



Autovermieter Sixt in seiner Firmenzentrale in Pullach: „Warum bringe ich mich nicht um?“

DIETER MAYR / DER SPIEGEL

„Geld muss man verachten“

SPIEGEL-Gespräch Der Unternehmer Erich Sixt, 71, über seinen Aufstieg zu einem der größten Autoverleiher Europas, provozierende Werbung und den Wert von Besitz

SPIEGEL: Herr Sixt, wann haben Sie zuletzt eines Ihrer Autos betrachtet und dabei Stolz verspürt?

Sixt: Stolz ist ein ganz dummes Wort. Stolz bringt Hochmut mit sich, Überheblichkeit. Ich reagiere allergisch auf das Wort Stolz.

SPIEGEL: Zufriedenheit?

Sixt: Mag ich auch nicht. Wenn ich zufrieden bin, dann lehne ich mich zurück und denke, na ja, jetzt läuft alles fantastisch. Im Geschäftsleben muss man aber besessen sein.

SPIEGEL: Also gut, gefällt Ihnen wenigstens ab und zu ein Auto?

Sixt: Autos sind für mich Zahlenkolonnen oder, noch schlimmer, ungenügende Rabatte. Wir haben 2015 Autos im Wert von mehr als fünf Milliarden Euro bezogen, insgesamt waren es 195 000 Stück. Da verliert sich die persönliche Bindung zum einzelnen Gefährt ein wenig.

SPIEGEL: Gestatten Sie sich bei Ihrem Privatwagen eine Ausnahme?

Sixt: Ich besitze seit Jahrzehnten nur einen Mercedes 300 SL aus dem Jahr 1956.

SPIEGEL: Hat Ihr Sohn den Wagen nicht vor Kurzem zerlegt bei der Mille Miglia, dem legendären Oldtimer-Rennen in Italien?

Sixt: Mein Sohn hatte Glück, dass nichts Schwerwiegendes passiert ist. Das liegt auch an der Genieleistung der damaligen Ingenieure. Die Autos waren bereits so toll gebaut, zum Beispiel dank des Gitterrohrrahmens, sodass sie für diese Zeit sehr sicher waren. Vor den Ingenieuren, die dieses Auto konstruiert haben, empfinde ich großen Respekt. Das waren vielleicht 20 Mann, die hatten kein Milliardenbudget und keine Computer. Sie haben das Auto gezeichnet und dann innerhalb weniger Monate gebaut.

SPIEGEL: Haben Sie mit Ihrem Sohn wegen des Autos geschimpft?

Sixt: Keine Sekunde. Mensch, ihm ist nichts passiert. Das ist das Wichtigste.

SPIEGEL: Sind Sie am Steuer ein Drängler?

Sixt: Ich fahre schnell, trotzdem habe ich den Führerschein noch nie verloren.

SPIEGEL: Auch Glück gehabt?

Sixt: Zugegebenermaßen ja.

SPIEGEL: Haben Sie Verständnis für jemanden wie Franz Beckenbauer, der mal einen anderen Autofahrer ohrfeigte, weil der ihm die Vorfahrt genommen hatte und Beckenbauer abbremsen musste?

Sixt: Man kann durchaus schnell fahren und sich trotzdem anständig verhalten.

SPIEGEL: Wie reagieren Sie Ihren Zorn ab?

Sixt: Ärgerlich zu werden lohnt sich nicht. Was hilft, ist stoische Geduld.

SPIEGEL: Das klingt mehr nach einem guten Vorsatz als nach gelebter Praxis.

Sixt: Ich muss widersprechen. Wir sind Menschen, also fehlerhafte Geschöpfe. Diese Erkenntnis ist die Voraussetzung für Toleranz. Wenn ich manchmal beobachte, wie an unseren Schaltern Autos vermietet werden – da brauchen Sie sehr viel Geduld, um nicht sofort einzugreifen.

SPIEGEL: Sie sind der Chef, Sie könnten etwas ändern. Sie haben das letzte Wort.

Sixt: Marc Aurel hat das letzte Wort.

SPIEGEL: Der römische Kaiser? Der ist seit 1800 Jahren tot.

Sixt: Seit meiner Studentenzeit liegen seine Schriften auf meinem Nachttisch. Wenn ich nicht schlafen kann, greife ich zu Marc Aurel. Er spricht dann über Tausende von Jahren zu mir und schenkt meiner Seele Frieden. Es wird mir dann schnell bewusst, dass viele Probleme, über die wir uns aufregen, Scheinprobleme sind. Unser Unterbewusstsein vergrößert diese Probleme, aber wir haben unsere Vernunft, um sie wieder wegzuschieben. Das geht, ist aber ein ständiges Training. Man trainiert ein Leben lang.

SPIEGEL: Als Unternehmer müssen Sie ein Verhältnis zur Zukunft haben, um Dinge planen zu können.

Sixt: Wir planen, weil Menschen Pläne wollen. Kommunisten und ähnlich Gesinnte zum Beispiel glauben, dass die Zukunft exakt planbar ist. Wenn man aber Karl Popper folgt, gibt es nur einen Schluss: Die Zukunft ist offen. Als börsennotiertes Unternehmen machen wir Pläne, wie es sich gehört, von mir aus bis 2020. Aber ehrlich gesagt gebe ich auf diese Pläne nicht sehr viel. Denn: Bis auf das Jahr 2009, als die Finanzkrise auch uns traf, haben wir unsere Pläne immer weit übertroffen. Ich möchte die Dinge vorantreiben, so weit es irgendwie geht. Visionen braucht man, aber die sind etwas anderes als ein Plan.

SPIEGEL: Helmut Schmidt hat gesagt, wer Visionen habe, der solle zum Arzt gehen.

Sixt: Ohne Visionen geht gar nichts. Wir wollen Nummer eins werden in Europa. Das sind wir bereits, was den Gewinn angeht. Meine nächste Vision ist: Jeder Kun-

de verlässt unseren Schalter mit einem Lächeln. Dann wären wir unschlagbar.

SPIEGEL: Egal ob Metro oder Amazon, wollen das nicht alle Dienstleister, den zufriedenen, lächelnden Kunden? Warum ist das so schwierig? Weil die Zufriedenheit des Kunden den Unternehmer Geld kostet?

Sixt: Man kann hinterm Schalter schon an kleinen Dingen scheitern. Ich selbst bin vor einigen Jahren, als ich glaubte aushelfen zu müssen, nicht mit einem Kopierer zurechtgekommen. Ich habe es dann aufgegeben und gesagt: Mein Name ist Sixt, vertrauen Sie mir, hier ist der Schlüssel.

SPIEGEL: Hilft es der Zufriedenheit Ihrer Kunden, dass die Damen an den Sixt-Schaltern immer auffallend gut geschminkt sind?

Sixt: Erstens haben wir nicht nur Damen, sondern fast zur Hälfte auch Männer an den Schaltern. Zweitens braucht es schon mehr, um Autos zu vermieten. Aber das Erscheinungsbild ist zweifellos wichtig. Deswegen bieten wir auch Schminkkurse an.

SPIEGEL: Gutes Aussehen bedeutet bei Ihnen also gute Aufstiegschancen – und umgekehrt.

Sixt: Wir beteiligen alle Mitarbeiter, die irgendwo mit Kunden zu tun haben, am Erfolg. Wir fragen die Kunden, wie zufrieden sie sind, und ordnen das dann den Mitarbeitern zu. Und danach wird der Mitarbeiter bewertet.

SPIEGEL: Neben der Präsentation Ihrer Marke an den Schaltern stecken Sie viel Aufwand in die Werbung. Rechnet sich das?

Sixt: Ich widerspreche: Freundlichkeit, Fachwissen und Servicebereitschaft sind am Ende entscheidend, nicht der Lidstrich. Ob sich Werbung rechnet, habe ich mich auch gefragt in den Siebzigerjahren, und dann einfach Studenten zum Flughafen geschickt. Sie sollten die Leute fragen: Was kostet ein Mercedes am Tag, was kostet ein Golf am Tag? Wir stellten fest, dass ein Preisbewusstsein überhaupt nicht vorhanden war.

SPIEGEL: Die Leute interessiert nicht, was ein Mietwagen kostet?

Sixt: Es gab und gibt kein Preisbewusstsein. Wenn ich Sie jetzt fragen würde: Was kostet die Miete für einen Golf am Tag, wüssten Sie es wahrscheinlich auch nicht genau. Und das können Sie auch nicht. Für den Golf haben wir ungefähr 2000 Preise, je nach Auslastung und Nachfrage. Da das

Preisbewusstsein nicht so verankert ist, macht es gar keinen Sinn, mit dem Preis zu werben. Deshalb starteten wir in den Achtzigerjahren die Kampagne: „Mieten Sie einen Mercedes zum Preis eines Golfs“. Das funktionierte.

SPIEGEL: Sie glauben wirklich, der Konsument reagiert auf freche, respektlose Werbung?

Sixt: Man braucht den richtigen Partner. 1982/83 habe ich den Werber Jean-Remy von Matt entdeckt, in einer kleinen Münchner Agentur. Ich spürte: Der Mann hat Feuer in sich. Er brennt. Das ist der richtige Partner. Wir haben damals zusammen diese Slogans und Texte entworfen, ein ganz kleiner Kreis, Matt, ich und ein paar Grafiker. Einfach zusammengesetzt, geredet und dann losgelegt. Wir mussten rasch und entschlossen handeln, damit die Konkurrenz keine Zeit hatte zu reagieren. Die Wettbewerber waren ja große Tanker. Wir waren David. Also haben wir angegriffen, mit allen Mitteln.

SPIEGEL: Das berühmte Motiv mit Angela Merkel, „Lust auf eine neue Frisur?“ – wie kommt so etwas zustande?

Sixt: Wenn man entspannt ist. Eines ist ganz wichtig: Sie dürfen für Werbung keine großen Komitees bilden. Sie dürfen die Dinge nicht verbissen sehen. Sie dürfen auch nicht versuchen, die Dinge wissenschaftlich anzupacken, Panels zu bilden, das geht komplett schief. Das müssen Sie aus dem Bauch heraus entscheiden.

SPIEGEL: Machen Sie aktiv mit? Oder legt Matt drei Entwürfe vor, und Sie sagen: Ich nehm jetzt den?

Sixt: Jede einzelne Werbung geht bei mir über den Schreibtisch. Zum Teil entscheide nur ich, zum Teil sitzen wir zusammen und machen Brainstorming.

SPIEGEL: Wie entstand der Spruch zu Prinz Charles „Ohren anlegen lassen ohne OP“?

Sixt: In einem Meeting, hier, in diesem Raum.

SPIEGEL: Und in solchen Meetings entsteht dann die Idee, Claus Weselsky, den anstrengenden Eisenbahnergewerkschafter, zum „Mitarbeiter des Monats“ zu machen?

Sixt: Matt sagte zu mir: Wir müssen mit dem Weselsky etwas machen. Wir machen ihn zum Mitarbeiter des Monats! Und er hat ja wirklich zum Umsatzwachstum beigetragen.

SPIEGEL: Die Kampagne mit dem Schwere-nöter François Hollande hat auch funktioniert?

Sixt: Hollande kam von mir. Als er in Frankreich die 75 Prozent Einkommensteuer einführte, war das natürlich fatal. Hollande ist für das Land eine absolute Katastrophe – all die sozialistischen Dinge, die er aus der Mottenkiste holt. Der Motorroller war natürlich gut geeignet.

SPIEGEL: Weil er seine Geliebte mit dem Roller besucht hat?



Sixt: Ich fand das so erheiternd – von seinem Palast zu seinem Liebesnest mit dem Motorroller. Das muss man sich mal vorstellen. Und dann haben wir gesagt: Sixt hat auch Autos mit getönten Scheiben.

SPIEGEL: Das Gefasel von Alexander Gauland über Jérôme Boateng hat es erstaunlich schnell auf Ihre Werbeplakate geschafft. War Ihnen das ein politisches Anliegen?

Sixt: Das Gauland-Motiv ist ein Sixt-Klassiker. Wir greifen aktuelle Themen auf und setzen sie in satirischer Form in Werbung um. Das kann prinzipiell jeden bekannten Politiker treffen.

SPIEGEL: Die Anzeige hat Ihnen nicht nur Zuspruch verschafft.

Sixt: Die Gefahr besteht bei jeder Anzeige. Werbung, die es jedem recht macht, ist aber furchtbar langweilig.

SPIEGEL: Sie selbst fanden das Vermieten von Autos in den Sechzigerjahren eher uninteressant. Als Sie den kleinen Laden 1969 von Ihrem Vater übernahmen, kauften Sie 200 Mercedes hinzu für drei Millionen Mark. War das gesundes Risiko oder jugendlicher Leichtsin?

Sixt: Ich hatte bei der Bestellung verdrängt, dass ich die Autos auch bald bezahlen musste. Es blieb mir nichts übrig, als die Banken abzuklappern. Bis ein Banker sagte: „Mensch, Sixt, wenn ich Sie mir so anschau, Sie packen das.“ Vertrauen spielte damals noch eine ganz andere Rolle. Der Mann gab mir 20 Millionen Mark.

SPIEGEL: Danach schlecht geschlafen?

Sixt: Ich war 25 Jahre alt. Mit 25 hat man überhaupt keine Bedenken. Da stürmt man voran. Ich war ja noch nicht auf die Nase gefallen.

SPIEGEL: Das kam ein wenig später.

Sixt: 1971, als ich Avon als Kunden gewonnen hatte. 400 Chefberaterinnen hatten die, ich dachte, ich bin besonders schlau und kaufe denen Autos der Marke Simca mit Heckantrieb. Eine furchtbare Fehlent-

scheidung. Die Damen zerstörten einen Simca nach dem anderen. Die Kosten wuchsen ins Unermessliche. Ich steuerte auf die Pleite zu, nur ein Deal mit Renault rettete mich damals. Deren Autos hatten Frontantrieb.

SPIEGEL: Hat da Marc Aurel helfen können?

Sixt: Sicher. Dann kam das Sonntagsfahrverbot. Ich wohnte in Ottobrunn, konnte zu Fuß zur A8 marschieren und guckte von einer Brücke auf die Geisterautobahn. Ich dachte: Jetzt hast du grad angefangen und bist schon fertig.

SPIEGEL: Hatten Sie einen Plan B?

Sixt: Gab's nicht, denn ich glaube nicht an Pläne. Pläne werden an den Universitäten gelehrt. Deswegen hatte mich BWL an der Uni nicht interessiert, ein sinnloses Studium. Das Einzige, was davon zu gebrauchen ist, ist ein Semester Buchführung. Der Rest war realitätsfern und ist es auch heute noch.

SPIEGEL: Hoppla.

Sixt: Die gesamte VWL- und BWL-Lehre beruht auf der Annahme, dass der Mensch rational handelt und ich ihn deshalb rational berechnen kann. Bedauerlicherweise handeln wir Menschen aber nur zu einem geringen Maß rational, wir werden getrieben von unseren Emotionen. Wenn Sie in der Wirtschaft etwas erreichen wollen, dann ist das Studium der Psychologie wichtig und natürlich Philosophie. In diesen Vorlesungen jedenfalls habe ich mich am liebsten herumgetrieben.

SPIEGEL: Teilten Sie die Vorliebe damaliger Geisteswissenschaftler für lange Haare, Parka und Haschpfeife?

Sixt: Ich war ein Rebell, aber nicht im 68er-Sinn. Eher in der Schule von Karl Valentin: alles linksherum denken, alles infrage stellen.

SPIEGEL: Was taten Sie, während Ihre Kommilitonen mit dem VW-Bus nach Indien fuhren?



Sixt-Werbung mit Politikern Gauland 2016, Merkel 2001

„Wir haben angegriffen, mit allen Mitteln“

Sixt: Ich war mehr am französischen Existenzialismus interessiert. Ich habe mich stark mit Sartre beschäftigt. Camus wurde mein Freund. Ich halte den Existenzialismus nach wie vor für einen recht vernünftigen Gedanken: Wir werden in die Welt geworfen, existieren nur für einen Augenblick. Was macht man mit dem Leben? Der erste Satz des „Mythos des Sisyphos“ überzeugt mit der urphilosophischen Frage: Warum bringe ich mich nicht um?

SPIEGEL: Ihre Antwort auf diese Frage?

Sixt: Sisyphos rollt den Stein bergauf, kommt oben an – und sieht zu, wie der Stein wieder hinunterrollt. Eine Befriedigung hat er trotzdem: Er schleppt den Stein hoch, er schafft das, er erlebt einen Moment des Glücks. Es geht darum, seinem Leben einen Sinn zu verleihen.

SPIEGEL: Das beantwortet die Frage nur indirekt. Warum bringen wir uns nicht um?

Sixt: Es macht ein zu großes Vergnügen, die Fähigkeiten, die man hat, auszuloten. Gerade, weil meine Zeit als Mensch begrenzt ist, finde ich es wertvoll, diese kurze Zeit zu nutzen und Glücksmomente zu erleben.

SPIEGEL: Sie betonen, wie wichtig Widerspruchsgeist ist, das, was Sie „Kultur der Unruhe“ nennen. Ist das nicht die wohlfeile Rede eines sehr mächtigen Unternehmers? Wer darf Ihnen sagen, dass eine Idee nichts taugt?

Sixt: Na jeder. Ich habe großes Vergnügen am Widerspruch. Das Leben besteht doch aus ständigem Infragestellen. Das ist das große Vergnügen des Denkens. Sie suchen die Wahrheit, aber Sie werden sie nie finden!

SPIEGEL: Empfinden Ihre Mitarbeiter das als genauso spaßig wie Sie?

Sixt: Ich bin kein Patriarch. Ich hab kein Vergnügen, Menschen zu knechten. Der Mensch soll sich entfalten.

SPIEGEL: Das sagen die meisten Chefs. Was passiert, wenn ein Mitarbeiter sein Auto auf Ihrem Parkplatz abstellt?

Sixt: Das ist mir vollkommen egal. Es gibt kein Schild, auf dem steht: Erich Sixt. Irgendeiner hat einmal Vorstandsschilder hingestellt, die habe ich abgeräumt.

SPIEGEL: Aber in Ihrer Firma sind doch nicht alle gleich.

Sixt: Nein, natürlich nicht. Aber wir sind alles Menschen. Das sollte man sich immer wieder bewusst machen. Ich darf nicht in Hochmut verfallen. Ich will Streitkultur!

SPIEGEL: Ihr Vermögen gilt als beträchtlich. Macht Geld glücklich?

Sixt: Mein Vater pflegte zu sagen: „Ich werde immer in der Lage sein, mir eine Maß Bier zu kaufen und ein paar Weißwürste zu essen in einem Biergarten. Was ich zum Überleben brauche, werde ich immer in der Lage sein zu verdienen.“

SPIEGEL: Lange Zeit haben Sie mit Ihrem Privatvermögen gehaftet, Sie hatten bis zu 500 Millionen Mark an Verbindlichkeiten. Wie geht man mit solch einem Risiko um?

Sixt: Man sollte schon auch an Alexis Sorbas denken, wie der zu tanzen beginnt, als die Seilbahn zusammenkracht. Die Lebensfreude ist wichtiger als das Geld. Mein Vater war ein klassischer Unternehmer, geprägt durch das Erlebnis des Krieges. Der hat nie eine Versicherung abgeschlossen, nicht einmal eine Krankenversicherung, nichts. Er sagte: „Du hast doch überhaupt keine Ahnung, was Krise heißt.“

SPIEGEL: Ab welcher Vermögenshöhe spielt Geld keine Rolle mehr?

Sixt: Geld darf Ihnen von Beginn an nicht viel bedeuten. Wenn Sie Unternehmer werden, um viel Geld zu verdienen, dann werden Sie scheitern, weil Sie Angst haben, es zu riskieren.

SPIEGEL: Das sagt sich leicht als vielfacher Millionär. Von welcher Summe an war Ihnen Geld wirklich wurscht?

Sixt: Mir war's immer wurscht. Es klingt pathetisch, aber: Wenn nur Geld und Be-

sitz Ihre Ziele sind, haben Sie keine Chance, Glück zu finden. Weil Sie ja immer mehr wollen. Man muss Geld und Besitz in gewisser Weise verachten.

SPIEGEL: Leute wie Bill Gates geben viel Geld in Stiftungen. Wenn's wurscht ist: Warum schenken Sie nicht mehr weg?

Sixt: Das kann man nicht einfach vergleichen. In den USA ist die Wohlfahrt stark vom privaten Engagement abhängig. In Europa übernimmt dies der Staat, finanziert durch brave Steuerzahler. Aber auch Sixt ist sehr aktiv: Meine Frau führt seit vielen Jahren unsere weltweit aktive Kinderhilfe Stiftung, in die sie nicht nur viel Geld investiert. Sie kümmert sich auch mit großem Zeitaufwand persönlich um Hilfsprojekte – zusätzlich zu ihren vielen Aufgaben im Unternehmen.

SPIEGEL: Sie sind inzwischen 71. Wer darf Ihnen sagen: Sie können's nicht mehr? Oder: Du kannst es nicht mehr?

Sixt: Zunächst befrage ich mich selbst ständig. Ich mach Schluss, wenn ich sage: Das haben wir immer schon so gemacht.

SPIEGEL: Glauben Sie, man kann das selbst erkennen?

Sixt: Weiß ich nicht. Ich will es aber versuchen.

SPIEGEL: Dürfen Ihre Söhne sagen: Papa, du kannst es nicht mehr?

Sixt: Beide haben als Vorstände eine große Verantwortung. Sie können sicher sein, dass sie es tun würden – in diesem Geiste haben wir sie erzogen.

SPIEGEL: Was macht jemand mit Ihrer Energie und Neugier, wenn irgendwann tatsächlich Schluss ist?

Sixt: Ich werde mehr lesen. Wenn ich etwas vermisste, dann das Lesen. Wir müssen mehr lesen!

SPIEGEL: Sie sind die Nummer eins in Deutschland, irgendwann vielleicht sind Sie die Nummer eins in der Welt. Ist es das, was Sie am Ende glücklich macht? Bleibt das als Lebensleistung?

Sixt: Es ist mir gleichgültig, was von mir als Person in Erinnerung bleibt. Ich habe ja nichts mehr davon. Wenn ich tot bin, bin ich tot. Mir ist aber nicht gleichgültig, was aus dem Unternehmen Sixt wird. Für das trage ich Verantwortung.

SPIEGEL: Gibt es Glücksmomente außerhalb der Firma?

Sixt: Glücksmomente gibt's viele. Sie stehen auf einem Berg und erleben einen Sonnenaufgang. Eine Begegnung mit einem Freund. Es gibt Dinge wie Liebe. Es gibt Freundschaft.

SPIEGEL: 230 Stundenkilometer mit dem Auto fahren – Glück?

Sixt: Mit dem Gefühl von Glück hat das nun wirklich überhaupt nichts zu tun. Das ist doch einfach nur ein hochgefahrterer Adrenalinspiegel, oder?

SPIEGEL: Herr Sixt, wir danken Ihnen für dieses Gespräch.