

Zweimal Platz 1: Warum Rivella Talente nachhaltig gewinnt

Rivella ist nicht nur ein Love-Brand im Regal, sondern auch im Arbeitsmarkt angekommen: 2026 wurde das Aargauer Familienunternehmen nach 2021 erneut zur besten Arbeitgeberin der Schweiz gewählt. Hinter dem Erfolg steht kein Zufall, sondern konsequente Kulturarbeit – und eine Arbeitgebermarke, die nach innen wie nach aussen wirkt.

Monika Christener, Leiterin Unternehmenskommunikation Rivella Group

Viele Menschen in der Schweiz verbinden Rivella mit Kindheitserinnerungen, Pausen beim Skifahren oder dem «klassischen» Moment im Sportverein. Als Arbeitgeberin war die Marke lang wenig sichtbar. Das hat sich geändert: 2026 wurde die Rivella Group erneut zur besten Arbeitgeberin der Schweiz gekürt, nach 2021. Für Simone Müller-Ledermann, Leiterin People & Culture bei Rivella, ist klar: «Die Auszeichnung ist nicht nur ein schöner Moment, sondern bestätigt Employer Branding als strategischen Wettbewerbsfaktor.»

Arbeitsmarkt im Wandel – und Rothrist als Realität

Der Fachkräftemangel ist in der Schweiz Tatsache. Die demografische Entwicklung verschärft den Wettbewerb um Talente. Hinzu kommt: Rivella sitzt in Rothrist. Ein starker Produktions- und Unternehmensstandort – aber nicht unbedingt ein Magnet wegen der Anbindung an den öffentlichen Verkehr. Wer Talente gewinnen will, muss also mehr bieten als einen bekannten Namen. Deshalb war früh klar: Arbeitgeberattraktivität entsteht nicht «nebenbei». Sie braucht Investitionen, Prioritäten – und Klarheit darüber, wofür Rivella als Arbeitgeberin steht. Simone Müller-Ledermann betont: «Wir haben die Arbeitgebermarke in den letzten Jahren gezielt aufgebaut und unsere Erfolge nach aussen getragen.»

Kultur als Strategie: Innovativ, fokussiert, zäme

Was macht Rivella als Arbeitgeberin aus? Ein Kern liegt in der Kultur. Sie ist kein Hoch-



Alexander Barth, Verwaltungsratspräsident der Rivella Group, Simone Müller-Ledermann, Leiterin People & Culture, und Silvan Brauen, Co-CEO (von links), dürfen im Februar 2026 die Auszeichnung zur besten Arbeitgeberin der Schweiz entgegennehmen.

glanzversprechen, sondern ein Rahmen für Verhalten und Zusammenarbeit. Die drei Werte – innovativ, fokussiert, zäme – geben Orientierung: mutig neue Wege gehen, Prioritäten setzen, vertrauen und gemeinsam Erfolge möglich machen. Diese Kultur wurde bewusst weiterentwickelt – durch Dialoge, Führungskräfteentwicklung und klare Führungsprinzipien. Denn Führung hat den grössten Einfluss auf Engagement.

Mehr als Benefits: Das Gesamtpaket muss stimmen

Attraktive Rahmenbedingungen sind wichtig, aber nur ein Teil: Die Rivella Group setzt auf flexible Modelle wie Teilzeit, Co-Modelle und mobiles Arbeiten – je nach Bereich unterschiedlich umsetzbar. Gleichzeitig rückt die Gesundheit in den Fokus: Themen wie Belastung, Resilienz und mentale Gesundheit werden mit externen Angeboten und gezielten Schulungen für Führungskräfte aktiv gefördert.

Authentisch nach aussen – und konsequent nach innen

Employer Branding wirkt besonders bei Menschen, die noch nicht aktiv suchen. Sichtbarkeit ist wichtig, darf aber keine Fassade sein. Entscheidend ist die Übereinstimmung zwischen Aussenbild und Innenleben.

Rivella misst deshalb nicht nur über Rankings. Interne Befragungen, Kultur-Checks, Dialogformate und Plattformen wie Kununu zeigen, ob das Versprechen trägt und wo nachgeschärft werden muss. Denn auch Rivella hat Entwicklungsfelder: Nicht jede Flexibilitätslösung lässt sich überall gleich schnell umsetzen, und Transformation braucht Kommunikation für alle Bereiche.

Warum «Beste Arbeitgeberin» kein Zufall ist

Dass Rivella 2026 erneut Platz 1 erreicht, ist Freude und Auftrag zugleich. Die Handelszeitung/PME-Studie bescheinigt starke Werte bei Nachhaltigkeit, Arbeitsbedingungen, Zusammenarbeit und Führung. Entscheidend ist jedoch die Konsequenz dahinter: Arbeitgeberattraktivität ist kein einmaliges Projekt, sondern tägliche Arbeit an Führung, Entwicklung und Vertrauen.

Für Rivella heisst das: Die Rivella Group stärkt weiter eine Arbeitgebermarke, die hält, was sie verspricht – gerade in Zeiten knapper Talente. Simone Müller-Ledermann sagt: «Am Ende gewinnt Rivella nicht mit dem Standort, sondern mit engagierten Menschen, die sich täglich leidenschaftlich für unseren Erfolg einsetzen.»

<https://rivella-group.com>