

## Pressemitteilung

### **#DiscoverGoodChemistry: Neue Employer Branding Kampagne zeigt, warum bei ALTANA die Chemie stimmt**

- Arbeitgeberpositionierung des Spezialchemiekonzerns stellt Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter in den Mittelpunkt
- Leitthema: gesunde Mischung aus Stabilität und Innovation
- Relaunch des ALTANA Karriereportals mit einem globalen, digitalen Recruitingssystem

**Wesel, 29. Juli 2026** – Mit dem Claim #DiscoverGoodChemistry startet die ALTANA Gruppe, ein weltweit führender Spezialchemiekonzern, eine neue, internationale Employer Branding-Kampagne. Sie setzt auf die Themen „Stabilität und Innovation“ und stellt die eigenen Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter in den Mittelpunkt.

Der gerade erfolgte Relaunch des ALTANA Karriereportals unter [www.altanagroup-careers.com](http://www.altanagroup-careers.com) ist der vorerst letzte große Baustein des Rollouts der neuen Arbeitgeberpositionierung. Damit präsentiert sich die Unternehmensgruppe erstmals mit einem nahtlosen und modernen Nutzererlebnis über alle vier Geschäftsbereiche hinweg: BYK, ECKART, ELANTAS und ACTEGA. Integriert ist ein global übergreifendes, digitales Recruiting-System.

#### **Stabilität als Differenzierungsmerkmal**

Der strategische Kampagnenansatz basiert auf der Erkenntnis, dass in diesen anhaltend unsicheren Zeiten die Bedeutung von Zukunftssicherheit bei der Arbeitgeberwahl stark zugenommen hat – über Länder- und Funktionsgrenzen hinweg. Gleichzeitig sinkt laut aktuellen Umfragen das Vertrauen in Institutionen, während die Glaubwürdigkeit von Menschen „auf Augenhöhe“ steigt.

Stabilität ist ein entscheidendes Match zwischen dem, was sich potenzielle Kandidatinnen und Kandidaten wünschen und dem, was ALTANA als resilienter und zugleich innovativer Arbeitgeber bieten kann. Durch das Teilen ihrer persönlichen Geschichten werden die ALTANA Beschäftigten zu authentischen Botschafterinnen und Botschaftern von „Good Chemistry“.

„Mit #DiscoverGoodChemistry machen wir ein Arbeitsumfeld erlebbar, in dem verlässliche Stabilität und spannende Innovation einander bedingen. Damit sprechen wir Menschen an, die auf Basis eines stabilen Fundaments mitgestalten wollen und dafür ihre Ideen, ihr Engagement und auch ihre Freude am gemeinsamen Entwickeln einbringen“, erklärt Andrea Neumann, Leiterin Unternehmenskommunikation der ALTANA AG.

„Eine starke Arbeitgebermarke ist entscheidend, um die richtigen Talente für uns zu gewinnen“, sagt ALTANA CHRO Carina Meier-Hedde. „Sie soll aber auch nach innen wirken. Deswegen war es so wichtig, unsere bestehenden Mitarbeiterinnen

#### **Datum**

29.07.2026

#### **Seite**

1/3

#### **Kontakt**

Unternehmenskommunikation

Andrea Neumann (Leitung)  
Tel +49 281 670-10300

Holger Elfes  
Tel +49 281 670-10308

Heike Dimkos  
Tel +49 281 670-10302

Birte Ölzner  
Tel +49 281 670-10249

Mirna Schröter  
Tel +49 281 670-10307

Hannah Ziehml  
Tel +49 281 670-10306

[press@altana.com](mailto:press@altana.com)  
[www.altana.com/presse](http://www.altana.com/presse)

#### **ALTANA AG**

Abelstraße 43  
46483 Wesel  
Deutschland  
Tel +49 281 670-8  
[info@altana.com](mailto:info@altana.com)  
[www.altana.de](http://www.altana.de)

## Pressemitteilung

und Mitarbeiter in die Entwicklung einzubeziehen. Damit haben wir ein authentisches Arbeitgeberbild geschaffen.“

Die neue Arbeitgeberpositionierung war Teil der im Jahr 2021 gestarteten „HR-Agenda“ des Unternehmens und wurde von der ALTANA Unternehmenskommunikation und Corporate HR in Zusammenarbeit mit Teams aus allen vier Geschäftsbereichen entwickelt. Bei der kreativen Umsetzung unterstützte die Agentur für Corporate und Brand Communication Heisters & Partner aus Mainz.

### Von der Headline „Es gibt einen Ort...“ zum Arbeitgeberversprechen

Der Claim mit dem auffordernden „Discover“ lädt dazu ein, die ALTANA Welt kennenzulernen. „Good Chemistry“ spielt auf die werteorientierte ALTANA Unternehmenskultur an und auf die Chemie, die das Unternehmen für bessere und nachhaltigere Produkte seiner Kunden entwickelt.

Jede Headline startet mit dem emotional ansprechenden Intro „Es gibt einen Ort...“ und greift dann eine Eigenschaft von ALTANA bzw. den vier Geschäftsbereichen auf, die bei der jeweils anzusprechenden Zielgruppe besonders gefragt ist, gefolgt vom eigentlichen Arbeitgeberversprechen der ALTANA Gruppe: *„Bei ALTANA sind wir innovativ, weil wir daran glauben, dass es besser geht – und weil wir Fortschritt mit langfristiger Stabilität verbinden. Als weltweit führender Spezialchemiekonzern sind wir erfolgreich, weil hier die Menschen den Unterschied machen.“*

Über Headline und Fließtext hinaus spielt der rein visuelle Eindruck eine entscheidende Rolle; er ist der Türöffner für das potenzielle Match zwischen einem Talent und ALTANA als Arbeitgeber. Deshalb sind die Anzeigenmotive in den auffallenden Farbtönen aus dem ALTANA Corporate Design eingefärbt, die bisher nur als Sekundärfarben zum Einsatz kamen.



### Beschäftigte als Botschafterinnen und Botschafter

Im Sinne einer authentischen Kommunikation des Arbeitgeberversprechens entschied sich das Projektteam bewusst für einen Blick hinter die Kulissen schon vor dem offiziellen Rollout. So wurden auf den ALTANA Social Media-Kanälen „Making of“-Beiträge über die Foto- und Video-Shootings an den verschiedenen Standorten geteilt. Alle Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter hatten zudem die Gelegenheit, in einer digitalen Fotobox Kampagnenmotive mit dem eigenen Selfie zu generieren und auf Social Media zu teilen. So wurden schon vor Go-live des neuen Karriereportals viele Beschäftigte zu echten Botschafterinnen und

## **Pressemitteilung**

Botschaftern, indem sie aus eigener Motivation Gesicht zeigten und in ihren eigenen Worten beschrieben, was „Good Chemistry“ für sie bedeutet.

Bereits bei der Entwicklung des übergreifenden Arbeitgeberversprechens hatten Menschen den Unterschied gemacht. So diskutierten Beschäftigte länder- und hierarchieübergreifend in Fokusgruppen über ihre Sichtweise oder beteiligten sich an einer konzernweiten Intranet-Umfrage zur Gewichtung einzelner Aspekte. Die unter Einbeziehung der externen Zielgruppenanalyse erarbeitete Arbeitgeberpositionierung wurde schließlich einer Marktforschung in Deutschland, China, Indien und den USA unterzogen mit dem Ergebnis: Der Ansatz funktioniert in allen Ländern oder anders ausgedrückt: Die Chemie stimmt.

**Diese Pressemitteilung sowie druckfähiges Bildmaterial und ein Videoclip zur neuen Employer Branding-Kampagne stehen Ihnen auf der ALTANA Website zur Verfügung:**

**[www.altana.de/presse-news/details/discovergoodchemistry-neue-employer-branding-kampagne-zeigt-warum-bei-altana-die-chemie-stimmt.html](http://www.altana.de/presse-news/details/discovergoodchemistry-neue-employer-branding-kampagne-zeigt-warum-bei-altana-die-chemie-stimmt.html)**

### **Über ALTANA:**

ALTANA ist ein global führendes Unternehmen in reiner Spezialchemie. Die Unternehmensgruppe bietet innovative Speziallösungen für Lackhersteller, Lack- und Kunststoffverarbeiter, Druck- und Verpackungsindustrie, die Kosmetikbranche sowie die Elektroindustrie an. Das Produktportfolio umfasst Additive, Speziallacke und -klebstoffe, Effektpigmente, Dichtungs- und Vergussmassen, Imprägniermittel sowie Prüf- und Messinstrumente. Die vier ALTANA Geschäftsbereiche BYK, ECKART, ELANTAS und ACTEGA, nehmen in ihren Zielmärkten jeweils führende Positionen hinsichtlich Qualität, Produktlösungskompetenz, Innovation und Service ein.

Die ALTANA Gruppe hat ihren Sitz in Wesel am Niederrhein und verfügt über 58 Produktionsstätten sowie 67 Service- und Forschungslaborstandorte weltweit. Konzernweit arbeiten mehr als 8.000 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter für den weltweiten Erfolg von ALTANA. Im Jahr 2025 erzielte das Unternehmen einen Umsatz von über 3 Milliarden Euro. Davon fließen jedes Jahr etwa 7 Prozent in die Forschung und Entwicklung. Mit einer im Branchenvergleich hohen Ertragskraft gehört ALTANA zu den innovativsten sowie wachstums- und ertragsstärksten Chemieunternehmen weltweit.

[www.altana.de](http://www.altana.de)