

## DELIA FISCHER hat (es sich) im Netz schön ingerichtet

Die 30-Jährige ist Chefin des Interior-Shopping-Clubs Westwing Home&Living in München und hat rund 1400 Mitarbeiter in 15 Ländern. Zuletzt erwirtschaftete sie einen Umsatz von 110 Millionen Euro. Ein Kurzporträt.

Im Hürdenüberwinden ist Delia Fischer inzwischen Meisterin. „Ich bin nicht so der obermutige Mensch. Für mich war es früher Wahnsinn,

wenn jemand kündigte, ohne was Neues zu haben. Und dann habe ich selbst gekündigt, ohne zu wissen, wie ich ‚Westwing‘ finanzieren soll“, erzählt sie. Weil die Idee überzeugender war als die Angst. Als Redakteurin beim Magazin „Elle“ war ihr aufgefallen, dass es zwar haufenweise Einrichtungsgegenstände gibt, aber keinen Onlineshop für richtig schöne, außergewöhnliche Living-Accessoires. „Trotz schlafloser Nächte mit Horrorszenerarien im Kopf dachte ich: Wann, wenn nicht jetzt? Ich habe keine

Verpflichtungen, kein Kind, muss keine Wohnung abbezahlen. Im schlimmsten Fall hätte ich mir wieder einen Job gesucht.“ Nächste Klippe: die Investoren, sechs Herren im grauen Anzug, für ihre sehr weibliche Idee gewinnen – als junge Frau mit Lifestyle-Know-how, aber ohne Erfahrung in BWL und Technik. Nach der Präsentation hatte sie kein gutes Gefühl. Nach einer Woche kam die Zusage. Weil ihnen so jemand wie sie noch nie untergekommen sei. Danach holte sie vier Männer mit verschiedenen Backgrounds

ins Boot. Als einzige Frau bekommt sie auch von ihnen oft Gegenwind. „Großes Thema war anfangs das Office: Männer finden Großraum super, ich habe mich für Rückzugsmöglichkeiten stark gemacht. Bei der Gestaltung der Website sind wir immer noch häufig unterschiedlicher Meinung.“ Doch inzwischen hat sie gelernt, für die Firma das Beste aus beiden Geschlechterwelten zu ziehen, und weiß sich durchzusetzen. Ihr Büro ist das perfekte Sinnbild: Die erfolgreiche Unternehmerin hat es ganz mädchenhaft in Weiß und Türkis gestrichen.



Konnte die Investoren von der Idee eines Living-Webshops überzeugen:  
Delia Fischer