

Rivella will mit Pfirsich und Rhabarber punkten

von Dorothea Vollenweider - Rivella gibt es ab Mai auch mit Rhabarber- und Pfirsich-Geschmack. Nach dem Misserfolg von Rivella Gelb in der Schweiz geht die Firma neue Wege. Die Kunden durften mitentwickeln.



Die neuen Rivella-Familienmitglieder heissen Cliq und kommen in den Geschmacksrichtungen Pfirsich und Rhabarber. (Bild: rivella.ch)

Sie sind noch nirgends erhältlich und auch testen durften es bisher nur einige wenige Insider: Rivella hat zwei neue Geschmacksrichtungen kreiert: Rhabarber und Pfirsich. Bekannt gegeben hat das Traditionsunternehmen diese Neuigkeit bisher nur auf Facebook. «Wir wollten es der Facebook-Community als Erstes sagen, weil die zwei Geschmacksrichtungen auch mit ihnen entwickelt wurden», erklärt Rivella-Sprecherin Monika Christener diesen Schritt. In den Läden werden die zwei neuen Sorten erst im Mai erscheinen. Bis dahin gibt sich die Firma aus Rothrist bedeckt.

Die Idee zu Rivella mit Pfirsich- und Rhabarber-Geschmack stammt von den Kunden selbst. Sie hatten 801 Vorschläge für ein neues Rivella eingereicht. Dass die neuen Sorten von den Kunden kreiert und als Erstes der Facebook-Community vorgestellt wurden, ist aus Marketing-Sicht ein cleverer Schachzug: «Rivella hat so grössere Chancen auf Akzeptanz und schafft Kundennähe», erklärt Simon Künzler, Social-Media-Experte und Gründer der [Online-Marketingagentur Zeit](#). Und genau diese schien Rivella beim letzten Versuch, ein neues Getränk in die Läden zu bringen, zu fehlen: Rivella Gelb kam bei der Schweizer Kundschaft nicht gut an und verschwand deshalb aus den Regalen von Migros und Coop.

Keine Garantie auf Erfolg

Die Kunden in die Entwicklung eines neuen Getränks miteinzubeziehen, birgt aber auch Risiken: «Man gibt damit einen Teil der Kontrolle über die eigene Marke ab», so Künzler. Es sei keine Garantie auf Erfolg. Während ein Grossteil der Schweiz die neuen Rivella-Sorten erst im Mai probieren können, haben sie einige Schweizer Blogger und einflussreiche Social-Media-Nutzer bereits am Dienstag zum Testen erhalten. «Blogger sind die Meinungsmacher unserer Zeit», erklärt Künzler.

Rivella ist nicht das erste Schweizer Unternehmen, das die Kunden bei der Entwicklung eines Produktes miteinbezieht. Auch der Detailhändler Migros lässt Internetnutzer auf [Migipedia.ch](#) eigene Ideen eingeben. So kam unter anderem die Döner-Büx mit Poulet-Kebabfleisch ins Migros-Sortiment.

Nur in der Schweiz erhältlich

Die neuen Rivella Cliq werden vorerst nur in der Schweiz erhältlich sein. Ob der hiesige Markt auf eine weitere Geschmacksrichtung von Rivella gewartet hat, bleibt nach dem Misserfolg von Rivella Gelb fraglich. «Der Kunde will Abwechslung und Wahlfreiheit», ist Rivella-Sprecherin Christener überzeugt. Doch in den Softdrink-Regalen der Detailhändler ist der Platz knapp. «Für ein neues Getränk muss meist ein anderes weichen», weiss Marcel Kreber vom Verband der Schweizer Soft-Drink-Produzenten.

Themenverwandte Videos

powered by 

So schmeckt der Dosen-Döner der Migros



Light-Pasta: Konsistenz überzeugt nicht



300 CHF am Tag verdienen!



Cyber-Krimineller klaut Vodafone-...

Mehr Themen

empfohlen von



Doktor Sex

«Ich habe panische Angst vor Sex!»



Liebe erloschen

Dieter Bohlen schickt Beatrice Egli in die Wüste