



# „Nur mit Entscheidungen gestaltet man sein Leben“

Sixt ist die Nummer 1 der Autovermietung in Deutschland. Das Unternehmen bietet Mobilität vom Feinsten, perfekten Service und reibungslose Abläufe. Immer in Bewegung und niemals Stillstand, das ist das Motto von Regine Sixt. An der Seite ihres Mannes ist es ihr gelungen, das Unternehmen zu dem zu machen, was es heute ist.

**Prof. Dr. Jo Groebel: Sixt ist heute im Straßenbild überall präsent. Wann und wie nahm diese Erfolgsgeschichte ihren Anfang?**

**Regine Sixt:** Die Anfänge von Sixt reichen sehr weit zurück – mehr als 100 Jahre. Martin Sixt, der Großvater meines Mannes Erich, gründete das Unternehmen im Jahr 1912 mit drei Fahrzeugen. In den 1920er-Jahren übernahm Hans Sixt in zweiter Generation die Firma. Der Erste und Zweite Weltkrieg bedeuteten jeweils fast das Ende – doch Sixt überlebte. In den 50er-Jahren eröffnete Sixt dann die ersten Stationen an Flughäfen.

Mein Mann Erich stieg 1969 in das Unternehmen ein, ich selbst bin seit 1976 an seiner Seite. Damals umfasste unsere Flotte etwa 800 Autos, und wir träumten davon, dass es einmal 3.000 Fahrzeuge sein würden. Heute sind weltweit in mehr als 120 Ländern rund 240.000 Autos von Sixt auf den Straßen unterwegs, und mit unseren Söhnen ist bereits die vierte Generation in der Führung des Unternehmens tätig. Aus damaliger Sicht wirklich unvorstellbar.

**Der Aufstieg muss Konkurrenten im In- und Ausland doch herausgefordert haben ...**

Konkurrenz belebt das Geschäft. Und wie mein Mann immer sagt: Schau nicht auf andere, sondern bring sie dazu, auf dich zu schauen.

**Die Marke Sixt, das sind neben der Corporate Identity auch witzig-freche Werbeaktionen. Welche Rolle spielte und spielt Marketing in Ihrer Firmenstrategie?**

In Deutschland hat Sixt etwa den gleichen Bekanntheitsgrad wie George Clooney, fast jeder kennt uns. Einer der Gründe dafür sind sicherlich unsere aufsehenerregenden, Sixt-typischen Werbekampagnen. Doch Marketing bedeutet noch so viel mehr. Es umfasst unsere zahlreichen Partnerschaften mit renommierten Hotels und Airlines auf der ganzen Welt, unsere erfolgreichen Kommunikationskanäle wie unser Kundenmagazin „GoSixt“ oder unsere preisgekrönten Image-Filme. Und nicht zu vergessen: das immer wichtiger werdende Employer Branding. All das sind wichtige Bestandteile unseres Schaffens, Menschen zu begeistern – intern wie extern.

**Kundenphilosophie und Preispolitik bedingen einander ein Stück weit. Was machen Sie dabei anders oder besser als die Mitbewerber?**

Sixt ist durch und durch ein Premiumdienstleister. Das zeigt sich in unseren Fahrzeugen, unseren Services und unseren Produkten. Unsere Flotte besteht zum großen Teil aus hochwertig ausgestatteten Fahrzeugen namhafter Hersteller wie BMW, Mercedes und Audi. Zudem arbeiten wir permanent an neuen Produkten, wir sind der Innovationsführer der Branche. Dabei richten wir alles, was wir tun, nach den Bedürfnissen unserer Kunden aus. Das alles zeichnet uns aus – im wahrsten Sinne des Wortes: Für unsere Produkte und unsere Servicequalität erhalten wir regelmäßige Preise.

**Die klassische Autovermietung, sozusagen die Keimzelle des Unternehmens, ist heute nur ein Geschäftsfeld von vielen. Welche anderen Dienstleistungen bietet Sixt seinen Kunden?**

Autovermietung ist nur ein Baustein im Mobilitätsmix rund um das Auto der Menschen, weitere Bausteine sind zum Beispiel Leasing, Carsharing oder Ride Hailing. Bei Sixt erhalten Kunden Mobilität von wenigen Minuten bis hin zu mehreren Jahren – und zwar aus einer Hand. Das haben wir all unseren weltweiten Wettbewerbern voraus. Ob nun für Privat- oder für Geschäftskunden bieten wir vielfältige Produkte, die auf die speziellen Anforderungen unserer Kunden abgestimmt sind. Dazu gehören der Transferdienst mydriver, die Mietwagen-Flatrate Sixt unlimited oder auch Sixt holiday, ein attraktives Prepaid All-Inclusive-Angebot, das Kunden in Reisebüros zur Verfügung gestellt wird. Und das sind nur einige Beispiele unserer Lösungen.

**Ich stelle mir die Positionierung auf einem Markt, der im Sinne des Wortes mobil ist, recht schwierig vor. Wo steht Sixt heute auf dem deutschen Markt, und wie sieht es auf den ausländischen Zielmärkten aus?**

Sixt ist bereits seit einigen Jahrzehnten klarer Marktführer in Deutschland, und auch im Rest der Welt geben wir Vollgas. Sixt gehört international zu den führenden Anbietern von Mobilitätsdienstleistungen. In den USA beispielsweise, dem größten Autovermietmarkt der Welt, sind wir im Jahr 2011 gestartet und stehen dort mittlerweile bereits auf Platz 4.



Hall of Fame Manager Magazin (v. li.): Erich und Regine Sixt, Steffen Klusmann (Chefredakteur Manager Magazin).

#### **Bleibt da noch Raum für Expansion?**

Unbedingt. Wir bauen unsere weltweite Präsenz stetig aus und haben noch viel vor.

#### **Kommen wir zur Struktur des Unternehmens. Wie „funktioniert“ der Familienbetrieb Sixt?**

Nun, Sixt ist ein börsennotiertes Unternehmen, da sind die Rollen natürlich klar definiert. Mein Mann führt als Vorstandsvorsitzender das Unternehmen, während ich mich um das internationale Marketing kümmere und die Partnerschaften von Sixt weiter ausbaue und pflege. Unsere Söhne sind ebenfalls beide im Vorstand, wo Alexander die Organisation und Strategie verantwortet und Konstantin für den weltweiten Vertrieb zuständig ist. Wir alle sind und leben Sixt und betrachten das Unternehmen nicht als Job, sondern als echte Lebensaufgabe. Dafür geben wir alles, darin sind wir uns gleich.

#### **Zur Wettbewerbsfähigkeit und damit zum Erfolg eines Unternehmens tragen die Mitarbeiter entscheidend bei. Welchen Stellenwert haben Ausbildung und Weiterbildung bei Sixt?**

Beides liegt uns wirklich sehr am Herzen. Die richtigen Mitarbeiter, die für uns und unsere Kunden brennen, sind für uns als Dienstleister und als Innovationsführer das A und O. Daher betreiben wir zahlreiche Traineeprogramme, angefangen bei der Verkaufsberatung, bis hin zum Personal- oder Finanzwesen. Darüber hinaus verfügen wir über flache Hierarchien und bieten wirklich tolle Aufstiegschancen. Viele der internationalen Filialleiter und Mitarbeiter in den weltweiten Führungspositionen haben ihre berufliche Laufbahn bei Sixt gestartet. Ich denke, das spricht für uns und unsere Strukturen.

#### **Viele kennen aus den Medien die Vorzeige-Unternehmerin und Society-Lady Regine Sixt. Weniger bekannt ist Ihr starkes soziales Engagement ...**

Es spielt doch auch keine Rolle, wie viele Menschen mein soziales Engagement zur Kenntnis nehmen. Es zählt allein, wie vielen Menschen ich damit helfen kann. Kindern in Not ein besseres Leben zu verschaffen, ist mir eine echte Herzensangelegenheit. Deshalb habe ich vor vielen Jahren die Kinderhilfe Stiftung „Tränchen Trocknen“ gegründet. Kinder sind die schwächsten Mitglieder unserer Gesellschaft und benötigen am meisten Hilfe und Unterstützung. Viel zu viele Kinder, beispielsweise in Krisengebieten, erhalten diese aber nicht oder nicht genug. Dort setzt „Tränchen Trocknen“ an. Wir betreuen derzeit rund

## VITA

Unternehmerin, Stifterin, Diplomatin

Vision – Aktion – Innovation: Regine Sixt ist die personifizierte Perfektion, wenn es darum geht, Großes aufzubauen. Als Verantwortliche für das International Marketing von Sixt hat sie federführend mit ihrem Mann Erich Sixt, dem CEO der Sixt SE, eine Weltmarke aufgebaut, die ihresgleichen sucht: Sixt ist heute Marktführer in Deutschland und in zahlreichen weiteren Ländern. Sixt ist präsent in mehr als 120 Ländern weltweit und setzt unaufhaltsam den Siegeszug rund um den Globus fort.

Mit Ambition, Präzision und einer klaren Mission verleiht Regine Sixt aber nicht nur der Marke Sixt neue Impulse. Auch ihr Herzensprojekt „Tränchen Trocknen“ – die Regine Sixt Kinderhilfe Stiftung – baut mit der couragierten Philanthropin als Vorstandsvorsitzenden das weltweite Engagement permanent aus. In mehr als 85 Projekten erhalten Kinder in Not und Krankheit ganz konkrete Hilfe und neue Hoffnung. Diese Revolution des Guten wird nicht nur von vielen weltweiten Sixt-Mitarbeitern in deren Freizeit mitgetragen, sondern besteht auch als offizielles CSR-Programm des Autovermieters.

Als vielfach ausgezeichnete „Grande Dame“ in Wirtschaft, Gesellschaft, Kultur und im sozialen Bereich setzt Regine Sixt weltweit Impulse, gerade für die Kleinsten und Schwächsten unserer Gesellschaft, die sich aus eigener Kraft nicht helfen können. Preise wie „Citizen of the World“ von Hadassah oder die „Goldene Victoria“ der Deutschlandstiftung Integration belegen dies eindrucksvoll.

Regine Sixt ist Mutter zweier Söhne, die nun in vierter Generation als Vorstände die Zukunft des Konzerns mitprägen. Als Honorargeneralkonsulin von Barbados setzt Regine Sixt ebenfalls Impulse auf dem politisch-diplomatischen Parkett.

[www.sixt.com](http://www.sixt.com)

[www.drying-little-tears.com](http://www.drying-little-tears.com)




130 Projekte in etwa 60 Ländern. Dabei orientiert sich unsere Arbeit an den vier Hilfssäulen Fürsorge, Gesundheit, Bildung und Nothilfe.

Mittlerweile ist „Tränchen Trocknen“ das offizielle CSR-Programm der Sixt-Gruppe. Dadurch verfügt die Stiftung über ein weltweites Netz der Hilfe in mehr als 120 Ländern. Darauf bin ich sehr stolz.

**Sie wurden vielfach geehrt und haben zahlreiche Auszeichnungen bekommen. Ist ein Preis darunter, auf den Sie besonders stolz sind?**

Ich bin auf alle meine Auszeichnungen stolz, denn sie bedeuten nichts anderes, als dass ich meine Ziele erfolgreich umgesetzt habe. Besonders viel bedeutet hat mir aber zum Beispiel der Citizen of the World Award von Hadasah, den ich im Jahr 2012 für meinen Einsatz für den israelisch-deutschen Dialog bekam. Ich erhielt den Preis als erste Deutsche und erste Frau überhaupt.

In diesem Jahr wurde ich gemeinsam mit meinem Mann in die Hall of Fame des Manager Magazins aufgenommen. Auch diese Auszeichnung war etwas ganz Besonderes für mich – zum einen, weil mein Mann und ich als Team geehrt wurden, zum anderen, weil wir uns als Mitglieder der Hall of Fame in beeindruckender Gesellschaft herausragender Persönlichkeiten der deutschen Wirtschaft befinden.

**Als Unternehmerin stehen Sie immer wieder auch vor schwierigen Entscheidungen. Wie gehen Sie damit um?**

Ich glaube nicht an Schwierigkeiten, sondern nur an Herausforderungen. Und ich liebe Herausforderungen. Nur mit Entscheidungen gestaltet man sein Leben. Immer wieder etwas Neues zu erleben, zu sehen und zu schaffen macht es doch erst so richtig spannend.

**Sie sind seit langem dem BMW eng verbunden. Worin liegt für Sie persönlich der Wert der Mitgliedschaft in Deutschlands führendem Mittelstandsverband?**

Der BMW vertritt wie kein anderer Verband die Interessen der deutschen Mittelständler – und unterstützt damit das Rückgrat der deutschen Wirtschaft. Die Mitgliedschaft bietet außerdem die wunderbare Möglichkeit, wertvolle Kontakte zu knüpfen und sich branchenübergreifend zu vernetzen. Beides ist für Unternehmer enorm wichtig und macht einen Teil ihres Erfolges aus.

**Als Senatorin gehören Sie dem Bundeswirtschaftssenat an. Welche Bedeutung hat für Sie persönlich dieses höchste Verbandsmitglied?**

Der Senat hat mitunter wesentlichen Einfluss auf die Gestaltung der wirtschaftlichen Landschaft Deutschlands. Er fungiert unter anderem als Bindeglied und Vermittlungsorgan zwischen Branchen wie Wirtschaft, Kultur und Politik. Damit erfüllt er eine Aufgabe, mit der ich mich sehr gut identifizieren kann. Ihm anzugehören ist für mich eine besondere Verpflichtung, die ich sehr ernst nehme und die mich mit Freude erfüllt.



## DAS UNTERNEHMEN

<b>Rechtsform:</b> Societas Europaea (SE)	<b>Umsatz:</b> 2,6 Milliarden Euro (2017)
<b>Gründung:</b> 1912	<b>Branche:</b> Mobilität
<b>Sitz:</b> Pullach	<b>Produkte:</b> Mobilitätsdienstleistungen
<b>Geschäftsführung:</b> Erich Sixt (Vorstandsvorsitzender)	<b>Webseite:</b> <a href="http://www.about.sixt.de">www.about.sixt.de</a>
<b>Mitarbeiter:</b> rund 6.700	