

**Adetswil** Chris Meier kreierte Shirt-Marke «Schlaumeier Switzerland»

## **Des Schlaumeiers neue Kleider**

**Ein junger Adetswiler vertreibt Qualitäts-Shirts mit originellen Aufdrucken. Bereits warten neue Überraschungen.**

*Olivia Raths*

Der 28-jährige Adetswiler Chris Meier hat kürzlich die Shirt-Marke «Schlaumeier Switzerland» ins Leben gerufen - eine «limitierte Trendmarke», wie er sagt. Trotz noch eher geringem Bekanntheitsgrad ist das Geschäft gut angelaufen.

### **Etwas Dezentem mit Spassfaktor**

Nach seiner Lehre als Sportartikelverkäufer übernahm Chris Meier als 19-Jähriger mit zwei Kollegen ein Sportgeschäft in Auslikon und führte es mit ihnen während eines Jahres. Danach zog es ihn in die Branche der Express-Speditionsunternehmen, wo er heute noch hauptberuflich im Verkauf tätig ist. Ihren Anfang nahm die Shirt-Marke «Schlaumeier Switzerland» im September 2004, als Chris Meier im kalifornischen Los Angeles weilte. «Ich sah überall bedruckte Shirts, die mir ziemlich überladen vorkamen», schildert Chris Meier.

So entstand die Idee, etwas Dezentem ins Leben zu rufen, bei dem erstens der Spassfaktor nicht zu kurz kommen sollte. Zweitens sollten die Shirts von hoher Qualität sein und drittens elegant, aber trotzdem frech wirken - daher der Name Schlaumeier. Im vergangenen Frühling wurden dann Nägel mit Köpfen gemacht: Chris Meier setzte sich mit seinem Kollegen Mathias Fahrni an den Computer und kreierte eine Shirt-Kollektion.

In ausgeglichener Masse zieren schweizerdeutsche und englischsprachige Sprüche oder einzelne Wörter die Shirts von «Schlaumeier Switzerland». Die Stückzahl der Shirts ist limitiert, so gibt es pro Aufdruck und Farbe je 40 Stück bei der Herren- und 20 bei der Damenkollektion. Chris Meier nimmt auch spezifische Kundenwünsche entgegen, wenn beispielsweise eine Firma ihr Logo oder einen selber kreierten Spruch auf mindestens 100 bis 200 Shirts drucken lassen möchte. Chris Meier lässt die «Schlaumeier»-Shirts in Indien über eine Schweizer Textilfirma produzieren, die den Hersteller gut kennt und weiss, dass dort gute Bedingungen und keine Kinderarbeit herrschen. «Die Shirts sind aus hochprozentiger Baumwolle und von sehr hoher Qualität», sagt Chris Meier.

Zurzeit werden die Shirts auf der Internetseite [www.schlaumeierswitzerland.ch](http://www.schlaumeierswitzerland.ch) vertrieben sowie in kleineren Läden in Dübendorf und Pfäffikon SZ und via Mund-zu-Mund-Propaganda. Die Zielgruppen von «Schlaumeier Switzerland» sind gemäss Chris Meier nicht spezifisch. Leute von Jung bis Alt erfreuten sich seiner Shirts, erzählt er.

Chris Meiers Vater Albert liess sich von der Begeisterung seines Sohnes anstecken und unterstützt seinen Sohn tatkräftig, indem er sich vorwiegend um die Buchhaltung der GmbH «Schlaumeier Switzerland» kümmert. Mathias Fahrni kümmert sich

weiterhin um technische Belange wie die Internetseite und die Umsetzung der zahlreichen Ideen auf dem Computer.

«Wir finanzieren in meinem Unternehmen alles selbst», so Chris Meier. Da ihm nur ein kleines Budget zur Verfügung stehe, sei auch die Marketingstrategie selber gemacht. Er kann das Know-how aus seinem anderen Berufsleben optimal ins Shirt-Geschäft einfließen lassen, hat er doch sowohl im Kleiderverkauf als auch in der Spedition Erfahrungen sammeln können.

### **Italienische Untermarke**

Chris Meier ist ein engagierter junger Mann: Neben seinen zwei Jobs legt er an diversen Partys Musik auf und moderiert Anlässe wie Autotuning-Shows. «Ich könnte noch 1000 andere Sachen machen», schwärmt er und lacht verschmitzt. Er ist voller innovativer Ideen - ein richtiger Schlaumeier eben.

Seit kurzem hat Chris Meier eine italienische Untermarke namens «Cosa Nostra» für Männer herausgebracht. Er ist fest überzeugt, dass die neuen Shirts «der Oberhammer» werden.

Für den Sommer 2006 ist eine weitere Untermarke geplant. «Ganz speziell» soll sie werden und nur an den Promotionsanlässen in grösseren Schweizer Städten zu kaufen sein. Man darf gespannt sein, was dem Schlaumeier Chris Meier noch so alles einfallen wird.

Erschienen am Samstag, 10. September 2005

© «Der Zürcher Oberländer» / «Anzeiger von Uster»