



BESTE ARBEITGEBER

• Love-Brand mit knusprigen Benefits: **ZWEIFEL-CHIPS** Seite 38

• Zwei **AUFSTEIGER** im Bereich Gesundheit und Soziales Seite 40

• Warum **VERSICHERUNGEN** besonders beliebt sind Seite 41



Zwei Mitarbeiter von Rivella in einer Produktionshalle in Röschwil.

«Die Kultur ist ein zentraler Wettbewerbsfaktor»

Der Getränkehersteller Rivella ist Gewinner des Ratings «Beste Arbeitgeber 2026». Das Aargauer Unternehmen hat das Employer-Branding strategisch geplant und umgesetzt.

FLORIAN FELS

Das Unternehmen ist bekannt für seine prickelnden Getränke. Rivella gehört zu den beliebtesten Marken der Schweiz. Wenn man allerdings in Betrieb aus dem Zug steigt, sind die rund zehn Minuten Pausen zum Hauptziel nicht wirklich prickelnd. Es geht durch ein intensives Industriebetrieb mit schmalen Lagerhallen; Trotts sind praktisch nicht vorhanden. Kaum zu glauben, dass in dieser Umgebung jenseits Schweizer Unternehmen seinen Hauptsitz hat, das gerade zum besten Arbeitgeber 2026 gekürt wurde. Aber das ist kein Zufall, sondern das Resultat einer jahrelangen strategischen Arbeit. «Wir haben das Thema Arbeitgeberattraktivität nicht aus einer Not heraus angepackt, sondern proaktiv», sagt der langjährige HR- und Marketing-Experte. Vor rund zehn Jahren habe sich Rivella gefragt, wie man als Arbeitgeber wahrgenommen werde. Damals ange eine Marke, die ein passendes Bild. Während Rivella als Produktmarke ein sogenannter Love-Brand war, tauten die Unternehmen bei Studierenden und

Wichtigste Punkte für dieses Ranking

Impressum Der Text «Beste Arbeitgeber» ist eine redaktionelle Darstellung der Aussagen der Verantwortlichen der Unternehmen. Die Redaktion übernimmt keine Haftung für die Inhalte. Die Redaktion ist nicht verantwortlich für die Inhalte der Artikel. Die Redaktion ist nicht verantwortlich für die Inhalte der Artikel. Die Redaktion ist nicht verantwortlich für die Inhalte der Artikel.

Abwechslung kann als potenzieller Arbeitgeber auf. «Das konnte doch nicht sein», konstatiert Kriens, aber ein No-Name als Arbeitgeber. Systematisch wurde die Wende eingeleitet, und dazu gehörte auch, dass der Bereich Human Resources mit Markus Kriens eine Vertiefung in der Geschäftsführung erhielt. Employer-Branding wurde zu einem strategischen Führungs- und Kulturthema. «Employer-Branding ist kein Projekt mit Start und Ende», sagt der Co-CEO Silvio Brauer. «Es ist eine permanente Aufgabe – und inzwischen ein wichtiger Teil unserer unternehmerischen Strategie.» Dabei profitierte Rivella von einer Besonderheit: Als Unternehmen mit jahrzehntelanger Erfahrung im Marketing übertrug man die Logik der Markenführung auf Unternehmen. «Wir haben gelernt, unser Unternehmen als Marke zu denken», sagt Kriens. «Aber mindestens so wichtig ist, dass das, was man nach aussen erzählt, innen auch tatsächlich erlebt wird.»

Wie die Lücke geschlossen wurde Interne Befragungen bestätigten, was man vermuten konnte: Die Mitarbeitenden hatten bereits eine sehr starke Identifikation mit dem Unternehmen. Ribben sich wertgeschätzt und lobten die



«Employer-Branding ist kein Projekt mit Start und Ende» Silvio Brauer Co-CEO Rivella

Präsenz an Hochschulen, Career Days, der systematische Aufbau von LinkedIn als Kommunikationskanal – heute zählt Rivella dort rund 25000 Follower – sowie die klare Formulierung einer Employer Value Proposition. «Nicht Hochglanzbroschüren, sondern eher auf die Menschen fokussierte Kommunikation, Emotionen und echte Geschichten sind notwendig», bescheinigt es Kriens. Gestaltungsspielraum statt Konzernpolitik Ein zentrales Element der Attraktivität sind die Gestaltungsmöglichkeiten der Mitarbeitenden. «Für mich ist das der grösste Vorteil bei Rivella», sagt Co-CEO Brauer. «Vier grossen Welt, ist bei uns genau richtig.» Ideen seien ausdrücklich erwünscht. Voraussetzung wurde bewusst vorzule. In der Praxis sieht das beispielsweise so aus, dass beschriebene Arbeitsgruppen gebildet werden, in denen Mitarbeitende jenseits ihrer

Interaktionen an normalen Themen mitarbeiten: Es gibt Grenzen zu Aufgaben, Nachhaltigkeit und Unternehmenskultur. «Es wird gefordert, dass Leute nicht einfach den Job erledigen, wie er in der Stellenbeschreibung steht», sagt Brauer. Wer sich einbringen will, findet ein Klima und Strukturen, die das ermöglichen und in denen Ideen nicht im Organigramm stecken bleiben. Gerade im Vergleich zu grossen Konzernen mit langen Entscheidungswegen sei das ein klarer Vorteil. Diese Befragung zeigt sich in der Unternehmens-

SPECIAL Fortsetzung auf Seite 38



1	Rivella	8,57
2	Die Mobilbar	8,49
3	Zurich	8,21
4	Hilti	8,19
5	Schweizer Paraplegiker-Gruppe	7,99
6	Unilever	7,87
7	Zweifel Pomy-Chips	7,85
8	AS Aufzüge	7,85
9	Stiftung Böhli	7,84
10	Microsoft Schweiz	7,83
11	IBM Schweiz	7,80
12	Sanitas Krankenversicherung	7,76
13	HG Commercial	7,75
14	Pilatus Flugzeugwerke	7,74
15	Eidgenössische Technische Hochschule Zürich (ETH)	7,73
16	Zur Rose	7,70
17	Ikea Schweiz	7,70
18	BLS	7,70
19	Bernmobil	7,68
20	Bühler	7,67
21	Feldschöschchen	7,67
22	Marti-Gruppe	7,67
23	Roxol	7,66
24	Aare Seeland Mobil	7,63
25	Eidgenössische Technische Hochschule Lausanne (EPFL)	7,62
26	Google	7,62
27	Schweizerische Bundesbahnen (SBB)	7,62
28	AXA Versicherungen	7,61
29	Siemens Schweiz	7,60
30	Logitech International	7,59
31	Avio	7,58
32	Services Industriels de Genève	7,57
33	CSL Behring	7,56
34	Rhatische Bahn	7,56
35	Victorinox	7,55
36	CSS-Versicherung	7,54
37	Ermi-Gruppe	7,54
38	Postfinance	7,54
39	Pistor	7,52
40	Camion Transport	7,52
41	Berner Kantonalbank (BEKB)	7,52
42	Swiss Re	7,51
43	Thurgauer Kantonalbank (TKB)	7,51
44	Schweizerische Südostbahn	7,51
45	ZfV	7,50
46	ABB	7,50
47	Freiburgerische Verkehrsbetriebe (TFV)	7,49
48	UMB	7,49
49	Graubündner Kantonalbank (GKB)	7,48
50	Dosenbach-Optiker	7,48
51	Zürcher Kantonalbank (ZKB)	7,47
52	Audika	7,47
53	Basler Kantonalbank (BKB)	7,45
54	Roche	7,44
55	Hirslanden	7,44
56	Helvetia-Versicherungen	7,43
57	Frankie-Gruppe	7,41
58	Schulthess Klinik	7,41
59	Ergon Informatik	7,39
60	Kinderhospital Zürich	7,39
61	Skyguide	7,39
62	Swica Gesundheitsorganisation	7,39
63	Aargauische Kantonalbank (AKB)	7,39
64	Novartis	7,39
65	Noser Group	7,38
66	Emil Egger	7,38
67	Chicoree Mode	7,38
68	Richemont	7,37
69	Romande Energie	7,37
70	DER Touristik Suisse	7,34
71	St. Galler Kantonalbank (SGKB)	7,33
72	Delica	7,32
73	Gasser Feistechnik	7,31
74	Amag Group	7,31
75	LGT	7,31
76	Nespresso	7,31
77	Coop	7,30
78	Johnson & Johnson	7,29
79	Meier Tobler	7,28
80	Fielmann	7,27
81	UCB Farchim	7,27
82	Berner Fachhochschule (BFH)	7,26
83	Swiss Life	7,26
84	Universität Basel	7,26
85	Zuger Kantonsospital	7,26
86	Lindenhofgruppe	7,26
87	Mettler Toledo	7,26
88	Schweizerisches Rotes Kreuz	7,25
89	Luzerner Kantonalbank (LUKB)	7,25
90	Givaudan Schweiz	7,25
91	Fenaco-Landi-Gruppe	7,24
92	Matterhorn Gotthard Bahn	7,24
93	Lösinger Miraziti	7,23
94	Zentralbahn (ZB)	7,23
95	Universität St. Gallen	7,22
96	Ernst Sutter	7,22
97	Georg Fischer	7,21
98	Confiserie Sprüngli	7,20
99	Helsana-Gruppe	7,18
100	Hornbach	7,18

Fortsetzung von Seite 37

kultur. Kulturbeschaffer aus der Belegschaft treiben verschiedene Themen voran, ein jährlicher «Kulturcheck» misst Stimmung und Handlungsbedarf. Selbst etablierte HR-Instrumente wurden hinterfragt. Das klassische Mitarbeitergespräch in einem starren Korsett wurde abgeschafft. «Wenn etwas keinen Sinn mehr macht, hinterfragen wir damit auf», sagt Krienbühl, «entscheidend ist der Dialog – nicht das Format.»

Vertrauen statt Kontrolle

Auch beim Thema Leistung setzt Rivella bewusst andere Akzente. Variable Lohnbestandteile sind nicht mehr an individuelle Ziele gekoppelt, sondern an den Unternehmenserfolg. «Wir sprechen von Erfolgsbeteiligung, nicht von Bonus», erläutert Brauen. Das stärke das Gemeinsame und vermeide Zielkonflikte.

Homeoffice und Remote-Arbeit sind möglich bis zu 60 Prozent, aber nicht dogmatisch geregelt. «Firmeninteressen haben Vorrang», betont die Geschäftsleitung. Wenn physische Präsenz nötig ist, wird sie eingefordert. Gleichzeitig werde da-

rauf geachtet, dass auch Mitarbeitende in Produktion oder Logistik attraktive Arbeitsbedingungen haben – etwa durch bessere Planbarkeit der Schichten oder durch eine attraktive Infrastruktur.

Tiefe Fluktuation, hohe Glaubwürdigkeit

Die Zahlen bestätigen den Ansatz: Die Fluktuation liegt seit Jahren bei rund 5 bis 7 Prozent, die Absenkenquote ist sehr niedrig. Austrittsinterviews werden mit allen Mitarbeitenden geführt und Feedbacks systematisch ausgewertet. «Wir verlieren selten Talente, bei denen wir sagen: Das darf nicht sein», so der HR-Chef Krienbühl.

Das Rivella heute in Arbeitgeber-Rankings mehrfach vorne liegt, sieht die Führung als Bestätigung – nicht als Ziel an sich. «Wir machen das nicht wegen des Labels», sagt der HR-Chef. «Sondern weil wir überzeugt sind, dass Menschen und Kultur ein zentraler Wettbewerbsfaktor sind.»

Für andere Unternehmen hat Rivella eine klare Botschaft: «Man muss strategisch denken», sagt Brauen. «Nicht weil es gerade Mode ist, sondern aus Überzeugung», erklärt der Co-CEO – und ergänzt: «Tue Gutes, und sprich darüber, aber bleibe dabei ehrlich.»

60 Prozent

Homeoffice und Remote-Arbeit sind bei Rivella möglich. Es gibt aber keine dogmatische Regelung.

Herstellung von Lebens- und Genussmitteln, sonstige Verbrauchsgüter

Rang	Branche	Anzahl Arbeitgeber	Score	Platz gesamt
1	Rivella		8,57	1
2	Unilever		7,87	6
3	Zweifel Pomy-Chips		7,85	7
4	Feldschöschchen		7,67	21
5	Victorinox		7,55	35
6	Ermi-Gruppe		7,54	37
7	Delica		7,32	72
8	Nespresso		7,31	76
9	Johnson & Johnson		7,29	78
10	Fenaco-Landi-Gruppe		7,24	91
11	Ernst Sutter		7,22	96
12	Confiserie Sprüngli		7,20	98
13	Hug Familie		7,05	128
14	Micana		7,04	131
15	DSM		6,96	143
16	Fresh Food & Beverage Group		6,90	156
17	Bell		6,59	211
18	Mövenpick Group		6,55	224

Benefits für die Rivellaner

- Grosser Gestaltungsspielraum und gelebte Vertrauenskultur
- Schweizer Familienunternehmung und KMU. Man kennt, schätzt und unterstützt sich.
- Diversität: Zwanzig Nationen und der Frauen-/Männereanteil ist auch auf GL-Stufe 50:50.
- Teilzeit und Co-Modelle auch auf GL-Stufe
- Vierzig Stunden-Woche mit Jahresarbeitszeitmodell
- Mindestens fünf Wochen Ferien plus Ferienkauf und unbefristeter Urlaub
- Remote-Arbeit (Homeoffice) bis zu 60 Prozent
- Sportangebote wie Fitnessraum, Yoga, Laufgruppen, Tennisklub
- Soziale Engagements: Rivella-pack-an-lag, Mitarbeiteranlässe, Schotterzunft
- Qualität hochwertiges, stark subventioniertes Personalrestaurant
- Marktsichere Entlohnung im oberen Mittelfeld
- Attraktive Pensionskasse mit drei Sparplänen zur Wahl
- Halbtagslo für alle
- Smartphone mit Abo «Europa» für alle
- Gratisgetränke für den Eigenbedarf

Stabwechsel

Per 1. Januar 2026 hat Markus Krienbühl, der langjährige Leiter People & Culture und Vater des erfolgreichen Employer-Branding bei Rivella, seine Funktion an Simone Müller-Ledermann übergeben. Die seit 2023 Teamleiterin People & Culture bei der Rivella Group war. Mit dem Wechsel wird sie Teil des achtköpfigen Managementteams, das künftig aus vier Frauen und vier Männern besteht. Müller-Ledermann hat mehr als zwanzig Jahre Berufserfahrung in der Kommunikationindustrie (siehe Interview mit ihr auf Seite 35).



Markus Krienbühl, langjähriger Leiter People & Culture bei Rivella

Im Zweifel zu Zweifel

Der traditionsreiche Chipshersteller erzielt immer wieder Topplatzierungen als beliebter Arbeitgeber.

FLORIAN FELS

Seit Jahren gehört Zweifel Chips & Snacks zu den bestplatzierten Unternehmen im Arbeitgeber-Ranking der Handelszeitung und der Onlineplattform Statista. Das Traditionsunternehmen, das in der Schweiz wie kaum eine andere Marke für Chips und Snacks steht, verbindet wirtschaftlichen Erfolg mit einer Unternehmenskultur, die auf langfristiges Denken und starke Werte setzt. Zweifel ist ein Schweizer Familienunternehmen, das seit bald siebzig Jahren von stabilen Werten und einem langfristigen Denken geprägt ist, sagt Kathrin Käst, Leiterin Human Resources. Im Zentrum stehe stets der Mensch – und genau das präge auch die Rolle von Zweifel als Arbeitgeberin. Vertrauen, Wertschätzung und Mitgestaltung seien keine Schlagworte, sondern gelebter Alltag.

Die Anziehungskraft eines «Love-Brand»

Auffällig ist die emotionale Bindung der Mitarbeitenden an das Unternehmen. «Viele identifizieren sich stark mit der Marke Zweifel – sie erleben sie nicht nur als Arbeitgeberin, sondern als Love-Brand», so Käst. Dass rund ein Drittel der Belegschaft seit mehr als 15 Jahren im Unternehmen arbeitet, unterstreicht diese Verbundenheit eindrücklich. Geplant wird sie bewusst – etwa durch bereichsübergreifende Anlässe, Teamausflüge oder den traditionellen CharZmas-Apéro. Der sogenannte One-Family-Spirit soll den Zusammenhalt stärken und das Wir-Gefühl fördern.



Eine von 140 Verkaufswartinnen und -beratern des Frisch-Service von Zweifel.

Auf klassische Benefits legt Zweifel zwar Wert, sieht sie aber nicht als entscheidenden Faktor für langfristige Zufriedenheit. «Der Kern bleibe der zwischenmenschliche Umgang», betont Käst. Wichtiger sei das tägliche Miteinander: wie zusammengearbeitet werde, ob die eigene Stimme zähle und ob Mitarbeitende spürten, dass ihr Beitrag etwas bewirke. Sinnhaftigkeit entstehe im Team – durch Vertrauen, Wertschätzung und echte Zusammenarbeit. In den letzten Jahren hat Zweifel zudem gezielt an Strukturen und Entwicklungsmöglichkeiten gearbeitet. Hierarchiestufen wurden abgebaut, Entscheidungswege verkürzt und der Gestaltungsspielraum erweitert. Ergänzend

wurde eine digitale Lernplattform aufgebaut, auf der Produktschulungen angeboten und Themen der Zusammenarbeit behandelt werden. «So unterstützen wir individuelles Lernen im Alltag und stärken die persönliche Weiterentwicklung in allen Bereichen», sagt Käst. Entsprechend klar sind auch die Erwartungen an neue Mitarbeitende. Wichtiger als ein perfekter Lebenslauf sei die kulturelle Passung. Gesucht werden Menschen, die Verantwortung übernehmen, respektvoll zusammenarbeiten und Freude daran haben, sich aktiv einzubringen. Oder wie Käst es formuliert: «Wer bei Zweifel arbeiten möchte, sollte Freude daran haben, gemeinsam Grosses zu bewirken.»



Das Geheimnis des roten Koffers

Langfristiges Denken, starke Werte und echte Entwicklungsperspektiven machen **Hilti** seit Jahren zu einem der besten Arbeitgeber der Schweiz.

FLORIAN FELS

Der rote Werkzeugkoffer, den Hilti-Vertriebsangestellte mit auf die Baustelle nehmen und der inzwischen zu einem Markenzeichen des Unternehmens geworden ist, steht sinnbildlich für Kundennähe, Praxisorientierung und den Anspruch, Probleme direkt auf der Baustelle zu lösen. Gleichzeitig wissen wir, dass nicht nur die Kundschaft sehr zufrieden ist, sondern dass auch die Träger und Trägerinnen des roten Markenzeichens mit ihrem Unternehmen recht glücklich sind: Seit Jahren gehört Hilti Schweiz zu den konstant bestplatzierten Unternehmen im Arbeitgeber-Ranking der Schweizer Handelszeitung.

Das international tätige Familienunternehmen, gegründet 1941 in Liechtenstein, hat bis heute seinen Hauptsitz in Schaan. Weltweit zählt Hilti zu den führenden Anbietern von Produkten, Systemlösungen, Software und Services für die Bauindustrie. In der Schweiz ist das Unternehmen stark verankert und einer der bedeutenden Industrie- und Arbeitgeber, geprägt von einer langfristigen Eigentümerstruktur.

Vertrauen in die Eigenverantwortung

Diese Langfristigkeit spiegelt sich auch in der Unternehmenskultur wider. «Hilti ist ein langfristig orientiertes Unternehmen mit einer starken Unternehmenskultur und klaren Werten», betont Lea Ryter, Head of HR von Hilti Schweiz. Respekt, Wertschätzung und Verantwortung bestimmen den Arbeitsalltag. Vielfalt wird be-

wusst gefördert, weil unterschiedliche Perspektiven zu besseren Lösungen führen. Gleichzeitig wird grosser Wert auf Entwicklung gelegt: «Uns ist es wichtig, Teammitgliedern Entwicklungsperspektiven zu eröffnen und anhaltende Karrieren zu ermöglichen. Wir schaffen ein Umfeld, in dem sie ihr Potenzial entfalten, neue Chancen entdecken und persönlich wachsen können», erklärt Ryter. Dazu gehöre unter anderem, dass die Mitarbeitenden die Unternehmensstrategie kennen und den eigenen Beitrag zum Erfolg verstehen. Das sei wichtiger als umfangreiche Benefits: «Benefits im herkömmlichen Sinne bieten selbstverständlich einen Mehrwert. Entscheidend sind aus unserer Perspektive aber die Rahmenbedingungen, die wir am Arbeitsplatz bieten», so Ryter. Hilti unterstützt aktiv die Balance zwischen Arbeit, Freizeit und Erholung. Flexible Arbeitszeit- und Arbeitsortmodelle berücksichtigen unterschiedliche Lebensphasen – von Familienzeit bis zum Übergang in die Pensionierung. Ergänzt wird dies durch Kinderbetreuung, Beiträge an den öffentlichen Verkehr und die E-Mobilität, aber auch durch ein Freiwilligenprogramm, das soziales und ökologisches Engagement während der Arbeitszeit ermöglicht. Sehr geschätzt wird zudem das moderne Arbeitsumfeld mit digitalen Arbeitsplätzen sowie Rückzugs- und Erholungszonen.

In den letzten Jahren wurde überdies der Dialog innerhalb des Unternehmens systematisch ausgebaut. Hybride Formate, digitale Austauschplattformen und regelmässige Management-Updates schaffen Transparenz bei den strategischen Prioritäten. Gleichzeitig wurde das Thema Nachhaltigkeit stärker in den Arbeitsalltag integriert, was von den Mitarbeitenden sehr geschätzt werde: «Dazu bieten wir umfangreiche Informationen an und erleichtern auf diese Weise den Zugang beispielsweise zu einem freiwilligen Engagement in lokalen oder internationalen Projekten. Den Rahmen bildet unsere Nachhaltigkeitsstrategie. Wir bekennen uns etwa dazu, bis 2050



Wer diesen roten Koffer trägt, ist in der Regel sehr zufrieden mit seinem Job.

netto null Emissionen zu erreichen.» Wer bei Hilti erfolgreich sein will, sollte sich mit den Werten Integrität, Mut, Teamarbeit und Engagement identifizieren können. Gesucht werden Menschen, die Verantwortung übernehmen. «Hilti ist ein dynamisches Unternehmen. Deshalb ist es von Vorteil, wenn jemand offen für Neues ist und sich an Veränderungen beteiligen möchte. Das Umfeld fordert viel – bietet aber ebenso grosse Entwicklungschancen», sagt Ryter. Das regelmässige gute Abschneiden im Ranking zeigt: Bei Hilti ist die Qualität als Arbeitgeber kein kurzfristiges Programm, sondern das Ergebnis einer gelebten Kultur mit klaren Werten.

Bau

Platz	Arbeitgeber	Score	Platz gesamt
1	Hilti	8,19	4
2	Marti-Gruppe	7,67	22
3	Gasser Felstechnik	7,31	73
4	Meier Tobler	7,28	79
5	Losinger Marazzi	7,23	93
6	WSP	7,09	120
7	Walo Bertschinger	7,03	132
8	Schmid Bauunternehmung	7,02	133
9	Implenia	6,91	154
10	Basler & Hofmann	6,41	240





So macht Lernen Spass: Unterricht in der Oberstufe der **Stiftung Bühl**.

Das *sinnhafte Arbeiten* liegt voll im Trend

Arbeiten im Bereich Gesundheit und Soziales ist in. Zwei Organisationen sind bei Mitarbeitenden besonders beliebt: Die **Schweizer Paraplegiker-Stiftung** und die **Stiftung Bühl**.

FLORIAN FELS

Zwei Organisationen im Bereich Gesundheit und Soziales stehen im Ranking ganz weit oben: die Schweizer Paraplegiker-Stiftung (SPS) und die Stiftung Bühl. Sie zeigen exemplarisch, wie sinnstiftende Aufgaben, eine gelebte Kultur und moderne Arbeitsbedingungen zu hoher Mitarbeiterzufriedenheit führen.

Die Schweizer Paraplegiker-Stiftung mit Sitz in Nottwil ist weit mehr als ein Rehabilitationszentrum. Als Gruppe vereint sie Medizin, Forschung, Bildung, Beratung und Solidarität für Menschen mit Querschnittslähmung – und nimmt international eine Vorreiterrolle ein. Für die Mitarbeitenden ist diese klare Mission zentral. «Unsere Firmenkultur stützt sich auf eine klare Vision. Alle Mitarbeitenden wissen, wofür sie sich in ihrem Bereich einsetzen, um zur Erfüllung dieser Vision beizutragen» – als Teil von etwas Grösserem, sagt HR-Leiter Marcel Unterberger Sülger, «viele erleben ihre Arbeit als besonders sinnhaft – nicht abstrakt, sondern im täglichen Tun».

Gleichzeitig investiert die SPG gezielt in attraktive Rahmenbedingungen. Neben Lohnanpassungen wurden vor allem Massnahmen zur besseren Vereinbarkeit von Beruf und Privatleben umgesetzt. Besonders geschätzt werden etwa «der Neubau einer Kindertagesstätte auf dem Campus oder die bestete Ferienwoche für Schulkinder». In den letzten Jahren habe sich der Fokus zudem stark in Richtung Flexibilisierung verschoben – mit Teilzeitsstellen und Job-sharing – bis auf die oberste Kadestufe. Ergänzt wird dies durch Investitionen in digitale Lernangebote, KI-Kompetenzen und moderne Arbeitsmittel.

Getragen wird das alles vom sogenannten Spirit von Nottwil. Darunter versteht die Gruppe «die enge interprofessionelle Zusammenarbeit über alle Berufsgruppen hinweg», geprägt von Wertschätzung, Dialog und dem gemeinsamen Ziel, für Menschen mit Querschnittslähmung möglichst wirkungsvoll zu sein.

Auch die Stiftung Bühl, die in Wädenswil Kinder und Jugendliche mit geistiger Behin-



derung oder Lernbehinderung begleitet und fördert, überzeugt durch eine starke, konsequent gelebte Kultur. Sie zählt in der Schweiz zu den etablierten Institutionen in der Sonderpädagogik und verbindet Schule, Therapie, Wohnen und Ausbildung unter einem Dach.

Entscheidend ist die Organisationskultur
Direktorin Brigitte Steinen betont, dass gute Arbeitsbedingungen zwar wichtig seien – etwa Homeoffice, faire Anstellungsbedingungen oder soziale Absicherung. «Das bieten aber viele andere Arbeitgebende auch.» Den Unterschied mache etwas anderes: «Matchentscheidend ist die Organisationskultur.» Transparenz, Fairness, Respekt und Wertschätzung seien keine Schlagworte fürs Leitbild, sondern tägliche Arbeit. «Sie sind kein Wohlfühlprogramm – es ist harte Arbeit, diese Werte im Alltag konsequent zu leben.» Zentral dafür seien Führungskräfte, die diese Haltung teilen, so Steinen. Ebenso wichtig sei Gestaltungsfreiheit: «Mikromanagement von-

seiten der Führung ist völlig falsch.» Die Stiftung setze bewusst auf eine fehlerfreundliche, angstfreie Kultur. «Wenn Mitarbeitende Angst davor haben, Fehler zu machen oder Fehler einzugestehen, ist das tödlich für eine Organisation.» Konflikte würden offen angesprochen, Diskussionen ernsthaft geführt – mit dem Ziel, gemeinsam bessere Lösungen zu entwickeln und Innovationen anzustossen.

Wer bei Bühl arbeitet, muss diese Haltung mitbringen – und vor allem Herzblut für die Aufgabe mitbringen. «Wir begleiten und fördern Kinder und Jugendliche mit einer geistigen Behinderung oder einer Lernbehinderung», sagt Steinen. Engagement und menschliche Haltung seien dafür entscheidend.

Ob im medizinischen Hochleistungsumfeld in Nottwil oder in der pädagogischen Arbeit in Wädenswil: Beide Organisationen zeigen, dass exzellente Arbeitgeber nicht primär über Benefits definiert werden – sondern vor allem über Sinn, Vertrauen, Entwicklungsmöglichkeiten und eine passende Organisationskultur.

🏆 **Gesundheit und Soziales**

Platz	Arbeitgeber	Score	Platz gesamt
1	Schweizer Paraplegiker-Gruppe	7,99	5
2	Stiftung Bühl	7,84	9
3	Hirslanden	7,44	55
4	Schulthess Klinik	7,41	58
5	Kinderspital Zürich	7,39	60
6	Zuger Kantonsspital	7,26	85
7	Lindenhofgruppe	7,26	86
8	Schweizerisches Rotes Kreuz	7,25	88
9	Hospice général	7,12	113
10	Stadtspital Triemli	7,11	115
11	Sanatorium Kilchberg	7,10	117
12	Stiftung Brändi	7,10	118
13	Kantonsspital Wirtthur	7,07	122
14	Medbase	7,04	129
15	Pro Senectute	7,01	137
16	Gesundheitszentren für das Alter der Stadt Zürich	6,94	147
17	Spital Thurgau	6,94	148
18	Kantonsspital Baselland	6,94	150
19	Universitätsspital Zürich	6,88	163
20	Luzerner Kantonsspital	6,88	165
21	Gewa Stiftung für berufliche Integration	6,83	173
22	Chuv	6,79	179
23	Spitex	6,74	186
24	Etablissements hospitaliers du Nord vaudois (EHNVD)	6,66	199
25	Alterszentrum Zug	6,62	203
26	Luzerner Psychiatrie	6,59	209
27	Pharmacie populaire	6,59	212
28	See-Spital	6,56	220
29	Hoch Health Ostschweiz	6,55	222
30	Home Instead	6,53	227
31	Familia	6,53	228
32	Kliniken Valens	6,49	232
33	Association vaudoise d'aide et de soins à domicile (Avasad)	6,47	234
34	Insel-Gruppe	6,45	236
35	Spital Uster	6,42	238
36	Clentia	6,36	244
37	Solothurner Spitäler (SOH)	6,36	246
38	Galenica	6,35	247
39	Universitäre Psychiatrische Dienste Bern	6,32	249

📊 **Methodik**

Die Handelszeitung publiziert gemeinsam mit PME und Statista zum achten Mal die «Besten Arbeitgeber». Das Ranking basiert auf einer Umfrage unter 15 000 Schweizer Arbeitnehmenden. Dank der Vielzahl der registrierten Personen in den Panels sind die Teilnehmenden regional und soziodemografisch breit gestreut. Mehr als 1800 Arbeitgeber mit mindestens 200 Mitarbeitenden in der Schweiz wurden aus Vorjahresdaten und umfangreichen Recherchen in 19 Branchen identifiziert. Die Bewertungen umfassen über

200 000 Urteile, die in die Rangliste einfließen. Der Gesamtscore setzt sich aus direkten Bewertungen (hierbei handelt es sich um die Bereitschaft zur Weiterempfehlung des eigenen Arbeitgebers, anhand einer Skala von 0 = «Würde ich auf gar keinen Fall empfehlen» bis 10 = «Würde ich auf jeden Fall weiterempfehlen») und indirekten Bewertungen (Empfehlungsbereitschaft für andere Arbeitgeber innerhalb derselben Branche, mit den Antwortoptionen 0 = «Würde ich nicht empfehlen» oder 1 = «Würde ich empfehlen») zusammen. Darüber

hinaus wurden Vorjahresurteile berücksichtigt, um einen Score für den jeweiligen Arbeitgeber zu ermitteln. Hierbei wurden direkte Urteile höher gewichtet als indirekte Urteile. Die Werte sind auf zwei Dezimalstellen gerundet. Einige Firmen weisen in den Tabellen dieselben Werte aus, sind aber auf unterschiedlichen Plätzen ausgewiesen. Diese Rangfolge ergibt sich aus weiteren Nachkommastellen, die mit Rücksicht auf ein übersichtliches Layout nicht ausgewiesen sind.



Warum Versicherungen als Arbeitgeber überzeugen

Die **Mobiliar** und die **Zurich** sind beide erneut auf dem Podest. Das Erfolgsrezept der Siegerbranche.

MELANIE HOBI

Die Topplatzierungen der Versicherer sind auch ein Resultat der aktuellen Entwicklungen. Während der europäische Arbeitsmarkt zunehmend von Unsicherheit, Sparprogrammen und Stellenabbau geprägt ist, bleibt die Stimmung hierzulande vergleichsweise stabil. In wirtschaftlich angespannten Zeiten wie diesen gewinnen Eigenschaften an Bedeutung, die lange als selbstverständlich galten: Sicherheit, Verlässlichkeit, lokale Verankerung. Versicherungen verkörpern diese Qualitäten in besonderem Mass. Ihr Geschäftsmodell ist langfristig ausgelegt, krisenresistenter als jenes in vielen anderen Branchen und stark im Schweizer Markt verankert.

Arbeitsmarkt im Wandel

Der Arbeitsmarkt befindet sich im Umbruch. Lineare Karriereleitern gehören der Vergangenheit an, klassische Berufsbiografen werden zunehmend durch sogenannte Portfoliokarrieren ersetzt. Arbeitnehmende wünschen sich Abwechslung, Entwicklungsmöglichkeiten, Autonomie und eine bessere Work-Life-Balance. Zwar bleibt der Lohn bei der initialen Suche ein wesentlicher Faktor, für langfristige Zufriedenheit und Mitarbeiterbindung ist er jedoch längst nicht mehr ausschlaggebend. Besonders der Generation Z ist die Sinnhaftigkeit ihrer Tätigkeit wichtig. Persönliche Werte sollten mit der Unternehmenskultur übereinstimmen. Zugehörigkeit und Gemeinschaftsgefühl werden ebenso erwartet wie transparente Aufstiegs- und Weiterbildungsmöglichkeiten.

Es sind genau diese Bereiche, in denen sich die Versicherungsbranche von anderen absetzt. Sowohl die Mobiliar als auch die Zurich kombinieren attraktive Vergütung mit flexiblen Arbeitsmodellen und unterstützen so ihre Mitarbeitenden darin, das Arbeits- und Privatleben besser voneinander abzugrenzen. Und beide Unternehmen setzen zusätzliche Akzente. So hebt die Mobiliar ihre genossenschaftliche Struktur und die Beteiligung der Mitarbeitenden am Firmenerfolg hervor. Flexible Arbeitsformen, ortsunabhängiges Arbeiten und ein starkes Gemeinschaftsgefühl zählen zu den zentralen Elementen ihres Arbeitgeberversprechens.



Die **Mobiliar** erzielte im Ranking der Versicherungen den ersten Platz.

Die Zurich überzeugt mit einem vielfältigen Paket sozialer und finanzieller Zusatzleistungen. Dazu zählen eine grosszügige Elternzeit, Jubiläumurlaube, Beiträge an das ÖV-Abonnement und an die Kinderbetreuung sowie die Möglichkeit, zusätzliche Ferien zu kaufen oder ein Sabbatical zu beziehen. Ergänzt wird das Angebot durch Beratungsleistungen wie Mitarbeiterbeteiligungspläne, Vergünstigungen auf Versicherungsprodukte, Vorsorge- und Anlagelösungen sowie Programme zur Gesundheitsförderung. Diese Massnahmen verdeutlichen den Anspruch, Mitarbeitende nicht mehr nur als Arbeitskräfte, sondern ganzheitlich zu unterstützen.

Zentral für beide Versicherungen ist jedoch die Unternehmenskultur. Die Mobiliar präsentiert sich nicht nur nach aussen als lokal verankert, sondern lebt dieses Prinzip auch nach innen – so beschrieben mit den Werten «menschlich, nah, verantwortungsvoll». Austausch, Wertschätzung und Teamarbeit stehen im Vordergrund, ebenso die individuelle Weiterentwicklung aller Mitarbeitenden. In den vergangenen zwei Jahren hat sich die Mobiliar intensiv damit auseinandergesetzt, was sie als Arbeitgeberin ausmacht und welche Erwartungen Mitarbeitende an sie stellen, wie Barbara

📊 Versicherungen und Krankenkassen

Platz	Arbeitgeber	Score	Platz gesamt
1	Die Mobiliar	8,49	2
2	Zurich	8,21	3
3	Sanitas Krankenversicherung	7,76	12
4	Axa Versicherungen	7,61	28
5	CSS-Versicherung	7,54	36
6	Swiss Re	7,51	42
7	Helvetia-Versicherungen	7,43	56
8	Swica Gesundheitsorganisation	7,39	62
9	Swiss Life	7,26	83
10	Helviana-Gruppe	7,18	99
11	KPT	7,10	116
12	Suva	7,02	134
13	Baloise Group	6,83	172
14	Allianz	6,60	205
15	Groupe Mutuel	6,53	226

Agoba, Chief Human Resources Officer, erzählt. So wurde basierend auf den Unternehmenswerten ein gemeinsames Führungsverständnis

etabliert, das dem Unternehmen ganzheitlich Orientierung gibt. Diese ausgeprägte Mitarbeiterorientierung ist nicht zufällig, sondern entspricht der Logik ihres genossenschaftlichen Modells. Ein wesentlicher Unterschied der in Bern ansässigen Mobiliar zur kapitalmarkt-orientierten Konkurrenz.

Begegnung auf Augenhöhe

Die Zurich wiederum betont ihre Unternehmenskultur, persönliche Entwicklungsmöglichkeiten sowie ihr Engagement für Nachhaltigkeit und die Zukunft. «Wir begegnen uns auf Augenhöhe, unterstützen uns gegenseitig und übernehmen Verantwortung», sagt Michaela Christian Gattmann, Chief Human Resources Officer Switzerland. Daraus entstehe eine Unternehmenskultur, die nicht nur formuliert, sondern im Alltag gelebt wird.

Beiden Unternehmen ist gemeinsam, dass sie von Bewerbenden eine klare Identifikation mit den gelebten Werten erwarten. Attraktivität als Arbeitgeber entsteht damit nicht allein durch Benefits, sondern durch ein glaubwürdiges Zusammenspiel von Stabilität, Entwicklungsperspektiven und kulturellem Fit. In einem dynamischen Arbeitsmarkt scheint genau diese Kombination den Ausschlag zu geben.



Automobil und Fahrzeugbau (Hersteller, Zulieferer und Handel)

Platz	Arbeitgeber	Score	Platz
1	Pilatus Flugzeugwerke	7,74	13
2	Siemens Schweiz	7,60	29
3	Amag Group	7,31	74
4	Georg Fischer	7,21	97
5	Derendinger	7,05	127
6	Emil Frey	7,01	136
7	Stadler	7,00	138
8	Mercedes-Benz Schweiz	6,89	160
9	Bucher Industries	6,54	225
10	BMW	6,36	245
11	Robert Bosch	6,31	250

Chemie und Pharma

Platz	Arbeitgeber	Score	Platz
1	CSL Behring	7,56	33
2	Roche	7,44	54
3	Novartis	7,39	64
4	Johnson & Johnson	7,29	78
5	UCB Farchim	7,27	81
6	Givaudan Schweiz	7,25	90
7	Abbott	7,15	107
8	Lonza	7,13	110
9	Merck	6,99	140
10	BASF	6,83	175

Maschinen- und Anlagenbau

Platz	Arbeitgeber	Score	Platz
1	Hilti	8,19	4
2	AS Aufzüge	7,85	8
3	Banier	7,67	20
4	Siemens Schweiz	7,60	29
5	ABB	7,50	46
6	Georg Fischer	7,21	97
7	Bobst Group	7,13	111
8	Schindler	7,12	112
9	Fritz Studer	7,07	125
10	Burkhardt/Compression	6,94	149
11	Endress+Hauser Gruppe	6,93	152
12	Bucher Industries	6,54	225

Elektronik und Elektrotechnik, elektronische und medizinische Geräte

Platz	Arbeitgeber	Score	Platz
1	Franko-Gruppe	7,41	57
2	Mettler Toledo	7,26	87
3	Abbott	7,15	107
4	V-Zug	7,14	108
5	Burkhalter	7,12	114
6	Ypsomed	7,08	121
7	Endress+Hauser Gruppe	6,93	152
8	Electrolux	6,82	176
9	Canon Schweiz	6,56	221
10	Robert Bosch	6,31	250

Herstellung und Verarbeitung von Werk- und Baustoffen

Platz	Arbeitgeber	Score	Platz
1	HG Commerciale	7,75	13
2	SFS Group	6,84	171
3	Jansen	6,80	178
4	Adval Tech	6,79	180
5	Sika	6,76	184
6	Sabag	6,58	215

Grosshandel

Platz	Arbeitgeber	Score	Platz
1	HG Commerciale	7,75	13
2	Zur Rose	7,70	16
3	Pistor	7,52	39
4	Meier Tobler	7,28	79
5	Prodega/Growa/Transgourmet	7,09	119
6	BMS Building Materials Suisse	6,71	193
7	Bechtle	6,59	208
8	Sabag	6,58	215
9	Debrunner Koenig	6,56	218

Banken und Finanzdienstleister

Platz	Arbeitgeber	Score	Platz
1	Postfinance	7,54	38
2	Berner Kantonalbank (BEKB)	7,52	41
3	Thurgauer Kantonalbank (TKB)	7,51	43
4	Graubündner Kantonalbank (GKB)	7,48	49
5	Zürcher Kantonalbank (ZKB)	7,47	51
6	Basler Kantonalbank (BKB)	7,45	53
7	Aargauische Kantonalbank (AKB)	7,39	63
8	St. Galler Kantonalbank (SGKB)	7,33	71
9	LGT	7,31	75
10	Luzerner Kantonalbank (LUKB)	7,25	89
11	VZ Vermögenszentrum	7,13	109
12	Raffelsen-Gruppe	7,01	135
13	Waadtländische Kantonalbank (BCV)	7,00	139
14	Zuger Kantonalbank	6,90	155
15	Schaffhauser Kantonalbank (SHKB)	6,83	174
16	Julius Bär	6,74	189
17	Pictet & Cie	6,73	190
18	Glärner Kantonalbank (GLKB)	6,61	204
19	Migros Bank	6,56	217
20	Basellandschaftliche Kantonalbank	6,36	243

Gastronomie, Tourismus, Beherbergung, Entertainment und Freizeit

Platz	Arbeitgeber	Score	Platz
1	ZFV	7,50	45
2	DER Touristik Suisse	7,34	70
3	SV Group	7,15	103
4	TUI	6,94	151
5	Schweizer Reisekasse (Reka)	6,86	167
6	Tyrenbold	6,73	191
7	Compass Group	6,67	198
8	Hotelpian Suisse	6,63	200
9	Globetrotter Group	6,59	210
10	Mövenpick Group	6,55	224
11	Bindella-Gruppe	6,42	237

Uhren / Schmuck

Platz	Arbeitgeber	Score	Platz
1	Rolex	7,66	23
2	Victorinox	7,55	35
3	Richemont	7,37	68
4	The Swatch Group	6,89	159
5	LVMH	6,72	192

Verkehr und Logistik

Platz	Arbeitgeber	Score	Platz
1	BLS	7,70	15
2	Bermobil	7,68	19
3	Aare Seeland Mobil	7,63	24
4	Schweizerische Bundesbahnen (SBB)	7,62	27
5	Rhätische Bahn	7,56	34
6	Camion Transport	7,52	40
7	Schweizerische Südostbahn	7,51	44
8	Frieburgerische Verkehrsbetriebe (VVF)	7,49	47
9	Skyguide	7,39	61
10	Emil Egger	7,38	66
11	Matterhorn Gotthard Bahn	7,24	92
12	Zentralbahn (ZB)	7,23	94
13	Flughafen Zürich	7,16	101
14	JungfrauBahn	7,07	123
15	Swiss	7,07	126
16	Thurbo	6,90	158
17	Die Schweizerische Post	6,78	182
18	Transport publics lausannois (TL)	6,77	183
19	Aletsch Bahnen	6,74	188
20	Bertschi	6,56	219
21	Galiker Transport	6,51	231

Rohstoffe, Energie, Ver- und Entsorgung

Platz	Arbeitgeber	Score	Platz
1	Axpo	7,58	31
2	Services Industriels de Genève	7,57	32
3	Romande Energie	7,37	69
4	Eosans Switzerland	6,92	153
5	CKW-Gruppe	6,82	177
6	Migrol	6,67	196
7	Alpiq-Gruppe	6,40	241

Einzelhandel, einzelhandelsnahe Dienstleistungen

Platz	Arbeitgeber	Score	Platz
1	Ikea Schweiz	7,70	17
2	Dosenbach-Ochser	7,48	50
3	Audika	7,47	52
4	Chicorée Mode	7,38	67
5	Coop	7,30	77
6	Fielmann	7,27	80
7	Hornbach	7,18	100
8	Jysk	7,15	104
9	Decathlon	7,15	105
10	Mammüt Sports Group	6,99	141
11	Denner	6,98	142
12	Volg	6,95	144
13	C&A Mode	6,95	146
14	Lidl Schweiz	6,90	157
15	Import Parfümerie	6,88	162
16	Aldi Schweiz	6,85	169
17	Oriel-Fossil-Gruppe	6,78	181
18	Migros	6,75	185
19	Conforama Suisse	6,70	194
20	Digitec Galaxus	6,69	195
21	Globus	6,63	202
22	Interdiscount	6,58	214
23	Manor	6,57	216
24	Calida	6,48	233
25	Sun Store	6,46	235

Bildung und Forschung

Platz	Arbeitgeber	Score	Platz
1	Eidgenössische Technische Hochschule Zürich (ETH)	7,73	15
2	Eidgenössische Technische Hochschule Lausanne (EPFL)	7,62	25
3	Berner Fachhochschule (BFH)	7,26	82
4	Universität Basel	7,26	84
5	Universität St. Gallen	7,22	95
6	Universität Lausanne	7,16	102
7	Universität Genf	7,07	124
8	Empa	6,86	166
9	Fachhochschule Nordwestschweiz (FHNW)	6,74	187
10	Zürcher Hochschule für Angewandte Wissenschaften (ZHAW)	6,63	201
11	Universität Zürich	6,60	206
12	Universität Bern	6,59	213
13	Paul Scherrer Institut (PSI)	6,53	229
14	Eben-Höber-Stiftung	6,52	230
15	EHL Group	6,40	242
16	Fachhochschule Westschweiz (HES-SO)	6,33	248
17	Universitäre Psychiatrische Dienste Bern	6,32	249

Beratungen, Wirtschaftsprüfung und sonstige Dienstleistungen

Platz	Arbeitgeber	Score	Platz
1	Skyguide	7,39	61
2	Accenture Schweiz	7,15	106
3	Burkhalter	7,12	114
4	WSP	7,09	120
5	BDO	6,95	145
6	Adecco	6,85	168
7	SIX Group	6,84	170
8	Swiss Prime Site	6,67	197
9	PricewaterhouseCoopers	6,41	239
10	Basler & Hofmann	6,41	240

Internet, Telekommunikation und IT

Platz	Arbeitgeber	Score	Platz
1	Microsoft Schweiz	7,83	10
2	IBM Schweiz	7,66	11
3	Google	7,62	26
4	Logitech International	7,59	30
5	UMB	7,49	48
6	Ergon Informatik	7,39	59
7	Noser Group	7,38	65
8	Summit	7,04	130
9	Swisscom	6,89	161
10	Abacus Research	6,88	164
11	Eica Informatik	6,60	207
12	Bechtle	6,59	208
13	Abxavis Informatik	6,55	223

