

UNTERNEHMENSBERICHT 2012

Sharing values



Über diesen Bericht

Symrise hat seine Berichterstattung über das Geschäftsjahr 2012 im Vergleich zur Berichtssystematik 2011 grundlegend umgestellt. Der vorliegende Unternehmensbericht bietet eine ganzheitliche Darstellung der Leistungen von Symrise im Jahr 2012 – in wirtschaftlicher Hinsicht wie auch unter Gesichtspunkten der Nachhaltigkeit. Der Finanzbericht für das Jahr 2012, der den vollständigen Konzernabschluss, den Konzernlagebericht und alle weiteren gesetzlich vorgeschriebenen Elemente enthält, ist diesem Unternehmensbericht beigelegt oder kann unter www.symrise.com/de/investor-relations eingesehen beziehungsweise in gedruckter Form bestellt werden. Der Bestätigungsvermerk des Abschlussprüfers bezieht sich ausschließlich auf die testatsrelevanten Elemente des Finanzberichts und ist auch nur dort wiedergegeben.

Symrise legte erstmals 2006 einen Corporate Social Responsibility Report „We have the Future in Mind“ vor; seither haben wir jährlich einen Bericht zu unseren Nachhaltigkeitsaktivitäten veröffentlicht. Mit dem Unternehmensbericht 2012 geben wir die Trennung von Geschäfts- und Nachhaltigkeitsbericht auf und beschreiten den Weg hin zu einer integrierten Berichterstattung. Damit tragen wir der kontinuierlich fortschreitenden Integration von Nachhaltigkeit in unser Geschäftsmodell Rechnung. Ziel ist, darüber zu informieren, wie Symrise mit seiner Tätigkeit nachhaltigen Mehrwert für alle relevanten Stakeholder des Unternehmens schafft. Mit unserem Bericht sprechen wir Kunden, Mitarbeiter und Investoren, aber auch unsere weiteren Stakeholder an und laden zum Dialog mit Symrise ein.

Der Symrise Unternehmensbericht 2012 wird am 12. März 2013 veröffentlicht und ist in deutscher und englischer Sprache verfügbar. Die Umweltdaten im Bericht beziehen sich ausschließlich auf die Produktionsstandorte. Sämtliche andere Daten, sofern nicht anders angegeben, beziehen sich auf den Symrise Konzern, der aus der Symrise AG als Mutterunternehmen und den von ihr beherrschten Unternehmen (Tochterunternehmen) besteht. Der Veröffentlichungstermin des Unternehmensberichts für das Geschäftsjahr 2013 ist der 11. März 2014. Auf www.symrise.com berichten wir zusätzlich aktuell über die Aktivitäten unseres Unternehmens.

Konzern-Kennzahlen

		2008	2009	2010	2011	2012
Geschäft						
Umsatz	in Mio. €	1.319,9	1.362,0	1.571,9	1.583,6	1.734,9
EBITDA	in Mio. €	262,5	245,6	331,2	315,9	338,9
EBITDA-Marge	in %	19,9	18,0	21,1	20,0	19,5
EBIT	in Mio. €	187,0	163,0	244,4	234,4	252,6
EBIT-Marge	in %	14,2	12,0	15,5	14,8	14,6
Jahresüberschuss	in Mio. €	90,4	84,3	133,5	146,5	157,5
Bilanzsumme (31.12.)	in Mio. €	1.890,6	1.895,2	2.059,0	2.120,3 ¹	2.151,9
Eigenkapitalquote (31.12.)	in %	34,3	36,4	40,9	40,9 ¹	40,7
Investitionen	in Mio. €	52,5	56,7	70,5	67,3	70,3
Nettoverschuldung (inkl. Rückstellungen für Pensionen und ähnliche Verpflichtungen) / EBITDA (31.12.)	Verhältnisgröße	3,2	3,1	2,2	2,4 ¹	2,4
Forschungs- und Entwicklungsaufwendungen	in Mio. €	86,2	95,7 ²	107,9	107,6	113,8
Operativer Cashflow	in Mio. €	153,1	225,7	235,1	200,9	219,5
Kapitalmarkt						
Ausgegebene Aktien zum Bilanzstichtag	in Mio. Stück	118,2	118,2	118,2	118,2	118,2
Kurs zum Geschäftsjahresende (Xetra® Schlusskurs)	in €	9,98	14,98	20,53	20,62	27,12
Marktkapitalisierung zum Geschäftsjahresende	in Mio. €	1.179,4	1.770,2	2.426,1	2.436,7	3.204,9
Ergebnis je Aktie	in €	0,76	0,71	1,13	1,24	1,33
Dividende je Aktie	in €	0,50	0,50	0,60	0,62	0,65 ³
Umwelt						
Kohlendioxidemissionen (Scope 1 und 2) ⁴	kg	864,0	832,0	807,0	796,4 ⁵	763,6
Direkter und indirekter Energieverbrauch ⁴	GJ	9,7	9,3	9,1	8,9 ⁵	8,7
Abfallmenge ⁴	kg	113,3	116,9	131,6 ⁵	130,4 ⁵	117,5
Wasserverbrauch ⁴	cbm	13,8	13,1	12,1	12,0 ⁵	11,8
Abwassermenge ⁴	cbm	12,8	12,3	11,4	11,2	10,3
Mitarbeiter						
Mitarbeiter (31.12.)	FTE ⁶	5.097	4.954	5.288	5.434	5.669
Fluktuationsrate	in %	6,0	4,4	5,1	5,5	5,3
Unfallhäufigkeit	MAQ ⁷	5,7	7,0	5,0	3,2	5,3
Unfallsschwere	USQ ⁸	85	63	55	43	99

1 Angepasst aufgrund von Änderungen der Bilanzierungs- und Bewertungsmethoden im Jahr 2012

2 2009 inkl. Restrukturierungsaufwand

3 Vorschlag

4 pro Tonne verkauftes Produkt

5 Aufgrund einer Veränderung der Berechnungsgrundlage wurden die Werte der Vorjahre angepasst. Der grundlegende Trend bleibt dadurch unverändert.

6 ohne Auszubildende und Trainees; FTE = Full Time Equivalent (Vollzeitmitarbeiter)

7 MAQ = Meldepflichtige Arbeitsunfälle (>1 Arbeitstag) x 1 Mio. /Arbeitsstunden

8 USQ = Ausfalltage x 1 Mio. /Arbeitsstunden

Geschäftsbereiche

Zu den Kundenbranchen unserer Duft- und Geschmackstoffe zählen die Parfüm-, Kosmetik- und Nahrungsmittelindustrie sowie Anbieter von Haushaltsprodukten. Unsere Aktivitäten in den Bereichen Ernährung und Körperpflege erweitern wir konsequent auf Basis biofunktionaler und bioaktiver Inhalt- und Wirkstoffe.

Flavor & Nutrition



Die flüssigen, pulverförmigen, granulierten oder als Paste produzierten Geschmackstoffe werden von unseren Kunden zur Herstellung von Nahrungsmitteln und Getränken genutzt. Sie verleihen den Produkten individuelle Geschmacksbilder. Wir liefern einzelne Geschmackstoffkompositionen oder Komplettlösungen, die neben dem eigentlichen Aroma weitere funktionale Grundstoffe, Farbstoffe oder mikroverkapselte Produktkomponenten enthalten. Der globale Anwendungsbereich Consumer Health bedient mit funktionalen, natürlichen Inhaltsstoffen den Markt für Nahrungsergänzungsmittel und pharmazeutische Präparate.

- BEVERAGES
- SAVORY
- SWEET
- CONSUMER HEALTH



Fragrances Parfümeure kreieren aus einer Vielzahl von aromatischen Rohmaterialien und ätherischen Ölen komplexe Duftkompositionen (Parfümöle). Parfümöle von Symrise werden in Parfüms (Fine Fragrances), in Produkten der Körperpflege (Haarpflegeprodukte, Waschlotionen, Hautcremes, Deodorants) und für den Haushalt (Wasch- und Reinigungsmittel) eingesetzt.

- FINE FRAGRANCES
- PERSONAL CARE
- HOUSEHOLD



Scent & Care



Oral Care Symrise bietet die gesamte Palette von Mintaromen und deren Vorprodukten für die Verwendung in Zahnpasta, Produkten zur Mundpflege und Kaugummi an.



Life Essentials

Die Erzeugnisse dieses Geschäftsfelds finden Eingang in Haut- und Haarpflegeprodukte, Sonnencremes, After-shave-Balsams, Duschgel, Waschlotionen, Shampoos oder Deodorants. Die Besonderheit der Aktivitäten von Life Essentials ist die Kombination von herkömmlicher Körperpflege mit bioaktiven Wirkstoffen auf Pflanzenbasis.

- COSMETIC INGREDIENTS
- ACTIVE INGREDIENTS
- FUNCTIONALS
- BOTANICALS
- UV-FILTER



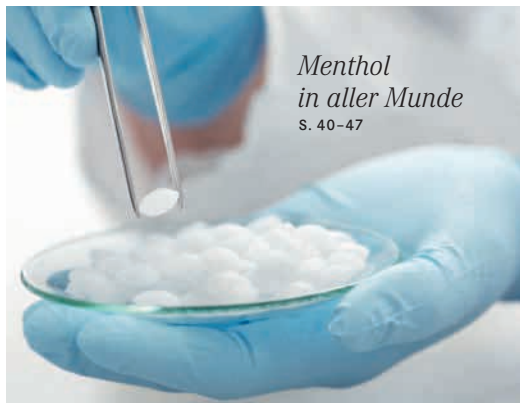
Aroma Molecules

Die Produkte in flüssiger oder kristalliner Form werden in vielfältigen Anwendungen eingesetzt. Naturidentisches Menthol findet bei Zahnpflegeprodukten, Kaugummi und Duschgel Verwendung. Einheitliche Riechstoffe (Vorprodukte für Parfümöle) werden für die eigene Produktion von Parfümölen eingesetzt und an Kunden vertrieben, die daraus Parfümöle herstellen.

- SENSATES (MENTHOLE)
- SPECIAL FRAGRANCE & FLAVOR INGREDIENTS
- FINE AROMA CHEMICALS

Sharing values

Die Menschen bei Symrise teilen gemeinsame Werte. Wir streben nach wirtschaftlichem Erfolg und übernehmen zugleich Verantwortung für Umwelt, Mitarbeiter und Gesellschaft. Indem wir die Anforderungen der verschiedenen Anspruchsgruppen auf allen Wertschöpfungsstufen berücksichtigen, schaffen wir Werte für alle. Wir machen Nachhaltigkeit zu einem festen Bestandteil unseres Geschäftsmodells, erzielen so einen klaren Wettbewerbsvorteil und sichern damit den langfristigen Erfolg unseres Unternehmens.



Inhalt

UNTERNEHMEN 4–17

- 4–7 Brief des Vorstands
- 8–11 Geschäftstätigkeit und Struktur
- 12–15 Werte, Ziele, Strategie
- 16–17 Highlights 2012

MAGAZIN 18–55

- 18–25 Ausdauer zählt sich aus
- 26–31 Die Kundenverstehrer
- 32–39 Nachhaltige Vanille: Ausgezeichnet
- 40–47 Menthol in aller Munde
- 48–55 Globale Nähe

BERICHT 56–117

- 58–59 Ziele und Maßnahmen
- 60–63 Geschäftsentwicklung
- 64–65 Symrise am Kapitalmarkt
- 66–75 Management
- 76–83 Beschaffung
- 84–91 Innovationen
- 92–101 Umwelt
- 102–111 Mitarbeiter
- 112–117 Gesellschaft

ANHANG 118–124

- 118 GRI-Bestätigungsvermerk
- 119–122 Glossar
- 123 Impressum
- 124 GRI Content Index

Liebe Leser, liebe Freunde des Unternehmens,

Symrise befindet sich auf Erfolgskurs. Diese Aussage gilt für das Geschäftsjahr 2012 – ebenso wie für das langfristige, nachhaltige Engagement des Unternehmens in den Bereichen Ökonomie, Ökologie, Mitarbeiter und Gesellschaft. Nachhaltige Wertschöpfung und profitables Wachstum stehen im Zentrum unseres unternehmerischen Handelns. Das Motto des Unternehmensberichts 2012 „Sharing Values“ bringt diese Überzeugung zum Ausdruck.

Symrise verfolgt keine Nachhaltigkeitsstrategie – unsere gesamte Strategie ist nachhaltig ausgerichtet. Nachhaltigkeit ist integraler Bestandteil unserer Ziele und aller unternehmerischen Maßnahmen. Daher haben wir 2012 auch die Trennung zwischen Geschäfts- und Nachhaltigkeitsbericht aufgehoben und beschreiten mit dem Unternehmensbericht 2012 den Weg hin zu einer integrierten Berichterstattung.

2012 war für Symrise erneut ein erfolgreiches Jahr – in vielerlei Hinsicht. Wir steigerten den Konzernumsatz um 10 % auf 1.735 Mio. €. In den vergangenen fünf Jahren hat sich damit unsere wirtschaftliche Leistung um insgesamt 36,1 % erhöht. Mit einer EBITDA-Marge von 19,5 % gehört Symrise weltweit zu den profitabelsten Unternehmen der Branche. Zum Jahresende 2012 notierte die Symrise Aktie mit 27,12 €. Damit lag sie 31,5 % über Vorjahr und nahe am Allzeit-Hoch.

Der langfristige, nachhaltige Erfolg von Symrise basiert auf den drei Säulen globale Aufstellung, Effizienz und Portfoliodiversifikation. Wir wollen auch künftig schneller als der Markt wachsen, indem wir Megatrends nutzen. So ziehen immer mehr Menschen in die urbanen Zentren, sie werden zudem immer älter, und namentlich in den Schwellenländern verbessern sich Wohlstand und Lebensstandards mit hohem Tempo. Bereits heute entfallen nahezu 50 % unseres Umsatzes auf die sogenannten Emerging Markets, und in den kommenden Jahren werden wir diesen Anteil weiter steigern. Gleichzeitig festigen wir unsere gute Position in den Industrieländern in Europa und Nordamerika. Auch künftig werden wir unser Kundenportfolio breit und ausgewogen gestalten: Unser Ziel ist, mit globalen Großkunden ebenso wie mit regionalen und lokalen Abnehmern weiter zu wachsen.

Begleitet wird unser Wachstumskurs vom kontinuierlichen Streben nach einer nachhaltigen Unternehmensführung. Im Dezember erhielt Symrise den Deutschen Nachhaltigkeitspreis 2012 für die Beschaffung von Vanille auf Madagaskar. Wir fühlen uns durch diese Auszeichnung einmal mehr in unserer Strategie bestätigt. Seit Jahren arbeiten wir eng mit Vanillebauern vor Ort zusammen und sichern uns den Zugang zu hochwertiger, nachhaltig angebaute Vanille. Zudem unterzeichnete Symrise 2012 den Global Compact der Vereinten Nationen und bekennt sich damit ausdrücklich zu den Prinzipien dieser weltweit bedeutendsten freiwilligen Initiative zu unternehmerischer Verantwortung für Gesellschaft und Umwelt.

Der Vorstand



ACHIM DAUB
Vorstand Scent & Care

- Mitglied des Vorstands seit November 2006
- Berufen bis 2013
- Geboren 1962

BERND HIRSCH
Finanzvorstand

- Mitglied des Vorstands seit Dezember 2009
- Berufen bis 2015
- Geboren 1970

DR. HEINZ-JÜRGEN BERTRAM
Vorstandsvorsitzender und Arbeitsdirektor seit Juli 2009

- Mitglied des Vorstands seit November 2006
- Berufen bis 2017
- Geboren 1958

HANS HOLGER GLIEWE
Vorstand Flavor & Nutrition

- Mitglied des Vorstands seit November 2009
- Berufen bis 2015
- Geboren 1959

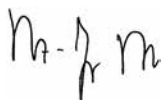
Unsere Maßnahmen zur kontinuierlichen Effizienzsteigerung zeigen ebenfalls Wirkung. Die Umwelteinflüsse unserer Produktion konnten wir weiter verringern: 2012 lagen beispielsweise Energieverbrauch und CO₂-Ausstoß je verkaufte Produkteinheit 4,2 % beziehungsweise 5,4 % unter dem Niveau des Basisjahres 2010.

Gesundheit und Wohlbefinden stehen bei immer mehr Menschen ganz oben auf der Werteskala. Diesem Trend tragen wir mit einem differenzierten Produktportfolio Rechnung, vor allem mit unseren Bereichen Life Essentials und Consumer Health. Mit diesen Anwendungsgebieten differenziert sich Symrise in einzigartiger Weise vom Wettbewerb. Darüber hinaus schaffen wir für unsere Kunden einen Mehrwert durch unser ganzheitliches Verständnis in der Produktentwicklung.

Unsere Perspektive ist immer langfristig. Symrise hat daher 2012 in erheblichem Umfang in die Zukunft investiert: in die Verdoppelung der Menthol-Produktionskapazitäten, in ein neues Forschungszentrum und in den Ausbau unseres Geschäfts in Brasilien. In den kommenden Jahren bauen wir ein neues Kraftwerk mit Kraft-Wärme-Koppelung in Holzminden, mit dem wir 30 % unseres Strombedarfs selbst erzeugen können, und erweitern die Produktionsbetriebe beider Geschäftsbereiche – unter anderem in Shanghai, Singapur und Madagaskar. Und wir investieren fortwährend in die Aus- und Weiterbildung unserer Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter, die den Erfolg von Symrise erst möglich machen. Ihr Engagement trägt Symrise in die Zukunft.

Symrise treibt den Kurs des profitablen Wachstums energisch voran und wir verfolgen ehrgeizige Ziele. Auch in diesem Jahr planen wir wiederum schneller zu wachsen als der Markt für Duftstoffe und Aromen, für den ein Zuwachs von 2 bis 3 % prognostiziert wird. Dabei wollen wir unsere hohe Profitabilität mit einer EBITDA-Marge von etwa 20 % beibehalten. Neben den vor uns liegenden Herausforderungen blicken wir bereits heute mit etwas Stolz auf das Jahr 2013: Symrise feiert sein zehnjähriges Jubiläum. Zehn Jahre intensive Arbeit und erfolgreiches Wirtschaften liegen hinter uns.

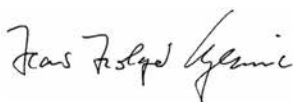
Dafür möchten wir uns bei allen Partnern, Freunden und Mitarbeitern von Symrise bedanken. Wir freuen uns, wenn Sie uns auch zukünftig auf unserem Weg der nachhaltigen Wertschöpfung begleiten.



Dr. Heinz-Jürgen Bertram



Achim Daub



Hans Holger Gliewe



Bernd Hirsch



„Symrise verfolgt einen Kurs nachhaltiger Wertschöpfung. Unsere Ziele und die Unternehmensstrategie sind langfristig ausgerichtet und orientieren sich an globalen Megatrends. Bei unserer unternehmerischen Tätigkeit beziehen wir die Belange von Umwelt, Geschäftspartnern, Mitarbeitern und Gesellschaft auf allen Wertschöpfungsstufen konsequent mit ein. So kommen wir zu Ergebnissen, auf die wir alle stolz sein können.“

Dr. Heinz-Jürgen Bertram, Vorstandsvorsitzender



„Symrise feiert 2013 sein zehnjähriges Firmenjubiläum, seit 2006 ist das Unternehmen börsennotiert und seit 2007 unsere Aktie im MDAX® vertreten. Der Börsenwert von Symrise hat sich seit der Erstnotiz um fast 1,2 Mrd. € erhöht. Dies belegt die Wertschätzung, die das Unternehmen am Kapitalmarkt genießt. Sie beruht auf einer schlüssigen und nachhaltigen Strategie, auf operativen Erfolgen und einer zuverlässigen und vertrauensbildenden Kommunikation.“

Bernd Hirsch, Finanzvorstand



„Gesundheit und Wohlbefinden stehen ganz oben auf der Werteskala der Konsumenten. Hinzu tritt mehr und mehr der Anspruch nach ethisch und ökologisch einwandfrei erzeugten Produkten. Symrise greift diese Anforderungen auf: Wir konzentrieren unsere Forschung und Entwicklung auf neue funktionale Inhaltsstoffe für innovative Geschmackslösungen. Zudem treiben wir die verantwortungsbewusste Rückwärtsintegration bei Schlüsselrohstoffen voran und berücksichtigen strenge Kriterien der Nachhaltigkeit entlang der gesamten Wertschöpfungskette.“

Hans Holger Gliewe, Vorstand Flavor & Nutrition



„Mit unseren Produkten wollen wir für unsere Kunden einen spürbaren Mehrwert schaffen, der sie vom Wettbewerb abhebt. Das erfordert eine genaue Kenntnis der Konsumentenwünsche, hohe Innovationskraft und ein ganzheitliches Verständnis von Nachhaltigkeit. Symrise verfügt über ein einmaliges Produktportfolio, was uns zum bevorzugten Partner unserer Kunden macht.“

Achim Daub, Vorstand Scent & Care

Geschäftstätigkeit und Struktur

PROFIL

Symrise entwickelt, produziert und vertreibt Duft- und Geschmacksstoffe sowie kosmetische Inhaltsstoffe. Darüber hinaus sind wir mit Lösungen in den Anwendungsgebieten Gesundheit und Körperpflege durch biofunktionale und bioaktive Inhalts- und Wirkstoffe tätig. Ein wesentlicher Teil unserer Wertschöpfung besteht in der Entwicklung von Produkten mit Zusatznutzen. Beispiele dafür sind unter anderem Geschmacksstoffe, die einen reduzierten Zucker- oder Salzgehalt in Lebensmitteln ermöglichen, oder ein feuchtigkeitsspendender kosmetischer Wirkstoff, dessen Einsatz den Anteil an Konservierungsmitteln in Pflegeprodukten senkt. Zu unseren Kunden zählen sowohl große multinationale Konzerne als auch wichtige regionale und lokale Hersteller von Lebensmitteln, Getränken, Parfüms, Kosmetika, Körperpflegeprodukten, Wasch- und Reinigungsmitteln sowie die pharmazeutische Industrie und Produzenten von Nahrungsergänzungsmitteln.

Im Jahr 2012 erzielte Symrise einen Umsatz von über 1,7 Mrd. € und ist damit das viertgrößte Unternehmen im Markt für Geschmacks- und Duftstoffe weltweit. Die Produkte des Unternehmens finden Abnehmer in 160 Ländern, wobei 2012 52 % der Umsätze auf Industrieländer in Westeuropa, Nordamerika und in Teilen Asiens entfielen. Die Zahl unserer Kunden belief sich im Geschäftsjahr 2012 auf über 6.000. Einen Umsatzanteil von 48 % erreichten wir in den so genannten Emerging Markets in Asien, Lateinamerika, Afrika, dem Nahen und Mittleren Osten und Osteuropa. Für den Symrise Konzern sind insgesamt rund 5.700 Mitarbeiter tätig. Die Standorte des Unternehmens verteilen sich auf 36 Länder, wodurch wir auf unseren wichtigen Absatzmärkten vor Ort vertreten sind.

Der Symrise Konzern entstand aus dem Zusammenschluss der beiden deutschen Unternehmen Haarmann & Reimer und Dragoco im Jahr 2003; im Jahr 2013 feiert Symrise also sein zehnjähriges Bestehen. Die Wurzeln von Symrise reichen bis in die Jahre 1874 beziehungsweise 1919 zurück, in denen die Vorgängerun-

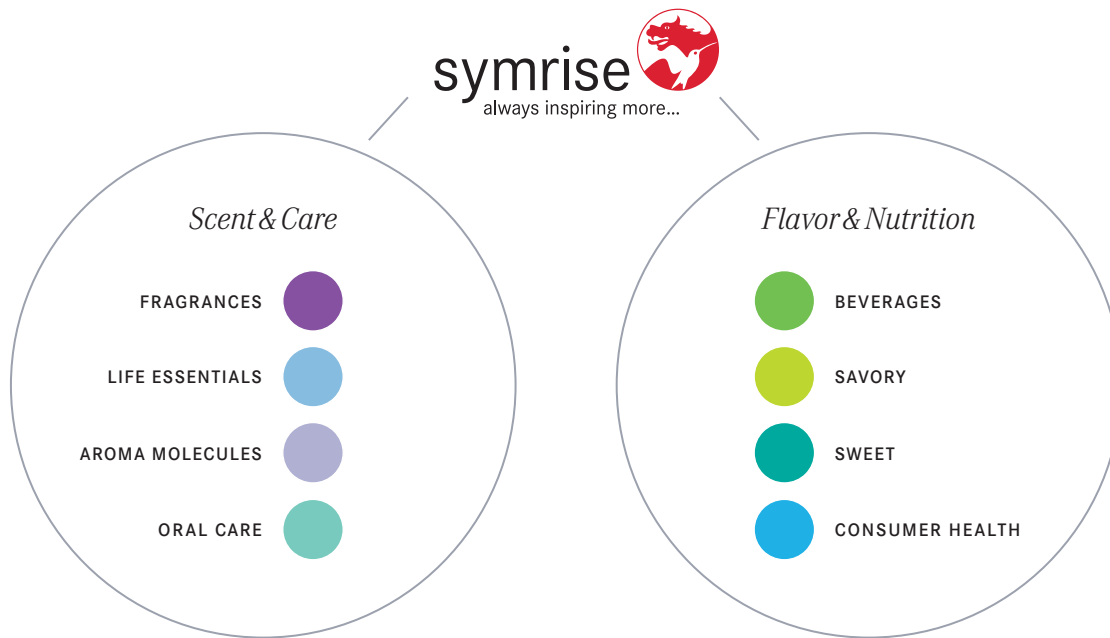
ternehmen gegründet wurden. 2006 erfolgte der Börsengang der Symrise AG. Seitdem ist die Symrise Aktie im Prime Standard der Deutschen Börse notiert und zählt mit einer Marktkapitalisierung per Jahresultimo 2012 von rund 3,2 Mrd. € zu den im MDAX® geführten Unternehmen.

Neben unserer Innovationskraft, Kreativität und zuverlässigen Supply Chain schätzen und erwarten unsere Kunden zunehmend unser Nachhaltigkeitsengagement. Zusammen mit dem Streben nach Exzellenz und Mehrwert, mit Kreativität, Engagement und Integrität ist Nachhaltigkeit in unseren Werten und unserer Unternehmensstrategie verankert. Wir wissen, dass wirtschaftlicher Erfolg mit Verantwortung einhergeht. Daher streben wir in unserer Geschäftstätigkeit zunehmend nach Shared Value.

STRUKTUR

Die Verantwortung für das operative Geschäft liegt in den beiden Geschäftsbereichen Scent & Care und Flavor & Nutrition. Sie verfügen über eigene Abteilungen für Forschung und Entwicklung, Einkauf, Produktion und Qualitätskontrolle sowie Marketing und Vertrieb. Auf diese Weise können interne Prozesse beschleunigt werden. Es ist unser Ziel, Abläufe zu vereinfachen, sie kundenorientiert und pragmatisch zu gestalten. Beide Geschäftsbereiche haben ihre Organisation in vier Regionen mit eigenständigen regionalen Leitungen eingeteilt: Europa, Afrika sowie Naher und Mittlerer Osten (EAME), Nordamerika, Asien/Pazifik und Lateinamerika. Die Aktivitäten erstrecken sich auf mehrere Geschäftsfelder beziehungsweise Anwendungsbereiche. Zusätzlich besteht im Konzern ein Corporate Center, in dem die Zentralfunktionen Finanzen & Controlling, Unternehmenskommunikation sowie Investor Relations, Recht, Personal, Corporate Compliance, Interne Revision sowie globales Prozessdesign zur Ausschöpfung geschäftsbereichsübergreifender Synergien wahrgenommen werden.

UNSERE ORGANISATION

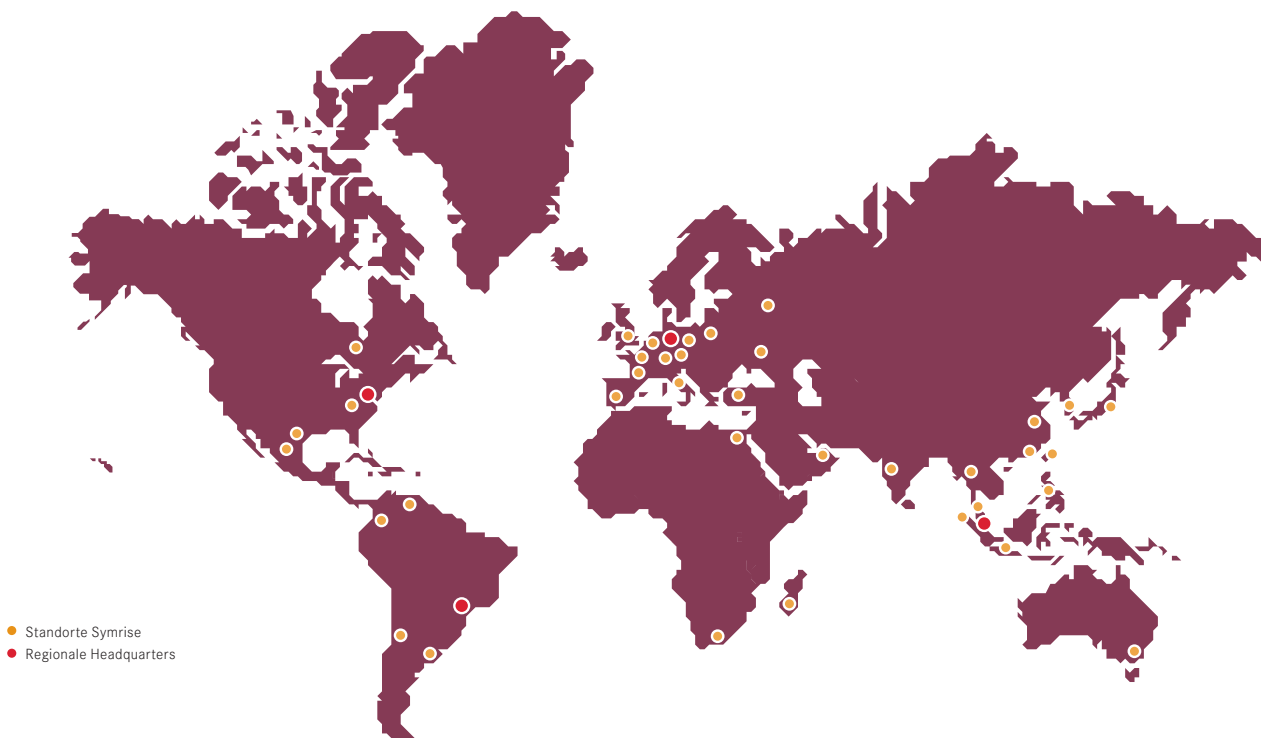


Die Basis unserer Produktentwicklung bildet die in erheblichem Umfang betriebene Forschung & Entwicklung (F&E) im Unternehmen, die durch ein weit verzweigtes externes Netzwerk von Forschungsinstituten und wissenschaftlichen Einrichtungen ergänzt wird. Angesichts unterschiedlichster regionaler sensorischer Vorlieben ist auch eine umfangreiche Konsumentenforschung zentraler Bestandteil unserer F&E-Aktivitäten. Sie schafft die Grundlage für die Entwicklung marktfähiger und langfristig erfolgreicher Produkte, die den unterschiedlichen Bedürfnissen der Verbraucher in verschiedenen Teilen der Welt gerecht werden. Entwicklungszentren finden sich insbesondere in Deutschland, Brasilien, China, Frankreich, Singapur und den USA.

SCENT & CARE

Die Produkte des Geschäftsbereichs werden in rund 135 Ländern vertrieben. Zum Leistungsportfolio zählen Duftkompositionen, kosmetische Inhaltsstoffe, Aromachemikalien sowie Mintprodukte. Standorte bestehen in 33 Ländern. Große Niederlassungen befinden sich in Brasilien, China, Deutschland, Frankreich, Mexiko, Indien, Singapur und den USA. Der Geschäftsbereich unterteilt sich in die Geschäftsfelder Fragrances, Life Essentials, Aroma Molecules und Oral Care, in denen unsere Produkte wie folgt in den verschiedenen Anwendungsbereichen eingesetzt werden:

STANDORTE WELTWEIT 2012



Fragrances: Parfümeure kombinieren aromatische Rohmaterialien wie Aromachemikalien und ätherische Öle zu komplexen Duftkompositionen (Parfümölen). Parfümöle von Symrise werden in Parfüms (Anwendungsbereich Fine Fragrances), in Produkten der Körperpflege (Anwendungsbereich Personal Care) und des Haushalts (Anwendungsbereich Household) eingesetzt.

Life Essentials: Die hier hergestellten Produkte werden in Hautpflegeprodukten, Haarpflegeprodukten, Sonnencremes, After-shave-Balsams, Duschgels, Waschlotionen, Shampoos oder Deodorants eingesetzt. Einen wichtigen Teil dieses Geschäftsfelds bilden die Produkte mit pflegenden Eigenschaften. Alternative Konservierungsstoffe sind ein weiterer Schwerpunkt. Das Geschäftsfeld unterteilt sich in die Anwendungsbereiche Cosmetic Ingredients und UV-Filter.

Aroma Molecules: Das Geschäftsfeld unterteilt sich in die Anwendungsbereiche Sensates (Menthole), Special Fragrance & Flavor Ingredients und Fine Aroma Chemicals. Im Anwendungsbereich Sensates wird naturidentisches Menthol hergestellt, das insbesondere bei der Herstellung von Zahnpflegeproduk-

ten, Kaugummi und Duschgel verwendet wird. Special Fragrance & Flavor Ingredients und Fine Aroma Chemicals umfassen Aromachemikalien (Vorprodukte für Parfümöle) von besonderer Qualität. Die erzeugten Aromachemikalien werden sowohl für die eigene Produktion von Parfümölen verwandt als auch an die Unternehmen der Konsumgüterindustrie vertrieben, die daraus Parfümöle herstellen. Eine wichtige Produktgruppe sind unter anderem biologisch abbaubare Moschusduftstoffe, die eine deutlich erhöhte Haftung auf Haaren, Haut oder Textilfasern aufweisen und ein wesentlicher Bestandteil von Parfümölen sind.

Oral Care: Symrise bietet die gesamte Produktpalette von Mintaromen und deren Vorprodukten für die Verwendung in Zahnpasta, Mundspülung und Kaugummi an.

FLAVOR & NUTRITION

Das Produktspektrum von Flavor & Nutrition wird in 140 Ländern vertrieben. Die produzierten Geschmacksstoffe werden von den Kunden zur Herstellung von Nahrungsmitteln und Getränken genutzt und verleihen den unterschiedlichen Produkten indi-

viduelle Geschmacksbilder. Symrise liefert dabei sowohl einzelne Geschmacksstoffe für die Verwendung im Endprodukt als auch Komplettlösungen, die neben dem eigentlichen Aroma weitere funktionale Grundstoffe, Farbstoffe oder mikroverkapselte Produktkomponenten enthalten können. Der globale Anwendungsbereich Consumer Health bedient unter anderem den wachsenden Markt für Nahrungsergänzungsmittel und pharmazeutische Präparate. Die Standorte des Geschäftsbereichs befinden sich in mehr als 20 Ländern in Europa, Asien, Nord- und Lateinamerika, dem Nahen und Mittleren Osten sowie in Afrika. Hauptniederlassungen befinden sich in Brasilien, China, Deutschland, England, Frankreich, Indien, Japan, Mexiko, Singapur und den USA. Im Einzelnen kommen die Geschmack- und Inhaltsstoffe von Symrise in vier Anwendungsbereichen zum Einsatz:

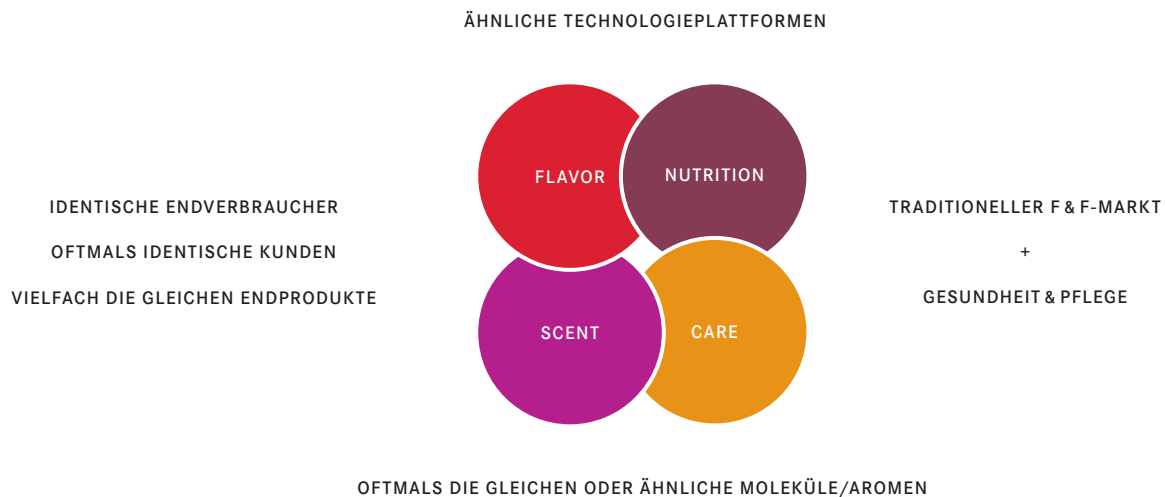
Beverages: Unsere Geschmacksstoffe und Getränkegrundstoffe finden Eingang in alkoholfreie Getränke wie Erfrischungsgetränke, Fruchtsaftgetränke, Energie- und Sportgetränke, Tee- und Kaffeegetränke, Milchmodiggetränke sowie funktionelle Getränke. Zudem verfügt Symrise über Anwendungen mit Aromagranulaten für Instantgetränke wie Tee- und Kaffee-Spezialitäten. Das Spektrum wird erweitert durch Geschmacksstoffe, Destillate und Extrakte für nahezu alle gängigen Formen alkoholischer Getränke.

Savory: Hierzu gehören Fleischaromen, Kräuter- und Gemüseextrakte, Aromenkompositionen für Suppen, Saucen, Fertiggerichte sowie Aufstreuwürzungen, so genannte Seasonings für Snacks. Spezielle Geschmacksstoffe von Symrise helfen auch dabei, den Salz- und Fettgehalt in Nahrungsmitteln ohne Einbußen am Geschmack erheblich zu senken.

Sweet: Dieser Anwendungsbereich umfasst die Bereiche Süßwaren, Backwaren, Eiscreme und Milchprodukte. Im Fokus stehen Produkte mit verbesserter Aromenfreisetzung und Aromasysteme mit so genannten maskierenden Eigenschaften, die den Einsatz von funktionalen Inhaltsstoffen ermöglichen und gleichzeitig deren häufig unangenehmen Geschmack überdecken. Symrise konzentriert sich insbesondere auf Vanille-, Zitrus- und Mintaromen.

Consumer Health: Hierunter fallen natürliche funktionale Inhaltsstoffe zur Förderung beispielsweise der Herz- und Verdauungsfunktion, Geschmackslösungen pharmazeutischer Produkte, Aromatisierungen für pharmazeutische Produkte sowie natürliche Lebensmittelfarben und färbende Lebensmittel (Spezialitäten).

SYMRISE GESCHÄFTSBEREICHE



Werte, Ziele, Strategie

UNSERE MISSION

Symrise ist weltweit anerkannt als führender Anbieter von Duft- und Geschmacksstoffen sowie Grund- und Wirkstoffen für die Parfümerie-, Kosmetik-, Pharma-, Lebensmittel- und Getränke-industrie. Wir kombinieren das Wissen um die sich verändernden Bedürfnisse der Menschen mit Kreativität und zukunftsweisenden Technologien. Dabei konzentrieren wir uns auf die Entwicklung von Lösungen, die unseren Kunden einen Mehrwert bieten. Wir sorgen für eine nachhaltige Wertschöpfung und lassen unsere Mitarbeiter und Aktionäre am Unternehmenserfolg teilhaben.

GEMEINSAME WERTE BESTIMMEN UNSERE ZIELE

Die Menschen bei Symrise teilen gemeinsame Werte. Dies ist auch eine zentrale Bedeutung des Mottos unseres Unternehmensberichts 2012: „Sharing Values“. Wir wollen langfristig das erfolgreichste Unternehmen unserer Branche sein, unsere Marktposition stärken und unsere Unabhängigkeit sichern. Wir sind uns bewusst, dass wirtschaftlicher Erfolg und gesellschaftliche Akzeptanz untrennbar miteinander verbunden sind. Unsere wirtschaftlichen Ziele sind mit der gelebten und täglich empfundenen Verantwortung für Umwelt, Mitarbeiter und Gesell-

schaft verknüpft. Die Grundlage unseres Denkens und Handelns bildet der Symrise Wertekanon, der auch unsere Unternehmenskultur bestimmt. „Because we care“ ist das Leitmotiv unserer Selbstverpflichtung zu einem ganzheitlichen Verständnis unternehmerischer Tätigkeit.

Um unsere Marktposition zu stärken, soll unser Umsatz langfristig schneller wachsen als das durchschnittliche Marktvolumen. Dadurch gewinnt Symrise Marktanteile und vergrößert den Abstand zu den nachfolgenden Wettbewerbern. Gleichzeitig haben wir uns das Ziel gesetzt, zu den profitabelsten Unternehmen der Branche zu gehören. Indem wir die Anforderungen der verschiedenen Anspruchsgruppen auf allen Wertschöpfungsstufen berücksichtigen, schaffen wir Werte für alle: „Sharing Values“. Die Verknüpfung von ökonomischen, ökologischen und sozialen Zielen und Strategien befindet sich bei Symrise auf einem guten Weg, ist aber bei weitem noch nicht abgeschlossen. Daran arbeiten wir jeden Tag.

UNSERE WERTE

ENGAGEMENT

Unsere Mitarbeiter sind der Schlüssel zum Erfolg von Symrise. Wir fordern unsere Mitarbeiter, ermutigen sie, Verantwortung zu übernehmen und fördern sie durch gezielte Entwicklungsmaßnahmen.

EXZELLENZ

Herausragende Leistungen für Kunden, Konsumenten und Märkte: Wirtschaftlichkeit, unternehmerischer Weitblick und unser unbedingter Qualitätsanspruch sichern unseren Erfolg.

KREATIVITÄT

Sie ist der Innovationstreiber, mit dem wir unseren Anspruch „always inspiring more...“ mit Leben füllen.

MEHRWERT

Intelligente Zusatznutzen und integrierte Leistungen für unsere Kunden, attraktive und gesunde Produktlösungen für die Verbraucher und strategisches Wachstum für Symrise.

INTEGRITÄT

Vertrauen und Ehrlichkeit sind bei uns Grundlage für die Zusammenarbeit – im Umgang miteinander und mit allen Stakeholdern, festgeschrieben in unserem Verhaltenskodex.

NACHHALTIGKEIT

Wir alle sind uns der gesellschaftlichen Verantwortung, die wir als Unternehmen tragen, bewusst. Daher ist Nachhaltigkeit ein wesentliches Prinzip unseres Handelns.

AUF DEM WEG ZUR INTEGRIERTEN UNTERNEHMENS-STRATEGIE

Die Unternehmensstrategie von Symrise beruht auf den drei Säulen Wachstum, Effizienz und Portfolio. Sie bezieht auf allen Ebenen Aspekte der Nachhaltigkeit ein, um den Unternehmenswert dauerhaft zu steigern und Risiken zu minimieren. So machen wir Nachhaltigkeit zu einem festen Bestandteil unseres Geschäftsmodells und zu einem klaren Wettbewerbsvorteil. Ziel ist eine vollständig integrierte Unternehmensstrategie.

WACHSTUM UND GLOBALE AUFSTELLUNG

Der für Symrise relevante, globale AFF-Markt (Aroma Molecules, Flavors & Fragrances) weist ein Volumen von 16,9 Mrd. € auf und wächst langfristig durchschnittlich um etwa 2 bis 3 % pro Jahr. Der Marktanteil von Symrise beträgt rund 10 %. Diesen Marktanteil wollen wir durch überproportionales Wachstum ausweiten. Dabei verfolgen wir drei strategische Stoßrichtungen:

WACHSTUM MIT SCHNELL WACHSENDEN KUNDEN

Symrise erzielt jeweils rund ein Drittel seines Umsatzes mit globalen, regionalen und lokalen Kunden. Dieses ausbalancierte Kundenportfolio verstetigt die Geschäftsentwicklung und eröffnet Wachstumschancen auf breiter Front. Besonderes Augenmerk gilt expansionsstarken Kundenunternehmen. Unsere Kernkompetenzen, beispielsweise in den Bereichen Zitrus, Vanille oder Mint, richten wir gezielt auf die Hauptmarken der Kunden aus. Nur wenige Anbieter sind wie Symrise in der Lage, höchste Produktqualität in allen Volumensgrößen weltweit zuverlässig bereitzustellen. Produktqualität und Lieferfähigkeit sichern wir durch eine gezielte Rückwärtsintegration und langfristige Bezugsverträge bei wichtigen Rohstoffen. Mit diesem Konzept verringern wir auch den Einfluss volatiler Rohstoffpreise auf unser Geschäftsergebnis. Die Nachfrage der Konsumenten nach nachhaltig produzierten und gesundheitsfördernden Produkten wächst. Symrise und unsere Kundenunternehmen greifen diesen Megatrend gleichermaßen auf, um sich vom Wettbewerb zu differenzieren und profitabel zu wachsen. Nachhaltige Produkte und Produktionsmethoden machen Symrise zu einem geschätzten Partner der führenden Unternehmen in unseren Kundenbranchen. Darüber hinaus fördert die enge Zusammenarbeit mit strategisch wichtigen Kunden bei der Produktentwicklung die Kundenbindung. Dabei schaffen die hohe Forschungs- und Entwicklungsintensität und die internationale Aufstellung dieser Kundengruppe interessante und hochqualifizierte Arbeitsplätze für die Mitarbeiter von Symrise. Wir wollen am Wachstum unserer dynamisch expandierenden Kunden überproportional partizipieren, in dem wir durch Leistung überzeugen.

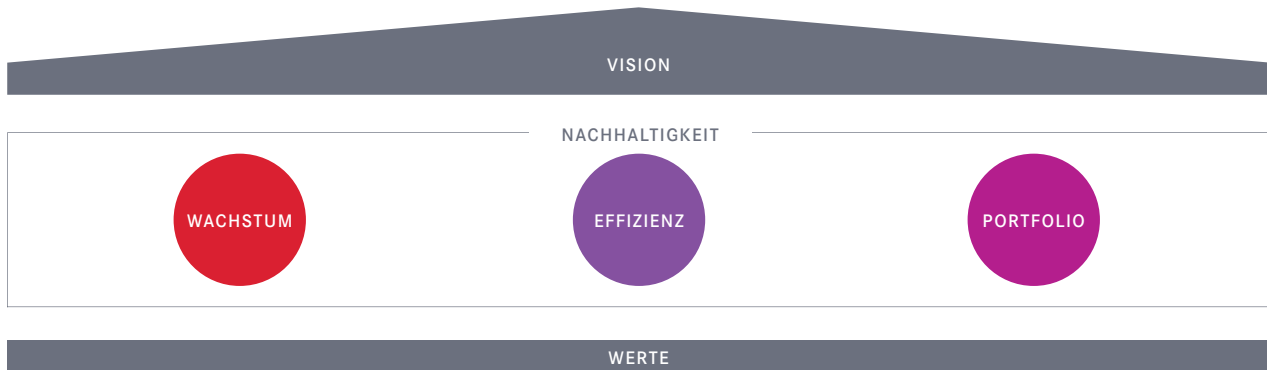
AUSBAU DER POSITION IN DEN EMERGING MARKETS

Wir haben unsere Aktivitäten frühzeitig auf die bevölkerungsreichen und wachstumsstärksten Regionen der Welt ausgerichtet. Der Lebensstandard eines zunehmenden Teils der Bevölkerung und damit die Konsumausgaben steigen in den lateinamerikanischen, asiatischen, arabischen, osteuropäischen und auch afrikanischen Ländern mittel- und langfristig deutlich kräftiger als im internationalen Mittel. „All business is local“: Ein gutes Verständnis der Rahmenbedingungen vor Ort, der Märkte und der Konsumenten ist ein wesentlicher Erfolgsfaktor für den weiteren Ausbau des Geschäfts. Symrise ist daher in den wichtigsten Emerging Markets mit eigenen Betriebsstätten vertreten. So schaffen wir Arbeitsplätze in Entwicklungs- und Schwellenländern, die selbstverständlich den Standards der International Labour Organization (ILO) entsprechen, und bieten Arbeitsbedingungen häufig weit über lokalem Niveau. Indem wir Rohstoffe und Vorprodukte aus der Region beziehen, entstehen weitere Beschäftigungsmöglichkeiten für die Bevölkerung. Bei diesem „Local Sourcing“ stellen wir hohe Ansprüche an die Qualität der Produkte und die Nachhaltigkeit der Erzeugung. Darüber hinaus engagiert sich Symrise an allen Standorten für die gesellschaftlichen Belange im Umfeld unserer Niederlassungen.

INNOVATION UND TECHNOLOGIE ALS WACHSTUMSTREIBER

Wir fokussieren unsere Aktivitäten auf neue Geschäftsfelder und auf Anwendungsbereiche, die ein höheres Wachstumspotenzial aufweisen als der allgemeine Markt für Duft- und Geschmacksstoffe. Die innovativen Bereiche verleihen Symrise ein herausragendes Profil am Markt und bieten zusätzliche Wachstumschancen. Zugleich stiftet unser Engagement beispielsweise in den Bereichen Hautschutz und gesunde Ernährung einen spürbaren gesundheitlichen Nutzen beim Endkunden. Viele unserer Forschungs- und Entwicklungsaktivitäten sind auf die Verringerung von Fett-, Zucker- und Salzgehalt der Produkte gerichtet. Markt- und Konsumentenforschung, Forschung und Entwicklung, Kreation, Marketing und Vertrieb arbeiten bei Symrise in enger Vernetzung. Regionale Forschungs- und Entwicklungszentren – wie beispielsweise in São Paulo (Brasilien) oder in Shanghai (China) – stellen die lokale Marktrelevanz der Entwicklungsaktivitäten sicher. Zahlreiche Partnerschaften mit Forschungsinstituten und Universitäten vermitteln uns wertvolle Impulse; gleichzeitig unterstützt Symrise, beispielsweise mit Promotions-Stipendien und Praxis-Semestern, den wissenschaftlichen Fortschritt. Symrise ist der „Grünen Chemie“ verpflichtet: Wir wollen chemische Prozesse so gestalten, dass Energieaufwand und Umwelteintrag reduziert werden. Wir nutzen wo immer möglich nachwachsende Rohstoffe. Mit unserem Fokus auf

GESCHÄFTSSTRATEGIE SYMRISE



BALANCIERUNG DES KUNDENPORTFOLIOS

VON EFFIZIENZPROGRAMMEN ZU KONTINUIERLICHER VERANKERUNG IN DER ORGANISATION

WEITERE DIFFERENZIERUNG ÜBER EINZIGARTIGES PROFIL

NACHHALTIGKEIT ALS TREIBER IM KUNDENGESCHÄFT

„Weiße Biotechnologie“ gelingt es uns zunehmend, Produktionsverfahren zu optimieren und umweltschonender zu gestalten. Parallel dazu entstehen neue Produkte und Systemlösungen mit hohem Wertschöpfungspotenzial. Sicherheit und Qualität unserer Produkte haben bei Symrise oberste Priorität. Dies gewährleistet unser Competence Center Global Product Compliance, das auch die strikte Einhaltung der regulatorischen Anforderungen überwacht.

Die drei strategischen Stoßrichtungen, mit denen Symrise das organische Wachstum des Unternehmens vorantreibt, werden durch selektive Akquisitionen oder strategische Partnerschaften flankiert, sofern sie unser Geschäftsmodell stärken.

NACHHALTIG HOHE PROFITABILITÄT

Zweite Säule unserer Unternehmensstrategie ist die kontinuierliche Effizienzsteigerung unserer betrieblichen Prozesse und die Konzentration auf Produkte mit hoher Wertschöpfung. Symrise hat sich aus mittelständischen Wurzeln zu einem Konzern mit globaler Reichweite entwickelt. Ein ausgeprägtes Kostenbewusstsein ist aber weiterhin im „genetischen Code“ des Unternehmens verankert. Wir sind ständig auf der Suche, bessere Wege zu finden, um unsere Produkte kosteneffizient, umweltschonend und in gleichbleibender Qualität zuverlässig zu liefern. Wir

streben an, unsere Kostenstruktur entlang der gesamten Wertschöpfungskette weiter zu optimieren. Ziel ist, eine nachhaltige EBITDA-Marge von rund 20% zu erreichen sowie die wirtschaftliche und die ökologische Effizienz unserer Geschäftstätigkeit kontinuierlich zu steigern. Wesentliches Instrument ist dabei die Total Productive Maintenance (TPM). Im Rahmen dieses standardisierten Prozesses haben wir seit 2007 weit über 2.000 Verbesserungen umgesetzt und unser Ziel einer jährlichen Effizienzsteigerung um 2,5% deutlich übertroffen. Zugleich stellen wir durch TPM sicher, dass sich alle Veränderungen der Produktionsprozesse positiv auf unsere Nachhaltigkeitsleistung auswirken. Daneben nutzen wir Balanced Scorecards zur Optimierung der Kernbereiche Qualität, Service, Kosten, Sicherheit und Mitarbeiter. Gemeinsam mit unseren Kunden haben wir mit der Initiative Symchronize™ ein integriertes Supply Chain Management etabliert, das die gesamte Wertschöpfungskette von der Rohstoffbeschaffung bis zum Endprodukt beim Kunden umfasst. Auch unser ganzheitlicher Umweltmanagementansatz enthält – in Verbindung mit ambitionierten, langfristigen Zielen zur Senkung des Energieverbrauchs, der CO₂-Emissionen, des Wasserverbrauchs sowie der Abfall- und Abwasseremissionen – einen systematischen Prozess der kontinuierlichen Verbesserung. Erzielte Produktivitätssteigerungen stärken die Investitionskraft und nachhaltige Wettbewerbsfähigkeit des Unternehmens.

SCHÄRFUNG DES EINZIGARTIGEN PRODUKTPORTFOLIOS

Die Schärfung unseres Produktportfolios bildet den dritten Pfeiler unserer Unternehmensstrategie. Wir erschließen neue Märkte und Segmente und bauen unsere Expertise in den Bereichen Ernährung und Pflege stetig aus. Symrise ist in dynamischen Märkten tätig – neue Ideen, neue Herausforderungen und Chancen gehören für uns zum Tagesgeschäft. Wir wollen uns von unseren Wettbewerbern unterscheiden, indem wir sich verändernde Bedürfnisse und Präferenzen so früh wie möglich antizipieren und sie schnell, effizient, kreativ und umweltfreundlich erfüllen. Innovation bei Symrise beginnt nicht erst mit der Forschung und Entwicklung unserer Produkte, sondern schon vorher bei der Marktforschung und der Kenntnis und dem Wissen um Märkte. Symrise hat in der Branche einen echten Perspektivwechsel eingeleitet: Wir sprechen nicht mehr als erstes über Moleküle oder Technologien, sondern haben stattdessen den Konsumenten im Blick. Unsere Kunden brauchen einen starken und kreativen Innovationspartner. Und die Innovation hört nicht bei der Herstellung unserer Produkte auf. Die Verzahnung zwischen etablierten und neuen Geschäftsfeldern auf techni-

scher Ebene oder über identische Verbrauchercluster und Kunden eröffnet erhebliche Synergiepotenziale, die wir konsequent nutzen. Im Geschäftsbereich Scent & Care haben wir das Geschäftsfeld Life Essentials gebildet. Hier sind beispielsweise mit den Active Ingredients hochwirksame Substanzen für die kosmetische Pflege angesiedelt, die die Hautalterung verlangsamen, entzündete Haut beruhigen oder antibakteriell wirken. Im Anwendungsbereich Consumer Health entwickelt Symrise natürliche funktionale Inhaltsstoffe, die beispielsweise die Herz- oder Magen-Darm-Gesundheit fördern. Im Geschäftsbereich Flavor & Nutrition entfielen 2012 rund 30% unseres Budgets für Forschung und Entwicklung auf den Bereich gesündere Ernährung. In allen Anwendungsbereichen belief sich der Anteil der Produkte, die zu Gesundheit und Wohlbefinden beitragen, im Geschäftsjahr 2012 bereits auf 25% unseres Umsatzes. Mit dieser Ausrichtung unseres Produktportfolios auf Gesundheit und Wohlbefinden differenziert sich Symrise vom Wettbewerb, stiftet erkennbaren Nutzen bei den Endverbrauchern und eröffnet sich langfristige Wachstumspotenziale.



Highlights 2012



Seit 30 Jahren in China

1982 startete Symrise als erster internationaler Hersteller von Duftstoffen unternehmerische Aktivitäten auf dem chinesischen Festland. Heute ist das Unternehmen an vier Standorten präsent und Marktführer beispielsweise bei Mintprodukten für die Mundpflege. Aufgrund des frühzeitigen Engagements in aufstrebenden Märkten – unter anderem in China – erzielt Symrise mittlerweile 48 % des Umsatzes in wachstumsstarken Schwellenländern.



Genussvoll essen und trinken

Im September 2012 stellte Symrise seine Verbraucherstudie „Pure Pleasure“ vor. Sie untersucht kulinarische Vorlieben in vier europäischen Ländern. Aus den Erkenntnissen entwickelt Symrise mit seinen Kunden Ideen für genussvolle Produkte.

Deutscher Nachhaltigkeitspreis



Im Dezember 2012 würdigte die Stiftung Deutscher Nachhaltigkeitspreis e.V. die Symrise AG für die verantwortungsvolle Beschaffung von Vanille auf Madagaskar mit dem ersten Platz in der Kategorie „Deutschlands nachhaltigste Initiativen“. Die Begründung der Jury: „Symrise verbessert mit seiner Initiative die sozialen und ökonomischen Bedingungen für die einheimischen Produzenten und sichert gleichzeitig langfristig den eigenen Rohstoffbedarf auf nachhaltige Weise.“

Wertvolles Investment

Am 16. Mai 2012 beschloss die ordentliche Hauptversammlung der Symrise AG die Ausschüttung einer Dividende von 0,62 € je Aktie. In den vergangenen fünf Jahren zahlte das Unternehmen insgesamt 321,5 Mio. € an seine Aktionäre aus.



Bekenntnis zur unternehmerischen Verantwortung

Im Juli 2012 verpflichtete sich Symrise mit der Unterzeichnung des Global Compact der Vereinten Nationen auf international anerkannte Grundprinzipien nachhaltigen und ethischen Wirtschaftens. Der Global Compact setzt Standards für Menschenrechte, Arbeitsrechte, Umweltschutz und die Prävention von Korruption.

Sichere Rohstoffbasis

Im Juni 2012 nahm die neue hocheffiziente Produktionsanlage für synthetisches, naturidentisches Menthol in Holzminden den Betrieb auf. Symrise verdoppelte mit Investitionen von 16 Mio. € die Produktionskapazität und baute damit seine weltweite Marktführung bei diesem Schlüsselrohstoff weiter aus.

Weniger ist mehr

Effizienz ist eine zentrale Leitlinie bei Symrise – auch im Bereich Umwelt. Bis 2020 wollen wir die Effekte unserer unternehmerischen Tätigkeit auf die Umwelt gegenüber 2010 pro verkaufte Produkteinheit um ein Drittel reduzieren. 2012 sind wir im Vergleich zu 2010 schon erheblich vorangekommen:

Energieverbrauch* – 4,2 %

Abwasserausstoß* – 9,9 %

Wasserverbrauch* – 2,4 %

CO₂-Ausstoß* – 5,4 %

Abfall* – 10,7 %

Ausgezeichnet nachhaltig

Im Dezember 2012 bestätigte die international anerkannte Nachhaltigkeits-Ratingagentur oekom research, dass Symrise zu den nachhaltigsten Chemieunternehmen weltweit zählt. Mit der Verleihung des Prime Status qualifiziert sich das Unternehmen als nachhaltiges Investment (SRI).



Ausbau der Präsenz in Lateinamerika

Im August 2012 eröffnete Symrise ein neues Center of Excellence in der Region São Paulo, Brasilien. Es führt die Forschungs- und Entwicklungsaktivitäten zusammen und verzahnt sie mit Marktforschung, Vertrieb und Marketing. Bau und Betrieb des Gebäudekomplexes berücksichtigen nachhaltige und umweltschonende Aspekte.

100 % nachhaltige Vanille

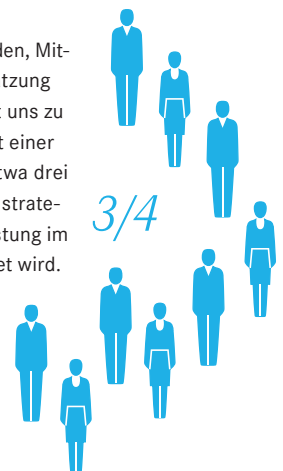
Symrise Vanille entspricht jetzt den strengen Kriterien des SAN Standards für nachhaltige Landwirtschaft. Eine Gruppe von 1.073 Bauern in 29 Dörfern der Region SAVA hat sich dafür von der Rainforest Alliance zertifizieren lassen. Symrise engagiert sich seit vielen Jahren auf Madagaskar und hat sich zum Ziel gesetzt, dass die Beschaffung der Vanille zu 100% unter fairen Bedingungen geschieht. Damit reagiert das Unternehmen zudem auf die wachsende Nachfrage nach sozial und ökologisch nachhaltig erzeugter Vanille.

„Sie sagen es!“

Im Juni 2012 führte Symrise die zweite globale Befragung seiner Mitarbeiter durch, um sie noch stärker in die Entwicklung des Unternehmens einzubinden. Hohe Zufriedenheit und Verbundenheit mit dem Unternehmen positionieren Symrise insbesondere in Deutschland unter die Top 15% der beliebtesten Arbeitgeber.

Stakeholderbefragung

Im Rahmen einer globalen Befragung haben wir über 600 Kunden, Mitarbeiter, Investoren und Lieferanten eingeladen, ihre Einschätzung zu Nachhaltigkeitsthemen sowie zu unserer Performance mit uns zu teilen. 294 Stakeholder haben teilgenommen; dies entspricht einer Rücklaufquote von über 45%. Die Ergebnisse zeigen, dass etwa drei Viertel der Befragten zufrieden bis sehr zufrieden mit unserer strategischen Vorgehensweise sind und unsere Nachhaltigkeitsleistung im Vergleich zu Wettbewerbern als gut bis hervorragend bewertet wird.



* pro verkaufte Produkteinheit



Ausdauer zahlt sich aus

SHARING VALUES Vor zehn Jahren entstand Symrise als Zusammenschluss zweier Traditionsunternehmen, drei Jahre später ging das Unternehmen an die Börse. Eine Erfolgsgeschichte, die auch in der Zukunft weitergeschrieben werden soll, sagt Dr. Heinz-Jürgen Bertram im Interview. Der Vorstandsvorsitzende setzt dazu auf weltweites Wachstum, effizientes und nachhaltiges Wirtschaften sowie eine klar geordnete Produkt- und Kundenstruktur.

2013

FEIERT SYMRISE ZEHNJÄHRIGES FIRMENJUBILÄUM.
SEIT DEM BÖRSENGANG 2006 HAT SICH DER WERT
DES UNTERNEHMENS UM FAST 1,2 MRD. € ERHÖHT.
DIE WEICHEN FÜR EINE NACHHALTIG ERFOLGREICHE
ZUKUNFT SIND GESTELLT.



„Wir erzielen jeweils ein Drittel unseres Umsatzes mit globalen, regionalen und lokalen Kunden. Diese Verteilung macht uns unabhängiger.“

Herr Dr. Bertram, Sie haben eine Dreisäulen-Strategie ausgerufen, deren Kern eine globale Aufstellung, mehr Effizienz und ein differenziertes Portfolio des Unternehmens beinhaltet. Wo stehen Sie heute im Vergleich?

Wir haben uns auf allen Ebenen verbessert, was sich auch in unseren Geschäftszahlen zeigt. Die Wertschöpfung ist hoch, wir haben in einem schwierigen Umfeld rund 20 % EBITDA-Marge erreicht. Und sind doppelt so schnell gewachsen wie der Markt für Fragrances und Flavors. Unsere Strategie der drei Säulen, in die wir konsequent Aspekte der Nachhaltigkeit integriert haben, greift.

Über Nachhaltigkeit reden viele. Was meinen Sie konkret damit?

Wir verfolgen den Shared Value-Ansatz: Nur wenn wir wirtschaftlich erfolgreich sind und Werte schaffen, können wir unseren Unternehmenserfolg auch teilen. Wir verbessern so langfristig und eben nachhaltig zum Beispiel die sozialen und wirtschaftlichen Bedingungen oder halten sie auf einem hohen Standard. Das gilt für alle unsere Stakeholder und deren Umfeld, vom Rohstofflieferanten über die Mitarbeiter und Kunden bis hin zu den Investoren.

Profitabilität ist also Pflicht?

Absolut. Ohne Wertschöpfung erzielen wir naturgemäß keinen Wert. Andersherum ist auch klar, dass wir nur dann Erfolg haben, wenn unsere Stakeholder ebenso profitieren. Wir haben schon lange erkannt, dass dieses Modell für uns am besten funktioniert – das gilt für den Vanilleanbau in Madagaskar ebenso wie an allen unseren Unternehmensstandorten.

Im Einzelnen: Wie ist das globale Wachstum des Unternehmens zu bewerten?

Wir haben im Jahr 2012 unsere Position weiter gestärkt. Vor allem aber haben wir eine gut austarierte Aufteilung erreicht: zwischen entwickelten Märkten und Emerging Markets, zwischen den beiden Divisionen und innerhalb der Produktsegmente und Kundengruppen. Dieses Prinzip ist sehr wichtig, weil wir weniger anfällig für einzelne Risiken werden.

Was heißt das, wenn wir etwa die Märkte anschauen?

Wir haben in den Emerging Markets, die für die gesamte Branche enormes Wachstum versprechen, fast die Hälfte unseres Umsatzes erzielt. Das Geschäft dort ist sehr regional verwurzelt. Wir fahren mit unserer Strategie sehr gut, vor Ort Expertise anzusiedeln. In Russland haben wir als einziges internationales Unternehmen unserer Industrie eine Produktion aufgebaut. In Brasilien, wo wir seit 60 Jahren präsent sind, haben wir mit unserem neuen Center of Excellence unseren Standort gestärkt. Gleichzeitig steigern wir aber auch die Umsätze in den entwickelten Märkten. In den USA etwa haben wir ein sehr gutes Jahr hinter uns.

Wie sieht die Verteilung der Kunden aus?

Wir unterscheiden zwischen globalen, regionalen und lokalen Kunden, mit denen wir mittlerweile jeweils ein Drittel unseres Umsatzes erzielen. Vor zehn Jahren, als wir als Symrise gestartet sind, haben wir im Schnitt nur 11 % des Umsatzes mit den globalen Großkunden gemacht. Heute sind wir nahezu bei allen internationalen Herstellern als bevorzugter Lieferant gelistet. Mit der aktuellen Umsatzverteilung sind wir sehr zufrieden, weil uns das viel unabhängiger macht als in der Vergangenheit.



Dr. Heinz-Jürgen Bertram,
Vorstandsvorsitzender

Sehen Sie in einem der drei Kundencluster mehr Potenzial als bei den anderen?

Nein, wir wollen und können mit allen Kundengruppen wachsen. Unsere Dynamik ist hoch, deswegen bin ich sehr zuversichtlich, dass wir das auch schaffen.

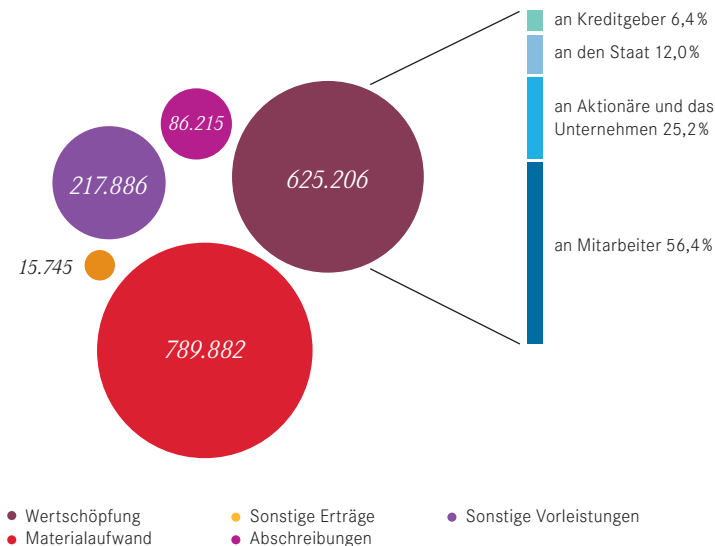
Sie wachsen – und gleichzeitig legen Sie viel Wert auf Effizienzsteigerungen. Wie passt das für Sie zusammen?

Wir verkaufen an mehrere tausend Kunden rund 30.000 Produkte, für die wir 10.000 Rohstoffe benötigen: Wir managen also Komplexität, auch für unsere Partner. Deswegen haben wir ein durchgängiges Programm an unseren Standorten aufgelegt, mit dem wir jährliche Effizienzverbesserungen entlang der Wertschöpfungskette erreichen wollen. Das fängt beim Einkauf an, geht über die zentrale Forschung und Entwicklung, bis hin zum Vertrieb. Damit fahren wir sehr gut. Abzulesen ist die höhere Effizienz übrigens auch an unserer Umsatzzahl je Mitarbeiter: Sie stieg seit dem Börsen-

gang 2006 bis 2012 von 257.000 € auf 306.000 €. Am Ende steht der wirtschaftliche Erfolg für alle Seiten – und ebenso ein nachhaltiges Wirtschaften.

Haben Sie ein Beispiel dafür?

Nachhaltigkeit funktioniert besonders dann, wenn alle Stakeholder profitieren. Die Umwelt, die Menschen in der Region, unsere Kunden, unsere Mitarbeiter und natürlich auch unsere Aktionäre. Wenn wir nachhaltiges Wirtschaften mit unserem Geschäft verknüpfen, ist der Antrieb für alle Partner groß, etwas zu tun. Ein Beispiel dafür ist unsere Beschaffung von Vanille in Madagaskar, für die wir im Dezember 2012 mit dem Deutschen Nachhaltigkeitspreis ausgezeichnet wurden. Besonders hervorgehoben wurde, dass wir mit unserer Initiative die sozialen und ökonomischen Bedingungen für die einheimischen Produzenten verbessern und gleichzeitig langfristig unseren eigenen Rohstoffbedarf auf nachhaltige Weise sichern.

WERTSCHÖPFUNGSRECHNUNG 2012 (IN T€)


Unternehmen wie Symrise sind eng in Gesamtwirtschaft und Gesellschaft eingebunden. Über die Hälfte der erzielten Wertschöpfung kommt den Mitarbeitern zugute.

Der Preis und die Qualität, aber auch die Verfügbarkeit der Rohstoffe wird immer mehr zu einer Herausforderung. Wie gehen Sie damit um?

Wir haben vier unserer wichtigsten Rohstoffgruppen rückwärts integriert, also die Versorgung im eigenen Unternehmen gesichert. Auch hier ist die Nachhaltigkeit ein treibender Faktor. Bei der Vanille und den Zitrusfrüchten verfolgen wir ganzheitliche Konzepte in Madagaskar und in Lateinamerika; bestimmte Gemüse wie die Zwiebel, die in fast jeder würzigen Aromatisierung stecken, kaufen wir seit jeher regional über uns langfristig verbundene Erzeuger ein. Beim synthetischen Menthol, das wir seit 1973 herstellen, haben wir mit einer neuen Produktion unsere Kapazität verdoppelt, um die steigende Nachfrage decken zu können.

Sie unterscheiden zwischen natürlichen und synthetischen Produkten. Wo geht die Entwicklung hin?

Vor 30 Jahren waren sicherlich noch mehr als die Hälfte unserer Produkte synthetisch. Allerdings fielen darunter auch schon die naturidentischen Stoffe, die wir wie beim Menthol dem Vorbild der Natur nachbauen. Heute sind diese ein sinnvoller Ersatz für diejenigen Rohstoffe, die man in der Natur kaum noch nachhaltig gewinnen kann. Dennoch beruhen mittlerweile 60% bis 70% unserer Produkte auf Grundlage von Naturstoffen – mit steigender Tendenz.

Sie haben verschiedene Produkte erwähnt – welche Vorteile bietet Ihr breites Portfolio?

Wir haben nicht nur eine große Menge erfolgreicher Produkte, sondern auch eine Alleinstellung in der Branche. Auch wegen des großen und breiten Know-hows unserer Vorgängerunternehmen bieten wir nicht nur Stoffe, die dem Geruch und Geschmack dienen, sondern konzentrieren uns auch auf „Care“ und „Nutrition“, also Pflege und Ernährung. Damit bedienen wir neben dem Kernmarkt, den wir mit den großen Wettbewerbern teilen, auch einen viel weiter zu fassenden Markt, der ständig wächst. Globale Megatrends wie gesunde Ernährung, Wohlbefinden und Pflege spielen uns in die Karten. Hinzu kommt unsere große Erfahrung bei den Prozessen und Anwendungstechnologien. Wir gehören – das belegen viele Auszeichnungen und unsere hohe Anzahl an Patenten – zu den innovativsten Unternehmen in der Branche.

18.470 €

WER IM JAHR 2006 BEIM BÖRSENGANG 10.000 € UND IN DEN FOLGEJAHREN DIE DIVIDENDEN IN SYMRISSE AKTIEN INVESTIERTE, HAT EIN GUTES GESCHÄFT GEMACHT. AM 28. DEZEMBER 2012 LAGEN AKTIEN IM WERT VON 18.470 € IN SEINEM DEPOT: EIN JÄHRLICHER WERTZUWACHS VON 10,8 %.

10.000 €

In den vergangenen Jahren war immer wieder die Rede von Produkten mit einem gesunden Zusatznutzen – ein Markt, der bei rund 150 Mrd. € weltweit liegen soll. Wie weit sind Sie auf diesem Gebiet?

Wir haben im Jahr 2012 große Fortschritte gemacht: zum Beispiel bei der Entwicklung von Nährstoffkomplexen für gesunde Lebensmittel oder der Herstellung von hochreinen Pflanzenextrakten, die eine bewiesene Wirksamkeit haben. In diesen Markt streben wir auch weiterhin – allerdings mit Bedacht. Wir wollen ausschließen, dass wir in Feldern investieren, die schon besetzt sind oder wenig Wertschöpfung bieten. Außerdem sollten sie zu uns passen und nachhaltig umzusetzen sein.

Bauen Sie diese Technologien selbst im Unternehmen auf?

Wir nutzen auch Know-how von außen, wie beispielsweise bei unseren Minderheitsbeteiligungen im Bereich der Biotechnologie und medizinischen Ernährung. Wir haben uns mit den schwedischen Firmen Probi und Indevex verknüpft, mit denen wir eng zusammenarbeiten. Beide Seiten bauen auf diese Weise ihre Expertise aus und profitieren voneinander.

Bleiben wir noch einmal bei Symrise intern. Sie haben mit Scent & Care und Flavor & Nutrition zwei gleich große Geschäftsbereiche. Gibt es dort Synergieeffekte?

Sicherlich, weil wir in vielen Themen Überschneidungen haben. Und wir bauen diese auch aus.

In Forschung und Entwicklung sowie Prozesstechnologien, aber auch bei der Kundenansprache ergeben sich immer wieder dieselben Fragen und Antworten. In der Markt- und Konsumentenforschung stehen unsere Fachleute im ständigen Dialog, wenn es darum geht, Trends frühzeitig zu erkennen. Das gilt auch für das Qualitätsmanagement oder die Einhaltung der vielen branchenspezifischen Vorschriften und Gesetze. Ebenso haben wir innerhalb der Geschäftsbereiche Synergien: Wenn wir in Scent & Care etwa Düfte mit neuartigen kosmetischen Wirkstoffen zusammenbringen oder wenn wir bei Flavor & Nutrition Geschmacksdefizite bei funktionalen Produktlösungen ausgleichen. So bieten wir einen echten Mehrwert – und verlängern unsere Wertschöpfung.

Wenn Sie zehn Jahre nach dem Unternehmenszusammenschluss auf die kommenden zehn Jahre blicken: Wo wird Symrise dann stehen?

Wir sehen ein Unternehmen mit einem erheblich gestiegenen Unternehmenswert, das weiterhin erfolgreich am Markt tätig sein wird: Mit vielen Innovationen in einem deutlich differenzierteren Portfolio für eine ausgewogene Ernährung und körperbewusste Pflege – auf Basis von nachhaltigen Prozessen und Produkten. Aufgrund einer sich verändernden Demografie, wachsender Weltbevölkerung und knapper werdender Ressourcen ist dies unsere Verantwortung und hat zudem eine zunehmend größere Bedeutung für unser Geschäft.

„10 Jahre Symrise

– eine Erfolgsgeschichte, die auf dem Pioniergeist der Vorgängerunternehmen aufgebaut ist. Inspirierende Innovationen standen und stehen damals wie heute im Zentrum unserer unternehmerischen Aktivitäten.“

Die Entdeckung des ersten Verfahrens zur naturidentischen Herstellung von Vanillin führte 1874 zur Unternehmensgründung. Der Kreis schließt sich: 2012 wurde Symrise für die nachhaltige Beschaffung von Vanille auf Madagaskar mit dem Deutschen Nachhaltigkeitspreis ausgezeichnet.

Was macht Unternehmen erfolgreich?

Dass sie sich treu bleiben – und verändern. Treue zu den unverrückbaren Unternehmenswerten wie Kreativität, Engagement und Nachhaltigkeit. Veränderungsbereitschaft und -willen, um die Chancen auf den globalen Märkten aktiv zu ergreifen, den Kunden stets das beste Angebot machen zu können, die eigenen Prozesse laufend zu optimieren, und um nachhaltig Werte für das Unternehmen und seine Stakeholder zu schaffen.





1874

Entdeckung des ersten Verfahrens zur naturidentischen Herstellung von Vanillin und Gründung der Haarmann's Vanillinfabrik in Holzminden.



HAARMANN & REIMER GMBH (1874 - 2003)



1999

H & R ist mit eigenen Gesellschaften auf allen Kontinenten vertreten und beschäftigt weltweit über 4.000 Mitarbeiter. Das Unternehmen erwirtschaftet mittlerweile einen Gruppenumsatz von weit über 1 Milliarde DM.

2002

Verkauf an den schwedischen Investor EQT für 1,7 Mrd. €.

1954

Übernahme durch die Bayer AG. In den Folgejahren wächst Haarmann & Reimer zu einem international bedeutenden Hersteller von Duft- und Aromastoffen.

1973

Weltweit erste vollsynthetische Herstellung von Menthol.

1919

Der Friseurmeister Carl Wilhelm Gerberding gründet die Dragon Company und beginnt mit der Herstellung von Parfüm- und Seifenkompositionen.



DRAGOCO



DRAGOCO GERBERDING & CO. AG (1919 - 2003)

1929

Bezug des noch heute genutzten Fabrikgeländes in Holzminden. Erstmalige Herstellung von Geschmackstoffen.

1981

Mit Horst-Otto Gerberding übernimmt die dritte Generation der Gründerfamilie die Geschäftsführung. Gerberding ist heute Mitglied des Aufsichtsrats der Symrise AG.

1955

Beginn der Internationalisierung des Unternehmens. Bis in die neunziger Jahre entstanden insgesamt 23 Tochtergesellschaften im Ausland, unter anderem in den USA, Großbritannien, Frankreich, Österreich, Italien und der Schweiz.

2002

Dragoco bringt seine Firmenanteile in das neue Unternehmen Symrise ein.





2005

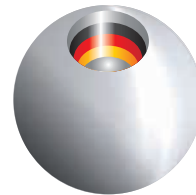
Ausbau des Geschäfts mit natürlicher Vanille. Mit der schrittweisen Integration der französisch-madagassischen Aromatics S.A.S. legt Symrise den Grundstein für die wichtige vertikale Integration in die Vanille-Wertschöpfungskette.

2006

Börseneinführung der Symrise Aktie in den Amtlichen Handel der Frankfurter Wertpapierbörse (Prime Standard) am 11. Dezember. Mit einem Volumen von 81,03 Mio. Aktien und einem Platzierungspreis von 17,25 € je Aktie ist dies der größte Börsengang des Jahres in Deutschland.

2009

Dr. Heinz-Jürgen Bertram übernimmt den Vorstandsvorsitz bei Symrise mit neuem strategischen Fokus auf Flavor & Nutrition sowie Scent & Care.



2012

Symrise erhält den Deutschen Nachhaltigkeitspreis für die nachhaltige Beschaffung von Vanille auf Madagaskar.

2012

Mit 27,875 € erreicht der Kurs der Symrise Aktie am 30. Oktober den bislang höchsten Wert seit dem Börsengang.



2007

Einführung der Geschmacks-Plattform taste for life® und damit eines innovativen Instruments, um schneller und bedarfsgerecht neue Produkte zwischen Gesundheit und Genuss zu entwickeln.

2008

Eröffnung des Global Citrus Center in Sorocaba, Brasilien. Dort bündelt Symrise seine Kompetenz in unmittelbarer Nachbarschaft des weltweit wichtigsten Zitrusanbaugebiets.

2012

Verdoppelung der Produktionskapazitäten für synthetisches Menthol. Der Schlüsselrohstoff wird heute hoch effizient und umweltfreundlich produziert.

2003

Durch die Fusion von Dragoco und Haarmann & Reimer entsteht mit Symrise der weltweit viertgrößte Anbieter von Geruch- und Geschmacksstoffen. Das Unternehmen beschäftigt rund 5.800 Mitarbeiter an über 30 Standorten und erwirtschaftet einen Umsatz von 1,25 Mrd. €.





Die Kunden- versteh

INSIGHT-DRIVEN INNOVATION

Wer für hart umkämpfte Märkte die richtigen Produkte mit dem größten Nutzen entwickeln möchte, muss vor allem eines wissen: Was die Konsumenten wollen.

Mit einer in der Industrie einzigartig umfangreichen, qualitativen und quantitativen Studie hat Symrise die Trends in Gegenwart und Zukunft beleuchtet. „Next Intensity“ ist ein mächtiges Werkzeug, um die Innovation und Kreativität des Unternehmens weiter auszubauen.



16.500

INTERVIEWS MIT KONSUMENTEN AUS ELF LÄNDERN
BILDEN DIE GRUNDLAGE FÜR DIE GLOBALE TREND-
STUDIE NEXT INTENSITY.



Ein Regal in der Drogerie. Zwei Dutzend Zahnpasta-sorten liegen in den Fächern. Weiße Tuben, mit oranger, grüner oder blauer Aufschrift. Ein gelerntes Bild. Mittendrin aber sticht eine Sorte heraus. Die Verpackung ist schwarz, die Schrift leuchtet in Neontönen. „Ein solches Produkt kann einen ganzen Markt in Aufruhr bringen, wenn es zwei Dinge kann: Es muss die Grundfunktionen der Zahnpasta abdecken und gleichzeitig mehr versprechen“, sagt Global Account Manager Sascha Schulze.

Der 37-Jährige Betriebswirt ist weltweit das Gesicht für Symrise bei einem wichtigen internationalen Kunden. Für den Konzern arbeitet er im Bereich Beauty Care, zu dem Körper- und Haarpflegeprodukte, Parfüms und eben die Mundpflege gehören. „Der Markt ist sehr komplex. Deswegen müssen wir gemeinsam sehr genau im Blick halten, wie sich die Bedürfnisse der Menschen entwickeln.“


Entsprechend hat die Marketingabteilung von Symrise ein einzigartiges Werkzeug zur Analyse von globalen Megatrends entwickelt: die Trendstudie Next Intensity. Mit ihr gewinnt Symrise wichtige Einblicke, was die Konsumenten von heute und morgen in ihren Entscheidungen beeinflusst. „Die Trends sind für uns essentiell, weil wir mit ihnen unsere Produktentwicklungen genau an sich wandelnde Verbraucherbedürfnisse anpassen können.“ Die ungewöhnliche Zahnpasta etwa richtet sich an die wachsende Gruppe der Menschen auf den entwickelten Märkten, die sich in einer hektischen Zeit aufregende Erlebnisse gönnen wollen – und sei es beim Zähneputzen.

„Experiential“ heißt diese Art des Konsumierens – den Namen gibt ihr eine Studie, die in dieser Form in der Industrie einzigartig ist. Next Intensity liefert umfassende Einsicht in die globalen Megatrends und die Werte, Verhaltensweisen und Wünsche der Konsumenten. Mit dem Ziel, den Symrise Kunden – also etwa den Parfüm-, Körperpflege-, Getränke- oder Nahrungsmittelherstellern – passgenauere Produkte anbieten zu können und gleichzeitig die eigenen Mitarbeiter in ihrer Arbeit vielfältig zu unterstützen.




*Home
Quarters*

—
*Konsumenten
aus elf Ländern geben
Einblicke*
—



—
*Super
Influencer –
zukunftsorientierte
Menschen setzen
Trends*
—



*Considered
Consumption*



Experiential

—
*Neue
Perspektiven*
—




Eco Citizenship



Best Being

—
Globale Megatrends
bestimmen die
Kaufentscheidungen von
morgen
—



Instant Everywhere



Leidenschaft

Safe & Secure



Identity

„Next Intensity ist ein schlagkräftiges Werkzeug, mit dem wir unsere Arbeit stetig verbessern.“

EINZIGARTIGE GEMEINSCHAFTSARBEIT BEIDER GESCHÄFTSBEREICHE

Symrise betreibt schon seit Jahrzehnten Konsumentenforschung, aber Umfang und Tiefe von Next Intensity übersteigen alle bisherigen Studien bei Weitem. „Megatrends sind global und betreffen alle Geschäftsbereiche. Deswegen haben Scent & Care und Flavor & Nutrition gemeinsam eine Studie durchgeführt, die es in dieser Größenordnung bei Symrise bisher nicht gegeben hat – unter Beteiligung von 25 Ländern weltweit und über alle Produktgruppen“, sagt Isabelle Vacheret, die als globale Marketingleiterin in den Pariser Büros die Studie für den Geschäftsbereich Scent & Care verantwortete. „Dabei haben wir eine hohe quantitative, aber auch qualitative Ebene erreicht“, ergänzt ihre Kollegin Clotilde Croixmarie, zum Zeitpunkt der Studie Leiterin EAME Marketing für Flavor & Nutrition. Der Startpunkt für Next Intensity war ein gemeinsames Kick off-Meeting in Paris, zu dem Ende 2010 Vertreter beider Geschäftsbereiche aus den Symrise Büros rund um die Welt zusammenkamen. „Die Gespräche waren sowohl sehr konzentriert als auch sehr offen“, erinnert sich Clotilde Croixmarie. „Am Ende waren alle von einer gemeinsamen Idee überzeugt.“ Und, das macht Isabelle Vacheret deutlich: „Wir haben keinen Kompromiss geschlossen, sondern einen echten Konsens gefunden.“ Auch deswegen, weil die Studie Vorteile für alle bietet: Sie bringt das Marketing und die Konsumentenforschung in sämtlichen Regionen und Produktbereichen auf dieselbe Ebene, liefert

gleichzeitig spannende Inhalte basierend auf lokalen Daten – und spart Kosten und Personalressourcen, weil nicht jeder Unternehmensbereich für sich selbst forschen und analysieren muss.

GLOBALE DATEN ANALYSIEREN UND NUTZBAR MACHEN

An die Studie legte das Team hohe Maßstäbe. Sie sollte globale Trends identifizieren und harte qualitative und quantitative Erkenntnisse liefern. „Deswegen war die Auswahl der Agentur essentiell“, sagt Isabelle Vacheret. „Unser Partner sollte viel Erfahrung mit der Erfassung und Analyse weltweiter Daten haben.“ Mit GfK Roper fand Symrise ein angesehenes Unternehmen, das seit 15 Jahren Menschen aus 25 Ländern in jährlichen Interviews zu Konsumverhalten und Erwartungen befragt, zu Einstellungen und elementaren Bedürfnissen, zu Aktivitäten und Lifestyles. „Es kam uns dabei vor allem darauf an, nicht nur Rohdaten zu kaufen und sie einfach an unsere Kunden weiterzugeben. Das gibt keinen Erkenntnisgewinn“, sagt Clotilde Croixmarie. „Wir mussten die Daten verstehen, für unsere tägliche Arbeit anpassen und übersetzen, sie intern für unsere Mitarbeiter, aber auch extern für die Kunden aufarbeiten. Daraus haben wir ein Werkzeug entwickelt, mit dem wir in allen Regionen und Produktbereichen arbeiten können.“ GfK Roper führte direkte oder Online-Interviews mit 16.500 Konsumenten aus sieben reifen Märkten wie den USA, Japan oder Deutschland sowie den vier BRIC-Staaten Brasilien, Russland, Indien und China. Ein Hauptaugenmerk legt der einzigartige Ansatz von Symrise auf die Super Influencer – also Menschen, die ganz besonders zukunftsgerichtet handeln und konsumieren und damit Trends beeinflussen.

NEXT INTENSITY

Das Ergebnis war ein Trend-Analyse-Werkzeug, das fünf Megatrends ermittelte: Erderwärmung und Ressourcenknappheit, die alternde Bevölkerung, Urbanisierung und die immer stärkere Bedeutung von Technologie. Diese Trends werden die Produktentwicklung bei Symrise global beeinflussen, in Forschung & Entwicklung, in der Kreation und im Marketing. Aus der Erkenntnis, dass das Leben

der Menschen und ihr Konsumverhalten von einer Situation zur nächsten ganz unterschiedliche Intensitäten annehmen können, entstand die Idee, die globale Trendplattform an drei Intensitätsgraden auszurichten: „Slow“, „Balanced“ und „High Intensity“. Das Verbraucherverhalten kann zwischen diesen Niveaus wechseln – auch innerhalb eines Tages. Trotzdem gibt es differenzierende Faktoren wie Herkunftsland, Geschlecht oder Einkommen. „Slow Intensity“ steht so zum Beispiel für Menschen, die eher weniger konsumieren, dafür aber mehr auf Qualität achten und dabei ökologische sowie ethische Aspekte einbeziehen – was nicht ausschließt, dass sie Impulskäufe tätigen oder im Beruf auch einmal schnell und aufwändig reisen müssen. „Balanced Intensity“ bezieht sich unter anderem auf den Trend, Wert auf Sicherheit und Gesundheit zu legen. „High Intensity“ trifft auf Verbraucher zu, die sehr experimentierfreudig sind und immer neue Erfahrungen machen wollen.

EIN WERKZEUG FÜR ALLE

Für die drei Ausprägungen der Intensität entwickelten die Marketingexperten jeweils drei Plattformen, die die Trends der Verbraucher greifbar machen. Die Studie umfasst innovative neue Produkte, Charts, die zum Nachdenken anregen, kreative Videos und ausdrucksstarke Bilder für den Einsatz im Arbeitsalltag. Diese wurden den Marketing-Kollegen weltweit vorgestellt. Das Material sortiert und analysiert die Trends und die Konsumenten-Einblicke für sämtliche Märkte, nach Alter, Einkommen und Geschlecht, für Produktgruppen und viele andere Parameter. Mittlerweile nutzen alle Marketing-Abteilungen Next Intensity. Im Fine Fragrance-Bereich etwa stimmen die Parfümeure ihre Kreationen auf die empirischen Erkenntnisse ab und hinterlegen ihr Gespür und ihr Wissen mit Fakten. In den Bereichen Personal Care, Home Care und Oral Care laden Key Account Manager ihre Kunden aktiv zu Präsentationen ein. „Unsere Marketingabteilung präsentiert dann innovative und neue Produktkonzepte, die auf die Bedürfnisse unserer Kunden zugeschnitten sind. Wir positionieren Symrise damit als unverzichtbaren und visionären Partner für zukünftige Entwicklungen“, führt Isabelle Vacheret aus. Neben dem Scent & Care-

Bereich wenden auch die Flavor & Nutrition-Fachleute die Ergebnisse an. Emmanuel Laroche ist einer von ihnen: „Trends zu erkennen und vorherzusehen, ist immens wichtig für Symrise. Unsere Leitschnur muss immer sein, dass wir unsere Innovationen für die Bedürfnisse der Kunden entwickeln“, sagt der Vice President Marketing & Consumer Insights für Nordamerika. Seit Mitte des Jahres arbeiten er und seine Kollegen mit Next Intensity; etwa, wenn es um Snacks, Gewürzmischungen oder Getränke geht, die gänzlich unterschiedliche Konsumententypen gleichermaßen ansprechen.

In mehrstündigen Sessions entscheiden die Symrise-Mitarbeiter, welche Trends zu welchen Kunden, Regionen und Produkten passen. „Bei jeder Produktentwicklung nutzen wir die Studie“, sagt Laroche. Ein Input für den nordamerikanischen Markt, der sich aus Next Intensity ergeben hat: „Die hispanische Bevölkerung hier wird von heute 16 auf rund 30 % bis 2050 steigen. Das ist ein Fakt, den viele kennen. Mit Next Intensity aber können wir auch darstellen, was er etwa für das Snacking oder die Küchengewohnheiten im Allgemeinen bedeutet“, sagt der Franzose, der seit 17 Jahren bei Symrise arbeitet. Laroche hebt zudem einen weiteren Wert der Studie hervor. „Wenn wir die Trends den Kunden präsentieren, sind diese begeistert von der Tiefe und Qualität der Einblicke und dann kommt es regelmäßig vor, dass wir mehrere Stunden sehr eng mit ihnen über ihre Ziele und Wünsche reden. Das hilft enorm, unsere Partner noch besser zu verstehen.“ Man spricht die gleiche Produktsprache, lernt die Herausforderungen des Partners tiefer kennen. Auch die künftigen. Die globalen Megatrends sind zwar auf mittelfristige Sicht verlässlich – aber, sie entwickeln sich weiter, speziell in den dynamischen, aufstrebenden Märkten. Deswegen aktualisiert Symrise Next Intensity ständig. „Wir lassen die neuesten Daten der Agentur jährlich einfließen und passen die Ergebnisse auf diese Weise an“, sagt Isabelle Vacheret. „Und wir kontrollieren, ob sich nur Verschiebungen ergeben oder ob wir ganze Trends neu bewerten müssen“, ergänzt Clotilde Croixmarie. „So behalten wir auf Dauer ein durchschlagkräftiges Werkzeug, mit dem wir unsere Arbeit stetig verbessern können.“

Das Leben der Menschen und ihr Konsumverhalten können von einer Situation zur nächsten unterschiedliche Intensitäten annehmen: vom überlegten und qualitätsorientierten Einkauf bis hin zu spontanen und experimentierfreudigen Kaufentscheidungen.

Nachhaltige Vanille: Ausgezeichnet

SUSTAINABLE VALUE CREATION Vanille bestimmt seit mehr als einem Jahrhundert die Existenz tausender Kleinbauern in Madagaskar, dem Eiland vor der ostafrikanischen Küste. Symrise zählt zu den weltweit größten Abnehmern des edlen Gewürzes. Das Unternehmen ist seit vielen Jahren vor Ort und entwickelte einen einzigartigen Ansatz zur nachhaltigen Beschaffung der Vanille. Dieses Engagement findet nun besondere Anerkennung.





2012

WURDE SYMRISE FÜR SEINEN ANSATZ DER NACHHALTIGEN
BESCHAFFUNG VON VANILLE AUF MADAGASKAR MIT DEM
DEUTSCHEN NACHHALTIGKEITSPREIS AUSGEZEICHNET.

Das globale Vanille-Geschäft beginnt, ganz banal, mit dem Einsatz kleiner Holzstäbchen. Jahr für Jahr schwärmen die Farmer auf Madagaskar aus, um mit diesen streichholzartigen Werkzeugen im Regenwald unzählige Blüten von Hand zu bestäuben. Mehr als drei Viertel der Weltmarktproduktion liegt also buchstäblich in den Händen madagassischer Kleinbauern. Und gleichsam ist Vanille für die meisten Bauern die einzige Einnahmequelle und damit Existenzgrundlage.

Das hatte man bei Symrise im Kopf, als man im Jahr 2007 damit begann, eine Nachhaltigkeitsstrategie für die Beschaffung von Vanille zu entwickeln. Heute ist Symrise das einzige Unternehmen seiner Branche, das vor Ort direkt und intensiv mit den Bauern zusammenarbeitet. Weit über hundert Mitarbeiter von Symrise leben und arbeiten auf der Insel und verarbeiten mehr als 10 % der nationalen Vanilleernte von rund 2.000 Tonnen. Sämtliche Verarbeitungsstufen – angefangen beim Anbau und der Ernte, über die Fermentation der Schoten bis hin zur Extraktion – bleiben im Land. So leistet das Unternehmen einen bemerkenswerten Beitrag zur lokalen Wertschöpfung.

Während die Bauern selbst kaum eine Verwendung für ihr wichtigstes Produkt haben, kommt tausende Kilometer entfernt heute kaum ein industriell gefertigtes Lebensmittel ohne den wohl-süßen Geschmack der Vanilla Planifolia aus. Auch die Duftbranche bedient sich des wertvollen Rohstoffs – für exquisite Parfümkompositionen ebenso wie für Pflegeprodukte, Raumdüfte und Seifen. So zählen die Vanilleschoten und die aus ihnen hergestellten Extrakte zu den wichtigsten Grundstoffen der Lebensmittel- und Kosmetikindustrie.

DIE KÖNIGIN DER GEWÜRZE

Wie bei jedem Naturprodukt, begleiten auch den Anbau von Vanille soziale, ökologische und ökonomische Herausforderungen. Das Vorhaben, diese Themen in einen nachhaltigen Ansatz zu bündeln, sollte sich als schwierig erweisen, führte am Ende aber zu einem vielbeachteten Ergebnis.

100 %

SEINES VANILLEBEDARFS WILL SYMRISE SOZIAL UND ÖKOLOGISCH VERANTWORTUNGSVOLL BEZIEHEN. AN DIESEM ZIEL ARBEITET DAS UNTERNEHMEN KONTINUIERLICH.

Der Anbau von Vanille ist mühsam, langwierig und erfordert von den Farmern viel Erfahrung. Vanilla Planifolia wächst nicht in Plantagen, sondern windet sich stattdessen im Schatten des Regenwalds um seine Stützpflanzen, zum Beispiel Jatropa oder Glyceridia. Würden die Bauern bei der Bestäubung nicht nachhelfen, trüge das Gewächs auf Madagaskar, der weltweit größten Anbauregion, nicht einmal Früchte.

Auch nach der Ernte ist die Arbeit mit der sogenannten Königin der Gewürze besonders: Die grünen, nach neun Monaten Wachstum von Hand geernteten Schoten werden blanchiert und erfahren dann den eigentlichen, qualitätsbringenden Prozess: die aufwendige, mehrere Wochen dauernde Fermentierung. Auf diese Weise „reifen“ die schwarz-samtigen, aromatischen Gewürzstangen, wie man sie in aller Welt kennt.

EIN GUTES GESCHÄFT FÜR ALLE

Bereits seit vielen Jahrzehnten machen sich feine Bourbon-Vanilleschoten aus Madagaskar auf den weiten Weg ins südniedersächsische Holzminden. Jahrelang bezog Symrise seine Vanille über Zwischenhändler – bis sich die Holzmindener 2006 entschlossen, in den Ursprung der Vanille zu investieren.

„Nachhaltigkeit bedeutet für uns vor allem, die Bauern in die Lage zu versetzen, sich einen angemessenen Lebensstandard leisten zu können.“

Seitdem ist Symrise vor Ort und die Mitarbeiter pflegen enge Kontakte zu den Farmern. Diese aufzubauen war zunächst nicht leicht, erklärt Laurence Briand, die bei Symrise die sozialen und ökologischen Initiativen rund um die Vanille verantwortet: „Viele kommen hierher und versprechen den Menschen etwas, aber die wenigsten kommen wieder. Ein Koffer Geld reicht da nicht, um das Vertrauen der Bauern zu gewinnen.“ Zusammen mit einem Netzwerk von Entwicklungshilfeorganisationen, Nichtregierungsorganisationen und lokalen Bauernverbänden hat Symrise daher langfristige Projekte ins Leben gerufen.

Dabei dreht es sich immer wieder um Eines: faire Preise. „Nachhaltigkeit bedeutet für uns vor allem, die Bauern in die Lage zu versetzen, sich einen angemessenen Lebensstandard leisten zu können“ erklärt Laurence Briand. „Dazu gehört auch, dass sie sich eine angemessene Gesundheitsversorgung, das Schulgeld für die Kinder oder Mikrokredite für Nahrungsmittel leisten können. Mit all unseren Maßnahmen wollen wir den Bauern zu mehr Eigenständigkeit verhelfen.“

Nachhaltigkeit ist nach dieser Logik vor allem die Chance für gute Geschäfte, und zwar für alle Beteiligten. Symrise zahlt den Bauern seither einen Premium-Preis, der über dem des Weltmarkts liegt. Das Unternehmen initiierte zudem eine Krankenversicherung. Einige Vanillebauern sind dadurch erstmals in der Lage, einen Arzt zu besuchen. Es werden Schulungen angeboten, etwa in der Anwendung effektiver und ökologisch verantwor-

tungsvoller Anbaumethoden oder dem Anbau weiterer Produkte wie Kakao, Kaffee oder Nelken, um durch diese Diversifikation eine zusätzliche Einkommensquelle zu schaffen. Ganz besonders freuen sich die Bauern aber über zinslose Kleinkredite, die Symrise gewährt. Denn es ist bisher nicht ungewöhnlich, dass die Bauern in der Nebensaison ihre Vanille bereits vor der Ernte zu Niedrigstpreisen an dubiose Mittelsmänner verkaufen müssen, nur um ihre Familien mit Nahrungsmitteln zu versorgen. Symrise hilft, diesen Kreislauf zu unterbrechen und stärkt so ihre wirtschaftliche Unabhängigkeit.

NACHHALTIGER WETTBEWERBSVORTEIL

Diese Investitionen haben das Leben der Farmer nachhaltig verbessert. Auch das Vanille-Geschäft von Symrise profitiert, es wächst mittlerweile prozentual zweistellig.

Stephan Sielaff ist Senior Vice President Global Operations für den Bereich Flavor & Nutrition bei Symrise und in dieser Funktion verantwortlich für die Supply-Chain-Strategie. Das Thema Nachhaltigkeit will er nicht in der Compliance-Ecke begraben wissen. Er sieht darin vielmehr einen echten Wettbewerbsvorteil. Wirtschaftlichen Erfolg nennt er „ein Kernelement der Nachhaltigkeitsstrategie von Symrise“.

Welche Rolle spielt die Nachhaltigkeitsstrategie im Wettbewerb, Herr Sielaff?

Unser Nachhaltigkeitskonzept scheint zumindest viele Kunden zu überzeugen, denn wir tätigen dadurch attraktive Geschäfte.





Und was erwarten die Kunden bei diesem Thema, Herr Sielaff?

Unsere Kunden sagen: Zeigt uns, wie ihr vor Ort arbeitet, nach welchen Kriterien zertifiziert wird oder wie ihr Kinderarbeit ausschließt. Zeigt uns, dass ihr verantwortungsbewusst arbeitet. Es geht dabei letztlich um Verlässlichkeit.

Welche Trends sehen Sie noch?

Zum Beispiel den Trend zu mehr Partnerschaft. Die großen Themen, etwa Kinderarbeit, Klimawandel oder Umweltschutz, kriegen sie als einzelnes Unternehmen nicht gelöst. Das funktioniert nur, wenn alle mitmachen. Wir müssen daher alle noch über manchen Schatten springen, heutige Wettbewerber werden künftig in einigen Bereichen wie Partner agieren.

Wie soll man sich das vorstellen?

Ein gutes Beispiel ist die Sustainable Vanilla Initiative. Alle Stakeholder des Vanille-Geschäfts, also Handelsketten, Lebensmittelhersteller, Produzenten wie Symrise und Nichtregierungsorganisationen, setzen sich in dieser Organisation für einheitliche Ziele für den gesamten Markt ein.

Funktioniert das denn in einem so hart umkämpften Marktumfeld?

Natürlich treten auch unsere Konkurrenten mit eigenen Nachhaltigkeitsstrategien an. Aber es geht hier nicht mehr um die alte Logik, immer noch mehr zu bieten. Nachhaltigkeit ist ein Dschungel von Einzelthemen, daraus eine glaubhafte und sinnvolle Strategie zu entwickeln, darin besteht die eigentliche Leistung. Das Wie und Wo macht den Unterschied. Unser Nachhaltigkeitskonzept ist deshalb entlang der gesamten Wertschöpfungskette ausgerichtet. Das Ergebnis ist der erwähnte Shift von Compliance hin zum Wettbewerbsvorteil.

Wie sieht das konkret aus?

Wir sagen ganz klar: wir sind kein karitativer Verein, sondern ein profitorientiertes Unternehmen. Wir gehen also nicht hin und spenden etwas Geld für eine Schule und das war es dann. Wir sorgen dafür, dass die Farmer von uns einen angemessenen Preis für ihre Vanille erhalten und so genug Geld haben, um selbst das Schulgeld zu bezahlen oder eine Krankenversicherung, die wir für die Farmer initiiert haben. Vor allem aber sind wir mit

Die partnerschaftliche Zusammenarbeit mit den Bauern ermöglicht die lückenlose Rückverfolgbarkeit der Vanille. Mehr als 40 Inspektoren von Symrise sind dazu unentwegt mit den Bauern in Verbindung.

engagierten Mitarbeitern vor Ort, 365 Tage im Jahr. Wir verstehen die Situation und das Umfeld der Farmer. Das schafft Vertrauen.

Aber an welcher Stelle schafft das auch einen Wettbewerbsvorteil?

Zum Beispiel beim Thema Rohstoffsicherung. Für die Farmer ist es attraktiv, Vanille an uns zu verkaufen und auch künftig anzubauen. Unsere Kunden können dadurch darauf vertrauen, dass wir auch in Zukunft ein verlässlicher Lieferant sind und stets beste Qualität produzieren. In der Summe stellen wir als Unternehmen mit dieser Strategie letztlich sicher, dass wir unsere Mittel sehr effizient und wertschöpfungsorientiert einsetzen.

Das klingt alles gut und mag in Zeiten mit zweistelligen Wachstumsraten auch gut zu leisten sein. Wie nachhaltig ist eine Nachhaltigkeitsstrategie aber in Krisenzeiten?

Provokant könnte man auf diese Frage entgegen, dass Unternehmen – egal ob in Zeiten des Auf- oder Abschwungs – sich vor allem eines nicht leisten können: nämlich kein tragfähiges Nachhaltigkeitskonzept zu haben! Noch mal, mit unserer Strategie haben wir ein profitables Geschäftsmodell aufgebaut. Davon werden wir in guten, noch mehr aber in schwierigen Zeiten profitieren.

Im Jahr 2012 konnte das Geschäftsmodell „Nachhaltigkeit“ um einen wichtigen Meilenstein erweitert werden. Über 1.000 Bauern in 29 Dörfern sind seither durch die Rainforest Alliance zertifiziert. Um die Bauern in diesem Prozess zu unterstützen, haben Laurence Briand und ihr Team über viele Monate eng mit ihnen zusammengearbeitet: Sie haben die Prinzipien nachhaltiger Landwirtschaft erklärt, in Workshops deren Bedeutung für die Farmen erarbeitet und partnerschaftlich die Umsetzung von Maßnahmen begleitet. Das Ergebnis: Symrise kann Premium-Vanille anbieten, deren Anbau hohen sozialen wie ökologischen Standards gerecht wird – sei es Bio, Fair Trade oder Rainforest

Alliance. Das macht sich bezahlt, erklärt Sielaff: „Von vielen strategisch wichtigen Kunden werden wir heute als der Experte für Vanille und auch für deren nachhaltige Beschaffung geschätzt.“

Eine besondere Bestätigung erfuhr das Nachhaltigkeitskonzept von Symrise im Jahr 2012 durch die Auszeichnung mit dem Deutschen Nachhaltigkeitspreis in der Kategorie „Deutschlands nachhaltigste Initiative“. Der Preis wird an Unternehmen vergeben, die in besonderem Maß Verantwortung leben und die vorbildlich wirtschaftlichen Erfolg mit sozialer Verantwortung und Umweltschutz verbinden. „Symrise verbessert mit seiner Initiative die sozialen und ökonomischen Bedingungen für die einheimischen Produzenten und sichert gleichzeitig langfristig den eigenen Rohstoffbedarf auf nachhaltige Weise“, lobte die Jury.

Zur feierlichen Preisverleihung dieser von der Bundesregierung und vielen Wirtschaftsverbänden sowie zivilgesellschaftlichen Organisationen getragenen Auszeichnung reiste auch Laurence Briand aus Madagaskar ins Düsseldorfer Winterwetter. Stellvertretend für ihr Team, das bei 35 Grad und fast 100% Luftfeuchtigkeit mitfieberte, hielt sie den Preis in Händen. „Diese Auszeichnung erfüllt uns mit Stolz“, freut sie sich. „Sie ist eine wichtige Anerkennung für unser Streben nach Nachhaltigkeit und insbesondere für meine Kollegen vor Ort, die sich tagtäglich für die Bauern einsetzen.“

Und Stephan Sielaff resümiert: „Mit der Vanille haben wir gelernt, wie erfolgreich nachhaltiges Wirtschaften sein kann. Unser Engagement in Madagaskar werden wir deshalb weiter ausbauen.“ Das Unternehmen baut derzeit eine neue Fabrik und ein neues Lagerhaus. Die Produktionskapazitäten werden dadurch mehr als verdoppelt. „Wir sind noch lange nicht am Ende der Reise.“

Weit über 1.000 Bauern haben sich bereits für Symrise registrieren, trainieren und durch Rainforest Alliance zertifizieren lassen. Die umfassenden Schulungs- und Unterstützungsangebote des Unternehmens stärken die wirtschaftliche Position der Bauern. Das macht sie zu recht stolz und schafft Vertrauen.





„Mit der Vanille haben wir gelernt, wie erfolgreich nachhaltiges Wirtschaften sein kann.“





99,9 %

REINHEIT ERREICHT SYNTHETISCHES MENTHOL
VON SYMRISE UND DAMIT HÖCHSTE QUALITÄTS-
STANDARDS. ES WIRD ZUDEM HOCH EFFI-
ZIENT UND UMWELTFREUNDLICH PRODUZIERT.

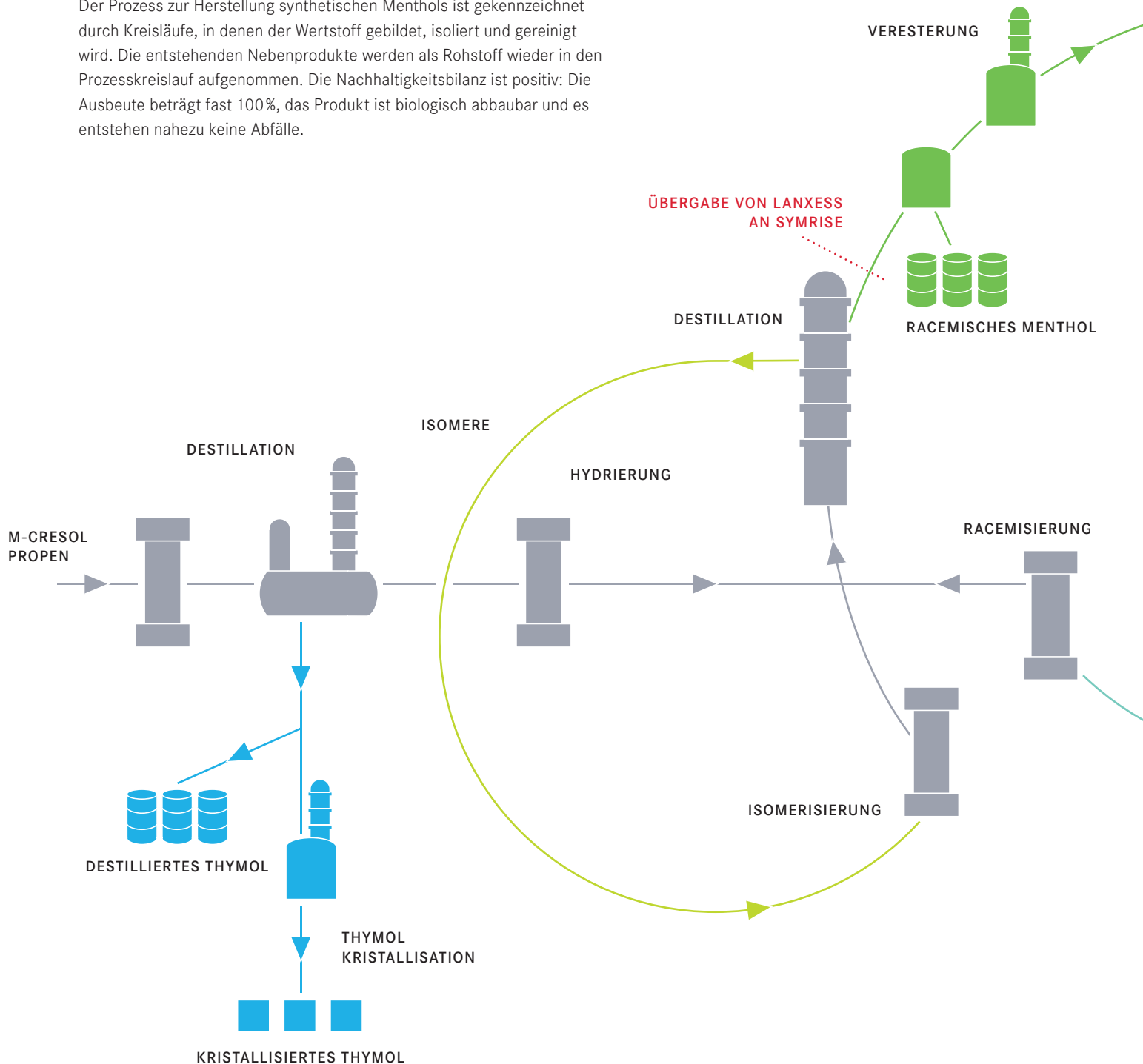
Menthol in aller Munde

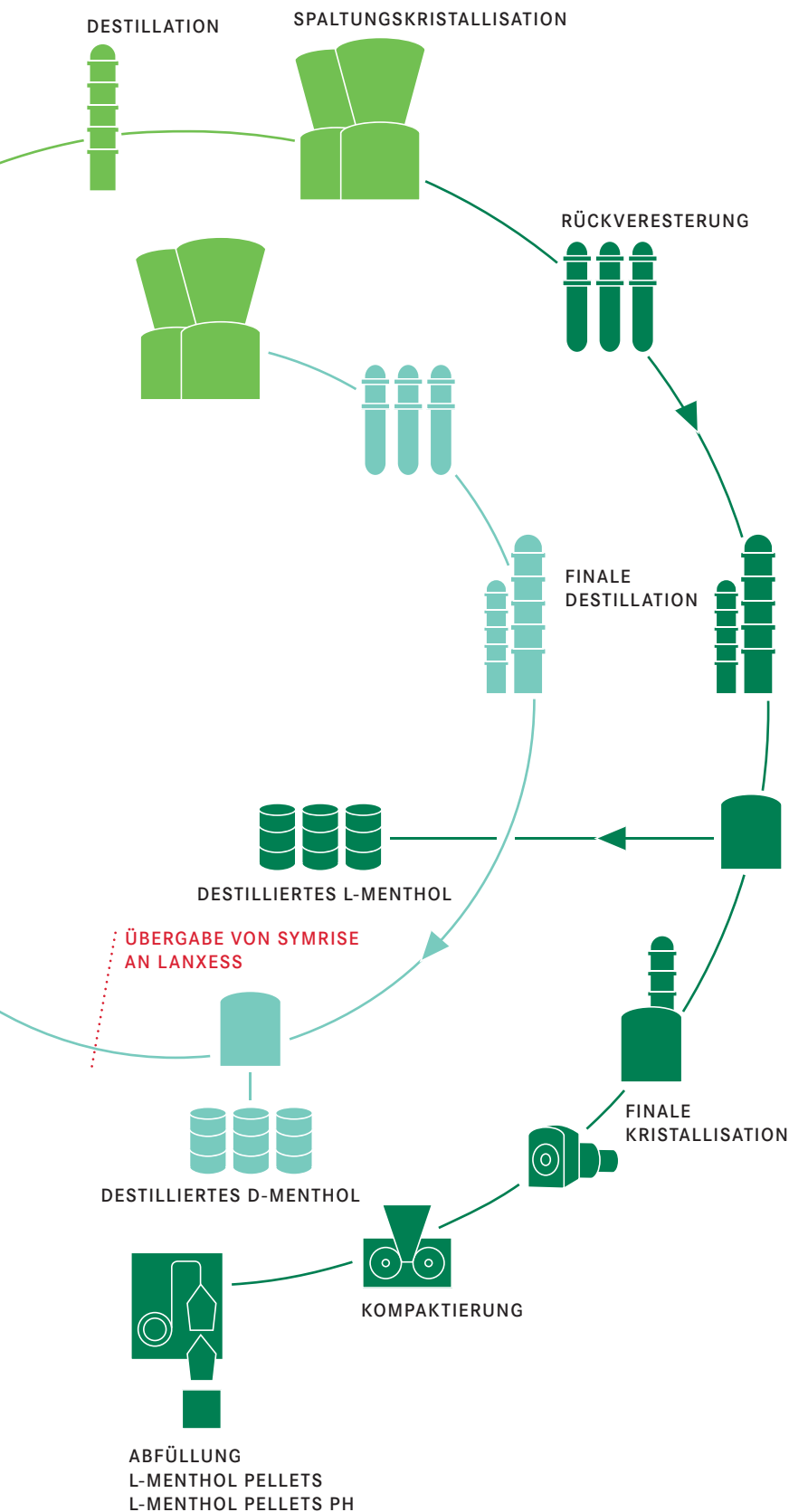
CONSISTENTLY EFFICIENT Symrise investierte am Stammsitz in Holzminden 16 Millionen € in die Erweiterung der Produktion von synthetischem Menthol. Der Weltmarktführer verdoppelte damit seine Kapazität. Ein wichtiger Schritt: Die weltweite Nachfrage nach dem qualitativ hochwertigen, preisstabilen und immer verfügbaren Rohstoff steigt seit Jahren.



Mentholkreislauf

Der Prozess zur Herstellung synthetischen Menthols ist gekennzeichnet durch Kreisläufe, in denen der Wertstoff gebildet, isoliert und gereinigt wird. Die entstehenden Nebenprodukte werden als Rohstoff wieder in den Prozesskreislauf aufgenommen. Die Nachhaltigkeitsbilanz ist positiv: Die Ausbeute beträgt fast 100%, das Produkt ist biologisch abbaubar und es entstehen nahezu keine Abfälle.





Reinhard Nowak erklimmt eine steile Wendeltreppe, die außen an der 27 Meter hohen Fassade hinaufführt. „Vorsicht, immer am Geländer festhalten“, macht er aufmerksam. Oben auf dem silbrig in der Sonne glänzenden Gebäude angekommen, blickt der Betriebsleiter der Mentholproduktion kurz auf die Erhebungen des Weserberglands. „Ein schöner Aussichtspunkt“, sagt er. Den er allerdings selten in Ruhe genießt. Denn hinter der Metalltür wartet auf ihn die Arbeit – und eine komplett andere Welt.

Silberne und schwarz gedämmte Rohrleitungen, Kessel, Reaktoren, Kolonnen, fast unzählbar viele Versorgungsleitungen: Die vierte Etage der erweiterten Mentholproduktion, die im Juni 2012 nach nur 560 Tagen Planung und Bauzeit in der Symrise Zentrale in Holzminden anlieft, ist eine High-tech-Fertigung. Es ist trocken und warm, die Luft verströmt einen Hauch von Minze. „Wir entnehmen hier regelmäßig Proben“, erklärt Reinhard Nowak. „Deswegen riecht es ein bisschen nach Menthol. Ansonsten läuft der Prozess in einem geschlossenen System und für die Außenwelt geruchlos.“

Der synthetische Rohstoff ist das bedeutendste Einzelprodukt im Portfolio des Unternehmens. Es geht an rund 500 Kunden, von globalen Konzernen bis zu mittelständischen Firmen – auf einem Markt, den Symrise weltweit anführt. „Wir erwarten, dass der Mentholbedarf auch künftig jedes Jahr überdurchschnittlich wachsen wird“, sagt Norbert Richter. „Und der Anteil des synthetischen Menthols wird ebenfalls ansteigen.“

Der promovierte Chemiker leitet das Geschäftsfeld Aroma Molecules und ist damit auch verantwortlich für den Ausbau der Produktion. „Wir haben in den vergangenen Jahren unsere bestehende Anlage ständig optimiert und schon damit unsere Kapazität erhöht“, sagt Richter. „Wir hatten aber so viele Geschäftsmöglichkeiten, dass die alte Anlage einfach nicht mehr ausreichte. Mit der erhöhten Kapazität können wir die enormen Preisschwankungen auf dem Weltmarkt für unsere Kunden minimieren und immer gleichbleibende Qualität liefern.“

Ein wesentlicher Grund für den steigenden Bedarf liegt im Marktsegment Zahn- und Mundpflege, erklärt Richter, der auch für die zweite Mentholfabrikation im amerikanischen Bushy Park in der Nähe von Charleston (South Carolina) zuständig ist. „Mit steigendem Lebensstandard nutzen immer mehr Menschen Zahnpasta oder Mundwasser – bevorzugt mit Minzgeschmack. Gerade in Asien haben wir dort große Zuwachsraten.“ Ebenso benötigt die Pharmaindustrie immer mehr Menthol, das sie wegen der kühlenden, durchblutungsfördernden und schmerzlindernden Wirkung in vielen Medikamenten einsetzt. Zudem verkauft Symrise den Rohstoff auch in sprühetrockneter Form für Süßigkeiten oder Kaugummis. Eine Vielzahl ebenfalls produzierter Derivate findet Verwendung in Duschgels oder anderen Produkten der Kosmetikbranche.

Die neue Produktion verdoppelte auf einen Schlag die Kapazitäten von Symrise. Der Ausbau – eine 16 Mio. €-Investition – wurde im laufenden Betrieb durchgeführt. Das ist auch heute in der Produktion zu erkennen. Die neuen Anlagen stehen in einem Neubau, der durch ein Treppenhaus mit dem alten Gebäude verbunden ist. Während der Ausbauphase lief die alte Maschinerie auf Hochtouren. „Durch einen präzise ausgearbeiteten Ablaufplan ist es uns gelungen, die erweiterungsbedingten Stillstände auf ein Minimum zu reduzieren. Und so lag unser längster Stillstand bei gerade mal zwei Wochen“, sagt Reinhard Nowak stolz. Gemeinsam mit der Symrise Tochtergesellschaft TESIUM plante der gelernte Chemielaborant und studierte Chemieingenieur, der immerhin schon 16 seiner 25 Arbeitsjahre bei Symrise mit dem wertvollen Aromastoff verbringt, die Produktionserweiterung.

Der Kern der Menthol-Synthese ist ein Verfahren, das Symrise vor 40 Jahren entwickelt hat. Gemeinsam mit der LANXESS AG – damals Bayer –, die auch heute noch den Grundstoff produziert: Das so genannte „racemische Menthol“, das LANXESS aus dem Rohstoff Thymol gewinnt und in großen Tankzügen täglich an Symrise liefert. Hier wird es dann in l- und d-Menthol getrennt. Während das l-Menthol dem natürlichen Menthol entspricht, wird das d-Menthol vollständig als Rohstoff in den Prozess zurückgeführt.



Bei der Planung, Errichtung und Inbetriebnahme der erweiterten Mentholproduktionsanlage hat Symrise die Richtlinien der Good Manufacturing Practice (GMP) angewendet. Bei regelmäßigen Kontrollgängen prüfen Mitarbeiter die Produktsicherheit und -qualität.

„Mit der erhöhten Kapazität können wir die enormen Preisschwankungen auf dem Weltmarkt für unsere Kunden minimieren und immer gleichbleibende Qualität liefern.“



Die Spaltung ist allerdings nicht trivial. „Wir können keine üblichen Trennprozesse wie Destillation oder Kristallisation anwenden. Die Stoffe haben zudem weder unterschiedliche Polaritäten noch Löslichkeiten“, sagt Betriebsleiter Reinhard Nowak. Die Herausforderung liege nun darin, sie trotzdem zu trennen. „Durch eine chemische Reaktion erzeugen wir feine Unterschiede in den physikalischen Eigenschaften des Moleküls“, erläutert Nowak das Kern-Know-how von Symrise. „Und diese machen wir uns bei der Trennung zunutze.“

Neben der erweiterten Kapazität hat Symrise auch den Prozess verbessert. „Die große Neuerung sind unsere kontinuierlich betriebenen Rohrreaktoren, an die wir eine ebenfalls kontinuierliche Destillation angeschlossen haben“, beschreibt Nowak den Prozessablauf. „Wir sind dadurch signifikant effizienter geworden.“ Zudem können Hilfsstoffe bis auf geringe Reste komplett wiedergenutzt werden. Auch die eingesetzte Energie reduziert Symrise und nutzt zum Beispiel Wärmerückgewinnung für den Prozess.

Um diese Einspareffekte und auch den optimalen Produktionsablauf zu erreichen, stellten die Ingenieure und Anlagentechniker in den ersten Monaten Tausende Parameter aufeinander ein. „Wir haben Druck, Temperatur und Durchflussgeschwindigkeiten mit Hilfe der Messinstrumente in den Reaktoren und Kolonnen optimiert“, sagt Norbert Richter. Die Feinabstimmung gehört für den Geschäftsfeldleiter zum entscheidenden Know-how-Vorsprung. „Wir haben inzwischen so viel Erfahrung mit den Prozessen, dass wir an vielen Stellen Effizienzsteigerungen herausholen können. Und damit werden wir auch in den kommenden Jahren weitermachen.“

Synthetisches Menthol ist das bedeutendste Einzelprodukt von Symrise. Es geht an rund 500 Kunden, von globalen Konzernen bis zu mittelständischen Firmen – auf einem Markt, den Symrise weltweit anführt.



Dr. Norbert Richter studierte Chemie in Göttingen und war nach seiner Promotion an der Colorado State University, USA, tätig. Er startete seine Karriere 1991 bei einem Pharma-Konzern in Deutschland. Zu Symrise kam er 1998, wo er bereits in verschiedenen Führungspositionen tätig war, unter anderem in Mexiko und den USA.

Durchgängig, sicher und hochwertig

Synthetisches Menthol hat viele Vorteile gegenüber dem natürlichen, sagt Dr. Norbert Richter. Im Interview erklärt der Leiter des Geschäftsfelds Aroma Molecules bei Symrise, wie wichtig die Produktion des naturidentischen Aromastoffs für die Umwelt, aber auch für die wachsenden Märkte geworden ist.

Herr Dr. Richter, Symrise stellt immer mehr synthetisches Menthol her. Wodurch zeichnet es sich im Vergleich zum natürlichen Menthol aus? Das Angebot und die Preise von natürlichem Menthol bewegen sich in starken Zyklen, weil es eben ein reines Naturprodukt ist. Diese Schwankungen gibt es beim synthetischen Menthol nicht. Wir produzieren außerdem das ganze Jahr über und sind nicht abhängig von Ernten oder Klimaeinflüssen. Zudem fordern die Kunden jederzeit denselben sehr hohen Qualitätsstandard.

„Wir produzieren das ganze Jahr über und sind nicht abhängig von Ernten oder Klimaeinflüssen.“

Ist das synthetische Menthol qualitativ hochwertiger?

Ja. Die Reinheit des natürlichen Menthols liegt zwischen 96 und 99 %. Wir erreichen 99,9 %. Zudem lässt sich das naturidentische Menthol besser verarbeiten. Es löst sich viermal schneller, was die Prozesse der Kunden beschleunigt und erleichtert. Symrise erfüllt bei der Produktion hohe Qualitätsmaßstäbe, die extern geprüft werden: Von Behörden und Prüforganisationen, aber auch von den Kunden selbst, die bei uns Audits durchführen. Umso mehr, weil unser Menthol auch pharmazeutisch zugelassen ist.

Was heißt das?

Wir fertigen nach GMP. Die Good Manufacturing Practice liefert Richtlinien für die Produktionsabläufe und -umgebung, die es uns ermöglichen, eine permanent hohe und reproduzierbare Qualität zu erzielen. Das schafft Sicherheit – für unsere Kunden und die Verbraucher.

Sie verwenden Erdöl als Rohstoff, um synthetisches Menthol zu gewinnen. Das klingt zunächst einmal nicht besonders nachhaltig.

Uns ist der respektvolle Umgang mit nicht nachwachsenden Rohstoffen besonders wichtig. Unsere Ausbeute ist fast hundertprozentig, es entstehen so gut wie keine Abfälle und das Produkt ist biologisch abbaubar. Zudem ist die Gewinnung des natürlichen Menthols keineswegs nachhaltiger.

Welche Herausforderungen gibt es beim natürlichen Menthol?

Die Pflanze, die das gewünschte l-Menthol vornehmlich liefert, heißt *Mentha Arvensis* – die Ackermanze. Ihr Mentholgehalt hängt von der Beschaffenheit des Bodens und dem Klima ab. Mittlerweile kommt die meiste Minze aus Indien. Der Flächenverbrauch dort ist riesig: Auf einem Hektar ernten die Bauern jährlich 20 bis 25 Tonnen Minze, aus denen 125 bis 200 Kilogramm Minzöl extrahiert werden können. 30 bis 70 % davon wiederum sind Menthol. Die Ausbeute pro Hektar verringert sich jedoch, weil die Böden ausgelaugt sind. Es muss immer mehr Dünger und Wasser eingesetzt werden. Auch die anschließende Gewinnung des Pfefferminzrohöls per Destillation mit einfachsten Apparaturen sowie die weiteren Prozessschritte sind sehr energieintensiv.

Wenn man all diese Punkte berücksichtigt: Könnte die Industrie auf das synthetische Menthol verzichten?

Nein, auf keinen Fall. Der stark wachsende Bedarf wäre mit natürlichem Menthol nicht zu decken. Und ökologisch verantwortungsvoll wäre das auch nicht.



Globale Nähe

GLOBALLY LOCAL Das neue Center of Excellence im brasilianischen Granja Viana verbindet Forschung und Entwicklung, Sensorik- und Konsumentenforschung, Marketing und Kreation, Vertrieb und Marktforschung – die Mitarbeiter können über Produktbereiche hinweg besser kooperieren. Das Gebäude in der Nähe der Metropole São Paulo ist zudem nachhaltig und energieeffizient gebaut – und es grenzt an ein Stück Atlantischen Regenwald, den das Unternehmen mit seinem Engagement vor Ort schützt.



„Wir haben in unserem Bereich seit 30 Jahren ein zweistelliges Wachstum – und wir gewinnen immer größere Anteile an einem wachsenden Markt.“

Eder Ramos, Präsident des Geschäftsbereichs Scent & Care für Lateinamerika

Der Lebensstandard in Brasilien steigt stetig und schnell, der Bedarf nach Pflege-, aber auch Luxusprodukten wächst überdurchschnittlich. In dem Land werden schon jetzt die größten Umsätze weltweit mit Parfüm, Deodorant und Babypflegeprodukten gemacht.

Vier, fünf Meter hohe Farne, gelbe, blaue, violette Blüten in weit ausragenden Baumkronen. Farbenfrohe Schmetterlinge, hunderte unterschiedliche Pflanzen in sämtlichen Grünschattierungen und eine bunte Vielfalt an Vögeln: Der Blick aus den Fenstern des Centers of Excellence im brasilianischen Granja Viana ist atemberaubend.

Die neue Symrise Zentrale für Lateinamerika liegt in einer grünen Lunge. Sie grenzt an ein 22.000 Quadratmeter großes Stück Mata Atlântica – den stark gefährdeten Atlantischen Wald, der ursprünglich einmal 15% Brasiliens bedeckte. Am Rande der 20-Millionenstadt São Paulo arbeiten rund 140 Mitarbeiter aus beiden Geschäftsbereichen zum ersten Mal zusammen in einem Komplex, der nicht minder spektakulär ist. In zwei, durch Brücken miteinander verbundenen Glasgebäuden dominieren helle kräftige Farben, hochmoderne Möbel, High-tech-Labore und -Showrooms.

Ein inspirierender Arbeitsplatz, der genau an der richtigen Stelle verankert ist: Brasilien ist weltweit der größte Absatzmarkt für Parfüm, Deodorant und Babypflegeprodukte und der drittgrößte Markt für Kosmetika überhaupt, mit starken Wachstumsraten. „Wir haben in unserem Bereich seit 30 Jahren ein zweistelliges Wachstum – und wir gewinnen immer größere Anteile an einem wachsenden Markt“, sagt Eder Ramos, Präsident des Geschäftsbereichs Scent & Care Lateinamerika. „Unsere großen Kunden investieren viel in Brasilien und in ganz Lateinamerika – mit unserem Team am Standort können wir die Bedürfnisse und Vorlieben der Menschen noch besser erforschen und zielgerichtet Produkte entwickeln und verbessern.“

Das gilt auch für den Geschäftsbereich Flavor & Nutrition, für den Walter Ribeiro als Regional President verantwortlich ist. Er hebt die besondere Mikrolage des Centers hervor. „Wir sind gerade mal 20 Kilometer entfernt von der vibrierenden Metropole São Paulo, gelangen schnell zu unserer Produktion und unserem Global Citrus Center in Sorocaba – und haben zugleich eine deutlich bessere Verkehrssituation. Wir können Kunden jetzt

innerhalb eines Besuchstages einen aussagekräftigen Einblick verschaffen“, zählt Walter Ribeiro auf, während er aus seinem Fenster in die Wipfel der ewiggrünen Bäume blickt. „Wir saßen zuvor in einem Industriegebiet am Rande São Paulos, wo wir nicht expandieren konnten. Das signifikante Wachstum der beiden Geschäftsbereiche in den letzten Jahren machte es einfach notwendig, einen neuen Standort zu suchen, der sowohl vom Platzangebot als auch von der Infrastruktur zu unserer Vision passt, der bevorzugte voll integrierte Partner unserer Kunden zu werden.“

DIE RICHTIGE HÜLLE FÜR DAS KNOW-HOW

Neben der Bequemlichkeit kommt für die Kunden ein besonderer Pluspunkt hinzu. „Um den richtigen Eindruck unseres Know-hows zu vermitteln, mussten wir uns besser präsentieren und uns mehr mit der Parfüm-Welt verknüpfen“, sagt Ivone Frias, Vice President für die Duftentwicklung in Lateinamerika. „Wir brauchen die Verbundenheit zu Menschen, Stimmungen und Gefühlen und ein repräsentatives, inspirierendes und natürlich funktionales Gebäude.“ Der Wunsch hat sich erfüllt, wie ein Blick in die modernen Riechlabors zeigt, in denen Waschmaschinen oder Duschkabinen für Tests aufgebaut sind, oder in den eigenen Haar-salon, in dem Innovationen ausprobiert werden.

„Der Erfolg ist an den großartigen Reaktionen der Kunden abzulesen. Sie kommen gerne und oft zu uns“, sagt die Managerin, die für das Fragrance Development Team verantwortlich ist, das wiederum seine Kunden und die Konsumenten bis ins Detail kennen muss. „Wir müssen unsere Parfümeure füttern, damit sie kreativ sein können – und das können wir nur, wenn wir unsere Kunden sehr eng begleiten.“ Die vielen und vor allem erfolgreichen Besuche in der neuen Zentrale zahlen sich aus. Die Projekt-Pipeline wächst und hat den bisher höchsten Stand im Bereich Scent & Care erreicht.



Walter Ribeiro arbeitet für Symrise seit 1993. Der Präsident des Geschäftsbereichs Flavor & Nutrition für Lateinamerika begann in Rio de Janeiro und begleitete den Umzug zum Standort in São Paulo. Er war neben anderen Tätigkeiten für das Qualitätsmanagement und die Produktion verantwortlich.

„Das signifikante Wachstum in den letzten Jahren machte es einfach notwendig, einen neuen Standort zu suchen, der sowohl vom Platzangebot als auch von der Infrastruktur zu unserer Vision passt, der bevorzugte voll integrierte Partner unserer Kunden zu werden.“

„Unsere großen Kunden investieren viel in Brasilien und in ganz Lateinamerika – mit unserem Team am Standort können wir die Bedürfnisse und Vorlieben der Menschen noch besser erforschen und zielgerichtet Produkte entwickeln und verbessern.“

Der Präsident des Geschäftsbereichs Scent & Care für Lateinamerika hat schon sehr viele Erfahrungen für und bei Symrise gesammelt: Eder Ramos arbeitet seit 30 Jahren für das Unternehmen. Nach seinem Studium in Marketing und Kommunikation war er unter anderem an unterschiedlichen Standorten in Deutschland sowie in Paris tätig.



MEHR KREATIVITÄT IM TEAM

Neben den Vorteilen für die Zusammenarbeit mit den Kunden hat Symrise einen inspirierenden Ort für die Mitarbeiter geschaffen. „Das Gebäude ist für Kommunikation entworfen“, sagt Eder Ramos, der seit 30 Jahren im Konzern arbeitet und sich auch durch seine Station im französischen Clichy vom dortigen Center of Excellence hat inspirieren lassen. Das Konzept hat er in enger Zusammenarbeit mit Walter Ribeiro entwickelt. „Wir haben anfangs überlegt, wie wir die Kollegen zusammensetzen wollten und uns wurde schnell klar, dass wir interdisziplinär vorgehen wollten“, ergänzt Ribeiro. Zum Beispiel arbeiten Vertrieb und Marketing der beiden Divisionen Scent & Care und Flavor & Nutrition nun in einem modernen Großraumbüro – so etwas hat es vorher nicht gegeben.

Auch die Labore kommen enger zusammen als am alten Standort. „Unsere Flavor-Spezialisten helfen uns zum Beispiel mit der umweltfreundlichen Technologie Symtrap®, mit der man Aromen stark konzentrieren kann, nun im Duftbereich“, ergänzt Ricardo Omori, Vice President Scent & Care. „Natürlich haben wir vorher schon Ideen und Erfahrungen ausgetauscht, aber die räumliche Nähe ist etwas ganz anderes.“ Zugleich wird die Think Mint®-Kollektion aus dem Flavor- für den Scent-Bereich immer interessanter. „Neben unseren Anwendungen in Kaugummi oder Süßigkeiten können wir einen Input für das Zahn- und Mundpflegegeschäft leisten“, sagt Marina Montagner, die im Marketing von Flavor & Nutrition arbeitet.

Der Austausch funktioniert ebenso in die andere Richtung. „Wir teilen uns Informationen“, sagt die 22-Jährige, die Marketing studierte. „Dazu gehört zum Beispiel, dass wir lernen können, wie wir Düfte besser beschreiben – unser Know-how ergänzt sich.“

Jede Division profitiert auch für sich von dem neuen Gebäude. Die Spezialisten haben deutlich mehr Platz und moderneres Equipment. Das verbessert die Arbeit für den Kunden erheblich. „Wir haben eine Pilotanlage installiert, in der wir schon das vorwegnehmen können, was der Kunde schließlich mit unseren Aromen umsetzen wird. Dies ist definitiv ein Wettbewerbsvorteil“, sagt Ribeiro, „denn

es ermöglicht schnelle und kosteneffiziente Tests unserer innovativen Produktkonzepte. Der Weg zur Marktreife verkürzt sich, bei uns und bei den Kunden.“

ÖKOLOGIE BEIM BLICK AUS DEM FENSTER

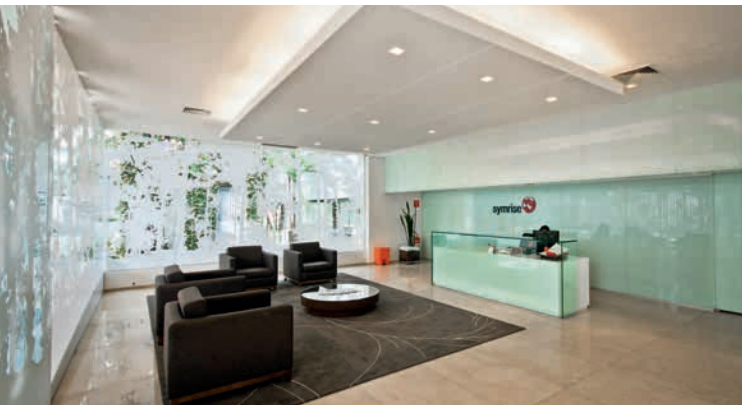
Das Stück Mata Atlântica hat eine große Rolle für die Standortentscheidung gespielt. „Wir können hier unser Umweltengagement direkt mit unserem Geschäft verbinden. Wir setzen bei vielen Produkten auf die Natur und können ihr so etwas zurückgeben“, sagt Walter Ribeiro. Symrise hat mit dem Baugrund eine große Verpflichtung übernommen. „Wir dürfen in die Natur nicht eingreifen – nach dem Prinzip eines Nationalparks, der in der ursprünglichen Form erhalten werden soll.“ Eine Nichtregierungsorganisation wird im Auftrag von Symrise das Waldstück pflegen. Ebenso vorwärtsdenkend ist das komplett barrierefreie Gebäude gebaut: Das gebrauchte Wasser wird wieder aufbereitet und gelangt dadurch in den Prozess zurück. 80% der Wandflächen bestehen aus Glas. Das sorgt für eine freundliche Atmosphäre, vor allem aber für eine satte Energieersparnis: Künstliches Licht wird selten benötigt.

Über die besonderen Arbeitsbedingungen freuen sich die Mitarbeiter, auch wegen der viel beschworenen Work-Life-Balance. „Die meisten wohnten schon vorher hier in der Nähe und haben ihren Arbeitsweg verkürzt“, sagt etwa Luciano Koller, der statt zwei Stunden nur noch eine am Tag im Auto sitzt. Als Regional Account Manager ist er viel unterwegs: „Es ist auf jeden Fall eine Erleichterung, weil wir gegen den Hauptverkehr fahren können.“

Der 40-jährige Lebensmittelingenieur arbeitet seit acht Jahren bei Symrise und betreut sowohl einen globalen Kunden in der Region Lateinamerika als auch sechs lokale Kunden. „Für unsere Ansprechpartner ist die neue Zentrale sehr gut. Sie können uns besuchen und hier in wirklich perfekter Atmosphäre mit unseren Technikern Projekte diskutieren.“ Das Gebäude habe dafür viele Vorteile, sagt Koller. Es sei grüner, ruhiger, besser belüftet – und würde damit die feinen Geschmacksnerven der Flavoristen viel besser inspirieren.



Das neue Center of Excellence in Granja Viana besteht aus einem zweigeteilten Gebäudekomplex, der rund 8.000 Quadratmeter Fläche einnimmt. Über die Etagen verteilt stehen den Mitarbeitern rund 37.000 Quadratmeter Nutzfläche zur Verfügung.



„Wir können hier unser Umweltengagement direkt mit unserem Geschäft verbinden. Wir setzen bei vielen Produkten auf die Natur und können ihr so etwas zurückgeben.“

Walter Ribeiro, Präsident des Geschäftsbereichs Flavor & Nutrition für Lateinamerika

Die nachhaltig gestaltete Arbeitsumgebung wird auch von außen wahrgenommen. Große brasilianische Konzerne, die an Wettbewerben oder Zertifizierungen zur Nachhaltigkeit teilnehmen, führen auch bei ihren Lieferanten vermehrt Audits durch.

„Nach einem solchen Audit war das gesamte Board eines großen Kunden so begeistert, dass sie uns in Granja Viana besuchen kamen“, erinnert sich Walter Ribeiro – „und sie waren sehr angetan von unserer Arbeit hier.“ Eder Ramos nickt: „Sie waren der Ansicht, dass wir hier die beste Arbeitsumgebung der Branche haben“, sagt er. „Und das macht uns stolz.“

Bericht & Anhang

Ziele und Maßnahmen

WIRTSCHAFT

LANGFRISTIGE ZIELE		STAND 2012	ZIELE / MASSNAHMEN 2013
Wachstum	Unser Umsatz soll langfristig schneller wachsen als der Markt (durchschnittlich 2 bis 3% pro Jahr)	Umsatzwachstum: +9,6% auf 1.735 Mio. € Viertgrößtes Unternehmen der F & F Branche Marktanteil 10% ¹	Umsatzwachstum > Marktwachstum
	Wir wollen dauerhaft zu den profitabelsten Unternehmen der Branche gehören	EBITDA-Marge: 19,5%	EBITDA-Marge: rund 20%
Profitabilität	Unsere Aktionäre wollen wir an unserem wirtschaftlichen Erfolg durch eine attraktive Dividende beteiligen	Dividendenvorschlag für 2012: 0,65 € je Aktie Ergebnis je Aktie: 1,33 €	Ergebnis je Aktie > 2012
Finanzen	Das Verhältnis Nettoverschuldung ² zu EBITDA soll mittelfristig in einem Korridor zwischen 2,0 und 2,5 liegen ³	Nettoverschuldung ² /EBITDA: 2,4	Nettoverschuldung ² /EBITDA: 2,0 bis 2,5
Portfolio	Wir erhöhen den Anteil der Produkte in unserem Portfolio, die zu Gesundheit und Wohlbefinden beitragen	25% des Umsatzes	Überdurchschnittliches Wachstum in den Bereichen Life Essentials und Consumer Health
	Wir entwickeln neue aktive Inhaltsstoffe für eine gesündere Ernährung und den Hautschutz	Zahlreiche neue Inhaltsstoffe wurden auf den Markt gebracht. Eine Übersicht bieten die Seiten 90f.	Weiterhin verstärkte Forschung und Entwicklung in diesen Bereichen

¹ Bezogen auf den relevanten AFF-Markt von 16,9 Mrd. €

² Inklusive Rückstellungen für Pensionen und ähnliche Verpflichtungen

³ Ein kurzfristiges Überschreiten dieses Bereichs beispielsweise im Falle von Akquisitionen im Rahmen unserer Strategie ist möglich.

UMWELT

LANGFRISTIGE ZIELE		STAND 2012	ZIELE / MASSNAHMEN 2013
	33 % weniger CO ₂ -Emissionen bis 2020 ¹ 33 % weniger Energieverbrauch bis 2020 ¹ 33 % weniger Abfallvolumen bis 2020 ¹ 33 % weniger Wasserverbrauch bis 2020 ¹ 33 % weniger Abwasserproduktion bis 2020 ¹	Veränderung um – 5,4 % ¹ Veränderung um – 4,2 % ¹ Veränderung um – 10,7 % ¹ Veränderung um – 2,4 % ¹ Veränderung um – 9,9 % ¹	CO ₂ -Emissionen: – 4 % ² Energieverbrauch: – 4 % ² Abfallvolumen: – 4 % ² Wasserverbrauch: – 4 % ² Abwasserproduktion: – 4 % ²
Minimierung unseres ökologischen Fußabdrucks	Reduktion der Umweltauswirkungen unserer Prozesse und Anlagen	Biodiversitätscheck im Rahmen des EU Life Programms; Energieeffizienzanalysen an mehreren Standorten	Umsetzung von Empfehlungen aus dem Biodiversitätscheck; Entwicklung einer hocheffizienten und emissionsarmen Anlage zur Energiegewinnung in Deutschland
	Kontinuierliche Steigerung der Prozesseffizienz	Zweistellige Effizienzsteigerung bei Symchronize™ in den Jahren 2011 und 2012	Green Chemistry: Völlige Neugestaltung von Prozessen
	Verbesserung der Umweltverträglichkeit strategischer synthetischer Rohstoffe	Eröffnung einer hocheffizienten Mentholproduktion	Forschungsprojekte zu erneuerbaren Rohstoffquellen
Konsequente Anwendung von Nachhaltigkeitskriterien bei der Rohstoffgewinnung	Erhöhung des Anteils von Rohstoffen, die landwirtschaftlichen Nachhaltigkeitsstandards entsprechen	SAN ³ -Zertifizierung unserer Vanille	GAP ⁴ -Zertifizierung unserer Zwiebeln
	Erhöhung des Anteils von nach Nachhaltigkeitsstandards zertifizierten Rohstoffen	Ausbau unseres Portfolios Ecocert-zertifizierter Parfümerierohstoffe	Volumenerweiterung unserer Rainforest Alliance zertifizierten Vanille

¹ Gegenüber dem Basiswert von 2010 pro Tonne verkauftes Produkt

² Gegenüber dem Vorjahreswert pro Tonne verkauftes Produkt

³ Sustainable Agriculture Network

⁴ Good Agricultural Practice

MITARBEITER

LANGFRISTIGE ZIELE		STAND 2012	ZIELE / MASSNAHMEN 2013
Kontinuierliche Steigerung der Arbeitgeberattraktivität	Minimierung der ungewollten Mitarbeiterfluktuation	Fluktuationsrate: 5,3% (Vorjahr: 5,5%)	Weitere Reduktion der Fluktuationsrate
	Aktive Beteiligung unserer Mitarbeiter an der Unternehmensentwicklung	Internationale Mitarbeiterbefragung 2012	Umsetzung des abgeleiteten Maßnahmenkatalogs
	Transparente Kommunikation mit unseren Mitarbeitern	Neukonzeption des Mitarbeitermagazins auf Grundlage einer weltweiten Leserbefragung; Interne Kommunikationskampagne zu unseren Unternehmenswerten	Neukonzeption der internen Onlinemedien; weiterer Ausbau unserer Kampagnen zu Engagement und Verantwortung
	Bereitstellung angemessener und relevanter Entwicklungsmaßnahmen	Ausgaben für Weiterbildung: 2,5 Mio. € (Vorjahr: 2,6 Mio. €)	Gezielte Unterstützung unserer Mitarbeiter in Fort- und Weiterbildung durch career@symrise
Ausbau und Erhalt von Mitarbeiter-Know-how	Ermutigung zur beruflichen Weiterentwicklung und Übernahme von Verantwortung	Einführung einer Quote zur Stellenbesetzung mit internen Bewerbern	Umsetzung der eingeführten Regelung
	Einführung einer Initiative zur Karriereförderung: career@symrise	Erfolgreiche Einführung des career@symrise Moduls Karriere- und Nachfolgeplanung	Individuelle Karriereentwicklung und Nachfolgeplanung für alle Manager- und Director-Level-Positionen
Förderung der Vielfalt unter unseren Mitarbeitern	Förderung der Vielfalt an Expertise	Gezielte Förderung von Fach- und Führungslaufbahnen durch unser Job Grade-Modell	Erhalt und Stärkung unserer hohen Diversität und Durchführung multi-kultureller Trainings
	Hoher Anteil lokaler Mitarbeiter	> 90% (auf Vorjahresniveau)	
Maximierung der Arbeitssicherheit und des Gesundheitsschutzes	Niedrige Unfallhäufigkeit (MAQ) ¹	MAQ: 5,3 (Vorjahr: 3,2)	Einführung einer neuen Sensibilisierungskampagne und Umsetzung von Interventionsprogrammen in Schwerpunktbereichen
	Niedrige Unfallschwere (USQ) ²	USQ: 99 (Vorjahr: 43)	

1 MAQ = Meldepflichtige Arbeitsunfälle x 1.000.000 /Arbeitsstunden (meldepflichtige Arbeitsunfälle > 1 Arbeitstag)

2 USQ = Ausfalltage x 1.000.000 /Arbeitsstunden

GESELLSCHAFT

LANGFRISTIGE ZIELE		STAND 2012	ZIELE / MASSNAHMEN 2013
100% Verantwortungsvolle Beschaffung	Durchführung von Nachhaltigkeits- und Risikobewertungen unserer Schlüsselrohstoffe	Erfassung der Nachhaltigkeitskriterien wichtiger Rohstoffe im Rahmen eines Biodiversitätschecks	Umsetzung rohstoffbezogener Empfehlungen aus dem Biodiversitätscheck
	Bewertung unserer 250 wichtigsten Lieferanten gemäß SEDEX-Kriterien bis 2015	> 50 erfasste Lieferanten	Erfassung mindestens 50 weiterer Lieferanten
	Entwicklung und Erweiterung strategischer Initiativen zur nachhaltigen Beschaffung mit Schwerpunkt auf der Schaffung von Shared Value	Neue Initiativen: Lavendel, Shea Butter und Vetiver Erweiterung von Initiativen: Vanille, Gemüse	Identifikation weiterer Schwerpunkte bei Fragrances und Life Essentials
	Einsatz für Industriestandards für nachhaltige Beschaffung	Sustainable Vanilla Initiative (SVI): Mitarbeit an der Entwicklung eines Nachhaltigkeitsstandards für den Vanillesektor	Weitere Förderung der SVI
Förderung von sozialen Projekten mit Schwerpunkt Bildung und Gesundheit	Zusammenarbeit mit Nichtregierungsorganisationen und anderen Anspruchsgruppen	Ausweitung unserer Zusammenarbeit mit Planet Finance in Ghana und Madagaskar sowie Kooperation mit einer Vielzahl lokaler NGOs	Transfer unserer Erfahrungen auf weitere Bereiche
	Förderung des Engagements unserer Mitarbeiter in sozialen Projekten und Entwicklung eines unternehmensweiten Freiwilligenprogramms	An Standorten in allen Regionen wurden Freiwilligenteams gebildet, in denen sich Mitarbeiter für soziale und ökologische Themen engagieren - während ihrer Arbeitszeit und darüber hinaus	Stärkung der geschaffenen Strukturen und Werbung für weiteres internes Engagement
	Bewertung von Bedürfnissen im Umfeld unserer Standorte und Initiierung relevanter Schwerpunktprojekte	Die neu gebildeten Sustainability Care Teams haben auf Basis der Bedürfnisse vor Ort Projekte ins Leben gerufen, unter anderem in Brasilien, Indien und China	Bewertung des Projekterfolgs und weitere Konzentration unserer Spendenbudgets auf diese Bereiche
	Etablierung eines weltweiten Leitmotivs für unser soziales Engagement - Symrise. Because we care.	Das Konzept wurde 2012 vom Netzwerk der Nachhaltigkeitsbotschafter verabschiedet	Identifikation entsprechender globaler Projekte

Geschäftsentwicklung

In einem herausfordernden Umfeld, das von weiterhin hohen Rohstoffpreisen und einer differenzierten Absatzentwicklung in den einzelnen Regionen geprägt war, baute der Symrise Konzern im Geschäftsjahr 2012 seine Marktposition aus.

GESAMTWIRTSCHAFTLICHE RAHMENBEDINGUNGEN

Die internationale Wirtschaftsentwicklung schwächte sich 2012 weiter ab. In vielen Ländern waren noch die Nachwirkungen der Rezession 2008/2009 zu spüren, etwa in Form ausgeprägter Arbeitslosigkeit oder hoher Schuldenbelastung der privaten und öffentlichen Haushalte. Hinzu trat die Krise im Euroraum, die sich aus der finanzwirtschaftlichen Sphäre auf die Realwirtschaft übertrug. Auch die für die geschäftlichen Aktivitäten von Symrise und viele Kunden des Unternehmens bedeutende Konsumentenstimmung und damit die Konsumnachfrage der privaten Haushalte wurde – zumindest im Euroraum – durch die Krise beeinträchtigt. Insgesamt wuchs die weltwirtschaftliche Leistung 2012 nach Berechnungen des DIW Berlin – Deutsches Institut für Wirtschaftsforschung vom Januar 2013 nur noch um 3,2 %, nach 4,2 % im Jahr zuvor.

Im Jahr 2012 schrumpfte die Wirtschaftsleistung des Euroraums um 0,4 % (2011: + 1,5 %). Vor allem in Südeuropa war die Konsumnachfrage bei hoher Arbeitslosigkeit und sinkenden verfügbaren Einkommen weiterhin rückläufig. In Deutschland ging das Wirtschaftswachstum von 3,0 % 2011 auf 0,8 % 2012 zurück.

Symrise erzielt mittlerweile nahezu die Hälfte seiner Umsatzerlöse in den Entwicklungs- und Schwellenländern. Deren wirtschaftliche Entwicklung war 2012 zwar durch die schwache Nachfrage aus den Industrieländern beeinträchtigt, der Wachstumspfad dieser Ländergruppe verläuft jedoch weiterhin auf vergleichsweise hohem Niveau. Während die Wirtschaft der Industrieländer nur noch um 1,2 % expandierte (Vorjahr: 1,4 %), ging das Wirtschaftswachstum in den Schwellenländern von 7,2 % im Jahr 2011 auf 5,2 % im Berichtsjahr zurück.

Im Geschäftsjahr 2012 profitierte Symrise von der bereits erreichten guten Marktposition in den Emerging Markets.

ENTWICKLUNG WESENTLICHER ABSATZMÄRKTE

Der für den Symrise Konzern relevante Markt wächst langfristig um 2 % bis 3 %. 2012 lag das Marktvolumen bei 16,9 Mrd. €. In den Marktbereichen Geschmack- und Duftstoffe sowie Aromachemikalien wurden im abgelaufenen Geschäftsjahr ähnliche Entwicklungen verzeichnet.

UMSATZ UND ERTRAG

Der Umsatz erhöhte sich im Berichtsjahr gegenüber 2011 um 10 % auf 1.735 Mio. €. Währungsbereinigt wurde ein Umsatzwachstum von 6 % erzielt.

KENNZAHLEN IM ÜBERBLICK

IN MIO. €	2011	2012	VERÄNDERUNG IN %	VERÄNDERUNG IN %
				WÄHRUNGSBEREINIGT
Umsatz	1.583,6	1.734,9	9,6	6,4
EBITDA	315,9	338,9	7	4
EBITDA-Marge in %	20,0	19,5		
Jahresüberschuss	146,5	157,5	7	
Ergebnis je Aktie in €	1,24	1,33	7	
Nettoverschuldung (inkl. Rückstellungen für Pensionen und ähnliche Verpflichtungen) zu EBITDA (31.12.) ¹	2,4	2,4		
Verhältnisgröße				

¹ Vorjahreszahlen angepasst aufgrund Änderungen der Bilanzierungs- und Bewertungsmethoden im Jahr 2012 (vgl. Konzernanhang 2.2)

Der Umsatz in der Region EAME nahm um 2 % zu (währungsbereinigt: 1 %). Die Region Nordamerika entwickelte sich im Geschäftsjahr 2012 sehr erfreulich und erzielte einen Zuwachs von 17 % gegenüber Vorjahr (währungsbereinigt 8 %). Der Umsatz in der Region Asien/Pazifik entwickelte sich ebenfalls positiv und verzeichnete ein Wachstum von 15 % (währungsbereinigt: 9 %). In der Region Lateinamerika wurden die höchsten Steigerungsraten erzielt. Der Umsatz erhöhte sich hier im Vorjahresvergleich um 20 % (währungsbereinigt 21 %).

Der Umsatz in den Emerging Markets übertraf den Vorjahreswert währungsbereinigt um 11 %. Der Anteil dieser Ländergruppe am Gesamtumsatz lag im Geschäftsjahr 2012 bei 48 % (2011: 46 %).

UMSATZENTWICKLUNG DES SYMRISE KONZERNS (IN MIO. €)



UMSÄTZE NACH REGIONEN

IN MIO. €	2011	2012	VERÄNDERUNG	VERÄNDERUNG
			IN %	IN %
				WÄHRUNGSBEREINIGT
EAME	771,2	785,4	2	1
Nordamerika	270,7	316,8	17	8
Asien / Pazifik	350,8	404,5	15	9
Lateinamerika	190,9	228,2	20	21
Gesamt	1.583,6	1.734,9	10	6

Scent & Care erzielte 2012 einen Umsatz von 883 Mio. € (Vorjahr: 801 Mio. €). Dies entspricht einem währungsbereinigten Zuwachs um 7 %. Das EBITDA des Geschäftsbereichs legte um 2 % auf 161 Mio. € zu (Vorjahr: 158 Mio. €); die EBITDA-Marge belief sich auf 18,2 % (Vorjahr: 19,7 %). Der Geschäftsbereich Flavor & Nutrition steigerte den Umsatz 2012 währungsbereinigt um 6 % auf 852 Mio. € (Vorjahr: 782 Mio. €). Das EBITDA nahm hier um 12 % auf 178 Mio. € zu (Vorjahr: 158 Mio. €); die EBITDA-Marge weitete sich von 20,2 % auf 20,9 % aus.

Das Ergebnis des Symrise Konzerns vor Zinsen, Steuern, Abschreibungen auf Sachanlagen und auf immaterielle Vermögenswerte (EBITDA) erhöhte sich von 316 Mio. € im Vorjahr auf 339 Mio. €

in der Berichtsperiode. Die EBITDA-Marge ging geringfügig von 20,0 % auf 19,5 % zurück. Hauptursache waren weiter erhöhte Rohstoffkosten sowie Anlaufkosten für die neue Mentholproduktionslinie, die durch Maßnahmen zur Effizienzsteigerung nicht ganz aufgefangen werden konnten.

Die Umsatzkosten nahmen 2012 um 104 Mio. € beziehungsweise 11 % auf 1.034 Mio. € zu (2011: 930 Mio. €). Der im Verhältnis zum Umsatz überproportionale Kostenanstieg ist vor allem auf erhöhte Rohstoffkosten sowie Anlaufkosten für die neue Mentholproduktionslinie zurückzuführen. Das Bruttoergebnis stieg um 7 % und erreichte 701 Mio. € (2011: 654 Mio. €). Die Bruttomarge betrug 40,4 % und war damit um 0,9 %-Punkte niedriger als im Vorjahr (41,3 %). Die Vertriebskosten lagen

KURZFASSUNG GEWINN- UND VERLUSTRECHNUNG

IN MIO. €	2011	2012	VERÄNDERUNG IN %
Umsatzerlöse	1.583,6	1.734,9	9,6
Umsatzkosten	-930,0	-1.034,4	11,2
Bruttoergebnis vom Umsatz	653,6	700,6	7,2
Bruttomarge in %	41,3	40,4	
Sonstige betriebliche Erträge	12,9	15,7	22
Vertriebskosten	-245,8	-267,3	9
Forschungs- und Entwicklungsaufwendungen	-107,6	-113,8	6
Verwaltungskosten	-76,8	-80,8	5
Sonstige betriebliche Aufwendungen	-1,9	-1,8	-3
Betriebsergebnis / EBIT	234,4	252,6	8

9 % über dem Vorjahr und betrugen 267 Mio. € (2011: 246 Mio. €). Dies entspricht einem Anteil von 15,4 % am Konzernumsatz (2011: 15,5 %). Die F&E-Aufwendungen stiegen um 6 % auf 114 Mio. € (2011: 108 Mio. €). Die F&E-Quote lag mit 6,6 % leicht unter dem Niveau des Vorjahres (6,8 %). Die Verwaltungskosten stiegen um 5 % auf 81 Mio. € (Vorjahr: 77 Mio. €). Der Verwaltungskostenanteil am Konzernumsatz verbesserte sich noch einmal von 4,9 % im Jahr 2011 auf 4,7 % in der Berichtsperiode.

Der Jahresüberschuss des Symrise Konzerns für das Geschäftsjahr 2012 erhöhte sich auf 158 Mio. €, nach 147 Mio. € im Vorjahr. Bei unveränderter Anzahl der Aktien stieg das Ergebnis je Aktie von 1,24 € im Jahr 2011 auf 1,33 € im Berichtsjahr. Vorstand und Aufsichtsrat schlagen der Hauptversammlung am 14. Mai 2013 vor, eine um 0,03 € erhöhte Dividende von 0,65 € je Aktie für das Geschäftsjahr 2012 auszuschütten.

FINANZLAGE

Der operative Cashflow des Unternehmens erhöhte sich im Berichtsjahr auf 220 Mio. €, nach 201 Mio. € 2011, vor allem aufgrund des verbesserten operativen Ergebnisses. Die liquiden Mittel lagen zum Jahresresultimo 2012 mit 117 Mio. € nahezu auf Vorjahresniveau (31. Dezember 2011: 119 Mio. €). Die Nettoverschuldung (inkl. Rückstellungen für Pensionen und ähnliche Verpflichtungen) nahm gegenüber dem Vorjahresresultimo von 772 Mio. € auf 812

Mio. € zu. Hintergrund ist die Absenkung des Diskontierungssatzes für künftige Pensionszahlungen aufgrund des derzeit niedrigen Zinsniveaus, was den Barwert der Pensionsrückstellungen erhöht. Der Quotient aus Nettoverschuldung und EBITDA belief sich zum Bilanzstichtag 2012 auf 2,4 wie im Vorjahr und liegt damit weiterhin innerhalb der angestrebten Bandbreite von 2,0 bis 2,5.

ÜBERSICHT CASHFLOW

IN MIO. €	2011	2012
Operativer Cashflow	200,9	219,5
Cashflow aus Investitionstätigkeit	-58,8	- 86,4
Cashflow aus Finanzierungstätigkeit	-131,6	-132,2
Liquide Mittel (31.12.)	118,6	117,4

VERMÖGENSLAGE

Die Bilanzsumme zum 31. Dezember 2012 erhöhte sich um 32 Mio. € auf 2.152 Mio. € (31. Dezember 2011: 2.120 Mio. €). Dies ist im Wesentlichen bedingt durch einen Anstieg der Vorräte und höhere Forderungen zum Jahresende.

Immaterielle Vermögenswerte und Sachanlagen nahmen zum Bilanzstichtag 2012 um 2 % auf 1.243 Mio. € (31. Dezember 2011: 1.266 Mio. €) ab und machten damit 58 % der Vermögenswerte aus. Die Vorräte nahmen im Vergleich der Bilanzstichtage 2011/2012 um 35 Mio. € beziehungsweise

11 % auf 348 Mio. € zu (31. Dezember 2011: 313 Mio. €). Durch konsequentes Forderungsmanagement hat sich das Working Capital im Verhältnis zum Umsatz um 1 %-Punkt auf 31 % reduziert. Die liquiden Mittel des Symrise Konzerns verringerten sich auf Jahressicht zum 31. Dezember um 1 Mio. € auf 117 Mio. €. Die langfristigen finanziellen Vermögenswerte erhöhten sich durch eine im Berichtsjahr erworbene Beteiligung von 7 Mio. € auf 17 Mio. €.

Auf der Passivseite der Bilanz verringerten sich die kurzfristigen Schulden durch die Rückführung von Kontokorrentverbindlichkeiten um 43 Mio. € beziehungsweise 11 % auf 365 Mio. € (31. Dezember 2011: 408 Mio. €). Die langfristigen Schulden stiegen um 8 %. Die darin enthaltenen langfristigen Darlehen lagen zum Jahresende 2012 mit 450 Mio. € unter dem Niveau des Vorjahresstichtags (462 Mio. €). Demgegenüber nahmen die Rückstellungen für Pensionen und ähnliche Verpflichtungen um 28 % auf 371 Mio. € zu (31. Dezember 2011: 291 Mio. €). Die Zunahme war durch deutlich niedrigere Zinssätze zur Diskontierung der Pensionsverpflichtungen bedingt. Des Weiteren ist Symrise im Vorgriff auf die geänderte Bilanzierung für Pensionen ab dem Jahr 2013 im Geschäftsjahr 2012 von der Anwendung der Korridor-methode auf die sofortige Erfassung von Änderungen versicherungsmathematischer Gewinne und Verluste in das sonstige Ergebnis übergegangen.

Das Eigenkapital der Symrise AG zum 31. Dezember 2012 stieg um 1 % auf 877 Mio. € (31. Dezember 2011: 867 Mio. €). Die Eigenkapitalquote lag zum Stichtag 2012 unverändert bei 41 %.

AUSBLICK

Wir sind zuversichtlich, auch im Jahr 2013 schneller zu wachsen als der relevante Markt für Duft- und Geschmacksstoffe. Das prognostizierte Wachstum für den AFF-Markt beträgt für das laufende Jahr 2 % bis 3 % weltweit. Dabei streben beide Geschäftsbereiche, Scent & Care und Flavor & Nutrition, wie bereits in der Vergangenheit, jeweils ein währungsbereinigtes Umsatzwachstum merklich über dem Marktzuwachs an.

Zur kontinuierlichen Steigerung unseres Ergebnisses werden wir mit aller Konsequenz unser striktes Kostenmanagement fortführen. Neben Kostenreduzierung gehören ebenso Initiativen wie Preismanagement, Portfoliooptimierung und der Fokus auf innovative Produkte und Technologien dazu. Unter der Annahme, dass die Rohstoffpreise auf dem Niveau von 2012 verharren und sich die Währungskursrelationen im Vergleich zu 2012 nicht deutlich verändern, erwarten wir für 2013 erneut eine EBITDA-Marge von rund 20 %.

Im Jahr 2013 werden wir rund 250 neue Stellen schaffen, und zwar überwiegend in unseren Wachstumsregionen Asiens und Lateinamerikas. Dagegen wird der Mitarbeiterbestand in Europa weitgehend stabil bleiben. Die Personalkosten werden weltweit um rund 3 % ansteigen. Unsere Anstrengungen bei der Erstausbildung werden wir weiter intensivieren.

Unsere Politik der Ausschüttung einer attraktiven Dividende werden wir fortsetzen und unsere Aktionäre auch in der Zukunft angemessen am Unternehmenserfolg beteiligen.

Die Symrise Verschuldung gemessen anhand der Kennzahl Nettoverschuldung (inkl. Rückstellungen für Pensionen und ähnliche Verpflichtungen) zu EBITDA soll mittelfristig zwischen 2,0 und 2,5 liegen. Ein kurzfristiges Entfernen von dieser Bandbreite ist zur Finanzierung von Akquisitionen im Sinne unserer langfristigen Strategie möglich.

Wie sich der AFF-Markt über 2013 hinaus im Jahr 2014 entwickeln wird, hängt stark vom Konjunkturverlauf in den einzelnen Ländermärkten ab. Aufgrund unserer globalen Aufstellung, Innovationskraft, guten Positionierung bei Schlüsselkunden sowie aufgrund unseres einzigartigen Produktportfolios sind wir aber zuversichtlich, 2013 und 2014 das Marktwachstum von 2 % bis 3 % jährlich zu übertreffen. Der Symrise Konzern setzt alles daran, seinen nachhaltig profitablen Wachstumskurs fortzusetzen.

Symrise am Kapitalmarkt

Symrise finanziert die Geschäftstätigkeit über Eigenkapital und Fremdkapital-Instrumente. Aktionäre, Investoren und die weiteren Akteure am Kapitalmarkt sind daher wichtige Stakeholder des Unternehmens. Eine kontinuierliche und transparente Information und Kommunikation bilden die Grundlage vertrauensvoller Beziehungen.

ERFREULICHES BÖRSENAHR 2012

Nach einem starken Jahresauftakt drückten im zweiten Quartal die Unsicherheiten über die Schuldenkrise in Europa auf die Weltbörsen. Die Aussage von EZB-Chef Mario Draghi, „alles für den Euro zu tun“, sowie der im Herbst verabschiedete dauerhafte Euro-Rettungsschirm beflügelten die Aktien- und Anleihemärkte aber erneut. Der deutsche Leitindex DAX® schloss das Jahr mit 7.612 Punkten rund 29 % über dem Vorjahreswert. Der Euro Stoxx 50® Index für die Standardwerte im Euro-Raum legte im Jahresvergleich 14 % auf 2.636 Punkte zu. Schlusslicht war der amerikanische Dow Jones® Index, der mit 13.104 Punkten lediglich ein Plus von 7 % verzeichnen konnte.

SYMRISE AKTIE MIT DEUTLICHEM KURSPLUS

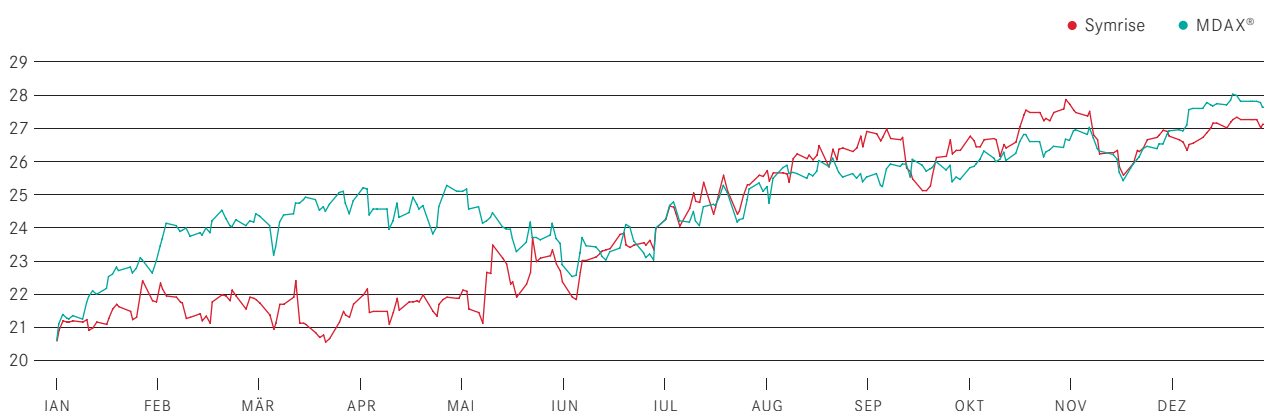
Der Kurs der Symrise Aktie stieg im Geschäftsjahr 2012 von 20,62 € (Jahresultimo 2011) auf 27,12 € (Jahresultimo 2012). Dies entspricht einem deutlichen Kursplus von 32 %. Am 30. Oktober 2012 erreichte der Kurs der Symrise Aktie mit 27,875 € sein bisheriges Allzeit-Hoch. Der Vergleichsindex MDAX®, der auch die Symrise Aktie enthält, legte im Jahr 2012 sogar 34 % zu.

SYMRISE IM DIALOG MIT DEM KAPITALMARKT

Mit unseren Investor Relations-Aktivitäten wollen wir die Bekanntheit von Symrise am Kapitalmarkt weiter erhöhen und die Wahrnehmung unserer Aktie als attraktives Investment festigen und ausbauen. Wir kommunizieren kontinuierlich, verlässlich und offen unsere Geschäftsentwicklung und Unternehmensstrategie und wollen damit das Vertrauen der Anleger in die Symrise Aktie stärken und eine faire Bewertung unserer Aktie am Kapitalmarkt erreichen.

Vorstand und Investor Relations-Team stehen im kontinuierlichen Dialog mit Investoren und Analysten weltweit. Auch 2012 haben wir in zahlreichen Einzel- und Gruppengesprächen die Strategie und Geschäftsentwicklung von Symrise erörtert. Erstmals präsentierten wir Symrise im Rahmen einer sogenannten SRI-Roadshow (Social Responsible Investment) in Zürich und Basel Investoren, die besonders hohe Anforderungen an Umwelt- und Sozialstandards ihrer Investments stellen. Darüber hinaus bieten wir im Internet unter www.symrise.com/de/investor-relations.html ein umfangreiches Informationsangebot zur Symrise Aktie und Anleihe.

AKTIENKURS DER SYMRISE AKTIE IM VERGLEICH ZUM MDAX® IM JAHR 2012* (IN €)



* MDAX® indiziert auf den Kurs der Symrise Aktie

„Symrise
schüttete für die
vergangenen fünf Jahre
eine Dividende
von insgesamt
339 Mio. €
aus.“

„Die Börse
bewertet Symrise
mit 3,2 Mrd. €.“

ECKDATEN ZUR SYMRISE AKTIE

Aktiengattung	Auf den Inhaber lautende Stammaktien ohne Nennbetrag
Ausgegebene Aktien	118.173.300 Stück
Branche / Börsensegment	Chemie / Regulierter Markt (Prime Standard)
ISIN / WKN / Symbol / Common Code	DE000SYM9999 / SYM999 / SY1 / 27647189
Wichtigster Handelsplatz	Xetra® (elektronischer Handel)
Designated Sponsor	Commerzbank AG
Indizes	MDAX®, EURO STOXX® Chemicals
MDAX®-Ranking per 31. Dezember 2012	Rang 7 nach Free Float Marktkapitalisierung / Rang 18 nach Börsenumsatz
Tag der Erstnotiz / Emissionskurs	11. Dezember 2006 / 17,25 €

DIE SYMRISE AKTIE IM MARKT

IN €		2008	2009	2010	2011	2012
Ausgegebene Aktien zum Bilanzstichtag	in Mio. Stück	118,2	118,2	118,2	118,2	118,2
Grundkapital	in Mio. €	118,2	118,2	118,2	118,2	118,2
Höchster Börsenkurs (Xetra® Schlusskurs)		19,28	15,73	22,34	22,74	27,87
Niedrigster Börsenkurs (Xetra® Schlusskurs)		7,75	7,07	14,98	16,43	20,57
Kurs zum Geschäftsjahresende (Xetra® Schlusskurs)		9,98	14,98	20,53	20,62	27,12
Streubesitz	in %	94,0	94,0	94,0	94,0	94,0
Marktkapitalisierung zum Geschäftsjahresende	in Mio. €	1.179,4	1.770,2	2.426,1	2.436,7	3.204,9
Durchschnittliches Handelsvolumen pro Tag (Deutsche Börsen insgesamt)	circa in Stück	760.000	470.000	597.000	533.000	349.000
Ergebnis je Aktie		0,76	0,71	1,13	1,24	1,33
Dividende je Aktie		0,50	0,50	0,60	0,62	0,65 ¹

¹ Vorschlag

ECKDATEN ZUR SYMRISE ANLEIHE

Gattung	Auf den Inhaber lautende Anleihe
Gesamtnennbetrag	300.000.000 €
Stückelung	1.000 €
Zinssatz / Zinstermin	4,125% jährlich / 25. Oktober
Laufzeit	25. Oktober 2017
ISIN / WKN / Symbol / Common Code	DE000SYM7777 / SYM777 / SY1A / 54901127
Tag der Erstnotiz / Ausgabepreis	15. Oktober 2010 / 99,399 %
Kurs zum 31. Dezember 2012	108,22 %

Management

Wir sind der Überzeugung, dass eine gute, verantwortungsvolle Unternehmensführung Voraussetzung und unabdingbare Grundlage für den Erfolg von Symrise und eine nachhaltige Wertschöpfung ist. Unser Erfolg beruht vor allem auf dem Vertrauen, das unsere Kunden, Mitarbeiter und Investoren uns entgegenbringen. Unser Ziel ist es, dieses Vertrauen zu bestätigen und zu verstärken.

ORGANISATION UND CORPORATE GOVERNANCE

Symrise ist eine Aktiengesellschaft nach deutschem Recht mit einer dualen Führungsstruktur, bestehend aus Vorstand und Aufsichtsrat. Der Vorstand leitet die Gesellschaft eigenverantwortlich mit dem Ziel, den Unternehmenswert nachhaltig zu steigern. Zum 31. Dezember 2012 bilden vier Mitglieder den Vorstand: Dr. Heinz-Jürgen Bertram (Vorstandsvorsitzender), Achim Daub (Vorstand Scent & Care), Hans Holger Gliewe (Vorstand Flavor & Nutrition) und Bernd Hirsch (Vorstand Finanzen).

Die Prinzipien verantwortungsbewusster und guter Unternehmensführung bestimmen das Handeln der Leitungs- und Kontrollgremien der Symrise AG. Vorstand und Aufsichtsrat identifizieren sich mit den Zielen des Deutschen Corporate Governance Kodex, der sich als Leitlinie und Maßstab guter Unternehmensführung in Deutschland etabliert hat. Vorstand und Aufsichtsrat der Symrise AG arbeiten bei der Steuerung und Überwachung des Unternehmens eng zusammen.

Der Vorstand führt als Leitungsorgan die Geschäfte der Gesellschaft eigenverantwortlich im Interesse des Unternehmens und mit dem Ziel nachhaltiger Wertschöpfung. Der Vorstand entwickelt die strategische Ausrichtung des Unternehmens, stimmt diese mit dem Aufsichtsrat ab und sorgt für deren Umsetzung. Der Aufsichtsrat berät und überwacht den Vorstand bei der Leitung des Unternehmens. Er wird in Strategie und Planung sowie in alle Fragen von grundlegender Bedeutung für das Unternehmen eingebunden. Dem Aufsichtsrat der Symrise AG gehören gemäß Satzung zwölf

Mitglieder an, von denen jeweils sechs von den Anteilseignern und den Arbeitnehmern gewählt werden. Damit eine unabhängige Beratung und Überwachung des Vorstands gewährleistet ist, gehören dem Aufsichtsrat keine ehemaligen Mitglieder des Vorstands an.

Symrise will seinen Unternehmenswert langfristig steigern und zugleich die Nachhaltigkeit des unternehmerischen Handelns erhöhen. Die Strategie von Symrise wird von diesen Zielen abgeleitet und bis auf die Abteilungsebene heruntergebrochen. Zur Erreichung der Ziele hat das Management die Kernprozesse des Unternehmens sowie unterstützende Prozesse festgelegt. Diese standardisierten Prozesse sind im Management-Handbuch für alle Mitarbeiter transparent dargestellt. Sie werden regelmäßig auf ihre Wirksamkeit überprüft und gegebenenfalls an geänderte Anforderungen angepasst.



Klares Bekenntnis zur Nachhaltigkeit

2012 unterzeichnete Symrise den Global Compact der Vereinten Nationen, die weltweit größte freiwillige Initiative zu unternehmerischer Verantwortung. Damit bekennt sich das Unternehmen zu den Zielen des Bündnisses, unternehmerisches Handeln mit Gesellschaft und Umwelt in Einklang zu bringen.



Deutscher Nachhaltigkeitspreis

Deutschlands nachhaltigste Initiative 2012

Ausgezeichnet: Symrise gewinnt den Deutschen Nachhaltigkeitspreis 2012

Im Dezember 2012 hat die Symrise AG den Deutschen Nachhaltigkeitspreis in der Kategorie „Deutschlands nachhaltigste Initiativen“ gewonnen. Das Unternehmen überzeugte die Jury mit seinem Ansatz zur nachhaltigen Beschaffung von Vanille auf Madagaskar. Symrise arbeitet dort mit weit über 1.000 Bauern direkt zusammen und verbessert mit gezielten Aktivitäten in den Bereichen Ernährung, Gesundheit und Bildung deren sozioökonomische Situation. Symrise selbst profitiert von einem zuverlässigen Zugang zu qualitativ hochwertigen Rohstoffen und bietet seinen Kunden so Mehrwert für einen stark nachgefragten Geschmack. Das unterstreicht den unternehmerisch, sozial und ökologisch verantwortungsvollen Weg von Symrise.

Um ein einheitliches, vorbildliches Handeln und Verhalten zu gewährleisten, wurde für den gesamten Konzern bereits im Jahr 2006 erstmals ein Verhaltenskodex entwickelt, der für alle Beschäftigten als verbindliches Leitbild gilt. Dieser Verhaltenskodex wird kontinuierlich fortentwickelt und basiert auf den Werten und Prinzipien des Unternehmens. Der Verhaltenskodex soll helfen, ethische und rechtliche Herausforderungen am Arbeitsplatz, in Geschäftsbeziehungen und im Umgang mit Informationen zu bewältigen. Er regelt den Umgang mit den wesentlichen Partnern von Symrise und stellt sicher, dass die Unternehmensprozesse transparent, ehrlich und nachvollziehbar sind. Verstöße werden im Interesse aller Beschäftigten und des Unternehmens analysiert und deren Ursachen beseitigt. Dazu gehört auch die konsequente Verfolgung von Fehlverhalten im Rahmen der jeweils geltenden nationalen Rechtsvorschriften. Wir haben unseren Verhaltenskodex zuletzt im Jahre 2011 grundlegend überarbeitet.

NACHHALTIGKEIT IM GESCHÄFT

Zur Stärkung der strategischen Integration von Nachhaltigkeit in unsere Kernprozesse wurde 2009 ein globales, divisionsübergreifendes Gremium, das Symrise Sustainability Board, eingerichtet. Es setzt sich aus Vertretern des Top Managements zusammen und stellt sowohl die Entwicklung und Umsetzung nachhaltigkeitsrelevanter Themen in der gesamten erweiterten Wertschöpfungskette als auch die Berücksichtigung der Belange wichtiger Anspruchsgruppen sicher.

Die Umsetzung der vom Sustainability Board beschlossenen Nachhaltigkeitsziele erfolgt direkt in den Geschäftsbereichen. Zu diesem Zweck haben Vorstand und Sustainability Board im Jahr 2011 Nachhaltigkeitsverantwortliche für die Divisionen Flavor&Nutrition und Scent&Care benannt. Sie bilden gemeinsam mit Vertretern der Stabsbereiche Corporate Compliance und Corporate Communications das Sustainability Core Team von Symrise.

Das Sustainability Core Team unter der Leitung von Corporate Compliance steuert die Nachhaltigkeitsstrategie konzernweit; die direkte Verantwortung für die Strategie liegt beim Vorstandsvorsitzenden der Symrise AG. Der Fortschritt aller Nachhaltigkeitsaktivitäten wird dem Vorstand vierteljährlich berichtet. Die Nachhaltigkeitsziele des Unternehmens fließen zudem in die individuellen Zielvorgaben und damit in die Vergütung von Führungskräften ein.

Ein weltweites Netzwerk freiwilliger Nachhaltigkeitsbotschafter schärft vor Ort das Bewusstsein für unsere Nachhaltigkeitsstrategie und sensibilisiert so unsere Organisation weiter. Darüber hinaus tragen „Care Teams“ an allen regionalen Hauptquartieren des Unternehmens und auch an zahlreichen anderen Standorten in aller Welt mit gezielten Initiativen auf ganz unterschiedliche Weise dazu bei, Nachhaltigkeit noch tiefer in unser Geschäftsmodell zu integrieren.

COMPLIANCE

Bei Symrise verstehen wir Compliance als ganzheitliches Organisationsmodell, das die Einhaltung von Rechtsvorschriften und konzerninternen Richtlinien sowie die entsprechenden Prozesse und Systeme umfasst. Dabei liegt der Schwerpunkt der Compliance-Aktivitäten in den Bereichen Qualität, Umweltschutz, Gesundheit, Arbeitssicherheit, Produktsicherheit, Lebensmittelsicherheit, Risiko- und Wertemanagement, Kartellrecht und Korruptionsbekämpfung. Aus diesem Grund hat der Vorstand der Symrise AG die entsprechenden Funktionseinheiten aus Integriertem Managementsystem (IMS), Corporate Audit sowie Risiko- und Nachhaltigkeitsmanagement in der Corporate Compliance-Organisation zusammengeführt. Die Ergebnisse aus allen Audits sowie die Erkenntnisse aus dem Risikomanagement fließen in dieser Organisationseinheit zusammen. Die Maßnahmen werden somit effizienter koordiniert und ein Steuerungsinstrument geschaffen, mit dem der Vorstand Aspekte, die für eine nachhaltige Unternehmensführung von Relevanz sind, in seinen Entscheidungen berücksichtigen kann.

Argentinien, Brasilien, Deutschland, Frankreich, Großbritannien, Indien, Singapur und die USA: Das Netzwerk der Symriser, die es sich zur Aufgabe gemacht haben, Nachhaltigkeit fest in unserer Unternehmenskultur zu verankern, ist groß und vielfältig. Und es wächst stetig.



Gemeinsam Zukunft gestalten

Symrise Nachhaltigkeitsbotschafter aus allen Geschäftsbereichen und Regionen kamen 2012 im Rahmen eines Global Sustainability Workshops zusammen. Mit viel Einsatz und Leidenschaft haben sie Erfahrungen ausgetauscht und gemeinsam nach konstruktiven Diskussionen zahlreiche konkrete Maßnahmen verabschiedet, um Nachhaltigkeit bei Symrise auf die nächste Ebene zu bringen.

Corporate Compliance unterstützt die Bereiche bei der Identifikation und Priorisierung von Regelungsbedarf, zum Beispiel aufgrund von Gesetzen, Zertifizierungen, allgemein anerkannten Richtlinien, ethischen Standards oder unternehmenseigenen Prozessvorgaben. Die Bereiche setzen Prozessanforderungen in Vorgabedokumente um – sowohl global als auch lokal. Verhaltensbedingte Regelungen finden Eingang im Symrise Verhaltenskodex und sind für alle Mitarbeiter bindend. Die lokalen Corporate Compliance-Funktionen beraten die Prozessverantwortlichen bei der Umsetzung globaler Vorgaben und der Anpassung ihrer Prozesse. Die Identifikation des lokalen Regelungsbedarfs erfolgt aufgrund nationaler Anforderungen. Bei möglicher Auswirkung auf Importe wird das Headquarter informiert.

Unser Integriertes Managementsystem basiert auf den internationalen Standards ISO 9001, ISO 14001, OHSAS 18001, ISO 26000, ISO 50001, SA 8000, den allgemein anerkannten Auditstandards der Global Food Safety Initiative (GFSI) sowie weiteren lokal anerkannten Standards zur kontinuierlichen Leistungsverbesserung. Damit stellen wir auf allen Unternehmensebenen weltweit anspruchsvolle Qualitäts-, Umwelt-, Gesundheits-, Arbeitssicherheits- und Produktsicherheitsstandards sicher.

Die interne Revision sowie das IMS-Audit untersuchen kontinuierlich die wesentlichen Geschäftsprozesse und Gesellschaften der Symrise AG. Die Prüfstrategie der internen Revision sieht vor, dass alle Gesellschaften inklusive deren Geschäftsprozesse mindestens alle vier Jahre geprüft werden,

was einer jährlichen Prüfdichte von mindestens 25% des Audituniversums entspricht. Im Rahmen des IMS Audits werden wesentliche Geschäftsprozesse jährlich untersucht. Corporate Compliance und die interne Revision berichten dem Prüfungsausschuss des Aufsichtsrats in jeder Sitzung.

Bereits vor fünf Jahren hat Symrise eine Integrity Hotline installiert, um sicherzustellen, dass die hohen ethischen und rechtlichen Standards überall bei Symrise eingehalten werden. Mittels dieser Hotline ist Corporate Compliance für alle Mitarbeiter über eine eigens in den jeweiligen Ländern eingerichtete kostenlose Telefonnummer erreichbar. Zusätzlich steht der Webservice der Symrise Integrity Hotline zur Verfügung, um eine Mitteilung zu machen. Über einen zwischengeschalteten Dienstleister ist gewährleistet, dass die Mitarbeiter ihre Anliegen im Bedarfsfall anonym und in ihrer Muttersprache vorbringen können. Natürlich kann sich jeder Mitarbeiter auch direkt und persönlich an das Corporate Compliance Office wenden.

2012 wurden weltweit acht Fälle über die Integrity Hotline gemeldet. In allen Fällen wurden daraufhin Untersuchungen eingeleitet. Wesentlicher Schaden ist für Dritte oder für unser Unternehmen nicht entstanden.

Um die Einhaltung aller Compliance-Vorgaben kontinuierlich sicherzustellen, wird der Schulungsbedarf regelmäßig ermittelt und es werden geeignete Maßnahmen ergriffen. Neben herkömmlichen Präsenzs Schulungen führen wir zunehmend auch internetbasierte Schulungen durch. Damit können wir mehr Mitarbeiter in kürzerer Zeit erreichen. Zudem verfügt jeder Mitarbeiter über eine größere Flexibilität dabei, zu welchem Zeitpunkt er wo welche Schulung durcharbeiten möchte. Anschließende Tests bestätigen das Verständnis der Schulung.

Neue Symrise Mitarbeiter werden zu Beginn ihrer Tätigkeit umfassend zu den Grundlagen unseres Verhaltenskodex geschult. Ergänzend führen wir

auch verschiedene Schwerpunktschulungen durch. Im Jahr 2012 wurden Compliance-Schulungen in allen unseren Ländergesellschaften für die Bereiche Management, Einkauf, Verkauf, Finanzen und Auftragsabwicklung durchgeführt. In diesem Rahmen wurden circa 1.800 Mitarbeiter zu Themen wie Geldwäsche, Anti-Korruption oder den Umgang mit Agenten geschult. Zusätzlich wurden rund 4.000 Mitarbeiter zu einer generellen Verhaltenskodex-Schulung eingeladen. Einer der Schwerpunkte war die Sensibilisierung unserer Mitarbeiter zum tagtäglichen nachhaltigen Handeln.

Für 2013 planen wir erneut Schulungen zu diesen Themen. Dabei setzen wir primär in den Mitarbeitergruppen an, die den größten Risiken ausgesetzt sind, sowie bei den leitenden Angestellten, die als Multiplikatoren Informationen in das Unternehmen tragen.

CHANCEN UND RISIKEN

Nachhaltige Wertschöpfung bedeutet für uns gleichermaßen, potenzielle Risiken für Umwelt, Gesellschaft und Unternehmen auszuschließen, wie Chancen, die sich durch globale Megatrends ergeben, frühzeitig zu erkennen und zu nutzen.



Top

Spitzenplatz für Nachhaltigkeitsleistung

Die Symrise AG zählt zu den nachhaltigsten Chemieunternehmen weltweit. Dies bestätigte die international anerkannte Nachhaltigkeits-Ratingagentur oekom research AG. Die Agentur analysierte die Nachhaltigkeitsperformance der 101 weltweit größten Chemieunternehmen. Die Symrise AG erzielte mit der Bewertung B- einen Spitzenplatz im Chemiesektor sowie den Status „Prime“, was sie als nachhaltiges Investment (SRI) qualifiziert. Nur vier weitere Unternehmen erhielten diese Einstufung.



Kundenstruktur und Marktstruktur

Unser Kundenportfolio ist ausgewogen: Jeweils rund ein Drittel unseres Umsatzes machen wir mit globalen Großkunden, mit regionalen und mit lokalen Abnehmern. Und wir wollen mit allen Kundengruppen gleichermaßen wachsen. Rund 50% unseres Umsatzes entfallen mittlerweile auf die sogenannten Emerging Markets. Auch künftig wollen wir schneller als der Markt wachsen, indem wir den Megatrend der Globalisierung nutzen.

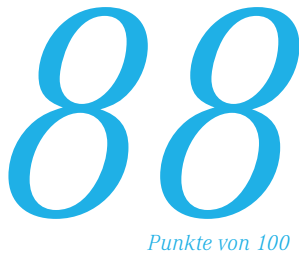
Ziel des Risikomanagementsystems ist es, potenzielle Risiken zu identifizieren und durch geeignete Gegenmaßnahmen zu vermeiden oder zu reduzieren. Das Risikomanagement von Symrise erstreckt sich über sämtliche Konzerngesellschaften und Unternehmenseinheiten. Die Koordination der Risikoerfassung erfolgt auf Ebene des Corporate Centers innerhalb der Abteilung Corporate Compliance. Im Jahr 2012 wurde die Risikoberichterstattung als Steuerungsinstrument für Vorstand und Aufsichtsrat weiterentwickelt.

Wir betrachten Risiken unterteilt in die Kategorien Handel und Markt, unser tägliches Geschäft und Finanzen. Unter den Risiken zu Handel und Markt fassen wir die Erwartungen an unser Produktportfolio, die Rohstoffsituation sowie Faktoren der politischen Stabilität zusammen. Einkaufsrisiken sowie Risiken, die mit Investitionen und Produktion, Innovation, IT oder Umweltaspekten verbunden sind, berücksichtigen wir bei der Betrachtung unseres täglichen Geschäfts. Unter Finanzrisiken verstehen wir Kreditrisiken, das Liquiditätsrisiko, Zins- und Währungsrisiken sowie Steuerrisiken.

Unser Risikomanagementsystem schließt nachhaltigkeitsrelevante Themen als Unterkategorie aller Risikokategorien mit ein – von den Umfeld- und Branchenrisiken über die Beschaffungs- und Produktionsrisiken bis hin zu den Betriebsrisiken. So be-

trachten wir insbesondere Risiken, die aus dem fortschreitenden Klimawandel und der zunehmenden Verknappung endlicher Rohstoffe entstehen. Daraus folgende Konsequenzen wie Schwankungen in der Rohstoffverfügbarkeit, steigende Energiepreise oder Verschärfung staatlicher Regulierungen stellen Risiken für einen nachhaltigen Unternehmenserfolg dar und werden deswegen gezielt in unserer Beschaffungsstrategie, Produktentwicklung und in den Prozessen entlang unserer Supply Chain berücksichtigt.

Gleichzeitig entstehen aus Megatrends wie Klimawandel oder Ressourcenverknappung auch eine Reihe potenzieller Chancen – etwa die Absatzsteigerung bestimmter nachhaltigkeitsbezogener Produktgruppen durch eine Änderung des Konsumentenverhaltens. Zudem sind wir der Ansicht, dass wir durch unsere weltweit einheitlichen und anspruchsvollen Umwelt- und Sozialstandards im Zuge der zunehmenden Anpassung der regulatorischen Rahmenbedingungen in Schwellen- und Entwicklungsländern einen Wettbewerbsvorteil besitzen. Bei der Wahrnehmung von Chancen achten wir prinzipiell darauf, dass ein akzeptables Risikoprofil gewahrt bleibt. Dementsprechend wird durch Richtlinien sichergestellt, dass Risikoabwägungen von Beginn an in den Entscheidungsprozessen des Vorstands berücksichtigt werden.



Führend beim Carbon Disclosure Project

Nach Bewertung der Non-Profit-Organisation Carbon Disclosure Project bezieht Symrise Risiken und Chancen des Klimawandels ins Kerngeschäft ein und weist eine hohe externe Transparenz auf. Mit 88 von 100 Punkten ist Symrise das hinsichtlich seiner Transparenz bestbewertete Unternehmen des MDAX® und gehört zu den Top 5 der chemischen Industrie in Deutschland, Österreich und der Schweiz.

AUDITS

Die Einhaltung der Management-Vorgaben und der landesspezifischen gesetzlichen Bestimmungen wird durch die interne Revision sowie das IMS-Audit überprüft. Die jährliche Auditplanung berücksichtigt alle Prozesse des Managementsystems. Die internen IMS-Audits werden gemäß den ISO 9011 Standards durchgeführt. In regelmäßigen Abständen werden der Vorstand und der Prüfungsausschuss des Aufsichtsrats hierüber unterrichtet. Externe Audits durch Kunden, Behörden und unabhängige Zertifizierungsgesellschaften bestätigen Symrise die kontinuierliche Verbesserung in seinen Managementsystemen.

Werden bei Audits oder Qualitätskontrollen Abweichungen festgestellt, leitet der betreffende Unternehmensbereich Korrekturmaßnahmen ein und dokumentiert diese. Darüber hinaus werden die potenziellen Auswirkungen der Abweichung auf andere Prozesse überprüft und gegebenenfalls Vorbeugemaßnahmen eingeleitet. Gleiches gilt auch im Fall von Reklamationen. Wesentliche Reklamationen, die zu Bußgeldern geführt hätten, oder Bußgelder aufgrund von Verstößen gegen Gesetzesvorschriften in Bezug auf die Zurverfügungstellung und Verwendung unserer Produkte, gab es 2012 nicht.

Jenseits der zahlreichen Vorschriften, die für die Duft- und Geschmacksstoffindustrie gelten, verpflichten wir uns darüber hinaus im Rahmen von Verbänden wie der IFRA (International Fragrance Association), der IOFI (International Organization of the Flavor Industry) und den regionalen und nationalen Verbänden unserer Industrie zu weiteren Standards und arbeiten aktiv an deren Entwicklung mit. Ebenfalls folgt Symrise bereits seit 1997 den Leitlinien der Responsible Care Initiative, um so eine kontinuierliche Verbesserung in den Bereichen Sicherheit, Gesundheit und Umweltschutz zu realisieren – unabhängig von gesetzlichen Vorgaben und darüber hinaus. Weitere Audits zur Sicherung unserer Lieferkette werden weltweit bei Symrise umgesetzt (FSSC 22000). Kernpunkte sind Lebensmittelsicherheit sowie Schutz vor Sabotage, Terrorismus oder unerlaubtem Zugriff auf unsere Rohstoffe und Produkte, beispielsweise durch Zutrittskontrollen und Wachsamkeitsprüfungen.

Im Rahmen von Lieferantenaudits überzeugt sich Symrise von der Leistung der Managementsysteme seiner Lieferanten und Vertragspartner. Symrise nutzt zudem eine offizielle und weltweit anerkannte Plattform – SEDEX (Supplier Ethical Data Exchange) – um die Performance seiner Hauptlieferanten bewerten zu können. Die Kernelemente der Überprüfung sind Gesundheit und Sicherheit, Integrität sowie weitere ethische Prüfungspunkte. Es ist unser langfristiges Ziel, neben unseren Hauptlieferanten alle Lieferanten über dieses System zu bewerten.

AUDITPROGRAMM 2012

REGION	LAND	STANDORT	QUALITY ISO 9001	ENVIRONMENT ISO 14001	OHSAS 18001	FOOD SAFETY ISO 22000	FSSC 22000	FOOD SAFETY IFS	FOOD SAFETY BRC	FOOD SAFETY SQF	FOOD SAFETY AIB	FOOD SAFETY HACCP	HALAL	KOSHER	ORGANIC	EFIS	SOCIAL COMPLIANCE	GMP	FAIR TRADE
EAME	Ägypten	Kairo	•	•	•							•							
EAME	Deutschland	Holzminden	•	•	•		•				•	•	•	•	•	•	•	•	•
EAME	Deutschland	Braunschweig	•	•				•				•			•		•		
EAME	Deutschland	Nördlingen	•	•			•					•					•		
EAME	Deutschland	Hamburg	•	•														•	
EAME	Großbritannien	Corby							•		•	•				•			
EAME	Russland	Rogovo	•	•				•			•								
EAME	Spanien	Parets	•	•				•			•	•				•			
EAME	Südafrika	Isando	•	•				•			•	•				•			
EAME	VAE	Dubai										•							
NA	USA	Branchburg	•							•			•	•	•		•		
NA	USA	Bushy Park	•															•	
NA	USA	Teterboro	•							•			•	•			•		
NA	USA	Elyria								•			•	•					
LA	Argentinien	Tortuguitas	•														•		
LA	Brasilien	Socorro	•	•													•		
LA	Brasilien	Sorocaba	•																
LA	Chile	Santiago de Chile															•		
LA	Kolumbien	Bogotá	•														•		
LA	Mexiko	Monterrey									•						•		
LA	Venezuela	La Victoria	•														•		
AP	Australien	Dee Why					•				•	•		•			•		
AP	China	Pudong	•	•	•		•				•						•		
AP	Indien	Chennai	•	•		•	•				•						•		
AP	Japan	Ibaraki	•	•			•				•						•		
AP	Singapur	Singapur	•	•			•				•		•				•		

DIALOG MIT UNSEREN ANSPRUCHSGRUPPEN

Der Erfolg von Symrise hängt wesentlich davon ab, dass die Unternehmensprozesse bestmöglich an den Bedürfnissen derjenigen ausgerichtet sind, die einen berechtigten Anspruch gegenüber dem Unternehmen haben. Zu unseren wichtigsten Anspruchsgruppen zählen Kunden, Mitarbeiter, Aktionäre, Fremdkapitalgeber, Nachbarn, Politik, Nichtregierungsorganisationen und Geschäftspartner.

Der aktive Austausch mit diesen Anspruchsgruppen hilft Symrise, Erwartungen aufzugreifen und überzeugende Lösungen zu entwickeln. Zentrales Instrument ist dabei eine Wesentlichkeitsanalyse, mit der wir Themen auf ihre strategische Relevanz für Symrise und seine Anspruchsgruppen analysieren. Unter Einbeziehung aller Unternehmensbereiche haben wir in den vergangenen Jahren das weltweite Management aller Anspruchsgruppen durch Symrise durchleuchtet. In Workshops wurde erfasst, welchen tatsächlichen oder möglichen Einfluss unser Handeln auf verschiedene Anspruchsgruppen ausübt und welchen Einfluss diese Gruppen wiederum auf Symrise haben.

Symrise nutzt eine Vielzahl verschiedener Formate und Kommunikationskanäle, um sich mit seinen Anspruchsgruppen auszutauschen - im Unternehmen und über die Unternehmensgrenzen hinaus. Die verschiedenen Dialogangebote werden intensiv wahrgenommen. So fand 2012 erneut eine globale Mitarbeiterbefragung statt, bei der über 80 % der Mitarbeiter Gelegenheit hatten, die Stärken und Schwächen unseres Unternehmens zu bewerten und es so mitzugestalten. Weiterhin standen wir 2012 mithilfe der SEDEX-Plattform mit einer großen Zahl von Rohstofflieferanten zu ethischen Themen im Dialog. Um unsere Kunden und Investoren über aktuelle Entwicklungen bei Symrise zu informieren, haben wir erneut in aller Welt Roadshows und Innovationstage veranstaltet. Auf diesen und vielen weiteren Wegen haben wir viele wertvolle Rückmeldungen erhalten, die in unsere weitere Arbeit einfließen.

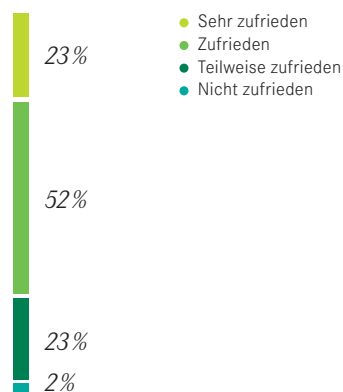
Im Geschäftsjahr 2012 haben wir im Rahmen einer umfassenden internationalen Befragung der wichtigsten Anspruchsgruppen über 600 Kunden, Mitarbeiter, Investoren, Lieferanten, Nachbarn, Medienvertreter, NGOs, Ratingagenturen und Indus-

trieverbände eingeladen, ihre Einschätzung zu Nachhaltigkeitsthemen sowie zu unserer Performance in den einzelnen Bereichen entlang unserer gesamten Wertschöpfungskette mit uns zu teilen. 294 Stakeholder haben an der Befragung teilgenommen und den Fragebogen vollständig beantwortet. Dies entspricht einer Rücklaufquote von über 45 %.

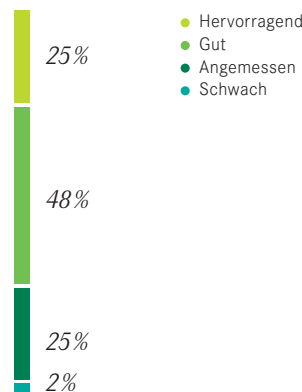
Auf der Grundlage der Befragungsergebnisse haben wir unsere Wesentlichkeitsmatrix kritisch überprüft und wo nötig angepasst. Die Themen, zu denen unsere Stakeholder besonders hohe Erwartungen an uns richten, diskutieren und evaluieren wir im Sustainability Board. Im Vergleich zum Vorjahr haben insbesondere die Themen „Gewährleistung höchster Produktsicherheit“, „Effiziente Rohstoffnutzung“ und „Arbeitssicherheit und Gesundheitsschutz“ für unsere Stakeholder an Bedeutung gewonnen. „Spenden, Sponsoring und Volunteering“ wird hingegen als etwas weniger relevant betrachtet. Zugleich haben die Themen „Biodiversität“, „Verwendung nachwachsender Rohstoffe“ sowie „Mitarbeiterförderung und -entwicklung“ für Symrise an Gewicht gewonnen.

NACHHALTIGKEITSSTRATEGIE UND NACHHALTIGKEITSLEISTUNG VON SYMRISE

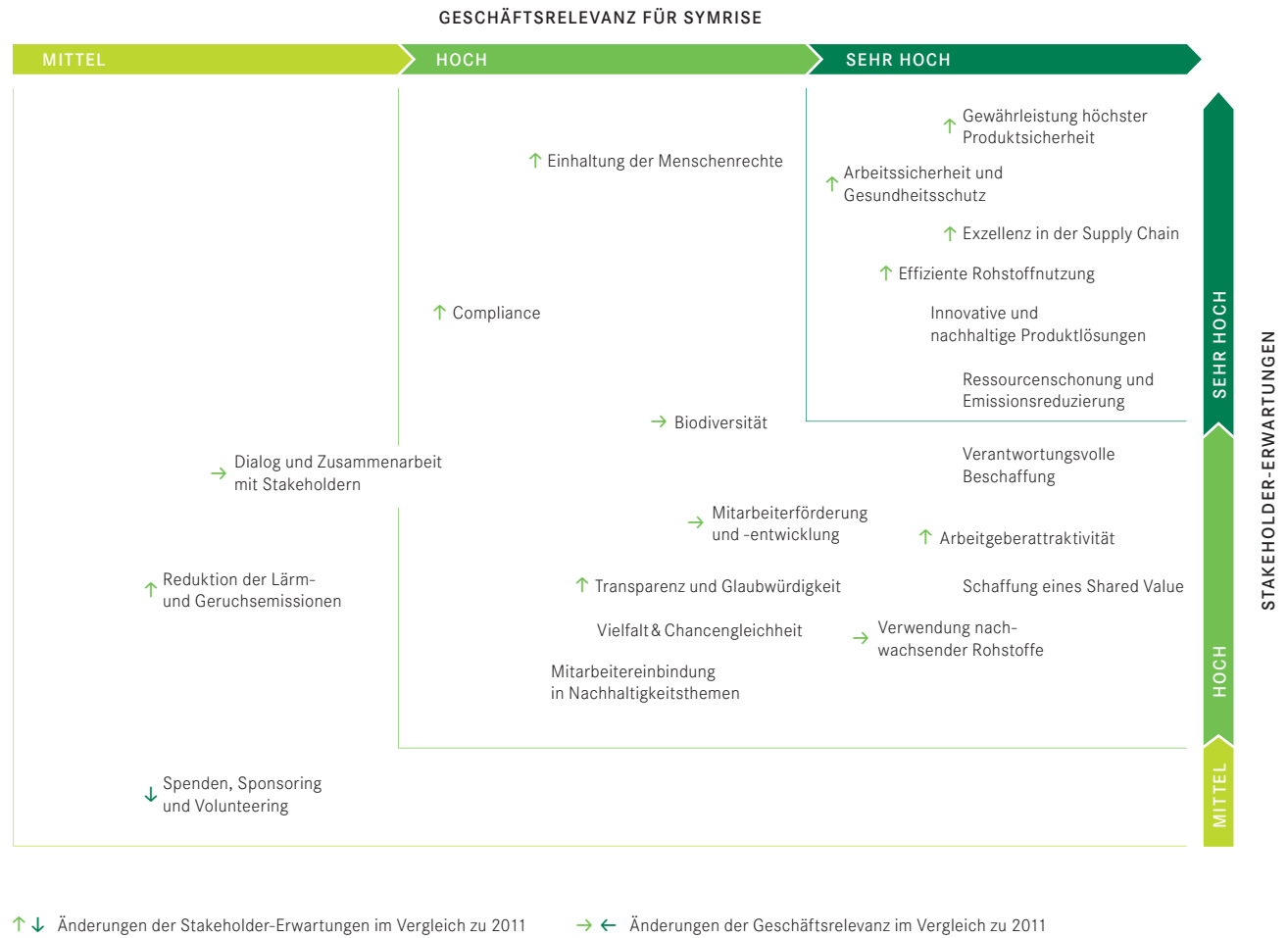
Wie zufrieden sind Sie allgemein mit der Nachhaltigkeitsstrategie von Symrise?



Wie würden Sie insgesamt die Nachhaltigkeitsleistung von Symrise gegenüber anderen Unternehmen in der Branche beurteilen?



WESENTLICHKEITSMATRIX



Die Ergebnisse der Bewertung der Nachhaltigkeitsleistung von Symrise zeigen, dass etwa drei Viertel der Befragten zufrieden bis sehr zufrieden mit unserer strategischen Vorgehensweise im Bereich Nachhaltigkeit sind und unsere Leistung in diesem Bereich im Vergleich zu unseren Wettbewerbern als gut bis hervorragend bewertet wird.

Generell zeigt sich eine hohe Korrelation zwischen den Themen, die von unseren wichtigsten Anspruchsgruppen als relevant erachtet werden, und einer positiven Leistungsbewertung von Symrise

in diesen Aspekten. Im Mittelwert wird Symrise in allen Themen eine gute bis sehr gute Performance attestiert. Lediglich bei den Themen „Mitarbeiterförderung und -entwicklung“, „Gesellschaftliches Engagement“ und „Biodiversität“ zeigte sich ein geringer Prozentsatz der Befragten (zwischen 7 % und 9 %) unzufrieden mit der Leistung von Symrise. Obgleich diesen eine Mehrzahl positiver Bewertungen gegenüber stehen, nehmen wir diese Kritik ernst und haben hierzu in den entsprechenden Berichtskapiteln Stellung bezogen.

Beschaffung

Die Rohstoffbeschaffung stellt für uns den ersten Ansatzpunkt nachhaltiger Wertschöpfung dar. Dabei stehen wir teils divergierenden Erwartungen unserer Stakeholder sowie einer Vielzahl praktischer Herausforderungen bei der Umsetzung nachhaltiger Beschaffungsprinzipien gegenüber. Durch eine vorausschauende Geschäftspraktik gehen wir auf diese Herausforderungen verantwortungsbewusst und zukunftsorientiert ein.

HERAUSFORDERUNGEN FÜR EINE NACHHALTIGE BESCHAFFUNG

- Preisvolatilität bei Rohstoffen
- Sicherung der Produktqualität
- Permanente Lieferfähigkeit
- Lokale Beschaffung
- Durch den Klimawandel bedingte Risiken

ERWARTUNGEN UNSERER STAKEHOLDER

- Wettbewerbsfähige Preise
- Umweltfreundliche Rohstoffe
- Lokale Beschaffung
- Sozial verantwortungsvolle Beschaffung
- Achtung der Menschenrechte
- Zertifizierung der Rohstoffe
- Rückverfolgbarkeit der Rohstoffe

Bei der Herstellung unserer Produkte verwenden wir circa 10.000 natürliche und synthetische Rohstoffe aus über 100 Ländern. Sie bilden die Basis für die Produktion unserer etwa 30.000 verschiedenen Produkte aus den Bereichen Duft- und Geschmackstoffe, kosmetische Grund- und Wirkstoffe sowie funktionale Inhaltsstoffe. Der überwiegende Teil unserer Produkte sind kreative Kompositionen aus einer Vielzahl von Rohmaterialien. Neben Trägerstoffen wie zum Beispiel Ethanol bestehen sie vor allem aus wertgebenden Vorprodukten, d.h. aus aromatischen Bestandteilen und Wirkkomponenten. Auf diese legen wir in unserer Beschaffungsstrategie einen besonderen Fokus.

Langfristiges Wachstum ist nur möglich, wenn wir weiterhin in der Lage sind, Rohstoffverfügbarkeit und -qualität zu sichern sowie preislich wettbewerbsfähig zu bleiben. Da einige der für Symrise strategischen Rohstoffe nur in unserer Industrie eingesetzt werden und wir bestimmte Vorprodukte nur in geringen Mengen beziehen, sind unsere Marktmacht und Einflussmöglichkeiten in verschiedenen Lieferketten sehr unterschiedlich ausgeprägt. Das stellt uns vor große Herausforderungen - sowohl bei der Rohstoffbeschaffung als auch im Lieferantenmanagement.

Einerseits stehen wir beim Rohstoffeinkauf zum Teil im flächenmäßigen Wettbewerb mit der Produktion von Lebensmittelrohstoffen oder biologischen Brennstoffen. Andererseits beziehen wir einen Großteil unserer Vorprodukte aus Ländern mit zum Teil problematischen sozialen Bedingungen. Da diese Rahmenbedingungen die Qualität, die Verfügbarkeit und den Preis der von uns eingesetzten Rohstoffe beeinflussen, ist es nicht nur eine Frage verantwortungsvoller Beschaffungspraktiken, sondern auch im Sinne unserer langfristigen Wirtschaftlichkeit, wenn wir in unseren gesamten Einkaufsprozessen die höchsten ökologischen und sozialen Standards etablieren und verbreiten wollen.

Aufgrund dieser komplexen und dynamischen Verhältnisse richten wir die Organisationsstruktur des Einkaufs kontinuierlich auf die wechselnden Verhältnisse im Markt aus. Zur Optimierung der Versorgungskette ist die Beschaffung bei Symrise dezentral in den beiden Geschäftsbereichen Scent & Care und Flavor & Nutrition organisiert. 2012 übernahmen wir das bereits in der Logistik erfolgreich eingesetzte Scorecard-System in den Rohstoffeinkauf. Dies erlaubt uns ein effektiveres Monitoring

unserer Prozesse auf Basis produktspezifischer KPIs. Langfristiges strategisches Denken hat hier den Vorrang vor kurzfristigen Kosteneinsparungen. Diesen Ansatz verfolgen wir mit unserem Responsible Sourcing Modell: Wir setzen auf langfristige Vereinbarungen und Kooperationen mit unseren Lieferanten, soziales und ökologisches Engagement vor Ort – und auf strategische Partnerschaften mit unseren Schlüsselkunden.

RESPONSIBLE SOURCING MODELL:

WACHSTUM

- Wir sichern unsere Rohstoffversorgung langfristig
- Wir leisten einen Beitrag zum Schutz biologischer Vielfalt
- Wir helfen Anbauern bei der Diversifizierung
- Wir verbessern den Lebensstandard der Anbauer
- Wir erhöhen die Wertschöpfung vor Ort

EFFIZIENZ

- Wir reduzieren transportbedingte Emissionen
- Wir investieren in regenerative Energiequellen
- Wir steigern mithilfe von Trainings die Produktivität
- Wir investieren in die lokale Infrastruktur

PORTFOLIO

- Wir bieten unseren Kunden verantwortungsvolle Produkte
- Wir erzielen optimale Qualität und Erträge
- Wir schaffen Transparenz durch Zertifizierungen

Im Jahr 2012 betrug unser Einkaufsvolumen an Rohstoffen, die zu Produkten weiterverarbeitet wurden, 202.000 Tonnen. Die Prozessverluste sind verhältnismäßig gering und entstehen vor allem in Extraktions- und Destillationsprozessen. Verluste versuchen wir, dort wo es möglich und sinnvoll ist, durch Recycling zu reduzieren. So werden beispielsweise Lösungsmittel, die in Produktionsprozessen benötigt werden, mehrfach aufgereinigt und wiederverwendet.



Rainforest Alliance Certified

Symrise Vanille entspricht jetzt den strengen Kriterien der Rainforest Alliance. Eine Gruppe von 1.073 Bauern in 29 Dörfern der Region SAVA hat sich dafür nach dem SAN Standard für nachhaltige Landwirtschaft zertifizieren lassen. Um die Bauern dabei zu unterstützen, haben Symrise Mitarbeiter über viele Monate eng mit ihnen zusammengearbeitet und partnerschaftlich die Umsetzung von Maßnahmen begleitet. Das Unternehmen engagiert sich seit vielen Jahren auf Madagaskar mit dem erklärten Ziel, dass die Beschaffung der Vanille zu 100% unter fairen Bedingungen geschieht. Die Zertifizierung ist ein weiterer wichtiger Meilenstein auf dem Weg dorthin.

Allein in der Rohstoffproduktion für Aromen werden so jährlich rund 1.800 Tonnen Lösungsmittel in den Prozess zurückgeführt.

Die von uns eingekauften Hilfs- und Betriebsstoffe sind vor allem Brennstoffe. Hinzu kommen Verpackungsmaterialien. Wo möglich, liefern wir unsere Produkte in Großgebinden, die wir dann zurücknehmen und wiederverwenden. 2012 haben wir weltweit etwa 23.500 Tonnen Packmaterial eingesetzt. Die Recyclingquote betrug 26%.



that's onion!®

Zwiebeln sind ein wichtiger Baustein in fast allen kulinarischen Anwendungen und für Symrise das volumenstärkste Gemüseprodukt. Seit über 60 Jahren beziehen wir den Rohstoff aus dem direkten Umfeld unseres Standorts Holz-
 minden. Durch die kurzen Wege vom Feld zur Fabrik können wir den Transport auf ein Minimum beschränken. Die Prozessrückstände unserer Produktion überführen wir in Biogasanlagen, die damit elektrische Energie, Wärme und Dünger erzeugen. So weisen unsere Zwiebelextrakte und -aromen einem extrem niedrigen Carbon Footprint auf. Von diesem Ansatz profitieren alle: Unsere Kunden erhalten einzigartige kulinarische Spezialitäten, die Landwirte vor Ort haben Planungssicherheit dank langjähriger Verträge und wir können uns auf die erntefrische Qualität und konstante Verfügbarkeit verlassen. 2012 haben wir diesen Wettbewerbsvorteil unserer Taste Competence im Bereich Gemüse in einer neuen Marke gebündelt: *that's onion!®* verbindet unsere Expertise in nachhaltiger Beschaffung mit unserer Kompetenz in der kulinarischen Produktentwicklung. In den kommenden Jahren werden wir diesen Ansatz weiter ausbauen und bis 2020 zudem unsere Gemüserohstoffe zu 100% nachhaltig einkaufen.

LOKALE WERTSCHÖPFUNG

Im Hinblick auf wichtige Kernkompetenzen haben wir die Standorte unserer internationalen Produktionsstätten gezielt anhand der lokalen Verfügbarkeit der hauptsächlich eingesetzten Rohstoffe gewählt. Die Rückwärtsintegration in die Zitrus-Wertschöpfungskette in Brasilien und die Vanille-Wertschöpfungskette auf Madagaskar sind ebenso Beleg dafür wie das Gemüse aus unmittelbarer Nachbarschaft zum deutschen Standort Holzminden, das auch hier weiterverarbeitet wird.

Wir kaufen dort nicht nur unsere Rohstoffe, sondern sind in die lokale Wirtschaft integriert, produzieren dort und schaffen Wert. Dieser Ansatz ermöglicht uns eine Einflussnahme auf Faktoren wie Anbaumethoden, Frucht Auswahl und Erntezeitpunkt und bringt uns somit Vorteile durch hohe Ausbeuten, sichere Versorgung, beste Qualität und größtmögliche Rückverfolgbarkeit. Gleichzeitig unterstützen wir lokale sozioökonomische Strukturen und leisten einen Beitrag zur Wertschöpfung vor Ort. Nicht zuletzt wird damit eine erhebliche Reduktion von Kosten, Transportwegen und eine Verringerung klimarelevanter Emissionen erzielt. 2012 haben wir 53,8 % unseres Einkaufsbudgets für Zulieferer ausgegeben, die im inländischen oder angrenzenden Umfeld unserer wesentlichen Unternehmensstandorte ansässig sind.

Bei der Rückwärtsintegration unserer Supply Chain kann es auch zu Fusionen und Akquisitionen kommen. Dafür haben wir eine Unternehmensrichtlinie und entsprechende Prozesse für die Due Diligence definiert, in deren Rahmen wir im Vorfeld der Integration neben etwaigen ökologischen Risiken auch die Einhaltung von Menschen- und Arbeitnehmerrechten prüfen. Gleiches gilt für wesentliche Investitionen, die wir als Unternehmen tätigen. Im Jahr 2012 gab es keine Situation, auf die dies anwendbar war. Bei vergangenen Akquisitionen, beispielsweise bei der Übernahme von Aromatics/Origines auf Madagaskar, wurden Menschenrechtsaspekte in unsere Due Diligence einbezogen.

Wir werden unseren Ansatz der verantwortungsvollen, lokalen Beschaffung in beiden Divisionen in den nächsten Jahren weiter ausbauen. Wesentliche

Beispiele im Jahr 2012 sind die Diversifizierung unseres Rohstoffportfolios auf Madagaskar sowie die Erweiterung unseres Portfolios Ecocert zertifizierter Parfümerierohstoffe. Hier haben wir unser Angebot vervierfacht. Eine vollständige Rückwärtsintegration ist jedoch nicht für alle Supply Chains natürlicher Rohstoffe möglich und sinnvoll. Im Mittelpunkt der Weiterentwicklung stehen vielmehr auf jede Rohstoffkette maßgeschneiderte Ansätze, die insbesondere Risiken des sogenannten Single Sourcing, d. h. des Bezugs strategischer Rohstoffe von nur einem Lieferanten, adressieren.

LIEFERANTENMANAGEMENT

Bereits die Vorgängerunternehmen von Symrise hatten ein systematisches Lieferantenmanagement eingeführt, um sicherzustellen, dass Lieferanten den Unternehmensrichtlinien in punkto Qualitätsmanagement, Produktsicherheitspolitik und Umweltmanagement gerecht werden. In den letzten Jahren haben wir diese Prozesse unter Nachhaltigkeitsgesichtspunkten überarbeitet und erheblich erweitert. Im Mittelpunkt steht die gemeinschaftliche Umsetzung mit unseren Schlüssellieferanten.

Neben Angaben in den Bereichen Qualität, Produktsicherheit und Umwelt müssen neue Lieferanten in einem detaillierten Zulassungsprozess Auskunft zu ihrem Nachhaltigkeitsprogramm, zur Übernahme sozialer Verantwortung in ihrer Lieferkette und zur Berücksichtigung ethischer Standards geben. Die wahrheitsgemäße Beantwortung des Lieferantenaufnahmefragebogens ist die nicht verhandelbare Basis für das Zustandekommen einer Geschäftsbeziehung. Wir fordern die Wahrung der allgemeinen Menschenrechte, den Verzicht auf jegliche Form der Kinderarbeit und Zwangsarbeit sowie die Einhaltung gesetzlicher Vorgaben zu Arbeitssicherheit und Gesundheitsschutz. Darüber hinaus erwarten wir von unseren Lieferanten, dass sie ihren Mitarbeitern das Recht auf Versammlungsfreiheit und Kollektivverhandlungen zugestehen, mindestens die gesetzlichen Vorgaben zu Arbeitszeiten und Entlohnung ihrer Mitarbeiter einhalten und sich eindeutig gegen Diskriminierung und Misshandlung bekennen.

Diese Standards sind Teil unseres konzernweiten Risikomanagements. Wir führen systematische Risiko- und Performancebewertungen aller Lieferanten auf der Grundlage wirtschaftlicher, ökologischer und sozialer Aspekte durch. Kriterien für diese Risikoanalyse sind:

- Umsatz mit dem jeweiligen Lieferanten
- strategische Bedeutung des Rohstoffs
- Anzahl alternativer Bezugsquellen für den Rohstoff
- Ergebnis der Lieferantenqualifizierung
- Herkunftsland des Lieferanten

Aus dieser Analyse resultiert eine gewichtete, globale Risikomatrix, welche die Basis unseres Lieferantenauditplans darstellt. Nicht nur Rohstofflieferanten, sondern auch Spediteure und Verpackungslieferanten werden hier betrachtet. Bei Lieferanten mit besonders ausgeprägtem Risiko, kritischen Rohstoffen oder in der Bewertung offenkundig gewordenen Problemen führen wir Audits gemäß einem global festgelegten Verfahren durch. Schwerpunkte sind dabei Produktsicherheit, Qualitätsmanagement, Arbeitssicherheit, Gesundheit, Umwelt und soziale Verantwortung. Entsprechen eines oder mehrere Kriterien nicht unseren definierten Standards, wird der Lieferant im Detail darüber informiert und es werden gemeinsam Maßnahmen zur Entwicklung des Lieferanten erarbeitet und eingeleitet. Gelingt es dem Lieferanten nicht, die verlangten Standards zu erreichen, wird zunächst im Sinne einer Sanktionierung das Bestellvolumen bei diesem Lieferanten reduziert. In letzter Instanz wird die Geschäftsbeziehung zu diesem Lieferanten beendet. Fälle, in denen eine Lieferantenbeziehung aufgrund eines Verstoßes gegen Ausschlusskriterien beendet wurde, gab es 2012 nicht.

Die internationale Plattform des Supplier Ethical Data Exchange (SEDEX) ist ein wichtiges Werkzeug, das wir sowohl zur Lieferantenbeurteilung als auch zur Offenlegung unserer eigenen Daten gegenüber unseren Kunden nutzen. Auf der Plattform der Non-Profit-Organisation SEDEX stellen wir – ebenso wie viele unserer Zulieferer, Wettbe-



Social Business in Ghana

Im Rahmen unserer Partnerschaft mit PlaNet Finance, einem der Mitinitiatoren des Star Shea Network, haben wir in die verantwortungsvolle Beschaffung von Shea Butter in Ghana investiert. Der natürliche Rohstoff ist ein etablierter Bestandteil vieler kosmetischer Produkte. Symrise erhält so Zugang zu qualitativ hochwertiger, fair gehandelter und vollständig rückverfolgbarer Shea Butter. Die Zusammenarbeit mit Star Shea werden wir in den kommenden Jahren weiter intensivieren.

werber und Kunden – Informationen zu Arbeitsbedingungen und Arbeitnehmerrechten, Gesundheit und Sicherheit, Umwelt und ethischen Geschäftspraktiken ein. Bereits seit 2006 legen wir zahlreichen Kunden mithilfe von SEDEX unsere eigenen Daten offen. Alle Produktionsstandorte von Symrise sind mittlerweile SEDEX-registriert.

2011 haben wir unsere Mitgliedschaft bei SEDEX erweitert, um unsere nachhaltige Rohstoffversorgung weiter zu stärken und Risiken systematisch zu identifizieren. 2012 haben wir 100 Lieferanten eingeladen, sich bei SEDEX zu registrieren und uns ihre Daten offenzulegen. Damit decken wir bereits jetzt über 50 unserer größten Lieferanten ab. Bis 2015 werden wir unsere 250 wichtigsten Lieferanten anhand der von SEDEX festgelegten Kriterien bewerten. Damit erfassen wir über 80 % unseres Einkaufsvolumens.

STANDARDS UND ZERTIFIZIERUNGEN

Die Einhaltung nationaler und internationaler gesetzlicher Vorgaben zum Schutz natürlicher Ressourcen ist bei Symrise fester Bestandteil der Einkaufspolitik. Der Einsatz von pflanzlichen und tierischen Rohstoffen, die von der CITES (Convention on International Trade in Endangered Species of Wild Fauna and Flora) gelistet sind, ist konzernweit nur dann gestattet, wenn sichergestellt ist, dass der Lieferant die Nachhaltigkeit der Rohstoffe nachweisen kann.

Bei wesentlichen von uns eingesetzten natürlichen Rohstoffen bemühen wir uns um die Beschaffung von Ausgangsprodukten mit zertifizierter Herkunft. Beispielsweise verwenden wir weltweit zu großen Teilen Palmöl, das vom Round Table on Sustainable Palm Oil zertifiziert (RSPO) ist. Der RSPO versucht, als zentrale Organisation nachhaltige Anbaumethoden für Palmöl zu fördern und so die Umweltschädigung zu begrenzen. Zertifizierungen wie Bio oder Fair Trade haben dagegen, gemessen an unserem Einkaufsvolumen, eine noch untergeordnete Rolle.

Da unsere Produkte mengenmäßig oftmals nur einen geringen Anteil am Endprodukt ausmachen, bezieht sich die Nachfrage unserer Kunden nach zertifizierten Produkten bisher in der Regel auf besonders ikonische Inhaltsstoffe für hochwertige Endprodukte, wie zum Beispiel die Vanille. Weltweit stehen etwa 1.500 Rohstoffe von Symrise für den Einsatz in Bio oder Fair Trade Produkten zur Verfügung. Das entspricht etwa 15% unseres Rohstoffportfolios in der EAME Region. Der wachsende Verbraucherwunsch nach verantwortungsvollen, zertifizierten Produkten gibt eine deutliche Richtung der Produktentwicklung und Rohstoffauswahl vor. Wir gehen davon aus, dass der Anteil zertifizierter Produkte weiter steigen wird. 2012 haben wir über 1.000 Vanillebauern auf Madagaskar, mit denen wir direkt zusammenarbeiten, bei der Zertifizierung durch die Rainforest Alliance unterstützt.

Dem verantwortungsvollen Umgang mit Tieren messen wir ebenfalls eine hohe Bedeutung bei: Symrise hält und verarbeitet selbst keine Tiere. Der Anteil an Rohstoffen tierischen Ursprungs ist mit etwa 2% sehr gering. Dennoch erwarten wir von

allen unseren Lieferanten, die mit lebenden Tieren agieren, dass sie die gesetzlichen Vorgaben sowie Industriestandards zu Tierrechten einhalten. Unser Einkauf weist diese Lieferanten in regelmäßigen Gesprächen auf die fünf Rechte von Tieren in landwirtschaftlichen Tierhaltungen hin: das Recht auf Fütterung und Tränkung, das Recht auf Wohlbefinden, das Recht auf Schmerz- und Verletzungsfreiheit und Gesundheit, das Recht auf artgerechtes Verhalten und das Recht auf eine Behandlung, die weder Angst noch Leid verursacht. Unter anderem hat Symrise bereits festgelegt, nur Eiprodukte zu beziehen, wenn die Hühner mindestens in Bodenhaltung gehalten werden. Damit gehen wir über die Anforderungen der europäischen Gesetzgebung hinaus.

Beeinflusst wird unser Produktportfolio auch von unserer starken Präsenz in Emerging Markets. Gerade im Mittleren Osten und Nordafrika ist die Nachfrage nach Produkten groß, die als Kosher oder Halal zertifiziert sind. Doch auch in weiten Teilen Asiens und in den USA nimmt die Bedeutung dieser Zertifizierungen zu. Weltweit sind bereits 45% unserer Rohstoffe als halal zugelassen, 48% sind kosher.



Doppelter Nutzen

Auf Madagaskar startete Symrise 2012 ein Pilotprojekt zur Anpflanzung des tropischen Süßgrases Vetiver. Während Vetiveröl mit seinem holzig-balsamischen Duft ein wichtiger Rohstoff in der Parfümerie ist, sind die Pflanzen dank ihres langen und weitverzweigten Wurzelwerks gleichzeitig ein guter Schutz gegen Bodenerosion. Diese ist ein schwerwiegendes Problem auf Madagaskar. Für die Bauern ist der Verkauf der Vetiverwurzeln zudem eine willkommene zusätzliche Einkommensquelle.



Entscheidung für Langfristigkeit

Lavendel aus dem Süden Frankreichs ist seit jeher ein wichtiger Rohstoff für die Parfümerie. 2012 hat Symrise beschlossen, künftig CENSO zertifiziertes Lavendel- und Lavandinöl zu beziehen und damit den Nachhaltigkeitsansatz des französischen Lavendelsektors zu unterstützen. Gleichzeitig unterstützen wir seit 2012 das Forschungszentrum CRIEPPAM und arbeiten mit den Forschern exklusiv an neuen, vielversprechenden Lavendelqualitäten. Weitere Informationen: www.censo-lavande.fr/en

Bereits heute hat Symrise mehr als 1.500 Rohstoffe zur Verfügung, um biozertifizierte Produkte herzustellen. Die Zahl der zertifizierten Parfümerierohstoffe stieg 2012 von 17 auf 73.

17  73

Genetisch veränderte Rohstoffe setzen wir nur zu einem sehr geringen Teil ein; weltweit betrifft dies etwa 1 % unseres Rohstoffportfolios. Wenn wir genetisch veränderte Rohstoffe verwenden, folgen wir dabei den lokalen regulatorischen Anforderungen sowie den höchsten Lebensmittelsicherheitsstandards. Ein wesentliches Kriterium ist dabei die Verbraucherakzeptanz und die damit verbundene Nachfrage. Eingesetzt werden diese Materialien überwiegend in Nordamerika und Asien. In Europa verwenden wir gemäß unserer Unternehmenspolitik keine genetisch veränderten Produkte.

SYNTHETISCHE VERSUS NATÜRLICHE ROHSTOFFE

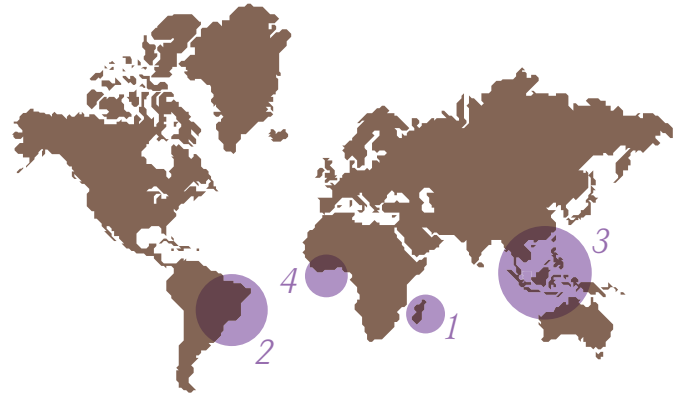
Es besteht ein steigender Wunsch von Endkunden nach natürlichen, nachwachsenden Rohstoffen. Allerdings sind viele synthetische Rohstoffe nach heutigem Stand nicht oder kaum durch nachwachsende zu ersetzen. Zwar beläuft sich der Anteil von Rohstoffen natürlichen Ursprungs in unserem Portfolio bereits auf mehr als die Hälfte und steigt kontinuierlich. Ein vollständiger Verzicht auf synthetische Rohstoffe ist in vielen Fällen aber nicht nur ökonomisch abwegig, sondern würde auch teils komplexe ökologische und soziale Folgewirkungen mit sich bringen. So führt etwa die verstärkte Nutzung nachwachsender Rohstoffe nicht nur zu einem Anstieg des Flächenbedarfs, sondern konkurriert auch zunehmend mit der Erzeugung von Lebensmitteln und dem Erhalt von Biodiversität, welche wiederum eine wichtige Voraussetzung für kosmetische oder medizinische Produktinnovationen ist.

Synthetische Rohstoffe verbrauchen in der Herstellung oft weniger Energie als die Ernte und der Transport der natürlichen Version. Zudem sind die Anteile wertgebender Substanzen in Pflanzen stark abhängig von klimatischen und geologischen Bedingungen – ein Risiko, das bei synthetischer Herstellung entfällt. Die Nutzung fossiler Ressourcen zur Herstellung chemischer Produkte macht zudem nur einen sehr kleinen Anteil am weltweiten Verbrauch aus. Unser Ziel kann also nicht sein, vollständig auf Rohstoffe natürlichen Ursprungs umzustellen. Vielmehr wollen wir unsere Abhängigkeit von endlichen Rohstoffen weiter reduzieren. Deswegen haben wir die Identifizierung alternativer Verfahren zur Gewinnung synthetischer Substanzen zu einem unserer Forschungsschwerpunkte gemacht.

Die Entscheidung, ob ein natürlicher Stoff oder sein synthetisches Äquivalent eingesetzt wird, hängt vom jeweiligen Produkt ab. Wir legen – unabhängig von der Rohstoffquelle – Wert auf den nachhaltigen Umgang mit Ressourcen und versuchen, unsere Ausbeuten zu maximieren. Zu dieser Strategie halten wir auch unsere Lieferanten an. Nur eine solche weit reichende, integrierte Sichtweise sichert uns auch in Zukunft unseren wirtschaftlichen Erfolg.

ROHSTOFFVIELFALT

Symrise bezieht weltweit ein breites Spektrum unterschiedlichster Rohstoffe aus der Natur. Unser langfristiger Geschäftserfolg ist damit eng an den Erhalt biologischer Vielfalt gekoppelt. Dieser Nachhaltigkeitsherausforderung stellen wir uns auf vielfältige Weise.



Madagaskar

1 // Der Inselstaat vor der Küste Ostafrikas ist bekannt für seine erlesenen Gewürze wie Vanille, Pfeffer und Gewürznelken. Die Vielfalt ist einzigartig: Rund 80% der dort heimischen Pflanzwelt gibt es nirgendwo sonst auf der Welt. Als einziges Unternehmen seiner Industrie hat Symrise eine Niederlassung auf Madagaskar und engagiert sich für den Erhalt der Biodiversität.

Brasilien

2 // Brasilien ist nicht nur der weltgrößte Orangenproduzent, sondern auch ein Land mit einer beeindruckenden Flora und Fauna. Der atlantische Regenwald (Mata Atlântica) ist allerdings stark bedroht. Symrise Brasilien engagiert sich durch den Schutz bedrohter Waldflächen, durch den Verzicht auf ökologisch bedenkliche Rohstoffe und durch gemeinsame Naturschutzprojekte mit Kunden.

Südostasien

3 // Ob Patchouli, Jasmin oder Tee: Die Natur Südasiens ist eine unverzichtbare Quelle wichtiger Rohstoffe für die Duft- und Aromenindustrie. Symrise ist in 12 Ländern Asiens und des Pazifikraums präsent und erzielt dort rund 23% seines Umsatzes. Eine nachhaltige Rohstoffbeschaffung wird dabei immer wichtiger.

Westafrika

4 // Afrika gilt als ärmste Region der Welt und zugleich als Kontinent der Chancen. Die Wirtschaft wächst dynamisch. Das birgt allerdings auch Gefahren für die schützenswerte Artenvielfalt – besonders in den Küstenregionen Westafrikas. Symrise engagiert sich in verschiedenen sozialen Projekten vor Ort und setzt zunehmend auf nachhaltige Beschaffung.

Innovationen

Symrise ist mit seinen beiden Geschäftsbereichen Scent & Care und Flavor & Nutrition einer der erfolgreichsten globalen Player – sowohl in den etablierten Märkten als auch in den aufstrebenden Ländern in Asien, Lateinamerika oder im Nahen und Mittleren Osten. Entsprechend groß ist die Produktpalette von Symrise: Unterschiedliche soziale und kulturelle Konsumentenpräferenzen treffen auf globale Trends zu Gesundheit und Wohlbefinden und begründen konkrete Erwartungen an die Produkte. Auf diese Entwicklungen reagieren wir nicht nur kurzfristig oder zufällig. Wir gestalten sie aktiv mit.

HERAUSFORDERUNGEN FÜR EINE NACHHALTIGE PRODUKTPOLITIK

- Weltweite Bereitstellung hoher Produktvolumina in bester Qualität
- Befriedigung steigender Endkundennachfrage nach gesundheitsfördernden Produkten
- Enge Zusammenarbeit mit strategisch wichtigen Kunden
- Partnerschaften mit Unternehmen, Forschungsinstituten und Universitäten
- Verknüpfung von Markt- und Konsumentenforschung mit F & E

Erfolgreiche Aktivitäten im Bereich Forschung & Entwicklung bilden die Grundlage der Wettbewerbsfähigkeit von Symrise. Indem wir ständig innovative Produkte und nachhaltige Lösungen entwickeln, sind wir unseren Kunden ein kreativer und wertvoller Partner. Das Produktportfolio von Symrise reicht dabei von Duft- und Geschmackslösungen, kosmetischen Grund- und Wirkstoffen bis hin zu funktionalen Inhaltsstoffen. Damit bedienen wir Parfüm-, Kosmetik- und Lebensmittelhersteller, die pharmazeutische Industrie sowie Produzenten von Nahrungsergänzungsmitteln. Neben höchsten Ansprüchen an die Qualität und Produktsicherheit unserer Produkte setzen wir gezielt an der Erforschung von Konsumenteninteressen an und entwickeln auf dieser Basis neue Produktlösungen.

INNOVATION BEI SYMRISE

Die Produktentwicklung bei Symrise ist gleichermaßen zentral wie dezentral organisiert. So verfolgen die Geschäftsbereiche und Business Units geschäftsfeldspezifische eigene F&E Aktivitäten, die auch direkt in den Märkten vor Ort stattfinden.

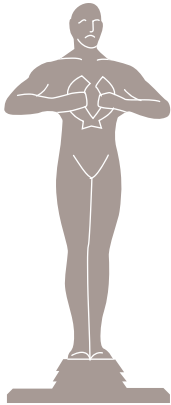
ERWARTUNGEN UNSERER STAKEHOLDER

- Größtmögliche Produktsicherheit
- Innovative und nachhaltige Produktlösungen
- Produkte, die zu Gesundheit und Wohlbefinden beitragen
- Verwendung erneuerbarer Rohstoffe
- Effizienter Rohstoffeinsatz
- Alternativen zu Tierversuchen

Gleichzeitig stehen sie im Bereich Technologien, Verfahren und Forschungsergebnisse in engem Austausch und erschließen so Synergiepotenziale. Beispielsweise sind Freisetzungssysteme, bioaktive Inhaltsstoffe und sensorische Forschung von divisionsübergreifender Bedeutung und werden in enger Zusammenarbeit erforscht und dann an die jeweiligen relevanten Anwendungen angepasst.

Der Innovationsprozess bei Symrise ist von der Idee bis zum marktfähigen Produkt nach einem unternehmensweit einheitlichen Stufenmodell mit Entscheidungsfiltern organisiert. Zudem wird er permanent weiterentwickelt. So sind wir in der Lage, sich verändernde Konsumentenpräferenzen frühzeitig zu antizipieren und zu bedienen.

Symrise arbeitet mit zahlreichen regionalen und internationalen Kunden an gemeinsamen Entwicklungsprojekten. Unser Leitprinzip der Open Innovation hilft uns, Kreativität und Effizienz mit Ressourcenschonung und Umweltschutz zu verbinden. Zahlreiche Kundenauszeichnungen im Bereich „Innovation“ zeigen, dass wir auf dem richtigen Weg sind.



Innovativstes Unternehmen des vergangenen Jahrzehnts

Unsere Forschung im Bereich Life Essentials wurde 2012 gleich mehrmals mit Preisen für Produktinnovationen ausgezeichnet. Neben drei der begehrten BSB Awards für innovative Rohstoffe wurde Symrise die Sonderauszeichnung „Most Innovative Cosmetics Raw Material Supplier Company Within The Last 10 Years“ verliehen und damit die andauernde hohe Innovationskraft von Symrise gewürdigt, von der unsere Kunden profitieren.

Durch unsere Trendstudien, Marktanalysen und Konsumentenforschung stellen wir in den letzten Jahren vermehrt fest, dass Verbraucher Produkte erwarten, die nicht nur ihre Sinne ansprechen, sondern gleichzeitig zu Gesundheit und Wohlbefinden beitragen. Diese Entwicklung haben wir gezielt in unsere Geschäftsstrategie integriert und schärfen konsequent unser Produktangebot. Wir wollen den Umsatz mit Produkten, die zu Gesundheit und Ernährung sowie Hautpflege und -schutz beitragen, kontinuierlich steigern. Als einziges Unternehmen unserer Branche setzen wir hier einen strategischen Fokus. Für uns ist dies die logische Konsequenz auf dem Weg der Integration von Geschäfts- und Nachhaltigkeitsstrategie.

VERNETZTE FORSCHUNG

Neben der internen Forschung und Entwicklung unterhalten beide Geschäftsbereiche umfassende Partnerschaften mit Unternehmen, Universitäten und Forschungsinstituten. Dies ermöglicht die Nutzung von Synergien und erweitert Spektrum und Blickwinkel der F&E Aktivitäten.

Zu unserem Netzwerk zählen Kooperationen mit renommierten Forschungsinstituten und Universitäten in Bochum, Braunschweig, Dresden, Düsseldorf, Gießen, Greifswald, Halle-Wittenberg, Hannover, München, Münster, Potsdam und Rostock. Ebenso bestanden 2012 bedeutende Partnerschaften mit zahlreichen internationalen Universitäten, wie zum Beispiel dem Kings College in London und der Université Tours in Frankreich, sowie mit Unternehmen wie Cotech (Italien), EcoBiotics (Australien), Essen BioScience (UK) oder Therapeutic Peptides (USA).

Beide Geschäftsbereiche verfügen zudem seit Jahren über internationale „Scientific Advisory Boards“, die aus international renommierten Wissenschaftlern verschiedener Fachrichtungen und Anwendungsfelder bestehen. Es ist die Aufgabe dieser Gremien, neueste Forschungsergebnisse und deren Umsetzung in Produktinnovationen beratend zu begleiten.

Die Anerkennung von wissenschaftlichen Arbeiten, die in unserem Unternehmen entstanden sind, unterstreicht den hohen Standard unserer Forschungs- und Entwicklungsarbeit. Nicht zuletzt drückt sich die hohe Innovationskraft von Symrise in den Bestrebungen zum Schutz des geistigen Eigentums aus: 2012 hat Symrise 37 Patente eingereicht und befindet sich damit in der Spitzenliga der Industrie.

SCHÖNHEIT, DUFT UND PFLEGE

Mit seinem Geschäftsbereich Scent & Care bietet Symrise seinen Kunden Kompetenz für Duft, Schönheit und Pflege. Unser Fokus liegt hier auf



Green Chemistry mit System

Innovation ist einer der wesentlichen Treiber für Nachhaltigkeit bei Symrise. Im Jahr 2012 haben wir einen Prozess zur Erfassung und Bewertung unserer Nachhaltigkeitsperformance innerhalb der Produktentwicklung eingeführt. Auf Basis spezifischer Indikatoren überprüfen wir so jedes Projekt hinsichtlich seines Nachhaltigkeitsbeitrags.

Ein erstes Ergebnis ist die Entwicklung eines völlig neuen Green Chemistry Ansatzes. Während wir bisher bestehende Produkte meist durch kontinuierliche Verbesserungen weiterentwickelt haben, konzentrieren wir uns nun auf die völlige Neugestaltung von Prozessen durch moderne Chemie. Eine solche radikale Vorgehensweise bringt wegweisende Möglichkeiten: So werden Nebenprodukte eliminiert, die Rohstoffeffizienz gesteigert und ein viel niedrigerer ökologischer Fußabdruck erzielt. Diesen Ansatz werden wir in den kommenden Jahren weiter ausbauen.



Wegweisende Forschung

Auch 2012 wirkte Symrise an zahlreichen Forschungsprojekten mit, die durch das Bundesministerium für Bildung und Forschung (BMBF), den Europäischen Fond für regionale Entwicklung (EFRE) und andere Förderinstitutionen unterstützt werden. Im Mittelpunkt standen insbesondere Verfahren oder Inhaltsstoffe, die einen gesundheitsfördernden Effekt aufweisen oder unterstützen. Dazu gehören Projekte zur „Entwicklung von modernen, natürlichen Aromen zur Geschmacksverbesserung von gesunden Lebensmitteln“ oder zur „Entwicklung von Verfahren zur natürlichen Gewinnung von geschmacksmodifizierenden Aromastoffen“.

der verstärkten Erforschung erneuerbarer Rohstoffe, der weißen Biotechnologie, der Phytochemie und der Identifizierung von Wirkprinzipien in natürlichen Rohstoffen. Die Entwicklung von umweltfreundlichen, sicheren und nachhaltigen Produkten und Prozessen sowie von High-Impact-Produkten, d.h. Produkten, die bereits bei niedriger Dosierung eine starke Wirkung entfalten, ist das übergeordnete Ziel der Entwicklungstätigkeit in der Scent & Care-Division.

Life Essentials bietet ein breites Portfolio an hochwertigen Inhaltsstoffen mit nachgewiesener Wirksamkeit: Anti-Aging-Produkte, Anti-Irritantien, Produkte für empfindliche Haut, multifunktionale antibakterielle Wirkstoffe, hautaufhellende Produkte und Kühlwirkstoffe. Dank unserer Expertise in den Bereichen Phytochemie, Wirksamkeitsscreening und analytischer Chemie entstehen innovative Produkte, die dem globalen Trend zu Schönheit, Gesundheit und Wohlbefinden auf Basis natürlicher Produkte entsprechen. Darüber hinaus ist Life Essentials auf die Herstellung von Pflanzenextrakten spezialisiert und Marktführer in diesem Segment.

Auch im Geschäftsfeld Fragrances legen wir großen Wert darauf, dass wir Rohstoffe und Komponenten verwenden, deren Gewinnung keine negativen sozialen oder ökologischen Folgen mit sich

bringen. Unsere Parfümeure kombinieren aromatische Rohmaterialien wie ätherische Öle oder Aromachemikalien zu komplexen Parfümölen. Diese finden Anwendung in Parfüms sowie in Körperpflege- und Haushaltsprodukten. 2012 haben wir begonnen, spezielle Trainings für unsere Parfümeure durchzuführen, um den Einsatz erneuerbarer Rohstoffe für Duftkompositionen zu erhöhen. Um Düfte zu entwickeln, die Konsumenten auf der ganzen Welt und in allen Gesellschaftsschichten ansprechen, arbeiten unsere Parfümeure auch dort, wo unsere Kunden und Konsumenten sind: in Frankreich, Mexiko, Indien, USA, China, Brasilien, Deutschland und Singapur. Deswegen ist auch die globale Akzeptanz unseres Geschäfts wohlverstandenes Eigeninteresse.

Im Geschäftsfeld Aroma Molecules bietet Symrise seinen Kunden ein weites Spektrum unterschiedlicher Klassen von Riech- und Aromastoffen. Sie sind die Schlüsselkomponenten in vielen erfolgreichen Produkten in der Welt der Düfte und Aromen. Ein wichtiger Anwendungsbereich in diesem Geschäftsfeld sind biologisch abbaubare, synthetische Moschusduftstoffe, die eine deutlich erhöhte Haftung auf Haaren, Haut oder Textilfasern aufweisen und einen wesentlichen Bestandteil von Parfümölen darstellen. Im Gegensatz zu früheren synthetischen Moschusduftstoffen besitzen sie aufgrund ihrer chemischen Struktur eine gute biologische Abbaubarkeit. Symrise ist einer der wichtigsten Anbieter von makrozyklischen Moschusriechstoffen (MCM). Mit einem großen Spektrum an MCM bieten wir unseren Kunden größtmögliche Flexibilität im Entwicklungsprozess und beste Ergebnisse. Gleichzeitig engagieren wir uns seit 2011 für den Arterhalt der früher von unserer Industrie für ihr wertvolles Drüsensekret gejagten Moschushirsche.

2012 haben wir das Geschäftsfeld Oral Care als eine Kernkompetenz von Scent & Care weiter ausgebaut. Gemeinsam mit Flavor & Nutrition wurde Think Mint® als divisionsübergreifende Marke für Mintaromen von Symrise etabliert. Hierunter bündeln wir unsere langjährige Expertise zum Thema Mint für alle wesentlichen Produktgruppen wie Mundpflegeprodukte, Kaugummi und Süßwaren. Weiterhin forschen wir in diesem Bereich an neuen Substanzen und Technologien, die sowohl



30 Jahre in China

Als erster internationaler Hersteller von Duft- und Geschmacksstoffen nahm Symrise bereits 1982 seine Geschäftstätigkeit in diesem bedeutenden Wachstumsmarkt auf. Heute sind wir an vier Standorten präsent: in Shanghai, Peking, Guangzhou und Taiwan. In verschiedensten Studien erforschen wir die Präferenzen der chinesischen Konsumenten, wie aktuell in der Provinz Yunnan. Dort ist zudem der Moschushirsch heimisch, der lange den berühmten Parfümrohstoff lieferte und heute vom Aussterben bedroht ist. Seit 2011 engagiert sich Symrise für den Schutz der seltenen Tierart. Um die Aktivitäten vor Ort zu begleiten, bereisten nun Symrise Parfümeure das Gebiet. Aus ihren Inspirationen entstand eine neue Kollektion synthetischer Moschusdüfte. Diese wurde auf der Jubiläumsfeier zum 30-jährigen Bestehen erstmals den Kunden vorgestellt.

ökonomische wie ökologische Vorteile aufweisen. Ein Beispiel hierfür sind unsere Kühlwirkstoffe. Zusätzlich wird intensiv an Alternativen zu sich verknappenden natürlichen Rohstoffen geforscht. Dabei legen wir Wert auf energie- und ressourcenschonende Verfahren.

GENUSS UND GESUNDE ERNÄHRUNG

Genuss und gesunde Ernährung sind parallele Ziele, die unsere Forschung antreiben. Wissenschaftliche Methoden und natürliche Ausgangsstoffe gehen dabei Hand in Hand, um neue, gesündere Lösungen zur Optimierung des Geschmacks und des Mundgefühls zu finden. Gleichzeitig bedient Symrise den wachsenden Markt für Nahrungsergänzungsmittel und pharmazeutische Präparate. Hierunter fallen natürliche funktionale Inhaltsstoffe zur Förderung der Herz- und Verdauungsfunktion, Geschmackslösungen für pharmazeutische Produkte sowie Lebensmittelfarben und färbende Lebensmittel. Der Fokus liegt auch hier auf der Entwicklung von Grundstoffen, die auf einer nachhaltigen Basis verfügbar sind.

Konsumentenwünsche und -muster ändern sich schneller als je zuvor. Konsumenten erwarten heute nicht nur wohlschmeckende Lebensmittel, sondern auch solche, die zu einem gesunden Lebensstil beitragen. Deswegen legt unser Geschäftsbereich Flavor & Nutrition neben Geschmack, Qualität und Sicherheit seiner Produkte den Fokus auf die Entwicklung von Geschmackslösungen für gesündere Produkte sowie von funktionellen Inhaltsstoffen zur Gesundheitsförderung. Ganz gleich, ob ein Produkt ein Gesundheitsversprechen gibt oder vollkommenen Genuss bietet – es muss gut schmecken. Symrise stellt seinen Kunden daher innovative Produkte zur Verfügung, die den guten Geschmack und die geliebte süße, salzige, saftige, cremige oder herzhaft-wahrnehmung erhalten – bei gleichzeitig erheblich reduziertem Einsatz von Zucker, Salz, Fett oder Geschmacksverstärkern. Darüber hinaus entwickeln wir Geschmackslösungen für Produkte, die aktive Inhaltsstoffe enthalten und so zu einem gesünderen Lebensstil beitragen. Die Mehrheit unserer Entwicklungen

erfolgt auf Basis natürlicher Rohstoffe – mit einem Label, das die Natur im Namen führen darf.

Unsere Kunden müssen sich ständig und immer schneller an neue Wünsche und Bedürfnisse der Konsumenten anpassen, um die Attraktivität ihrer Marken und Produkte zu bewahren. Das zentrale strategische Instrument von Symrise hierfür ist die integrierte Plattform *taste for life®*: Unter Berücksichtigung des Mottos „Making the tastes people love“ entwickelt Symrise kreative und marktgerechte Produktkonzepte, die auf die Bedürfnisse der Verbraucher abgestimmt sind und die den Kunden helfen, Produkte anzubieten, die Genuss und gesunde Ernährung vereinen.

taste for life® verbindet in einem einzigen strategischen Instrument die Ergebnisse der Konsumentenforschung, die Bedürfnisse der Industrie und die umfassende, vielfältige Expertise von Symrise. Wir arbeiten partnerschaftlich mit unseren Kunden zusammen, um Geschmackslösungen zu finden, die die Bedürfnisse der Verbraucher erfüllen. 2012 betrug der Anteil der Produkte aus dem *taste for life®*-Portfolio an unserem Verkaufsvolumen im Bereich Flavor & Nutrition über 25 %. Darin enthalten sind unsere Geschmackslösungen zur Senkung des Fett-, Natrium- oder auch Zuckergehalts.

PRODUKTSICHERHEIT UND -INFORMATIONEN

Eine wichtige Organisation zur Gewährleistung der Produktsicherheit bei Symrise ist das Competence Center Global Product Compliance. Es ist verantwortlich für die Umsetzung der regulatorischen Anforderungen, nimmt die toxikologische Bewertung von Rohstoffen und Produkten vor und bereitet die Daten für die Kunden und Mitarbeiter weltweit auf. Das Competence Center dokumentiert unter Berücksichtigung des regulatorischen Umfelds Kundenrestriktionen (Ausschlüsse bestimmter Substanzen), verantwortet die Überwachung, den Test und die Anmeldung neuer Substanzen, beauftragt Produktprüfungen durch zugelassene Labors und bewertet Prüfberichte. Sämtliche Verwaltungsvorgänge, Fragen der Gesetzgebung, Sicherheitsberichte, die Einstufung in Gefahrenklassen und die Kennzeichnung von Rohstoffen und Produkten werden hier zentral be-



Kooperation für neue Gesundheitslösungen

Die Symrise AG und das schwedische Biotechnologie-Unternehmen Probi AB haben eine strategischen Partnerschaft in der Entwicklung neuer Produktlösungen für Lebensmittel, Nahrungsergänzungsmittel und Kosmetik geschlossen. Ziel ist es, Kompetenzen auf dem Gebiet der gesundheitsfördernden Inhaltsstoffe zu bündeln, um in diesem dynamischen Marktsegment gemeinsam beschleunigt zu wachsen. Schwerpunkt der Zusammenarbeit sind probiotische Mundpflege-Anwendungen mit nachgewiesenem Nutzen für die Gesundheit.

arbeitet und weltweit koordiniert. Die Mitarbeiter des Bereichs Regulatory Affairs und des Competence Center vertreten Symrise in den weltweit größten Verbänden der Duft- und Geschmacksstoffindustrie.

Unsere Kunden werden über die technischen Eigenschaften und sichere Handhabung unserer Produkte mittels Sicherheitsdatenblättern, Produktspezifikationen, technischen Datenblättern sowie zusätzlich individuell angepassten Informationen unterrichtet. Um unseren Kunden beispielsweise einen schnellen und interaktiven Zugang zu unserem Life Essentials-Produktportfolio zu ermöglichen, haben wir unser Internet-Tool SymSelect® um eine Plattform für Life Essentials-Produkte erweitert. Damit können Kunden kosmetische Inhaltsstoffe von Symrise online recherchieren.

STANDARDS UND ZERTIFIZIERUNGEN

Globale Grundlage für den verantwortungsvollen Umgang mit Produkten und Produktionsprozessen ist die Good Manufacturing Practice, also die Einhaltung klarer Richtlinien zur Qualitätssicherung von Produktionsabläufen und der Produkti-

onsumgebung, wie von der Pharma-, Kosmetik- und Lebensmittelgesetzgebung vorgeschrieben. Viele der Anforderungen sind ähnlich, wie zum Beispiel Qualitätsanforderungen an Endprodukte, aber auch an Roh- und Hilfsstoffe, eine eindeutige Produktkennzeichnung, qualifiziertes Personal, geeignete Produktionsanlagen und -räume, das Festlegen, Umsetzen und Einhalten von Hygieneanforderungen sowie die Gewährleistung der Rückverfolgbarkeit von Produkten und Rohstoffen. Der Gesetzgeber hat zudem entsprechende Regelwerke verabschiedet, in denen produktgruppenspezifische, meist zusätzliche, Anforderungen definiert sind. Symrise unterscheidet folgende Produktgruppen:

Aromen: Der Gesetzgeber fordert in verschiedenen Verordnungen eine Gute Herstellungspraxis, allerdings fehlt eine entsprechende Definition. Die Lebensmittelindustrie hat entsprechend eigene Standards definiert, um hier einen klaren Rahmen zu schaffen. Wir halten uns an die allgemein anerkannten Vorgaben und Auditstandards der Global Food Safety Initiative (GFSI) sowie weitere lokal anerkannte Standards zur kontinuierlichen Leistungsverbesserung. Mehr als 90% unseres Produktvolumens wurden 2012 an Standorten gefertigt, die nach international anerkannten Lebensmittelsicherheitsmanagementsystemen zertifiziert sind. Bis 2015 werden wir alle Produktionsstandorte im Geschäftsbereich Flavor & Nutrition nach dem FSSC 22000-Standard zertifizieren.

Pharmazeutische Wirkstoffe: Aktive pharmazeutische Wirkstoffe (API), die für ein pharmazeutisches Endprodukt produziert werden, entsprechen bei Symrise den GMP-Regeln der jeweiligen Pharmagesetze. Viele Länder haben die Richtlinie ICH Q7a als bindendes Regelwerk anerkannt und gegebenenfalls an nationale Interpretationen angepasst.

Pharmazeutische Hilfsstoffe: Pharmazeutische Hilfsstoffe sind Materialien, die zwar in pharmazeutischen Endprodukten eingearbeitet werden, aber keine aktive Wirkung besitzen. Hierunter fallen beispielsweise Aromen und Farben. Für pharmazeutische Hilfsstoffe gibt es bisher keine bindende Richtlinie

Kosmetische Grund- und Wirkstoffe: Symrise stellt einen Großteil der kosmetischen Grund- und Wirkstoffe gemäß „BRC Standard for Consumer Products“ her. Kosmetische Grund- und Wirkstoffe, die in den USA in die Kategorie „Over The Counter – OTC Drugs“ fallen, werden wie pharmazeutische Wirkstoffe behandelt. Die Produktsicherheitspolitik Scent & Care von Symrise ist ein wesentlicher Teil des Integrierten Managementsystems. Das System basiert auf der DIN ISO 9001 und unterliegt so einem kontinuierlichen Verbesserungsprozess. Darüber hinaus führt Symrise Risikoanalysen durch und arbeitet mit einem HACCP (Hazard Analysis and Critical Control Points)-System.

Um die Sicherheit unserer Produkte während des gesamten Lebenszyklus zu gewährleisten, integriert unsere Produktsicherheitspolitik alle relevanten Schritte vom Lieferanten bis zur Auslieferung an unsere Kunden. Symrise stellt die Einhaltung von Gesetzen, Verbandsanforderungen und internen Standards sicher. Eine entsprechende Überprüfung erfolgt für alle Produkte – vom Rohstoffeinkauf über die Entwicklung bis zum Endprodukt – unter Verwendung der aktuell vorliegenden Informationen. Verstöße gegen Sicherheits- oder Gesundheitsvorschriften in Bezug auf unsere Produkte gab es 2012 bei Symrise nicht. Einen Überblick über das Auditprogramm des Jahres 2012 findet sich auf Seite 73.



Alternative Testmethoden

Symrise ist 2012 der European Partnership for Alternative Approaches to Animal Testing, kurz EPAA, beigetreten – und das als erstes Unternehmen der Duft- und Geschmacksstoffindustrie. Ihr Ziel: Tierversuche einzuschränken und schließlich ganz zu ersetzen, indem im gemeinsamen Austausch alternative aussagekräftige Testverfahren entwickelt werden. In diesem Bereich hat Symrise bereits einschlägige Erfahrung. Im letzten Jahr erhielten Symrise und Cutech für ihr innovatives ex vivo-Echthautmodell ein europäisches Patent.



Innovation made by Symrise

• SCHÖNE, GLATTE HAUT

Mit SymFit® 1617 und SymFit® nat 1750 entwickelten wir zwei zum Patent angemeldete Anticellulite Produkte, die sich neben exzellenter Wirksamkeit auch durch hervorragende anwendungstechnische Eigenschaften auszeichnen.



• NATÜRLICHES LÄCHELN

Das Lächeln trägt entscheidend zum ersten Eindruck bei und die Lippen stehen dabei im Fokus der Konsumenten. Für nachweislich vollere Lippen wurde der zum Patent angemeldete Wirkstoff Sym3D® entwickelt.



• TRADITION UND MODERNE

Die neue Pflanzenextrakt-Serie Actipone®s „Chinesische Mushrooms“ besticht nicht nur durch ihre effektiven antioxidativen Eigenschaften für Pflegeprodukte, sondern besteht zudem aus vollständig nachhaltig herstellbaren pflanzlichen Extrakten der traditionellen chinesischen Medizin.

• KERNKOMPETENZ MUNDHYGIENE

Mit der zweiten Generation von Mundhygiene-Produkten setzt Symrise neue Maßstäbe. Das von der Natur inspirierte Optafresh® D ist geschmacksneutral und bekämpft gezielt jene Bakterien, die Mundgeruch erzeugen.

• FRISCHE RAUMLUFT

Unser neuer patentierter Zwei-Phasen-Lufterfrischer 2Scent liefert bessere Duftqualitäten und längere Frische gegenüber gewöhnlichen Lufterfrischern und ist zudem sehr preiswert.

• NATÜRLICHE KOMPOSITIONEN

Mit Natural Neofresh® schufen unsere Experten neue, patentierte Duftakkorde auf natürlicher Basis, die effektiv unangenehme Gerüche im Haushalt eliminieren. Symrise hat dazu eine Reihe von Datenbanken mit analytischen und sensorischen Daten zur Wirksamkeit unserer Rohstoffe in unterschiedlichen Anwendungen aufgebaut.

• DUFTGEDÄCHTNIS

Mikroverkapselter Duft ist der Schlüssel zu besonderen sensorischen Frischeerlebnissen. SymCap® K-LD wurde für den Einsatz in Waschmitteln entwickelt, um langanhaltenden Duft auf der trockenen Faser zu erzeugen. Ausgelöst wird die Freisetzung durch Reibung.

• NATURALLY CITRUS!®

Eine neue Generation von Zitrus-Spezialitäten verbessert die Authentizität und Frische von Aromenprofilen der Produktplattform naturally citrus!®. In Zusammenarbeit mit der Zitrus verarbeitenden Industrie setzen wir dabei auf nachhaltige Rohstoffe und umweltschonende Herstellung.

• FRISCHE, DIE SCHMECKT

Gerade bei natürlichen Schlüsselrohstoffen, die aus frischem Gemüse gewonnen werden, ist der nachhaltige und lokale Anbau um Holzminden ein Garant für erstklassige Qualität. Durch die Kombination mit kreativen Aromakompositionen erzeugen wir damit authentische, kulinarische Geschmackserlebnisse.

• KULINARISCHE KOMPETENZ

Im Jahr 2012 haben wir mit Hilfe modernster instrumenteller Analytik tiefe Einblicke in die Welt der kulinarischen Aromen gewonnen. Das Ergebnis: natürliche und hochkonzentrierte Basisaromen, die einen authentischen Geschmack versprechen.

• GENUSS AUCH OHNE GLUTAMAT

2012 konnten wir unsere Entwicklung von neuen Umami-Aromastoffen vorantreiben. Durch ihre hohe Intensität bei gleichzeitiger geringer Einsatzkonzentration können diese Aromastoffe hervorragend in würzigen Anwendungen, die kein zugesetztes Mononatriumglutamat enthalten, zur Optimierung des Geschmackseindrucks angewendet werden.

• GETRÄNKE MIT DEM GEWISSEN ETWAS

Durch die konsequente Verknüpfung von funktionellen Inhaltsstoffen mit darauf abgestimmten natürlichen Aromen ist es gelungen, eine neue Generation gesundheitsfördernder und wohlschmeckender Produkte zu entwickeln, die insbesondere in Instantgetränken Anwendung finden.

• DER SÄTTIGUNG AUF DER SPUR

Im neu aufgebauten Christian Doppler Labor für bioaktive Inhaltsstoffe in Wien wird seit Anfang 2012 intensiv nach natürlichen Aromen gesucht, die ein Sättigungsgefühl hervorrufen. Das von Symrise mitfinanzierte Forschungsprojekt konnte im Laufe des Jahres bereits erste erfolgreiche Kandidaten identifizieren.

Umwelt

Umweltschutz und -sicherheit sind bei uns mehr als die Erfüllung gesetzlicher Vorgaben. Eine Reduktion des ökologischen Fußabdrucks ist sehr eng an Prozesseffizienz und damit verbundene langfristige Kosteneinsparungen gekoppelt. Voraussetzung hierfür ist allerdings eine Sichtweise, die Investitionen in energie- und ressourcenschonende Technologien und Prozesse als nachhaltige Steigerung des Unternehmenswerts begreift. Wir haben uns bei Symrise ehrgeizige langfristige Ziele gesteckt und machen unseren Fortschritt in den einzelnen Bereichen messbar und transparent.

HERAUSFORDERUNGEN FÜR NACHHALTIGE PROZESSE

- Betriebssicherheit und Krisenmanagement
- Optimierung von Produktionsverfahren
- Effizienz über alle Wertschöpfungsstufen
- Ressourcenverknappung und Klimawandel

ANFORDERUNGEN UNSERER STAKEHOLDER

- Reduktion des Energieverbrauchs und der Treibhausgasemissionen
- Reduktion des Wasserverbrauchs und der Abwasserproduktion
- Reduktion der Abfallmenge
- Reduktion von Lärm- und Geruchsemissionen

Voraussetzung für die systematische Reduktion von Energie-, Wasser- und Ressourcenverbrauch sowie von Emissionen ist eine vollständige Analyse der eigenen Prozesse und ihre Anbindung an die Unternehmensumwelt. Dazu betrachten wir alle Stufen unserer Wertschöpfungskette und des Produktlebenszyklus – von der Rohstoffbeschaffung und -verarbeitung über die Produktentwicklung und Produktion bis hin zur Logistik – und identifizieren die entsprechenden Ansatzpunkte und Potenziale. Mit unserer Initiative Symchronize™ gehen wir dabei sogar über die Grenzen unserer Wertschöpfungskette hinaus.

Unser Umweltmanagement basiert weltweit auf dem ISO 14001 Standard. Rund 70 % unseres Verkaufsvolumens werden bereits an Standorten produziert, die nach ISO 14001 zertifiziert sind. Zentral koordiniert wird das globale Umweltmanagement vom Stabsbereich Corporate Compliance. Er überführt gemeinsam mit den beteiligten Unternehmensbereichen die vom Vorstand definierten globalen Grundsätze in Richtlinien und Verfahrensanweisungen. Der Stabsbereich Corporate Compliance überprüft die Einhaltung der gesetzlichen Vorgaben und Selbstverpflichtungen in Audits. Regelmäßige interne und auch externe

Audits helfen, die Umweltperformance weiter zu verbessern. So können wir Erfahrungen sammeln und Best Practices vermitteln. Gegen Symrise wurden im Berichtszeitraum keine Strafen wegen Umweltverstößen ausgesprochen.

Der Vorstand und das Symrise Sustainability Board geben konzernweite Nachhaltigkeitsziele im Bereich Umwelt vor. In diesem Rahmen legen unsere weltweiten Standorte ihre Umweltmaßnahmen eigenständig fest. Die Leiter unserer Standorte und Produktionsbetriebe sind für die Einhaltung der Vorgaben und die Umsetzung der Maßnahmen vor



Ressourceneffizienz in Brasilien

An unserem Standort in São Paulo konnten wir durch eine Reihe von kombinierten Maßnahmen den ökologischen Fußabdruck unserer Fragrance-Produktion deutlich reduzieren. Neben der Installation von Regenwassertanks und Solarpanelen wurden zudem verschiedene Kontroll- und Messinstrumente etabliert, mit deren Hilfe wir zukünftig noch gezielter unseren Verbrauch steuern und regeln können.

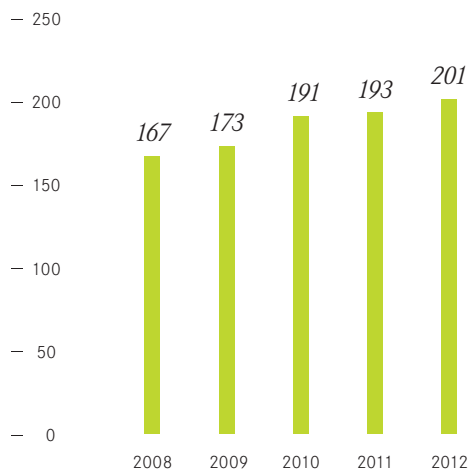
Ort verantwortlich. Aspekte der ökologischen und ökonomischen Effizienz sind Bestandteil der individuellen Zielvorgaben und damit vergütungsrelevant. Um die konzernweiten Ziele noch besser an Unternehmensstandorten umzusetzen, wurden 2012 weitere Nachhaltigkeitsbotschafter (Sustainability Ambassadors) ernannt. Durch diesen zusätzlichen Bottom-Up Ansatz erhöhen wir nicht nur die Akzeptanz in unseren Betrieben, sondern erhalten auch wertvolle Verbesserungsvorschläge, die wir zudem auf andere Standorte übertragen können.

Zusätzlich erfassen interdisziplinäre Teams im Rahmen von Umweltaspektanalysen systematisch die größten Umweltauswirkungen unserer Anlagen und Prozesse. Anhand ökologischer und ökonomischer Kriterien legen die Teams dann Maßnahmen zur Minimierung des Einflusses auf die Umwelt fest, überprüfen die Umsetzung und nehmen im Folgejahr eine Neubewertung vor. Umweltaspektanalysen finden regelmäßig an allen ISO 14001 zertifizierten Standorten statt. 2010 haben wir begonnen, in unseren Produktionsbetrieben Mitarbeiter zu Umweltberatern weiterzubilden. Insgesamt 18 Umweltberater stellen die Umwelteffizienz unserer Betriebe auf den Prüfstand. 2012 führten wir zudem eine ganzheitliche Softwarelösung zur Erfassung und Analyse der Kennzahlen im Umweltbereich ein. Zusammen mit einer vierteljährlichen Datenerhebung ermöglicht uns das, unsere Verbrauchs- und Emissionswerte künftig noch präziser zu steuern und zu berichten.

Was wir selbst gut können, bieten wir auch anderen an. Unsere Tochterfirma TESIUM bündelt unsere Kompetenz rund um die Aufgaben Technik, Sicherheit und Umwelt – in Deutschland und auch weltweit. 240 Mitarbeiter stellen sicher, dass wir hier in allen Unternehmensbereichen die höchsten Maßstäbe erfüllen. TESIUM betreut auch die Planung und Konstruktion neuer Anlagen. Umwelt-, Sicherheits- und Energieaspekte werden dabei über den gesamten Lebenszyklus von Anlagen mit berücksichtigt. Diese gebündelte Expertise stellt TESIUM auch anderen Unternehmen zur Verfügung.

ABSATZMENGE

in 1.000 Tonnen



RESSOURCENSCHUTZ DURCH GRÖSSTMÖGLICHE EFFIZIENZ

Die optimale Auslastung unserer Anlagen ist Ziel unserer Total Productive Maintenance (TPM). Hierzu werden gezielt Effizienzverluste durch das Erstellen von Verlustbäumen aufgespürt, die Situation analysiert und daraufhin die Abläufe optimiert („Kaizen“). Bei allen Veränderungen unserer Produktionsprozesse stellen wir somit sicher, dass die größtmögliche Energie- und Ressourceneffizienz erreicht wird. Dabei erarbeiten die beteiligten Symrise Mitarbeiter in hierarchieübergreifenden Teams Lösungen und setzen diese in die Praxis um. Durch TPM haben wir 2012 in beiden Geschäftsbereichen mehr als 820 Mitarbeiter in 56 Teams organisiert. Mit über 46 TPM-Koordinatoren zählt unsere Koordinatordichte zur Spitze in der Prozessindustrie. Die Koordinatorenausbildung von Symrise wird mittlerweile von führenden Unternehmen dieser Industrie geschätzt und nachgefragt. In vielen Produktionsbereichen gehören sämtliche Mitarbeiter mindestens einem TPM-Team an. Seit 2007 haben wir so weit über 5.000 Verbesserungen umgesetzt und unser Ziel einer jährlichen Effizienzsteigerung um 2,5% deutlich übertroffen. 2012 lag der weltweite Fokus der TPM Teams auf der Einsparung von Energie.

CO₂ ↓
350
 TONNEN IM JAHR

Effiziente Verpackung

Zwei Projekte zur umweltfreundlichen Optimierung von Füllgutbehältern konnten im Berichtszeitraum erfolgreich abgeschlossen werden. Durch die Einführung eines alternativen Verpackungsmaterials sowie eines neuen Wiederaufbereitungsverfahrens erzielten wir eine CO₂-Ersparnis von etwa 350 Tonnen im Jahr und steigern dabei gleichzeitig die Effizienz.

Im Rahmen unseres integrierten Qualitätsmanagements überprüfen wir zudem regelmäßig die Performance in der Supply Chain. Die 2005 zur Unterstützung der Steuerung eingeführten Balanced Scorecards wurden seitdem sukzessive an allen weltweiten Produktionsstandorten eingeführt. Die Scorecards dienen der Optimierung der Kernbereiche Qualität, Service, Kosten, Sicherheit und Mitarbeitermotivation. Sie enthalten global einheitliche Schlüsselkennzahlen und Zielvorgaben, die monatlich ausgewertet werden. Bei Abweichungen von den Zielvorgaben werden Maßnahmen eingeleitet. Die Ergebnisse und abgeleiteten Maßnahmen werden in allen Produktionsstätten ausgehängt und so allen Mitarbeitern zugänglich gemacht. Seit ihrer Einführung haben wir die Schlüsselkennzahlen Jahr für Jahr präziser definiert, um unsere TPM-Kultur der kontinuierlichen Verbesserung fest im Unternehmen zu verankern.

Die Optimierung unserer Prozesse steht an vielen Stellen in unmittelbarer und wechselseitiger Abhängigkeit von unseren Geschäftspartnern. Mit der Initiative Synchronize™ haben wir ein in seiner Art einmaliges integriertes Supply Chain Management mit unseren Kunden etabliert. Ziel von Synchronize™ ist die Optimierung der Wertschöpfungskette über die üblichen Schnittstellen hinaus: Die einbezogene Wertschöpfungskette reicht von der Rohstoffbeschaffung bis zum Endprodukt beim Kunden und integriert ihn und seine Prozesse. Aspekte wie bedarfsorientierte Lieferung, Produktivitätssteigerung bei optimiertem Ressour-

ceneinsatz, Verringerung der Lagerzeiten, kürzere Durchlaufzeiten und Synchronisierung von Prozessen stehen dabei im Mittelpunkt. Alle Ressourcen und Materialien werden bestmöglich eingesetzt, Komplexität abgebaut, Prozesse beschleunigt, Routinearbeiten entfallen zugunsten werthaltiger Tätigkeiten. Darüber hinaus führt das optimierte Bestellwesen zu einer Reduzierung der Transportwege und somit des CO₂-Ausstoßes. Allein in der Region EAME konnten wir mit Synchronize™ in den letzten zwei Jahren eine Verbesserung der Auftragsabwicklung um 15 % erzielen.

EMISSIONEN

Unser Erfolg in der Vermeidung von Treibhausgasen wurde uns 2012 durch die Bewertung des Carbon Disclosure Project bestätigt. Das Carbon Disclosure Project (CDP) ist eine Nonprofit Organisation, die seit dem Jahr 2000 Daten über den Treibhausgasausstoß von Unternehmen ermittelt. Die Ergebnisse basieren auf einem standardisierten Fragebogen, mit dem einmal jährlich auf freiwilliger Basis Daten zu CO₂-Emissionen und -Reduktionsstrategien abgefragt werden. Bei der Bewertung der Transparenz unserer Klimaschutzbemühungen konnten wir uns von 63 Punkten im Vorjahr auf 88 Punkte steigern (100 Punkte maximal möglich). Bei der Bewertung unserer CO₂-Performance wurden wir mit B eingestuft (Bewertung von A-E). Aufgrund dieser Bewertung sind wir im Carbon Disclosure Leadership Index erstmals das bestplatzierte MDAX® Unternehmen und ebenso deutlicher Führer unserer Branche.

Wir haben uns bereits 2006 freiwillig verpflichtet, unsere Treibhausgasemissionen systematisch zu erfassen und zu reduzieren. Wir berichten gemäß Scope 1 (direkte Emissionen) und Scope 2 (indirekte Emissionen) des GHG-Protokolls. Konnten wir bereits in der Vergangenheit unsere CO₂-Emissionen signifikant senken, haben wir uns 2010 ein weiterführendes Ziel gesetzt: Bis 2020 wollen wir unseren CO₂-Ausstoß pro verkaufte Produkteinheit um ein Drittel gegenüber dem Stand im Jahr 2010 senken. Mit unseren Emissionswerten für 2012 konnten wir uns diesem Ziel ein gutes Stück nähern. Unsere CO₂-Emissionen pro verkauftes Produkt haben sich im Vergleich zum Basisjahr 2010 um 5,4% verringert. In Verbindung mit der deutlichen Steigerung unseres Absatzvolumens um etwa 5,2% ergibt sich eine absolute Reduktion unserer CO₂-Emissionen um 0,4% im Vergleich zum Basisjahr.

Im Jahr 2011 haben wir darüber hinaus begonnen, unsere anderweitigen indirekten Emissionen gemäß Scope 3 des GHG-Protokolls zu erheben. 2012 konnten wir unsere Erhebungsmethoden noch weiter verfeinern, indem wir beispielsweise bei unseren großen Lieferanten Abfragen gemäß dem PAS 2050 zur Errechnung sogenannter Product Carbon Footprints (PCF) stellten. Zusammen mit einigen unserer Wettbewerber und Kunden waren wir darüber hinaus an einem Projekt des Research Institute for Fragrance Materials (RIFM) beteiligt, in dem die Scope 3 Emissionen eines durchschnittlichen Parfümöls berechnet wurden. Durch unsere weitergehende Betrachtung stellten wir fest, dass unsere Scope 3 Emissionen hinsichtlich bezogener Waren und Dienstleistungen höher sind als bislang angenommen. In einem weiteren Schritt werden wir deshalb diese Ergebnisse tiefer analysieren, um Ansatzpunkte für eine gezielte Reduzierung zu identifizieren. Unsere weiteren Scope 3 Emissionen beliefen sich 2012 hinsichtlich Pendlerverkehr auf 8.975 Tonnen, Geschäftsreisen auf 4.710 Tonnen, Abfallentsorgung auf 9.949 Tonnen und Transport & Logistik auf 64.161 Tonnen CO₂.

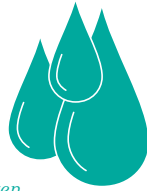
Kohlenstoffdioxid macht den größten Anteil unserer Emissionen aus. Weitere Treibhausgase, wie zum Beispiel Stickstoffoxide, Schwefeloxide, Ammonium, Methan und flüchtige organische Verbindungen („Volatile Organic Compounds“ – VOCs) sind für unsere Geschäftstätigkeit nur in geringem Maß relevant.

Unsere Emissionen ozonabbauender Substanzen („Ozone Depleting Substances“ – ODS) erfassen wir bisher nicht. Wir gehen auch hier aufgrund der Natur unserer Geschäftstätigkeit davon aus, dass diese Emissionen gering sind, werden unsere Datenerfassung aber dennoch darauf einstellen und bis spätestens 2015 auch diese Daten veröffentlichen.

ENERGIE

Unsere direkten und indirekten Treibhausgas-Emissionen werden zu einem wesentlichen Teil durch unseren Energieverbrauch bestimmt. Da nahezu alle unsere Herstellungsprozesse den Einsatz von Energie verlangen, ist eine langfristig gesicherte Energieversorgung ebenso wie eine möglichst effiziente Energienutzung für uns von strategischer Bedeutung. Wir setzen dort an, wo wir am meisten Energie benötigen: insbesondere in den Bereichen Trocknung, Extraktion und Destillation. Ein Fokus unserer Geschäftsfelder liegt in der vollständigen Überarbeitung der Prozesse, um Nebenprodukte nach Möglichkeit komplett zu eliminieren und die Rohstoff- und Energieeffizienz zu steigern. So wurde 2012 im Zuge des Ausbaus unserer Produktionskapazitäten für synthetisches Menthol eine neue Anlage in Betrieb genommen, die mit innovativen Technologien neue Maßstäbe in der energieeffizienten Mentholproduktion setzt.

Wir verfolgen das Ziel, die Energieeffizienz unserer Produktionsanlagen und -prozesse kontinuierlich zu erhöhen. Bis 2020 wollen wir unseren Energieverbrauch pro verkaufte Produkteinheit um ein Drittel gegenüber dem Stand im Jahr 2010 senken. 2012 ist der absolute Energieverbrauch trotz deutlich größeren Absatzvolumens nur um 0,8% gestiegen; den Energieverbrauch pro verkauftes Produkt konnten wir um 4,2% gegenüber 2010 senken.



Wassereffizienz in Ägypten

Das Symrise Operations Team in Ägypten entwickelte 2012 eine neue Anlage zur Abwasserbehandlung. Durch die spezielle Wiederaufbereitung sparen wir nicht nur etwa 1,35 Millionen Liter Wasser pro Jahr sondern verbessern durch die höhere Prozesseffizienz zusätzlich unsere Energie- und CO₂-Bilanz.

starteten wir zudem Sensibilisierungs- und Maßnahmentrainings unserer Mitarbeiter, um jeden einzelnen zu einem effizienten Umgang mit Wasser zu schulen. Wo immer möglich, nutzen wir Wasser in unserer Produktion mehrfach, indem wir es wieder aufbereiten.

Symrise verpflichtet sich weltweit zu einem effizienten und schonenden Umgang mit Wasser: Bis 2020 wollen wir unseren Wasserverbrauch pro verkaufte Produkteinheit um ein Drittel senken. Im Jahr 2012 haben wir 2,37 Millionen Kubikmeter Wasser verbraucht, das sind 11,77 Kubikmeter pro Tonne verkauftes Produkt. Im Vergleich zum Basisjahr 2010 ist unser Wasserverbrauch pro verkaufte Produkteinheit damit um 2,4 % gesunken.

Auch unsere relativen Abwasseremissionen wollen wir bis 2020 um ein Drittel pro Kilogramm verkauftes Produkt reduzieren. Im Jahr 2012 haben wir 2,07 Millionen Kubikmeter Abwasser emittiert, das sind 10,30 Kubikmeter pro Tonne verkauftes Produkt. Im Vergleich zu 2010 ist unser Abwasseranstoß pro Kilogramm verkauftes Produkt damit um 9,9 % gesunken.

Unsere Abwässer sind generell gering belastet; eine gesonderte Behandlung ist nicht nötig. Eine Vorreinigung findet werkseitig statt, dann erfolgt die Überleitung in das städtische Abwassersystem. Dennoch wollen wir unsere Emissionen in das Wasser so gering wie möglich halten und kontrollieren regelmäßig die Abwasserbeschaffenheit. Eine wesentliche Kennzahl dafür ist der Chemische Sauerstoffbedarf (CSB). In den vergangenen drei Jahren konnten wir diesen Wert um 2,9 % pro verkaufte Produkteinheit senken. 2012 betrug der durchschnittliche CSB-Wert bei

Symrise 17,81 g pro Kilogramm verkauftes Produkt. Schwermetalle im Abwasser sind für Symrise nur in geringem Maße relevant.

Unser Abfallvolumen wollen wir weiter reduzieren und bis 2020 um 33% pro Tonne verkauftes Produkt senken (Basisjahr 2010). Dies betrifft sowohl gefährliche wie ungefährliche Abfälle. Unser Abfallmanagement umfasst die Vermeidung von Abfällen, die thermische Verwertung von Abfällen zur Energiegewinnung, die Wiederverwertung von Abfällen und, wo möglich, das Recycling. Aufgrund der präzisierten Datenerhebung sowie nachträglich gemeldeter Entsorgungen zweier Standorte mussten wir unsere Zahlen rückwirkend für 2010 und 2011 anpassen. 2012 haben wir somit eine Reduktion unseres relativen Abfallvolumens um 10,7 % im Vergleich zu 2010 erreicht und einen guten Schritt in Richtung unseres Ziels gemacht. Die absolute Reduktion beträgt rund 1.500 Tonnen. Wesentliche Freisetzungen von Chemikalien, Ölen oder Abfällen in die Umwelt sind im Berichtszeitraum nicht aufgetreten. Allerdings kam es 2012 zu einem Zwischenfall in der Naturstoffverarbeitung in Holzminden: aus der Gebäudekälteanlage trat Ammoniak aus. Das Gebäude wurde umgehend evakuiert, die Rettungskräfte alarmiert und der Symrise Krisenstab nahm die Arbeit auf. Die Messwerte im Gebäude lagen deutlich unter der Warngrenze und zu keiner Zeit konnte außerhalb des Gebäudes Ammoniak nachgewiesen werden.

Wie schon 2011 vollzog sich im Berichtszeitraum eine Verschiebung zwischen gefährlichen und ungefährlichen Abfällen: Aufgrund der gestiegenen Nachfrage nach natürlichen Produkten, vor allem in unserer Flavor & Nutrition Division, stieg die Menge an kompostierbaren Abfällen im Vergleich zu 2010 mit 1.000 Tonnen erheblich. Prozessoptimierungen, hauptsächlich in der chemischen Produktion und bei der Wasseraufbereitung, haben demgegenüber 2012 die Menge an gefährlichen Abfällen absolut um 23,5 % sinken lassen. Unsere Initiativen im Bereich der Green Chemistry und die Forschung an atomökonomischen Reaktionen tragen zu dieser Effizienzsteigerung bei.

Auch im Hinblick auf Verpackungen setzen wir auf Effizienz: Verwendete Großgebilde bei Symrise sind Tankcontainer, Intermediate Bulk Container (IBC) sowie Fässer. Diese werden wiederverwendet oder, falls nicht möglich, recycled. Für Kleingebilde verwenden wir aus logistischen Gründen Einwegverpackungen. Unser Tochterunternehmen für Logistikdienstleistungen, die Symotion GmbH, optimiert diese Verpackungen kontinuierlich – sowohl im Hinblick auf ökonomische und ökologische Implikationen als auch unter Produktsicherheits- und Arbeitssicherheitsaspekten.

ARTENVIELFALT ALS BASIS UND ZUKUNFT UNSERES GESCHÄFTS

Die Natur mit ihrer Artenvielfalt ist für uns eine unersetzbare Quelle natürlicher Rohstoffe. Zudem beziehen wir aus der Natur ständige Inspiration für neue Aromen und Düfte, aber auch für funktionelle Wirk- und Inhaltsstoffe. Der Erhalt der Artenvielfalt ist somit im ureigenen Interesse unserer Industrie. Eine konsequente Auseinandersetzung mit den eigenen Einflüssen auf die Artenvielfalt stellt aus dieser Sicht in erster Linie eine Form des Risikomanagements dar hinsichtlich der langfristigen Verfügbarkeit von Ressourcen.

Zur Erörterung branchenspezifischer Fragen zur Auswirkung der Geschäftstätigkeit auf die Biodiversität nahmen wir 2011 und 2012 an einem Biodiversity-Check durch den Global Nature Fund und die Unternehmensberatung dokeo teil, der im Rahmen des EU Life-Programms gefördert wurde. Dieser Check hat zum Ziel, einen Überblick der teilweise komplexen Wechselwirkungen von Biodiversität mit der eigenen Geschäftstätigkeit zu erhalten und dies im Lichte von Einflussmöglichkeiten, Chancen und Risiken entlang des Produktlebenszyklus zu betrachten.

Die Ergebnisse zeigen, dass Symrise die Bedeutung des Themas erkannt hat und sich durch Engagement, klare Zuständigkeiten und regelmäßige Materialitätsanalysen auszeichnet. Trotzdem besteht noch Handlungsbedarf in Bezug auf eine systematischere Erfassung der direkten und indirekten Einflüsse auf die Biodiversität inklusive der Entwicklung konkreter Indikatoren zur Wirkungsmessung.

Lediglich zwei Standorte von Symrise befinden sich in Schutzgebieten oder grenzen an solche an: unser Entwicklungszentrum in Cotia, Brasilien, und unser Werk in Vohemar, Madagaskar. Ersterer grenzt unmittelbar an den Mata Atlântica – den atlantischen Regenwald – an, der aufgrund seiner außergewöhnlich hohen Vielfalt zu den fünf wichtigsten Biodiversitäts-Hotspots der Erde zählt und aufgrund seines Status als UNESCO Biosphärenreservat besondere Beachtung verdient. Wir haben uns verpflichtet, diese Waldflächen zu schützen und zu erhalten sowie sicherzustellen, dass unsere Geschäftstätigkeiten keinerlei negative Auswirkungen haben.



„Business & Biodiversity“

Im Rahmen dieser EU geförderten Kampagne durchlief Symrise 2012 einen Biodiversitätscheck. Die von dokeo und dem Global Nature Fund durchgeführte Analyse versteht sich als Werkzeug zur Integration von Biodiversitätsrisiken in das Umweltmanagement. Die Identifikation von strategischen Rohstoffen, potenziellen Risikoregionen und die Empfehlung von konkreten Maßnahmen standen dabei im Mittelpunkt.

Auch Madagaskar gehört zu den schützenswertesten Biodiversitäts-Hotspots weltweit. Unser Standort in der Sava-Region liegt nicht direkt in einem Schutzgebiet. Er hat einen nur geringen Einfluss auf die Umwelt vor Ort, da dort lediglich Fermentations- und Extraktionsprozesse stattfinden. Wir haben verschiedene Maßnahmen initiiert, um unseren Einfluss mittelfristig zu reduzieren. Integrierte Maßnahmen wie auf Madagaskar, wo gezielt Projekte mit dem Anspruch auf Erhalt der Artenvielfalt unterstützt werden, sind hier wegweisend.

Mit unseren Maßnahmen zur Sicherstellung der nachhaltigen Ressourcenverfügbarkeit und unseren weitreichenden Umweltschutzzielen leisten wir wichtige Voraussetzungen für den Schutz der Biodiversität. Aufbauend auf dem Biodiversitätscheck werden wir unsere strategische Herangehensweise schärfen und geeignete Maßnahmen entwickeln, um unsere Einflüsse an wesentlichen Standorten auch außerhalb von Schutzgebieten zu analysieren, unsere Kooperationen mit wissenschaftlichen und gesellschaftlichen Akteuren auszuweiten sowie unsere Mitarbeiter stärker miteinzubeziehen.

ENERGIEVERBRAUCH GESAMT

in Gigajoule pro Tonne verkauftes Produkt

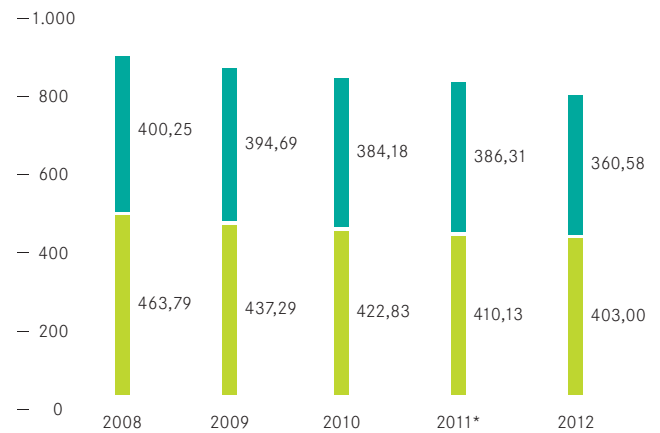
Direkte Energie: ● Gas ● Heizöl
Indirekte Energie: ● Dampf ● Elektrizität



KOHLENDIOXIDEMISSIONEN: SCOPE 1 UND SCOPE 2

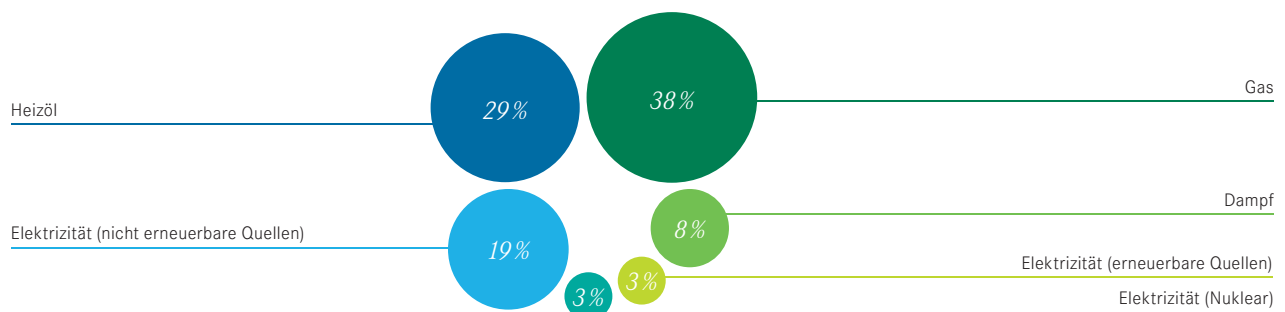
in kg pro Tonne verkauftes Produkt

● Scope 1
● Scope 2



* Aufgrund einer Veränderung der Berechnungsgrundlage wurden die Werte der Vorjahre angepasst. Der grundlegende Trend bleibt dadurch unverändert.

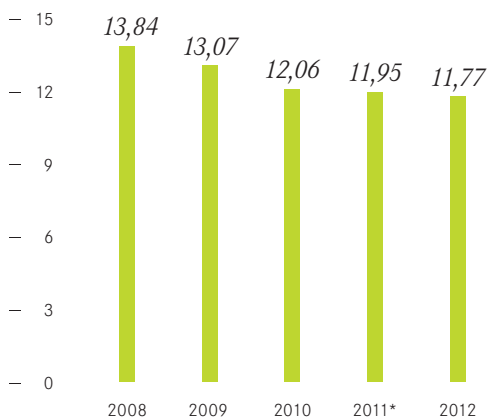
ENERGIEVERBRAUCH NACH ENERGIETRÄGERN 2012



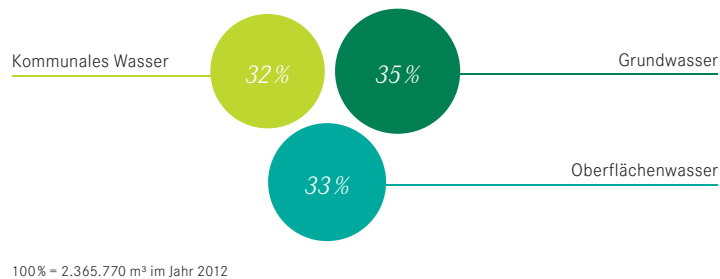
100% = 8,67 Gigajoule pro Tonne verkauftes Produkt im Jahr 2012

GESAMTWASSERENTNAHME

in m³ pro Tonne verkauftes Produkt

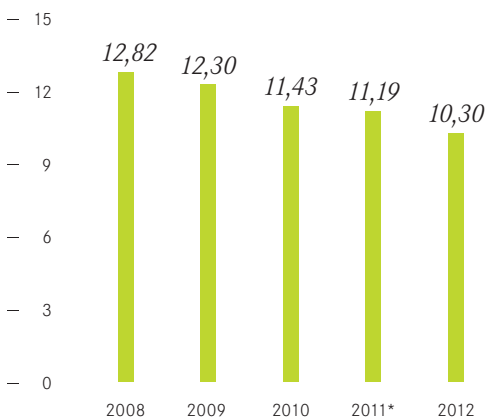


WASSERENTNAHME 2012 NACH QUELLEN



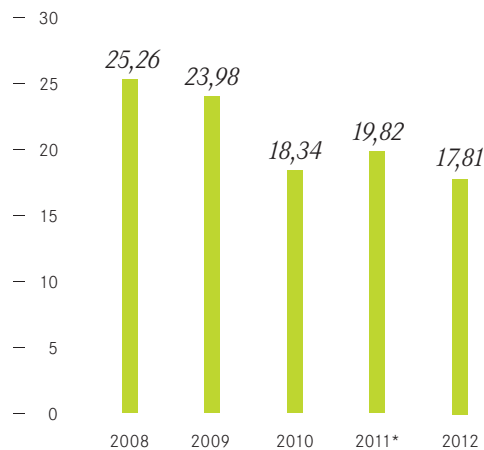
GESAMTABWASSERMENGE

in m³ pro Tonne verkauftes Produkt



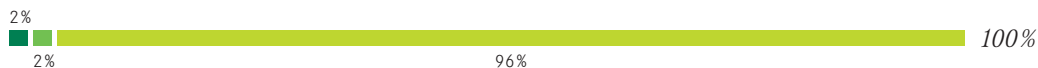
ABWASSER: CHEMISCHER SAUERSTOFFBEDARF

in kg pro Tonne verkauftes Produkt



GESAMTABWASSERMENGE 2012 NACH BESTIMMUNGSRORT

● Abtransport per LKW ● Undefinierte Einleitung ● Festgelegter Einleitungspunkt



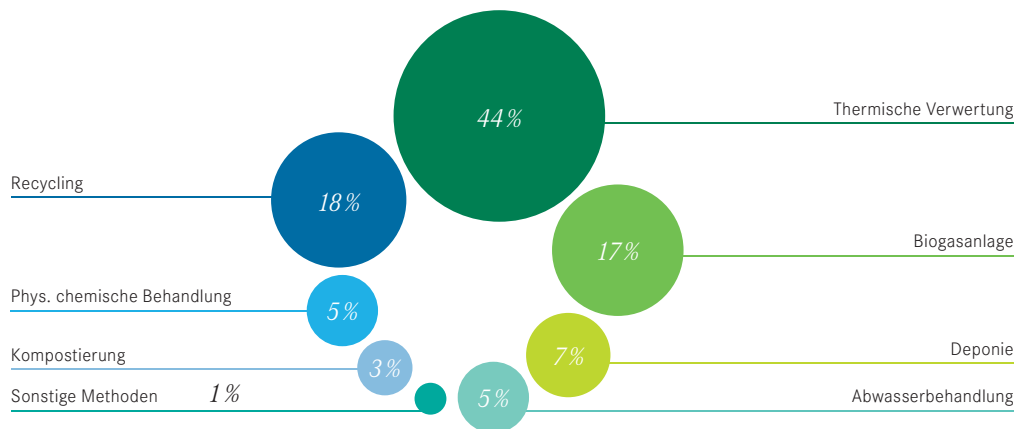
100% = 2.070.300 m³ im Jahr 2012

GESAMTABFALLMENGE: GEFÄHRLICHE UND UNGEFÄHRLICHE ABFÄLLE

in kg pro Tonne verkauftes Produkt



GESAMTABFALLMENGE 2012 NACH ENTSORGUNGSMETHODE



100% = 23.622 Tonnen im Jahr 2012

* Aufgrund einer Veränderung der Berechnungsgrundlage wurden die Werte der Vorjahre angepasst. Der grundlegende Trend bleibt dadurch unverändert.

Mitarbeiter

Motivierte und qualifizierte Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter bilden die Grundlage für den Erfolg von Symrise. In einer partnerschaftlichen Beziehung fordern wir Leistung, Engagement und Teamgeist. Gleichzeitig fördern wir die berufliche Weiterentwicklung unserer Mitarbeiter im Rahmen eines umfassenden Aus- und Weiterbildungskonzepts, bieten Freiraum für eigenverantwortliche Aufgabenwahrnehmung und unterstützen die Karriereentwicklung mit unterschiedlichen Karrierewegen für die Fach- und Führungslaufbahn.

HERAUSFORDERUNGEN FÜR EINE NACHHALTIGE PERSONALPOLITIK

- Wettbewerb um Nachwuchskräfte
- Aufbau und Erhalt von Know How
- Produktivität der Arbeitskraft
- Demografischer Wandel
- Veränderung der Arbeitswelt

ANFORDERUNGEN UNSERER STAKEHOLDER

- Personalentwicklung
- Vielfalt und Chancengleichheit
- Aus- und Weiterbildung
- Arbeitssicherheit
- Gesundheitsleistungen für Mitarbeiter

Aufbauend auf den Ergebnissen der Mitarbeiterbefragung 2010 führten wir 2012 eine erneute standardisierte Mitarbeiterbefragung durch, die unseren Mitarbeitern die Möglichkeit bot, die Stärken und Schwächen ihres Unternehmens zu benennen, und dem Management existierende Schwachstellen und notwendigen Handlungsbedarf aufzuzeigen. Das standardisierte Vorgehen erlaubt uns den direkten Vergleich mit anderen Unternehmen. Der sogenannte Employee Commitment Index – ein Index, der die Zufriedenheit und Verbundenheit der Mitarbeiter mit dem Unternehmen widerspiegelt – positioniert Symrise insbesondere in Deutschland als Unternehmen unter den Top 15 % der beliebtesten Arbeitgeber. Darauf sind wir stolz.

Die Mitarbeiterbefragung 2012 hat die klaren Stärken von Symrise als Arbeitgeber gezeigt. Unsere Mitarbeiter meinen, dass

- Symrise interessante Arbeitsaufgaben mit großen Handlungs- und Entscheidungsspielräumen bietet.
- die Mitarbeiter ihre Kenntnisse und Fähigkeiten einbringen können.

- es sehr gute Teamarbeit gibt mit gegenseitiger Unterstützung und Wertschätzung im Kollegenkreis. Herausforderungen werden gemeinsam gemeistert.
- die Führungskräfte bei Symrise eine gute Arbeit leisten und ihre Mitarbeiter bei Problemen unterstützen.
- man auf Symrise, seine Produkte und den Service, den das Unternehmen bietet, stolz sein kann.

Aber es gibt auch Verbesserungspotenziale: In den Wachstumsmärkten können wir uns als Arbeitgeber noch stärker positionieren. Das werden wir im Jahr 2013 mit vielfältigen Maßnahmen zum Thema Mitarbeitermotivation und Mitarbeiterbindung tun. Insgesamt wünschen sich die Mitarbeiter mehr Entwicklungs- und Karriereperspektiven und ein verstärktes Engagement in der beruflichen Weiterentwicklung und bei Trainings. Die interne Information und Kommunikation soll weiter verbessert werden, die Mitarbeiter möchten mehr wissen über die Entwicklung unserer Kunden und unseres Marktes, über die strategische Ausrichtung ihres Bereichs und des Unter-

„Der Blick in die Detailauswertung zeigt, dass

*unsere Mitarbeiter
weltweit stolz auf ihr Unter-
nehmen sind.“*

*„In den 2012 erstmals befragten Ländern ist das Commitment im Durchschnitt
erfreulich hoch.“*

*„Symrise Deutschland gehört landesweit zu den
Top 15 % aller Unternehmen,
wenn es um die Zufriedenheit und Motivation
der Mitarbeiter geht.“*

*„Dort, wo Handlungsbedarf besteht, werden wir
die Ursachen analysieren und im Dialog mit
den Mitarbeitern Lösungen
suchen.“*

Weltweites Commitment

2012 führten wir an unseren Standorten in Brasilien, China, Deutschland, Frankreich, Indien, Mexiko, Singapur und den USA erneut eine umfassende Mitarbeiterbefragung durch. Die ausführlichen Antworten und die hohe Beteiligung von 76% zeigen, dass unsere Mitarbeiter aktives Interesse besitzen, die Zukunft unseres Unternehmens mitzugestalten. Die Ergebnisse lieferten uns einen umfassenden Blick auf die Stärken und Schwächen unseres Unternehmens und zeigten uns spezifische Verbesserungspotenziale. Zusammen mit unseren Mitarbeitern arbeiten wir aktiv daran, nachhaltige Lösungen zu finden, um unserem Ziel „Employer of Choice“ Nachdruck zu verleihen.

nehmens insgesamt. Ferner hat die Vereinbarkeit von Beruf und Familie erheblich an Bedeutung gewonnen. Hier hat Symrise bereits durch flexible Arbeitszeitmodelle und die Kooperation mit Kindergärten und Kinderbetreuungseinrichtungen die richtigen Signale gesetzt.

Wir nehmen das Feedback der Mitarbeiter sehr ernst und werden mit vielfältigen Maßnahmen an den Entwicklungsthemen arbeiten, die die Mitarbeiter benannt haben. Mit dem Jahr 2012 startete ein kontinuierlicher Veränderungsprozess, mit dem wir unsere Organisation sukzessive weiterentwickeln werden. Ferner überprüfen wir regelmäßig die Vergütung und die betrieblichen Zusatzleistungen und passen sie einem zeitgemäßen Standard an. Als Beispiel sei hier unsere Kooperation mit lokalen Kindergärten zur Vereinbarkeit von Familie und Beruf genannt. Weitere Beispiele bilden unsere betriebliche Altersversorgung, eine attraktive Gesundheitsvorsorge und Krankenversicherung. Symrise arbeitet weltweit an entsprechenden Konzepten.

Ein weiterer Indikator, der Anhaltspunkte für die Motivation und Zufriedenheit der Mitarbeiter liefert, ist die Fluktuationsquote. Insgesamt ist die Fluktuationsquote weltweit erfreulich gering. Basierend auf lokalen und regionalen Benchmarks schneidet Symrise sehr gut ab und ist in der Lage, seine Mitarbeiter zu halten.

Die etwas erhöhte Fluktuationsquote in der Region Lateinamerika ist zu einem wesentlichen Teil durch die Verlagerung unseres Produktionsstandorts in Brasilien von São Paulo nach Sorocaba bedingt. Nach der intensiven Vorbereitung im Jahr 2011 mit Workshops für Mitarbeiter, individuellen Orientierungshilfen und gezielten Kommunikationsmaßnahmen wurde der Umzug 2012 abgeschlossen. Generell binden wir unsere Mitarbeiter bei betrieblichen Veränderungen umfassend und zeitnah ein. Eventuelle lokale oder nationale gesetzliche Mitteilungspflichten und -fristen halten wir ein.

MITARBEITERFLUKTUATION

REGION	2010	2011	2012 ABSOLUT	2012
Deutschland	1,3%	1,5%	34	1,4%
EAME (ohne Deutschland)	5,4%	6,1%	39	5,6%
Nordamerika	2,4%	4,9%	16	2,6%
Asien / Pazifik	12,0%	10,4%	154	14,1%
Lateinamerika	10,5%	11,2%	54	6,5%
Gesamt	5,1%	5,5%	297	5,3%
GESCHLECHT DEUTSCHLAND				
Weiblich	-	-	13	0,5%
Männlich	-	-	21	0,9%
Gesamt	-	-	34	1,4%
GESCHLECHT WELTWEIT				
Weiblich	-	-	134	2,4%
Männlich	-	-	163	2,9%
Gesamt	-	-	297	5,3%

Definition: Anteil der Mitarbeiter, der jährlich das Unternehmen auf eigenen Wunsch verlässt, im Vergleich zur durchschnittlichen Belegschaft.

Basis: Unbefristete und befristete Mitarbeiter; ohne Auszubildende

Die Datenerfassung wurde 2012 erweitert, so dass künftig auch eine geschlechtsspezifische Darstellung abgebildet werden kann.



Willkommen bei Symrise!

45 junge Menschen haben im September 2012 ihre Ausbildung bei Symrise begonnen – in insgesamt acht Ausbildungsberufen.

GRUNDSÄTZE DER PERSONALPOLITIK

Unser Integriertes Managementsystem beruht auf den Vorgaben der Norm Social Accountability 8000 (SA 8000). Sie basiert auf den Konventionen der International Labour Organization (ILO), der Universal Declaration of Human Rights sowie der UN Konvention für Kinderrechte. Die Norm ist bei Symrise konzernweit verbindlich. Es gehört für uns zu unserem Selbstverständnis, dass wir humane Arbeitspraktiken, eine menschenwürdige Beschäftigung und die Berücksichtigung sozialer Aspekte der Beschäftigung als Voraussetzung für unser Handeln an jedem Standort verstehen. Jegliche Missachtung von Arbeitnehmerrechten oder von Bestimmungen zur Arbeitssicherheit ist illegal und wird bei Symrise nicht toleriert. Wir garantieren eine Vergütung, die mindestens dem gesetzlichen oder tariflichen Lohnniveau der Industrie entspricht. In Bezug auf Arbeitszeiten und bezahlten Urlaub folgen wir den lokalen gesetzlichen Vorschriften, Tarifverträgen und den Gepflogenheiten des Landes, in dem wir tätig sind. Und wir legen Wert auf eine partnerschaftliche Beteiligung der Arbeitnehmervertreter. Der faire Umgang mit den Interessen unserer Mitarbeiter bedeutet auch, dass wir uns in unserer Vergütungspolitik an kollektiven Vereinbarungen für unseren Industriebereich orientieren. Ein klares Bekenntnis zur Vereinigungsfreiheit sowie das Recht auf Mitgliedschaft in einer Gewerkschaft sind für uns selbstverständlich. Weltweit ist der überwiegende Teil unserer Belegschaft durch Kollektivvereinbarungen erfasst. In Deutschland sind es 100%. 2012 gab es keine Streiks im Unternehmen.

NACHWUCHS- UND MITARBEITERFÖRDERUNG

Symrise beschreitet vielfältige Wege, um qualifizierte Mitarbeiter zu gewinnen und gezielt zu fördern. In berufsvorbereitenden Betriebspraktika bietet Symrise weltweit jedes Jahr vielen Schülern und Studenten die Möglichkeit, Einblicke in die Arbeitsabläufe des Unternehmens zu erhalten. Um gut qualifizierte Auszubildende für Symrise zu gewinnen, bestehen enge Kontakte zu den allgemein- und berufsbildenden Schulen in Form von Partnerschaften bei Schülerfirmen, Projekttagen, Teilnahme an Berufsorientierungsmaßnahmen und E-Learning Projekten. Im Jahr 2012 hat Symrise wiederum einen „Tag der Ausbildung“ für interessierte Schüler und Eltern am Unternehmenssitz in Holzminden durchgeführt, um den Schülern schon früh einen Einblick in die Arbeitswelt zu vermitteln. Zum 31. Dezember 2012 waren an unseren deutschen Standorten 130 Auszubildende und Trainees beschäftigt. Dies entspricht einer Ausbildungsquote von rund 5%.

Zusätzlich bieten wir Studenten die Möglichkeit, im Rahmen von Praktika sowie Bachelor- oder Masterarbeiten Symrise kennen zu lernen. Von dieser Möglichkeit machen jedes Jahr etwa 80 Studenten Gebrauch. Darüber hinaus pflegt Symrise intensive Kontakte zu Universitäten und Hochschulen und nimmt regelmäßig an Hochschulinformationstagen teil. Insgesamt erleben wir, dass Symrise auf dem Arbeitsmarkt als sehr attraktiver Arbeitgeber vor allem auch innerhalb unserer Branche wahrgenommen wird. Von neuen Mitarbeitern wird unsere Unternehmenskultur als inspirierend hervorgehoben.

MITARBEITER NACH VERTRAGSART UND ARBEITSZEIT

	2010	2011	2012	2012	ANTEIL 2012	ANTEIL 2012	VERÄNDERUNG 2012
	DEUTSCHLAND	DEUTSCHLAND	DEUTSCHLAND	WELTWEIT	DEUTSCHLAND	WELTWEIT	DEUTSCHLAND
Unbefristete Verträge							
Vollzeit	1.959	2.036	2.064	5.254	83,5 %	90,5 %	1,4 %
Teilzeit	282	284	289	341	11,7 %	5,9 %	1,8 %
Gesamt	2.241	2.320	2.353	5.595	95,2 %	96,4 %	1,4 %
Befristete Verträge							
Vollzeit	130	91	102	188	4,2 %	3,2 %	12,1 %
Teilzeit	17	16	16	21	0,6 %	0,4 %	0,0 %
Gesamt	147	107	118	209	4,8 %	3,6 %	10,3 %
Gesamt							
Vollzeit	2.089	2.127	2.166	5.442	87,7 %	93,8 %	1,8 %
Teilzeit	299	300	305	362	12,3 %	6,2 %	1,7 %
Gesamt	2.388	2.427	2.471	5.804	100,0 %	100,0 %	1,8 %

Basis: Mitarbeiterzahl, ohne Leiharbeitnehmer und Auszubildende, Stand jeweils zum 31. Dezember des Jahres

MITARBEITER NACH VERTRAGSART: WELTWEIT

VERTRAGSART	2010	2011	2012	ANTEIL 2012	VERÄNDERUNG 2012
Unbefristete Verträge	5.054	5.200	5.471	96,5 %	5,2 %
Befristete Verträge	234	234	198	3,5 %	-15,4 %
Gesamt	5.288	5.434	5.669	100,0 %	4,3 %

Basis: Full-Time Equivalents (FTE), ohne Leiharbeitnehmer und Auszubildende, Stand jeweils zum 31. Dezember des Jahres

MITARBEITER NACH REGION

REGION	2010	2011	2012	ANTEIL 2012	VERÄNDERUNG 2012
Deutschland	2.271	2.310	2.352	41,5 %	1,8 %
EAME ohne Deutschland	737	732	757	13,4 %	3,4 %
Nordamerika	628	613	641	11,3 %	4,6 %
Asien / Pazifik	904	1.027	1.113	19,6 %	8,4 %
Lateinamerika	748	752	806	14,2 %	7,2 %
Gesamt (ohne Trainees und Auszubildende)	5.288	5.434	5.669	100,0 %	4,3 %
Trainees und Auszubildende	116	123	130		5,7 %
Gesamt	5.404	5.557	5.799		4,4 %

Basis: Full-Time Equivalents (FTE), ohne Leiharbeitnehmer, Stand jeweils zum 31. Dezember des Jahres

Die persönliche Weiterentwicklung im Sinne lebenslangen Lernens gewinnt für jeden Einzelnen, aber auch für uns als Unternehmen, an Bedeutung. Daher ist es uns ein Anliegen, unsere Mitarbeiter dabei zu unterstützen und ihre Kompetenz gezielt zu fördern. Mit vielseitigen Fort- und Weiterbildungsprogrammen bieten wir unseren Mitarbeitern die Gelegenheit, ihre Fähigkeiten kontinuierlich weiterzuentwickeln. Das Angebot für alle Mitarbeiter von Symrise umfasst Sicherheitstrainings, Sprachkurse, Projektmanagement- und EDV-Kurse. Im Jahr 2012 haben wir mit den Sozialpartnern in Deutschland einen Weiterbildungstarifvertrag abgeschlossen, der die systematische Förderung unserer Mitarbeiter zusätzlich zu den bestehenden Initiativen voranbringen soll. Dies ist ein klares Bekenntnis von Symrise zur Personalentwicklung auf allen Ebenen des Unternehmens, auch unter Tarifmitarbeitern. Lebenslanges Lernen ist bei Symrise eine Selbstverständlichkeit.



Internationale Inspirationen

Die weltweite Parfümeursausbildung hat bei Symrise eine lange Tradition. Wir bieten jungen Talenten eine Ausbildung, die weit über Rohstoffkenntnis hinausgeht, ihre Kreativität fördert und sie zu Spitzenleistungen befähigt. Dazu gehört auch ein Besuch der Lavendelfelder in den südfranzösischen „Alpes de Haute Provence“ sowie der Parfümstadt Grasse. Unsere Parfümerieschulen sind Teil der Symrise Parfümeursakademie, die die ständige Weiterentwicklung unserer Kreativen in aller Welt fördert.

Bereits 2009 haben wir eine Weiterbildungsinitiative speziell für Labor- und Produktionsmitarbeiter ins Leben gerufen. In ihrem Rahmen können sich un- und angelernte Mitarbeiter zum „Fachmischer“ oder auch zum „Flavokanten“ weiterbilden. Darüber hinaus können Chemikanten an der Weiterbildung zum „Prozesschemikanten“ teilnehmen, die Grundlagen der Chemie, Qualitätskontrolle und guten Herstellungspraxis beinhaltet sowie die Gefährdungspotenziale chemischer Produkte und Prozesse. Die Qualifizierung zum „Advanced Laboratory Technician“ richtet sich an Chemielaboranten und konzentriert sich auf Themen wie Grundelemente der Verfahrenstechnologie, Biotechnologie, Kundenkommunikation und Verhandlungstechnik sowie Patentwesen. Zusätzlich bieten wir im Rahmen der Leadership Academy Fortbildungen für Führungskräfte im Symrise Konzern an. Ein wesentlicher Baustein der Führungskräfteentwicklung ist ein 360° Feedback. Ziel ist es, für den Mitarbeiter eine Rundum-Sicht zu erhalten und die berufliche Entwicklung systematisch voranzutreiben: „Feedback is a gift“ – dieses Motto leben wir.

Die weltweiten Ausgaben für Fort- und Weiterbildungsmaßnahmen beliefen sich 2012 auf rund 2,5 Mio. € und lagen damit auf dem Vorjahresniveau. Ein wichtiger Meilenstein auf unserem Weg zu einer ganzheitlichen Karriereförderung von Mitarbeitern ist die weltweite Initiative career@symrise, eine konzernweite Softwarelösung zum ganzheitlichen Personalmanagement. Nach der Einführung des globalen Performance Review Prozesses in den Jahren 2011 und 2012, der neben der Zielvereinbarung die systematische Evaluierung der Kompetenzen und die Vereinbarung von Personalentwicklungsmaßnahmen beinhaltet, haben wir im Jahr 2012 das zweite Modul, die Nachfolgeplanung, implementiert. Damit sind wir in der Lage, die Besetzung unserer Schlüsselpositionen global zu steuern und unsere Potenziale noch gezielter international einzusetzen. Mitarbeiter selbst haben mit diesem Instrument die Möglichkeit, ihr eigenes Profil einzustellen und ihre Karriereziele trans-

parent zu machen. So wird der intensive Dialog zwischen Führungskraft und Mitarbeiter über die Karriereentwicklung weiter unterstützt. Für 2013 ist die Einführung eines Moduls zum verbesserten globalen Trainingsmanagement geplant. Damit gehen wir weiter auf unserem Weg, Symrise in den verschiedenen Ländern zum „Employer of Choice“ für seine Mitarbeiter zu entwickeln.

Im Rahmen des Mitarbeitergesprächs führen wir einen intensiven Dialog mit unseren Mitarbeitern, vereinbaren Ziele, evaluieren die Qualifikationen und Kompetenzen und legen jährlich Personalentwicklungsmaßnahmen fest. Symrise hat Anfang 2012 seinen neuen Wertekanon veröffentlicht. Zu unseren Werten gehört das klare Commitment zu unseren Mitarbeitern und ihrer Förderung im Unternehmen.

VIelfALT UND CHANCENGLEICHHEIT

Unterschiedliche Talente, Kulturen und Sichtweisen bereichern unser Unternehmen und helfen uns dabei, neue Lösungen für unsere unterschiedlichen globalen Kunden, Märkte und Konsumenten Anforderungen zu entwickeln und bestehende Anforderungen bestmöglich umzusetzen. Wir empfinden die große Vielfalt unserer Mitarbeiter in Hinblick auf Religion, Ethnie, Geschlecht, Alter und Kultur als inspirierend und als wesentlichen Erfolgsfaktor. Unser Diversity-Programm beinhaltet Richtlinien für Personaleinstellung und -entwicklung und zielt darauf ab, diese Vielfalt bewusst zu fördern.

Generell besetzen wir Stellen im Symrise Konzern ausschließlich anhand der fachlichen Qualifikation und der individuellen Leistung interner oder externer Bewerber. Bei gleicher Qualifikation geben wir jedoch im Sinne unserer Verantwortung als Arbeitgeber internen Bewerbern den Vorrang. Der überwiegende Teil unserer Mitarbeiter und Führungskräfte an unseren weltweiten Unternehmensstandorten stammt aus dem jeweiligen Land. Umgekehrt begrüßen wir auch eine interkulturelle Durchmischung und Vielfalt, die wir durch Personalentwicklungsmaßnahmen gezielt fördern. Ein weiterer



career@symrise: Phase 2

Anfang 2012 hat unser Unternehmen mit career@symrise eine Initiative zur ganzheitlichen Mitarbeiterförderung und -entwicklung ins Leben gerufen. Neben der Abbildung des Zielvereinbarungsprozesses wurde nun die Karriere- und Nachfolgeplanung in die zugehörige Onlineplattform integriert. Jeder Mitarbeiter soll dadurch die Möglichkeit erhalten, seine Kompetenzen zu präsentieren, Karrierewünsche zu definieren und sich im engen Dialog mit dem Vorgesetzten im Unternehmen weiterzuentwickeln.

Schwerpunkt unseres Strebens nach mehr Vielfalt ist es, den Frauenanteil in Führungspositionen mittelfristig zu erhöhen. Insgesamt betrug der Frauenanteil im Konzern 2012 39,6%. Im oberen Management ist der Anteil mit 21,1% (bezogen auf Deutschland) jedoch deutlich geringer. Diesen Anteil wollen wir durch eine gezielte Nachfolgeplanung und entsprechende Mentoring-Programme weiter steigern.

Anstatt einer starren Quotenregelung setzen wir hier im Rahmen unseres Talent Management Prozesses auf gezielte Anreize und schaffen gleichzeitig dafür die strukturellen Grundlagen. Eine Voraussetzung dafür ist die Möglichkeit, Familie und Beruf miteinander in Einklang zu bringen. Symrise bietet seinen Mitarbeitern flexible Arbeitszeitmodellen, Teilzeitarbeit und Job Sharing. Allein in Deutschland können rund 92% der Mitarbeiter ihre Arbeitszeit flexibel gestalten. Zudem kooperieren wir an unserem Stammsitz in Holzminden mit Kindertagesstätten, um die Kinderbetreuung zu vereinfachen. Eine geschlechtsunabhängige Entlohnung ist für uns selbstverständlich. In vielen Ländern regeln Tarifverträge die Vergütung unserer Mitarbeiter. Über Entgeltgruppen stellen wir sicher, dass Qualifikation, Verantwortung und Leistung die Vergütung bestimmen und geschlechtsspezifische Unterschiede für gleichwertige Tätigkeiten ausgeschlossen sind. Im außertariflichen Bereich sorgt unser Job Grade-Modell für Transparenz und Gerechtigkeit in der Vergütung.

MITARBEITERKATEGORIEN HINSICHTLICH GESCHLECHT IN DEUTSCHLAND

	2011	ANTEIL 2011 IN %	2012	ANTEIL IN %
Führungskräfte				
Männlich	282	11,6 %	292	11,8 %
Weiblich	75	3,1 %	78	3,2 %
Gesamt	357	14,7 %	370	15,0 %
Keine Führungskräfte				
Männlich	1.361	56,1 %	1.385	56,1 %
Weiblich	709	29,2 %	716	28,9 %
Gesamt	2.070	85,3 %	2.101	85,0 %
Gesamtbelegschaft				
Männlich	1.643	67,7 %	1.677	67,9 %
Weiblich	784	32,3 %	794	32,1 %
Gesamt	2.427	100,0 %	2.471	100,0 %

Definition: Führungskräfte inklusive Nachwuchsführungskräfte, definiert als Außertarifliche Mitarbeiter, Leitende Mitarbeiter und Leitende Angestellte.
Basis: Mitarbeiterzahl, ohne Leiharbeitnehmer und Auszubildende. Stand zum 31. Dezember 2012

MITARBEITERKATEGORIEN HINSICHTLICH ALTERSGRUPPEN IN DEUTSCHLAND

ALTER	FÜHRUNGSKRÄFTE	ANTEIL IN %	KEINE FÜHRUNGSKRÄFTE	ANTEIL IN %	GESAMT	ANTEIL IN %
20 – 29	1	0,3 %	293	13,9 %	294	11,9 %
30 – 39	63	17,0 %	460	21,9 %	523	21,2 %
40 – 49	166	44,9 %	763	36,3 %	929	37,6 %
50 – 59	121	32,7 %	531	25,3 %	652	26,4 %
>= 60	19	5,1 %	54	2,6 %	73	2,9 %
Gesamt	370	100,0 %	2.101	100,0 %	2.471	100,0 %

Definition: Führungskräfte inklusive Nachwuchsführungskräfte, definiert als Außertarifliche Mitarbeiter, Leitende Mitarbeiter und Leitende Angestellte.
Basis: Mitarbeiterzahl, ohne Leiharbeitnehmer und Auszubildende. Stand zum 31. Dezember 2012

ZUSAMMENSETZUNG VON VORSTAND UND AUFSICHTSRAT HINSICHTLICH GESCHLECHT

	VORSTAND	ANTEIL IN %	AUFSICHTSRAT	ANTEIL IN %
Männlich	4	100 %	9	75 %
Weiblich	0	0 %	3	25 %
Gesamt	4	100 %	12	100 %

Stand zum 31. Dezember 2012

In der Altersstruktur der Beschäftigten im Symrise Konzern dominieren die 30- bis 49-Jährigen mit einem Anteil von 62 %. Eine Ende 2010 durchgeführte Demografieanalyse der Belegschaft ergab, dass sich die demografische Entwicklung in den nächsten zehn Jahren sehr stetig vollziehen wird. Die jährliche Personalreduktion durch den Eintritt in das Rentenalter liegt bis zum Jahr 2020 unter beziehungsweise um 1 % der Belegschaft.

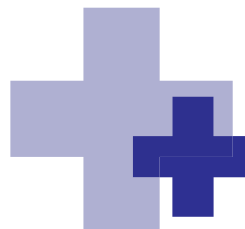
ARBEITSSICHERHEIT UND GESUNDHEIT

Alle Mitarbeiter haben einen Anspruch auf einen Arbeitsplatz ohne Gefährdung für Sicherheit und Gesundheit. Weltweit werden hierfür alljährlich zahlreiche Programme und Maßnahmen zur Sicherheit am Arbeitsplatz durchgeführt. Aufgrund der unterschiedlichen Gegebenheiten und Bedürfnisse vor Ort werden die konkreten Maßnahmen von den Standorten eigenverantwortlich über entsprechende Systeme und Arbeitsgruppen gesteuert. Die 2012 initiierten Maßnahmen und Projekte haben insgesamt einen Beitrag zur weiteren Verbesserung der Arbeitssicherheit bei Symrise geleistet. Im Frühjahr 2012 wurde zudem unser Standort Holzminden sowie die Tochterunternehmen Symotion und TESIUM erfolgreich nach OHSAS 18000 zertifiziert.

Die Durchführung regelmäßiger Arbeitssicherheitstrainings ist bei uns konzernweit verbindlich. Es ist unser Prinzip, jeden Unfall und seine Ursachen genau zu untersuchen. In den Produktionsbereichen setzen wir bei schweren Unfällen die Kaizen-Methode ein. Gemeinsam mit den Mitarbeitern der betroffenen Bereiche erarbeiten wir einen Maßnahmenplan, um künftig ähnliche Unfälle zu vermeiden. Allerdings mussten wir 2012 einen Anstieg sowohl der Unfallhäufigkeit als auch -schwere feststellen. Zur genauen Analyse und Erarbeitung von Gegenmaßnahmen haben wir eine eigene Task-Force aufgesetzt. Wir nehmen dieses Thema sehr ernst und werden hierzu alle Führungskräfte einbinden.

Ebenso sehr, wie wir uns für die Arbeitssicherheit einsetzen, ist auch die Gesundheitsvorsorge ein wichtiges Element unserer Personalpolitik. An fast allen Standorten rund um die Welt bieten wir unseren Mitarbeitern vielfältige Angebote und Aktionen zur Gesundheitsförderung an. Damit unterstützen und erhalten wir gleichzeitig die berufliche Leistungsfähigkeit unserer Mitarbeiter. Art und Umfang der Angebote orientieren sich dabei stets an den spezifischen Bedürfnissen der jeweiligen Belegschaften. Das Spektrum reicht von kostenlosen Schutzimpfungen und regelmäßigen Vorsorgeuntersuchungen über interne und externe Sport- und Wellnessangebote und Beratungsleistungen bis hin zu medizinisch abgestimmter Wiedereingliederung nach längerer Krankheit. Nimmt man alle Maßnahmen des betrieblichen Gesundheitsmanagements in Deutschland zusammen, haben wir im Jahr 2012 etwa 900 Mitarbeiter erreicht.

Viele der Leistungen zur Förderung und Erhaltung der Gesundheit, die wir in Deutschland anbieten, gibt es an anderen Standorten ebenfalls. In den USA praktizieren wir Programme wie „Simply Healthy“, um unsere Mitarbeiter zu sensibilisieren, während wir in Asien unsere Mitarbeiter in Sicherheits- und Gesundheitswochen informieren



Symply Healthy

2011 starteten wir an unseren Standorten in den USA eine gezielte Überarbeitung unserer Maßnahmen zur Gesundheitsvorsorge unter dem Namen „symply healthy“. Nach einer umfassenden Analyse der verschiedenen laufenden Projekte arbeiten wir nun daran, diese im Sinne einer umfassenden Gesundheitskultur zu verzahnen und weiter auszubauen. Die Gesundheit unserer Mitarbeiter ist uns ein zentrales Anliegen in allen Ländern.

und schulen. Da in einigen Ländern keine ausreichende öffentliche Gesundheitsfürsorge besteht, bieten wir dort zudem zusätzliche Krankenversicherungen an, um die gesundheitliche Versorgung unserer Mitarbeiter sicherzustellen.

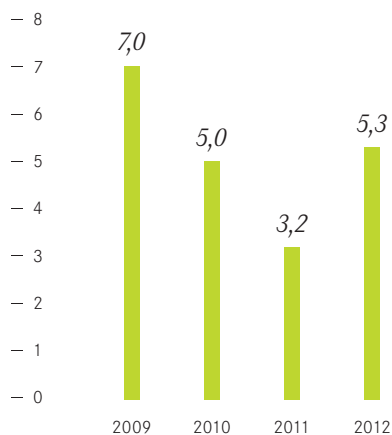
Im Rahmen unseres „Sport&Kultur“ Programms bieten wir den Mitarbeitern vielfältige sportliche Möglichkeiten wie Fußball, Kara-T-Robic, Laufen, Volleyball, Walking oder Yoga an, um sich auch außerhalb der beruflichen Aktivitäten gesund und fit zu halten. Ferner legen wir großen Wert auf das „Betriebliche Gesundheitsmanagement“ und haben uns hier auch mit den betrieblichen Sozialpartnern auf ein Programm verständigt, das Weiterbildungen und Vortragsveranstaltungen umfasst. Zur Erkennung und Minimierung ergonomischer Belastungen wurden in Schwerpunktbereichen Gesundheitszirkel eingerichtet und die Arbeitsplätze systematisch auf Schwachstellen analysiert. Hier können sich Mitarbeiter ergonomisch beraten lassen, die Kosten hierfür übernimmt Symrise. Darüber hinaus richtet Symrise regelmäßig Gesundheitstage aus zu Schwerpunktthemen wie gesunde Ernährung, Stressmanagement und vieles andere mehr. Bei der Schulung von Führungskräften wird auch das Thema „Sucht und Suchtprävention“ behandelt.

Gesundheit am Arbeitsplatz

Vor drei Jahren hat die Symrise AG in Deutschland mit Unterstützung des Betriebsrats ein aktives Gesundheitsmanagement begonnen. Mit Erfolg, wie das Ergebnis des aktuellen Corporate Health Audits zeigt. Die Punktezahl stieg gegenüber dem Vorjahr von 338 auf 368 von 400 möglichen Zählern. Das Corporate Health Audit untersucht und bewertet gesundheitsfördernde Maßnahmen für Mitarbeiter in Unternehmen. Symrise wurde mit der Note „Exzellent“ bewertet und gehört damit zur Spitzengruppe der deutschen Unternehmen.

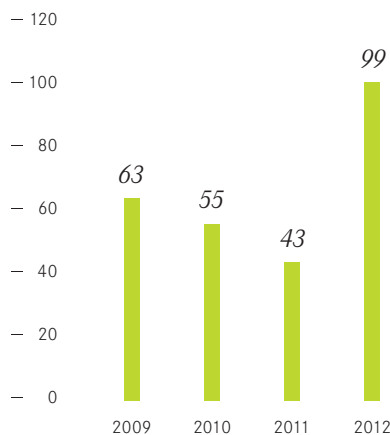


ARBEITSUNFÄLLE (MAQ)



MAQ = Meldepflichtige Arbeitsunfälle¹ x 1.000.000 / Arbeitsstunden
 1 meldepflichtige Arbeitsunfälle: > 1 Arbeitstag

UNFALLSCHWERE (USQ)



USQ = Ausfalltage x 1.000.000 / Arbeitsstunden

Gesellschaft

Unternehmen mit eindimensionaler Ausrichtung auf den wirtschaftlichen Ertrag laufen auf lange Sicht Gefahr, sich selbst der wichtigsten Geschäftsgrundlage zu berauben: Vertrauen. Deswegen nehmen wir unsere unternehmerische Verantwortung entlang unserer Wertschöpfungskette wahr, engagieren uns aber auch außerhalb unseres Kerngeschäfts in den Bereichen Gesundheit und Ernährung, Sport, Kultur und Bildung.

HERAUSFORDERUNGEN FÜR NACHHALTIGES WIRTSCHAFTEN IN DER GESELLSCHAFT

- Reputation und Sichtbarkeit
- Mitarbeiteridentifikation
- Minimierung der Beschaffungsrisiken
- Interesse an einem wirtschaftsfreundlichen regulatorischen Umfeld

ANFORDERUNGEN UNSERER STAKEHOLDER

- Beitrag zur lokalen Wirtschaft
- Faire Verteilung der Erträge entlang der Lieferkette
- Unterstützung und Förderung lokaler Infrastrukturentwicklungen
- Spenden und Sponsoring

Symrise übernimmt Verantwortung: Wir sind uns des Einflusses auf die Gesellschaft, in der wir leben und arbeiten, bewusst. Gleichzeitig sind wir als Unternehmen auch davon abhängig, dass wir bei unseren Mitarbeitern, Geschäftspartnern und an unseren Standortgemeinden als verantwortungsvoller Partner akzeptiert und geschätzt werden. Wir verkaufen unsere Produkte auf einem globalen Markt und beziehen gleichermaßen unsere hierfür benötigten Rohstoffe aus nahezu allen Teilen der Welt. Das Konzept des Shared Value ist für uns deshalb das übergeordnete Leitmotiv unserer Geschäftstätigkeit. Wir wollen unsere Konkurrenzfähigkeit erhöhen und dabei zugleich die wirtschaftlichen und sozialen Bedingungen in der Gesellschaft verbessern.

Nachhaltigkeit, Integrität und Engagement sind für uns wichtige Leitlinien und fester Bestandteil unserer Unternehmenswerte. Wir möchten unser Umfeld so gestalten, dass sich sowohl unser Unternehmen als auch unsere Mitarbeiter, Kunden und die Gesellschaft positiv und nachhaltig entwickeln können.

IM DIALOG

Ein genaueres Verständnis für den Einfluss unseres Unternehmens auf unser Umfeld gelingt uns nur im Austausch mit den Gemeinden und Anwohnern unserer weltweit über 30 Standorte. Bei allen größeren Veränderungen wie Bauvorhaben oder Produktionsausweitungen beziehen wir die Anwohner bereits früh mit ein, so zum Beispiel 2012 bei der Planung eines neuen Kesselhauses an unserem Standort in Holzminden. Wir informieren sie umfassend und berücksichtigen mögliche Bedenken. In unserer Konzernzentrale in Holzminden informieren wir die Gemeinde über unsere aktuellen Geschäftsaktivitäten, standortbezogene Themen und unser gesellschaftliches Engagement mittels einer regelmäßig erscheinenden Nachbarschaftszeitung. Geruchsemissionen unserer Produktion sind hier beispielsweise ein wichtiges Thema für die Anwohner. Um die Geruchsbelastung auf ein Minimum zu beschrän-

„Because we care...“

„Because we care“ ist der Leitsatz, unter dem wir unsere unternehmerische Verantwortung fassen. Diese einfache und ausdrucksstarke Aussage reflektiert gleichwohl unseren strategischen Fokus wie unsere professionelle Leidenschaft für das Thema Nachhaltigkeit – von der Beschaffung über unsere Mitarbeiter und Standorte bis zu unseren Produkten und unserem gesellschaftlichen Engagement.



Multiplikatoren

Im Zuge der permanenten Erweiterung unseres internen Nachhaltigkeitsnetzwerks schlossen sich nun 15 Mitarbeiter in Brasilien zusammen, um ihre Kollegen mit konkreten Ideen und gutem Beispiel zu einer gelebten, tagtäglichen Nachhaltigkeit zu inspirieren. Das „Symlive Team“ hat sich ein ambitioniertes Ziel gesetzt: Ende 2013 wollen sie nicht mehr nur ein Zusammenschluss der ersten 15 sein, sondern ein begeistertes Team von 350 – oder sogar mehr...

ken, investieren wir kontinuierlich in moderne Filteranlagen und die Optimierung bestehender Systeme. An vielen Standorten verwenden wir bereits neueste regenerative thermische Abluftreinigungssysteme und erzielen so erhebliche Verbesserungen.

Der Erhalt der natürlichen Umgebung rund um unsere Standorte ist uns ein ebenso wichtiges Anliegen wie den dortigen Anwohnern. Durch die Eröffnung unseres neuen Innovationszentrums in Brasilien haben wir den Mata Atlântica, den brasilianischen Regenwald, als unseren Nachbarn gewonnen, dessen reiche biologische Vielfalt es zu schützen und zu bewahren gilt. Die ständige Bewertung unserer Auswirkungen an allen Standorten sehen wir als selbstverständliche Verpflichtung.

LOKALE WERTSCHÖPFUNG

Ein zentrales Element unserer Beschaffungspolitik besteht darin, wichtige Rohstoffe nahe an den Erzeugergebieten herzustellen und zu verarbeiten. Mit vielen unserer lokalen Produzenten und Lieferanten pflegen wir bereits seit Jahren eine enge und partnerschaftliche Beziehung. Insbesondere in Brasilien und Madagaskar, unseren Haupt-

bezugsländern für Zitrusfrüchte und Vanille, treiben wir nicht nur Handel, sondern unterstützen und fördern gezielt die lokalen Wirtschaftsstrukturen. Wir empfinden uns dort nicht als Außenstehende: Wir sind Teil unserer Gemeinden rund um unsere Standorte.

Indem wir wesentliche Verarbeitungsschritte im Erzeugerland belassen, erhöhen wir die Wertschöpfung vor Ort. Für Symrise bedeutet dieser Ansatz eine langfristig gesicherte Rohstoffversorgung, optimale Qualität und Erträge sowie maximale Transparenz für unsere Kunden. Wir sind der Ansicht, dass wir mit unserem Responsible Sourcing Modell die Basis für langfristige und ausgeglichene Geschäfts- und Nachbarschaftsbeziehungen legen. Denn auch wir und unsere Kunden profitieren von dem Vertrauen, das uns aufgrund unseres fairen Umgangs entgegengebracht wird. Auf Madagaskar wissen wir durch unseren intensiven Austausch mit den Bauern und Kooperativen, wo wir mit gezielten Aktivitäten in den Bereichen Ernährung, Gesundheit und Bildung die sozioökonomische Situation der madagassischen Vanillebauern und ihrer Familien verbessern können. Wir profitieren langfristig von gut ausgebildeten und motivierten Geschäftspartnern und Arbeitskräften sowie von einem gesicherten Zugang zu qualitativ hochwertigen Ressourcen.

Die lokale Beschaffung und Verarbeitung unserer natürlichen Rohstoffe steht im Zusammenhang mit der Natur unserer Geschäftstätigkeit. Bereits für das Vorgängerunternehmen von Symrise wurde der Standort in Holzminden bewusst wegen seiner Nähe zu benötigten Rohstoffen gewählt. Dieses Prinzip verfolgen wir weiter und tragen dafür Sorge, dass wir ein angesehenes Mitglied unserer Standortgemeinden sind.

SYMRISE SIND SEINE MITARBEITER

Die direkte Verwurzelung mit unseren Standorten vollzieht sich vor allem durch unsere Mitarbeiter. Ein Großteil unseres Personals besteht aus lokalen Angestellten. Der Anteil lokaler Führungskräfte beträgt über 90%. Unsere Mitarbeiter rekrutieren wir zum überwiegenden Teil in dem jeweiligen Land unserer Geschäftstätigkeit, oft sogar aus dem direkten Umfeld des Standorts. Deswegen entstehen viele Anstöße für gemeinnützige Projekte durch



„Work for a cause and not for applause“

Unter diesem Motto haben sich bei Symrise in Indien engagierte Mitarbeiter aller Fachbereiche zu einem Team zusammengeschlossen. Es ist eines der aktivsten weltweit: Neben Spendenaktionen für kranke Kinder, Obdachlose und Hilfsbedürftige wurde die gesamte Belegschaft eingebunden. Es wurde zu Blutspenden aufgerufen, um die kostenlose Behandlung von Kindern in einer öffentlichen Klinik zu ermöglichen, und gemeinsame Freiwilligenarbeit geleistet. Hinzu kommen zahlreiche Initiativen zugunsten der Umwelt und der Mitarbeiter vor Ort.

unsere Mitarbeiter selbst. Wir schätzen und fördern das eigenverantwortliche, engagierte Denken und Handeln unserer Mitarbeiter als Teil unserer gesellschaftlichen Verantwortung und bieten ihnen hierfür materielle und finanzielle Unterstützung. Wir wollen Mitarbeiter, die sich mit unserem Unternehmen und unseren Werten identifizieren und dies auch nach Außen tragen. Erst durch engagierte Mitarbeiter sind wir ein integraler Teil der lokalen Gemeinden.

An nahezu allen Standorten haben wir Freiwilligeninitiativen ins Leben gerufen, die sich in sozialen Projekten engagieren und sicherstellen, dass wir einen gezielten positiven Einfluss auf unser Umfeld haben. 2012 haben beispielweise Mitarbeiter in Indien Ideen entwickelt, von denen sowohl das Unternehmen als auch die Gesellschaft profitieren sollen. Das Ergebnis war eine Liste von Projekten, die unmittelbare Relevanz für die dortige Standortgemeinde besitzen. Heute unterstützt Symrise hier unter anderem ein lokales Projekt, das psychisch kranken Frauen eine Bleibe bietet, die ihre Heimat verlassen mussten und auf der Straße leben.

Zur Verfestigung unserer unternehmerischen Verantwortung wurde ein weltweites Mitarbeiternetzwerk freiwilliger Nachhaltigkeitsbotschafter initiiert. Sie motivieren und inspirieren uns durch unterschiedlichste Aktionen, noch mehr soziale Verantwortung zu übernehmen. Sie veranstalten Workshops, stoßen Projekte an und tragen mit gezielten Initiativen dazu bei, Nachhaltigkeit noch tiefer in unseren Alltag zu integrieren. Es ist unser Ziel, dass jeder Mitarbeiter zur Nachhaltigkeit unseres Unternehmens und unserer Geschäftstätigkeit beiträgt.

SPENDEN UND SPONSORING

Mit unseren Produkten für die Parfümerie-, Kosmetik-, Pharma- und Lebensmittelindustrie tragen wir zur Befriedigung menschlicher Grundbedürfnisse bei. Die Themenbereiche Ernährung, Hygiene, Hautschutz, Pflege und Wohlbefinden sind ebenso grundlegend für unseren wirtschaftlichen Erfolg als Unternehmen wie für die Gesellschaft. Deshalb fördern wir über unsere Geschäftstätigkeit hinaus Organisationen, Institutionen und Projekte, die einen gemeinnützigen Beitrag in einem dieser Bereiche leisten. Dabei steht der tatsächliche Bedarf und Mehrwert für die Gemeinschaft an erster Stelle. Bevor wir größere Projekte initiieren oder Gelder vergeben, führen wir deswegen Bedarfsanalysen durch.

Um sinnvolle Schwerpunkte setzen zu können und sicherzustellen, dass sich unser Engagement an den lokalen Bedürfnissen orientiert, legen wir Wert auf den Dialog mit den Standorten und Gemeinden, in denen wir tätig sind. Unsere weltweiten Spenden- und Sponsoring-Aktivitäten werden zentral koordiniert, jedoch von unseren Gesellschaften vor Ort eigenständig entschieden und umgesetzt. Damit tragen wir lokalen und regionalen Schwerpunkten in der Vergabe der Mittel Rechnung. Und mit einer entsprechenden Richtlinie schaffen wir Transparenz nach innen und nach außen, stellen sicher, dass Mittel weltweit nach einheitlichen Grundsätzen vergeben werden, und gewährleisten, dass sich alle unsere Zuwendungen an unserer Unternehmensstrategie ausrichten. Die involvierten Unternehmenseinheiten sind für die korrekte Vergabe gemäß dieser Richtlinie und dem Symrise Verhaltenskodex verantwortlich. Die Einhaltung der Vorgaben wird im

Rahmen der regelmäßig stattfindenden Audits durch die interne Revision überprüft. Organisationen, deren Ziele unserem Verhaltenskodex widersprechen oder deren Zweck es ist, Gewinne zu erwirtschaften, unterstützen wir generell nicht. Symrise macht keine Zuwendungen an Politiker oder politische Parteien.

Thematisch fokussieren wir uns auf die Bereiche Gesundheit und Ernährung, Sport, Kultur und Bildung. Besondere Ressourcen widmen wir dem Bereich „Gesundheit durch Ernährung und Pflege“. Unser „Naschgarten Projekt“ wurde 2012 mit dem

zweiten Platz des KinderHabenRechtePreis ausgezeichnet, der vom Niedersächsischen Ministerium für Soziales, Frauen, Familie, Gesundheit und Integration sowie dem Kinderschutzbund Niedersachsen vergeben wird. Mit diesem Preis wird jeweils ein besonderes Recht des Kindes aus der UN-Kinderrechtskonvention aufgegriffen. Unter dem Motto „UNS GEHT'S GUT“ wurden 2012 Projekte prämiert, die sich für das Recht auf Gesundheit einsetzen: Kinder und Jugendliche haben das Recht, gesund aufzuwachsen und zu leben. Dass sich der Naschgarten neben 35 andere Projekten durchsetzen konnte, macht uns stolz.



Bildung ist Zukunft

Zusammen mit dem taiwanesischen Roten Kreuz unterstützt unser Symrise Team in China in der Provinz Nantou den Aufbau einer „Fahrenden Bibliothek“ für einheimische Kinder ohne ausreichenden Zugang zu Bildung. Insbesondere in den abgelegenen Bergregionen mangelt es hier an entsprechendem Lehrmaterialien und Büchern. China ist für uns bereits seit 30 Jahren ein wichtiger Wachstumsmarkt. Als Unternehmen vor Ort sehen wir uns in der Pflicht, zu einer besseren Entwicklung der Region beizutragen.

Soziale Verantwortung beginnt vor Ort

An unserem Standort auf den Philippinen unterstützen wir ein Stipendienprogramm für Schüler aus einkommensschwachen Familien. Neben finanzieller Unterstützung unserer Partnerorganisation Lihuk Panaghiosa gaben 2012 Mitarbeiter von Symrise im Rahmen von Workshops den Jugendlichen Tipps und Ratschläge hinsichtlich Berufs- und Karriereentwicklungsmöglichkeiten. Zusätzlich konnten wir einen wichtigen lokalen Kunden dafür gewinnen, gemeinsam mit uns dieses Projekt weiterzuverfolgen und sein Netzwerk dafür zu mobilisieren.

Der Naschgarten wurde bereits 2007 gemeinsam mit öffentlichen Partnern ins Leben gerufen. Ziel ist es, Kinder an die Natur und eine gesunde Ernährung heranzuführen. In Zeiten von häufiger Fehlernährung, Bewegungsmangel und zunehmend eingeschränkten Erfahrungs- und Gestaltungsfreiräumen bietet der Naschgarten Kindern Raum zur Entfaltung und Bewegung und macht eine gesunde Ernährung mit allen Sinnen erlebbar. Spielerisch wird dabei durch die Aufzucht und Pflege von Pflanzen ein verantwortungsvoller Umgang mit der Natur geübt. Als Belohnung winkt selbst geerntetes leckeres Gemüse und Obst zum Naschen. Bereits 2011 wurde der Naschgarten mit dem Prädikat „Good Practice“ des Kooperationsverbunds „Gesundheitsförderung bei sozial Benachteiligten“ ausgezeichnet. Symrise unterstützte das Naschgarten Projekt seit Beginn mit mehr als 400.000 €.

Aufgrund des großen Erfolgs dieses Projekts entschlossen wir uns dazu, nahe unseres Standorts in Cleveland, USA, ein ähnliches Projekt ins Leben zu rufen. Das Projekt „Grow with me“ verfolgt insbesondere das Ziel, den Kindern ein Verständnis ihrer natürlichen Umwelt näher zu bringen. Symrise unterstützt das Projekt durch Spenden und freiwilliges Mitarbeiterengagement.

Mit dem Ziel, einen Beitrag zur Minimierung sozialer Ungleichheit zu leisten, unterstützt Symrise in Brasilien die NGO Beleza & Cidadania. Diese Organisation bietet Menschen mit niedrigem Einkommen kostengünstige Kurse und Weiterbildungen im Bereich Körperpflege an. Gleichzeitig nützt Symrise die Gelegenheit, um mehr über die Duftpräferenzen und Verwendungsgewohnheiten von Niedrigverdienern zu lernen und neue Düfte zu testen. Die Erkenntnisse fließen in neue Produkte ein, die besser auf die Bedürfnisse dieser Konsumenten zugeschnitten sind.

Eine wirklich nachhaltige Entwicklung muss die Lebensbedürfnisse von heute mit denen künftiger Generationen in Einklang bringen. Indem wir wissenschaftlichen Fortschritt unterstützen und jungen Menschen den Zugang zu Bildung ermöglichen, leisten wir einen Beitrag zu diesem Generationenvertrag. Wir fördern Kindergärten, Schulen,

Wissenstransfer

Im westafrikanischen Accra arbeiten wir seit 2011 mit der Universität im Bereich Lebensmittel- und Aromentechnologie erfolgreich zusammen. Unser Unternehmen organisiert in jedem Semester ein Kolloquium sowie verschiedene wissenschaftliche Studien, wie beispielsweise zum Thema Mangelernährung, an denen talentierte Studenten teilnehmen können. Auf diesem Weg unterstützen wir unsere Wachstumsambitionen in Westafrika, bringen gleichzeitig Know-how in die Region und schaffen so einen Mehrwert für die Menschen vor Ort. Unterstützung für unser Vorhaben erhalten wir zudem von der Deutschen Botschaft in Ghana.

Universitäten und andere gemeinnützige Institutionen in Aus- und Weiterbildung sowie Forschung. Voraussetzung ist, dass das zu fördernde Projekt einen lokalen Bezug zu einem Standort unseres Unternehmens oder einen Bezug zu unserer Geschäftstätigkeit aufweist. Insbesondere ermutigen wir Schüler, sich im Rahmen eines Praktikums bei uns einem Nachhaltigkeitsprojekt zu widmen. Dadurch haben auch wir die Möglichkeit, von frischen Ideen und innovativen Lösungen zu lernen.

Die Förderung von Bildungseinrichtungen verfolgen wir zudem insbesondere nahe unserem Standort auf Madagaskar. Bereits 2011 starteten wir hier die Förderung von fünf Grundschulen und zwei weiterführenden Schulen in den Bauerndörfern der Region SAVA (Sambava, Antalaha, Vohemar, Andapa). Wir leisten einen Beitrag zur Sicherung des Lebensunterhalts von über 30 Lehrern und ermöglichen 2.600 Schülern den Zugang zu Bildung. Diese Unterstützung haben wir 2012 fortgeführt und werden sie in den kommenden Jahren weiter auszubauen.

In den Bereichen Sport und Kultur unterstützen wir einerseits Vereine und gemeinnützige Organisationen und fördern andererseits mit unternehmensinternen Initiativen das sportliche und kulturelle Engagement unserer Mitarbeiter. Damit tragen wir weiter zur Bereicherung des lokalen sportlichen und kulturellen Umfelds bei. Insgesamt haben wir 2012 konzernweit mehr als 800.000 € in das Gemeinwesen investiert. Dieser Wert schließt soziale Projekte, Spenden und Sponsorings ein.



Erneute Anerkennung für den Naschgarten

Der Naschgarten, ein erfolgreiches Gemeinschaftsprojekt zur spielerischen Gesundheitsförderung von Kindern, erhielt 2012 erneut öffentliche Anerkennung. Beim Niedersächsischen „KinderHabenRechtePreis 2012“ konnte sich das Projekt gegen mehr als 30 Konkurrenten durchsetzen und belegte den zweiten Platz. Symrise hat den Naschgarten vom ersten Spatenstich vor fünf Jahren an als Initiator, Lenker und Hauptsponsor unterstützt. Diese nun schon dritte Anerkennung ist ein klares Zeichen, dass unsere Strategie und Ziele und die initiierten Programme in die richtige Richtung weisen.



Grow with me

Von der Natur lernen, sich gesund ernähren und körperlich betätigen – diese Aspekte stehen im Mittelpunkt unseres Nachhaltigkeitsprojekts „Grow with Me“ am Standort Elyria in Ohio, USA. Insbesondere Kindern und ihren Eltern wird hier gezeigt, wie vitaminreiches Obst und Gemüse angebaut und zu leckeren Mahlzeiten weiterverarbeitet werden und wie wichtig Sport und gesunde Ernährung für das Wohlbefinden sind. Zusammen mit der Lorain Metropolitan Housing Association und einem örtlichen „Boys & Girls Club“ haben wir einen öffentlichen Spielplatz ausgebaut und einen lehrreichen „Naschgarten“ in einem Gebiet geschaffen, das von Arbeitslosigkeit und sozialen Problemen geprägt ist. Der Garten wird von den Familien im Wohnprojekt und von den Kindern des „Boys & Girls Club“ gepflegt und dient als Unterrichtsort für die Schulungen. Symrise fördert das Nachhaltigkeitsprojekt in Elyria sowohl finanziell als auch durch freiwilliges Engagement unserer Mitarbeiter. Ziel ist es, einen städtischen Garten zu schaffen, der ein Ort des Naturerlebens ist und den Sinn gesunder Ernährung vermittelt.



Vier starke Sinne

Symrise Brasilien unterstützt die Dorina Nowill Foundation, die sich für die soziale Einbindung von sehbehinderten Menschen einsetzt. Ein wesentliches Ziel des Projekts „Perfumery for the Visually Impaired“ ist die Entwicklung und Umsetzung eines Weiterbildungsprogramms in der Duftbranche. Symrise unterstützt dies mit Trainingsmaterialien und Praktikumsplätzen, die einen Einstieg bei Symrise ermöglichen. Dadurch erhalten wir potenzielle Nachwuchskräfte und ermöglichen diesen Menschen eine professionelle Karriere.

Erklärung: Prüfung der Anwendungsebene durch die GRI

GRI bestätigt hiermit, dass **Symrise AG** ihren Bericht „Sharing values“ (2013) den GRI Report Services vorgelegt hat, die zum Schluss gekommen sind, dass der Bericht die Anforderungen der Anwendungsebene A erfüllt.

GRI Anwendungsebenen drücken den Umfang aus, in dem der Inhalt der GRI G3 in der eingereichten Nachhaltigkeitsberichterstattung umgesetzt wurde. Die Prüfung bestätigt, dass die geforderte Auswahl und Anzahl der Angaben für diese Anwendungsebene in der Berichterstattung enthalten ist. Die Prüfung bestätigt außerdem, dass der GRI-Content Index eine gültige Darstellung der vorgeschriebenen Offenlegungen gemäss den GRI G3 Richtlinien aufzeigt. Für die Methode siehe www.globalreporting.org/SiteCollectionDocuments/ALC-Methodology.pdf

Anwendungsebenen geben keine Beurteilung der Nachhaltigkeitsleistungen des Berichterstatters oder der Qualität der im Bericht enthaltenen Informationen wieder.

Amsterdam, 8. Februar 2013



Nelmara Arbex
Deputy Chief Executive
Global Reporting Initiative



Die Global Reporting Initiative (GRI) ist eine netzwerkbasierte Organisation, die den Weg für die Entwicklung des weltweit meist verwendeten Standards zur Nachhaltigkeitsberichterstattung bereitet hat und sich zu seiner kontinuierlichen Verbesserung und weltweiten Anwendung einsetzt. Die GRI-Leitfaden legen die Prinzipien und Indikatoren fest, die Organisationen zur Messung und Berichterstattung ihrer ökonomischen, ökologischen und sozialen Leistungen verwenden können. www.globalreporting.org

Disclaimer: Wo die entsprechende Nachhaltigkeitsberichterstattung externe Links enthält, einschliesslich audio-visuellen Materials, betrifft dieses Statement nur das bei GRI eingereichte Material zum Zeitpunkt der Prüfung am 4. Februar 2013. GRI schliesst explizit die Anwendung dieses Statements in Bezug auf jegliche spätere Änderungen dieses Materials aus.

Glossar

AFF

Aroma Molecules, Flavors & Fragrances

API

Active Pharmaceutical Ingredients. Hierbei handelt es sich um Wirkstoffe, die in einem pharmazeutischen Endprodukt eingesetzt werden

AROMA

Komplexe Mischung aus Geruchs- und /oder Geschmackstoffen, die vielfach auf chemischen Verbindungen (Aromastoffen) beruhen, die unter anderem zur Klasse der Aromaten gehören können

BIODIVERSITÄT

bezeichnet gemäß der Convention on Biological Diversity (CBD) „die Variabilität unter lebenden Organismen jeglicher Herkunft“. Sie umfasst die Vielfalt innerhalb von und zwischen Arten sowie die Vielfalt der Ökosysteme

BIOFUNKTIONAL

Fähigkeit einer Substanz oder eines Produktes, die vorgesehene Funktion in Interaktion mit einem Organismus auszuführen, ohne unerwünschte Effekte auszulösen

BALANCED SCORECARDS

Ein Konzept zur Messung, Dokumentation und Steuerung der Aktivitäten des Unternehmens im Hinblick auf Vision und Strategie

CITES

Die „Convention on International Trade in Endangered Species of Wild Fauna and Flora“ ist ein Abkommen mit dem Ziel, den internationalen Handel mit Wildtieren und Pflanzen so zu kontrollieren, dass deren Überleben nicht gefährdet wird

DIVERSIFIZIERUNG

Diversifizierung ist eine Strategie, die die Geschäftstätigkeit einer Organisation erweitert, zum Beispiel durch neue Geschäftszweige, Produkte oder Dienstleistungen

EAME

Region Europa/Afrika/Naher und Mittlerer Osten

EBITDA

Earnings before interest, taxes, depreciation and amortization/Ergebnis vor Zinsen, Steuern und Abschreibungen auf Sachanlagen und immaterielle Vermögensgegenstände

ECOCERT

Eine der weltweit größten Bio-Zertifizierungsorganisationen

ETHANOL

Ethanol (Trivialname: Alkohol) hat eine weite Verbreitung als Lösungsmittel, unter anderem für Duftstoffe und Aromen. Weiterhin wird Ethanol auch als Ausgangsstoff für die Synthese von weiteren Produkten eingesetzt

FSSC 22000

Food Safety System Certification 22000. Eine Norm zur Gewährleistung der Lebensmittelsicherheit bei der Erzeugung von Lebensmitteln

F & F

Flavors & Fragrances / Geschmack- und Duftstoffe

FREE FLOAT

Streubesitz am Grundkapital einer börsennotierten Aktiengesellschaft

FLAVOKANT

Eine von Symrise eigens entwickelte Zusatzqualifikation für Produktionsmitarbeiter, bei der neben Mathematik, Lebensmittelchemie und Mikrobiologie auch Kenntnisse in aromen-relevanten Technologien und Anlagentechnik vermittelt werden

GHG-PROTOKOLL

Das Greenhouse Gas Protocol ist die weltweit meistgenutzte Methode für Regierungen und Unternehmen, um Treibhausgasemissionen zu verstehen, zu quantifizieren und zu managen

GFSI

Die Global Food Safety Initiative (GFSI) ist eine wirtschaftsgetriebene Initiative zur kontinuierlichen Verbesserung von Managementsystemen zur Lebensmittelsicherheit

GMP-REGELN

GMP bezeichnet die Good Manufacturing Practice, also Richtlinien zur Qualitätssicherung der Produktionsabläufe und -umgebung

GRÜNE CHEMIE

Grüne Chemie bezeichnet neue Ansätze mit dem Ziel, Umweltverschmutzung einzudämmen, Energie zu sparen und so möglichst umweltverträglich zu produzieren. Dazu ist die Entwicklung neuartiger Techniken notwendig

HACCP

Hazard Analysis and Critical Control Points (HACCP) ist ein vorbeugendes System, das die Sicherheit von Lebensmitteln und Verbrauchern gewährleisten soll

ICH Q7A

Die ICH Q7a ist eine Richtlinie für die gute Herstellungspraxis pharmazeutischer Wirkstoffe. ICH steht für die „International Conference on Harmonisation of Technical Requirements for Registration of Pharmaceuticals for Human Use“

IMS-AUDIT

Eine Organisationseinheit bei Symrise, die das Integrierte Managementsystem überwacht und auditiert

ILO

Die International Labour Organization (ILO) ist eine Sonderorganisation der Vereinten Nationen und damit beauftragt, soziale Gerechtigkeit sowie Menschen- und Arbeitsrechte zu fördern

IOFI

International Organization of the Flavor Industry

ISO 9001

Internationale Norm im Qualitätsmanagement. Sie bildet die Basis für den kontinuierlichen Verbesserungsprozess des unternehmensinternen Managementsystems

ISO 14001

Internationale Norm im Umweltmanagement. Ziel ist die Vermeidung von Umweltbelastungen im Einklang mit wirtschaftlichen, sozialen und politischen Erfordernissen

ISO 19011

Leitfaden für die Durchführung von internen oder externen Audits von Qualitätsmanagement- oder Umweltmanagementsystemen

ISO 26000

Erster internationaler Leitfaden zur gesellschaftlichen Verantwortung von Unternehmen. Ziel ist es, Unternehmen dabei zu helfen, das komplexe Feld ihrer gesellschaftlichen Verantwortung systematisch zu identifizieren

ISO 50001

Internationale Norm im Energiemanagement. Ziel ist die Unterstützung von Unternehmen beim Aufbau eines systematischen Energiemanagements. Sie ersetzt die bisherige ISO 16001

KOHLENDIOXIDEMISSIONEN (SCOPE 1,2,3)

Das „Greenhouse Gas Protocol“ definiert einen internationalen Standard für die Bilanzierung und Berichterstattung des CO₂-Fußabdrucks eines Unternehmens.

- **Scope 1** beschreibt dabei direkte Klimagasemissionen aus Quellen, die dem Unternehmen gehören oder direkt kontrolliert werden;

- **Scope 2** beschreibt die indirekten Klimagasemissionen, entstanden bei der Produktion von Elektrizität, Dampf, Fernwärme und -kühlung;
- **Scope 3** beschreibt alle anderen indirekten Emissionen, die nicht unter Scope 2 fallen (z. B. durch Geschäftsreisen, Herstellung von Rohstoffen, ausgelagerte Prozesse)

KPI

Key Performance Indicator, eine Leistungskennzahl, anhand derer der Fortschritt oder der Erfüllungsgrad hinsichtlich wichtiger Zielsetzungen oder kritischer Erfolgsfaktoren gemessen werden kann

MCM

Makrozyklische Moschusriechstoffe (MCM) sind biologisch abbaubare, synthetische Moschusduftstoffe, die eine deutlich erhöhte Haftung auf Haaren, Haut oder Textilfasern aufweisen und ein wesentlicher Bestandteil von Parfümölen sind

NGOS

Non-Governmental Organization. Bezeichnung für einen zivilgesellschaftlich entstandenen Interessensverband

OHSAS 18001

International anerkannte Spezifikation für Arbeitsschutzmanagementsysteme. Ziel ist es, Unternehmen bei ihrer Verpflichtung hinsichtlich Gesundheit und Sicherheit am Arbeitsplatz zu unterstützen

PAS 2050

Erste internationale Spezifikation für die Bewertung des Lebenszyklus von Treibhausgas-Emissionen von Waren und Dienstleistungen

PHYTOCHEMIE

Die Phytochemie oder auch Pflanzenchemie ist ein Teilbereich der Biochemie bzw. der Botanik, der sich mit der Erforschung der chemischen Inhaltsstoffe von Pflanzen befasst

RAINFOREST ALLIANCE

Die Rainforest Alliance ist eine internationale Nichtregierungsorganisation. Als solche engagiert sie sich für den Erhalt der Artenvielfalt und die nachhaltige Sicherung der Lebensgrundlagen durch ökologische Landnutzung, sozial verantwortungsvolles unternehmerisches Handeln und werteorientiertes Verbraucherverhalten

RSPO

Der Round Table on Sustainable Palm Oil versucht, als zentrale Organisation nachhaltige Anbaumethoden für Palmöl zu fördern und so die Umweltschädigung zu begrenzen

SA 8000

Internationaler Standard für Sozial- und Ethiksysteme. Ziel ist die Unterstützung von Unternehmen bei der Berücksichtigung von Arbeitnehmerrechten, Arbeitsplatzbedingungen sowie grundlegenden Menschenrechten bei ihrer Geschäftstätigkeit

SEDEX

Supplier Ethical Data Exchange (SEDEX) ist eine Nonprofit-Organisation mit dem Ziel, verantwortungsvolle und ethische Geschäftspraktiken in globalen Lieferketten zu fördern

SRI

Unter Socially Responsible Investment (SRI) versteht man Geldanlagen, die neben wirtschaftlichen Anlagezielen auch ethische Wertvorstellungen des Anlegers berücksichtigen

SUPPLY CHAIN

Gesamtfluss eines Absatzkanals vom Lieferanten über den Produzenten (Beschaffung, Produktion, Absatz) bis zum Endkunden

SYNCHRONIZE™

Synchronize™ ist eine Symrise Initiative, um die gesamte Supply Chain in enger Kooperation mit Kunden und Lieferanten zu optimieren und so zu allseitigen Effizienzgewinnen zu gelangen

TPM

Total Productive Maintenance, ein Programm zur kontinuierlichen Verbesserung, vor allem in der Produktion. Im Zentrum von TPM steht das Aufspüren und Abstellen von Verlusten und Verschwendung

WEISSE BIOTECHNOLOGIE

Ein neuer Ansatz, der biotechnologische Methoden für industrielle Produktionsverfahren einsetzt. Dabei kommen zum Beispiel Enzyme zum Einsatz

Impressum

HERAUSGEBER

Symrise AG
Mühlenfeldstraße 1
Konzernkommunikation
37603 Holzminden
Deutschland
T +49 55 31.90 – 0
F +49 55 31.90 – 16 49

KONZEPT UND REDAKTION

PvF Investor Relations, Eschborn
akzente kommunikation und beratung,
München

KONZEPT DESIGN UND UMSETZUNG

3st kommunikation, Mainz

REPORTAGEN

Marc-Stephan Andres, Münster
Dirk Böttcher, Rostock

FOTOGRAFIE

Marcus Pietrek, Düsseldorf
Pedro Colon, São Paulo

DRUCK

Westdeutsche Verlags- und Druckerei GmbH,
Mörfelden-Walldorf

VERÖFFENTLICHUNGSDATUM DIESES BERICHTS

12. März 2013

SYMRISE IM INTERNET

www.symrise.com/de
www.symrise.com/de/nachhaltigkeit
www.symrise.com/de/investor-relations

ZUKUNFTSGERICHTETE AUSSAGEN

Dieser Unternehmensbericht beinhaltet zukunftsgerichtete Aussagen, die auf aktuellen Annahmen und Prognosen der Symrise AG beruhen. Der zukünftige Geschäftsverlauf und die Ergebnisse, die durch die Symrise AG und ihre verbundenen Unternehmen tatsächlich erzielt werden, sind einer Vielzahl von Risiken und Ungewissheiten ausgesetzt und können daher wesentlich von den zukunftsgerichteten Aussagen abweichen. Viele dieser Faktoren liegen außerhalb des Einflussbereichs der Symrise AG und können im Voraus nicht genau eingeschätzt werden. Bei diesen Faktoren handelt es sich z. B. um eine ungünstige Entwicklung der Weltwirtschaft, eine Veränderung des Konsumentenverhaltens, Änderungen von Gesetzen, Bestimmungen und behördlichen Richtlinien. Sollte einer dieser genannten oder ungenannten Unsicherheitsfaktoren eintreten oder sollten sich die den vorausschauenden Aussagen zugrunde liegenden Annahmen als unzutreffend herausstellen, können die tatsächlich erzielten Ergebnisse signifikant von den erwarteten Ergebnissen abweichen. Symrise übernimmt keinerlei Verpflichtung, zukunftsgerichtete Aussagen laufend zu aktualisieren und an zukünftige Ereignisse oder Entwicklungen anzupassen.

© 2013 Symrise AG



Mit dem FSC®-Warenzeichen werden Holzprodukte ausgezeichnet, die aus verantwortungsvoll bewirtschafteten Wäldern stammen, unabhängig zertifiziert nach den strengen Richtlinien des Forest Stewardship Council.



GRI-Index und Fortschrittsbericht zum UN Global Compact

Unsere Berichterstattung orientiert sich an den G3-Leitlinien der Global Reporting Initiative (GRI), einschließlich des Sector Supplement „Food Processing“. Die Anwendungsebene „A“ wurde von der GRI geprüft und bestätigt (S. 118). Der vorliegende Bericht stellt zudem unseren ersten Fortschrittsbericht (Communication on Progress – COP) im Rahmen des Global Compact der Vereinten Nationen dar. Der folgende Index umfasst Verweise auf Textstellen, an denen wir im vorliegenden Unternehmens- und im Finanzbericht über unser Engagement zur Umsetzung der zehn Prinzipien des Global Compact Auskunft geben.

NR.	INDIKATOR UND BESCHREIBUNG	STAT.	VERWEIS / KOMMENTAR	UNGC
Standardangaben				
1.	Strategie und Analyse			
1.1	Erklärung des höchsten Entscheidungsträgers der Organisation	●	U2 S. 4-7	1-10
1.2	Beschreibung der wichtigsten Auswirkungen, Risiken und Chancen	●	F2 S. 30-34	
2.	Organisationsprofil			
2.1	Name der Organisation	●	U2 S. 123	
2.2	Wichtigste Marken, Produkte bzw. Dienstleistungen	●	U2 S. 8-11; F2 S. 6-9	
2.3	Organisationsstruktur	●	U2 S. 8-11; F2 S. 6-9	
2.4	Hauptsitz der Organisation	●	F2 S. 5	
2.5	Anzahl der Länder, in denen die Organisation tätig ist	●	U2 S. 8-11; F2 S. 6-9	
2.6	Eigentümerstruktur und Rechtsform	●	F2 S. 6	
2.7	Märkte, die bedient werden	●	F2 S. 8-10	
2.8	Größe der berichteten Organisation	●	F2 S. 14-23, 26-28,	
2.9	Veränderungen der Größe, Struktur oder Eigentumsverhältnisse	●	F2 S. 21, 14-23	
2.10	Im Berichtszeitraum erhaltene Preise	●	U2 S. 16-17, 72, 85	
3.	Berichtsparameter			
3.1	Berichtszeitraum für die im Bericht enthaltenen Informationen	●	U2	
3.2	Veröffentlichung des letzten Berichts	●	U2	
3.3	Berichtszyklus	●	U2	
3.4	Ansprechpartner für Fragen zum Bericht und seinen Inhalt	●	U2	
3.5	Vorgehensweise bei der Bestimmung der Berichtsinhalte	●	U2, S. 73-75, 12-15	
3.6	Berichtsgrenzen	●	U2	
3.7	Beschränkungen des Umfangs oder der Grenzen des Berichts	●	U2	
3.8	Grundlage für Berichterstattung über Joint Ventures, Tochterunternehmen etc.	●	U2	
3.9	Erhebungsmethoden und Berechnungsgrundlage für Daten	●	U2, S. 93-97	
3.10	Neue Darstellung von Informationen	●	U2 S. 93, 95, 97, 99-101	
3.11	Wesentliche Änderungen in der Berichterstattung	●	U2 S. 97, 99-101	
3.12	GRI Content Index	●	U2 S. 124, U5, U6	
3.13	Externe Prüfung und Bestätigung	●	Es fand keine externe Verifizierung statt.	
4.	Governance, Verpflichtung und Engagement			
4.1	Corporate Governance und Führungsstruktur der Organisation	●	U2 S. 8-9; F2 S. 6	1-10
4.2	Unabhängigkeit des höchsten Leitungsorgan	●	U2 S. 8-9; F2 S. 6	1-10
4.3	Struktur der Leitungsorgane in Organisationen ohne Aufsichtsrat	●	Nicht anwendbar. Es existiert ein Aufsichtsrat.	
4.4	Mitsprachemöglichkeit von Mitarbeitern und Anteilseignern	●	U2 S. 73-75, 102-104; F2 S. 35-37	
4.5	Kopplung der Vergütung von Mitgliedern des Aufsichtsrats und des Vorstands sowie der leitenden Angestellten an die Unternehmensleistung	●	U2 S. 68; F2 S. 37-41	1-10
4.6	Mechanismen zur Vermeidung von Interessenkonflikten	●	F2 S. 43	1-10
4.7	Expertise der Leitungsgremien in den Bereichen Wirtschaft, Umwelt und Soziales	●	U2 S. 66-70; F2 S. 43	1-10
4.8	Leitbilder, Verhaltenskodizes und Prinzipien zur Nachhaltigkeit	●	U2 S. 66-70	1-10
4.9	Verfahren zur Überwachung der Nachhaltigkeitsleistung	●	U2 S. 66-68; F2 S. 30	1-10
4.10	Bewertung der Leistung des höchsten Leitungsorgans in Bezug auf Nachhaltigkeit	●	U2 S. 66-68; F2 S. 43	
4.11	Berücksichtigung des Vorsorgeprinzips	●	U2 S. 68-72; F2 S. 30-34	7
4.12	Externe Vereinbarungen, Prinzipien oder Initiativen	●	U2 S. 4, 77-80, 81-82, 89	1-10
4.13	Mitgliedschaft in Verbänden und Interessensvertretungen	●	U2 S. 72; F2 S. 13-14	1-10
4.14	Liste der von der Organisation einbezogenen Stakeholdergruppen	●	U2 S. 73-75	
4.15	Grundlage für die Auswahl der einbezogenen Stakeholder	●	U2 S. 73-75	
4.16	Ansätze für die Einbeziehung von Stakeholdern	●	U2 S. 73-75	
4.17	Zentrale Themen der Stakeholder	●	U2 S. 73-75	

NR.	INDIKATOR	STAT.	VERWEIS / KOMMENTAR	UNGC
Angaben zum Managementansatz				
DMA SC	Angaben zum Managementansatz Beschaffung	●	§§ S. 76-77	1-10
DMA EC	Angaben zum Managementansatz Wirtschaft	●	§§ S. 8-15, 60-63	1, 4, 6, 7
DMA EN	Angaben zum Managementansatz Umwelt	●	§§ S. 92-98	7-9
DMA LA	Angaben zum Managementansatz Arbeitspraktiken und menschenwürdige Beschäftigung	●	§§ S. 105, 108-111	1, 3, 6
DMA HR	Angaben zum Managementansatz Menschenrechte	●	§§ S. 76-77, 108-111	1-6
DMA SO	Angaben zum Managementansatz Gesellschaft	●	§§ S. 68-70, 88-89, 114-116	10
DMA PR	Angaben zum Managementansatz Produktverantwortung	●	§§ S. 88-89	1, 8
DMA AW	Angaben zum Managementansatz artgerechte Tierhaltung	○	Symrise hält keine eigenen Tiere.	
Leistungsindikatoren				
Leistungsindikatoren: Ökonomie				
EC1	Unmittelbar erzeugter und ausgeschütteter Wert	●	§§ S. 14-22; §§ S. 116	
EC2	Finanzielle Folgen sowie Chancen und Risiken des Klimawandels	●	§§ S. 70-71	7-9
EC3	Umfang der betrieblichen sozialen Zuwendungen	●	§§ S. 87-93	
EC4	Bedeutende finanzielle Zuwendungen der öffentlichen Hand	●	§§ S. 19-20, 60	
EC6	Geschäftspolitik und -praktiken gegenüber lokalen Zulieferern	●	§§ S. 79-80	
EC7	Verfahren für die Einstellung von lokalem Personal	●	§§ S. 113-114	6
EC8	Leistungen, die vorrangig im öffentlichen Interesse erfolgen	●	§§ S. 114-117	
Leistungsindikatoren: Umwelt				
EN1	Eingesetzte Materialien nach Gewicht oder Volumen	○	§§ S. 77-83; Genaue Gewichts- oder Volumenangaben betrachten wir als vertrauliche Informationen.	8
EN2	Anteil von Recyclingmaterial am Gesamtmaterialeinsatz	●	§§ S. 77	8, 9
EN3	Direkter Energieverbrauch nach Primärenergiequellen	●	§§ S. 95-96, 99	8
EN4	Indirekter Energieverbrauch, aufgeschlüsselt nach Primärenergiequellen	●	§§ S. 95-96, 99	8
EN5	Eingesparte Energie durch umweltbewussten Einsatz und Effizienzsteigerungen	●	§§ S. 93-96	8, 9
EN7	Initiativen zur Verringerung des indirekten Energieverbrauchs	●	§§ S. 95-96	8, 9
EN8	Gesamtwasserentnahme, aufgeteilt nach Quellen	●	§§ S. 96-97, 100	8
EN11	Flächennutzung im Bereich von Schutzgebieten	●	§§ S. 98-99	8
EN12	Auswirkungen der Geschäftstätigkeit auf die Biodiversität in Schutzgebieten	●	§§ S. 98-99	8
EN16	Direkte und indirekte Treibhausgasemissionen nach Gewicht	●	§§ S. 94-95, 99	8
EN17	Andere relevante Treibhausgasemissionen nach Gewicht	○	§§ S. 94-97	8
EN18	Initiativen zur Verringerung der Treibhausgasemissionen	●	§§ S. 97-101	7-9
EN19	Emissionen von Ozon abbauenden Stoffen nach Gewicht	○	§§ S. 95	8
EN20	NOx, SOx und andere wesentliche Luftemissionen nach Art und Gewicht	○	§§ S. 95	8
EN21	Gesamt Abwassereinleitungen nach Art und Einleitungsort	●	§§ S. 97, 100	8
EN22	Gesamtgewicht des Abfalls nach Art und Entsorgungsmethode	●	§§ S. 97, 101	8
EN23	Gesamtzahl und Volumen wesentlicher Schadstoffaustritte	●	§§ S. 97	8
EN26	Minimierung von Umweltauswirkungen von Produkten und Dienstleistungen	●	§§ S. 92-98	7-9
EN27	Zurückgenommenes Verpackungsmaterial	●	§§ S. 77	8, 9
EN28	Sanktionen und Geldbußen wegen Nichteinhaltung von Rechtsvorschriften im Umweltbereich	●	Bußgelder wegen Verstoßes gegen Rechtsvorschriften gab es in 2012 nicht.	8
Leistungsindikatoren: Arbeitspraktiken und menschenwürdige Beschäftigung				
LA1	Gesamtbelegschaft nach Beschäftigungsverhältnis und Region	●	§§ S. 106	
LA2	Mitarbeiterfluktuation	○	§§ S. 104; Datenerfassung im Aufbau. Eine Unterscheidung nach Altersgruppen erfolgt für den nächsten Berichtszeitraum.	
LA4	Prozentsatz der Mitarbeiter, die unter Kollektivvereinbarungen fallen	●	§§ S. 105	1, 3
LA5	Mitteilungsfristen in Bezug auf wesentliche betriebliche Veränderungen	●	§§ S. 104-105	3
LA7	Arbeitsbedingte Verletzungen, Berufskrankheiten, Ausfalltage, Abwesenheit und Todesfälle	○	§§ S. 110-111; Berufskrankheiten werden nicht berichtet, da diese Informationen als vertraulich betrachtet werden.	1

NR.	INDIKATOR	STAT.	VERWEIS / KOMMENTAR	UNGC
	Leistungsindikatoren: Arbeitspraktiken und menschenwürdige Beschäftigung			
LA8	Maßnahmen zur Vorsorge in Bezug auf schwere Krankheiten	●	§§ S. 110-111	1
LA10	Aus- und Weiterbildung pro Mitarbeiter und Mitarbeiterkategorie	○	§§ S. 105-108; Ein systematisches Datenerfassungssystem ist zur Zeit im Aufbau.	
LA12	Anteil der Mitarbeiter, die eine regelmäßige Leistungs- und Entwicklungsbeurteilung erhalten	●	§§ S. 107-108	
LA13	Diversität der Mitarbeiter und leitender Organe	○	§§ S. 108-110; Angaben zu Minderheiten werden nicht berichtet, da diese Informationen als vertraulich betrachtet werden.	1, 6
LA14	Lohnunterschiede nach Geschlecht	○	§§ S. 108; Die Vergütung erfolgt geschlechterunabhängig. Es existieren zur Zeit keine Hinweise, die weiterführende Analysen rechtfertigen würden.	1, 6
	Leistungsindikatoren: Menschenrechte			
HR1	Investitionsvereinbarungen mit Menschenrechtsklauseln	●	§§ S. 79-80	1-6
HR2	Lieferantencheck auf Einhaltung der Menschenrechte	●	§§ S. 79-80	1-6
HR4	Gesamtzahl der Vorfälle von Diskriminierung und ergriffene Maßnahmen	●	Die Diskriminierung von Personen aufgrund persönlicher Merkmale wird bei Symrise nicht toleriert. Vorfälle von Diskriminierung sind im Berichtszeitraum nicht bekannt geworden.	1, 2, 6
HR5	Recht auf Versammlungsfreiheit und Kollektivverhandlungen	●	§§ S. 105, 79-80	1, 2, 3
HR6	Geschäftstätigkeiten mit Risiko von Kinderarbeit	●	§§ S. 105, 79-80	1, 2, 5
HR7	Geschäftstätigkeiten mit Risiko von Zwangsarbeit	●	§§ S. 105, 79-80	1, 2, 4
	Leistungsindikatoren: Gesellschaft			
SO1	Auswirkungen der Geschäftstätigkeit auf Gemeinwesen und Gesellschaft	●	§§ S. 112-113	
SO2	Untersuchungen in Bezug auf Korruptionsrisiken	●	§§ S. 68-70	10
SO3	Mitarbeiterschulungen zur Vermeidung von Korruption	●	§§ S. 68-70	10
SO4	Als Reaktion auf Korruptionsvorfälle ergriffene Maßnahmen	●	§§ S. 70	10
SO5	Politische Positionen, Teilnahme an der politischen Willensbildung und Lobbying	●	§§ S. 73-75, 115; § S. 13-14	1-10
SO8	Sanktionen und Geldbußen aufgrund von Rechtsverstößen	●	Derzeit sind nur wenige Konzerngesellschaften von laufenden Gerichtsverfahren betroffen. Wesentliche Bußgelder wegen Verstoßes gegen Rechtsvorschriften gab es in 2012 nicht.	
	Leistungsindikatoren: Produktverantwortung			
PR1	Gesundheitliche Auswirkungen von Produkten entlang des Produktlebenszyklus	●	§§ S. 73, 88-89	1
PR2	Gesamtzahl der Vorfälle der Nichteinhaltung von Rechts- oder Verhaltensnormen in Bezug auf Auswirkungen von Produkten	●	§§ S. 89	1
PR3	Gesetzlich vorgeschriebene Produktinformationen	●	§§ S. 88-89	8
PR6	Gesetzeskonformität in der Werbung	○	Wir vermarkten unsere Produkte nicht an Endverbraucher. Unsere Produkte werden auf die Bedürfnisse unserer Kunden maßgeschneidert, daher betreiben wir keine verbraucherorientierte Werbung.	
PR9	Bußgelder aufgrund von Verstößen gegen Produktauflagen	●	Keine wesentlichen Bußgelder im Berichtszeitraum.	
	Sektorindikatoren: Nahrungsmittelindustrie			
FP1	Lieferanten, die der Beschaffungspolitik entsprechen	●	§§ S. 79-80	1-10
FP2	Nach anerkannten Nachhaltigkeitsstandards eingekaufter Anteil an Produkten	●	§§ S. 81-82	
FP3	Streikbedingte Ausfallzeiten	●	§§ S. 105	
FP4	Programme zur Förderung eines gesunden Lebensstils	●	§§ S. 114-117	
FP5	Produkte aus sicherheitszertifizierten Produktionsanlagen	●	§§ S. 89	
FP6	Produkte mit reduziertem Fett-, Salz- und Zuckeranteilen	●	§§ S. 88	
FP7	Produkte mit erhöhtem Anteil an Ballaststoffen, Vitaminen, Mineralien, pflanzlichen oder gesundheitsfördernden Zusatzstoffen	●	§§ S. 88	
FP8	Über gesetzliche Anforderungen hinausgehende Nährstoffangaben	○	Wir vermarkten unsere Produkte nicht an Endverbraucher.	
FP9	Anzahl der Tiere nach Arten	●	Symrise hält keine eigenen Tiere.	
FP10	Körperliche Veränderung und Einsatz von Narkotika	○	Symrise hält keine eigenen Tiere.	
FP11	Tierhaltung	○	Symrise hält keine eigenen Tiere.	
FP12	Einsatz von Antibiotika, entzündungshemmenden Mitteln, Hormonen und/oder Wachstumsbeschleunigern	○	Symrise hält keine eigenen Tiere.	
FP13	Verstöße gegen Vorschriften und Einhaltung freiwilliger Standards zum Umgang mit Tieren, zum Transport oder zur Schlachtung	○	Symrise hält keine eigenen Tiere.	

Finanzkalender

12. MÄRZ 2013

Bilanzpressekonferenz/Analystenkonferenz,
Geschäftsjahr 2012

7. MAI 2013

Zwischenbericht 1. Quartal 2013

14. MAI 2013

Hauptversammlung, Holzminden

7. AUGUST 2013

Zwischenbericht 2. Quartal 2013

5. NOVEMBER 2013

Zwischenbericht 3. Quartal 2013



Symrise AG
Mühlenfeldstraße 1
37603 Holzminden
Deutschland

www.symrise.com