

# DIE DEKO-QUEEN



Text: Jonathan Sierck

2011 hat Delia Fischer Westwing, Deutschlands ersten und größten Shopping-Club für Möbel und Interior-Accessoires gegründet. Heute arbeiten über 1500 Mitarbeiter für Westwing in 14 Ländern und generierten zuletzt 230 Mio. Euro Jahresumsatz.

**D**as erste Mal hörte ich von Delia Fischer und ihrem Unternehmen Westwing, als eine gute Freundin dort im Jahr 2013 ein Praktikum machte und mir nach der Arbeit oft begeistert von dem Unternehmensklima und den Produkten erzählte. Westwing ist ein Internetversandhandel rund um das Thema Wohnen und Leben, der von namhaften Investoren finanziert wird, und ist Marktführer im Bereich Home & Living E-Commerce. Noch nie zuvor hatte ich erlebt, dass ein Praktikant so über seine Arbeit ins Schwärmen geraten war.

Also fragte ich, was so besonders an dem Unternehmen und dem Praktikum sei. Meine Freundin überlegte kurz, lachte verlegen und sagte: „Das klingt jetzt vielleicht kitschig, aber die Leute, die dort arbeiten, sind alle supernett und machen ihre Arbeit gern. Das hat sich automatisch auf mich übertragen.“ Als ich drei Jahre später in Delia Fischers Büro saß, um mit ihr über ihre Geschichte und ihre Motivation zu sprechen, musste ich schmunzeln. Denn als ich Delia fragte, was Westwing besonders mache, meinte sie nach kurzem Überlegen: „Das mag wie ein Klischee klingen, aber unsere Kunden sagen alle: Die Leute in eurem Unternehmen sind alle freundlich, und man hat bei ihnen sofort das Gefühl, dass sie ihre Arbeit wirklich gerne machen.“

### Per Studium in die Branche

Seit der Gründung im Jahr 2011 ist Westwing rapide gewachsen. Mittlerweile arbeiten über 1500 Menschen für das Unternehmen und es ist in 14 Ländern auf drei Kontinenten vertreten. Wie hat diese junge, attraktive, blonde

Dame aus einem kleinen Dorf in der Nähe von Nördlingen es geschafft, in so kurzer Zeit solch ein florierendes Unternehmen hochzuziehen und was ist ihr Antrieb? Delia beginnt zu erzählen: „Ich habe schon immer gerne gearbeitet. Neben der Schule hatte ich verschiedenste Jobs: in der Reinigung gearbeitet, im Irish Pub gekellnert, Zeitschriften ausgetragen, für eine lokale Zeitung geschrieben. Ich wollte neben der Schule verschiedene Einblicke gewinnen und natürlich auch mein Taschengeld etwas aufbessern. Ich denke, das kennen die meisten: In jungen Jahren haben nur wenige den einen Traumberuf, den sie unbedingt ausüben möchten, da haben mir die unterschiedlichen Eindrücke geholfen. Und dann habe ich mir gesagt: Ich finde Journalismus cool, habe da schon ein wenig Erfahrung, durfte erste Texte schreiben und es machte mir viel Spaß. Das würde ich gerne weiterverfolgen.“

Nach ihrem Abitur wollte sie dann raus und neue Erfahrungen sammeln.

durfte, waren wegweisend für Delia. „Wir sollten an der Uni einige Praktika machen und so bin ich dann auch mal bei der Elle gelandet, habe in Dubai bei einer PR-Agentur ein Praktikum gemacht und das fand ich beides echt super. Nach dem Studium musste ich mich entscheiden, wo ich anfangen wollte, weil mir glücklicherweise beide eine Stelle anboten. Ich wäre gerne ins Ausland gegangen, aber das Elle-Team hat mir so gut gefallen und die Zeitschrift ist auch renommiert. Deswegen bin ich für ein Volontariat dorthin gegangen und dann Redakteurin geworden.“

### Raus aus der Frauenzeitschrift, rein ins eigene Unternehmen

Doch das Praktikum in Dubai spielte eine wesentliche Rolle dabei, dass Delia mit 26 Jahren den Schritt ins Ungewisse wagte, ihren guten und sicheren Job bei der Frauenzeitschrift kündigte und ein Unternehmen gründete, obwohl die Finanzierung zu dem Zeitpunkt noch

» Ich wusste, ich muss irgendwann  
mein Herz in die Hand nehmen und den  
Sprung ins kalte Wasser wagen. «

„Ich fand durch Zufall den Studiengang Mode, Journalismus und Medienkommunikation. Das hat mich sehr angesprochen, weil es verschiedene Interessensgebiete von mir verbindet. Als ich feststellte, dass dieses Studium nur an einer privaten Uni möglich war, dachte ich sofort: Okay, das kann ich mir abschminken. Ich hätte auch nie von meinen Eltern erwartet, dass sie das für mich bezahlen. Aber da für meine Eltern die Ausbildung der Kinder sehr wichtig war, haben sie gesagt, dass ich es machen kann, aber dafür auf andere Dinge verzichten und neben der Uni auch arbeiten muss, um mir mein Leben selbst zu finanzieren. Das habe ich dann auch so gemacht und es hat sich als gute Entscheidung erwiesen.“

Die praktischen Erfahrungen, die sie während des Studiums mitnehmen

nicht gesichert war. Die PR-Agentur, bei der Delia in Dubai arbeitete, wurde von zwei jungen deutschen Frauen geleitet. „Mit ihnen habe ich viel über das Thema Selbständigkeit und eigene Firma gesprochen. Sie meinten, dass es einerseits schon super wäre, aber haben mir geraten, unbedingt vorher irgendwo zu arbeiten und Erfahrung zu sammeln. Sie meinten außerdem, es sei wichtig, vorher zu lernen, sich zu organisieren; zu lernen, wie gewisse Prozesse ablaufen, bevor man selbst etwas startet. Das fand ich sofort einleuchtend und das würde ich auch heute jedem raten, um nicht zu blauäugig an die Sachen ranzugehen.“

Ihre Zeit bei der Frauenzeitschrift entpuppte sich in der Tat als ideales Sprungbrett: „Bei der Elle zu arbeiten, hat mir sehr viel Spaß gemacht, ich habe jede Menge gelernt und auch wert-



Der Blick ins Münchner Office von Westwing zeigt: Hier spiegelt sich Delia Fischers Anspruch an Stil, Atmosphäre & Inspiration wider

volle Kontakte geknüpft. Nach etwas mehr als vier Jahren dort habe ich mir dann immer intensiver Gedanken darüber gemacht, ob es nicht Zeit wäre, bald etwas Eigenes auf die Beine zu stellen.“ Zuerst waren es nur Hirngespinnste wie ein Buch schreiben, ein eigenes T-Shirt-Label aufbauen und ein paar andere Ideen, die sich Delia ausmalte.

Ein privater Umzug diente schließlich als Initialzündung: „Mir ist dabei aufgefallen: Die ganzen Marken, die ich in der Elle immer vorstelle, an die kommt man verdammt schwer ran und außerdem sind die wirklich teuer. Zu der Zeit gab es zwar schon einiges an Mode online, viele Menschen haben sich Schuhe und Jeans im Internet bestellt – was ja nicht gerade unkompliziert mit den Größen ist –, da dachte ich mir: Es müsste doch auch einen Markt dafür geben, Online-Einrichtung, wie schöne Deko – Gläser, Lampen et cetera – zu verkaufen.“

### Wie viel Potenzial hat die Idee?

Weil Delia zu dem Zeitpunkt noch nichts von der Onlinebranche verstand, fragte sie ihren Kumpel Stefan – bis heute ihr Partner bei Westwing – um Rat, ob es sich bei der Idee um ein weiteres Hirngespinnst handele oder ob er darin echtes Marktpotenzial sehe. „Stefan war damals der Einzige in meinem Umfeld mit Start-up-Erfahrung, also habe ich ihm von meiner Idee erzählt

und er fand sie ansprechend, wollte aber erst einmal externes Feedback von Leuten einholen, die sich besser in dem Bereich auskannten. Er hat sich dann schlaue gemacht und meinte: ‚Delia, nicht nur du findest in dem Bereich nichts, so etwas gibt es innerhalb von Europa bisher einfach nicht.‘“ Obwohl Delia von sich sagt, sie sei nicht unbedingt risikoaffin, witterte sie hier ihre Chance, ergriff die Initiative und handelte. „Wir haben ziemlich schnell gesagt, wir probieren das gemeinsam und haben dann Ende Februar 2011 gekündigt. Ich wusste, ich muss irgendwann mein Herz in die Hand nehmen und den Sprung ins kalte Wasser wagen.“

### Ehefrauen-Starthilfe

Anfang März 2011 stand dann bereits der erste Investoren-Pitch auf dem Programm. „Wir saßen in einem Meetingraum mit sechs Männern und einer Frau und ich dachte mir: ‚Zum Glück ist eine Frau dabei, die versteht bestimmt besser, was wir hier aufziehen möchten!‘ Sie hat aber leider nur Notizen gemacht, und die Männer konnten erst einmal gar nichts mit der Idee anfangen; sie haben es wirklich null verstanden. Einer von ihnen ist sogar einfach aus dem Raum gegangen, weil er sich wohl gedacht hat: ‚Das bringt ja eh nichts.‘“

Wie ist Delia damit umgegangen? „Es war eine ungewohnte Situation für mich,

weil wir bei der Elle eigentlich nur Frauen waren und uns leidenschaftlich mit solchen Themen beschäftigt haben. Stefan und ich sind dann entsprechend geknickt aus dem Meeting rausgegangen. Aber eine Woche später haben sich die Investoren bei mir gemeldet und meinten: ‚Pass auf Delia, wir hatten noch nie jemanden wie dich hier bei uns; du hast kein BWL studiert, kommst aus der Lifestyle-Ecke und willst etwas verkaufen, das für uns erst einmal komisch klingt. Aber wir haben abends mit unseren Frauen darüber gesprochen und die meinten sofort, es wäre super, wenn es so etwas gäbe.‘ Letztlich habe ich es also den Ehefrauen zu verdanken, dass wir ein erstes Investment erhalten haben.“ Die Gewissenhaftigkeit – sicherlich eine große Stärke von Delia – mit der sie ihr Unternehmen leitet, hat auch den Übergang in das Start-up erleichtert: „Wir haben während der Kündigungsfrist alles akribisch vorbereitet und sind im Mai in unser erstes Büro gezogen. Das war hier in München im Westend – daher ist dann auch der Name der Firma gekommen.“

### Fast-Killerfaktor Logistik

Dann ging es Schlag auf Schlag für Delia und Westwing. „Im August 2011 sind wir mit einem Soft Launch online gegangen – das lief nur über Einladung. Im September haben wir dann richtig gelauncht. Was mich dabei am meisten er-

staunt hat: Unser Büro war gefühlt riesig; wir hatten etwa 450 Quadratmeter und ich dachte mir nur: ‚Das kriegen wir ja nie voll.‘ Mein Vater, der sehr bodenständig ist, hat beim ersten Besuch zu meiner Mutter gesagt, dass wir wahnsinnig sind. Wir haben uns dann ein anderes Start-up als Untermieter mit ins Büro geholt, das aber schnell wieder ausziehen musste, weil wir so rapide gewachsen sind. Im Weihnachtsgeschäft 2011 sind wir dann mit Bestellungen überrannt worden. Wir hatten keine Erfahrung, wie das Weihnachtsgeschäft im Retail-Bereich abläuft und hatten demnach auch eine eher dilettantische Logistik. Wir hatten einfach einen leerstehenden Getränkemarkt, in dem alle Sachen standen, und mussten wirklich alle ins Lager fahren, inklusive meinem Vater – der am Anfang immer helfen musste, wenn es mal gebrannt hat. Die Logistik hätte uns anfangs fast gekillt.“

### Teamwork und Learning-by-Doing

Hier stellt sich die Frage, wie Delia und Stefan ihr Start-up so schnell aufgebaut haben und woher sie das nötige Know-how und Selbstbewusstsein genommen haben, ein Team zu leiten, neue Märkte zu erschließen und das Tagesgeschäft nicht aus den Augen zu verlieren. Das Team ist entscheidend. Delia: „Stefan und ich haben immer gesagt: ‚Egal wie gut jemand ist, wir stellen keine Arschlöcher ein.‘ Und ich bin auch bis heute der festen Überzeugung: Leute müssen immer ins Team passen, sonst funktioniert es nicht. Unsere Firmenkultur ist auch darauf ausgelegt, dass wir durch Harmonie Erfolg haben, anstatt zu schauen, wer die dicksten Ellbogen hat. Wir funktionieren als Team und nicht durch Einzelkämpfer.“

Das Team ist der Schlüssel. Wir haben deshalb auch noch drei weitere Gründer mit ins Boot geholt, was meiner Meinung nach sehr wichtig war, weil wir uns nach Stärken aufgeteilt haben. Ein tolles Gründerteam zu haben ist wahnsinnig wichtig. Keiner kann alles und wenn man schnell vorankommen will, muss jeder klare Verantwortung tragen, sonst tritt man auf der Stelle ... Ich habe immer einen Learning-by-Doing-Ansatz vertreten. Man muss die Bereitschaft und

die Begeisterung aufbringen, sich immer mit neuen Ansätzen zu beschäftigen und dadurch besser werden zu wollen. Wir haben uns alle in der Firma auch gegenseitig geholfen und voneinander gelernt. Die Jungs verstehen jetzt zum Beispiel viel mehr über Interior-Design. (lacht) Und ganz wichtig ist einfach: Ich liebe unsere Produkte. Ich war vor Kurzem zum Beispiel auf einer Messe in North Carolina und finde es so aufregend, neue Sachen für unsere Kunden zu finden, die sie sonst nicht bekommen, die sie überraschen und über die sie sich genauso freuen können, wie es bei mir der Fall ist. Das treibt mich enorm an. Bei uns geht es letzten Endes um das Zuhause, wir wollen das Heim von Menschen schöner und gemütlicher machen, weil es so ein wesentlicher und emotionaler Bestand-

darüber im Klaren, dass sie als junge, erfolgreiche Unternehmerin auch als Vorbild Verantwortung trägt, der sie auch gerecht werden will. „Was mir persönlich ein großes Anliegen ist: Ich hoffe sehr stark, noch mehr Frauen und junge Mädels dazu ermutigen zu können, ebenfalls den Schritt in die Selbstständigkeit zu wagen. Jungs sind da tendenziell ein bisschen selbstbewusster und packen die Dinge an, während Mädels sich manche Dinge nicht zutrauen und mit sich selbst hadern. Ich will auf jeden Fall durch mein Beispiel Frauen motivieren und zeigen, dass es machbar ist.“

Abschließend wollen wir noch von Delia wissen, was es für sie bedeutet, erfolgreich im Leben zu sein, und was sie anderen für ihren weiteren Weg mit auf die Reise geben möchte. „Erfolg heißt

»» *Egal wie gut jemand ist, wir stellen keine Arschlöcher ein ... Leute müssen immer ins Team passen, sonst funktioniert es nicht.* ««

teil des Lebens ist und wir wollen, dass sich Menschen zu Hause wohlfühlen und zur Ruhe kommen können.“

### Virtual und Augmented Reality

Obwohl Delia seit 2011 mit Westwing eine unglaubliche Entwicklung hingelegt hat, sieht sie sich noch lange nicht am Ziel. Im Gegenteil: Sie hat noch eine Menge vor mit ihrem Unternehmen. „Es gibt noch so viele Ziele, die wir erreichen wollen – auch viele Dinge, die wir noch gar nicht machen können, weil es vom technischen Stand her nicht möglich ist. Wir könnten mit Virtual und Augmented Reality zum Beispiel echt so coole Dinge machen, daher bin ich mir sicher: Westwing wird noch ein paar Jahrzehnte lang mein Baby bleiben. Wir bieten jetzt schon über 200.000 Produkte an und wollen natürlich unseren Kunden immer das Neueste und Beste zur Verfügung stellen.“

### Mehr Frauen-Power!

Doch nicht nur mit Westwing hat Delia noch einiges vor. Sie ist sich durchaus

für mich nicht, viel Geld zu machen, weil das alleine nicht zum Glückseligkeit führt. Und das ist ein ganz wesentlicher Punkt: Man braucht einen Grund, morgens aufzuwachen und in den Tag starten zu wollen – egal ob du eine Firma hast oder Karpfen züchtest (lacht), du brauchst ein Motiv zum Aufstehen, sonst kannst du nicht erfolgreich sein. Wenn man keinen Antrieb hat, ist man auch nicht glücklich. Meine Tipps: Ranklotzen. Immer wieder. Es gibt niemanden, der erfolgreich ist, ohne etwas dafür zu tun. Niemand kann alles. Man braucht ein gutes Team, das hinter einem steht und auf das man sich verlassen kann. Und man darf sich nicht selbst auf der Strecke verlieren. Das Wichtigste ist, man selbst zu bleiben und authentisch zu sein. Die Menschen im Umfeld merken, wenn man versucht sich zu verstellen.“ <sup>SP</sup>

Der Autor Jonathan Sierck hat das Buch „Junge Überflieger, Millennials, eine Generation auf der Erfolgsspur“ (Redline Verlag) verfasst; mehr dazu im Magazinteil der Ausgabe