

Kerenzerberg

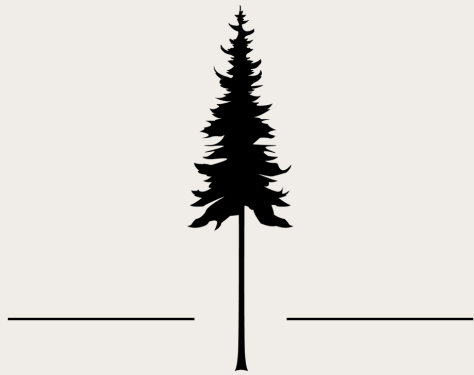
30. Oktober 2023



NIKIN



Kurze Vorstellung



NIKIN

Together for Nature.
Tree by Tree.



ERFOLGREICH FINANZIERT

5.000.000 CHF
investiert

4076 Investoren

2000%
finanziert

Institute for Marketing and Customer Insight | IMC-HSG • Following
Higher Education

In unserer Studie von Publicis Groupe Switzerland, des Institut für Marketing und Customer Insight (IMC-HSG), des HSG Institute for Economy and the Environment und von Grownate befragten wir 5555 Konsumierende in de ...see more

See translation

Top 5: Welche Unternehmen nennen Konsumierende in der CH am häufigsten ungestützt als besonders nachhaltig?

Rang	Unternehmen	Anzahl Nennungen ungestützt
1	MIGROS	698
2	coop	446
3	 Nestlé	132
3	 swisscom	132
4	 SBB CFF FFS	127
5	 NIKIN	122

Quelle: www.scopes.report (n=5555)

Kommunikation im Bereich Nachhaltigkeit – Wichtigste Erkenntnisse



Am wichtigsten:

- Transparenz
- Authentizität
- Ehrlichkeit

Werde Teil der Community
Tetribérica, Portugal
Adresse: R. Frei Leão de São Tomás 468 4785-154 Trofa, Portugal
Produktgruppen: TreeTowel, TreeShirt, TreeDress, TreeShorts, TreeSweater, TreePullover, TreeMask

Bereits seit 28 Jahren ist Tetribérica im Kleiderbusiness tätig. Für NIKIN stellt das Unternehmen derzeit TreeTowels, TreeDresses, TreeShirts und TreeMasken her. Tetribérica setzt auf Zertifizierungen, erklärt uns unsere Kontaktperson Joaquim Moreira. Sie verfügen über GOTS, Lenzing, SMETA, BCI, RCS, GRS und OCS Zertifizierungen für verschiedene Bereiche und Produkte. Du findest dir die Zertifizierungen gerne im Detail genauer anschauen und von dieser Seite herunterladen.

In der Fabrik des Unternehmens wird geschnitten und genäht. Färbungen von Stoffen werden nicht vorgenommen, daher wird kein Wasser für die Herstellung benötigt. Tetribérica verfügt über Solarpanels und recycelt, wenn möglich, Material wieder. Zudem verfügen sie über ein Schnittoptimierungstool, welches Abfälle beim Entstehungsprozess verkleinert. Auch für die Mitarbeitenden versucht Tetribérica zusätzliche Benefits zu schaffen. So hat jeder an seinem Geburtstag einen zusätzlichen freien Tag. Zudem wird Yoga und in Zukunft auch ein Gym angeboten. (Stand Information: Januar 2022)

Belege zu Zertifikaten des Herstellers sowie der ausgefüllte Fragebogen zu unseren nachhalt@nikin.com entdeckst du mit einem Klick auf den Button.

Produktgruppen:
TreeShirt, TreeSweater, TreePants, TreeShorts

Nachhaltigkeitsreport
Zertifikate



Doch auch wir sind nicht perfekt.



Spagat machen zwischen «man muss verkaufen» und «man ist doch nachhaltig» ist sehr schwierig



Komplexe Projekte verstehen Kund*innen nicht



Social Media & Community



Social Media & Community Building bei uns das «A & O»

- 550'000 E-Mail Adressen
- 300'000 Follower*innen
- 27'000 private Follower*innen (LinkedIn Nicholas)
- 4'000 Mitinhaber*innen
- 1'000 - 2'000 Event Teilnehmende pro Jahr



Was machen wir damit?

- Umfragen zu Produkten, Positionierung & Business Entscheidungen mit mehreren Tausend Teilnehmenden
- Aktivierung z.B. für Crowdfunding (2 Mio. via Social Media, davon 1 Mio. via LinkedIn)
- Gemeinsames Produktdesign (Crowdesign T-Shirt mit >1'000 Designeingendungen)
- Persona Gruppe von ca. 10-20 Personen, welche neue Produkte & Designs bewerten
- Erarbeitung der Nachhaltigkeitsstrategie (z.B. Einladung zu Nachhaltigkeits-Roundtable)

Umfragen zu Produkten, Positionierung & Business Entscheidungen

Mach bei unserer Produktumfrage mit & gewinne einen 100.- Gutschein

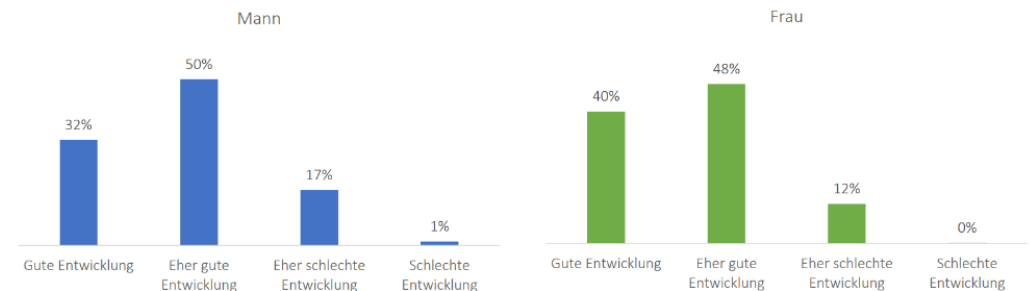
Wir wollen es mal wieder wissen: Was denkst du über unser Sortiment, welches sind deine Lieblingsprodukte und hast du irgendwelche Kritikpunkte? In unserer ca. 5 bis 10-minütigen **Produktumfrage** hast du die Möglichkeit deine Meinung kundzutun und hilfst uns damit in Zukunft weiterhin ein Brand zu sein, der dich glücklich macht. Unter allen Teilnehmenden verlosen wir einen von drei 100 Franken NIKIN Gutschein.

JETZT MITMACHEN

Jetzt entwickeln wir uns mehr Richtung Basic Outdoor. Wie findest du diese Entwicklung?

Unterschied von Mann & Frau

Die Entwicklung wurde von den männlichen Teilnehmenden zu 50% «eher gute Entwicklung», sowie mit 32% als «gute Entwicklung» und von weiblichen Teilnehmenden zu 48% als «eher gute Entwicklung» und mit 40% als «gute Entwicklung» eingestuft.




Takeaways:

- Die Umfrage wurde von 2'116 Teilnehmenden mit validen Antworten ausgeführt.
 - Die grössten Altersgruppen der Teilnehmenden waren "25-34" & "35-44".
 - Die Teilnehmenden wohnen Mehrheitlich in der Agglomeration und auf dem Land.
- Die Gründe warum die Teilnehmenden bei NIKIN einkaufen wurde mehrheitlich mit der folgenden Antwort begründet: "Ich möchte nachhaltig einkaufen und finde es super, dass ein Baum gepflanzt wird"
- Männer beschreiben NIKIN mit dem Begriff "Urban & Sports" und Frauen mit dem Begriff "Casual"
- Die strategische Entwicklung Richtung "Basic Outdoor" wird von der grossen Mehrheit als "Gute Entwicklung" bis "Eher gute Entwicklung"

Aktivierung z.B. für Crowdfunding

Nicholas Häny • You
CEO NIKIN | Every product sold, plants a tree 🌱 | >2'000'000 trees plante...

Wir haben mit 5'000 CHF gebootstrapped und > 10'000'000 CHF Jahresumsatz geschafft – jetzt ist es Zeit für Investor*innen. 🌱 ...see more



1 year ago
👍👎🗨️ 568 · 79 comments · 2 reposts

👍 🗨️ 🔄


📊 79,631 impressions [View analytics](#)



Nicholas Häny • You
CEO NIKIN | Every product sold, plants a tree 🌱 | >2'000'000 trees plante...

Würdest du in NIKIN investieren? 🌱

Aktuell überlegen wir, mit und für NIKIN Crowdfunding zu ma...see more



1 year ago
👍👎🗨️ 248 · 127 comments

👍 🗨️ 🔄


📊 40,882 impressions [View analytics](#)



Nicholas Häny • You
CEO NIKIN | Every product sold, plants a tree 🌱 | >2'000'000 trees plante...

Jetzt ist es offiziell: Schon sehr bald könnt ihr, unsere Community, NIKIN Aktien kaufen und Mitinhaber*in werden! 🌱 ...see more

Wir machen unsere Community zu Mitinhaber*innen!

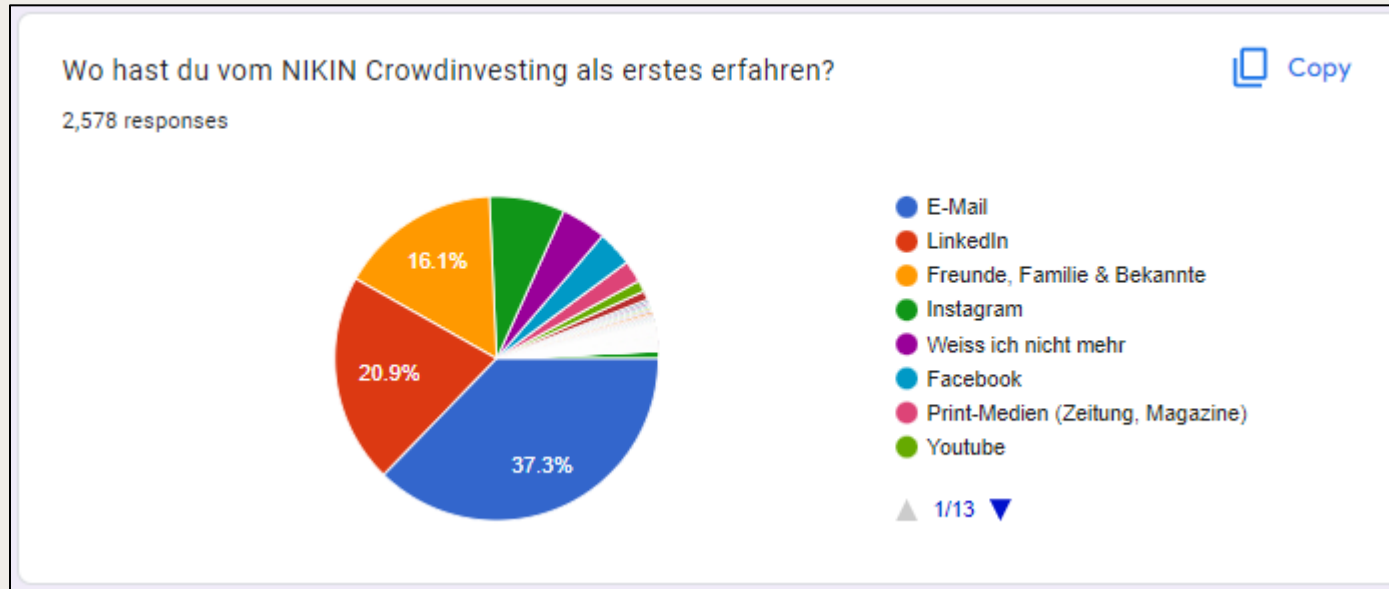


1 year ago
👍👎🗨️ 413 · 522 comments · 3 reposts

👍 🗨️ 🔄

📊 72,804 impressions [View analytics](#)

Aktivierung z.B. für Crowdfunding



E-Mail:	37.3%
LinkedIn:	20.9%
Freunde, Familie & Bekannte:	16.1%
Facebook & Insta:	11.0%
Rest:	14.7%
(Print-Medien, Youtube, TikTok, Twitter, Online Shop, etc.)	

Gemeinsames Produktdesign

Gewinnerin von NIKIN-Design-Wettbewerb steht fest

Dominique hat den Crowd-Design-Wettbewerb von NIKIN gewonnen. Ab dem 30. Juli ist das T-Shirt im Vorverkauf erhältlich.



Gewinnerin Dominique bestaunt mit NIKIN-Mitgründer Robin Gnehm das T-Shirt mit ihrem Design. - NIKIN



Persona Gruppe von ca. 10-20 Personen

TreeShirt Custom Color Embroidery

Black Navy White Olive Embroidery

Black Navy White Apricot Crush Embroidery

Black Navy White Sea Green Embroidery

Black Navy White Purple Embroidery

AW 2024

SKU: TBD
Retail Price: CHF 49.90

Planned Volume: 100/color

Price Level
 Entry Mid High

Effort Level
 Low Mid High

CLASSIC BASIC

Fit
 Tight Slim Regular
 Relaxed Oversized

Materials
100% Organic Cotton

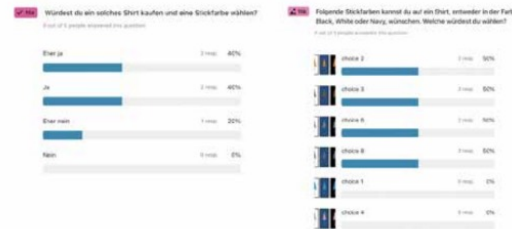
Product Details
 Size Range: XS-XL
 Origin: Portugal
 Description: Our regular TreeShirt with customizable TreeEmbroidery colours.

Survey Result: TreeShirt Custom Color Embroidery

JAN

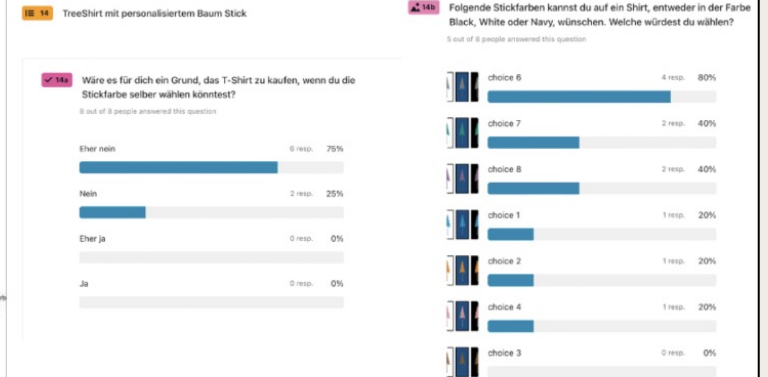
Wir möchten einen Test machen und TreeShirts anbieten, wo selber die Stickfarbe des Baumes entschieden werden kann.

- Q1: Würdest du ein solches Shirt kaufen und eine Stickfarbe wählen?
 Antwort: Ja, eher ja, eher nein, nein
- Q2: Folgende Stickfarben kannst du auf ein Shirt, entweder in der Farbe Black, White oder Navy, wünschen. Welche würdest du wählen?
- Q3: Hast du ein Feedback/Input zu diesem Produkt?
 Antwort: Text



Q3: Hast du ein Feedback/Input zu diesem Produkt?
 Die options etwas zu Personalisieren finde ich grossartig.
 a day ago

LENA



Q3: Hast du ein Feedback/Input zu diesem Produkt?

denke dir meisten leute sind happy mit den bereits von euch gewählten farben. personalisierte sachen find ich grundsätzlich cool. baum in einer anderen farbe ist jedoch etwas viel wind um nichts.

34 minutes ago

zu kompliziert, nicht empfehlenswert!

6 hours ago

Erarbeitung der Nachhaltigkeitsstrategie

Sag uns die Meinung!

Wir sind dabei, unser **Nachhaltigkeitskonzept** zu überarbeiten und würden gerne **deine Meinung** dazu hören. Was gefällt dir an unserer Strategie und wo sollten wir uns verbessern? Als kleines Dankeschön für deine Zeit kannst du einen von 10 **Gutscheinen im Wert von CHF 100.-** gewinnen!


ZUR UMFRAGE

Umfrage mit >800 Teilnehmenden



Roundtable mit 27 Teilnehmenden

Social Media & Community – Zalando Beispiel



Nicholas Hanny • You
CEO NIKIN | Every product sold, plants a tree 🌱 | >2'000'000 trees ...

Unsere Kund*innen: "Verkauft nicht auf Zalando!" 🌱
Auch unsere Kund*innen: 36,4% kaufen auf Zalando ein.

Laut unserer Umfrage kaufen 36,4% unserer Kund*innen auf Zalando ein.
Klar könnte man jetzt denken: Na, immerhin kaufen 64% NICHT auf Zalando ein. 🤔

Ich möchte hier jetzt niemandem auf die Füße treten. Aber das Paradoxon ist doch bemerkenswert: 1/3 unserer Kundschaft ist regelmässig auf Zalando unterwegs, möchte aber nicht, dass wir da "mitmischen".

Natürlich gibt es Dinge bei Zalando, die nicht gerade für Nachhaltigkeit sprechen. Aber in den letzten Jahren hat sich doch einiges getan. So bieten z.B. auch Patagonia und Armed Angels mittlerweile dort an.

Deshalb machen wir uns hierzu immer wieder Gedanken. Denn natürlich wollen wir mehr Leute von nachhaltigen Alternativen überzeugen. Da ist Zalando nicht die erste Wahl, wenn wir ehrlich sind. Andererseits muss man als Kleiderbrand gerade dann dort sein, wo möglichst viele Leute sind.

Ich bin mir jedenfalls nach wie vor unschlüssig. Dass Marktplätze wichtig sind – gerade in Deutschland – steht ausser Frage. Aber ob und wie wir NIKIN da reinbringen, müssen wir uns nochmal überlegen.

Was denkst du: Sollte NIKIN auf Zalando & co. vertreten sein?

[#nikin](#) [#zalando](#) [#fashion](#) [#marktplatz](#) [#ecommerce](#)



Social Media & Community



Was hat es uns gebracht?

- Vertrauensaufbau / Enge Bindung zu Community
- Markenbotschafter*innen
- Erhöhter Umsatz durch Mund-zu-Mund Empfehlungen
- Bessere Entscheidungen werden getroffen
- Community verteidigt uns bei negativen Kommentaren

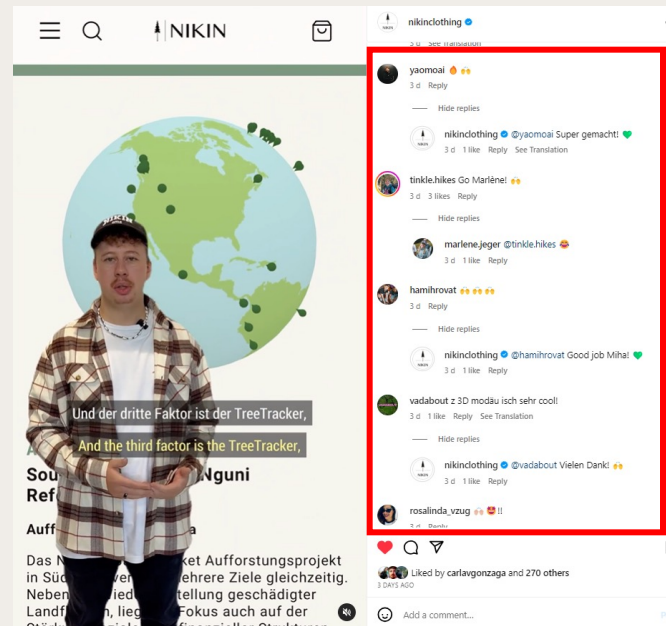


Weitere Ansätze im Bereich Kommunikation

Auf Aktuelles eingehen
(z.B. Wetter)



Auf jeden Kommentar
antworten



Rechtfertigende Kommunikation
kommt nicht gut an



Persönliche Einschätzung zur Zukunft



Kund*innen sind besser informiert



Kund*innen wollen schnellere & bessere Antworten & Erklärungen



Mehr Vorgaben & Regeln aus der Politik



Transparenz wird wichtiger



Greenwashing Vorwürfe werden grösser & kommen schneller

Transparente, schnell & ehrliche Kommunikation
wird auch in der Zukunft gewinnen!


Nicholas Hännny | nicholas@nikin.ch



NIKIN

Together for Nature.
Tree by Tree.



 @nicholashaenny