



# DELLA FISCHER

## MAŤ VLASTNÝ BIZNIS MA NAUČILO STRÁCAŤ MENEJ ENERGIE

*Vzťah k interiéru v sebe objavila, keď mala dvanásť rokov. Jej vysoké ambície a vytrvalosť ju priviedli k tomu, aby si naplnila sny, o ktorých snívala. Della Fischer, zakladateľka a hlavná kreatívna riaditeľka Westwing. Žena, ktorá ide svojou vlastnou cestou a rozohrala vysokú hru tichého luxusu.*

Autor: Monika Sládková, Foto: Westwing

**HOVORÍ SA, ŽE MUŽI RIEŠIA V INTERIÉRI SKÔR FUNKČNOSŤ, ŽENY DIZAJN. VAŠA MAMA BOLA PRESNE TEN TYP ŽENY, KTORÁ RADA PRETVÁRALA BÝVANIE. DÁ SA POVEDAŤ, ŽE TO, V AKOM PROSTREDÍ STE VYRASTALI, VÁS OVPLYVNILO V TOM, ČO STE CHCELIV ŽIVOTE ROBIŤ?**

---

Určite. Vyrastať s mojou matkou, ktorá venovala pozornosť detailom a vždy sa uistila, že náš domov vyzeral krásne, bolo pre mňa veľmi formujúce. Určite to malo vplyv aj na profesionálnu kariéru, ktorú som si sama zvolila.

**V ROKU 2011 STE ZALOŽILI WESTWING. ČO VÁS K TOMU VIEDLO? URČITE TO NEBOLO JEDNODUCHÉ ROZHODNUTIE. VEDELI STE VTEĎY, DO ČOHO IDETE?**

---

Predtým, ako som spustila Westwing, som pracovala ako redaktorka pre nemecký časopis Elle a Elle Decoration. Veľa som cestovala za prácou a objavovala mnoho skvelých home & living značiek po celom svete. Žiaľ, nevedela som ich nájsť nikde online – čo bolo naozaj frustrujúce. Nevedela som pochopiť, prečo tam, kde je toľko cool módnych obchodov on-line, nie je žiadny zameraný na interiér. Takto som prišla s myšlienkou Westwing. Miesto, kde nájdete štýlové a cenovo dostupné interiéry.

Samozrejme, opustenie bezpečného zamestnania a založenie spoločnosti bez podnikateľského zázemia bolo pre mňa veľkým krokom a nemohla som predvídať, ako sa to bude všetko vyvíjať, ale po tom všetkom: Čo som mohla stratiť? Mala som vtedy 26, bola som

bez detí alebo iných povinností. Ak by všetko zlyhalo, mohla by som si ľahko nájsť prácu. Rozhodla som sa do toho skočiť.

Isteže to bolo na začiatku aj ťažké – od presviedčania investorov, aby finančne podporovali tento biznis, až po zaistenie logistiky. Našťastie sme zvládli všetko a biznis sa stal úspešným.

**VEĽKÉ ROZHODNUTIA PRINÁŠAJÚ SO SEBOU AJ VEĽKÉ RIZIKÁ. KEDY STE MUSELI ZARISKOVAŤ NA JVIAC?**

---

Prvé riziko bolo opustiť prácu a pustiť sa do podnikania bez finančných prostriedkov. Keďže som mala 26, nemala som na účte v banke dosť peňazí, takže som so svojimi spoločníkmi musela presvedčiť investorov. Živo si spomínam na prvé stretnutie v miestnosti plnej starších mužov, snažila som sa presvedčiť ich, aby verili v moju myšlienku predaja sviečok a vankúšov. Po tomto stretnutí som si naozaj myslela, že nedostaneme žiadne finančné prostriedky. Týždeň nato však zavolať jeden z investorov a povedal: „Naozaj nerozumieme vášmu konceptu, ale keď sme to povedali našim manželkám, boli skutočne nadšené.“

**KOLKO HODÍN DENNE PRACUJETE? AKO VYZERÁ VÁŠ REŽIM?**

---

Nie som práve ranné vtáča. Odkedy chodím do práce so svojim psom, v bežný pracovný deň sa dostanem do kancelárie okolo deviatej hodiny a odchádzam okolo ôsmej večer. Po práci zvyčajne chodíme na malú prechádzku. To však neznamená, že sa môj pracovný deň skončil. Vzhľadom na to, že môj bežný pracovný deň je plný porád s vlastným tímom či stretnutí, po večeroch v rámci home officu dobieham prehľad, čítanie a vybavovanie e-mailov.

Jednou z mojich najväčších priorít, na ktorú sa momentálne sústreďujem, je vývoj vlastnej Westwing Collection – projekt, ktorý je pre mňa mimoriadne dôležitý.

*Nevedela som pochopiť, prečo tam, kde je toľko cool módnych obchodov on-line, nie je žiadny zameraný na interiér. Takto som prišla s myšlienkou Westwing. Miesto, kde nájdete štýlové a cenovo dostupné interiéry.*

## V AKEJ ŽIVOTNEJ ETAPE SME VÁS PRÁVE ZASTIHLI?

Povedala by som, že vo veľmi šťastnej fáze. Je to už 8 rokov, čo je spoločnosť Westwing na trhu. V máji sme spustili našu druhú kolekciu Westwing. Je to veľmi vzrušujúce obdobie pre Westwing ako spoločnosť. Od minulého roka sme ako Westwing zalistovaní na burze vo Frankfurtu. Osobne je to aj šťastná etapa tiež, pretože sa toto leto budem vydávať.

## NA INSTAGRAME MÁTE 125-TISÍC SLEDOVATEĽOV, ČO JE ÚCTYHODNÉ. DO AKEJ MIERY OVPLYVŇUJE INSTAGRAM VAŠU PRÁCU?

Instagram mi umožňuje byť neustále v kontakte s našimi zákazníkmi. Môžem sledovať, ako naše výrobky zaskupujú do svojho bývania. Dávajú mi spätnú väzbu o tom, ktoré výrobky sa im páčia a ktoré by si priali nájsť na našej stránke. Milujem okamžitý obchod, ktorý Instagram ponúka, a stal sa pre mňa veľmi dôležitým komunikačným kanálom.

## PRÁVE INSTAGRAM V NÁS VEĽAKRÁT VYTVÁRA ILÚZIU, ŽE VŠETKO JE DOKONALÉ. TAK PREDSA LEN, POVEDZTE, ČO BOLO NA VAŠEJ PRÁCI NAJŤAŽŠIE? ČO VÁS SKÚSEŇ S VLASTNÝM BIZNISOM NAUČILA?

Mať vlastný biznis ma naučilo strácať menej energie. Keď som začínala s Westwingom, vždy som chcela, aby bolo všetko 100 % dokonalé a mala som obavy, ak sa veci neprejavili okamžite, ako sa plánovalo. Teraz sa snažím byť pokojnejšia a sústrediť svoju energiu na riešenie problémov, než aby som sa o ne strachovala.

Najťažšou časťou, s ktorou sme sa stretli v prvých dňoch Westwingu, bola logistika. Kým kašmírový sveter alebo tričko môže byť ľahko zložené a odosla-

né v balení, jemné poháre na šampanské alebo veľká pohovka sú oveľa ťažšia úloha. Trvalo nám nejaký čas, kým sme našli spôsob, ako prekonať tieto problémy. Našťastie sa nám to podarilo a všetko prebieha hladko.

## KEDY V DOTERAJŠEJ KARIÉRE PRIŠIEL MOMENT, KEĎ STE SI POVEDALI, ŽE STE VY SAMA NA SEBA HRDÁ?

Každý deň ma robí šťastnou to, keď zákazníci označujú naše produkty Westwing v ich instagramových príspevkoch. Vedomie, že sme sa podieľali na tom, aby sa ich domov stal krajším, je pre mňa vždy hrdým momentom. Predchádzajúci rok to boli dva míľniky – prvý bol, keď sme uviedli prvú Westwing Collection a druhý, keď nás zalistovali do frankfurtskej burzy.

## PREZRADI TE NÁM AKTUÁLNE TRENDY V INTERIÉRI NA LETO 2019? PODLIEHATE TRENDOM ALEBO UPREDNOSTŇUJETE SKÖR NADČASOVÚ KLASIKU?

Interiér na leto 2019 je o modernej prírodnej atmosfére. Vidíme autentickjšiu, menej glamour vzhľad s množstvom prírodných látok, ako je ľan, drevo a ratan. Veľkými trendmi sú viedenské prútie a marocké vzory. Podlahové vančúše sú veľmi módne ako aj kreslá a teplé tkaniny ako buklé či plyš.

V prípade vlastného domova mám rada klasický nábytok v neutrálnych odtieňoch, ktoré rada oživím štýlovými dekoráciami, reflektujúc sezónne trendy. Takýmto spôsobom môžete vždy zahrnúť trendy, ktoré sa vám aktuálne páčia, bez toho, aby ste museli všetko meniť.

## AKO DLHO VÁM TRVALO ZARIAĎOVANIE VÁŠHO VLASTNÉHO BYTU? MALI STE NA SEBA VYŠŠIE NÁROKY ALEBO DOŠLO K MOMENTU, ŽE STE BOLI NEROZHODNÁ?

Tým, že pracujem s interiérom, bolo zariadenie môjho vlastného bývania rýchly a prirodzený proces. Pri svojom druhom domove v Montreale som vy-

*Teraz sa snažím byť pokojnejšia a sústrediť svoju energiu na riešenie problémov, než aby som sa o ne strachovala.*

berala štýl spolu so svojím snúbencom. Tiež to išlo hladko, nakoľko sa zaujíma o dizajn a architektúru. Chápem však, že často človek podlieha neistote v tom, ako čo najlepšie využiť priestor, ktorý máte, a preto sme vo Westwingu začali ponúkať služby v oblasti interiérového dizajnu. Zákazníci nám môžu poslať rozmery a veľkosť bytu, snímky bytu, vybrať si štýl, ktorý preferujú, a naši interiéroví dizajnéri navrhnú, ako čo najlepšie vybaviť a zaradiť bývanie.

**STÁVA SA VÁM, ŽE TRPÍTE PRACOVNOU DEFORMÁCIOU, NAPRIKĽAD KEĎ STE U NIEKOHU NA NÁVŠTEVE? VŠÍMATE SI USPORIADANIE NÁBYTKU A DEKORÁCIÍ, PREMÝŠĽATE, AKO BY STE TO UROBILI INAK?**

Samozrejme, vždy venujem pozornosť interiérom. Keď pracujete v kreatívnom prostredí, tam nie je nikdy čas nebyť otvorení a vnímaví voči svojmu okoliu. Avšak, málokedy navštívim niekoho doma a myslím si: „To by som urobila inak.“ Moja rada znie vždy: „Zariadujte si byt pre seba, nie pre ostatných.“ Váš domov reflektuje váš vlastný štýl a nie vkus iných. To je dôvod, prečo by som nikdy neprerábala štýl niekoho iného.

**AKO VNÍMATE SÚČASNÚ GENERÁCIU MILENIAĽOV? VELA Z NICH ŽIJE U RODIČOV EŠTE V TRIDSIATKE, MENIA SA V TOMTO TRENDY, AJ ČO SA TÝKA CIELOVEJ SKUPINY WESTWING?**

Myslím si, že mileniáli sú veľmi sebaistá a odhodlaná generácia. Nezáleží na tom, či žijú vo veľkom byte, v menšom alebo v izbe v dome svojich rodičov – mileniáli sú myslením nezávislí a majú silnú predstavu, ktorá je nezávislá od ich životnej situácie.

To však neznamená, že Westwing považujem za spoločnosť len pre mileniálov. Máme veľmi široké publikum z hľadiska veku a štýlu, všetkých spája silný záujem o trendy a interiér. Neexistuje jedna demografická skupina. Naším cieľom je urobiť z každého domova krásny domov – bez ohľadu na vek, príjem atď.

**AKO ODDYCHUJE BIZNIS ŽENA, AKO STE VY, POČAS LETA? ZOHRÁVA INTERIÉR ÚLOHU PRI VÝBERE VAŠEJ LETNEJ DESTINÁCIE? KAM BUDÚ SMEROVAŤ VAŠE KROKY?**

Letné prázdniny sú pre mňa o vychutnávaní si slnka, pláže a dobrého jedla. Milujem tiež, keď mám možnosť využiť čas na objavovanie nových cool miest – obchodov, reštaurácií, hotelov. Ibiza a Miami patria medzi moje najobľúbenejšie destinácie, pretože ponúkajú všetky spomínané možnosti. Toto leto budem mať na Ibize dokonca svadbu.

Miesto, kde som nikdy nebola a želala by som si spoznať niekedy, je Japonsko. Myslím si, že je tam veľa prírodnej krásy a zaujímavých vecí na objavovanie.

DELINA PARTMÁN - HOJ DACIE  
KRESLOWINGTEDDY, WESTWING COLLECTION

