



Foto: @vincent\_handstand

# #freeyourballs

DIE BEQUEMSTEN SHORTS DER WELT?

Genau das ist das Ziel von Andreas Gähwiler. Mit seinem Mode-Start-up Nuffinz produziert der Wahl-Österreicher mit Schweizer Wurzeln unter anderem quietschauffällige Baumwoll-Shorts, von denen er selbstbewusst behauptet, es seien eben die bequemsten der Welt. Wie man daraus ein Business macht, warum der Claim dazu aufruft, seine Eier baumeln zu lassen und warum die Marke ihre Wurzeln in einem Kite-Urlaub in Tarifa hat, erzählt der Jung-Unternehmer im Brand-Interview.

**Hi Andi! Wir haben heute zufällig den 22. April, der in den sozialen Netzwerken als „Earth Day“ thematisiert wird. Dabei geht es unter anderem um nachhaltige Kleidung – für Nuffinz auch ein Thema. Wie nachhaltig kann man Mode heute eigentlich produzieren? Und was macht Mode zu nachhaltiger Mode?**

Das ist tatsächlich keine so einfache Frage, weil das Textil- und Mode-segment unter den Industriebranchen als einer der drei größten Umweltverschmutzer gilt. Da geht es nicht nur um die Produktion, sondern auch um die verwendeten Materialien. In ganz vielen Hoodies und Streetstyle-Klamotten wird Polyester verarbeitet. Wenn das in die Waschmaschine kommt, entsteht Abrieb, der als Mikroplastik ausgespült wird und so in den Wasserkreislauf gelangt. Bei uns wird alles zu 100 Prozent aus Bio-Baumwolle produziert. Natürlich kann man sagen, dass Baumwolle im Anbau viel Wasser verschlingt. Aber im Vergleich zu konventioneller Baumwolle sparen wir pro Shorts mindestens 2.000 Liter Wasser durch die Bio-Baumwolle ein. Außerdem kommen keine Pestizide oder Düngemittel im Anbau zum Einsatz. Aber das Material ist nur eines der großen Themen. Das andere ist der Produktionsstandort. Wir

produzieren unsere Klamotten in der Türkei und ein paar kleinere Teile wie Täschen lassen wir in Portugal fertigen. Das sind im europäischen Raum die beiden großen Länder für die nachhaltige Textilproduktion. Einerseits haben wir den Vorteil, dass die Wege vergleichsweise kurz sind, und andererseits wissen wir, dass unsere Partner entsprechend zertifiziert sind. Für alle Stoffe und für alle Zulieferer haben wir GOTS-Zertifikate [*Global Organic Textile Standard; Anm. d. Red.*]. Ein Großteil der Materialien, die wir verwenden, wird direkt durch unseren Partner Egedeniz in der Türkei angebaut. Das legen wir auch auf unserer Website offen, weil uns Transparenz sehr wichtig ist. Egedeniz produziert auch für andere Brands und nimmt eine Vorreiterrolle im Bereich Nachhaltigkeit in der Türkei ein. Abseits vom Material sind die Prints, beispielsweise auf unseren Shirts, ein Thema. Wir verwenden wasserbasierte Farben zum Drucken. Die halten zwar vielleicht keine 200 Waschgänge aus und irgendwann hat man einen gewissen Vintage-Look, aber 60 bis 80 Wäschen sind auch damit problemlos möglich, sodass die Shirts nach wie vor in einem Topzustand aus der Waschmaschine kommen. Neben der Produktion gibt es natür-

lich weitere Details wie zum Beispiel Hangtags, die oft aus Plastik gemacht werden. Wir verwenden Stoffbänder zur Befestigung, das Tag selbst ist aus Karton. So versuchen wir, bei allen kleinen Teilen das Bestmögliche herauszuholen. Wobei es ganz klar auch Grenzen gibt. Stickereien sind nicht mit organischen Fasern möglich, das geht nur mit synthetischem Material. Doch insgesamt wollen wir Teil dieser Nachhaltigkeitsbewegung sein, die im Moment sehr stark Veränderungsprozesse anschiebt, um unseren ökologischen Footprint möglichst gering zu halten.

Nuffinz-Gründer Andreas Gähwiler hängt seinen Job als Partner in einer Agentur an den Nagel, um mit der eigenen Modemarke durchzustarten. Die Idee, gestreifte, gemütliche Shorts zu produzieren, kam ihm beim Kiten





*„Aus der ersten Spinnerei entstand dann das Projekt, als ich zufällig auf einem Event eine Designerin kennenlernte und ihr nach drei Bier die Geschichte reingedrückt hatte.“*

Kite-Pro und YouTuber Ben Beholz zählt zu den Nuffinz-Ambassadors

**Kommen wir mal auf euren USP: die bunt gestreiften Shorts. Warum braucht die Welt eure Hosen?**

Richtig, unser Kernprodukt sind die gestreiften Shorts. Wir sagen: Wir machen die bequemsten Shorts der Welt! Das geht beim großzügigen Schnitt los und beinhaltet natürlich die Materialien. Unsere organischen Baumwollshorts fühlen sich an, als ob man ein Handtuch um die Hüfte tragen würde. Wenn man vom Kiten kommt, ist es der perfekte Wechsel: Man zieht die Boardshorts aus und kann sich noch nass eine Nuffinz überziehen – teilweise auch ohne et-

was drunter. Dieses Handtuch-Thema ist bei uns ganz elementar. Das Design mit den Streifen ist historisch bedingt. Irgendwelche schwarzen, braunen oder khakifarbenen Shorts kann man überall kaufen. Wir wollen etwas anbieten, das einen hohen Wiedererkennungswert hat und einen Akzent setzt. Die Streifen sind auch immer gleich, also immer genau auf derselben Höhe mit derselben Breite und so weiter. Da achten wir penibel drauf. Mittlerweile ist es so, dass sich Leute, die unsere Shorts tragen, schon von Weitem gegenseitig erkennen. Nicht wenige unserer

Kunden haben nicht nur eine, sondern fünf Nuffinz-Shorts und tragen den ganzen Sommer nichts anderes. Also denke ich, irgendetwas machen wir wohl richtig. Klar, es gibt sicher auch andere bequeme Shorts, aber ich glaube, diese speziellen Materialien in Kombination mit den Designs und unsere Liebe zum Detail machen unsere Sachen zu etwas Besonderem.

**Euer Claim lautet „Free your balls“ und ihr sagt von euch selbst, dass ihr eine Männer-Brand seid. Muss man als kleine Marke so stark polarisieren, um Aufmerksamkeit zu bekommen? Immerhin schließt ihr mit der weiblichen Zielgruppe nicht gerade wenige potenzielle Käuferinnen aus.** Na ja, wir haben sogar Frauen, die unsere Marke cool finden und die Produkte tragen, wobei das eher bei den langen Hosen und Hoodies der Fall ist als bei den kurzen Hosen, weil die schon einen Männer-Schnitt haben. Wenn man in der heutigen trendüberladenen Zeit irgendwie Aufmerksamkeit generieren will,

muss man, glaube ich, durch solche Dinge versuchen, sich von der Masse abzuheben. Das „Free your balls“ meint eher, seiner Leidenschaft zu folgen, aber es funktioniert für viele als erster „Catcher“, der sie auf die Marke aufmerksam macht, sodass sie sich danach genauer mit uns beschäftigen. Natürlich gibt es aber auch die andere Seite, dass Leute sagen: „Boah, ihr seid viel zu vulgär!“ Oder Mädels, die uns fragen, was das soll. Trotzdem hatten wir auch schon Mädels, die gefragt haben, wann endlich die „Free your boobs“-Kollektion kommt. Wenn du jedem irgendwie gefallen willst und am Ende keinem gefällt, dann machst du etwas falsch. Wenn du Leute hast, die es scheiße finden, aber es genauso Leute gibt, die es abfeiern – dann macht man irgendetwas richtig. Wir adressieren Leute, die einen gewissen Grundhumor haben, das Leben nicht zu ernst nehmen und da nicht gleich irgendeinen Sexismus hineininterpretieren.

**Wie und wann bist du auf die Idee gekommen, Nuffinz zu gründen?**

2018 ist Nuffinz als Projekt über eine Kickstarter-Kampagne gestartet. Der damalige Produktionspartner ist während der Kickstarter-Kampagne in Konkurs gegangen, also hatten wir zum Start gerade einmal 300 Shorts. Ich habe das damals nebenbei gemacht, wobei es mit der Zeit immer mehr Geld und Arbeitszeit verschlungen hat. Irgendwann haben wir es noch mal komplett neu aufgerollt, einen neuen Produzenten gefunden, das Thema Nachhaltigkeit stärker in den Fokus genommen und in den letzten Jahren – das war 2020 auf 2021 – habe ich dann meinen Job an den Nagel gehängt, um mich komplett Nuffinz zu widmen. Damals war ich Partner in einer Agentur, die sich mit Digitalisierung und Innovation beschäftigt hat. Ich habe meine Anteile an meine Partner verkauft und gesagt: „Jetzt will ich's wissen!“ Seitdem war 100 Prozent Nuffinz angesagt. Ich hatte nur zwei Möglichkeiten: Entweder Vollgas – und unter Umständen mit 300 km/h vor die Wand fahren – oder aufhören. Als Nebenprojekt wäre das

nie erfolgreich geworden. Im letzten Jahr waren wir bei „2 Minuten 2 Millionen“, der österreichischen Version der TV-Show „Die Höhle der Löwen“. Das hat uns in Österreich einen immensen Push gegeben. Die eigentliche Gründungsgeschichte hängt aber tatsächlich mit dem Kitesurfen zusammen. Ich hatte damals während eines Kite-Urlaubs in Tarifa eine gestreifte Hose gekauft mit einem ähnlichen, handtuchartigen Material. Die war allerdings grauhaft verarbeitet. Doch irgendwie habe ich sie geliebt und immer nach dem Kiten angezogen, eben wie ein

Handtuch. Das ist circa 15 Jahre her. Irgendwann war die Hose komplett durch und ich habe lange gesucht, ob ich so etwas noch mal irgendwo kaufen kann. Daraus ist dann der Gedanke entstanden, man könnte auch einfach selbst solche Hosen nähen. Aus der ersten Spinnerei entstand dann das Projekt, als ich zufällig auf einem Event eine Designerin kennenlernte und ihr nach drei Bier die Geschichte reingedrückt hatte. Sie hatte sofort Bock darauf, mir zu helfen, und dann haben wir es gestartet – komplett ohne Business-Case und eher hineingestolpert. Aber wir

Chef Andreas findet, seine Shorts seien die bequemsten der Welt. Das liegt unter anderem am großzügigen Schnitt und an den verwendeten Materialien aus biologischer Baumwolle

Foto: @olive\_and\_ruby



haben immer weitergemacht, weil uns so viele Leute so gutes Feedback auf die Produkte gegeben haben. Das hält die ganze Geschichte am Laufen.

Und was ist das Ziel für eure Marke in der näheren Zukunft?

Wir wollen uns tatsächlich etablieren mit den bequemsten Shorts der Welt. Mit der neuen Edition der Towel-Shorts – wir nennen das Nuffinz 2.0 – haben wir schon mal eins draufgelegt. Außerdem gehen wir mit anderen Stoffen in eine ganz neue Richtung. Derzeit experimentieren wir damit, wie wir unser Garn färben können, sodass wir die Muster nicht mehr aufdrucken, sondern direkt ins Material hineinstricken können. Wenn das hinhaut, kommen noch viel krassere Muster. Die Streifen

sind nicht das Ende der Fahnenstange. Die Vision beinhaltet, dass ich vor allem die Shorts etablieren will. Die langen Hosen, die Hoodies und Shirts werden wir natürlich weiterhin machen, aber da sind wir nicht

so unique. Damit komplettieren wir eher unser Outfit für diejenigen, die von Kopf bis Fuß in Nuffinz gekleidet sein wollen. Natürlich sind alle Kleidungsstücke aus demselben Material und folgen derselben Philosophie.

Andi (rechts) nutzt gern seine Kite-Urlaube für spontane Shootings mit Kitem aus aller Welt: v. l. Richard, Roberto und Rajtiah in Sri Lanka

*„Ich hätte nur zwei Möglichkeiten: Entweder Vollgas - und unter Umständen mit 300 km/h von die Wand fahren - oder aufhören. Als Nebenprojekt wäre das nie erfolgreich geworden.“*

