

# ELLE

EDITORIAL

DIESMAL STARGAST: Delia Fischer, Unternehmerin



**Als Geschäftsführerin** von Westwing bin ich viel unterwegs, treffe Businesspartner oder besuche Messen – immer auf der Suche nach neuen Lieblingsstücken für den Onlineshop. Doch München ist der Ort, an dem ich seit elf Jahren lebe, den ich für seine Vielfältigkeit liebe – und der sich als ideal für mein Business erwiesen hat. Denn die Münchner haben ein Gespür für Qualität, Stil und die schönen Dinge des Lebens. Nicht umsonst gibt es hier Traditionsfirmen, wie Dallmayr, die Porzellan Manufaktur Nymphenburg oder Prantl, die Handarbeit und den Sinn für Schönheit zelebrieren. Kein Wunder, man schaue sich nur einmal die Stadt an. Das Nymphenburger Schloss mit seinem riesigen Park oder der Friedensengel, der im Sonnenlicht strahlt. Außerdem mag ich den Münchner Stil – sehr klassisch und zeitlos, qualitätsorientiert, nicht jedem Trend hinterherjagend, aber immer chic. Wäre München eine Handtasche, dann eine cognacfarbene "Birkin Bag" von Hermès.

Aber ich verlasse München auch immer wieder gern – um in der Natur zu entspannen: im Sommer an einem der umliegenden Seen. Am Tegernsee, wo auf dem Waldfest alle in wunderschönen Trachten auftreten, oder am Chiemsee mit seiner atemberaubenden Natur. Ein Wochenende in der Natur ist für mich wie eine Frischekur, aus der ich gestärkt und erholt in die neue Woche starten kann. Auch in der Stadt gibt es Ecken, an denen ich durchatmen kann. Ein Spaziergang durch die Maximiliansanlagen und ich vergesse, dass ich mich in einer Großstadt mit 1,4 Millionen Einwohnern befinde.

Delia Fischer



UNTERSCHÄTZTE

# ÜBERFLIEGERIN

*Als Delia Fischer mit nur 27 Jahren eine Shoppingplattform für schöne Dinge gründete, wurde sie noch belächelt. Heute hat die Westwing-Chefin über 1600 Mitarbeiter*

R

„Rosa“, seufzt Delia Fischer, „rosa Outfits gehen gar nicht“. Dabei ist Pink ihre Lieblingsfarbe. In Kombination mit ihrem Job aber untragbar. „Zu niedlich.“ Die 30-Jährige ist Chefin von mehr als 1600 Mitarbeitern und einer Firma, die mit 112 Millionen Euro Jahresumsatz zu den Big Playern im deutschen Internet-handel gehört.

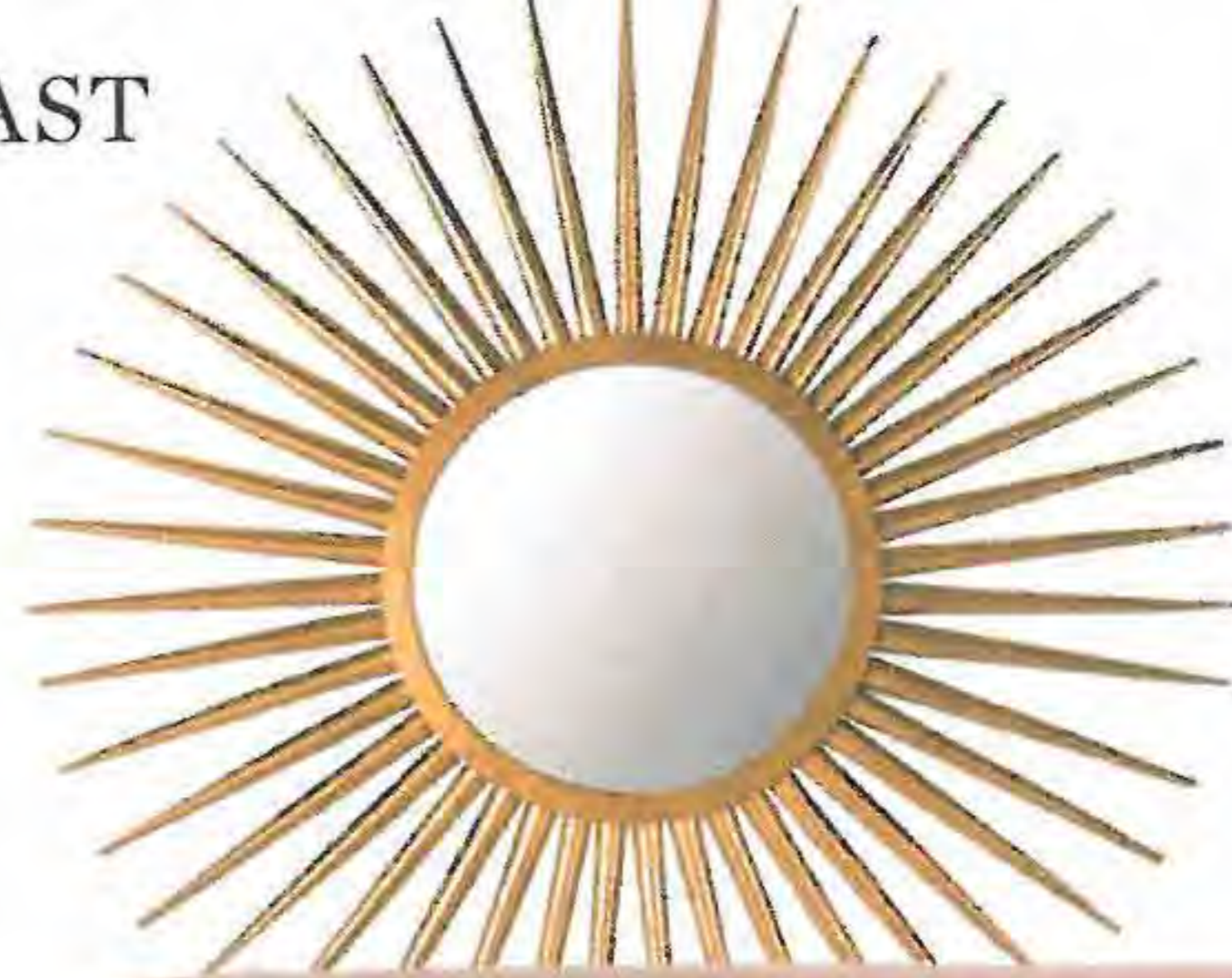
Und nicht nur dort. In 15 Ländern verkauft Westwing Kerzenständer und Kuscheldecken, Sofas und Beistelltische mit Schildkröten-Lampen in zeitlich begrenzten Rabattaktionen. Online. Die Idee dazu hatte Delia Fischer vor vier Jahren. Ihr fiel auf, dass

es zwar Internetshops für schöne Mode gibt, aber keine für schöne Möbel. Und so sitzt sie wenig später im cremefarbenen Hosenanzug und nudefarbenen Peeptoes in einem kühlen Konferenzraum im Münchner Norden, um sechs Männern im Anzug zu erklären, weshalb sie sechsstelliges Risikokapital benötigt. „Klar hatte ich mit dem Vorurteil zu kämpfen, nur ein Modefan zu sein, der kein BWL studiert hat, von der ELLE kommt und jetzt Wärmflaschen verkaufen möchte“, erinnert sie sich bei einem Lunch in ihrem Lieblingsvietnamesen Koriander Too in Haidhausen. „Aber die Investoren haben schnell gemerkt, dass meine Andersartigkeit mein Vorteil ist. Ich denke einfach komplett anders als meine vier männlichen Partner in der Firma.“ Und diese Denke hat vor allem mit Gefühl zu tun. „Wir verkaufen Schönes. Und das läuft nur über Emotion.“ Westwing-Kunden sind zu 85 Prozent Frauen. Und: „Wer an Frauen verkaufen will, muss das Frauen ma-

chen lassen“, davon ist die Chefin überzeugt. Rund 60 Prozent ihrer Mitarbeiter sind weiblich.

Westwing gleicht wohl auch deshalb eher einem Interior-Blog als einem Möbel-Katalog und ist ausschließlich für registrierte Club-Mitglieder zugänglich. Nur so kann Delia Fischer bis zu 70 Prozent Rabatt bei den Herstellern edler Wohnaccessoires und Möbel aushandeln. Dabei setzt die Tochter eines Polizisten auf einen Mix aus Klassikern und Fundstücken. Betten von Rolf Benz und jene englische Sonnenspiegel beispielsweise, mit denen sie ihre Schatzsuche im Internet einst begründete (selbstverständlich ist der Spiegel heute bei Westwing zu finden).

„Beim Sortiment verlasse ich mich nur auf mein Bauchgefühl. Und auf meine Mutter, die mich bei der Auswahl unterstützt und sowieso schon immer mein Stilvorbild war“, lacht die zierliche Frau mit dem Faible für High Heels. Nur in der Start-Up-Phase im Juni 2011 empörte sich ein Investor einmal über ein besticktes



**BESTSELLER**  
Sonnenspiegel und  
2-er Sofa "Viola"



**LEUCHT-SIGNAL**  
"Searchlight"-  
Tischlampe



1. Delia Fischer mit Sebastian Freitag, Style Director bei Westwing in Frankfurt 2. Bei der ELLE-Soiree in Berlin 3. Ihre Mutter Johanna (1.) zeichnet in ihrer Firma für die Auswahl der Marken mitverantwortlich

Hundekissen und bat, es sofort aus dem Sortiment zu nehmen. Bis sich herausstellte, dass das Teil der absolute Renner war. "Das Schönste an meinem Job ist immer noch, durch Messen zu stöbern und neue Produkte zu entdecken", begeistert sie sich, während ihre vietnamesische Pho-Suppe vor lauter Erzählen kalt wird. Doch fürs Stöbern bleibt immer weniger Zeit. Die 30-Jährige hat sich von der unterschätzten Blondine zur Vorzeigefrau der deutschen Gründer-Szene entwickelt, fliegt zu Vorträgen und sammelte erst Anfang des Jahres wieder 25 Millionen Euro bei Investoren wie Access Industries, Fidelity Worldwide Investment, Investment AB Kinnevik, Odey, Summit Partners und Tengemann Ventures ein.

Und als ob das nicht alles schon genug wäre, startete sie erst vor wenigen Wochen ihr zweites Business: das Online-Einrichtungshaus WestwingNow. Im Gegensatz zur Mutter Westwing gibt es hier ein festes Sortiment und das Prinzip "Shop the Look", also fertig gestaltete Räume zum Nachkaufen. Ein Leben im Sauseschritt. "Dass mein Alltag irgendwann mal so extrem durchstrukturiert sein würde, hätte ich mir nie vorstellen können," erzählt Fischer. Im Sommer fährt sie deshalb nach einer 60-Stunden-Woche gern an den Tegernsee zum Schwimmen. "Da komme ich wahnsinnig schnell runter." Mit ihrer Firma ins Start-up-Hub nach Berlin zu ziehen, kommt für die Münchnerin nicht in Frage. Obwohl Westwing dort in der Nähe ein 35 000 Quadratmeter großes Logistikzentrum betreibt. "Wer hübsche Dinge verkaufen will, ist in München genau richtig. Die Stadt hat unheimlich viel Stil. Hier liebt man die schönen Seiten des Lebens."

Stil und Schönheit sind ohnehin die Lieblingsworte der Westwing-Geschäftsführerin. "Mein Business-Credo ist, dass wir auf der Web-Seite viele Stilrichtungen machen können, aber alle müssen stilvoll sein." Wie sich Stil definiert? "Er hat für mich immer etwas mit Persönlichkeit zu tun. Der Style der New Yorkerin Iris Apfel ist auf der einen Seite total crazy, auf der anderen Seite aber total stilvoll." Sie selbst steht nicht so sehr auf durchgeknallt, liebt neben Rosa vor allem ihren schwarzen großen Shopper von Valentino. Weil da ihr Laptop reinpasst. Ihr Büro gleicht einem Mädchen-Wohnzimmer, inklusive frischer Blumen und stimmigem Farbkonzept in Weiß und Türkis. Und einem Barock-Sofa. Darauf liegen verstreut Kissen. In Rosa. Denn zumindest hier muss Delia Fischer niemandem mehr beweisen, was für eine smarte Businessfrau sie ist.

**MEIKE MAI**