

# La Suisse



MARKE DES MONATS BY STEFAN VOGLER

## NIKIN: «Outdoorish»

**N**IKIN war eine Bier-Idee. Die Pfadifreunde Nicholas Hänny und Robin Gnehm hatten 2016 bei einem Bier die Idee, nachhaltige Outdoorkleider zu produzieren und für jedes verkaufte Produkt einen Baum pflanzen zu lassen. Bis heute waren es über zwei Millionen. Der Baum wurde zum Markensymbol erhoben. Jedes Produkt wird damit gekennzeichnet und signalisiert den USP der Schweizer Outdoormarke. In acht Jahren ist ein veritables Unternehmen mit 35 Mitarbeitenden entstanden. Sie managen das eigene Onlinegeschäft, den Retail-Vertrieb über Fashion- und Sportartikelshops und hegen und pflegen eine aktive Community von 200 000 Outdoorfans. 2023 ist NIKIN hinter den grossen Marken Migros, Coop, Nestlé, Swisscom und SBB in den Top Ten der am nachhaltigsten wahrgenommenen Schweizer Marken im Scopes-Report der Universität St.Gallen und der Publicis Groupe erschienen. Das verschaffte dem sympathischen Start-up Respekt. Und dieser Reputationsbeweis motiviert die in der Marke verankerten Gründer NIKolas und RobIN (und umgekehrt, denn NIKIN ist ein Anagramm) und das engagierte Team weiter, «tree by tree» zu wachsen.

> *Stefan Vogler ist strategischer Berater für Branding, Marketing & Kommunikation, Dozent und Studiengangsleiter an der HWZ – Hochschule für Wirtschaft Zürich und als Verwaltungsrat tätig. Mehr: [markenexperte.ch](http://markenexperte.ch)*



## AGENTUR Kreativ-Trio gründet Agentur Wecatch

Im Januar 2024 haben Kevin Casado, Delia Guerriero und Patrik Ferrarelli gemeinsam die Agentur Wecatch ins Leben gerufen. Dazu bewogen habe das Gründer-Trio ein gemeinsames Ziel: immer nach dem Besseren zu streben, Neues zu entdecken und eine Welt zu schaffen, die Kreativität, interdisziplinäres und partizipatives Schaffen vereint.  
> [t.ly/cOtk5](https://t.ly/cOtk5)



## AGENTUR Publicis launcht Digitas in der Schweiz

Die Publicis Groupe führt die Agenturmarke Digitas neu in der Schweiz ein und adressiert damit die steigenden Anforderungen von Kunden an digitale Markenerlebnisse. Im Interview erklären CEO Greg Georgiades, Creative Director Jasmine Jemora und Managing Director Serge Barsotti, was dahintersteckt.

> [t.ly/-Kpi9](https://t.ly/-Kpi9)