

L'OFFICIEL

SCHWEIZ

N° 30
SOMMER 2017
CHF 8.50

DE LA COUTURE ET DE LA MODE DE PARIS



MUST-HAVE
ACCESSOIRES
DER SAISON

STELLA MAXWELL
MODEL OF THE YEAR

MEHR SOMMER!

*DIE SCHÖNSTEN
DESIGNS & DESTINATIONEN*

Stella Maxwell trägt DIOR.
www.lofficiel.ch

ZUHAUSE BEI DELIA FISCHER



Jung, hübsch und erfolgreich – die junge Münchner Unternehmerin **DELIA FISCHER** vereint tatsächlich all das. Mit einer klaren Vision und einer Leichtigkeit, wie sie nur ein Business-Neuling haben kann, hat Sie vor fünf Jahren die Plattform «Westwing» geschaffen, die heute Millionen von Interior-Fans begeistert.

Von MANOU STEIGER

L'OFFICIEL Schweiz: Die meisten Frauen geben viel Geld für Schuhe, Taschen und Accessoires aus. Wie kommt es, dass gerade Möbel es Ihnen so angetan haben?

Man kann ja nicht gerade behaupten, dass ich kein Geld für Mode ausbebe, das muss ich zugeben (lacht). Ich denke, es ist heutzutage so, dass Frauen in einer Wohnung leben wollen, die genau so stilvoll, schön und persönlich ist wie ihre Garderobe. Mir selbst war das schon immer wichtig, denn meine Mutter hat mir den Sinn für schönes Wohnen mitgegeben. Es ist mir ein Anliegen, dass es bei mir zu Hause wohnlich und schön ist.

Man sagt ja, dass die Wohnung auch immer ein Spiegel der Persönlichkeit ist.

Absolut!

Eine neue Wohnung oder ein Haus einzurichten, stellt für viele eine Herausforderung dar. Welche Tipps können Sie unseren Leserinnen geben? Wo sollte man anfangen?

Als erstes würde ich ein Moodboard erstellen: Das heisst, sich Zeitschriften und Coffee-Table Books schnappen und schauen, welche Räume und Farben einen am meisten ansprechen. Was für eine Art von Möbelstücken oder Raumplanungen will ich? Welche Stoffe, Sofas und Wandfarben? Dann die jeweiligen Seiten herausreisen und auf ein Stück Karton oder etwas Ähnliches kleben. Was zusätzlich sehr hilfreich sein kann, ist ein Pinterest-Moodboard zu erstellen, damit

man alles auch noch in digitaler Form hat. So kann man spielerisch und ohne grossen Druck herausfinden, was einen genau anspricht.

Gibt es eine Kardinalsregel, gegen die man nie verstossen sollte?

Meine wichtigste Regel bei der Einrichtung ist: Lege immer grossen Wert auf Accessoires. Es ist genau wie in der Mode; wenn ich ein tolles Kleid trage und dazu ein paar Schuhe, die überhaupt nicht passen, dann ist die Gesamterscheinung nicht reizvoll. Genauso ist es bei der Einrichtung. Wenn auf einem schönen Sofa eine abgenutzte Decke liegt, dann sieht auch das Sofa hässlich aus.

Ich habe gehört, dass Sie ihre Wohnung in München mehrmals im Jahr umgestalten. Wie wird Ihre Sommer-Deko aussehen?

Meine Sommer-Deko dieses Jahr wird viel Türkis und Aquatöne beinhalten. Als kleines Highlight nutze ich Kakteen: Keine richtigen, sondern Vasen, Bettüberzüge und anderes mit Kakteenmustern. Das Kaktus-Muster ist der Hit in diesem Jahr.

Welcher Gegenstand oder Farbe zaubert im Nu eine sommerliche Atmosphäre?

Ich würde sagen, helle Blautöne sorgen definitiv für ein sommerliches Feeling. Zitronengelb kann auch hübsch aussehen, oder ein helles Grün.



Ihre Wohnung in München gestaltet die junge Unternehmerin fünf Mal im Jahr um.



Nach Palmenblättern im letzten Jahr sind Kakteen nun der Hit des Sommers.



1



2



3



4



5

1. Sonnenschirm «Limei», Bizzotto, CHF 135.
2. Hängematte «Holiday», Bloomingville, CHF 975.
3. Sessel «Bonita», Azure Creek, CHF 300.
4. Tischleuchte «Tiffany», Anderson, CHF 130.
5. Deko-Schale, «Green and Gold Dot», Rosanna, CHF 40.

Alles erhältlich über
westwingnow.ch

Was raten Sie Pärchen, die einen komplett verschiedenen Einrichtungsstil haben?

Das ist natürlich ein sehr schwieriges Thema (lacht). Das Beste ist, wenn man gemeinsam eine neue Wohnung sucht. Wenn der eine Partner zum anderen in die bereits bestehende Wohnung zieht, ist man eine Art Eindringling, der vermutlich die ganze Einrichtung durcheinander bringt.

Es ist tatsächlich so, dass es vielen Paaren hilft, wenn sie sich gemeinsam ein Gestaltungskonzept erarbeiten. Das heisst, man sollte sich viele Varianten anschauen, um dann gemeinsam auf einen Nenner zu kommen. Das vorhin genannte Moodboard kann da sehr helfen.

Letztes Jahr feierte Westwing seinen fünften Geburtstag und zählt inzwischen Millionen von Kunden in 14 Ländern. Auf welche Neuigkeiten dürfen sich Westwing-Fans bald freuen?

Wir haben dieses Jahr unsere erste eigene Kollektion gestartet «Westwing Basics». Daran möchte ich auf jeden Fall weiterarbeiten und dafür sorgen, dass wir weiterhin unsere eigenen Produkte auf der Seite verkaufen. Nach fünf Jahren wissen wir bereits, was sich unsere Kunden wünschen. Unser Ziel ist es, Produkte zu einem fairen Preis anbieten zu können.

Gibt es diese Kollektion dauerhaft zu kaufen?

Ja genau. Die «Westwing Basics» gibt es bei uns im «Westwing Klub» in Aktionen einige Male pro Jahr pro Jahr. Aber bei WestwingNow sind die Teile immer erhältlich. Die Idee ist natürlich, dass diese Produkte jederzeit zu haben sind.

Etwas hat uns in der Redaktion besonders angesprochen: Ihre Karriere begann bei der deutschen Zeitschrift «Elle». Was haben Sie aus dieser Tätigkeit mitgenommen?

Mein früherer Job hat mir mit meinem jetzigen Business sehr weitergeholfen, gerade wenn es um Detailarbeit geht. In der Redaktion habe ich gelernt, dass man stets detailliert arbeiten muss. Ein anderer Aspekt ist, dass man als Journalistin natürlich in Geschichten denken muss. Dies machen wir bei Westwing ebenfalls jeden Tag, wenn wir unsere Newsletter rauschicken oder einen bestimmten Stil auf unserer Homepage zeigen. Wir wollen nicht nur ein Online-Shop sein, sondern auch Unterhaltung für unsere User. Die Seite sollte Spass machen und inspirieren!

In früheren Interviews haben Sie erwähnt, dass es schwierig war, sich als junge Frau in einem von Männern dominierten Business durchzusetzen. Wie konnten Sie sich dennoch durchboxen?

Das Wichtigste ist, dass man sich selbst treu bleibt. Man muss nicht zwingend versuchen, den Raum zu dominieren. Es ist viel wichtiger, mit Kompetenz zu punkten. Ich bin zum Beispiel kein Finanz-Typ. Natürlich verstehe ich unsere Bilanzen und Zahlen, aber es ist nun wirklich nicht mein Steckenpferd, und es macht keinen Sinn, mich da irgendwie profilieren zu wollen. Ich glaube, dass es wirklich geschätzt wird, wenn man authentisch bleibt. Am Anfang habe ich mir oft den Kopf zerbrochen, wenn es um meine Garderobe bei wichtigen Meetings ging. Wie modisch ich mich kleiden konnte, ohne negativ aufzufallen. Mittlerweile ist mir das sowas von egal geworden. Ich ziehe genau das an, was mir gefällt. Wir leben schliesslich im Jahr 2017, wo man sich als Frau modisch kleiden und dennoch erfolgreich sein kann.

Da stimme ich Ihnen zu: Wir leben schliesslich in einer Zeit, in der man als Frau seine Stärken nicht mehr verstecken muss. Total! Man denkt immer, dass man gleich als Tussi abgestempelt wird, wenn man sich als Frau um sein Äusseres kümmert. Ich sehe nicht ein, wieso wir uns als Frauen limitieren sollten.

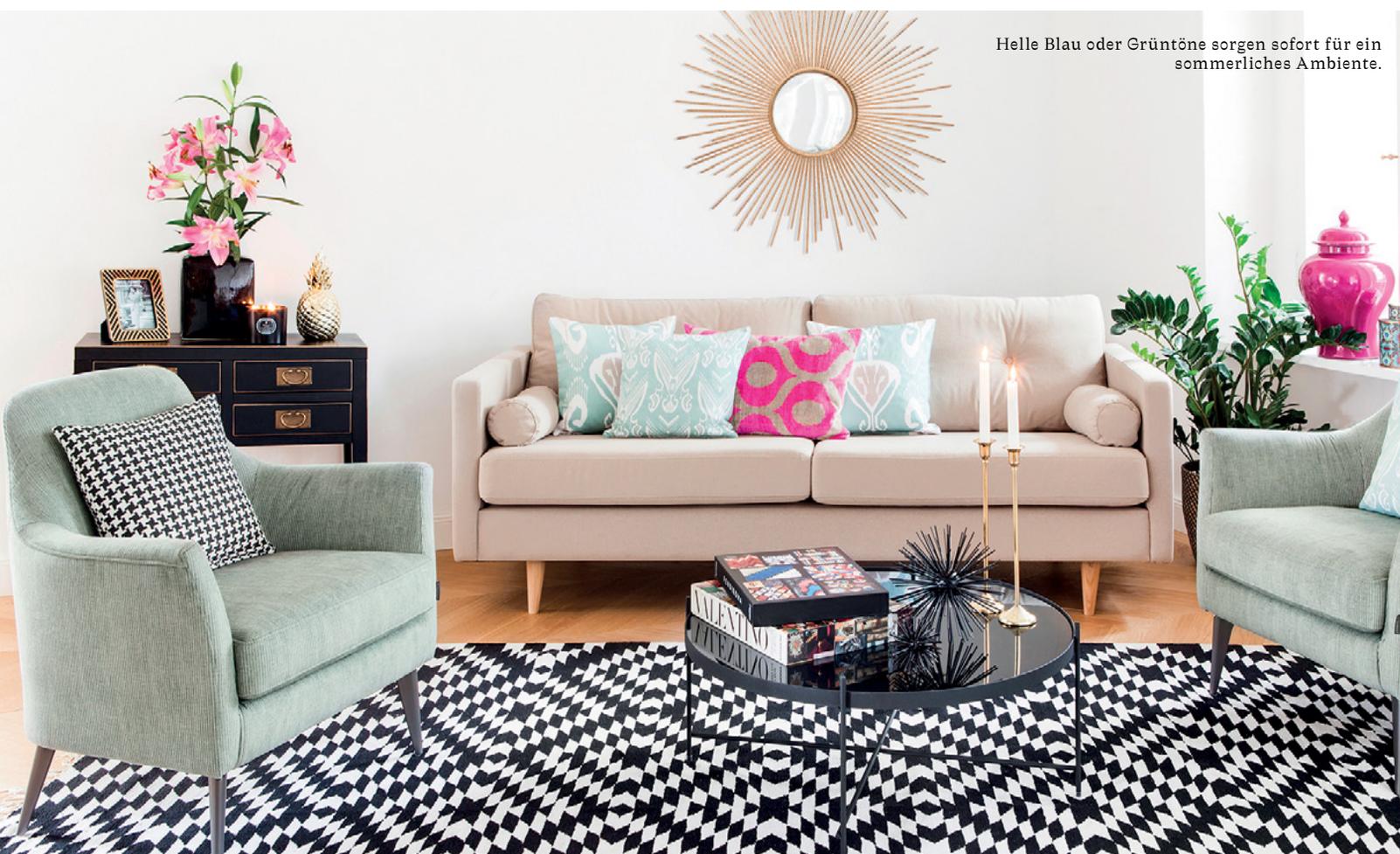
Würden Sie behaupten, dass es in den letzten Jahren einen Wechsel in der Denkweise einiger Männer gegenüber Frauen im Geschäftsleben gegeben hat?

Ja, ich denke schon. Wir sind eine Generation von Frauen, die zu ihrer Weiblichkeit steht, kompetent und selbstbewusst ist. Das haben viele Männer gemerkt und ich würde behaupten auch schätzen gelernt. Man lernt heutzutage in grossen Unternehmen viel über Diversität. Diese Diversität und die verschiedenen Ansichten zwischen Mann und Frau bringen das Unternehmen ja schliesslich auch auf das nächste Level.

Sie haben mit Ihren 33 Jahren schon sehr viel erreicht. Wo und wie sehen Sie sich selbst in den kommenden Jahren?

Ich sehe mich in den nächsten Jahren bestimmt noch bei Westwing. Das Unternehmen ist schliesslich mein Baby, und es gibt noch so viele Möglichkeiten, die wir über die Jahre realisieren möchten und die noch in der Planung sind.

www.westwingnow.ch



Helle Blau oder Grüntöne sorgen sofort für ein sommerliches Ambiente.