

Silvan Brauen

Die Schweiz als Wertekompass

Silvan Brauen verantwortet bei der Rivella Group seit Mai 2023 als Co-CEO die Märkte – von Marketing und Verkauf bis zur Unternehmenskommunikation und M&A. Im Gespräch erklärt er, wie sich Schweizer Werte bei Rivella zwischen Tradition, Präzision und Teamgeist konkret zeigen.

Interview **Walter Nogueira** Bild **zVg**

Herr Brauen, viele verbinden mit Rivella ein Stück Schweiz. Welche Schweizer Werte versuchen Sie als Co-CEO im Alltag am klarsten zu verkörpern?

Rivella gilt für viele Menschen in der Schweiz als das inoffizielle Nationalgetränk. Wie die Schweiz selbst verbindet auch Rivella Tradition und Innovation. Als Unternehmen agiert die Rivella Group sehr werteorientiert. Als Co-CEO versuche ich im Alltag traditionelle Werte wie Zuverlässigkeit und Bodenständigkeit mit innovativen Werten wie Agilität, Mut und auch Inklusion zu verbinden.

Sie führen Rivella im Co-CEO-Modell – und auch die Schweiz funktioniert stark über Zusammenarbeit. Was haben Sie über Zusammenarbeit gelernt, das Sie allein an der Spitze vermutlich nie so schnell gelernt hätten?

Im Co-CEO-Modell habe ich vor allem gelernt, wie stark Entscheidungen profitieren, wenn man sie aus verschiedenen Perspektiven schärft. Gerade bei komplexen Fragen führt dieser Perspektivenabgleich oft zu ausgewogeneren Lösungen. Es ist somit eine Zusammenarbeitsform, die auf kontinuierliches, gegenseitiges Herausfordern von individuellen Glaubenssätzen und Denkmustern setzt – und dies immer mit dem Ziel, gemeinsam die besten Entscheidungen für den nachhaltigen Erfolg des Unternehmens zu treffen.

Rivella wird regelmässig als einer der besten Arbeitgeber der Schweiz ausgezeichnet. Was dürfen Mitarbeitende bei Rivella immer von der Führung erwarten?

Unsere Mitarbeitenden dürfen immer erwarten, dass die Führungskultur auf Respekt, gegenseitigem Vertrauen und partizipativer Zusammenarbeit basiert. Als Führungskräfte handeln wir in einer wertschätzenden Unternehmenskultur vorbildlich: Wir vertrauen dem Team, sind mutig, sehen den Menschen und schätzen



Wir evaluieren und diskutieren regelmässig mit den Mitarbeitenden und der Inhaberschaft, welche traditionellen Werte und Elemente für uns unverhandelbar sind.

– Silvan Brauen,
Co-CEO Rivella Group

unterschiedliche Perspektiven. Ich erachte es zudem als zentrale Führungsaufgabe, Mitarbeitende in ihrer kontinuierlichen Weiterentwicklung zu begleiten und zu fördern.

Schweizer Werte werden oft mit Tradition verbunden. Wie entscheiden Sie bei Rivella, was sich weiterentwickeln soll und was bewusst unverändert bleibt?

Zeit bringt immer Veränderung. Es gibt Aspekte im Unternehmen, die wir bewusst bewahren wollen, und andere, die wir gezielt verändern und weiterentwickeln. Wir evaluieren und diskutieren regelmässig mit den Mitarbeitenden und der Inhaberschaft, welche traditionellen Werte und Elemente für uns unverhandelbar sind – meist sind das die Grundpfeiler unserer Unternehmenskultur und unseres Markenkerns.

Verändern und entwickeln wollen wir uns vor allem dort, wo sich auch die Bedürfnisse und Verhaltensmuster der Konsumentenschaft und der Märkte am dynamischsten bewegen.

Auch Präzision gilt als typisch schweizerisch. An welcher Stelle zeigt sich Präzision am deutlichsten und woran erkennen Sie früh, wenn etwas aus dem Takt gerät?

Präzision ist besonders dort wichtig, wo Abweichungen oder Fehler hohe Kosten und Risiken verursachen würden – und überall dort, wo die Qualität unserer Produkte und Dienstleistungen berührt wird. Neben den zahlreichen technologischen Frühwarnsystemen bleibt in erster Linie der Faktor Mensch entscheidend. Eine offene, transparente und vor allem vertrauensbasierte Kultur, in der Mitarbeitende

alles ansprechen können und dürfen, ist aus meiner Sicht das beste Mittel für gute, präzise Prozesse – und dafür, dass unsere hohen Qualitätsansprüche in allen Abteilungen der Firma erfüllt werden.

Rivella engagiert sich breit von Sport bis zu gesellschaftlichen Themen. Nach welchem Kompass wird entschieden, wo Rivella mitgeht und wo bewusst Nein gesagt wird?

Die Rivella Group hat seit vielen Jahren eine langfristige Nachhaltigkeitsstrategie und klare Leitlinien für unsere gesellschaftlichen Engagements. Diese Strategie ist integraler Bestandteil unserer Unternehmensstrategie und umfasst vier Themenfelder: «Ressourcenverbrauch & Klimaschutz», «Natürliche und leichte Produkte», «Nachhaltige Beschaffung» sowie «Soziales & Gesellschaft». In jedem dieser Bereiche haben wir eine klare Vision und daraus abgeleitet einen Kompass mit klaren Strategien und konkreten Massnahmen.

Disziplin, Handwerk und Teamarbeit sind im Schweizer Spitzensport zentrale Tugenden. Was begeistert Sie daran und welches Prinzip möchten Sie in Zukunft noch stärker in Kultur oder Führung verankern?

Der langjährige Werbeslogan «Sportler trinken Rivella» ist für viele Menschen in der Schweiz bis heute unvergesslich und unser Engagement im Schweizer Sport ist tief in der DNA der Rivella Group verankert. Auch in der Unternehmensstrategie greifen wir diese Sprache auf: Intern sprechen wir vom «Gameplan» und vom Streben nach der metaphorischen Goldmedaille. Mich fasziniert am Sport vor allem das Zusammenspiel – egal ob man selbst mittendrin ist oder an der Seitenlinie zusieht: Dieses gemeinsame spielerische Streben auf ein Ziel hin – zusammen etwas Grosses zu erreichen –, ist im Sport wie auch im Unternehmen tiefst motivierend und inspirierend zugleich.