

A

DAS ARAG KUNDENMAGAZIN 01/2015



DELIA FISCHER MACHT WOHNEN SCHÖNER.

- › Die Erfolgsgeschichte Westwing › 08
- › ARAG Verkehrs-Rechtsschutz › 20
- › Die Nr. 1 der Drogerien › 30



Auf ins Leben.

WENN RÄUMLICHKEITEN IN ERFÜLLUNG GEHEN.

Schön eingerichtete Räumlichkeiten waren schon immer eine Leidenschaft von Delia Fischer. Einer jungen Frau, die aus einem Tausendseelen-örtchen stammt. Einer jungen Frau, die etwas Eigenes aufbauen wollte. Einer jungen Frau, die schließlich ihren ganzen Mut zusammennahm und sich ihren Traum erfüllte – mit der Gründung von Westwing. Heute, einem der größten Online-Shops für Wohnungsinterieur in Europa.





» In meinem Elternhaus lagen alle Art Wohnzeitschriften rum und wir haben unser Zuhause mit Freude neu dekoriert. «



»» **W**erden Frühling
in seine vier
Wände lassen

möchte, braucht nur ein paar farbige Accessoires. So reicht es schon, zwei Kissen in Frühlingsfarben für die Couch zu wählen und eine passende Blume dazuzustellen. Schon haben Sie innerhalb von fünf Minuten und ohne viel Aufwand einen tollen Effekt. «

Lange bevor Delia Fischer einen der europaweit erfolgreichsten Online-Shops für Einrichtungsgegenstände eröffnete, inspirierte sie Menschen mit solchen und ähnlichen Tipps. Denn Fischer war keine typische Gründerin. Keine BWL-Absolventin einer Elite-Uni. Keine IT-Expertin aus der Internetszene. Delia Fischer war Redakteurin bei einer Modezeitschrift – oder eben eine junge Frau, die einfach Deko liebte.

Eine Leidenschaft von klein auf.

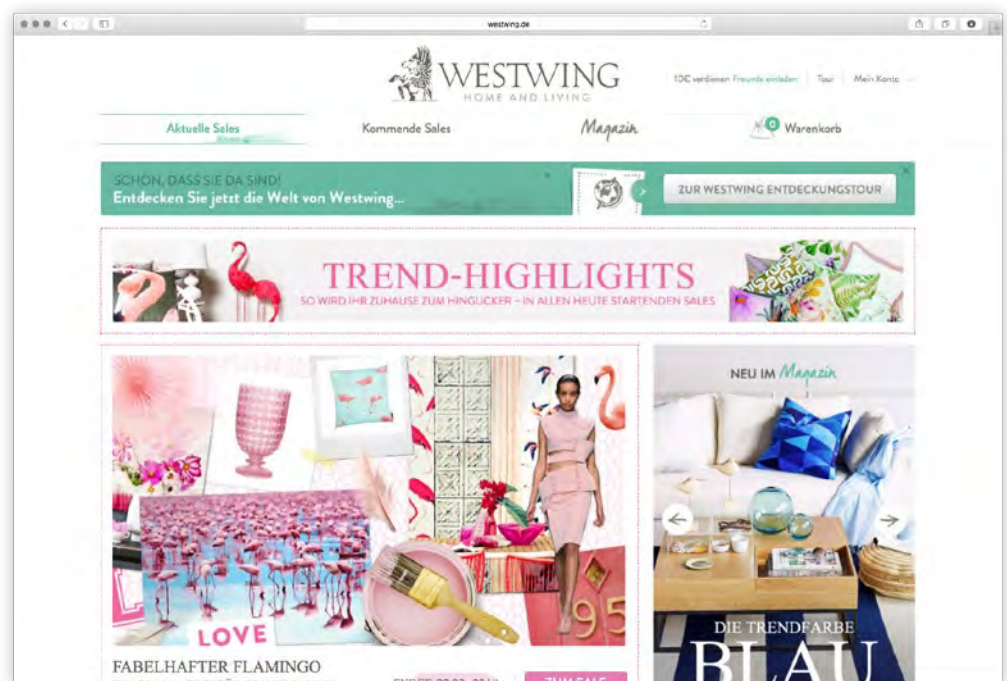
Seit dem sie denken kann, begeistert sich Delia für schönes Interieur. Die junge Frau kommt aus einem kleinen Ort in der Nähe von München. Dort spielt sich das soziale Leben viel stärker in den eigenen

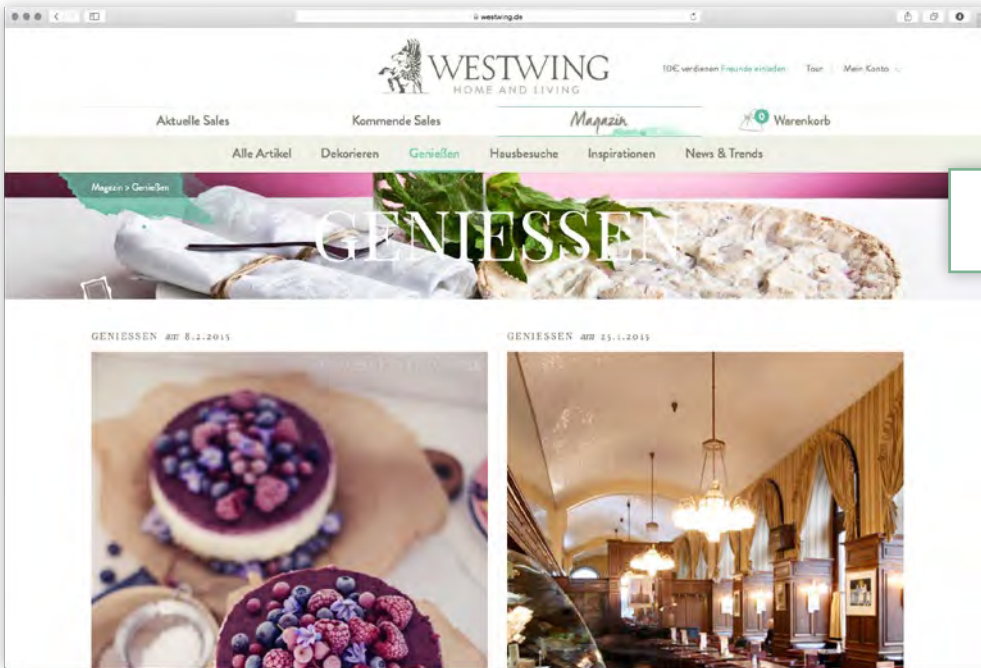
vier Wänden ab. Eine besondere Einrichtung übernimmt daher eine tragende Rolle – und Fischer führte dabei schon als Kind die Regie. »Ich bin einfach damit aufgewachsen«, erklärt sie strahlend. »In meinem Elternhaus lagen alle Art Wohnzeitschriften rum und wir haben unser Zuhause mit Freude neu dekoriert. Gemeinsam mit meinen Eltern habe ich immer wieder was umgestellt, mal eine Wand neu gestrichen und das Haus passend zu den Jahreszeiten geschmückt.« Kein Wunder also, dass sie als junge Erwachsene sich auch beruflich an ihrer Leidenschaft orientiert.

Mit 22 steigt sie bei der Redaktion der Modezeitschrift Elle ein. Sie schreibt über moderne Wohnzimmer-Accessoires, stellt stylische Textilien vor und gibt Einrichtungstipps zu den verschiedensten Gelegenheiten. Bei ihren Recherchen trifft sie immer wieder auf tolle unbekannt Marken, einzigartige Möbel und originelle Deko. Doch es ist unglaublich schwierig, an diese Dinge heranzukommen.

Eine Idee richtet sich ein.

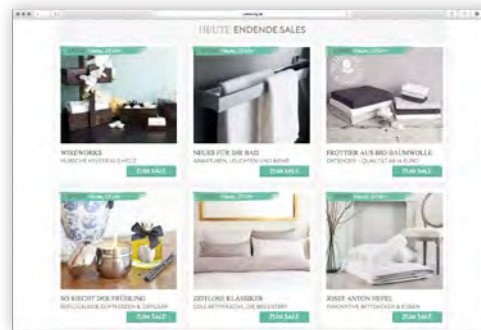
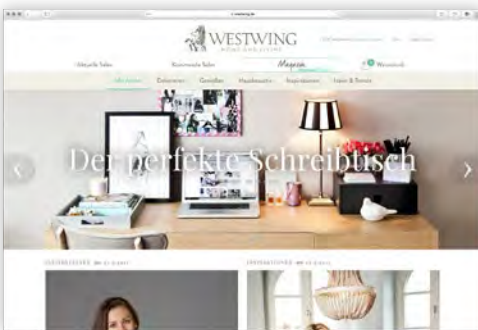
Bei dem Möbelhaus mit den vier Buchstaben gibt es eher nur Accessoires von der Stange. Design-Stücke kosten in der Regel eine Menge. Und Läden mit erschwinglichen Besonderheiten sind mehr als selten.





ARAG Leser erhalten 15 Euro Startguthaben bei Registrierung über diesen Link – Für die Einlösung des Gutscheins gilt ein Mindestbestellwert in Höhe von 40 Euro.

www.westwing.de/arag



Auf ins Gründerleben.

Ihre Eltern sprechen ihr Mut zu und auch ein guter Freund ist von ihrem Einfall begeistert. Statt also nur zu träumen, nimmt Fischer ihr Herz in die Hand und beginnt ihren Traum auch wirklich zu leben: Sie kündigt ihren Job, stellt mit einem guten Bekannten eine kurze Präsentation ihrer Geschäftsidee zusammen und macht einen Termin bei einem Investor.

»Ich kam mir vor, wie in einer anderen Welt«, erklärt Fischer. Das Treffen fand in einem

Warum gibt es niemanden, der nicht nur über diese tollen Dinge spricht, sondern sie auch zu fairen Preisen anbietet? Denn was bringt den Lesern ein Artikel über bemerkenswerte Kerzenständer, effektvolle Lampen oder auffallende Hocker, wenn sie diese nirgendwo erhalten können? Da wäre doch ein entsprechender Versandhandel perfekt. Eine Idee, die Delia Fischer nicht mehr in Ruhe lässt.

Wie Engelchen und Teufelchen sitzen ihr Für- und Gegenstimmen im Nacken. Einerseits hat sie einen sicheren Job, der ihr unglaublichen Spaß macht, andererseits möchte sie liebend gern ihr eigenes Ding durchziehen. Einerseits glaubt sie voll und ganz an ihre Idee, andererseits ist sie eher nicht der Risiko-Typ. Einerseits hat sie Hunderte Einrichtungstipps im Kopf, andererseits kein wirkliches Startkapital und schon mal gar keinen Investor.

noblen Glasgebäude statt. Mit Herren in Anzug und Krawatte, die eher Wirtschaftsabsolventen, aber keine ehemaligen jungen Mitarbeiterinnen einer Frauenzeitschrift gewohnt waren. Doch genau das macht am Ende den entscheidenden Unterschied aus. Die Investoren sind begeistert. Jemand wie Fischer haben sie noch nicht getroffen. Sie ist anders als die typischen Gründer. Frischer. Ungezwungener. Ohne BWL-Hintergrund, dafür aber als erfahrene Redakteurin voller Wissen darüber, was ihre Zielgruppe wirklich will. So klingelt wenige Tage später das Telefon – und Delia Fischer erhält die nötige Finanzspritze für ihre Gründung.

Ein geflügeltes Wort.

Mit dem Geld sucht sie ein passendes Büro und stellt ihr erstes Team ein. Die Internetseite wird programmiert und alles in die Wege geleitet.



Im August 2011 ist es dann soweit: Westwing geht online. Aber wofür steht der Name überhaupt?

»Also am Anfang saßen wir im Münchener Westend. Und damit wollte ich etwas machen«, erläutert Fischer. »Dann fiel mir der Name Westwing ein – wie der Westflügel eines schönen Hauses, durch den die Sonne scheint. Das gefiel dann auf Anhieb allen ganz gut und wir haben es genommen.«

» Dann fiel mir der Name Westwing ein – wie der Westflügel eines schönen Hauses, durch den die Sonne scheint.«

Willkommen im Club.

Den Kunden gefällt Westwing ebenfalls sofort. Der Shopping-Club legt einen Blitzstart hin. Jeder, der etwas bei Westwing kaufen möchte, muss sich mit seiner E-Mail-Adresse kostenlos registrieren. Tag für

Tag gibt es dann neue Angebote an einzigartigen Möbeln und Einrichtungsgegenständen, die bis zu 70 Prozent günstiger sind, als vom Hersteller empfohlen. Allerdings ist die Anzahl der Produkte begrenzt. Die registrierten Mitglieder wissen daher, dass die Artikel schnell ausverkauft sein können. So kommen schon Tausende ganz früh am Tag auf die Seite, um eines der Schnäppchen zu ergattern. Das hat etwas Spielerisches und begeistert die Menschen an Westwing. Dazu kommt, dass der Shopping-Club auch eine große Inspirationsquelle darstellt. Regelmäßig werden neue Themenwelten vorgestellt und Einrichtungstipps gegeben. Für viele ist es wie ein tägliches Magazin. Die Entscheidung, etwas zu wagen, war also goldrichtig. Was mit einer Idee und einem kleinen Team begann, ist heute ein Unternehmen mit rund 1.100 Mitarbeitern in elf Ländern. Für Delia Fischer kein Grund, sich zurückzulehnen und Däumchen zu drehen. Auch heute sucht sie die Marken, Möbel und Accessoires aus, die bei Westwing angeboten werden, und kümmert sich um ihre Inszenierung auf der Seite. Ihrer Leidenschaft ist sie also treu geblieben. Und auch privat geht sie ihr weiterhin nach, verändert bei sich zu Hause regelmäßig etwas und schmückt ihre eigenen vier Wände immer wieder mit neuen Accessoires. Kein Wunder – schließlich kann sie sich mit Westwing ja jeden Raum erfüllen. ● www.westwing.de