Loot grundades 2013 av Patrik Nybladh och har haft sin unika plattform på marknaden sedan hösten 2015. G-Loot har idag 35 anställda och i styrelsen sitter bland andra Johan Persson, medgrundare av MAG Interactive och Håkan Jerner, f.d. Nordenchef på Unibet.