

Nicholas Hänny

Für jedes verkaufte Produkt seines Modelabels wird auf der Welt ein Baum gepflanzt.

Der ehemalige Pfadfinder und Skater Nicholas Hänny (27) aus Lenzburg ist Mitgründer und CEO des Start-ups Nikin. Dank seiner Idee wird für jedes verkaufte Produkt aus seiner fair und nachhaltig produzierten Modelinie ein Baum gepflanzt – weltweit sind es schon über 240'000 Bäume. 2019 schafft es Nikin damit in die Top 3 des Swiss Economic Award.



Wie cool muss ein Modelabel sein, damit sich seine Fans dessen Logo auf den Körper tätowieren lassen? Im Fall von Nikin aus Lenzburg darf man sagen: Das Modelabel mit dem Logo in Form einer schlanken Tanne ist ziemlich cool. Und es ist noch viel mehr – nämlich nachhaltig und fair. Und weil Nikin für jedes verkaufte Produkt einen Baum pflanzen lässt, macht es die Welt sogar Baum für Baum ein bisschen besser. Die Idee dazu hatte der junge Lenzburger Ökonom Nicholas Hänny. Umgesetzt hat er seine Vision Ende 2016 mit seinem Freund Robin Gnehm. Zusammen haben sie Nikin mit einem Kapital von 5'000 Franken gegründet und sind damit in kürzester Zeit durchgestartet.

Die sozialen Medien genutzt

Die Etiketten der ersten Nikin-Mützen nähte Robin Gnehms Mutter noch in Nachtschichten an, mittlerweile werden die Embleme in geschützten Werkstätten aufgenäht. Und das Label Nikin selber beschäftigt über 20 Angestellte. Um sich bei ihrer Zielgruppe einen Namen als nachhaltiges Label zu schaffen, haben Hänny und Gnehm gezielt in den sozialen Medien Werbung bei 18- bis 30-jährigen geschaltet. Nikin macht heute über 95 Prozent des Umsatzes über den eigenen Onlineshop, neu auch in ganz Europa.

Im Kleinen etwas bewegen

Ein moderner Vertrieb ist das eine, doch im Mittelpunkt von Nikin steht die Nachhaltigkeit. Die ersten Mützen und T-Shirts des Labels kamen zwar noch aus Asien. Doch damit war man bei Nikin nicht glücklich. «Mit dem steigenden Umsatz sattelten wir immer mehr auf europäische Hersteller um», so Nicholas Hänny. Die Produkte von Nikin kommen unterdessen aus fair produzierenden Betrieben aus Osteuropa – und dies immer noch zu einem relativ günstigen Preis. So können sich auch junge Leute faire Mode leisten. Der Kundschaft will Nikin dabei zeigen, dass man im Kleinen etwas bewegen und cool sein kann. Und das kommt an.

Vernünftige Nachhaltigkeit

«Wir sind keine Öko-Fundis, wir stehen vielmehr für vernünftige Nachhaltigkeit», sagt Nicholas Hänny. «Statt auf teure ökologisch perfekte Produkte setzen wir auf bezahlbare Mode aus trotzdem nachhaltiger Produktion. Diese können sich viel mehr Leute leisten.» Die Textilien von Nikin bestehen zu grossen Teilen aus Bio-Baumwolle in Kombination mit recyceltem Polyester. Andere Produkte werden aus nachhaltigen Alternativen wie Bambus, Baumwolle oder aus recycelten Jeans hergestellt. Reich ist Nicholas Hänny mit seiner Idee übrigens noch nicht geworden. Wertvoller sei, zu wissen, dass er etwas Sinnvolles tue. Die Nominierung für den NAB AWARD sieht Nicholas Hänny als Ehre – auch für seinen Geschäftspartner Robin Gnehm. «Für mich ist es die Bestätigung, dass wir das Richtige tun.» Zudem sei es eine tolle Möglichkeit, junge Menschen zu inspirieren, selber nachhaltige Projekte anzugehen.