

UNTERNEHMENSBERICHT

Sharing values

2013

Konzernkennzahlen

		2009	2010	2011	2012	2013
Geschäft						
Umsatz	in Mio. €	1.362,0	1.571,9	1.583,6	1.734,9	1.830,4
EBITDA	in Mio. €	245,6	331,2	315,9	338,9	373,1
EBITDA-Marge	in%	18,0	21,1	20,0	19,5	20,4
EBIT	in Mio. €	163,0	244,4	234,4	252,6	283,1
EBIT-Marge	in%	12,0	15,5	14,8	14,6	15,5
Jahresüberschuss	in Mio. €	84,3	133,5	146,5	157,5	172,3
Bilanzsumme (31.12.)	in Mio. €	1.895,2	2.059,0	2.120,3 ¹	2.150,2 ¹	2.210,4
Eigenkapitalquote (31.12.)	in%	36,4	40,9	40,9 ¹	40,9 ¹	43,0
Investitionen	in Mio. €	56,7	70,5	67,3	70,3	142,9
Nettoverschuldung (inkl. Rückstellungen für Pensionen und ähnliche Verpflichtungen) / EBITDA (31.12.)	Verhältnisgröße	3,1	2,2	2,4 ¹	2,4 ¹	2,0
Forschungs- und Entwicklungsaufwendungen	in Mio. €	95,7 ²	107,9	107,6	113,8	127,0
Operativer Cashflow	in Mio. €	225,7	235,1	200,9	219,5	274,8
Kapitalmarkt						
Ausgegebene Aktien zum Bilanzstichtag	in Mio. Stück	118,2	118,2	118,2	118,2	118,2
Kurs zum Geschäftsjahresende (Xetra® Schlusskurs)	in €	14,98	20,53	20,62	27,12	33,50
Marktkapitalisierung zum Geschäftsjahresende	in Mio. €	1.770,2	2.426,1	2.436,7	3.204,9	3.958,8
Ergebnis je Aktie	in €	0,71	1,13	1,24	1,33	1,46
Dividende je Aktie	in €	0,50	0,60	0,62	0,65	0,70 ³
Umwelt						
Kohlendioxidemissionen (Scope 1 und 2) ^{4,5}	kg	748,8	709,0	680,6	644,1	642,8
Direkter und indirekter Energieverbrauch ^{4,5}	GJ	8,2	8,0	7,6	7,3	7,3
Abfallmenge ^{4,5}	kg	105,2	115,6	112,4	99,3	96,1
Wasserverbrauch ^{4,5}	cbm	13,1	10,6	10,2	9,9	9,7
Abwassermenge ^{4,5}	cbm	12,3	10,0	9,6	9,1	8,8
Mitarbeiter						
Mitarbeiter (31.12.)	FTE ⁶	4.954	5.288	5.434	5.669	5.959
Fluktuationsrate	in%	4,4	5,1	5,5	5,3	4,4
Unfallhäufigkeit	MAQ ⁷	7,0	5,0	3,2	5,3	5,3
Unfallschwere	USQ ⁸	63	55	43	99	51

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

2 2009 inkl. Restrukturierungsaufwand

3 Vorschlag

4 pro Tonne Produkt

5 2013 haben wir die Berechnungsgrundlage unserer Verbrauchs- und Emissionswerte neu definiert: Wir erfassen diese Daten nun nicht mehr pro Tonne verkauftes Produkt, sondern pro Tonne Produkt.

Die Werte der Vorjahre wurden entsprechend adjustiert. Der grundlegende Trend bleibt 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

Das Titelmotiv unseres Unternehmensberichts „Sharing Values 2013“

ist eine Collage aus unserer „Wall of Inspiration“. Diese anlässlich des 10-jährigen Symrise Jubiläums ins Leben gerufene Webplattform stellt die Frage: Woher kommt meine Inspiration? Was sind die Momente, die unser Leben, unsere Arbeit, unseren Alltag bereichern? Unsere Mitarbeiter konnten und können hier alles „posten“, was ihnen Spaß macht und sie inspiriert. So wurde die „Wall of Inspiration“ zu einem bunten Bilderteppich, der von kulturellen Unterschieden und individuellen Ideen und Ausprägungen lebt. Sie ist Kunstwerk, Ausdruck von Kreativität und zugleich virtuelles Spiegelbild unserer Werte.

Sharing values

Sharing values *Gemeinsame Werte bilden bei Symrise die Grundlage für gemeinsame Ziele: Streben nach wirtschaftlichem Erfolg, gepaart mit Verantwortung für Umwelt, Mitarbeiter und Gesellschaft. Wir schaffen Werte für alle, indem wir die Belange unserer Anspruchsgruppen auf allen Wertschöpfungsstufen unserer unternehmerischen Tätigkeit einbeziehen. Nachhaltigkeit ist ein fester Bestandteil unseres Geschäftsmodells. So erzielen wir konkrete Wettbewerbsvorteile und sichern den langfristigen Erfolg unseres Unternehmens.*



„Meine Kollegen und ich agieren im Hintergrund: Wir verhandeln mit Lieferanten, beschaffen Waren und Dienstleistungen und lösen prompt gelegentlich auftauchende Probleme. So sorgen wir dafür, dass unsere Kollegen beste Bedingungen vorfinden – und wir leisten einen wichtigen Beitrag zum Erfolg von Symrise.“

Dennis Kang ist Einkäufer in der
technischen Einkaufsabteilung in Singapur.

„Die Logistik ist ein komplexes Geschäft, besonders in einem Land wie Indien. Das Unternehmen muss sich absolut auf mich verlassen können. Transparenz, Ehrlichkeit und Bescheidenheit sind für mich ganz entscheidende Begriffe – in meinem Job und in meinem Privatleben.“


Robert Kenengton *leitet die Logistik für beide Geschäftsbereiche am Standort Chennai in Indien.*



„Jeder zufriedene Kunde ist eine Art Botschafter für unsere wunderbaren Aromen. Und wir können mit unserer Arbeit helfen, die Kunden zu inspirieren, wie es sich unser Unternehmen auf die Fahnen geschrieben hat.“


Edith Rivera arbeitet in Kundenservice und -planung im Geschäftsbereich Flavor & Nutrition bei Symrise Mexiko.





„Ohne meine Kollegen wäre meine Arbeit undenkbar. Wir arbeiten Hand in Hand und müssen uns immer aufeinander verlassen können. Symrise lässt uns viele Freiheiten, um unser Ziel zu erreichen: die Bedürfnisse unserer Kunden umfassend zu erfüllen.“

Agnieszka Zimnicka ist Evaluatorin und Marketing-Managerin im Bereich Scent & Care.
Sie arbeitet in Polen und ist für ganz Osteuropa zuständig.

A middle-aged man with grey hair and glasses, wearing a light blue button-down shirt over a black t-shirt and a white hairnet, is operating a large industrial machine. He is looking at a control panel with many buttons and a small screen. The machine has a large window showing internal components. A name tag on his shirt reads 'Tim'.

„Ich trage in meinem Job Verantwortung für die Herstellung eines sicheren und hochwertigen Produktes. Wir wollen immer so effizient wie möglich sein, aber ohne auch nur ein Prozent Abstriche zu machen. Mit unserem leistungsstarken Team meistern wir diese Herausforderung täglich aufs Neue.“

Tim Wilcox bedient die Sprühtrocknungsanlage im US-amerikanischen Werk in Branchburg/ New Jersey.



„Ich habe stets den Markt im Blick. Eine Geschäftsbeziehung hat mich dabei besonders stolz gemacht. Aus dem Kontakt zu einer Nicht-regierungsorganisation entstand ein Produkt, mit dem wir gemeinsam auf soziale, nachhaltige Weise die Wünsche von Menschen mit geringem Einkommen passgenau bedienen.“

Aparecida Lopes ist als Consumer & Market Insights Manager in Brasilien für Lateinamerika verantwortlich.

Inhalt

Der Vorstand S. 10–11

Geschäftstätigkeit & Struktur S. 12–15

Werte, Ziele, Strategie S. 16–19

Ziele & Maßnahmen S. 20–21

Highlights S. 22–23

Lokale Helden S. 24–31

Hausbesuch S. 34–39

Agenda 2020 S. 40–43

Auf dem Sprung S. 46–51

What's next? S. 52–59

Spuren lesen S. 62–67

Unsere Leistung 2013 S. 68–93

Auszeichnungen S. 94–95

Über diesen Bericht S. 96

Der vorliegende Print-Bericht ist eine gekürzte Form des Unternehmensberichts 2013.
Er wurde in Übereinstimmung mit den G3 Leitlinien der Global Reporting Initiative (GRI) erstellt. Der
vollständige Bericht mit vertiefenden Informationen, allen Kennzahlen und einem ausführlichen GRI Index
findet sich unter ub2013.symrise.de. Auf weiterführende Links wird mit nachfolgendem Symbol
und fortlaufender Nummerierung hingewiesen.



1



S. 40 – 43

S. 46 – 51



S. 24 – 31



S. 62 – 67



S. 52 – 59



S. 34 – 39

Liebe Leser, liebe Freunde des Unternehmens,

im Jahr 2013 haben wir das zehnjährige Bestehen von Symrise gefeiert und blicken mit Stolz auf ein weiteres erfolgreiches Geschäftsjahr. Wir haben den Umsatz und das Ergebnis gesteigert und uns noch nachhaltiger aufgestellt. Wie wir das geschafft haben, lesen Sie in beispielhaften Interviews und Reportagen im Magazinteil dieses Unternehmensberichts.

Wir möchten Ihnen zeigen, wie, wo und warum wir investieren: in Standorte, Technologien und Menschen. Und wir erläutern, wie sich das Portfolio und die Kundenstruktur von Symrise in Zukunft entwickeln werden – und wo das Unternehmen im Jahr 2020 stehen soll. Dabei sind erfolgreiches und nachhaltiges Wirtschaften eng miteinander verknüpft: Als Unterzeichner des Global Compact der Vereinten Nationen haben wir uns freiwillig verpflichtet, Prinzipien verantwortungsvollen Wirtschaftens zu unserer Maxime zu machen und konsequent umzusetzen.

Mit einer Reportage über die Zwiebel, einen der wichtigen Rohstoffe von Symrise, zeigen wir, wie das Unternehmen durch enge Kooperation mit den Landwirten und lokalen Einkauf ein weltweit eingesetztes Produkt nachhaltig und kosteneffizient produziert. Vom anderen Ende der Welt stammt die Vanille. Mit dem Engagement für über 7.000 Farmer in Madagaskar übernimmt Symrise Verantwortung, schafft Versorgungssicherheit und erfüllt hohe Qualitätsstandards.

Eine weitere Geschichte beschreibt, wie Symrise in der Region Asien-Pazifik investiert: in das regionale Headquarter in Singapur und in den stark wachsenden Schwellenmarkt China. Die Bedürfnisse der Verbraucher zu verstehen und ihre Wünsche zu erfüllen, ist eine der Hauptaufgaben des Unternehmens – dort und überall.

Rund um den Globus arbeiten Forscher und Entwickler von Symrise, um die richtigen Produkte für diese Vielfalt zu entwickeln. Wir stellen in diesem Bericht eine ganze Reihe von Projekten aus unserem neuen Forschungszentrum in Holzminden vor. Sie sollen dazu beitragen, das Wachstum des Unternehmens auch für die Zukunft zu sichern.

Wir wünschen Ihnen eine spannende und anregende Lektüre.

Dr. Heinz-Jürgen Bertram

Achim Daub

Hans Holger Gliewe

Bernd Hirsch

„Unsere Strategie ist auf Langfristigkeit ausgelegt. Wir wollen nachhaltig wachsen, um unseren Unternehmenserfolg zu sichern. Dabei werden wir in allen Regionen und Märkten die Bedürfnisse unserer Kunden und der Konsumenten, aber auch unserer anderen Stakeholder befriedigen.“

Dr. Heinz-Jürgen Bertram



„Wir wollen unser profitables Wachstum auch für die Zukunft sichern. Die klare Vorgabe: Wir werden auch weiterhin eine Vorsteuer-Rendite erreichen, die in einem Korridor von 19 bis 22 % liegen wird – eine Marge, die ambitioniert aber dennoch zu erreichen ist.“

Bernd Hirsch



„Die Bedürfnisse einer älter werdenden Bevölkerung und das wachsende Bewusstsein für gesündere Ernährung treiben uns an. Deswegen werden wir unseren Bereich Consumer Health weiter ausbauen und neue Produkte für Nahrungsmittel mit funktionalem Zusatznutzen entwickeln.“

Hans Holger Gliewe



„Mit der Akquisition des US-amerikanischen Duftherstellers Belmay haben wir uns neue Wachstumsfelder eröffnet. Weiterhin werden wir aber auch aus eigener Kraft organisch wachsen. Dazu setzen wir auf neue Technologien und auf unsere eigene Kreativität.“

Achim Daub

Geschäftstätigkeit & Struktur

1,8

Milliarden €

IM JAHR 2013 *erzielte Symrise einen Umsatz von rund 1,8 Mrd. € und ist damit das viertgrößte Unternehmen im Markt für Geschmack- und Duftstoffe weltweit.*

PROFIL

Konsumenten suchen die Marke Symrise vergeblich im Lebensmittelgeschäft oder in der Drogerie – Symrise vertreibt seine Produkte nicht direkt an Endkunden. Vielmehr handelt es sich bei unseren ca. 6.000 Kunden um Hersteller von Lebensmitteln, Getränken, Parfüms, Kosmetika, Körperpflegeprodukten, Wasch- und Reinigungsmitteln sowie pharmazeutischen Erzeugnissen oder Nahrungsergänzungsmitteln. Obwohl die meisten Endverbraucher die Marke Symrise also gar nicht kennen, sind die Produkte von Symrise dennoch in vielen Haushalten vertreten.

Insgesamt entwickelt, produziert und vertreibt Symrise rund 30.000 Duft- und Geschmackstoffe sowie kosmetische Inhaltsstoffe auf der Basis von rund 10.000 zum Großteil natürlichen Rohstoffen wie Vanille, Zitrusprodukten oder Blüten- und Pflanzenmaterialien. Die Aromen, Parfümöle und Wirkstoffe sind in

der Regel zentrale funktionale Bestandteile der Endprodukte unserer Kunden und spielen für die Kaufentscheidung der Konsumenten durch ihre Produkteigenschaften wie Duft und Geschmack häufig eine entscheidende Rolle. Darüber hinaus sind wir mit Lösungen in den Anwendungsgebieten Gesundheit und Körperpflege durch biofunktionale und bioaktive Inhalts- und Wirkstoffe tätig. Ein weiterer Schwerpunkt von Symrise liegt auf der Entwicklung von Produkten mit Zusatznutzen. Beispiele dafür sind Geschmackstoffe, die einen reduzierten Zucker- oder Salzgehalt in Lebensmitteln ermöglichen, oder ein feuchtigkeitsspendender kosmetischer Wirkstoff, dessen Einsatz den Anteil an Konservierungsmitteln in Pflegeprodukten senkt. Durch diese Produkte sind unsere Kunden in der Lage, sich in den rasch wandelnden Konsumgütermärkten mit ihren maßgeschneiderten Endprodukten von Wettbewerbern zu differenzieren.

Unsere Produktentwicklung basiert auf umfangreicher eigener Forschung und Entwicklung, die durch ein weit verzweigtes externes Netzwerk von Forschungsinstituten und wissenschaftlichen Einrichtungen ergänzt wird. Da sich die Präferenzen für Geschmack- und Duftstoffe regional stark unterscheiden, bildet auch die umfangreiche Konsumentenforschung in Europa, Asien/Pazifik, Nordamerika und Lateinamerika einen zentralen Bestandteil unserer F&E-Aktivitäten. Entwicklungszentren finden sich insbesondere in Deutschland, Brasilien, China, Frankreich, Singapur und den USA. Sie schaffen die Grundlage für die Entwicklung marktfähiger und langfristig erfolgreicher Produkte, die den unterschiedlichen Bedürfnissen der Verbraucher in verschiedenen Teilen der Welt gerecht werden.

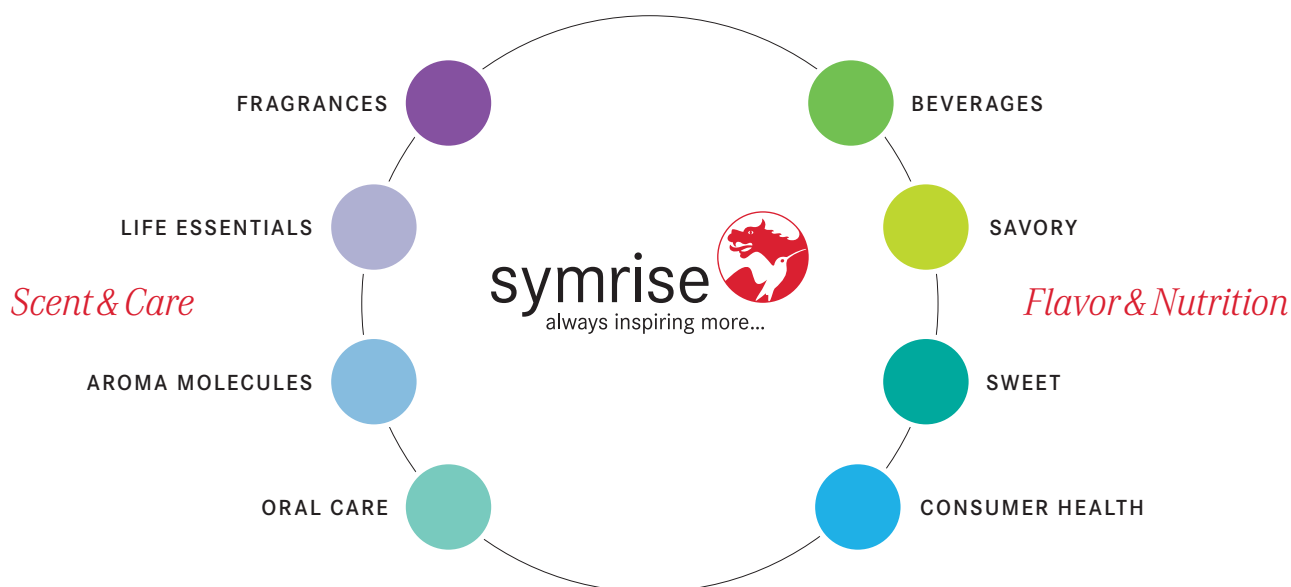
Neben unserer Innovationskraft, Kreativität und zuverlässigen Supply Chain schätzen und erwarten unsere Kunden zunehmend unser Nachhaltigkeitsengagement. Zusammen mit dem Streben nach Exzellenz und Mehrwert, mit Kreativität, Engagement und Integrität ist Nachhaltigkeit in unseren Werten und unserer Unternehmensstrategie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

Der Symrise Konzern ist im Jahr 2003 aus dem Zusammenschluss der beiden deutschen Unternehmen Haarmann & Reimer und Dragoco entstanden; im Jahr 2013 feierte Symrise also sein zehnjähriges Bestehen. Die Wurzeln von Symrise reichen bis in die Jahre 1874 beziehungsweise 1919 zurück, in denen die Vorgängerunternehmen gegründet wurden.

Im Jahr 2013 erzielte Symrise einen Umsatz von rund 1,8 Mrd. € und ist damit das viertgrößte Unternehmen im Markt für Geschmack- und Duftstoffe weltweit. Die Produkte des Unternehmens finden Abnehmer in 160 Ländern, wobei 2013 52% der Umsätze auf Industrieländer in Westeuropa, Nordamerika und in Teilen Asiens entfielen. Einen Umsatzanteil von 48% erreichten wir in den so genannten Emerging Markets in Asien, Lateinamerika, Afrika, dem Nahen und Mittleren Osten und Osteuropa. In den zwei Geschäftsbereichen des Symrise Konzerns – Scent & Care und Flavor & Nutrition – arbeiten zusammen rund 6.000 Mitarbeiter. Die Standorte des Unternehmens verteilen sich auf 35 Länder, wodurch wir auf unseren wichtigen Absatzmärkten vor Ort vertreten sind.

STRUKTUR

Die Verantwortung für das operative Geschäft liegt in den beiden Geschäftsbereichen. Sie verfügen über eigene Abteilungen für Forschung und Entwicklung, Einkauf, Produktion und Qualitätskontrolle sowie Marketing und Vertrieb. Beide Geschäftsbereiche haben ihre Organisation in vier Regionen mit eigenständigen regionalen Leitungen eingeteilt: Europa, Afrika 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 und Investor Relations, Recht, Personal, Corporate Compliance, Interne Revision sowie globales Prozessdesign wahrgenommen werden.



SCENT & CARE

Das Produktportfolio des Geschäftsbereichs Scent & Care umfasst Duftkompositionen, kosmetische Inhaltsstoffe, Aromachemikalien sowie Mintprodukte, die in rund 135 Ländern vertrieben werden. Große Niederlassungen befinden sich in Brasilien, China, Deutschland, Frankreich, Mexiko, Indien, Singapur und den USA. Insgesamt unterhält der Geschäftsbereich Standorte in 33 Ländern. Das Geschäft von Scent & Care ist in die Geschäftsfelder Fragrances, Life Essentials, Aroma Molecules und Oral Care gegliedert, in denen unsere Produkte in unterschiedlichen Anwendungsbereichen eingesetzt werden:

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: Das Geschäftsfeld unterteilt sich in die Anwendungsbereiche Cosmetic Ingredients und UV-Filter. Die hier hergestellten Produkte kommen in Hautpflegeprodukten, Haarpflegeprodukten, Sonnencremes, Aftershave-Balsams, Duschgels, Waschlotionen, Shampoos oder Deodorants zum Einsatz. Einen besonderen Schwerpunkt des Geschäftsfelds bilden Produkte mit pflegenden Eigenschaften sowie alternative Konservierungsstoffe.

Aroma Molecules: Das Geschäftsfeld umfasst 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 Zahnpflegeprodukten, 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 Unternehmen der Konsumgüterindustrie vertrieben, die daraus Parfümöle herstellen.

Oral Care: Hier bietet Symrise die gesamte Produktpalette von Mintaromen und deren Vorprodukten für die Verwendung in Zahnpasta und weiteren Mundpflegeprodukten an.

FLAVOR & NUTRITION

Das Produktspektrum des Geschäftsbereichs Flavor & Nutrition besteht aus Aromen, die von unseren Kunden zur Herstellung von Nahrungsmitteln und Getränken genutzt werden und den unterschiedlichen Produkten individuelle Geschmacksbilder verleihen. 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 global tätige Anwendungsbereich Consumer Health bedient unter anderem den wachsenden Markt für Nahrungsergänzungsmittel und pharmazeutische Präparate. Die Produkte des Geschäftsbereichs werden in 140 Ländern vertrieben. Standorte des Geschäftsbereichs befinden sich in mehr als 30 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. Die Geschmack- und Inhaltsstoffe von Symrise untergliedern sich in vier Anwendungsbereiche:

Beverages: Unsere Geschmacksstoffe und Getränkegrundstoffe finden Eingang in alkoholfreie Getränke wie Erfrischungsgetränke, Fruchtsaftgetränke, Energie- und Sportgetränke, Tee- und Kaffeegetränke, Milchsichgetränke sowie funktionelle Getränke. Darüber hinaus produziert Symrise Aromagranulate für Instantgetränke wie Tee- und Kaffee-Spezialitäten. Schließlich umfasst das Angebotsspektrum Geschmacksstoffe, Destillate und Extrakte für nahezu alle gängigen Formen alkoholischer Getränke.

Savory: Hierzu gehören Fleischaromen, Kräuter- und Gemüseextrakte, Geschmacksstoffkompositionen für Suppen, Saucen, Fertiggerichte sowie Aufstreuwürzungen – so genannte Seasonings für Snacks. Spezielle Geschmacksstoffe von Symrise ermöglichen es, 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 Aromafreisetzung und Aromasysteme mit maskierenden Eigenschaften, die den häufig unangenehmen Geschmack von funktionalen Inhaltsstoffen überdecken.

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

Unsere Standorte 2013

• Standorte Symrise • Regionale Headquarters



35 *Länder*

DIE STANDORTE VON SYMRISE verteilen sich auf 35 Länder, wodurch wir auf unseren wichtigen Absatzmärkten vor Ort vertreten sind. Die Produkte von Symrise werden weltweit in rund 160 Ländern vertrieben.

Werte, Ziele, Strategie



GEMEINSAME WERTE bilden bei Symrise die Grundlage für gemeinsame Ziele: wirtschaftlicher Erfolg, gepaart mit Verantwortung für Umwelt, Mitarbeiter und Gesellschaft.

UNSERE MISSION

Symrise ist weltweit anerkannt als führender Anbieter von Duft- und Geschmacksstoffen sowie Grund- und Wirkstoffen für die Parfüm-, Kosmetik-, Pharma-, Lebensmittel- und Getränkeindustrie. Wir kennen die Bedürfnisse der Menschen in den verschiedenen Regionen der Welt. Auf der Grundlage dieses Wissens, gepaart mit Kreativität und zukunftsweisenden Technologien, entwickeln wir Lösungen, die unseren Kunden einen Mehrwert bieten. Wir sorgen für eine nachhaltige Wertschöpfung und lassen unsere Mitarbeiter und Aktionäre am Unternehmenserfolg teilhaben.

Im Jahr 2013 blickte Symrise auf eine zehnjährige sehr erfolgreiche Entwicklung des Unternehmens zurück: Gemeinsam mit unseren Kunden sind wir Jahr für Jahr bei Umsatz und Ergebnis stetig gewachsen. Die wichtigen Trends frühzeitig zu erkennen und schnell in neue Produkte umzusetzen, ermöglichte es Symrise, dynamischer als der Markt zu wachsen. Dieser Erfolg beruht nicht zuletzt auf den Werten, die in unserem Unternehmen gelebt werden.

GEMEINSAME WERTE, GEMEINSAME ZIELE

Das Motto „Sharing Values“ unseres Unternehmensberichts bringt zum Ausdruck, dass die Menschen bei Symrise gemeinsame Werte teilen: Wir wollen langfristig das erfolgreichste Unternehmen unserer Branche sein, unsere Marktposition stärken und unsere Unabhängigkeit sichern. Wir sind uns bewusst, dass wirtschaftlicher Erfolg, Nachhaltigkeit und gesellschaftliche Akzeptanz untrennbar miteinander verbunden sind. Unsere wirtschaftlichen Ziele sind eng mit der gelebten und täglich empfundenen Verantwortung für Mitarbeiter, Umwelt und Gesellschaft 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 auszubauen, 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“. Symrise verbessert die Verknüpfung von ökonomischen, ökologischen und sozialen Zielen und Strategien kontinuierlich.

AUF DEM WEG ZUR INTEGRIERTEN UNTERNEHMENSSTRATEGIE

Die Unternehmensstrategie von Symrise beruht auf den drei Pfeilern 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.

STRATEGISCHE STOISSRICHTUNG: WACHSTUM

Der für Symrise relevante, globale AFF-Markt (Aroma Molecules, Flavors & Fragrances) weist ein Volumen von 17,4 Mrd. € auf und wächst langfristig durchschnittlich um etwa 2 bis 3 % pro Jahr. Der Marktanteil von Symrise beträgt derzeit rund 11 %. Diesen Marktanteil wollen wir durch überproportionales Wachstum von jahresdurchschnittlich 5 bis 7 % (CAGR) ausweiten. Bis zum Jahr 2020 wollen wir so unseren Umsatz gegenüber 2012 um mehr als 1,0 Mrd. € steigern. Dabei nutzen wir drei Hebel:

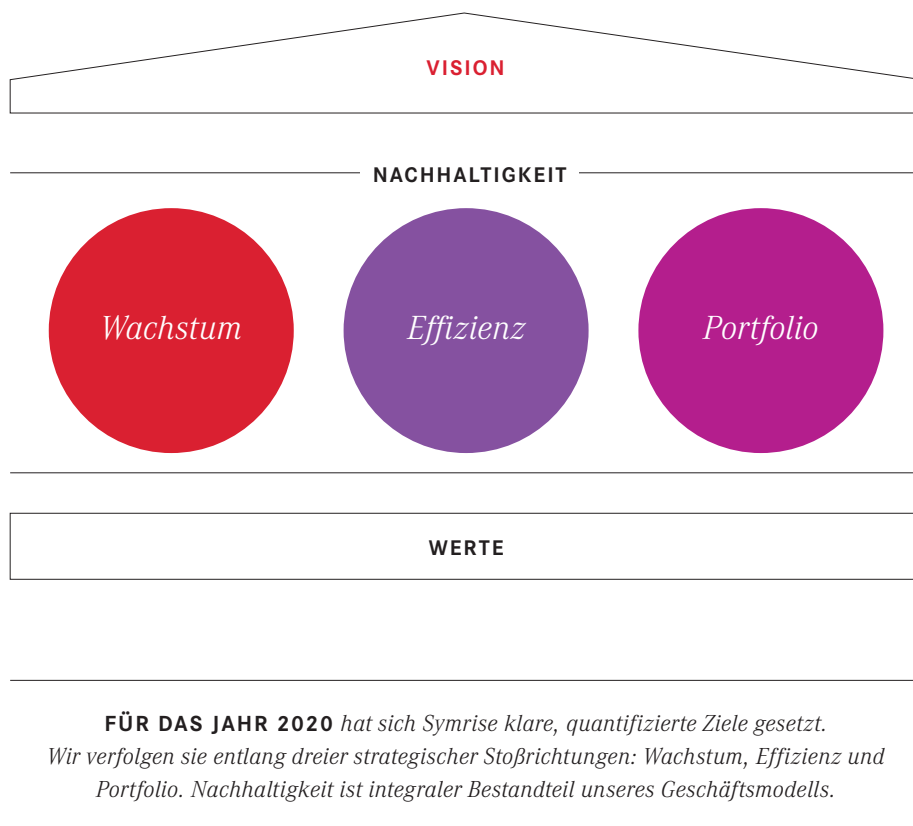
WACHSTUM AUF BASIS EINES AUSGEWOGENEN KUNDENPORTFOLIOS

Das Kundenportfolio von Symrise setzt sich zu jeweils etwa einem Drittel aus internationalen Kunden, aus regionalen Kunden sowie aus lokal tätigen Kunden zusammen. Diese ausgewogene Kundenstruktur ermöglicht es Symrise, in allen globalen Wachstumsregionen präsent zu sein und reduziert zugleich die Abhängigkeit von einzelnen Kunden, Märkten oder Regionen. In unseren Kernkompetenzen – beispielsweise in den Bereichen Zitrus, Vanille oder Mint – ist Symrise einer von wenigen Anbietern, die in der Lage sind, gleichbleibend höchste Produktqualität in allen Volumengrößen weltweit zuverlässig bereitzustellen. Für die Sicherung der Produktqualität und Lieferfähigkeit sind die Rückwärtsintegration bei wichtigen Rohstoffen und langfristige Bezugsverträge von entscheidender Bedeutung. Ziel ist, bis zum Jahr 2020 rund 40 % unseres Rohstoffbedarfs über die Rückwärtsintegration abzudecken. So verringern wir auch den Einfluss volatiler Rohstoffpreise auf unser Geschäftsergebnis. Ein weiterer Erfolgsfaktor für Symrise liegt in der Einrichtung intelligenter Prozesse und Strukturen, um die Kundenbedürfnisse in allen Bereichen effizient zu bedienen. Gemeinsam mit seinen Kundenunternehmen greift Symrise die wachsende Nachfrage nach nachhaltig produzierten und gesundheitsfördernden Produkten auf. Bis 2020 wollen wir alle strategisch wichtigen Rohstoffe aus nachhaltigen Quellen beziehen. Durch eine hohe Forschungs- und Entwicklungsintensität ist Symrise in der Lage, sich vom Wettbewerb zu differenzieren und ist ein geschätzter Partner der führenden Unternehmen in unseren Kundenbranchen. Die enge Zusammenarbeit mit wichtigen Kunden bei der Produktentwicklung fördert zudem die Kundenbindung.

EMERGING MARKETS BLEIBEN WACHSTUMSCHWERPUNKT

Die frühzeitige Ausrichtung von Symrise auf die wachstumsstarken und bevölkerungsreichen Schwellenländer hat in den zurückliegenden Jahren wesentlich zu dem überdurchschnittlichen Unternehmenswachstum beigetragen. Diesen Weg wollen wir fortsetzen. Im Rahmen unserer langfristigen Strategie bis zum Jahr 2020 soll der Anteil der Emerging Markets am Konzernumsatz auf rund zwei Drittel wachsen. Der steigende Lebensstandard breiter Bevölkerungsteile in diesen Regionen schafft neue Bedürfnisse. Die Konsumausgaben nehmen daher in den lateinamerikanischen, asiatischen, arabischen, osteuropäischen und auch afrikanischen Ländern mittel- und langfristig deutlich stärker zu als im globalen Durchschnitt. Getreu unserer Devise „All business is local“ ist ein gutes Verständnis der Rahmenbedingungen vor Ort, der Märkte und der Konsumenten ein wich-

Symrise Geschäftsstrategie



tiger Erfolgsfaktor für den weiteren Ausbau unseres Geschäfts. Symrise ist daher in den wichtigsten Emerging Markets mit eigenen Betriebsstätten vertreten. Mit unseren Investitionen in diesen Märkten schaffen wir Arbeitsplätze, deren Arbeitsbedingungen häufig weit über dem lokalen Niveau liegen und die selbstverständlich den Standards der International Labour Organization (ILO) entsprechen. Durch den regionalen Bezug von Rohstoffen und Vorprodukten entstehen weitere Beschäftigungsmöglichkeiten für die Bevölkerung. Auch bei diesem „Local Sourcing“ gelten die hohen Ansprüche von Symrise an die Produktqualität und die Nachhaltigkeit der Erzeugung. Darüber hinaus engagiert sich Symrise für gesellschaftliche Belange im Umfeld seiner Niederlassungen.

INNOVATION UND TECHNOLOGIE TREIBEN DIE EXPANSION
Markt- und Konsumentenforschung, Forschung und Entwicklung, Kreation, Marketing und Vertrieb sind bei Symrise eng vernetzt. Aus den Erkenntnissen der Markt- und Konsumentenforschung leitet Symrise in einem hocheffizienten Forschungs- und Entwicklungsprozess neue Produkte und Anwendungen ab, um Kundenbedürfnisse bestmöglich zu befriedigen. Sich daraus ergebende neue Geschäftsfelder und innovative Anwendungsbereiche, die ein höheres Wachstumspotenzial aufweisen als der allgemeine Markt für Duft- und Geschmackstoffe, verleihen Symrise ein einzigartiges Profil am Markt und bieten zusätzliche Wachstumschancen. Symrise nutzt konsequent die drei Megatrends Gesundheit und Wohlbefinden, Schönheit und Pflege sowie Nachhaltigkeit. So

engagieren wir uns beispielsweise in den Bereichen Hautschutz und gesunde Ernährung und bieten unseren Kunden innovative Produkte mit gesundheitlichem Zusatznutzen an. Daneben sind unsere Forschungs- und Entwicklungsaktivitäten auf die Verringerung des Fett-, Zucker- und Salzgehalts in Lebensmitteln ohne Einbußen beim Geschmack gerichtet. Durch regionale Forschungs- und Entwicklungszentren – wie beispielsweise in São Paulo (Brasilien) oder in Shanghai (China) – ist Symrise in der Lage, lokale Präferenzen bei der Produktgestaltung gezielt zu berücksichtigen. Darüber hinaus erhalten wir aus unseren vielfältigen Partnerschaften mit Forschungsinstituten und Universitäten wertvolle Impulse sowohl für innovative Produkte als auch für unsere Prozesse. So gestaltet Symrise chemische Prozesse durch Anwendung der „Grünen Chemie“ sukzessive so, dass Energieaufwand und Umweltbelastung minimiert werden. Auch durch die Nutzung von „Weißer Biotechnologie“ gelingt es uns zunehmend, Produktionsverfahren zu optimieren und umweltschonender zu gestalten. Schließlich nutzen wir wo immer möglich nachwachsende Rohstoffe.

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

STRATEGISCHE STOßRICHTUNG: EFFIZIENZ

Zweite Stoßrichtung 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, Jahr für Jahr eine nachhaltige EBITDA-Marge zwischen 19 und 22% zu erreichen. Unter dieser Voraussetzung wird unser EBITDA bis 2020 auf über 500 Mio. € anwachsen. Zugleich wollen wir die wirtschaftliche und die ökologische Effizienz unserer Geschäftstätigkeit kontinuierlich 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. Unser Ziel ist eine jährliche messbare Effizienzsteigerung. Zugleich stellen wir durch TPM sicher, dass sich 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 etab-

liert, 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. Insgesamt wollen wir dadurch unseren Umwelt-Fußabdruck bis zum Jahr 2020 um rund ein Drittel verringern. Nicht zuletzt stärken erzielte Produktivitätssteigerungen die Investitionskraft des Unternehmens und eröffnen Verteilungsspielräume für Mitarbeiter, Aktionäre und sonstige Anspruchsgruppen.

STRATEGISCHE STOßRICHTUNG: PORTFOLIO

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 grundlegenden 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 technischer 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- und Verdauungsfunktion fördern. Im Geschäftsbereich Flavor & Nutrition entfielen 2013 rund ein Drittel 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 2013 bereits auf 26% 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.

Ziele & Maßnahmen

WIRTSCHAFT

Langfristige Ziele		Stand 2013	Ziele / Maßnahmen 2014
Wachstum	Unser Umsatz soll langfristig schneller wachsen als der Markt (durchschnittlich 2 bis 3 % pro Jahr).	Umsatzwachstum: +6 % auf 1.830 Mio. € Viertgrößtes Unternehmen der F & F-Branche Marktanteil 11 % ¹	Umsatzwachstum > Marktwachstum
	Wir wollen dauerhaft zu den profitabelsten Unternehmen der Branche gehören.	EBITDA-Marge: 20,4 %	EBITDA-Marge: rund 20 %
Profitabilität	Wir wollen unsere Aktionäre an unserem wirtschaftlichen Erfolg durch eine attraktive Dividende beteiligen.	Dividendenvorschlag für 2013: 0,70 € pro Aktie Ergebnis je Aktie: 1,46 €	Ergebnis je Aktie > 2013
	Das Verhältnis Nettoverschuldung ² zu EBITDA soll mittelfristig in einem Korridor zwischen 2,0 und 2,5 liegen ³ .	Nettoverschuldung ² /EBITDA: 2,0	Nettoverschuldung ² /EBITDA: 2,0 bis 2,5
Finanzen	Wir erhöhen den Anteil der Produkte in unserem Portfolio, die zu Gesundheit und Wohlbefinden beitragen.	26 % des Umsatzes (2012: 25 %)	Anhaltendes überdurchschnittliches Wachstum in den Bereichen Life Essentials und Consumer Health
	Wir entwickeln neue aktive Inhaltsstoffe für eine gesündere Ernährung und den Hautschutz.	Eröffnung eines neuen Forschungszentrums Forschungsdarlehen von 125 Mio. € erhalten Forschungsschwerpunkt: funktionale Inhaltsstoffe für Kosmetik und gesunde Ernährung	Weiterhin verstärkte Forschung und Entwicklung in diesen Bereichen
Portfolio			

1 Bezogen auf den relevanten AFF-Markt von 17,4 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 2013	Ziele / Maßnahmen 2014
Minimierung unseres ökologischen Fußabdrucks	33 % weniger CO ₂ -Emissionen bis 2020 ¹	Veränderung um – 9,3 % ¹	CO ₂ -Emissionen: – 4 % ²
	33 % weniger Energieverbrauch bis 2020 ¹	Veränderung um – 9,1 % ¹	Energieverbrauch: – 4 % ²
	33 % weniger Abfallvolumen bis 2020 ¹	Veränderung um – 16,9 % ¹	Abfallvolumen: – 4 % ²
	33 % weniger Wasserverbrauch bis 2020 ¹	Veränderung um – 8,3 % ¹	Wasserverbrauch: – 4 % ²
	33 % weniger Abwasserproduktion bis 2020 ¹	Veränderung um – 12,3 % ¹	Abwasserproduktion: – 4 % ²
Konsequente Anwendung von Nachhaltigkeitskriterien bei der Rohstoffgewinnung	Reduktion der Umweltauswirkungen unserer Prozesse und Anlagen	Planung eines neuen, energieeffizienten Kraftwerks; 66 % unserer Rohstoffe (nach Volumen) erfassen wir bereits gemäß den Scope 3 Richtlinien des Carbon Disclosure Project (CDP)	Einführung eines Rahmenprogramms zum Schutz der Biodiversität und Forschungs-kooperation zur Abschätzung der Folgen unserer Geschäftstätigkeit auf die Biodiversität
	Kontinuierliche Steigerung der Prozesseffizienz	Unabhängiges DQS-Audit der internen Forschungs-, Entwicklungs-, Fertigungs- und Vertriebsprozesse im Hinblick auf die (ökologische) Effizienz	Umsetzung von Empfehlungen aus dem Audit in die Geschäftsprozesse
	Verbesserung der Umweltverträglichkeit strategischer synthetischer Rohstoffe ⁸	Eröffnung eines Katalysatelabors, um die strategische Forschung im Bereich der Grünen Chemie voranzutreiben	Forschungsprojekte zu erneuerbaren Quellen für Schlüsselrohstoffe
Konsequente Anwendung von Nachhaltigkeitskriterien bei der Rohstoffgewinnung		– GAP ⁵ -Zertifizierung für unsere Zwiebeln – Ausweitung der SAN ⁴ -Zertifizierung für unsere Vanille – CENSO ⁶ -Zertifizierung für unser Lavandin – Einführung nachhaltiger Shea Butter aus Ghana	Entwicklung eines entsprechenden Leistungsindikators; Ausweitung unseres Gesamtportfolios an zertifizierten Rohstoffen und der Menge an RA ⁷ -zertifizierter Vanille
	Bis 2020 Beschaffung von 100 % unserer landwirtschaftlichen Schlüsselrohstoffe aus nachhaltigen Quellen ³		

1 Im Vergleich zum Basiswert 2010 pro Tonne hergestellter Produkte • 2 Im Vergleich zum Vorjahreswert pro Tonne hergestellter Produkte • 3 Die früher getrennten Ziele „Erhöhung des Anteils von Rohstoffen, die landwirtschaftlichen Nachhaltigkeitsstandards entsprechen“ und „Erhöhung des Anteils von nach Nachhaltigkeitsstandards zertifizierten Rohstoffen“ wurden in dieses neue, quantifizierbare Ziel überführt. • 4 Sustainable Agriculture Network (Netzwerk für nachhaltige Landwirtschaft) • 5 Good Agricultural Practice • 6 CENSO ist eine Initiative zur nachhaltigen Entwicklung der französischen Lavendel- und Lavandin-Öl-Branche • 7 Rainforest Alliance • 8 Aus Gründen der Klarheit wurde hier das Ziel „Durchführung von Nachhaltigkeits- und Risikobewertungen unserer Schlüsselrohstoffe“ eingeschlossen. Im Jahr 2013 wurde es durch die Entwicklung spezifischer Messgrößen der Umweltauswirkungen von Aroma-Rohstoffen angegangen.

MITARBEITER

Langfristige Ziele		Stand 2013	Ziele / Maßnahmen 2014
Kontinuierliche Steigerung unserer Attraktivität als Arbeitgeber	Minimierung der ungewollten Mitarbeiterfluktuation	Fluktuationsrate: 4,4 % (Vorjahr: 5,3 %)	Weitere Reduktion der Fluktuationsrate
	Aktive Beteiligung unserer Mitarbeiter an der Unternehmensentwicklung	Umsetzung der Maßnahmen, die aus der internationalen Mitarbeiterbefragung 2012 abgeleitet wurden	Durchführung regelmäßiger Feedback-Sitzungen und Team-Veranstaltungen wie Mitarbeiterversammlungen
	Transparente Kommunikation mit unseren Mitarbeitern	Neugestaltung der internen Online-Medien und Start der neuen „SymPortal“-Mitarbeiterplattform	Schulung der Mitarbeiter in der Nutzung von „SymPortal“ und Fortsetzung der Implementierung
	Bereitstellung angemessener und relevanter Entwicklungsmaßnahmen	Ausgaben für Weiterbildung: 2,7 Mio. € (Vorjahr: 2,5 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	Umsetzung der eingeführten Quotenregelung für die Stellenbesetzung mit internen Bewerbern	„Symrise Future Generation“: 20 bis 30 junge Talente auf Basis eines individuellen Mitarbeiterentwicklungsansatzes auf Schlüsselpositionen vorbereiten
	Einführung einer Initiative zur Karriereförderung: career@symrise	Individuelle Karriereentwicklung und Nachfolgeplanung für alle Manager- und Director-Level-Positionen über career@symrise	Förderung von funktionenübergreifendem und überregionalem Know-how-Transfer durch Team-Veranstaltungen und Einsätze im Ausland
Förderung der Vielfalt unter unseren Mitarbeitern	Förderung der Vielfalt an Expertise	Anerkennung der Bemühungen, berufstätige Frauen bei der gleichzeitigen Organisation ihres Familienlebens zu unterstützen durch den „Frauen-Karriere-Index“	Einführung eines neuen langfristigen Ziels: „Erhöhung des Anteils von Frauen in Führungspositionen auf 20 % bis 2020“
	Hoher Anteil lokaler Mitarbeiter	> 90 % (auf Vorjahresniveau)	
Maximierung der Arbeitssicherheit und des Gesundheitsschutzes	Niedrige Unfallhäufigkeit (MAQ) ¹	MAQ: 5,3 (Vorjahr: 5,3)	Weiterführung und Ausbau des Sensibilisierungs- und Interventionsprogramms „Simply Healthy“
	Niedrige Unfallschwere (USQ) ²	USQ: 51 (Vorjahr: 99)	

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 2013	Ziele / Maßnahmen 2014
100% verantwortungsvolle Beschaffung	Bewertung unserer 250 wichtigsten Lieferanten gemäß SEDEX-Kriterien bis 2015	> 190 erfasste Lieferanten wurden bewertet	Bewertung von mindestens 50 weiteren Lieferanten gemäß den SEDEX-Kriterien
	Entwicklung und Erweiterung strategischer Initiativen zur nachhaltigen Beschaffung mit Schwerpunkt auf der Schaffung von Shared Value	Erweiterung der Initiativen für Vanille, Zwiebel und Lavendel	Unilever, Symrise und GIZ ¹ (im Auftrag des BMZ ²) starten ein 3-Jahres-Programm, um die Lebensbedingungen von 4.000 Vanillebauern in Madagaskar zu verbessern
	Zusammenarbeit mit Nichtregierungsorganisationen und anderen Interessengruppen zur Förderung nachhaltiger Beschaffung ³	Aktive Beteiligung an der Entwicklung eines Verhaltenskodex zur Vanillebeschaffung im Rahmen der Sustainable Vanilla Initiative (SVI); Beitritt zur Sustainable Spices Initiative (SSI) ⁴	Aktives Mitglied der Sustainable Spices Initiative werden und Projektpartnerschaften entwickeln
	Förderung des Engagements unserer Mitarbeiter in sozialen Projekten und Entwicklung eines unternehmensweiten Freiwilligenprogramms	An Standorten in allen Regionen haben sich Freiwilligenteams gebildet, in denen sich Mitarbeiter für soziale und ökologische Themen engagieren – während ihrer Arbeitszeit und darüber hinaus	Einrichtung eines Rahmenprogramms „Inspired by Nature“, das den Schwerpunkt auf Bewusstsein und Engagement der Mitarbeiter für den Erhalt biologischer Vielfalt legt
Förderung sozialer Projekte, die für unsere Mission von Bedeutung sind ⁴	Bewertung von Bedürfnissen im Umfeld unserer Standorte und Initiierung relevanter Schwerpunktprojekte	Die Care Teams vor Ort haben viele lokal bedeutende Projekte initiiert; z.B. haben sich unsere Teams in Asien zu Hilfeleistungen zusammengeschlossen, nachdem der Taifun „Hayan“ über die Philippinen hinweggeegt war ☹️ 2	Bewertung der Projekterfolge und weitere Verteilung von Budgets und Ressourcen auf diese Bereiche
	Etablierung eines weltweiten Leitmotivs für unser soziales Engagement – Symrise. Because we care.	Das Leitprinzip wurde etabliert und entsprechende Projekte laufen, z.B. soziale und ökologische Freiwilligentage in verschiedenen Ländern	

¹ Die GIZ ist ein deutsches Bundesunternehmen mit weltweiten Aktivitäten. Es unterstützt die Deutsche Bundesregierung bei der internationalen Zusammenarbeit für nachhaltige Entwicklung und internationale Bildung. • ² Das BMZ ist das Deutsche Bundesministerium für wirtschaftliche Zusammenarbeit und Entwicklung • ³ Die früher getrennten Ziele „Einsatz für Industriestandards für nachhaltige Beschaffung“ und „Zusammenarbeit mit Nichtregierungsorganisationen und anderen Anspruchsgruppen“ wurden zusammengefasst. Das neue Ziel lautet: „Zusammenarbeit mit Nichtregierungsorganisationen und anderen Interessengruppen zur Förderung nachhaltiger Beschaffung“. • ⁴ Die Formulierung und der Schwerpunkt wurden angepasst: „Förderung von sozialen Projekten mit Schwerpunkt Bildung und Gesundheit“ lautet nun „Förderung sozialer Projekte, die für unsere Mission von Bedeutung sind“.

Strategischer Zukauf

Im März 2013 hat Symrise das globale Duftstoffgeschäft der Belmay-Gruppe erworben. Sowohl das Produkt- als auch das Kundenportfolio ergänzen die bestehenden Aktivitäten des Geschäftsbereichs Scent & Care hervorragend. Zugleich stärken wir mit dem Erwerb unsere wachsende Präsenz in Nordamerika, dem Kernmarkt von Belmay.

Profitables Wachstum

Unser Umsatz stieg 2013 um 6% auf über 1,8 Mrd. € – und damit einmal mehr schneller als der Markt. Das operative Ergebnis erreichte 373 Mio. €, die Ergebnismarge konnten wir auf 20,4% ausweiten. Unsere Aktionäre sollen mit einer Dividendenerhöhung auf 0,70 € je Aktie an diesem Erfolg teil haben.

Nachhaltig netzwerken

2013 wurde Symrise als Mitglied der Sustainable Spices Initiative (SSI) aufgenommen – als erstes Unternehmen seiner Branche. Der nachhaltige Anbau und Einkauf von Rohstoffen stehen bei Symrise und SSI gleichermaßen auf der Agenda. Somit ist die Mitgliedschaft ein logischer Schritt im Nachhaltigkeitsansatz von Symrise. Gemeinsam mit Kunden, Lieferanten und NGOs wollen wir aktiv in der SSI mitarbeiten, unser Wissen teilen und gleichzeitig neue Erfahrungen gewinnen.

High

Grünes Unternehmen

Die DQS hat Symrise als „Green Company“ zertifiziert. Das Gütesiegel bestätigt eine hohe Transparenz und Nachvollziehbarkeit unternehmensinterner Prozesse in Bezug auf Produkte, Dienstleistungen und ökologische Standards.

Vorreiter der verantwortungsvollen Beschaffung

Als eines der ersten Duftstoffunternehmen kauft Symrise CENSO-zertifiziertes Lavandin-Öl. Das sichert die Basis für einen natürlichen Schlüsselrohstoff für Duftkreationen bei Symrise und fördert die nachhaltige Entwicklung der französischen Lavendel- und Lavandin-Öl-Branche.

Neues Forschungszentrum

Mit der feierlichen Eröffnung im April 2013 begann die Arbeit in den Räumen des neuen Symrise Forschungszentrums in Holzminden. Symrise hat 10 Mio. € in den Neubau investiert. Damit fördert das Unternehmen den interdisziplinären Forschungsdialog seiner beiden Geschäftsbereiche Scent & Care und Flavor & Nutrition. Ein besonderer Fokus liegt dabei auf der Entwicklung funktionaler Inhaltsstoffe für gesunde Ernährung und bewusste Körperpflege. Pro Jahr wendet der Konzern mehr als 100 Mio. € für Forschung und Entwicklung auf.

Frauen fördern

Symrise hat sich hinsichtlich der Aspekte Frauen in Führungspositionen, Verpflichtung des Unternehmens zur Förderung von Frauen und Rahmenbedingungen für den Aufstieg von Frauen messen lassen. Das Ergebnis: mit einem Wert von 72 beim Frauen-Karriere-Index (FKI) gehören wir zum oberen Drittel der teilnehmenden Unternehmen in Deutschland. Der FKI ist eine Initiative des Bundesfamilienministeriums.

lights

Grüne Chemie für die Umwelt

Um den Forschungsschwerpunkt grüne Chemie weiter auszubauen, nahm Symrise 2013 ein Katalyselabor in Betrieb: Dort forschen wir an neuen katalytischen Herstellverfahren für Riech- und Aromastoffe und optimieren bestehende Verfahren. So wollen wir zunehmend hochwertige Produkte mit geringem Umwelteinfluss entwickeln und vorgelagerte Fertigungsstufen im Sinne einer Rückwärtsintegration selbst übernehmen. Das Projekt wird über die NBank aus Mitteln des Europäischen Fonds für regionale Entwicklung (EFRE) unterstützt.

Ausgezeichnete Exzellenz

Unsere Initiative für nachhaltige Vanille schafft Mehrwert für alle – für die Bauern, für uns, für unsere Kunden und für die Verbraucher. Dieses Engagement fand 2013 erneut Anerkennung: Symrise erhielt im Rahmen der Messe Food Ingredients Europe (FIE) den FIE Excellence Awards in der Kategorie Nachhaltigkeit.



Lokale Helden

SIE IST WELTWEIT eine der wichtigsten Grundlagen für fast jedes würzige Gericht. Sie sorgt für Schärfe und Süße zugleich. Und für Symrise ist sie ein Musterbeispiel für Effizienz: die Zwiebel. Das Unternehmen kauft das Gemüse in der direkten Umgebung ein, schließt langfristige Verträge mit den Zulieferern und minimiert Transport-, Lager- und Energiekosten. Am Ende gelangt die Zwiebel in rund 8 % aller Symrise Produkte – und ist damit einer der Top-Rohstoffe.

FOTOS Marcus Pietrek TEXT Marc-Stefan Andres



Auf den Feldern bei Bisperode legen die Erntemaschinen die Zwiebeln nach dem Schnitt in einer Reihe ab, damit sie trocknen können. Nach einigen Tagen werden sie mit Transportwagen ins Lager gefahren.



Schon auf dem Acker testen die Mitarbeiter das Gemüse mit einem Teststreifen auf den pH-Wert, um die Qualität des Produktes zu sichern.



Dr. Felix Schuppert (rechts) ist bei Symrise für den Einkauf landwirtschaftlicher Rohstoffe verantwortlich. Gemeinsam mit Landwirt Markus Stukenbrock begutachtet er die Ernte und überprüft die Lagerbedingungen vor Ort (Bild rechts).

20 Hektar, auf denen – so weit das Auge reicht – geerntete Zwiebeln liegen. Markus Stukenbrock hebt die erstbeste braunschalige Kugel auf, greift sein Messer, schneidet durch die Schale und das weiße Fleisch. „Sieht gut aus“, sagt er und reicht Dr. Felix Schuppert das faustgroße Exemplar. Der Symrise Mitarbeiter, der für den Einkauf landwirtschaftlicher Rohstoffe verantwortlich ist, streicht ein wenig Erde von der schon angetrockneten Schale. Er mustert die Zwiebel von allen Seiten, nickt zufrieden. Die Qualität stimmt.

Im 1.300 Einwohner-Dorf Bisperode, gerade mal 40 Kilometer vom Hauptwerk in Holzminden entfernt, wächst einer der wichtigsten natürlichen Rohstoffe für Symrise. Das Unternehmen setzt ihn in 8 % seiner rund 30.000 Produkte ein: Direkt als Zwiebelsaftkonzentrat, aber auch als Ausgangsstoff für Aromen, die in unzähligen würzigen Produkten beim Endkunden landen. Über 5.000 Tonnen kauft Felix Schuppert im Herbst 2013 ein. Einen großen Teil davon bei Stukenbrock, um damit für 15 Monate ausreichend Rohstoff zur Verfügung zu haben. „Wir bauen einen ausreichenden Puffer ein, weil wir es mit einem natürlichen Produkt zu tun haben, dessen Anbau und Ernte Witterungsschwankungen unterliegen.“



Die Nachfrage nach Zwiebelprodukten steigt stetig, die eingekauften Mengen ebenfalls. Mehr als 60 Jahre schon entwickelt Symrise Produkte aus der Feldfrucht, die vornehmlich in Europa, aber auch auf vielen anderen Märkten verkauft werden. Markus Stukenbrock ist einer der Hauptlieferanten für die Zwiebel. Mit Symrise hat er im Jahr 2011 einen Sechsjahresvertrag geschlossen. „Für uns ist die Planungssicherheit sehr wichtig“, sagt der 32-Jährige, der den elterlichen Hof zusammen mit seinem Vater und zwei Berufskollegen aus dem Ort in einer Betriebsgemeinschaft führt. Die Langfristigkeit zeigt sich auch daran, dass sein Vorgänger seinen Vertrag über mehr als 20 Jahre erfüllte und Stukenbrock partnerschaftlich weiterhalf. „Er hat seinen Betrieb hier in der Region nicht weitergeführt, mich aber über ein Jahr in der Übergangsphase begleitet“, sagt der Landwirt.

Nachhaltige Bewirtschaftung

Der Agrarökonom baut genau wie zwei weitere Lieferanten die Zwiebelsorte Sturon an, die sich in einem gemeinsamen Forschungsprojekt von Symrise und der Universität Hohenheim als für den lokalen Anbau in und um Holzminden am besten geeignet erwiesen hatte. Rund 80 Hektar groß ist die Fläche, die Stukenbrock nachhaltig für die Zwiebeln nutzt: „Wir bestellen das Feld im Wechsel mit Weizen, Kartoffeln, Zuckerrüben und Zwiebeln, die nur alle sieben Jahre angebaut werden.“ Der Betrieb, der GAP-zertifiziert ist und damit für „gute landwirtschaftliche Praxis“ steht, beugt damit der Bodenauslaugung vor. Wenn die Bestellmengen steigen, kann Markus Stukenbrock auch auf Flächen von Kollegen in der Region zurückgreifen. „Wir tauschen dann für ein Jahr Hektar gegen Hektar, um möglichst schonend pflanzen zu können.“ Nach der Ernte lagert Stukenbrock das Gemüse in einer großen Halle, die mit einer Zwiebeltrocknung ausgestattet ist, um genau auf den Bedarf der Symrise Produktion reagieren zu können. Das Gebäude hat er für den Großauftrag gebaut. „So etwas lohnt sich nur, wenn ich einen fairen Partner habe, auf den ich mich verlassen kann.“ Felix Schuppert sieht das ebenso. „Wir profitieren genauso, weil wir ein rückverfolgbares, versorgungssicheres Produkt bekommen und uns ein Stück vom schwankenden Marktpreis abkoppeln können“, sagt der Symrise Einkäufer. Für eine besondere Partnerschaft sorgt auch der Vertrag, in dem Symrise zusichert, nicht vorhersehbare Preiserhöhungen – etwa von Diesel, Versicherungen oder Düngemitteln – mitzutragen, und der gleichzeitig vorsieht, dass Symrise auch von fallenden Preisen profitiert.



Kurze Wege, geringer Energieverbrauch

Von Markus Stukenbrocks Halle gelangen die Zwiebeln per Lkw über die kurvigen Straßen des Weserberglandes nach Holzmin-den. Der Weg ist kurz, der Kraftstoffverbrauch damit gering. Der Transporter hält neben einer unscheinbaren Halle mitten auf dem Werksgelände. Ein Mitarbeiter öffnet ein Sichtfenster in dem grünen Kipper, schaut kurz auf die Ladung. Er gibt ein Zeichen, der Fahrer bedient die Hydraulik und 25 Tonnen Zwiebeln ergießen sich auf die Lagerfläche. Die Prüfung beginnt: Maximal 2% der Zwiebeln dürfen beschädigt sein, ebenso darf der eng definierte Anteil an Erde oder sonstigen Stoffen, die auf Feldern zu finden sind, nicht überschritten werden. „Wenn wir in dieser Stichprobe einen höheren Anteil an artfremdem Material fänden, müsste die gesamte Lieferung zurückgehen. Die Gefahr wäre zu groß, dass unsere Prozesse nicht mehr perfekt funktionieren, etwa wegen zu hoher Milchsäureanteile durch verdorbene Zwiebeln“, sagt Steffen Grothe. „Rascheltrocken“ muss der Rohstoff zudem sein, erklärt der Symrise Kompetenzmanager für den Bereich Gemüse.

Im Wareneingang bei Symrise schaut sich ein Mitarbeiter die Zwiebeln genau an, um sicherzustellen, dass die Qualität für die Weiterverarbeitung stimmt.

Der Manager überblickt die gesamte Wertschöpfungskette, entwickelt neue Produktkonzepte und berät die Großkunden, die sich immer mehr für nachhaltige Prozesse interessieren. Bei Symrise passt das: „In unserer Produktion verwerten wir das Gemüse zu 100%“, sagt Grothe. Und das geht so: Die Zwiebeln rollen über ein Transportband in die Symrise Produktionshallen. Dort werden sie gewaschen, zermahlen und gepresst. Übrig bleibt ein weißliches, trockenes Püree, das in Containern und schließlich in Biogasanlagen landet. Der wertvolle Saft fließt in die dreistufige Kondensation, in der ein Großteil des Wassers abgeschieden wird. Aus dem übrigens die Symrise Technologie SymTrap® noch die letzten flüchtigen Aromabestandteile abtrennt, um sie weiter zu nutzen.

Das Hauptprodukt aber ist ein goldgelber, honigartiger Dicksaft, den Steffen Grothe in einem kleinen Glas vorführt: Das Zwiebel-saftkonzentrat. Mehr als 500 Tonnen davon entstehen aus der zehnfachen Menge Zwiebeln, pur, natürlich und ohne jegliche Zusatzstoffe. Und mit dem süßlich-scharfen Geruch nach frisch geschnittener Zwiebel. „Ein Vorteil des Produkts liegt darin, dass es gut haltbar ist und wir deswegen bei der Lagerung auf eine aufwändige Kühlung verzichten können“, sagt Steffen Grothe. „Damit sparen wir reichlich Energie und Kosten – ein deutlicher Beitrag zur Nachhaltigkeit.“



Trotz aller technischen Methoden gehören das Riechen und Schmecken immer noch zu den wichtigsten Kompetenzen von Laurence Guibouret (links) und ihren Flavoristen-Kolleginnen.



Aus dem Zwiebelsaftkonzentrat entstehen in den Laboren verschiedene Aromen – mit frischen, grünen, süßlichen, dunklen, röstigen oder auch leicht bitteren Noten.



Symrise Koch Harry Weber setzt in seiner Küche auf das kulinarische Vorbild. Sein „Prime Beef mit Zwiebel-Medley“ soll Kunden inspirieren – und es schmeckt auch der Leiterin der Anwendungstechnik, Annegret Mönnikes, und Steffen Grothe, dem Kompetenzmanager für den Bereich Gemüse.



100

NAHEZU 100 % der Zwiebel verwertet Symrise während des Prozesses:
Der Saft wird für die Konzentrat- und Aromenherstellung verwendet, flüchtige Aroma-
bestandteile werden mit der Symrise Technologie SymTrap® zurück gewonnen und
die übrig gebliebene Trockenmasse landet in der Biogasanlage.

Das kulinarische Vorbild

Das Zwiebelsaftkonzentrat kann nach einer intensiven Qualitätskontrolle zum Kunden – entweder pur, oder als eines der vielen daraus hergestellten Zwiebelaromen. Um immer mehr Anwendungsmöglichkeiten für die Großabnehmer zu finden, kommt Harry Weber ins Spiel. Der Symrise Koch arbeitet aber zunächst nicht mit den Zwiebelprodukten. Er startet mit dem kulinarischen Vorbild, im Multitasking-Modus. Der 51-Jährige dünstet eine ganze Zwiebel glasig, stellt nebenbei eine weitere Herdplatte in der Symrise Versuchsküche ein wenig höher, schiebt eine tiefe Pfanne mit Zwiebeln in Backteig in die Hitze. Einige Sekunden später dreht er eine hohe Rinderrippe in einer Marinade, schaut kurz in einen weiteren Topf, in dem Zwiebeln mit Kardamom und Sake köcheln. Die Zutaten für ein „Prime Beef mit Zwiebel-Medley“, wie er es nennt. „Das Gericht soll unsere Kunden inspirieren und zeigen, wie vielfältig wir die Zwiebel einsetzen können“, sagt Weber, der vor seiner Industriekarriere in Restaurants und Hotels in aller Welt kochte.

Der Koch arbeitet in der Anwendungstechnik, die für nahezu sämtliche würzigen Produkte zuständig ist – also für Tütensuppen, Soßen, Fertiggerichte, Tiefkühlkost, Fisch- oder Fleischzubereitungen oder Majonäsen. In 95% aller Anwendungen findet die in Butter geschwenkte, geröstete, frittierte, gegrillte, geräucherte oder gebratene Zwiebel ihren Platz, zumeist als Geschmacksträger oder Grundstoff für die vielfältigen Speisen. „Ohne die Zwiebel läuft bei uns so gut wie nichts“, sagt Weber, der minutenlang von frischen, grünen, scharfen, süßlichen, buttrigen, leicht gekochten, dunklen, röstigen oder leicht bitteren Zwiebelnoten schwärmen kann.

Im Fall des Prime Beefs setzt er verschiedene Zwiebelzubereitungsarten ein, um genau den richtigen Geschmack zu treffen. Wenn dieser stimmt, gibt er das Rezept zu den Flavoristen weiter, die dessen Kern mit verschiedenen natürlichen Grundstoffen wie Zwiebelsaftkonzentrat, ätherischen Zwiebelölen und weiteren Aromen nachbilden. Die Zusammenarbeit ist eng, was daran zu sehen ist, dass Harry Weber die Aromen, die die Flavoristen auf der Grundlage der Naturprodukte entwickeln, wiederum in seiner Küche ausprobiert – zum Beispiel darauf, ob sie in der Mischung funktionieren, sich stabil verbinden oder in ultrahocherhitzten Konserven nicht ihren Geschmack verlieren.

Enge Zusammenarbeit in der Produktentwicklung

Auch räumlich hängen die Abteilungen nahe beieinander: Laurence Guibouret und ihre Flavoristen-Kolleginnen sitzen nur eine Tür weiter. Am Arbeitsplatz der Lebensmitteltechnologin sind an jeder Wand deckenhohe Regale angebracht, in denen in Kunststoff-

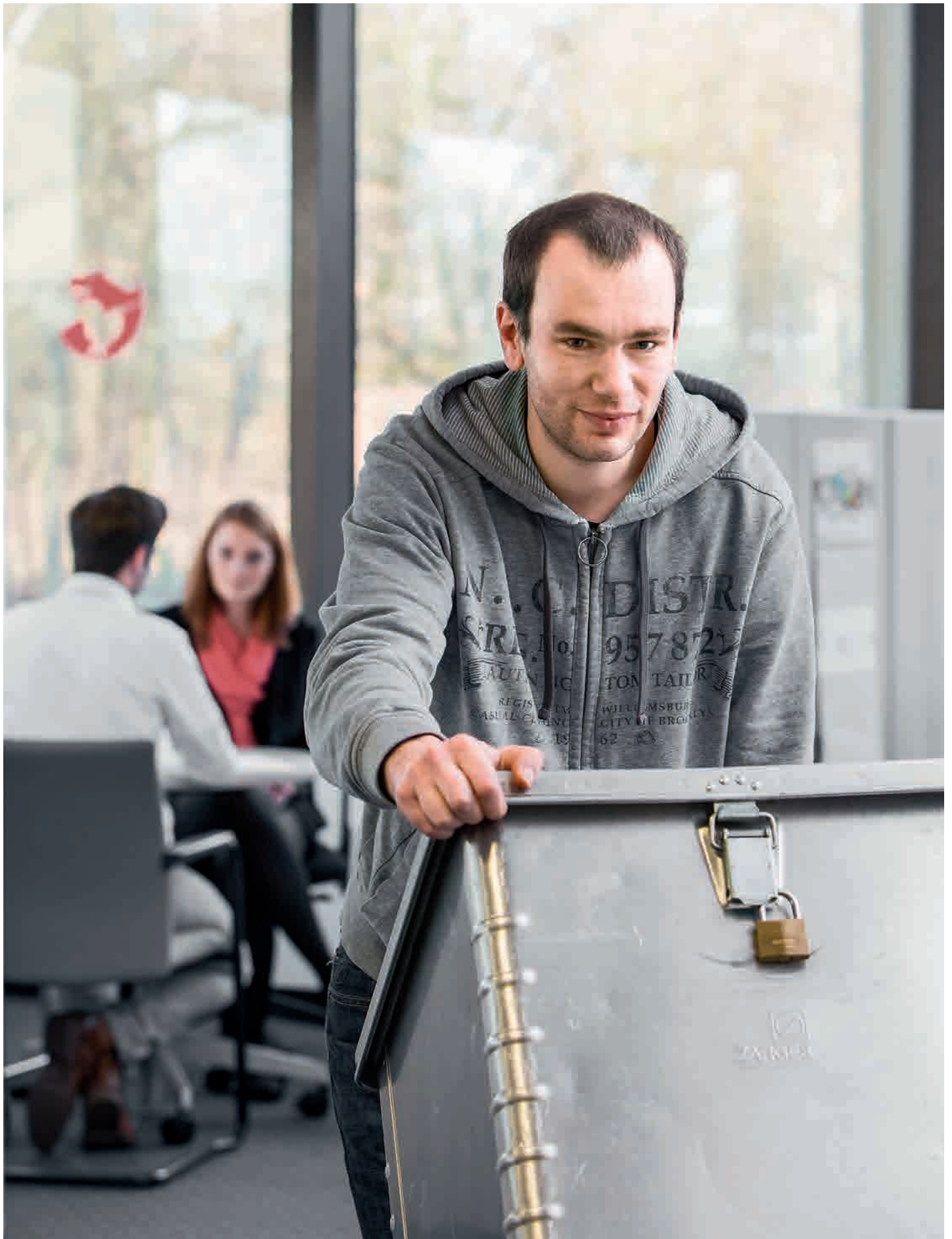
behältern Aromen gelagert werden. Die Französin führt gerade auf einer Waage aus einem Dutzend Pülverchen, deren Mengen sie auf einem Zettel ausgedruckt daneben liegen hat, eine Marinade für ein Brathähnchen zusammen. Wichtiger Bestandteil, auch wenn er nur in kleinen Mengen im Produkt landet: Eines der mehr als 50 Zwiebelaromen, die Symrise täglich im Labor nutzt.

„Die Mischung lösen wir in lauwarmem, salzigem Wasser auf, damit sich die Aromen entfalten können“, sagt die gelernte Chemielaborantin, die sich an dem renommierten ISIPCA-Institut in Versailles zur Flavoristin ausbilden ließ. Danach wird probiert: Der menschliche Geschmack spielt bei ihrer Arbeit eine große Rolle. Mit Hilfe von zum Beispiel Gas- und Dünnschichtchromatographen und Massenspektrometern können zwar pro Nahrungsmittel mehrere Hundert Aromen erkannt werden. Den kleinen, aber feinen Unterschied zu finden – dafür braucht es die Erfahrung des Menschen. Ihr Job wird immer anspruchsvoller, sagt Laurence Guibouret. „Wir verwenden immer öfter natürliche Grundstoffe, achten mehr auf Allergene und natürlich auch auf die Preisbildung bei unseren Produkten.“

Trends und Erfahrungen als Ideenanstoß

Laurence Guibouret verbringt viel Zeit mit neuen Produkten, im Zusammenspiel mit der Anwendungstechnik und dem Marketing. „Wir haben uns zum Beispiel die Fußball-Weltmeisterschaft 2014 in Brasilien als Inspiration genommen“, ergänzt ihre Kollegin Annegret Mönnikes. Die Leiterin der Anwendungstechnik, zu der auch die Probeküche gehört, sitzt ebenfalls auf demselben Flur. „Unseren Kunden bieten wir eine ganze Palette von Produkten an, die landestypisch schmecken: von der Fleischmarinade über Gewürzpasten bis hin zu Feinkostsalaten.“ Immer wichtiger wird dabei auch die Marktforschung von Symrise, die Trends auf der ganzen Welt auswertet und zu Produkten entwickeln lässt.

Ein weiterer wichtiger Teil der Arbeit: Wünsche von Kunden, die beispielsweise bestimmte Rohstoffe ersetzen wollen. „Wenn ein Unternehmen bisher Zwiebelpulver nutzt, aber aufgrund von Verfügbarkeit, Qualität oder Preis auf ein standardisiertes Aroma umschwenken will, kommen wir ins Spiel“, sagt Annegret Mönnikes. Im Idealfall schicken die Kunden ihre Ausgangsbasis für etwa einen Bouillonwürfel oder eine Trockensuppe. Die Anwendungstechniker testen die Produkte, um die Anforderungen zu treffen und die Kosten im Griff zu halten. „Dieser Prozess klingt sehr einfach, ist aber recht komplex, weil immer persönliche Vorlieben eine Rolle spielen.“ Denn am Ende – und das machen die Beteiligten aus allen Wertschöpfungsstufen klar – steht eines im Vordergrund: das Geschmackserlebnis.



Inklusion **leben**

THORSTEN SURBURG IST BEI DER HAWETEC HOLZMINDEN BESCHÄFTIGT, DIE SEIT VIELEN JAHREN MIT SYMRISE KOOPERIERT. *In der Firma arbeiten 140 Menschen mit psychischen Erkrankungen, die verschiedene Aufgaben für Unternehmen aus der Region übernehmen. Bei Symrise verteilt Thorsten Surburg gemeinsam mit seinen beiden Kollegen Kai Kallinich und Friedhelm Bolte Büromaterialien, digitalisiert Daten oder kümmert sich um die Aktenvernichtung. Symrise sieht Inklusion als Chance – das zeigt auch ein Sprung ans andere Ende der Welt, nach Brasilien. In Zusammenarbeit mit der Dorina Nowill-Stiftung ermöglicht das Unternehmen blinden Menschen ein Praktikum etwa als Parfümeur oder Duftevaluator. Mit gutem Erfolg: Die ersten Kandidaten wurden schon übernommen.*

Haus- **besuch**

Creme, Zahnpasta, Rasierwasser und Parfüms. Getränke, Gemüse, Obst, Fleisch oder Fertigprodukte: Waren, die Menschen in allen Ländern der Erde nutzen und genießen. Sie ähneln sich in Zeiten der Globalisierung, in denen viele Produkte vom Dorfladen in China bis zum Einkaufscenter in New York erhältlich sind. Und sie sind doch so verschieden, je nach regionalen Gewohnheiten, Einkommen, Ess- und Einkaufsverhalten. Der Blick in Kühl- und Badezimmerschränke rund um die Welt zeigt, welcher Aufgabe sich die Experten von Symrise stellen: Sie müssen die Wünsche der Endverbraucher verstehen und anschließend die passenden Innovationen entwickeln und zur Marktreife bringen.



NEW YORK CITY, USA
Single, weiblich, 42 Jahre alt, berufstätig,
überdurchschnittliches Einkommen



DEUTSCHLAND

Senioren-Wohngemeinschaft mit fünf Personen,
Alter zwischen 62 und 79 Jahren, durchschnittliches Renteneinkommen



RUSSLAND

Single, weiblich, 35 Jahre alt, berufstätig,
durchschnittliches Einkommen



DUBAI

Single, männlich, 40 Jahre alt, berufstätig,
überdurchschnittliches Einkommen



LONG ISLAND, NJ, USA

Großfamilie, drei Generationen,
durchschnittliches Einkommen



SÜDKOREA

Ehepaar, 42 und 46 Jahre alt, mit einem Kind,
beide berufstätig,
unterdurchschnittliches Einkommen



JAPAN

Single, männlich, 28 Jahre alt, berufstätig,
durchschnittliches Einkommen



DEUTSCHLAND

Ehepaar im Ruhestand, 68 und 72 Jahre alt,
durchschnittliches Renteneinkommen



JAPAN

Single, männlich, 28 Jahre alt, berufstätig,
durchschnittliches Einkommen




INDIEN

Ehepaar, 40 und 45 Jahre alt,
mit einem Kind, beide berufstätig,
durchschnittliches Einkommen



DUBAI

Single, männlich, 40 Jahre alt, berufstätig,
überdurchschnittliches Einkommen



Herr Dr. Bertram, Symrise feierte im Jahr 2013 sein zehnjähriges Bestehen. Welche Aktivitäten aus diesen zwölf Monaten sind Ihnen besonders im Gedächtnis geblieben?

Wie bewerten Sie das Geschäftsjahr 2013 insgesamt?

Wie wichtig ist ein stetiges Wachstum für Symrise?

**INVESTIEREN SIE
AUCH AM
STAMMSITZ IN
HOLZMINDEN?**

Zunächst einmal: Wir haben in den vergangenen zehn Jahren viel investiert, in allen wichtigen Regionen und Märkten – sowohl in Forschung und Entwicklung, Produktionen und Vertriebskanäle, aber auch in Nachhaltigkeit und unsere Mitarbeiter. Stellvertretend dafür nenne ich aus dem vergangenen Jahr unsere beiden neuen Forschungs- und Entwicklungszentren in Brasilien und hier in Holzminden, wo wir auch die Produktion unseres größten Einzelprodukts Menthol ausgebaut haben. Nachdem wir im Jahr 2012 den Deutschen Nachhaltigkeitspreis gewonnen haben, sind wir 2013 als Green Company zertifiziert worden – für die Produktionsprozesse, aber auch für Bereiche wie Arbeitssicherheit oder Umweltschutz. Und wir haben noch stärker das Thema Personalpolitik in den Fokus gerückt, wenn es etwa um die Förderung von Frauen oder um Arbeitszeitmodelle für alle Mitarbeiter geht.

Sehr gut, wir haben wieder Rekordwerte erreicht.


Beim Umsatz haben wir um 6% auf 1.830 Mio. € zugelegt und eine EBITDA-Marge von 20,4% erzielt. Seit dem Börsengang 2006 sind wir kontinuierlich gewachsen. Dabei standen weiterhin die drei Säulen unserer Geschäftsstrategie im Fokus: Das Wachstum – wir generieren mit internationalen, regionalen und lokalen Kunden und zunehmend in den Emerging Markets Umsatz. Die Effizienz – bei der es darum geht, Prozesse nachhaltig zu verbessern. Und unser Portfolio – das wir gezielt schärfen und in vielversprechenden Feldern auch mit Akquisitionen und Partnerschaften stärken.

Schon seit Jahren wachsen wir organisch.

Das unterfüttern wir durch Investitionen: In Brasilien haben wir ein neues Entwicklungszentrum gebaut, um damit einen der größten Parfümeriemärkte zu erschließen. In China sind wir seit 30 Jahren tätig, wachsen dort überproportional und bauen unsere Kapazitäten weiter aus. Zugleich planen wir ein neues regionales Center in Singapur. Und in Madagaskar nehmen wir 2014 die neue Produktion für die Vanilleextraktion in Betrieb.

JA, DER STANDORT BILDET AUCH WEITERHIN UNSEREN KERN.

Wir haben hier neben der Mentholproduktion in die Konsolidierung unseres Mischbetriebes für Aromen investiert, was Kosten einspart und Effizienz fördert. Wir eröffnen im Jahr 2014 eine Extraktion, die uns hilft, mehr natürliche Aromastoffe aus Früchten, Gemüse und Gewürzen aus aller Welt zu gewinnen. In Sachen Energieeffizienz engagieren wir uns ebenfalls: Aktuell planen wir ein neues Kraftwerk, das unsere Abhängigkeit von fossilen Brennstoffen merklich reduzieren soll.

A black and white photograph of a middle-aged man with dark hair, wearing a dark suit, white shirt, and a diagonally striped tie. He is standing in front of a large window, looking towards the camera with a slight smile. His hands are in his pockets.

„Wir sind bestens aufgestellt,
um das Geschäft in den
Kernsegmenten und Wachs-
tumsregionen weiter
auszubauen. Das Erreichen
unserer gesteckten Ziele
sehen wir als Bestätigung un-
serer bewährten Strategie.“





MIT UNSEREM NEUEN FORSCHUNGSZENTRUM

wollen wir unsere Expertise in Forschung und Entwicklung stärken, die die Basis für unsere Wettbewerbsfähigkeit und unser beschleunigtes Wachstum darstellt. Besonderer Fokus liegt dabei auf der Erforschung funktionaler Inhaltsstoffe für gesunde Ernährung und bewusste Körperpflege.

Agenda 2020

SYMRISE DENKT UND AGIERT WIRTSCHAFTLICH UND NACHHALTIG ZUGLEICH. DIE UNTERNEHMENSSTRATEGIE IST AUF LANGFRISTIGE ZIELE AUSGERICHTET. UNTER DEM TITEL „AGENDA 2020“ HAT SYMRISE ZUSAMMENGEFASST, WAS IN DEN KOMMENDEN JAHREN WELTWEIT, IN ALLEN REGIONEN UND MÄRKTEN, DAS WIRTSCHAFTLICHE HANDELN BESTIMMEN WIRD.

•

Symrise will bis zum Jahr 2020 den Gesamtumsatz um mehr als 1 Mrd. € steigern, auf dann 2,7 bis 2,8 Mrd. €. Die Wachstumsrate soll pro Jahr dementsprechend zwischen 5 und 7 % liegen. Gleichzeitig soll das EBITDA auf mehr als 500 Mio. € erhöht werden. Das entspricht einer jährlichen EBITDA-Marge zwischen 19 und 22 %.

•

Wachsen möchte Symrise mit einem klaren Schwerpunkt: In den aufstrebenden Märkten wie China und Indien, in Osteuropa oder Lateinamerika sollen in Zukunft zwei Drittel des Umsatzes erzielt werden. Zugleich wird das Unternehmen das Kundenportfolio robust aufstellen: Jeweils ein Drittel der Geschäfte soll mit globalen, regionalen und lokalen Kunden getätigt werden.

•

Für die sichere, nachhaltige und qualitativ hochwertige Versorgung mit Rohstoffen hat sich Symrise bis zum Jahr 2020 ebenfalls Ziele gesteckt. Die wichtigsten zehn bis zwölf Naturstoffe – zum Beispiel Vanille, Orange, Nelke, Lavendel, Eukalyptus oder Zwiebel – sollen zu 100 % aus nachhaltigen Quellen stammen. Um die Verfügbarkeit der Rohstoffe und damit die Grundlage für die Produktion zu sichern, soll die Rückwärtsintegration ausgebaut werden. Sie wird auf einen Anteil von 40 % steigen.

•

Symrise forscht seit Jahren an neuen Produkten und Technologien, die das Wachstum unterstützen. Einen besonderen Fokus wird das Unternehmen auch weiterhin auf Innovationen legen – zum Beispiel auf die Zukunftsfelder Life Essentials und Consumer Health, die Symrise auch durch seine organisatorische Aufstellung mit den beiden Geschäftsbereichen Scent & Care sowie Flavor & Nutrition besonders gut bedienen kann.

•

Seit Jahren engagiert sich Symrise für ein ökologischeres und damit nachhaltigeres Wirtschaften. Immer mehr Fertigungen, Gebäude und auch einzelne Prozesse werden energieeffizient neu geplant oder umgebaut, damit der Strom-, Dampf- und Wärmeverbrauch sowie die Reststoffmengen reduziert werden können. Das Unternehmen will so den CO₂-Fußabdruck seiner Produkte bis zum Jahr 2020 um 33 % senken.

Wenn wir auf das Portfolio schauen: Wo soll es damit hingehen?

Wir haben in den vergangenen Jahren in hohem Maße den Markt und die Kunden beleuchtet. Entwicklungen wie der demographische Wandel und der Trend zu mehr Gesundheit, Natürlichkeit und Nachhaltigkeit beeinflussen unser Geschäft. Neben unseren traditionellen Bereichen engagieren wir uns stärker etwa bei den Themen Life Essentials, Consumer Health und Aroma Molecules, die unsere Wettbewerber so nicht im Portfolio haben. Symrise bietet beste Voraussetzungen dafür: Wir können die Synergien unserer beiden Geschäftsbereiche Scent & Care und Flavor & Nutrition nutzen. Durch die Akquisition des Unternehmens Belmay in den USA haben wir im Bereich Duft unsere Produkt- und Kundenbasis vergrößert, mit der Beteiligung an der schwedischen Probi uns Know-how bei Probiotika gesichert.

Für das Jahr 2020 haben Sie schon jetzt sehr konkrete Unternehmensziele gesetzt. Warum betrachten Sie einen so langen Zeitraum?

Als börsennotiertes Unternehmen berichten wir zwar quartalsweise, formulieren unsere Strategie aber für langfristige Ziele aus. Wir wollen unseren Unternehmenswert kontinuierlich weiter aufbauen und gleichzeitig alle Stakeholder berücksichtigen. Deswegen haben wir unsere Kennzahlen auf das Jahr 2020 ausgerichtet. Dabei verschmelzen wir zugleich noch enger unsere Unternehmens- mit unserer Nachhaltigkeitsstrategie.

DAZU GEHÖRT ZUM BEISPIEL EINE EBITDA-MARGE ZWISCHEN 19 UND 22 %. WIE KOMMT DIESE ZAHL ZUSTANDE?

Wir orientieren uns damit an der branchenüblichen Marge plus einem Zuschlag. Den Korridor haben wir gesetzt, um bestimmte Unsicherheiten abzufedern. Zum Beispiel die Rohstoffpreise, die jährlich schwanken und für uns mit 40% des Umsatzes der größte Posten auf der Ausgabenseite sind – zumal der Trend zu natürlichen Rohstoffen aus erneuerbaren Quellen geht, die im Einkauf teurer sind. Um dem zu begegnen, produzieren wir immer mehr in den großen Märkten und kaufen vor Ort ein. Zudem streben wir eine höhere Rückwärtsintegration bei den wichtigsten Schlüsselrohstoffen an. Auch das ist eines der wichtigen Ziele für 2020.



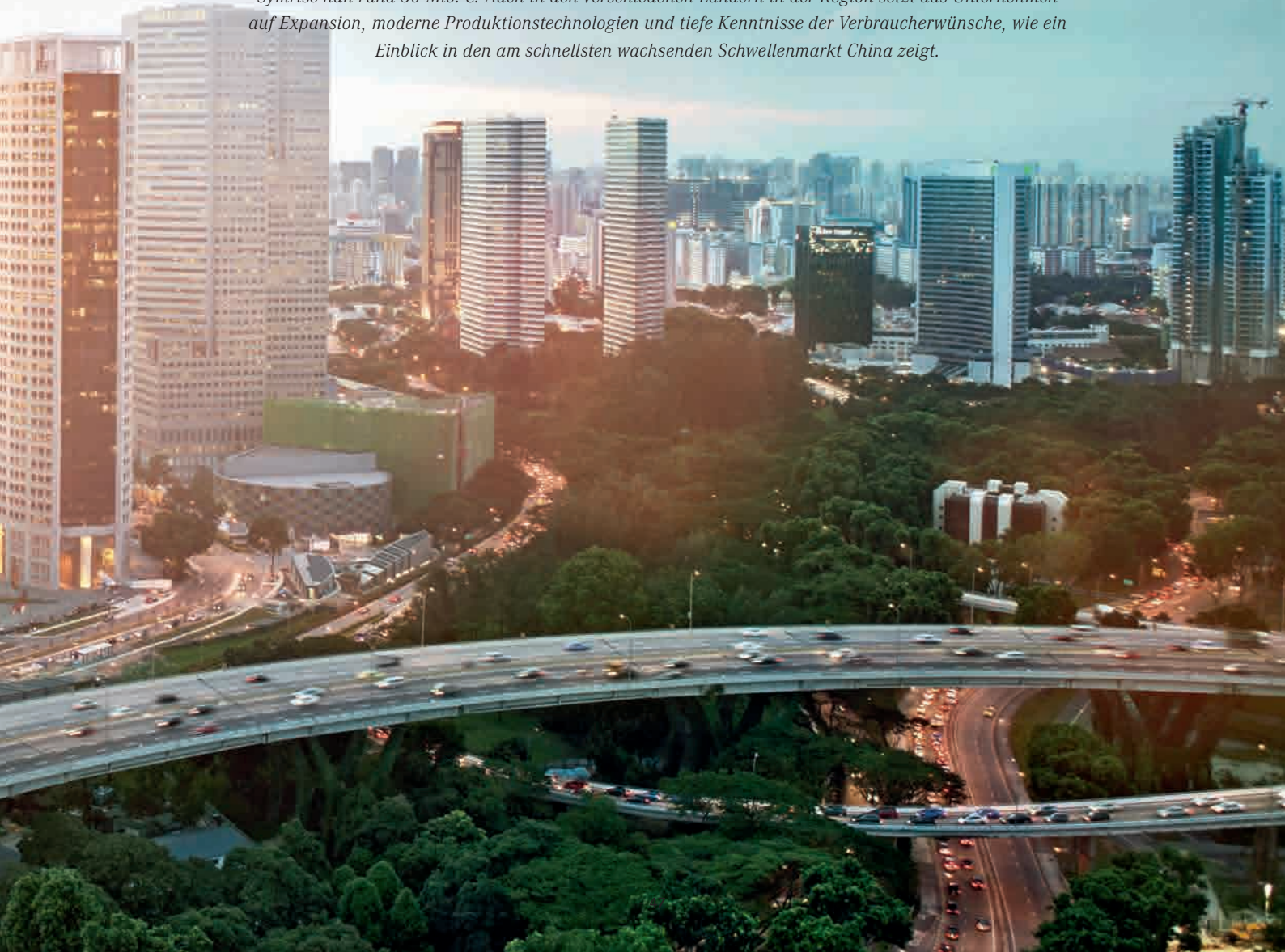
Familien fördern

THORSTEN KULKE HAT DREI KINDER. Und der Forschungschef Scent&Care weiß, wie wichtig es ist, ausreichend Zeit für die Familie zur Verfügung zu haben. Wie eine Balance zwischen Arbeit und Familie zu finden ist, können Mitarbeiter und Unternehmen am besten im engen Dialog herausfinden. Eine familienorientierte Personalpolitik hat bei Symrise einen hohen Stellenwert: Alleine in Deutschland gibt es über 80 Arbeitszeitmodelle. Die Förderung von Familien oder die Karrieremöglichkeiten für Frauen baut Symrise stetig aus – nicht zuletzt deshalb ordnete das Bundesfamilienministerium Symrise in seinem Frauen-Karriere-Index ins obere Drittel der teilnehmenden Unternehmen ein.



Auf dem Sprung

Symrise bedient alle wichtigen Märkte rund um den Globus, um das Wachstum des Unternehmens voranzutreiben. Ein Beispiel: die Region Asien-Pazifik. In das regionale Headquarter in Singapur investiert Symrise nun rund 30 Mio. €. Auch in den verschiedenen Ländern in der Region setzt das Unternehmen auf Expansion, moderne Produktionstechnologien und tiefe Kenntnisse der Verbraucherwünsche, wie ein Einblick in den am schnellsten wachsenden Schwellenmarkt China zeigt.



Die Pläne, die Mathys Boeren vor sich auf dem Tisch ausbreitet, sehen vielversprechend aus. Auf den Skizzen sind zwei schwarz-weiße, hochmoderne Gebäude an der Pandan Loop zu sehen – einer langen Straße in einem Industriegebiet von Singapur. „Wir wollen mit diesem Projekt unseren Standort entscheidend nach vorne bringen: Durch einen gezielten Ausbau, der unser regionales Headquarters für Asien auf eine neue Stufe hebt“, sagt der Chemieingenieur, der bei Symrise Singapur als Senior Vice President für Strategie, Innovation und Marketing im Geschäftsbereich Flavor & Nutrition zuständig ist.

„Wir bringen unsere beiden Geschäftsbereiche noch enger zusammen, indem wir dafür die räumlichen Bedingungen verbessern“, ergänzt Norbert Braun, der als Vice President die Felder Innovation und Technologie für den Geschäftsbereich Scent & Care leitet und gemeinsam mit Mathys Boeren das 30 Millionen Euro-Projekt verantwortet. „Als einer der Marktführer in unserer Branche wollen wir stetig besser werden. Außerdem präsentieren wir uns zuletzt als attraktiver und umweltbewusster Arbeitgeber.“

GUTE GRÜNDE FÜR DEN STANDORT

In Singapur, wo Symrise mehr als 550 Mitarbeiter beschäftigt, entsteht ein Zentrum, von wo aus mit deutlich verbesserter Infrastruktur das Geschäft im asiatisch-pazifischen Raum geführt wird. Für den Standort sprechen viele Gründe. Symrise ist dort seit 1979 vertreten und findet große Unterstützung – etwa beim Singapore Economic Development Board, das Firmen bei ihren Investitionen unterstützt. „Außerdem leben hier viele englisch-sprechende Menschen mit guter Ausbildung, die aus verschiede-

Mehr Raum, mehr Licht und angenehme Temperaturen: Die Modernisierung und der Ausbau des Headquarters in Singapur sorgen für eine Arbeitsatmosphäre, die motiviert und inspiriert.





nen asiatischen Ländern kommen und deswegen tiefe Einblicke in die vielfältigen Kulturen haben“, sagt Norbert Braun. Das ist auch deswegen wichtig, weil Symrise immer auf der Suche nach Talenten ist. Wobei sich das Unternehmen in Singapur auf sehr erfahrene und loyale Beschäftigte stützen kann. „Unsere Mitarbeiter sind zum Teil schon 25 Jahre bei uns. Sie sind sehr ehrgeizig – und deswegen müssen wir ihnen im starken Wettbewerb mit den vielen multinationalen Firmen in einer Stadt immer wieder spannende Projekte und gute Arbeitsbedingungen bieten.“

Dazu gehört zum Beispiel, die Büros und Labore mit Licht zu füllen sowie die Arbeitsplatzanordnung zu verbessern, erklärt Mathys Boeren die Planung und deutet auf einen Ausschnitt auf der Zeichnung. „Wir wollen eine angenehme Arbeitsatmosphäre schaffen, die die Mitarbeiter inspiriert und motiviert.“ Die Planer müssen mit Temperaturen von täglich bis zu 35 Grad Celsius und einer extremen tropischen Luftfeuchtigkeit umgehen. Die Herausforderung ist nicht gering. „Die Kühlung ist sehr energieintensiv, sodass wir zum Beispiel doppelte Verglasung und Folien auf den Fenstern einsetzen, um den Stromverbrauch und damit den CO₂-Ausstoß zu verringern.“

Gleichzeitig wendet Symrise moderne Lichtlösungen an, um für genügend Helligkeit zu sorgen. Die Luftqualität wird ebenfalls optimiert, um eine Kontamination der Gerüche aus den verschiedenen Laboren zu vermeiden. Außerdem entsteht durch die Aufstockung der Gebäude deutlich mehr Platz. Das ist auch nötig: „Wir haben in den vergangenen vier Jahren die Mitarbeiterzahl um 30 % gesteigert und sie wird auch in den kommenden Jahren weiter nach oben gehen“, sagt Boeren.

DIE MITTELKLASSE WÄCHST

„Wir investieren in der Region so stark, weil sie einer unserer Hauptmärkte ist“, erläutert Norbert Braun. Rund 60 % der Weltbevölkerung leben hier – und die Mittelklasse wird zusehends größer. Sie fordert etwa bei Lebensmitteln immer mehr Halbfertig- und Fertigprodukte, in denen Symrise Aromen stecken, oder auch Haushalts- und Körperpflegeprodukte, die auf Symrise Düfte setzen. „Rund 300 Millionen mehr Chinesen zum Beispiel werden in den kommenden vier, fünf Jahren so viel verdienen, dass sie sich viele dieser Produkte leisten können und wollen.“



*Eine inspirierende Atmosphäre für Jeff Yao und sein Team:
Das China Creative Center von Symrise für den Bereich Scent & Care
sitzt in einem umgebauten Stahlwerk im Red Town-Viertel
von Shanghai.*

Ein weiterer Grund, der ebenfalls für starkes Wachstum sorgt: „Die multinationalen Konzerne, die zu unseren großen Kunden zählen, bewegen sich immer weiter in die Region. Außerdem gibt es viele regionale und lokale Firmen, die wir mit unseren Produkten bedienen. Langfristig soll sich unser Geschäft zu jeweils rund einem Drittel auf diese drei Kundengruppen verteilen“, sagt Mathys Boeren. „Wenn sie neue Produkte entwickeln, müssen wir nah dran sein. Dafür müssen wir den Markt kennen, Verbraucher und Marken verstehen und die Wünsche unserer Auftraggeber direkt beantworten können.“ Das gilt für beide Geschäftsbereiche gleichermaßen.

31 JAHRE ERFAHRUNG: SYMRISE IN CHINA

Wie höchst unterschiedlich die Märkte, Kunden und Produktwelten in Asien sind, zeigt auch der Blick 3.800 Kilometer Richtung Norden. Das China Creative Center von Symrise für den Bereich Scent & Care sitzt in Shanghai. Das Unternehmen ist seit 1982 in China vertreten – als erster internationaler Hersteller von Duftstoffen auf dem dortigen Festland. 250 Menschen sind in beiden Geschäftsbereichen an vier Standorten beschäftigt.

Jeff Yao und sein Team arbeiten auf drei Etagen und 1.700 Quadratmetern in einem umgebauten Stahlwerk im Red Town-Viertel, einem ehemaligen Gewerbe- und Industriegebiet. Heute reihen sich dort Galerien an Clubs, Restaurants an extravagante Läden. „Die Stimmung hier ist sehr kreativ, Menschen aus vielen Ländern leben hier“, beschreibt der Vice President Scent & Care den Standort mitten in Shanghai. Yao ist für Nordostasien zuständig – und damit auch für den riesigen Markt im einwohnerstärksten Land der Welt.

Um jeweils 10% ist das Geschäft in den vergangenen Jahren gewachsen, wobei es falsch wäre, von einem einzigen Markt zu sprechen. „Die Vorlieben der Konsumenten in China sind sehr vielfältig, so dass wir die Regionen jeweils unterschiedlich bedienen müssen“, sagt Yao. Im ganzen Land wächst eine neue Mittelklasse heran – mit ganz unterschiedlichen regionalen Kulturen und auch Duftvorlieben. „Zum Beispiel mögen die Nordchinesen gerne sehr starke, natürliche Düfte, während die Südchinesen eher leichte Gerüche lieben, die gerne aber auch der Fantasie entspringen dürfen.“

ZWEI UNTERSCHIEDLICHE VERTRIEBSWEGE

Auch die Unternehmen, die Symrise beliefert, unterscheiden sich stark. Der Trend geht aber auch hier zur Globalisierung. „Die internationalen Firmen kaufen viele einheimische Marken auf und ersetzen sie durch ihre eigenen“, erklärt Jeff Yao. „Der traditionelle Vertrieb, der über mehrere Stufen bis hin zu den Millionen kleinster Dorfläden organisiert ist, besteht aber weiterhin.“ Um weiter stark zu wachsen erforscht das Unternehmen daher die Konsumentenwünsche sehr genau. „Wir bringen in unserem Zentrum für Verbraucherforschung, dem globalen Navigator Center für Symrise, verschiedene Instrumente der Marktforschung zusammen, um Trends erkennen zu können.“

Das Wissen ist da – und die Umsetzung erfolgt mit stetig verbesserten Technologien. „Für Scent & Care bauen wir unsere Produktion von Parfümölen aus. Und auch der Umweltaspekt wird in China immer wichtiger“, erklärt Yao. Bis Ende 2014 wird in der Produktion in Shanghai eine Anlage für regenerative thermische Oxidation installiert, um die Geruchsbildung zu minimieren. „Das ist ein weiteres Beispiel für unser nachhaltiges Wirtschaften – und es ist gut für unsere Mitarbeiter, die Umwelt und die Menschen in der Umgebung.“

10%

UM JEWEILS 10% ist das Geschäft in China in den vergangenen Jahren gewachsen. Symrise beliefert hier internationale Konzerne sowie auch lokale und regionale Kunden.

SHARING VALUES
What's next?





What's next?

SYMRISE BEDIENT DIE MÄRKTE WELTWEIT mit gefragten und nachhaltigen Produkten. Sie basieren ganz wesentlich auf der Arbeit hunderter Forscher und Entwickler rund um den Globus. Das neue Forschungszentrum in Holzminden bringt die besten Ideen der Wissenschaftler aus beiden Geschäftsbereichen zusammen und schafft Synergien – auch, wenn es um Prozesse und Technologien geht. Ein Einblick in die Innovationskraft von Symrise.

„Die Themen Nachhaltigkeit, Grüne Chemie und Natürlichkeit erfordern völlig neue Ansätze. *Wir arbeiten von hier aus global für alle Märkte, eng zusammen mit den Kollegen vor Ort etwa in Brasilien, den USA oder China.*“

Von drei Seiten scheint das helle Tageslicht herein, trifft auf weiße Säulen und den schlichten grauen Steinboden. Mitten in der großzügigen Halle stehen Gerhard Krammer und Torsten Kulke und unterhalten sich angeregt. Sie schauen auf einen Tablet-Computer, diskutieren die Verwendung eines bestimmten Rohstoffs. Die Symrise Forschungschefs treffen sich hier regelmäßig: im neuen Symrise Forschungszentrum in Holzminden. Seit April 2013 stehen dort 90 Arbeitsplätze sowie großzügige Kommunikations- und Konferenzbereiche zur Verfügung, untergebracht auf vier Stockwerken und 2.400 Quadratmetern Fläche.

Das gläserne Zentrum, in das Symrise 10 Mio. € investiert hat, verbindet gleich vier bestehende Gebäude miteinander. Hier sind Wissenschaftler beider Geschäftsbereiche zuhause. Insgesamt arbeiten rund 20% der Belegschaft in der Forschung und Entwicklung. „Die Themen Nachhaltigkeit, Grüne Chemie und Natürlichkeit erfordern in der Forschung die Entwicklung völlig neuer Ansätze. Oftmals entstehen diese in enger Zusammenarbeit aller Forschungs- und Entwicklungsbereiche. So wurde das Forschungszentrum für uns sofort zu einer Art Heimat“, sagt Flavor & Nutrition Forschungsleiter Krammer. Für ihn ist es auch ein Zeichen dafür, dass die Zusammenarbeit der Geschäftsbereiche immer enger wird. „Wir sehen eine steigende Zahl gemeinsamer Projektmöglichkeiten. Jetzt können wir uns gegenseitig noch besser einbinden – etwa bei wissenschaftlichen Veranstaltungen oder Kundenevents, die hier stattfinden“, sagt Krammer. „Und für unsere Kunden und Spezialisten ist es inspirierend, wenn wir zum Beispiel beim Thema der botanischen Extrakte über eine nachhaltige Gewinnung und die Verarbeitungsmöglichkeiten sowohl in Kosmetikprodukten als auch in Getränken sprechen.“

Wenn von Synergien die Rede ist, fällt Torsten Kulke sofort die Kernkompetenz „Mint“ ein: „Mundpflege und Kaugummi sind zwei Anwendungsbereiche bei Symrise, in denen wir schon sehr

lange gemeinsam erfolgreich Innovationen bis zur Marktreife entwickeln“, sagt der Forschungsleiter, der sich vor allem mit Düften, Aromamolekülen und Mundpflege beschäftigt. Ein anderer Rohstoff: Der Ingwer, der neben seinem Einsatz in Süßwaren auch als Heilpflanze für die Hautgesundheit einsetzbar ist. „Wir tauschen Daten aus, analysieren und bewerten Stoffe und lernen dabei von den Kollegen“, erklärt Kulke.

Gerhard Krammer setzt in seinem Gebiet auf die Erforschung funktionaler Inhaltsstoffe für gesunde Ernährung, die natürlich und nachhaltig sein sollen. „Und gut schmecken müssen sie auch“, ergänzt der Forscher. „Das Geschmackserlebnis ist gerade in den vergangenen Jahren noch sehr viel wichtiger geworden.“ Krammer muss zudem die ganze Welt im Blick haben. „Wir arbeiten von hier aus global für alle Märkte, in enger Kooperation mit den Kollegen in Brasilien, den USA oder China.“

Torsten Kulke sieht weitere Trends, die die Forschung beeinflussen: „Viele Rohstoffe sind in den vergangenen zehn Jahren immer knapper und damit auch teurer geworden – bei steigenden Bevölkerungszahlen und weiter ansteigendem Bedarf.“ Symrise muss die Verfügbarkeit der Rohstoffe bei gleichbleibender Qualität sichern und die Prozesse verbessern, sie also effizienter machen.

Dabei helfen Open-Innovation-Netzwerke, in denen Symrise mit Hochschulen, Zulieferern und Kunden in vielen Regionen zusammenarbeitet. „Wir treffen uns dazu oft im neuen Forschungszentrum, das einen schönen Nebeneffekt hat“, sagt Torsten Kulke: „Wir haben in unserem Bereich Platz gewonnen, weil Büroflächen und Besprechungsräume in den Neubau verlagert wurden. In den frei gewordenen Räumen konnten wir neue Einrichtungen wie das Katalyselabor etablieren und so wegweisende Ansätze wie die Grüne Chemie für Symrise ausbauen. Diese werden für uns zusehends wichtiger.“

MIT GRÜNER CHEMIE ZU NACHHALTIGER PRODUKTION – KERSTIN SCHROEDER UND BERNHARD RUßBÜLDT

Im Grunde ist es ganz einfach: Wenn zwei gut zugängliche Alkohole miteinander reagieren, kommt am Ende Symrose® dabei heraus – ein synthetischer Rosenriechstoff, der eine sehr gute Alternative zu oftmals hautreizenden Naturstoffen ist. Im Jahr 2006 wurde er von Symrise patentiert und seither auch produziert. Die große Herausforderung besteht bisher darin, das Produkt in einer ausreichenden Menge und dabei zu wettbewerbsfähigen Kosten herzustellen.

„Wir haben einen steigenden Bedarf und wollen Symrose® gerne auch in größerem Umfang in Waschmitteln und Haushaltsprodukten einsetzen“, sagt Kerstin Schroeder, die für die Syntheseforschung des Geschäftsbereichs Scent & Care zuständig ist. Die Lösung liefert die Chemikerin gleich mit: Katalyse – ein Verfahren der grünen Chemie, bei dem Festbettkatalysatoren Reaktionsprozesse verbessern. „Wir haben Ende Oktober 2013 ein neues Labor eingerichtet, in dem wir diese Technologie für uns nutzbar machen und Verfahrensoptimierung betreiben“, sagt Kerstin Schroeder. Der Einsatz der heterogenen Katalyse hat einige Vorteile gegenüber herkömmlichen Verfahren, wie Bernhard Rußbüldt am Beispiel von Symrose® erklärt. „Bisher bringen wir die Rohstoffe in einer so genannten Friedel-Crafts-Reaktion zusammen.

Dabei entsteht eine große Menge an Nebenprodukten.“ Mit der Festbettkatalyse hingegen will der Chemiker einen umweltfreundlicheren Prozess schaffen – der Katalysator kann so über einen langen Zeitraum verwendet werden.

Bis der Prozess jedoch in den technischen Maßstab übertragen werden kann, wird Zeit vergehen. Denn zunächst testen die Forscher in einer kleinen Anlage verschiedene Katalysatoren, erklärt Bernhard Rußbüldt. Er startet mit einem Fingerhut voll Katalysator – im endgültigen Prozess können es beachtliche Mengen werden. Bis dahin untersucht er eine ganze Reihe von Einflussfaktoren: Bei der Katalyse können sehr unterschiedliche Parameter wie Druck, Temperatur und Rohstoffzugaben optimiert werden.

Der Forschungsaufwand wird sich lohnen, ergänzt Kerstin Schroeder. „Wir werden zu geringeren Kosten ein Mehrfaches der ursprünglich erzielten Menge produzieren können, und das mit weniger Energieaufwand. Das schafft Vorteile für uns und unsere Kunden.“ Und ein weiterer Punkt ist ihr wichtig: „Das Know-how, das wir mit unseren Innovationspartnern entwickeln, zählt sich aus. Durch den Aufbau eigener Technologien und Produktionskompetenzen steigt unsere Versorgungssicherheit und wir werden unabhängiger vom Markt.“

„In unserem neuen Katalyselabor betreiben wir Verfahrensoptimierung. Das schafft Vorteile für uns und unsere Kunden.“



„Wir verbessern unsere Prozesse und Methoden laufend oder entwickeln neue. Dafür sind unsere internen Kräfte sehr wichtig, aber auch der genaue Blick auf das, was außerhalb von Symrise geschieht.“



FORSCHUNG BRAUCHT KOMMUNIKATION – JOHANNES PANTEN

Zuhören, Zusammenbringen, Übertragen: Das sind drei aus zahllosen weiteren Begriffen, die Johannes Pantens Arbeit beschreiben. Seit vier Jahren leitet der Chemiker, der bei Symrise vor 22 Jahren im Labor begann, die Abteilung Technology Scouting & Sustainability für die Forschungsbereiche Fragrances, Aroma Molecules und Oral Care. „Wir verbessern unsere Prozesse und Methoden laufend oder entwickeln neue. Dafür sind unsere internen Kräfte sehr wichtig, aber auch der genaue Blick auf das, was außerhalb von Symrise geschieht.“

„Open Innovation“ lautet der Oberbegriff, unter dem Panten seine vielen Kontakte zu Universitäten und anderen Forschungseinrichtungen zusammenfasst. „Sinn dieses Netzwerks ist es, erst einmal zu überprüfen, ob wir Technologien selbst im Portfolio haben oder ob wir sie mit Partnern abdecken können.“ Der Weg dorthin kann höchst unterschiedlich sein: „In einigen Fällen haben wir einen konkreten Forschungsauftrag, den ein Institut dann in kurzer Zeit für uns bearbeitet“, erzählt der gebürtige Kieler. „Oder wir finanzieren im Grundlagenbereich eine Doktorarbeit, deren Ergebnisse wir nutzen.“ Das kann bis zu einem gemeinsamen Patent führen.

Johannes Panten betreut momentan mehr als 20 Projekte, an denen interne und externe Fachleute zusammenarbeiten. Außerdem

koordiniert er eines von drei Scientific Advisory Boards. Viel intensiver geworden ist in den vergangenen Jahren auch die Zusammenarbeit mit dem Geschäftsbereich Flavor & Nutrition. „Manchmal wenden die Kollegen Verfahren an, mit denen wir bei der Duftherstellung sehr viel weniger Erfahrung haben. Dieses Know-how nutzen wir immer stärker.“

In der weißen Biotechnologie etwa sieht Panten eine große Zukunft, auch für seinen Bereich. „Die Prozesse sind selektiv, das bedeutet, sie erzeugen ein sehr reines Produkt.“ Das funktioniert, indem Enzyme mit einem Rohstoff reagieren. Ein Paradebeispiel ist die Herstellung von Vanillin, das ein Grundstein für die Firmengründung vor fast 140 Jahren war. Damals wurde das Aroma mithilfe einer chemischen Synthese aus Lignin gewonnen, heute hingegen ist natürliches Vanillin ein Schlüsselprodukt für Symrise: „Ergänzend zu nachhaltig erzeugter Bourbon-Vanille aus Madagaskar setzen wir auf unsere Spezialität SymVanil. Das natürliche, biotechnologische Herstellverfahren nutzt Nebenströme, die aus Reishülsen gewonnen werden.“ Der Effekt dieses Prozesses, den Symrise auch für den Duftbereich nutzen will, ist groß: Bei der Produktion muss weniger Energie eingesetzt und es kann auf manche Chemikalien verzichtet werden, außerdem entstehen weniger Abfallstoffe. „Unsere Arbeit ist an dieser Stelle aber nicht beendet“, sagt Panten. „Wir wollen die Methode für uns noch effizienter und nachhaltiger nutzen.“

FORSCHUNGSSCHWERPUNKT: GESUNDE LEBENSMITTEL – SABINE WIDDER

Stoffwechselstörungen können das Leben eines Menschen tiefgreifend verändern. Beispielsweise kann ein Enzymdefekt dazu führen, dass bestimmte Lebensmittelinhaltsstoffe im Körper nicht oder nur unzureichend abgebaut werden. Dadurch kommt es zu einer Anhäufung bestimmter Substrate oder aber auch zu einem Mangel an Stoffwechselprodukten. In der Folge entstehen Krankheitsbilder mit unterschiedlichsten Ausprägungen. „Das kann durch eine spezielle Ernährung verhindert werden“, sagt Sabine Widder, die bei Symrise die Health & Nutrition Forschung leitet. Die Betroffenen müssen darauf achten, so wenig wie möglich von den unverträglichen Inhaltsstoffen zu sich zu nehmen. Ergänzend benötigen sie häufig so genannte bilanzierte Diäten, um das Wachstum zu ermöglichen und die Körperfunktionen zu erhalten.

Diese Diätprodukte beinhalten alle wichtigen Bausteine einer gesunden Ernährung, außer eben dem entsprechenden Inhaltsstoff. „Das Problem ist leider, dass diese Formulierungen oft sehr bitter, salzig und metallisch schmecken“, sagt die Lebensmittelchemikerin. Einen solchen unerwünschten Beigeschmack zu maskieren ist keine leichte Übung – aber Aufgaben wie diese sind die Spezialität von Sabine Widders sechsköpfigem Team. „Bis zu einem halben Jahr kann so ein Entwicklungsprozess dauern: wir überprüfen einzelne Aroma- und Geschmacksstoffe sensorisch auf ihre Wirksamkeit und kombinieren sie schließlich miteinander“, erklärt Sabine Widder. „Dabei arbeiten wir eng mit

dem Ingredient Research Team zusammen, das uns neue, eigens entwickelte effektive Stoffe zur Verfügung stellt. Das Ergebnis ist ein komplexes Aroma, das den Beigeschmack maskiert und die Formulierung gut schmecken lässt.“

Noch ein weiterer Trend sorgt für einen vollen Tagesplan. „Immer mehr Menschen leiden an ernährungsbedingten Krankheiten wie Fettleibigkeit, Diabetes Typ 2 oder Herz-Kreislauf-Erkrankungen.“ Einer der Gründe dafür: Vieles von dem, was den Konsumenten rund um die Welt gut schmeckt, beinhaltet große Mengen Zucker, Fett oder Salz. Als Alternativen stehen zunehmend Produkte mit gesünderen Nährwertprofilen zur Verfügung. „Damit deren Geschmack auch den Wünschen der Konsumenten gerecht wird, arbeiten wir an der Entwicklung komplexer natürlicher Aromenformulierungen“, sagt Sabine Widder, die seit 18 Jahren bei Symrise arbeitet.

Ein weiteres Feld ihrer Arbeit im Hinblick auf die zunehmende Verbreitung von Übergewicht sind bioaktive Naturstoffe: „Wir haben uns die Frage gestellt, ob es nicht Aromen gibt, die satt machen.“ Gemeinsam mit der Universität Wien starteten Sabine Widder und ihre Kollegen ein Forschungsprojekt. „Wir sind auf einem sehr guten Weg und haben bereits erste vielversprechende Ergebnisse“, sagt die Wissenschaftlerin. „Das Thema gesunde Lebensmittel ist vielfältig und spannend. Das macht die Arbeit, auch wenn es manchmal nur kleine Erfolge sind, sehr befriedigend.“

„Damit der Geschmack gesünderer Produkte auch den Wünschen der Konsumenten gerecht wird, arbeiten wir an der Entwicklung komplexer natürlicher Aromenformulierungen.“





„Nur ein Produkt, das die Vorlieben der Verbraucher auf den Punkt bringt, kann dauerhaft erfolgreich sein.“

DAS RICHTIGE AROMA UND DER RICHTIGE PROZESS FÜR JEDES PRODUKT –

GERALD GLAUBITZ UND CHRISTOPHER SABATER

Ein verführerischer Duft nach Weißwein, Käse und Zwiebeln durchzieht das Labor von Gerald Glaubitz. Der Symrise Flavorist entwickelt ein Aroma für eine französische Zwiebelsuppe. Seine Herausforderung geht weit über die richtige Kombination verschiedener Aromastoffe hinaus – Temperatur, pH-Wert, Luft und viele weitere Faktoren verändern ein Aroma bei der Herstellung und Zubereitung des Lebensmittels. Und sie beeinflussen das Geschmackserlebnis. Bei Symrise arbeiten Flavoristen und Lebensmitteltechnologe daher eng zusammen, denn: „Nur ein Produkt, das die Vorlieben der Verbraucher auf den Punkt trifft, kann dauerhaft erfolgreich sein.“

„Lebensmittel sind hoch komplexe Naturprodukte“, erklärt Symrise Forscher Christopher Sabater. „Für die Entwicklung eines „Winning Taste“ werten wir daher zunächst unter Nutzung der „Sensory Guided Analysis“ Methode die analytischen Daten des Lebensmittels aus und übersetzen unsere Erkenntnisse in erste Aromakompositionen. Da jede Lebensmittelmatrix Aromen unterschiedlich freisetzt, wenden wir die Kompositionen dann

direkt an und evaluieren sensorisch, ob der erwünschte Effekt erzielt wurde. So nähern wir uns schrittweise dem vom Konsumenten erwarteten Geschmackserlebnis.“

Manche Produkte erfordern ein besonderes Freisetzungsverhalten des Aromas, wie zum Beispiel einen lang anhaltenden Geschmack bei Kaugummi. Bei anderen Applikationen kann auch der Schutz der empfindlichen Aromakomponenten im Vordergrund stehen, beispielsweise wenn es um den Erhalt der Frische über die gesamte Lagerdauer geht. In diesen Fällen wenden die Forscher Technologien zur Verkapselung an. Symrise stehen zahlreiche solcher Verfahren zur Verfügung. „Wir arbeiten daran, diese noch effektiver zu machen“, erklärt Sabater. „So können wir künftig besonders flüchtige Frischenoten erhalten und Aromaprofile von der Herstellung bis zum Verzehr besser schützen. Das eröffnet uns und unseren Kunden vollkommen neue Möglichkeiten.“

Wenn die Zwiebelsuppe schließlich duftet und schmeckt wie ihr kulinarisches Vorbild und wenn sie Konsumenten aus aller Welt einen Genuss bereitet, dann freuen sich Gerald Glaubitz und Christopher Sabater über einen weiteren Erfolg auf der Suche nach dem „Winning Taste“.

MIT EFFIZIENTEN SCREENING-TECHNOLOGIEN ZU NEUEN NATÜRLICHEN AROMASTOFFEN – JAKOB LEY

Grüner Tee ist gesund. Ihm werden dutzende positive Wirkungen zugesprochen. Aber: Der erste Aufguss schmeckt bitter. Was tun? Noch einmal aufgießen. Wenn es hingegen um die industrielle Produktion von Instanttees geht, ist die Alternative eine andere: Die unangenehm schmeckenden Katechine herausfiltern. Aber auch hierbei gibt es ein Problem. Die Bitterstoffe können so natürlich nicht die ihnen nachgesagte gesunde Wirkung im Körper entfalten.

Eine Lösung kann sein, Zucker zur Ablenkung hinzuzufügen – oder den unerwünschten Geschmack isoliert abzumildern. Genau diese so genannte Maskierung mit Hilfe von Aromasystemen bietet Symrise seinen Kunden an. Jakob Ley machte sich schon vor mehr als zehn Jahren auf die Suche nach Molekülen, die diese Vorgaben erfüllen. Diese stammen meist aus Pflanzen, die traditionell für die Herstellung von Nahrungsmitteln oder aromatisierenden Extrakten verwendet werden.

Die Herausforderung für den Naturstoffchemiker ist daher groß, denn im Gegensatz zum Aroma eines Extrakts, das leicht riech- oder schmeckbar ist, gibt es nur wenige bekannte Anhaltspunkte, die auf geschmacksverändernde Eigenschaften der daraus stammenden Moleküle schließen lassen. „Wir müssen aus tausenden Molekülen die wirksamen Geschmacksmodulierer herausfiltern“, beschreibt Jakob Ley die ehrgeizige Aufgabe.

Der Prozess funktioniert bisher so: Das Unternehmen zieht aus Pflanzen oder deren Extrakten Proben, die von spezialisierten Unternehmen oder Kooperationspartnern rund um die Welt gesammelt wurden. Anschließend werden die Proben oder daraus abgeleitete Moleküle analytisch und – nach einer toxikologischen Bewertung – schließlich auch sensorisch getestet.

Um Zeit und Kosten zu sparen, setzt Symrise verstärkt auf ein virtuelles Screening. „Wir nutzen Computerprogramme, um aus einer großen Zahl bereits wissenschaftlich beschriebener Naturstoffe mithilfe vorher berechneter Wirkstoffmodelle mögliche Kandidaten vorzuselektieren“, sagt Ley. Der Effekt: „Wir reduzieren durch diese Vorauswahl den Aufwand der Probenbeschaffung und müssen nur noch eine kleine Zahl an Substanzen der aufwändigen sensorischen Analytik unterziehen.“ Beim Thema Bittermaskierung etwa blieben nach dem virtuellen Screening aus mehreren tausend Testproben zwei besonders erfolgversprechende Kandidaten übrig. „Das Verfahren werden wir in Zukunft ausbauen.“



„Wir verzichten bei immer mehr Produkten auf die chemische Synthese – auf diese Weise gewinnen wir innovative Aromasysteme, die vollständig durch natürliche Prozesse hergestellt werden.“

Die Moleküle, die das Ingredient Research Team um Jakob Ley dabei entdeckt, sind meist natürlichen Ursprungs – und das soll auch in der späteren Anwendung so bleiben. Symrise konzentriert sich daher darauf, die Aroma- und Geschmackstoffe durch moderne Extraktions- und Trennverfahren aus nachwachsenden Rohstoffen zu isolieren oder mithilfe biotechnologischer Prozesse zu gewinnen. „Wir verzichten bei immer mehr Produkten auf die chemische Synthese“, sagt Ley. „Auf diese Weise gewinnen wir innovative Aromasysteme, die vollständig durch natürliche Prozesse hergestellt werden.“



Interkulturell **arbeiten**

SYMRISE IST EIN INTERKULTURELLES UNTERNEHMEN. *Interkulturelle Vielfalt ist nicht nur erwünscht, sondern auch erforderlich, um die Märkte vor Ort zu verstehen. Ein Weg dorthin: Mitarbeiter mit unterschiedlicher Herkunft bringen ihr Wissen und ihre Erfahrungen ins Team ein und bereichern sich gegenseitig. Wie eine solche Zusammenarbeit und damit auch das Verständnis für andere Kulturen gefördert werden kann, zeigt der Tag der kulturellen Vielfalt bei Symrise in den USA. An allen sechs Standorten tauschten sich rund 140 Beschäftigte aus mehr als 20 Ländern über die Sitten, Speisen und Traditionen ihres Heimatlandes oder des Landes ihrer Vorfahren mit ihren Kollegen aus. Übrigens: Am Stammsitz in Holzminden lernen sogar Menschen aus 32 Nationen voneinander.*

Spuren



lesen

EINE DER BELIEBTESTEN GESCHMACKSRICHTUNGEN WELTWEIT IST VANILLE.

Symrise verarbeitet die „Königin der Gewürze“, wie sie oft genannt wird, zu vielen Tausend Produkten. Mit großem Engagement sorgt das Unternehmen dafür, dass der wichtige Rohstoff bis zum Jahr 2017 komplett nachhaltig gewonnen wird – eine Reise auf den Spuren der Vanille.

FOTOS *Marcus Pietrek* TEXT *Marc-Stefan Andres*

„Hm, Vanille“, freut sich das kleine Mädchen mit den dunkelblonden Locken und strahlt über das ganze Gesicht. Das Vanilleeis, an dem die Fünfjährige zufrieden schleckt, ist für die Verbraucher in aller Welt eines von vielen genussvollen Produkten, die Symrise mit über 1.000 Vanillearomen ermöglicht. Die Vielfalt ist deswegen so groß, weil Vanille nicht gleich Vanille ist. Ihr Ge-

schmack reicht von sahnig-buttrig über würzig und zimtig bis hin zu rauchig. Sie steckt in fast allen Keksen und Kuchen, sie aromatisiert und harmonisiert Schokolade ebenso wie Ketchup oder Cola. Bei Eiskrem ist sie weltweit die Nummer 1. Und auch die Duftbranche nutzt den Rohstoff: für Parfüms, Raumdüfte oder Pflegeprodukte.

Was kaum ein Verbraucher weiß: hinter der Vanille steht eine hochkomplexe Lieferkette, die bis in den entlegenen Dschungel Madagaskars reicht. Dort, im Nordosten der Insel vor der Küste Afrikas, kultivieren tausende Kleinbauern die weltweit so begehrte Gewürzorchidee. In sorgfältiger Handarbeit hegen und pflegen sie ihre Orchideen, bestäuben die Blüten und ernten schließlich die reifen, grünen Schoten. Bis die Vanille schließlich – fermentiert und extrahiert – im Eis des kleinen Mädchens zu finden ist.

Für Symrise lohnt sich dieser lange Weg: das Geschäft mit der Vanille wächst von Jahr zu Jahr prozentual zweistellig. In den vergangenen Jahren hat das Unternehmen seine Lieferkette grundlegend umgestellt und kontinuierlich ausgebaut – direkt an der Quelle in Madagaskar, wo es jährlich rund 10 % der nationalen Vanilleernte einkauft. Die Strategie war von Anfang an klar: „Wir wollen unsere Versorgung mit qualitativ hochwertiger Vanille für die Zukunft sichern“, sagt Oliver Nembach. „Und wir haben schnell gelernt, dass das nur geht, wenn wir gleichzeitig den Lebensstandard der Vanillebauern erhöhen, ihren Bildungsstand verbessern und so auch ihre Zukunft absichern.“ Mittlerweile hilft Symrise über 7.000 Farmern dabei, ihre wirtschaftliche Position zu verbessern und unabhängig zu werden.

Das große Ziel des Unternehmens ist herausfordernd: „Wir wollen bis zum Jahr 2017 unseren kompletten Vanillebedarf sozial und ökologisch verantwortungsvoll decken“, erklärt der Global Competence Director für Vanille. Zu Beginn des Engagements vor acht Jahren war das gar nicht einfach, waren die Einkäufer dafür doch von den Zwischenhändlern abhängig. Im Jahr 2006 haben wir daher als erstes Unternehmen unserer Branche vor Ort investiert und damit begonnen, direkt mit Kooperativen und sogar mit einzelnen Bauern zusammenzuarbeiten. „Das war Neuland für uns. Wir haben daher eng mit Entwicklungshilfeorganisationen und Nichtregierungsorganisationen kooperiert“, erinnert sich der 49-jährige.

Heute verbindet Symrise mit vielen Vanillebauern eine langfristige Partnerschaft. „Wir schulen die Menschen darin, die Qualität und den Ertrag ihrer Ernten zu erhöhen und zeigen ihnen, wie sie andere Anbaumöglichkeiten nutzen können.“ Hatten die Kleinunternehmer früher vor allem nur Vanille angebaut und sich damit auf eine einzige Ernte verlassen müssen, stellte Symrise ihnen

nun zum Beispiel 87.000 Kakao- und 50.000 Nelkenseetzlinge zur Verfügung. Zudem startete das Unternehmen eine eigene Krankenversicherung, investiert in Bildung oder gibt Mikrokredite für Reis in Trockenperioden. „All das machen wir nicht aus Wohltätigkeit. Mit unserem Engagement fördern wir die wirtschaftliche Stärke und Eigenständigkeit der Bauern. Das steigert die Qualität – und das Vertrauen“, erklärt Oliver Nembach.



Anbau und Ernte der Vanilleschoten sind nur erste Schritte eines langwierigen Prozesses. Die Erzeugung hochwertiger Vanille erfordert viel Sorgfalt und Erfahrung in sämtlichen Verarbeitungsstufen.

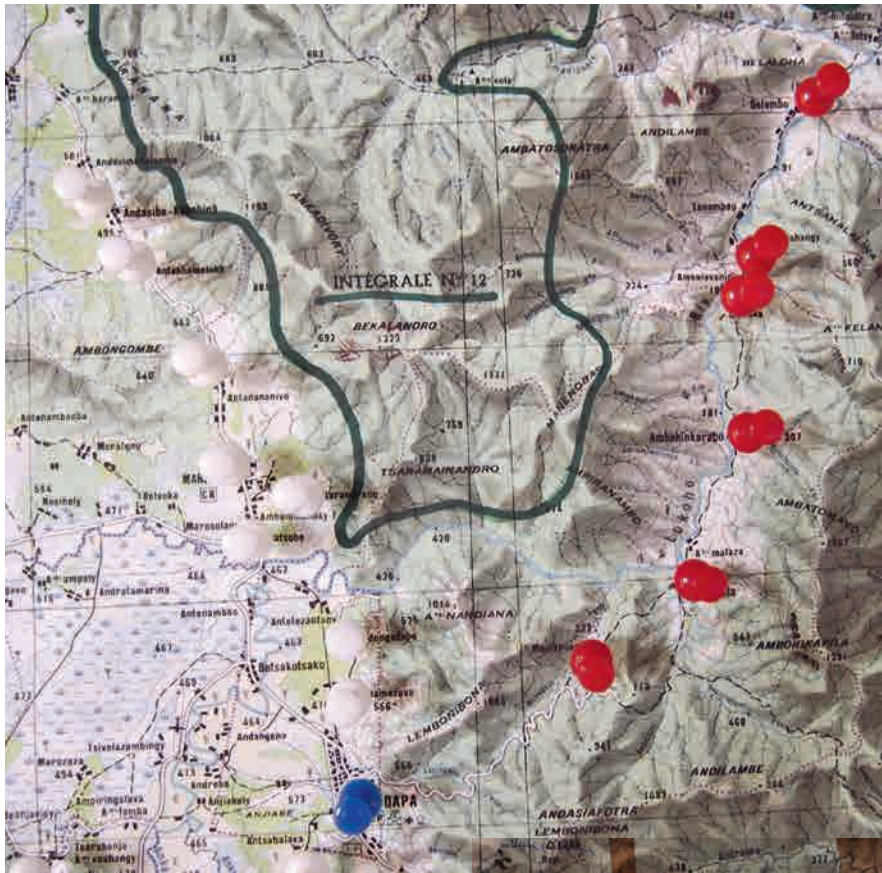
Rund 80% des Weltbedarfs an Vanille stammen aus Madagaskar und Symrise verarbeitet seine Vanille auch dort. Das ist branchenweit einzigartig und es leistet einen Beitrag zur lokalen Wertschöpfung.



Pioniere mit Leidenschaft

Im Rahmen der Food Ingredients Europe 2013, der größten Branchenmesse Europas, konnte sich Symrise gegen namhafte Konkurrenz durchsetzen: Das Unternehmen wurde für sein nachhaltiges Vanille-Engagement auf Madagaskar mit dem FIE Excellence Award in der Kategorie Nachhaltigkeitsinitiative des Jahres ausgezeichnet. Die Jury hob hervor, dass Symrise sich als „Pionier mit Leidenschaft“ für die nachhaltige Beschaffung von Vanille engagiert. Bereits 2012 hatte Symrise für seine Vanille-Aktivitäten auf Madagaskar den Deutschen Nachhaltigkeitspreis erhalten. Seither hat sich die Initiative des Unternehmens dort erheblich weiterentwickelt: Symrise arbeitet mittlerweile mit mehr als 7.000 Farmern direkt zusammen und setzt sich für eine nachhaltige Verbesserung der Lebensbedingungen dieser Bauern ein.





In fast 90 Ortschaften rund um Sambava, Andapa, Vohemar und Antalaha ist Symrise mittlerweile aktiv. Und über 30.000 Menschen profitieren davon.



Symrise arbeitet partnerschaftlich mit den Kleinbauern zusammen und trainiert sie in nachhaltigen Landwirtschaftsstandards.

Für Symrise ergibt dieses Engagement Sinn, weil es auch dem Geschäft dient. Ein Kernelement der Nachhaltigkeitsaktivitäten ist wirtschaftlicher Erfolg – für die Kleinbauern ebenso wie für Symrise. Nur so können die Projekte auch von Dauer und damit nachhaltig sein. „Als wir noch mit Zwischenhändlern gearbeitet haben, bekamen wir teils nur sehr spärliche Informationen darüber, woher die Vanille kommt und unter welchen Bedingungen sie angebaut, verarbeitet und gehandelt wurde. Durch die direkte Zusammenarbeit mit den Erzeugern wissen wir all das heute sehr genau“, so Nembach. „Auf diesem Weg können wir unseren Kunden hohe Qualität, größtmögliche Versorgungssicherheit und absolute Rückverfolgbarkeit bieten – ein echter Mehrwert.“

Über 100 Mitarbeiter sorgen bei Symrise in Madagaskar mittlerweile dafür, dass alles in eigener Hand läuft: Vom täglichen Dialog mit den Erzeugern über die traditionelle Fermentation der Schoten bis hin zur Extraktion der Vanille. „Wir engagieren uns nicht nur für mehr Nachhaltigkeit – wir haben die komplette lokale Wertschöpfung im Blick“, sagt Oliver Nembach. „2013 haben wir einen neuen Fermentations- und Lagerkomplex in Betrieb genommen. Und wir haben begonnen, eine moderne Extraktionsfabrik zu bauen, die in Kürze eingeweiht wird. Diese Investitionen in den Standort zeigen unser langfristiges Interesse.“

Durch die breite Aufstellung vor Ort können die Wünsche der Kunden besser bedient werden, sagt Gabriele Beier. Und die legen immer mehr Wert auf Nachhaltigkeit – mit unterschiedlichen Ausprägungen: „Einige unserer großen Partner gehen zum Beispiel

dahin, biologisch angebaute oder fair gehandelte Produkte anzubieten. Ein anderer Partner setzt auf Rainforest Alliance zertifizierte Produkte“, sagt die Key Account-Managerin, die für Symrise einen multinationalen Lebensmittelkonzern betreut. „Wir bieten jedem Kunden das Vanilleprodukt an, das am besten zu seinen Marken und Produkten passt – ob zertifiziert oder nicht.“

Die Schoten und Extrakte aus Madagaskar werden schließlich in der Aromenproduktion in Holzminden eingesetzt und in unterschiedlichen Kombinationen für die lokal, regional und global tätigen Kunden aufbereitet. Neben den reinen Extrakten gibt es verschiedene Aromentypen, an denen die Flavoristen und die Anwendungstechniker in Deutschland arbeiten. Der Geschmack der Konsumenten wird in den Entwicklungsprozess miteinbezogen. „Wir betreiben intensive Marktforschung und gehen individuell auf die einzelnen Märkte und deren speziellen Wünsche ein, damit unsere Kunden das richtige Produkt verkaufen können“, sagt Gabriele Beier. Das weltweite Symrise Vanillteam arbeitet dazu eng mit den Kunden zusammen. Das ist immens wichtig, erklärt die Key Account-Managerin. „Denn nur auf diese Weise können wir die Vielfalt der Vanille richtig einsetzen – und damit Werte für alle schaffen. Auf der ganzen Welt, von Madagaskar bis Manhattan.“



Gemeinsam mehr erreichen

Gemeinsam mit unserem Kunden Unilever und der Deutschen Gesellschaft für Internationale Zusammenarbeit (GIZ) haben wir eine umfassende Initiative ins Leben gerufen, um rund 4.000 Vanillebauern in der Sava-Region in Madagaskar bessere Lebensbedingungen zu ermöglichen. Die Entwicklungspartnerschaft umfasst ein dreijähriges Programm, das 32 Gemeinden sowie 44 Schulen erreichen wird und somit das Potenzial hat, das Leben von 24.000 Menschen in einer der ärmsten Regionen der Welt zu verbessern. Das Programm setzt dazu auf praxisnahe Trainingskurse, so genannte Farmer Field Schools, um die Bauern in bewährten Anbaumethoden zu schulen. Zudem sollen landwirtschaftliche Fachschulen zur Ausbildung junger Menschen entstehen und so der Zugang zu weiterführender Schulbildung verbessert werden. Die Entwicklungspartnerschaft wird im Rahmen des Programms develoPPP.de des Bundesministeriums für wirtschaftliche Zusammenarbeit und Entwicklung (BMZ) gefördert.

Unsere Leistung 2013

GESCHÄFTSENTWICKLUNG	70 – 71
MANAGEMENT	72 – 75
BESCHAFFUNG	76 – 79
INNOVATION	80 – 83
UMWELT	84 – 87
MITARBEITER	88 – 91
GESELLSCHAFT	92 – 93
AUSZEICHNUNGEN	94 – 95
ÜBER DIESEN BERICHT	96

Geschäftsentwicklung

*Einmal mehr wuchs der Umsatz des Symrise Konzerns 2013 stärker als der Markt.
Zugleich stieg die Profitabilität unseres Geschäfts. Wir sind zuversichtlich,
diesen erfolgreichen Kurs fortzusetzen.*

GESAMTWIRTSCHAFTLICHE RAHMENBEDINGUNGEN

Die internationale Wirtschaftslage hat sich im Jahresverlauf 2013 uneinheitlich gezeigt. Zu dem Aufschwung in den letzten Monaten des Jahres trugen mehr und mehr die Industrieländer bei. Die Wachstumsrate in den USA erhöhte sich von Quartal zu Quartal. Im Euroraum scheint die Talsohle der wirtschaftlichen Entwicklung erreicht. Im Jahr 2013 dürfte die Wirtschaft im Euroraum aber noch geringfügig um 0,4% geschrumpft sein. In Deutschland nahm die gesamtwirtschaftliche Leistung 2013 um 0,4% zu. In den Schwellenländern – insbesondere in China und Indien – beschleunigte sich das Wirtschaftswachstum im zweiten Halbjahr wieder deutlich. Insgesamt wuchs die Weltwirtschaft im Jahr 2013 aber nur verhalten um 3,0%.

ENTWICKLUNG WESENTLICHER ABSATZMÄRKTE

Der Symrise Konzern ist weltweit im Markt für Geschmack- und Duftstoffe sowie im Markt für Aromachemikalien und kosmetische Inhaltsstoffe aktiv. Der für Symrise relevante Markt weist insgesamt eine Größe von 17,4 Mrd. € auf und wächst langfristig durchschnittlich um etwa 2 bis 3% pro Jahr.

UMSATZ UND ERTRAG

Der Umsatz des Symrise Konzerns stieg im Geschäftsjahr 2013 um 6% auf 1.830 Mio. €. Der Umsatz in der Region EAME nahm um 5% zu. Die Region Nordamerika erzielte einen Umsatzzuwachs von 11% gegenüber Vorjahr. Das Geschäft in der Region Asien / Pazifik steigerte den Umsatz um 4% und in der Region Latein-

amerika erhöhte sich der Umsatz um 2%. Der Umsatz in den Emerging Markets übertraf den Vorjahreswert währungsbereinigt um 11%. Der Umsatzanteil der Emerging Markets am Konzernumsatz erreichte wie im Vorjahr 48%.

Der Geschäftsbereich Scent & Care erzielte 2013 einen Umsatz von 960 Mio. €. Die Umsatzerlöse lagen damit 9% über dem Wert des Vorjahres. Das EBITDA erreichte 195 Mio. €, ein Plus von 21% gegenüber dem Vorjahr. Die EBITDA-Marge belief sich 2013 auf 20,3%, gegenüber 18,2% im Jahr 2012. Der Geschäftsbereich Flavor & Nutrition steigerte seinen Umsatz um 2% auf 870 Mio. €. Das EBITDA des Geschäftsbereichs lag 2013 mit 179 Mio. € geringfügig über dem Vorjahreswert. Die EBITDA-Marge betrug 20,5%, nach 20,9% im Vorjahr.

Das EBITDA – Ergebnis vor Zinsen, Steuern, Abschreibungen auf Sachanlagen und auf immaterielle Vermögenswerte – des Symrise Konzerns erhöhte sich um 10%, von 339 Mio. € auf 373 Mio. €. Die auf den Umsatz bezogene EBITDA-Marge verbesserte sich von 19,5 auf 20,4%.

Die Umsatzkosten nahmen 2013 um 25 Mio. € beziehungsweise 2% auf 1.060 Mio. € zu (2012: 1.034 Mio. €). Der im Verhältnis zur Umsatzentwicklung unterproportionale Kostenanstieg ist vor allem auf eine geringere Rohstoffkostenquote und geringere Abschreibungen zurückzuführen. Das Bruttoergebnis stieg um 10% und erreichte 771 Mio. € (2012: 701 Mio. €). Die Bruttomarge

KENNZAHLEN IM ÜBERBLICK

In Mio.€	2012	2013	Veränderung in %	Veränderung in % währungsbereinigt
Umsatz	1.734,9	1.830,4	6	10
EBITDA	338,9	373,1	10	13
EBITDA-Marge	in %	19,5	20,4	
Jahresüberschuss	157,5	172,3	9	
Ergebnis je Aktie	in €	1,33	1,46	9
Nettoverschuldung (inkl. Rückstellungen für Pensionen und ähnliche Verpflichtungen) zu EBITDA (31.12.) ¹⁾	Verhältnisgröße	2,4	2,0	

¹⁾ Vorjahreszahlen angepasst durch Änderungen der Bilanzierungs- und Bewertungsmethoden (vgl. Konzernanhang TZ 2.2).

betrug 42,1 % und war damit um 1,7%-Punkte höher als im Vorjahr (40,4%). Die Vertriebskosten lagen 8 % über dem Vorjahr und beliefen sich auf 290 Mio. € (2012: 267 Mio. €). Dies entspricht einem Anteil von 15,8 % am Konzernumsatz (2012: 15,4 %). Die F & E-Aufwendungen stiegen um 12 % auf 127 Mio. € (2012: 114 Mio. €). Die F & E-Quote lag mit 6,9 % über dem Niveau des Vorjahres (6,6 %). Die Verwaltungskosten erhöhten sich unterdurchschnittlich um 5 % auf 85 Mio. € (Vorjahr: 81 Mio. €). Der Verwaltungskostenanteil am Konzernumsatz verbesserte sich noch einmal geringfügig von 4,7 % im Jahr 2012 auf 4,6 % im Berichtsjahr.

Der Jahresüberschuss des Symrise Konzerns stieg im Geschäftsjahr 2013 um 15 Mio. € auf 172 Mio. €. Das Ergebnis je Aktie verbesserte sich bei unveränderter Anzahl der Aktien von 1,33 € im Vorjahr auf 1,46 € im Berichtsjahr. Vorstand und Aufsichtsrat schlagen der Hauptversammlung am 14. Mai 2014 vor, die Dividende von 0,62 € auf 0,70 € je Aktie anzuheben.

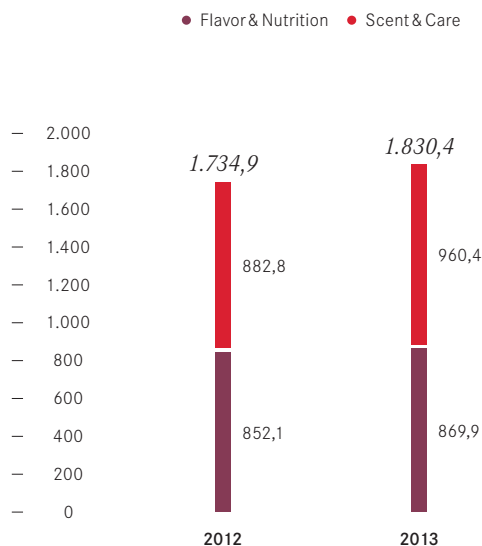
FINANZLAGE

Der operative Cashflow lag 2013 mit 274,8 Mio. € um 55,3 Mio. € beziehungsweise mehr als 25 % über dem Niveau des Vorjahres von 219,5 Mio. €. Die liquiden Mittel des Symrise Konzerns erhöhten sich zum 31. Dezember 2013 um 18 Mio. € auf 135 Mio. €. Die Nettoverschuldung verringerte sich zum Bilanzstichtag 2013 auf 744,8 Mio. €, vor allem durch höhere Zahlungsmittelbestände und geringere Pensionsrückstellungen. Der Quotient aus Nettoverschuldung und EBITDA belief sich zum Bilanzstichtag 2013 auf 2,0 und liegt damit in der angestrebten Bandbreite von 2,0 bis 2,5.

VERMÖGENSLAGE

Die Bilanzsumme erhöhte sich zum 31. Dezember 2013 gegenüber dem Vorjahresstichtag aufgrund des Umsatzwachstums im Wesentlichen bedingt durch einen Anstieg der Vorräte und höhere Forderungen aus Lieferungen und Leistungen um 60 Mio. € auf 2.210 Mio. €. Die liquiden Mittel des Symrise Konzerns nahmen auf Jahressicht um 18 Mio. € auf 135 Mio. € zu. Das Eigenkapital der Symrise AG stieg zum 31. Dezember 2013 um 8 % auf 951 Mio. €. Die Eigenkapitalquote lag zum Stichtag 2013 bei 43 %, nach 41 % zum 31. Dezember 2012.

UMSATZENTWICKLUNG DES SYMRISE KONZERNS in Mio. €



AUSBLICK

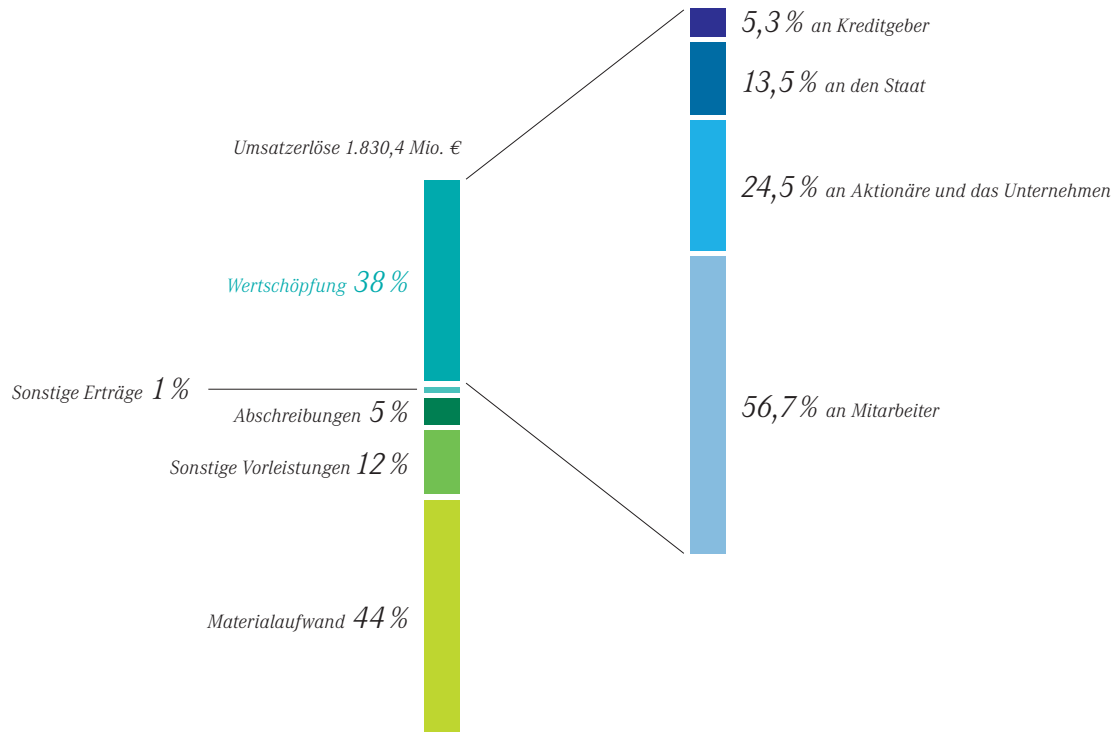
Das prognostizierte Wachstum des AFF-Markts beträgt für das laufende Jahr 2 bis 3 % weltweit. Beide Geschäftsbereiche, Scent & Care und Flavor & Nutrition, streben ein währungsbereinigtes Umsatzwachstum merklich über dem Marktzuwachs an. Unter der Annahme, dass die Rohstoffpreise auf dem Niveau von 2013 verharren und sich die Währungskursrelationen im Vergleich zu 2013 nicht deutlich verändern, erwarten wir für 2014 erneut eine EBITDA-Marge von rund 20 % für beide Geschäftsbereiche.

Aufgrund unserer globalen Aufstellung, Innovationskraft, guten Positionierung bei Schlüsselkunden sowie unseres einzigartigen Produktportfolios sind wir zuversichtlich, 2014 und 2015 das Marktwachstum von 2 bis 3 % jährlich zu übertreffen. Der Symrise Konzern setzt alles daran, seinen nachhaltig profitablen Wachstumskurs fortzusetzen.

UMSÄTZE NACH REGIONEN

In Mio.€	2012	2013	Veränderung in %	Veränderung in % währungsbereinigt
EAME	785,4	828,3	5	7
Nordamerika	316,8	350,3	11	14
Asien / Pazifik	404,5	419,6	4	10
Lateinamerika	228,2	232,2	2	12
Gesamt	1.734,9	1.830,4	6	10

WERTSCHÖPFUNG DES SYMRISE KONZERNS
2013



Management

Eine verantwortungsvolle Unternehmensführung ist Voraussetzung für eine nachhaltige Wertschöpfung und für den Erfolg von Symrise. So gewinnen wir das Vertrauen unserer Kunden, Mitarbeiter und Investoren – heute und auf Dauer.

VERANTWORTUNGSBEWUSSTE UNTERNEHMENSFÜHRUNG

Symrise will seinen Unternehmenswert und die Nachhaltigkeit seiner geschäftlichen Aktivitäten langfristig erhöhen. Die Leitungs- und Kontrollgremien der Symrise Aktiengesellschaft richten ihr Handeln daher an verschiedenen Grundsätzen einer verantwortungsbewussten Unternehmensführung aus. So dienen die Ziele des Deutschen Corporate Governance Kodex als Maßstab guter Unternehmensführung für Vorstand und Aufsichtsrat. Die

zehn Prinzipien des UN Global Compact, den wir 2012 unterzeichneten, stellen eine weitere Leitlinie dar, an der wir unser unternehmerisches Handeln orientieren.

Von den Unternehmenszielen leitet Symrise – unter Berücksichtigung der Grundsätze verantwortungsbewusster Unternehmensführung – seine Strategie ab und setzt sie auf den einzelnen Abteilungssebenen um. Ein Management-Handbuch macht allen Mit-

arbeitern die vom Management standardisierten Prozesse zugänglich, die für eine Zielerreichung notwendig sind. Diese definierten Kernprozesse und unterstützenden Prozesse werden regelmäßig auf ihre Wirksamkeit überprüft und wenn nötig an aktuelle Entwicklungen angepasst. Ein verbindliches Leitbild für alle Beschäftigten ist unser Verhaltenskodex. Wir entwickelten ihn 2006 und aktualisieren ihn regelmäßig, zuletzt grundlegend im Jahr 2012. Der Kodex behandelt ethische und rechtliche Herausforderungen am Arbeitsplatz, in Geschäftsbeziehungen und in der Handhabung von Informationen. Er regelt Umgangsformen mit den wesentlichen Partnern von Symrise und stellt transparente und vertrauenswürdige Prozesse sicher. Im Interesse aller Beschäftigten und des Unternehmens analysieren wir Verstöße gegen diesen Kodex unmittelbar und beseitigen deren Ursachen. Fehlverhalten verfolgen wir konsequent im Rahmen der jeweils geltenden nationalen Rechtsvorschriften. Mehr zur Organisation und Corporate Governance bei Symrise unter: ➔4

NACHHALTIGKEIT IM GESCHÄFT

2009 gründeten wir das Symrise Sustainability Board, ein globales und divisionsübergreifendes Gremium, um Nachhaltigkeit stärker in unsere Kernprozesse zu integrieren. Mehrmals jährlich kommen in diesem Rahmen Vertreter des Top Managements zusammen, um sicherzustellen, dass nachhaltigkeitsrelevante Themen und Belange wichtiger Anspruchsgruppen in der gesamten Wertschöpfungskette berücksichtigt werden.

Das Sustainability Board beschließt die Nachhaltigkeitsziele, die direkt in den jeweiligen Geschäftsbereichen umgesetzt werden. Zu diesem Zweck haben Vorstand und Sustainability Board im Jahr 2011 Nachhaltigkeitsverantwortliche für die Geschäftsbereiche Flavor & Nutrition und Scent & Care benannt. Gemeinsam mit Vertretern der Stabsbereiche Corporate Compliance und Corporate Communications stellen sie das Sustainability Core Team, das wiederum die Nachhaltigkeitsstrategie konzernweit steuert. Die direkte Verantwortung für die Strategie liegt beim Vorstandsvorsitzenden der Symrise AG, dem vierteljährlich über Fortschritt aller Nachhaltigkeitsaktivitäten berichtet wird. Die Nachhaltigkeitsziele des Unternehmens fließen zudem in die individuellen Zielvorgaben und damit in die Vergütung von Führungskräften ein.

Daneben schärft ein weltweites Netzwerk freiwilliger Nachhaltigkeitsbotschafter das Bewusstsein für unsere Nachhaltigkeitsstrategie: „Care Teams“ tragen mit gezielten Initiativen an allen regionalen Hauptquartieren des Unternehmens und an zahlreichen internationalen Standorten dazu bei, Nachhaltigkeit noch tiefer in unser Geschäftsmodell zu integrieren und vor Ort umzusetzen.

INTEGRIERTES MANagementsYSTEM

Unser integriertes Managementsystem basiert auf den internationalen Standards zu Qualität (ISO 9001), Umwelt (ISO 14001), Arbeitsschutz (OHSAS 18001), Nachhaltigkeit (ISO 26000), Energie (ISO 50001), sozialer Verantwortung (SA 8000), den allgemein anerkannten Auditstandards der Global Food Safety Initiative (GFSI) sowie weiteren lokal anerkannten Standards für eine kontinuierliche Verbesserung unserer Leistung.

Mit unserem Risikomanagement wollen wir nicht nur potenzielle Risiken für Umwelt, Gesellschaft und Unternehmen vermeiden, sondern auch Chancen durch globale Entwicklungen frühzeitig erkennen. Dabei beziehen wir Nachhaltigkeitsthemen umfassend mit ein – von den Umfeld- und Branchenrisiken über die Beschaffungs- und Produktrisiken bis hin zu den Betriebsrisiken. ➔5

Die Ermittlung von Risiken ist ebenfalls Aufgabe der Corporate Compliance. Symrise versteht Compliance als ganzheitliches Organisationsmodell. Es umfasst die Einhaltung von Rechtsvorschriften und konzerninternen Richtlinien sowie die entsprechenden Prozesse und Systeme. Die Abteilung Corporate Compliance führt alle Funktionseinheiten aus Integriertem Managementsystem (IMS), Corporate Audit sowie Risiko- und Nachhaltigkeitsmanagement zusammen. ➔6

Damit unsere Mitarbeiter über bestehende Compliance-Vorgaben Bescheid wissen und diese einhalten, setzen wir neben Präsenzschulungen zunehmend auch internetbasierte Schulungen ein. Anschließend Tests sollen zeigen, dass die Inhalte der Schulung von den Teilnehmern verstanden worden sind. Neue Symrise Mitarbeiter werden über ihre arbeitsplatzspezifischen Anforderungen und unseren Verhaltenskodex umfassend aufgeklärt. 2013 wurden unsere Mitarbeiter insgesamt ca. 30.000 Stunden zu Themen wie Arbeitsschutz, Gesundheit, Umwelt, Hygiene und Compliance geschult. Für 2014 planen wir, neben den kontinuierlich laufenden Schulungen verstärkt jene Mitarbeitergruppen zu schulen, die aufgrund ihrer Tätigkeit eher dem Risiko von Fehlverhalten ausgesetzt sind und jene Mitarbeitergruppen, die Schulungsinhalte als Multiplikatoren in das Unternehmen tragen können. ➔7

Für den Fall eines Verstoßes gegen ethische und rechtliche Standards haben wir bereits 2006 eine Integrity Hotline installiert. Über diese Hotline ist Corporate Compliance für alle Mitarbeiter mittels einer in den jeweiligen Ländern eigens eingerichteten kostenlosen Telefonnummer erreichbar. Ein zwischengeschalteter Dienstleister gewährleistet, dass die Mitarbeiter ihre Anliegen anonym und in ihrer Muttersprache vorbringen können. ➔8

AUDITS

Über interne Revisionen und das IMS-Audit überprüfen wir regelmäßig, ob Management-Vorgaben und landesspezifische gesetzliche Bestimmungen eingehalten werden. Gemäß unserer Prüfstrategie prüfen wir alle Gesellschaften mindestens alle vier Jahre und wesentliche Geschäftsprozesse im jährlichen Turnus – das entspricht 25 % des Audituniversums. Weitere Kriterien wie Akquisitionen, Organisationsänderungen, Wesentlichkeit im Konzern oder Ergebnisse aus dem Risiko-Reporting nehmen ebenfalls Einfluss auf die Prüfstrategie. Die internen IMS-Audits werden gemäß den ISO 19011 Standards durchgeführt. Der Vorstand und der Prüfungsausschuss des Aufsichtsrats werden in regelmäßigen Abständen über Ergebnisse und eingeleitete Maßnahmen informiert. Externe Audits durch Kunden, Behörden und unabhängige Zertifizierungsgesellschaften bestätigen Symrise darüber hinaus eine kontinuierliche Verbesserung in seinen Managementsystemen.

Werden bei Audits oder Qualitätskontrollen Abweichungen festgestellt, leitet der betreffende Unternehmensbereich Korrekturmaßnahmen ein und dokumentiert diese. Zusätzlich werden mögliche Auswirkungen auf andere Prozesse analysiert, um mit Vorbeugemaßnahmen direkt reagieren zu können. Gleiches gilt auch für Reklamationen. Im Jahr 2013 gab es weder wesentliche Reklamationen, die zu Bußgeldern geführt hätten, noch Bußgelder aufgrund von Verstößen gegen Gesetzesvorschriften in Bezug auf die Zurverfügungstellung und Verwendung unserer Produkte.

Über die zahlreich bestehenden Vorschriften für die Duft- und Geschmacksstoffindustrie hinaus verpflichten wir uns zu weiteren Standards – und wirken aktiv an ihrer Entwicklung mit. So zum Beispiel im Rahmen von Verbänden wie der IFRA (International Fragrance Association) oder der IOFI (International Organization of the Flavor Industry). Symrise hat sich außerdem bereits 1997 der Responsible Care Initiative angeschlossen und ihre Leitlinien übernommen, um an einer kontinuierlichen Verbesserung in den Bereichen Sicherheit, Gesundheit und Umweltschutz mitzuwirken.

Die Leistung der Managementsysteme seiner Lieferanten und Vertragspartner überprüft Symrise im Rahmen von Lieferantenaudits. Mithilfe der offiziellen und weltweit anerkannten Plattform SEDEX (Supplier Ethical Data Exchange) bewerten wir die Performance unserer Hauptlieferanten hinsichtlich Faktoren wie Umwelt, Gesundheit und Sicherheit, Integrität und weiterer ethischer Prüfungspunkte. Langfristiges Ziel von Symrise ist, zukünftig alle Lieferanten über dieses System zu bewerten. Darüber hinaus führen wir weltweit Audits zur Sicherung unserer Lieferkette durch (FSSC 22000). ➔ 9 Sie konzentrieren sich auf Kernthemen wie Lebensmittelsicherheit und Schutz vor Sabotage, Terrorismus oder unerlaubtem Zugriff auf unsere Rohstoffe und Produkte.



KLARES BEKENNTNIS ZUR NACHHALTIGKEIT

2012 unterzeichnete Symrise den Global Compact der Vereinten Nationen und verpflichtete sich damit, die zehn Prinzipien zur unternehmerischen Verantwortung einzuhalten.

DIALOG MIT UNSEREN ANSPRUCHSGRUPPEN

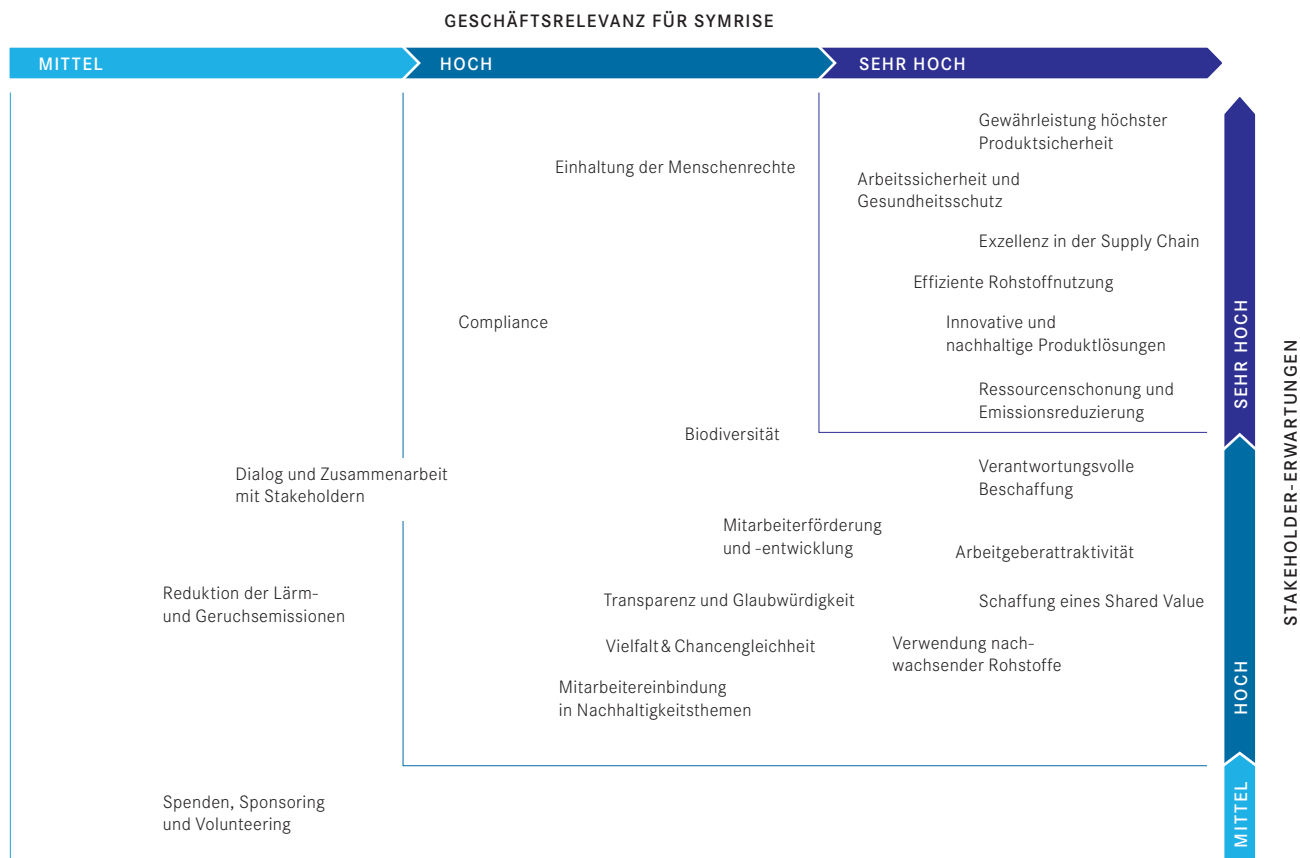
Symrise steht weltweit im aktiven Austausch mit seinen Stakeholdern. Denn wir können nur dann bestmögliche Lösungen entwickeln, wenn wir die Bedürfnisse und Interessen unserer wichtigsten Anspruchsgruppen kennen. Dazu zählen wir Kunden, Mitarbeiter, Aktionäre, Fremdkapitalgeber, Nachbarn, Politik, Nichtregierungsorganisationen und Geschäftspartner.

Eine Vielzahl interner und externer Formate und Kanäle erlaubt Symrise einen regen Dialog mit seinen Anspruchsgruppen. 2012 führten wir beispielsweise erneut eine globale Mitarbeiterbefragung durch, bei der über 80 % der Mitarbeiter die Stärken und Schwächen unseres Unternehmens bewerteten. 2013 leiteten wir auf Basis der Befragungsergebnisse entsprechende Maßnahmen ein. Mithilfe der SEDEX-Plattform stehen wir seit 2011 darüber hinaus mit zahlreichen Rohstofflieferanten zu ethischen Themen im Dialog. Unsere Kunden und Investoren informieren wir weltweit mit Roadshows und Innovationstagen über aktuelle Entwicklungen unseres Unternehmens. Die auf diesen Wegen artikulierten Erwartungen unserer Stakeholder inspirieren uns und stellen die Basis für unsere Arbeit dar.

Eine Wesentlichkeitsanalyse hilft dabei, die verschiedenen Themen auf ihre strategische Relevanz für Symrise und seine Anspruchsgruppen zu prüfen. In mehreren Workshops haben wir in den vergangenen Jahren intensiv ausgearbeitet, wie sich unser Handeln auf verschiedene Anspruchsgruppen auswirkt und welchen Einfluss diese Gruppen wiederum auf Symrise haben. Dabei wurden alle Unternehmensbereiche einbezogen. Ergebnis war eine Wesentlichkeitsmatrix, die wir mithilfe einer internationalen Befragung unserer Stakeholder validiert und spezifiziert haben. Dafür haben wir Vertreter der wichtigsten Anspruchsgruppen eingeladen und nach ihrer Einschätzung zu Nachhaltigkeitsthemen sowie zu unserer Performance in den einzelnen Themenbereichen und entlang unserer gesamten Wertschöpfungskette gefragt.

Zahlreiche Initiativen aus aller Welt belegen, wie wir unsere Selbstverpflichtung zu einer nachhaltigen Unternehmensführung jeden Tag mit Leben füllen. Informieren Sie sich auf www.symrise.com/de/nachhaltigkeit über unsere Fortschritte.

Symrise Wesentlichkeitsmatrix



Im Berichtsjahr 2013 haben wir damit begonnen, unser Stakeholder Management weiter zu systematisieren. Für unterschiedliche Anspruchsgruppen haben wir verschiedene Ziele des von uns mit ihnen verfolgten Engagements formuliert. So können wir künftig noch zielgerichteter mit unseren Anspruchsgruppen in den Dialog treten und mehr gemeinsamen Nutzen aus den unterschiedlichen Formaten ziehen. In diesem Rahmen entwickeln wir derzeit auch neue Möglichkeiten der Aktualisierung unserer Wesentlichkeitsanalyse. Künftig wollen wir dabei einen noch größeren Fokus auf die Analyse der wesentlichen Nachhaltigkeitsauswirkungen von Symrise legen und die Ergebnisse dieser Untersuchungen gemeinsam mit unseren wichtigsten Stakeholdergruppen erhärten.



Beschaffung

Die Rohstoffbeschaffung ist für Symrise zentraler Bestandteil einer nachhaltigen Wertschöpfung. Die teils sehr unterschiedlichen Erwartungen unserer Stakeholder und eine Vielzahl praktischer Herausforderungen verlangen einen ganzheitlichen Ansatz, damit wir unsere nachhaltigen Prinzipien bei der Beschaffung realisieren können.

Bei der Herstellung unserer Produkte verwenden wir rund 10.000 natürliche und synthetische Rohstoffe aus über 100 Ländern. Auf ihrer Basis stellen wir unsere rund 30.000 verschiedenen Produkte aus den Bereichen Duft- und Geschmacksstoffe, kosmetische Grund- und Wirkstoffe sowie funktionale Inhaltsstoffe her. Unsere Produkte bestehen dabei neben Trägerstoffen wie zum Beispiel Ethanol vordergründig aus wertgebenden Vorprodukten, das heißt 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, die Rohstoffverfügbarkeit und -qualität zu sichern sowie preislich wettbewerbsfähig zu bleiben. Soziale und ökologische Rahmenbedingungen beeinflussen diese Aspekte maßgeblich. Daher ist es nicht nur eine Frage der Verantwortung, sondern auch der langfristigen Wirtschaftlichkeit, höchste Standards in unseren Beschaffungsprozessen umzusetzen.

Die Organisationsstruktur unseres Einkaufs richten wir kontinuierlich an sich verändernden Verhältnissen im Markt aus. Die

Beschaffung organisieren wir dezentral in den beiden Geschäftsbereichen Scent & Care und Flavor & Nutrition, um Einkaufsprozesse gezielter steuern und die Versorgungskette kontinuierlich optimieren zu können. Das 2012 erfolgreich etablierte Scorecard-System wurde 2013 weiter auf die spezifischen Bedürfnisse des Einkaufs adaptiert. Es unterstützt die Einkäufer mit relevanten Kennzahlen.

Mit unserem Responsible Sourcing Modell setzen wir auf kontinuierliche, enge Kooperation mit unseren Lieferanten, soziales und ökologisches Engagement vor Ort und strategische Partnerschaften mit unseren Schlüsselkunden.

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

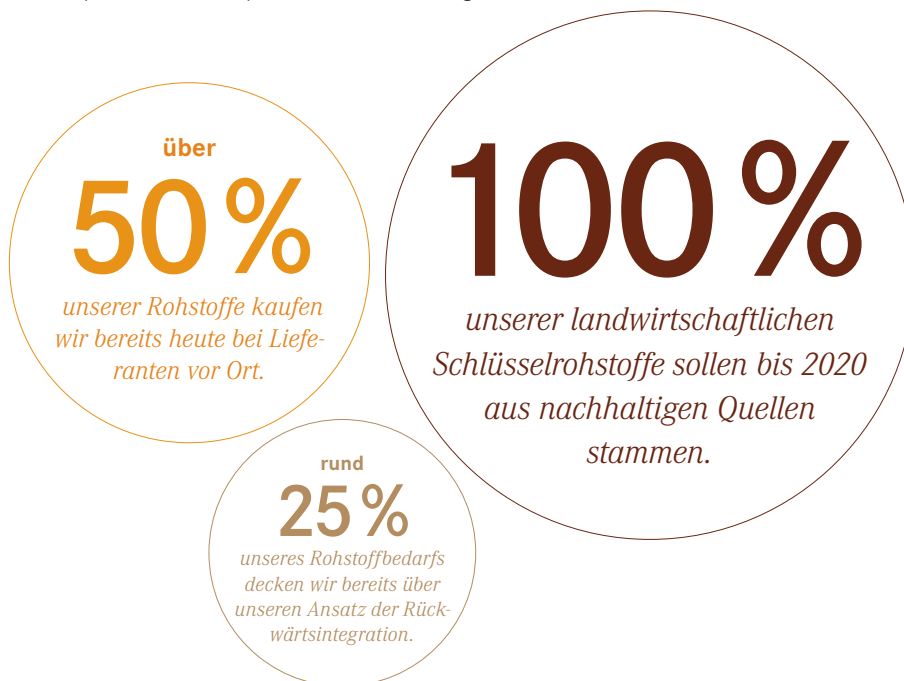
- Wir bieten unseren Kunden verantwortungsvolle Produkte
- Wir erzielen hohe Qualität und Erträge
- Wir schaffen Transparenz, zum Beispiel durch Zertifizierungen

2013 kauften wir 208.000 Tonnen an Rohstoffen ein und verarbeiteten sie zu Produkten weiter. Unsere relativ geringen Prozessverluste entstehen vor allem in Extraktions- und Destillationsprozessen, die wir – wo sinnvoll – durch Recycling reduzieren. So reinigen wir beispielsweise mehrfach in Produktionsprozessen benötigte Lösungsmittel und setzen sie erneut ein.

LOKALE WERTSCHÖPFUNG

Die so genannten Emerging Markets machen derzeit etwa 48% unseres Geschäfts aus. Und auch in Zukunft wollen wir unsere Marktanteile in diesen Märkten ausweiten. Unsere gute Aufstellung in den wichtigsten Ländermärkten bietet uns nicht nur eine gute Geschäftsgrundlage mit regionalen und lokalen Kunden, sondern verschafft uns auch Zugang zu wichtigen Rohstoffen. Auch im Jahr 2013 haben wir diesen Ansatz weiter verfolgt und unter anderem unsere Geschäftstätigkeit in Madagaskar ausgebaut.

Um die Versorgungssicherheit bei Schlüsselrohstoffen zu erhöhen, verfolgt Symrise schon seit Jahren erfolgreich den Ansatz der Rückwärtsintegration. Im Hinblick auf wichtige Kernkompetenzen haben wir die Standorte unserer internationalen Produktionsstätten gezielt anhand der lokalen Verfügbarkeit der hauptsächlich eingesetzten Rohstoffe gewählt. Unsere Zitrus-Initiative in Brasilien und unsere Vanille-Initiative 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 integrative Ansatz verschafft uns zahlreiche Vorteile wie eine hohe Ausbeute, eine sichere Versorgung, beste Qualität und größtmögliche Rückverfolgbarkeit. Gleichzeitig unterstützen wir lokale sozioökonomische Strukturen und leisten einen Beitrag zur Wertschöpfung vor Ort. Damit reduzieren wir nicht nur Kosten und Transportwege, sondern auch klimarelevante Emissionen. 59,3% unseres Einkaufsbudgets gingen 2013 an Zulieferer, die im inländischen oder angrenzenden Umfeld unserer wesentlichen Unternehmensstandorte ansässig sind. Für die Rückintegration unserer Supply Chain haben wir eine Due Diligence Unternehmensrichtlinie und entsprechende Prozesse definiert, die auch die Prüfung ökologischer und sozialer Risiken vorsieht.

LIEFERANTENMANAGEMENT

Unabhängig von der Rohstoffquelle legen wir stets großen Wert auf den nachhaltigen, effizienten Umgang mit Ressourcen – auch bei unseren Lieferanten. Mithilfe eines systematischen Managements stellen wir sicher, dass Lieferanten unsere Standards einhalten: So müssen neue Lieferanten sowohl Angaben zu den Themen Qualität, Produktsicherheit und Umwelt machen, als auch Auskunft geben zu ihrem Nachhaltigkeitsprogramm, zur Übernahme sozialer Verantwortung in ihrer Lieferkette und zur Berücksichtigung ethischer Standards. Die wahrheitsgemäße Beantwortung des Fragebogens zur Lieferantenaufnahme 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. Im Rahmen dessen nehmen wir systematische Risiko- und Performancebewertungen aller Lieferanten auf der Grundlage wirtschaftlicher, ökologischer und sozialer Aspekte vor. ➔ 10

Bei Lieferanten mit besonders ausgeprägtem Risiko, kritischen Rohstoffen oder in der Bewertung offenkundig gewordenen Problemen führen wir Audits durch. Schwerpunkte sind Produktsicherheit, Qualitätsmanagement, Arbeitssicherheit, Gesundheit, Umwelt und soziale Verantwortung. Entsprechen Lieferanten nicht unseren definierten Standards, werden gemeinsam Verbesserungsmaßnahmen erarbeitet und eingeleitet. Können die verlangten Standards dennoch nicht eingehalten werden, wird

die Geschäftsbeziehung in letzter Konsequenz beendet. Fälle, in denen eine Lieferantenbeziehung aufgrund eines Verstoßes gegen Ausschlusskriterien beendet wurde, gab es 2013 nicht.

Die internationale Plattform der Supplier Ethical Data Exchange (SEDEX) ist ein wertvolles Werkzeug, mit dem wir Lieferanten leichter beurteilen und unsere eigenen Daten gegenüber Kunden offenlegen können. Seit 2006 veröffentlichen wir auf der Plattform Informationen zu Arbeitsbedingungen und Arbeitnehmerrechten, Gesundheit und Sicherheit, Umwelt und ethischen Geschäftspraktiken. Mittlerweile sind alle Produktionsstandorte von Symrise SEDEX-registriert. Seit 2012 haben wir auch unsere 250 wichtigsten Lieferanten dazu eingeladen, sich bei SEDEX zu registrieren und uns ihre Daten offenzulegen. Insgesamt sind mittlerweile 204 Symrise Lieferanten auf SEDEX vertreten. Damit können wir heute rund 50% unseres Einkaufsvolumens hinsichtlich der Einhaltung von Nachhaltigkeitskriterien in der Lieferkette bewerten.

STANDARDS UND ZERTIFIZIERUNGEN

Nationale und internationale gesetzliche Vorgaben zum Schutz natürlicher Ressourcen bilden einen festen Bestandteil der Einkaufspolitik von Symrise. Beispielsweise setzen wir pflanzliche und tierische Rohstoffe, die von der CITES (Convention on International Trade in Endangered Species of Wild Fauna and Flora) gelistet sind, konzernweit nur ein, wenn ihre Nachhaltigkeit durch den Lieferanten nachgewiesen werden kann.

Bei immer mehr natürlichen Rohstoffen kaufen wir Ausgangsprodukte mit zertifizierter Herkunft ein. Beispielsweise stammen die Palmöle und Palmölderivate, die wir weltweit verwenden, zum überwiegenden Teil aus Quellen, die vom Round Table on Sustainable Palm Oil (RSPO) zertifiziert sind. Für den Einsatz in Bio oder Fair Trade Produkten stehen weltweit etwa 1.500 Rohstoffe von Symrise zur Verfügung. Das entspricht etwa 15% unseres Rohstoffportfolios in der EAME Region. Unsere Kunden fragen zertifizierte Produkte bislang primär bei ikonischen Inhaltsstoffen wie Vanille oder Lavendel nach. Als erstes Duftstoffunternehmen kauft Symrise seit 2013 CENSO-zertifiziertes Lavandin-Öl ein.

Ein Leuchtturmprojekt ist auch unsere nachhaltige Vanille-Initiative auf Madagaskar, wo wir 2013 insgesamt 2.457 Vanillebauern bei der Zertifizierung durch die Rainforest Alliance unterstützten. Mit unserer nachhaltigen Vanillebeschaffung haben wir auch die Jury des Supply Chain Management Award in zwei Vorrunden überzeugt: Symrise gehörte 2013 zu den vier Finalisten. Unsere Vanille-Initiative wurde 2013 außerdem mit dem FIE Excellence Award in der Kategorie Nachhaltigkeitsinitiative ausgezeichnet.



2013 wurde Symrise als Mitglied der Sustainable Spices Initiative (SSI) aufgenommen. Der nachhaltige Anbau und Einkauf von Rohstoffen stehen bei Symrise und SSI gleichermaßen auf der Agenda. Gemeinsam mit Kunden, Lieferanten und NGOs wollen wir aktiv in der SSI mitarbeiten, unser Wissen teilen und gleichzeitig neue Erfahrungen gewinnen.

Länderspezifische Gegebenheiten nehmen auch an anderen Standorten Einfluss auf unser Produktportfolio: Gerade im Mittleren Osten und Nordafrika ist die Nachfrage nach Produkten groß, die als kosher oder halal zertifiziert sind. Auch in weiten Teilen Asiens und in den USA gewinnen diese Zertifizierungen an Bedeutung. Weltweit sind bereits 49 % unserer Rohstoffe als halal zugelassen, 51 % sind kosher.

Der Anteil an Rohstoffen tierischen Ursprungs ist mit etwa 2 % sehr gering. Dennoch messen wir dem verantwortungsvollen Umgang mit Tieren ebenfalls eine hohe Bedeutung zu und fordern von unseren Lieferanten, dass sie die gesetzlichen Vorgaben sowie Industriestandards zu Tierrechten einhalten. ➔ 11

Genetisch veränderte Rohstoffe setzen wir nur zu einem sehr geringen Teil ein; weltweit betrifft dies etwas über 2 % unseres Rohstoffportfolios. ➔ 12

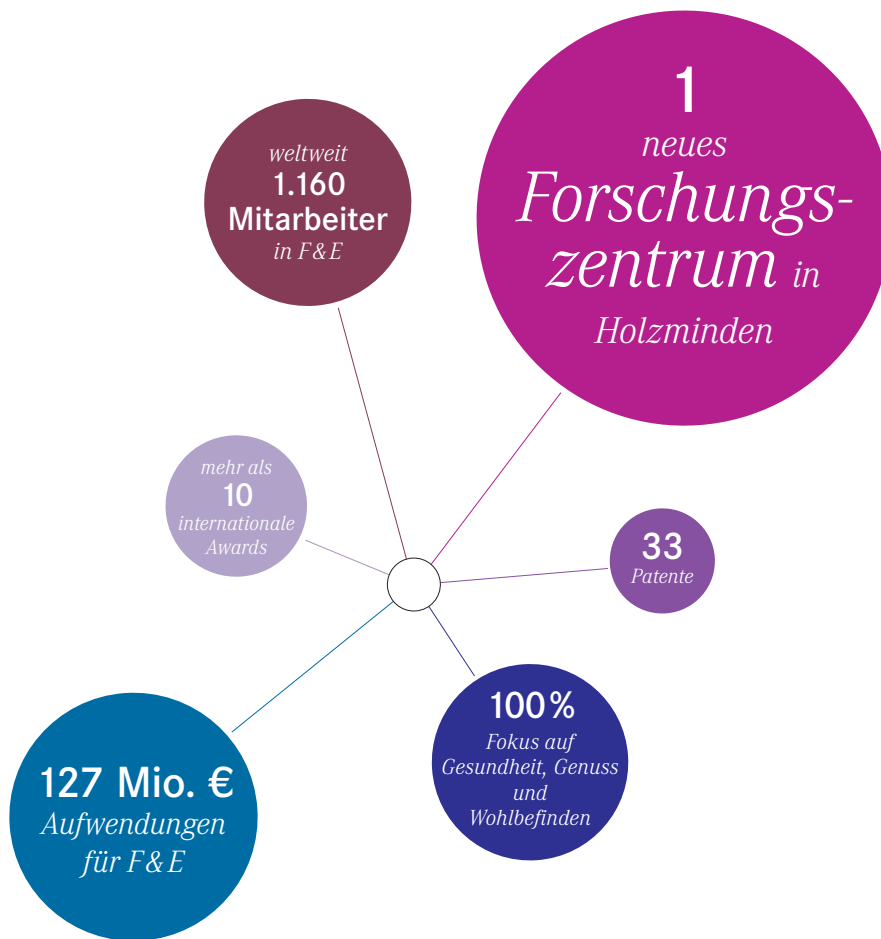
SYNTHETISCHE VERSUS NATÜRLICHE ROHSTOFFE

Endkonsumenten wünschen sich zunehmend Rohstoffe natürlichen Ursprungs. Der Anteil natürlicher Rohstoffe in unserem Portfolio beträgt bereits mehr als die Hälfte und steigt kontinuierlich.

Eine vollständige Umstellung auf Rohstoffe natürlichen Ursprungs würde jedoch in vielen Fällen komplexe soziale und ökologische Folgewirkungen mit sich bringen: Eine stärkere Nutzung natürlicher Rohstoffe steht häufig in Flächenkonkurrenz mit der Lebensmittelproduktion und kann den Erhalt von Biodiversität durch Monokulturen gefährden. Zudem verbrauchen synthetische Rohstoffe in der Herstellung oft weniger Energie als die Ernte und der Transport der natürlichen Version.

Unser Ziel kann also nicht sein, vollständig auf Rohstoffe natürlichen Ursprungs umzustellen. Vielmehr wollen wir unsere Abhängigkeit von endlichen Rohstoffen weiter reduzieren. Dafür haben wir die Identifizierung alternativer Verfahren zur Rohstoffgewinnung zu einem unserer Forschungsschwerpunkte gemacht. 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.

Zahlreiche Initiativen aus aller Welt belegen, wie wir unsere Selbstverpflichtung zu einer nachhaltigen Unternehmensführung jeden Tag mit Leben füllen. Informieren Sie sich auf www.symrise.com/de/nachhaltigkeit über unsere Fortschritte.



Innovation

Mit seinen beiden Geschäftsbereichen Scent & Care und Flavor & Nutrition bietet Symrise eine breite Produktpalette. Unsere Kunden schätzen dabei insbesondere die innovativen Produkte und nachhaltigen Lösungen, die wir regelmäßig hervorbringen.

Symrise bedient weltweit Parfüm-, Kosmetik- und Lebensmittelhersteller, die pharmazeutische Industrie sowie Produzenten von Nahrungsergänzungsmitteln. Wir sind sowohl in etablierten Märkten als auch in aufstrebenden Ländern in Asien, Lateinamerika oder im Nahen und Mittleren Osten erfolgreich tätig. Den unter-

schiedlichen sozial und kulturell bedingten Kundenpräferenzen werden wir gerecht, indem wir unsere Produkte aktiv gestalten und dabei globale Tendenzen mitdenken. Die Produktpalette von Symrise reicht von Duft- und Geschmackslösungen, kosmetischen Grund- und Wirkstoffen bis hin zu funktionalen Inhaltsstoffen.

Unsere Produktentwicklung organisieren wir gleichermaßen zentral wie dezentral: Die einzelnen Geschäftsbereiche verfolgen die jeweils für sie relevanten Aktivitäten im Bereich Forschung und Entwicklung (F&E). Gleichzeitig tauschen sich die einzelnen Geschäftsfelder untereinander aus und nutzen so Synergieeffekte. Freisetzungssysteme, bioaktive Inhaltsstoffe sowie die analytische und sensorische Forschung sind beispielsweise Themen mit geschäftsbereichsübergreifender Bedeutung, die wir zusammen angehen und entsprechend umsetzen.

Ein unternehmensweit einheitliches Stufenmodell mit Entscheidungsfiltren begleitet Innovationsprozesse bei Symrise von der Idee bis zum marktfähigen Produkt. So können wir früh auf sich verändernde Kundenbedürfnisse und neue Rahmenbedingungen reagieren. Dank Wachstumsplänen, die mit unseren Kunden abgestimmt sind, bringen wir Innovationen schneller auf den Markt. So konnten wir 2013 in zahlreichen Projekten mit internationalen Großkunden beweisen, dass sich Nachhaltigkeit und profitables Wachstum nicht ausschließen, sondern für alle Beteiligten mit einem langfristigen Nutzen verbunden sind.

Kreativität und Effizienz wollen wir mit Ressourcenschonung und Umweltschutz verbinden. Dafür dient uns der Open-Innovation Ansatz als Leitprinzip: Unsere regionalen und internationalen Kunden binden wir mit ein und arbeiten gemeinsam mit ihnen an zahlreichen Entwicklungsprojekten. Für diese erfolgreiche Zusammenarbeit hat Symrise bereits viele Kundenauszeichnungen im Bereich „Innovation“ erhalten.

In Bezug auf Verbraucherwünsche zeigen unsere Marktforschungsergebnisse: Konsumenten fragen verstärkt Produkte nach, die nicht nur ihre Sinne ansprechen, sondern sich auch positiv auf ihr gesundheitliches Wohlbefinden auswirken. Diesen Wunsch haben wir gezielt in unsere Geschäftsstrategie integriert und wollen den Umsatz mit Produkten, die zu Gesundheit, Ernährung sowie Hautpflege und -schutz beitragen, kontinuierlich steigern. 2013 hat die Symrise AG von der Europäischen Investitionsbank ein Darlehen von 125 Mio. € für die Erforschung funktionaler Inhaltsstoffe für Hautpflege und gesunde Ernährung erhalten.

VERNETZTE FORSCHUNG

Über unsere interne Forschung und Entwicklung hinaus pflegen unsere beiden Geschäftsbereiche Scent & Care und Flavor & Nutrition umfassende Partnerschaften mit anderen Unternehmen sowie renommierten Universitäten und Forschungsinstituten in Bochum, Braunschweig, Dresden, Düsseldorf, Gießen, Greifswald, Halle (Saale), Hannover, München, Münster, Potsdam und Ros-

tock. International arbeiteten wir 2013 zum Beispiel zusammen mit der Queen Mary University in London, der Université Tours in Frankreich und dem Monell Chemical Senses Center in Philadelphia (USA), sowie mit Unternehmen wie Cotech (Italien), EcoBi-otics (Australien), Essen BioScience (UK) oder Therapeutic Peptides (USA). In beiden Geschäftsbereichen gibt es seit Jahren internationale „Scientific Advisory Boards“, bestehend aus international renommierten Wissenschaftlern verschiedener Fachrichtungen. Diese Gremien begleiten beratend die Umsetzung neuester Forschungsergebnisse in Produktinnovationen.

Unsere Forschungs- und Entwicklungsarbeit erfährt im wissenschaftlichen Umfeld eine hohe Anerkennung. 2013 hat Symrise 33 Patente eingereicht und spielt damit in der Spitzengruppe der Industrie mit – auch das verdeutlicht unsere hohe Innovationskraft. ➔ 13

SCHÖNHEIT, DUFT UND PFLEGE

Der Geschäftsbereich Scent & Care mit seinen vier Geschäftsfeldern Life Essentials, Fragrances, Aroma Molecules und Oral Care bietet seinen Kunden Kompetenz für Duft, Schönheit und Pflege. Das übergeordnete Ziel des Geschäftsbereichs ist die Entwicklung von sicheren, effizienten und nachhaltigen Produkten und Prozessen.

- **Life Essentials** entwickelt mit technischer Expertise in den Bereichen Phytochemie, Wirksamkeitsscreening und analytische Chemie neue aktive Inhaltsstoffe, die dem Trend nach Schönheit und Gesundheit nachkommen. 2013 wurden drei auf Mikroalgenforschung basierende nachhaltige Produkte eingeführt: SymBronze® 1659 (biologischer Hautbräuner) sowie SymHair™ Force 1631 und SymLash™ 1631 (Volumenverstärker von Haar und Wimpern). Auszeichnungen für diese Produkte unterstreichen die hohe Innovationskraft der Life Essentials Forschung – darunter der „Best Ingredient Silver Award“ in der „In Cosmetics Innovation Zone 2013“ oder der „BSB Innovation Award“. Im Bereich multifunktionaler Wirkstoffe resultierten die intensiven Forschungsinitiativen der letzten Jahre in der Produktinnovation SymSave™ H, einem wahren Multitalent mit sehr guter antiirritierender, antioxidierender und antimikrobieller Wirksamkeit sowie hervorragenden emulsionsstabilisierenden Eigenschaften. SymSave™ H wurde unmittelbar nach dem Vermarktungsstart 2013 mit dem ersten Platz beim SEPAWA Innovationspreis ausgezeichnet.

- Im Geschäftsfeld **Fragrances** kombinieren wir aromatische Rohmaterialien wie ätherische Öle oder Aromachemikalien zu komplexen Parfümölen. 2012 haben wir begonnen, spezielle Trainings für unsere Parfümeure durchzuführen, um den Einsatz erneuerbarer Rohstoffe für Duftkompositionen zu erhöhen. Herausragende Produktinnovationen waren 2013 zum Beispiel Sultanene® – ein hocheffizientes Captive, das 100-mal niedriger dosiert eingesetzt werden kann als herkömmlicher Fruchtester. Oder SymCap® K LD, das Duft in Mikrokapseln konserviert und diesen erst bei leichtem Druck auf ein Gewebe nach und nach wieder frei gibt. Zum ersten Mal gibt es eine solche Technologie für Flüssigwaschmittel.
- **Aroma Molecules** entwickelt ein weites Spektrum an Riech- und Aromastoffen unterschiedlicher Klassen. Ein wichtiger Anwendungsbereich sind biologisch abbaubare, synthetische Moschusduftstoffe. Diese haften deutlich besser auf Haaren, Haut oder Textilfasern und sind wesentlicher Bestandteil von Parfümölen. Seit 2011 engagieren wir uns für den Arterhalt der ehemals von unserer Industrie für ihr wertvolles Drüsensekret gejagten Moschushirsche.
- Das Geschäftsfeld **Oral Care** haben wir 2013 als Kernkompetenz von Scent & Care weiter ausgebaut. Darunter etablierten wir Think Mint® als divisionsübergreifende Marke für Mintaromen mit dem Geschäftsbereich Flavor & Nutrition. Damit bündeln wir unsere langjährige Expertise für alle wesentlichen Mint-Produktgruppen und forschen gemeinsam an neuen Substanzen und Technologien, die ökonomische und ökologische Vorteile aufweisen. Ein Beispiel hierfür sind unsere Kühlwirkstoffe. Weiter versuchen wir, unseren Kunden einen Mehrwert mit der Entwicklung von neuen Schlüsseltechnologien zu bieten, wie durch Probiotika. Zu diesem Zweck sind wir 2013 eine Forschungs- und Entwicklungskooperation mit dem schwedischen Biotechnologie-Unternehmen Probi AB eingegangen.

Darüber hinaus haben wir 2013 unseren Forschungsschwerpunkt grüne Chemie bei Scent & Care weiter ausgebaut und ein Katalyselabor in Betrieb genommen. In den neuen Räumen forscht Symrise an katalytischen Verfahren neuer Moleküle, entwickelt chemische Prozesse und optimiert bestehende Verfahren sowohl für Riech- und Aromastoffe als auch für Life Essential Produkte. Somit steigern wir die Rohstoffeffizienz, was sich wiederum positiv auf unseren ökologischen Fußabdruck auswirkt.

GENUSS UND GESUNDE ERNÄHRUNG

Moderne Konsumenten erwarten von Lebensmitteln, dass sie schmecken und darüber hinaus einen gesunden Lebensstil fördern. Unser Geschäftsbereich Flavor & Nutrition legt seinen Fokus daher nicht nur auf Geschmack, Qualität und Sicherheit, sondern zunehmend auch auf die Entwicklung von Geschmackslösungen für gesündere Produkte sowie auf funktionelle Inhaltsstoffe zur Gesundheitsförderung. ➔ 14 Gleichzeitig bedient Symrise den wachsenden Markt für Nahrungsergänzungsmittel und pharmazeutische Präparate. Natürliche Rohstoffe stellen in Kombination mit wissenschaftlichen Methoden die Basis für die Entwicklung unserer Erzeugnisse. Unabhängig davon, ob sie einen Gesundheitseffekt versprechen, sollen unsere Produkte aber in jedem Fall gut schmecken. Dafür entwickelt Symrise innovative Ansätze, die den guten Geschmack erhalten – bei gleichzeitig reduziertem Einsatz von Zucker, Salz, Fett oder Geschmacksverstärkern. Darüber hinaus entwickeln unsere Forscher neue Systeme für die Maskierung von bitteren Fehlnoten in hocheiweißhaltigen Lebensmitteln mit besonderem Gesundheitsanspruch. Diese werden bereits erfolgreich in Europa und Nordamerika eingesetzt.

STANDARDS UND ZERTIFIZIERUNGEN

Globale Grundlage für den verantwortungsvollen Umgang mit Produkten und Produktionsprozessen ist die Good Manufacturing Practice (zu dt. „Gute Herstellungspraxis“): Diese Richtlinien dienen der Qualitätssicherung von Produktionsabläufen und der Produktionsumgebung und gelten für die Herstellung von Arzneimitteln und Wirkstoffen sowie von Kosmetika, Lebens- und Futtermitteln. Inhaltlich werden sie durch die Pharma-, Kosmetik- und Lebensmittelgesetzgebung definiert.

125 Mio. €

Die Symrise AG erhielt von der Europäischen Investitionsbank ein langfristiges Darlehen in Höhe von 125 Mio. € zur Finanzierung ihrer intensiven Forschungs- und Entwicklungsaktivitäten. Ein Schwerpunkt liegt auf der Erforschung funktionaler Inhaltsstoffe, die in den Bereichen Hautpflege und Ernährung zum Einsatz kommen.

Hunderte Forscher und Entwickler rund um den Globus arbeiten bei Symrise an innovativen und nachhaltigen Produkten. Das neue Forschungszentrum in Holzminden bringt die besten Ideen zusammen und schafft Synergien.



Viele der Anforderungen sind produktgruppenübergreifend – wie Qualitätsanforderungen, eindeutige Produktkennzeichnungen oder Hygieneanforderungen. Der Gesetzgeber hat zudem entsprechende Regelwerke verabschiedet, die produktgruppenspezifische Anforderungen festlegen. Dabei unterscheidet Symrise vor allem zwischen den Produktgruppen Aromen, pharmazeutische Wirkstoffe, pharmazeutische Hilfsstoffe sowie kosmetische Grund- und Wirkstoffe. ➔ 15

Wir wollen die Sicherheit unserer Produkte während des gesamten Lebenszyklus gewährleisten. Dafür integrieren wir mit unserer Produktsicherheitspolitik alle relevanten Schritte vom Lieferanten bis zur Auslieferung an unsere Kunden. Symrise stellt die Einhaltung von Gesetzen, Verbandsanforderungen und internen Standards sicher und überprüft diese kontinuierlich.

Organisatorisch ist das Competence Center Global Product Compliance für Produktsicherheit verantwortlich: Es setzt regulatorische Anforderungen um, nimmt die toxikologische Bewertung von Rohstoffen und Produkten vor und bereitet die Daten für die Kunden und Mitarbeiter weltweit auf. Das Competence Center dokumentiert Kundenrestriktionen unter Berücksichtigung des regulatorischen Umfelds (Ausschlüsse bestimmter Substanzen), verantwortet die Überwachung sowie den Test und die Anmeldung neuer Substanzen. Es beauftragt Produktprüfungen durch zugelassene Labors und bewertet Prüfberichte. Weiter werden im Competence Center sämtliche Verwaltungsvorgänge,

Fragen der Gesetzgebung, Sicherheitsberichte, die Einstufung in Gefahrenklassen und die Kennzeichnung von Rohstoffen und Produkten zentral bearbeitet 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 unterrichten wir über die technischen Eigenschaften und die sichere Handhabung unserer Produkte mittels entsprechender Datenblätter, Produktspezifikationen sowie individuell angepasster Informationen. Signifikante Verstöße gegen Sicherheits- oder Gesundheitsvorschriften in Bezug auf unsere Produkte gab es 2013 bei Symrise nicht.

Ende 2013 bewertete die Stiftung Warentest ein Produkt der Marke Ritter Sport als „mangelhaft“ mit der Begründung, für dieses Produkt sei entgegen der Deklaration chemisch hergestelltes Piperonal eingesetzt worden. Entgegen diesen Behauptungen hat Symrise die Alfred Ritter GmbH & Co. KG für das getestete Produkt uneingeschränkt mit natürlichen Aroma beliefert und Ritter hat die von Symrise bezogenen Inhaltsstoffe korrekt deklariert. Ritter hat gegen die Stiftung Warentest eine einstweilige Verfügung erwirkt. Ein Widerspruch von Stiftung Warentest wurde vom Landgericht München zurückgewiesen.

Zahlreiche Initiativen aus aller Welt belegen, wie wir unsere Selbstverpflichtung zu einer nachhaltigen Unternehmensführung jeden Tag mit Leben füllen. Informieren Sie sich auf www.symrise.com/de/nachhaltigkeit über unsere Fortschritte.

PRODUKTIONSVOLUMEN

in 1.000 Tonnen



KOHLENDIOXIDEMISSIONEN: SCOPE 1 & 2

in kg pro Tonne Produkt*



*2013 haben wir die Berechnungsgrundlage unserer Verbrauchs- und Emissionswerte neu definiert: Wir erfassen diese Daten nun nicht mehr pro Tonne verkauftes Produkt, sondern pro Tonne Produkt. Damit tragen wir der steigenden Komplexität in der Produktion Rechnung und schaffen eine höhere Vergleichbarkeit mit den Werten unserer Wettbewerber und Kunden. Die Werte der Vorjahre wurden entsprechend adjustiert.

Umwelt

Für Symrise gehören Investitionen in ressourcenschonende Technologien und Prozesse zu den wichtigsten Maßnahmen für eine nachhaltige Steigerung des Unternehmenswerts. Um unseren ökologischen Fußabdruck kontinuierlich zu optimieren, haben wir uns ehrgeizige Ziele gesteckt: Bis 2020 wollen wir den Energie- und Wasserverbrauch, die CO₂-Emissionen sowie das Abwasser- und Abfallvolumen pro Tonne Produkt um 33 % senken.

Die vollständige Analyse der eigenen Prozesse und deren Auswirkungen auf die Umwelt ist die wichtigste Voraussetzung für ein erfolgreiches Umweltmanagement. Von der Rohstoffbeschaffung und -verarbeitung über die Produktentwicklung

und Produktion bis hin zur Logistik: Wir betrachten alle Stufen unserer Wertschöpfungskette und des Produktlebenszyklus – und identifizieren entsprechende Ansatzpunkte und Potenziale, um unseren Energie-, Wasser- und Ressourcenverbrauch sowie unsere Emissionen zu reduzieren.

UMWELTMANAGEMENT

Unser Umweltmanagement basiert weltweit auf dem ISO 14001 Standard. Rund 76 % unseres Verkaufsvolumens werden an ISO 14001 zertifizierten Standorten produziert. Der Stabsbereich Corporate Compliance koordiniert das globale Umweltmanagement. Er entwickelt gemeinsam mit den jeweiligen Unternehmensbereichen Richtlinien und Verfahrensanweisungen auf Basis der vom Vorstand definierten globalen Grundsätze und überprüft die Einhaltung der gesetzlichen Vorgaben und Selbstverpflichtungen. Unsere Umweltperformance wollen wir mithilfe regelmäßiger interner und auch externer Audits weiter verbessern. Strafen wegen Umweltverstößen gab es gegen Symrise im Berichtszeitraum nicht.

Der Vorstand und das Symrise Sustainability Board definieren für den Bereich Umwelt Ziele, die konzernweit gelten. Damit wir diese zuverlässig erreichen, konzentrieren wir uns auf eine Reihe von Maßnahmen:

• VERANTWORTLICHKEITEN VOR ORT

Unsere weltweiten Standorte legen die für sie geeigneten Umweltmaßnahmen selbstständig fest. Vor Ort sind die Leiter unserer Standorte und Produktionsbetriebe dafür verantwortlich, dass diese Ziele erreicht werden. Zusätzlich haben wir 2012 weitere Nachhaltigkeitsbotschafter (Sustainability Ambassadors) ernannt, um die konzernweiten Ziele an den jeweiligen Unternehmensstandorten noch besser umsetzen zu können.

• UMWELTASPEKTANALYSEN

In Umweltaspektanalysen erfassen wir systematisch die größten Umweltauswirkungen unserer Anlagen und Prozesse und legen auf dieser Basis entsprechende Reduktionsmaßnahmen fest. Umweltaspektanalysen finden regelmäßig an allen ISO 14001 zertifizierten Standorten statt. Eine 2012 eingeführte ganzheitliche Softwarelösung zur Erfassung der Umweltkennzahlen ermöglicht uns eine präzise Verbrauchs- und Emissionsanalyse. Zudem prüfen insgesamt 18 Umweltberater die Umwelteffizienz unserer Betriebe.

• TESIUM

TESIUM vertritt unseren Servicebereich rund um die Aufgaben Technik, Sicherheit und Umwelt. Das 100-prozentige Tochterunternehmen von Symrise plant Investitionen und setzt diese zuverlässig um. Dabei berücksichtigt TESIUM Umwelt-, Sicherheits- und Energieaspekte über den gesamten Lebenszyklus von Anlagen. Diese gebündelte Expertise bietet TESIUM auch anderen Unternehmen an.

• TOTAL PRODUCTIVE MAINTENANCE

Im Fokus der Total Productive Maintenance (TPM) steht die Effizienz unserer Anlagen. Mithilfe dieses Instruments erstellen wir Verlustbäume und spüren somit gezielt Effizienzverluste auf. Daraufhin analysieren wir die Situation und optimieren die Abläufe. Auf dieser Basis erarbeiten beteiligte Symrise Mitarbeiter in 56 hierarchieübergreifenden Teams und mit über 46 TPM-Koordinatoren Lösungen und setzen sie in die Praxis um. Seit 2007 realisierten wir dadurch weit über 5.000 Verbesserungen und konnten unser Ziel einer jährlichen Effizienzsteigerung stets erreichen.

• BALANCED SCORECARDS

Seit 2005 haben wir an allen weltweiten Produktionsstandorten Balanced Scorecards eingeführt. Mit den Scorecards wollen wir unsere Kernbereiche Qualität, Service, Kosten, Sicherheit und Mitarbeitermotivation optimieren. Sie enthalten global einheitliche Schlüsselkennzahlen und Zielvorgaben, die wir monatlich auswerten und Jahr für Jahr präziser definieren.

• SYNCHRONIZE™

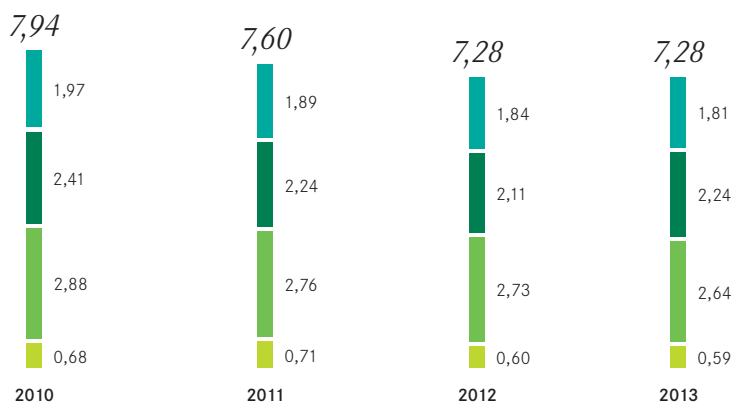
Synchronize™ ist ein neuartiges, integriertes Supply Chain Management. Mit dieser Symrise Initiative optimieren wir in enger Zusammenarbeit mit unseren Kunden und Lieferanten unsere gesamte Wertschöpfungskette von der Rohstoffbeschaffung bis zum Endprodukt beim Kunden. Dabei stehen eine bedarfsorientierte Lieferung, Produktivitätssteigerung bei optimiertem Ressourceneinsatz und Synchronisierung von Prozessen im Mittelpunkt.

66 %

Wir arbeiten kontinuierlich daran, die Erhebung unserer Scope 3 Emissionen zu verbessern. So erfassen wir aktuell bereits die Emissionen von rund 66 % unseres Rohstoffportfolios.

ENERGIEVERBRAUCH GESAMT in Gigajoule pro Tonne Produkt

● Dampf ● Gas ● Heizöl ● Elektrizität



EMISSIONEN

Seit 2006 erfassen wir systematisch unsere Treibhausgasemissionen und berichten gemäß Scope 1 (direkte Emissionen) und Scope 2 (indirekte Emissionen) des GHG-Protokolls. ➔ 16 Auf dieser Basis haben wir uns Reduktionsziele gesetzt: Bis 2020 wollen wir den CO₂-Ausstoß pro Tonne Produkt um ein Drittel gegenüber dem Stand im Jahr 2010 senken. Bislang haben sich unsere CO₂-Emissionen pro Tonne Produkt im Vergleich zum Basisjahr 2010 um 9,3% verringert.

Während wir in den vergangenen Jahren im Hinblick auf unsere langfristigen Umweltziele gute Fortschritte erzielt haben, hat sich dieser Trend 2013 nur bedingt fortgesetzt. Zwar liegen wir aufgrund der positiven Dynamik in den Vorjahren nach wie vor im Toleranzbereich unseres langfristigen Zielkorridors. Jedoch konnten wir im vergangenen Jahr aufgrund einer Verschiebung unserer Kundennachfrage hin zu Produkten, deren Herstellung vergleichsweise energieintensiv ist, nur einen geringen Rückgang unserer relativen CO₂-Emissionen verzeichnen. Dies korrespondiert auch mit unserem Energieverbrauch (siehe Seite 87).

Im Jahr 2014 werden wir uns deshalb verstärkt darauf konzentrieren, unser dynamisches Wachstum in den korrespondierenden Anwendungsbereichen von seinen möglichen Umweltauswirkungen zu entkoppeln. So werden wir die Energiebilanz in Schwerpunktbereichen durch zusätzliche Maßnahmen noch weiter optimieren und im Rahmen der Total Productive Maintenance einen stärkeren Fokus auf die Reduzierung von Emissionen legen. Zur

weiteren Verbesserung der Umwelteffizienz unserer chemischen Produktion arbeiten wir zudem an einer Aufarbeitung von Nebenprodukten bestehender Prozesse.

Seit 2011 erheben wir auch unsere indirekten Emissionen gemäß Scope 3 des GHG-Protokolls. 2013 betrug der CO₂-Ausstoß 836.171 Tonnen. Wir arbeiten kontinuierlich daran, die Erhebung der Scope 3-Emissionen zu verbessern – z.B. durch die Erstellung eines Product Carbon Footprints. So erfassen wir aktuell bereits die Scope 3-Emissionen von rund zwei Dritteln unseres Rohstoffportfolios.

Darüber hinaus legen wir seit 2006 unsere Treibhausgasemissionen dem Carbon Disclosure Project (CDP) offen. Nachdem wir unsere Bewertung in den vergangenen Jahren stetig verbessern konnten, ist unser Wert im Transparenzindex dieses Jahr leicht auf 81 Punkte gesunken. Unsere CO₂-Performance wurde dabei gleichbleibend mit einem B eingestuft (Bewertung von A-E). Auch wenn wir damit noch immer ein gutes Ergebnis vorweisen können, ist das Ergebnis für uns zusätzlicher Ansporn, die CO₂-Reduktion weiter voranzutreiben. ➔ 17

ENERGIE

Fast jeder unserer Herstellungsprozesse ist auf den Einsatz von Energie angewiesen. Daher ist eine effiziente Energienutzung für uns von strategischer Bedeutung. Wir wollen unsere Produktionsanlagen und -prozesse effizient betreiben und unseren

Energieverbrauch bis 2020 pro Tonne Produkt um ein Drittel gegenüber dem Stand im Jahr 2010 verringern. Wie auch bezüglich unserer CO₂-Emissionen konnten wir im Jahr 2013 den Energieverbrauch pro Produkt nur marginal reduzieren. Grund ist eine Verschiebung der Nachfrage hin zu Produkten, deren Herstellung mehr Energie bedarf (siehe auch Seite 86). Gegenüber dem Basisjahr 2010 haben wir jedoch bereits eine Energieeinsparung von 9,1% erzielen können. ➔ 18

Weiter wollen wir weniger fossile Brennstoffe einsetzen und dafür den Anteil an erneuerbarer Energie sukzessive erhöhen. Bereits 17% unseres Stroms kommen aus regenerativen Energiequellen. Außerdem bereiten wir Produktionsabfälle für eine thermische Verwertung auf und haben 2013 dadurch etwa 2.744 Tonnen Heizöl eingespart. Ein großer Teil unseres Energieverbrauchs entsteht – bedingt durch das hohe Produktionsvolumen – an unserem Hauptsitz in Holzminden. Unser Tochterunternehmen TESIUM hat daher bereits 2012 Konzepte entwickelt, um unsere Energieversorgung dort grundlegend umzubauen. Durch diesen Schritt sollen die Abhängigkeit von fossilen Brennstoffen reduziert, die Energieeffizienz gesteigert und unsere CO₂-Emissionen spürbar gesenkt werden. Im Jahr 2013 haben wir erste Machbarkeitsstudien durchgeführt und unsere Pläne weiter konkretisiert.

WASSER, ABWASSER UND ABFALL

Wir verpflichten uns zu einem schonenden Umgang mit der wertvollen Ressource Wasser: Bis 2020 will Symrise sowohl seinen Wasserverbrauch als auch seine Abwasseremissionen pro Tonne Produkt weltweit um ein Drittel senken. Im Jahr 2013 verbrauchten wir 9,72 Kubikmeter Wasser pro Tonne Produkt. Damit ist unser Wasserverbrauch im Vergleich zum Basisjahr 2010 um 8,3% gesunken. ➔ 19 Unser Abwasserausstoß hat sich 2013 mit 8,81 Kubikmeter pro Tonne Produkt im Vergleich zu 2010 um 12,3% reduziert. ➔ 20 Das meiste Wasser verbrauchen wir an unserem Standort in Holzminden.

Einige Standorte befinden sich in Gebieten, die aktuell oder zukünftig mit Wasserknappheit konfrontiert sind. Insbesondere dort wollen wir den Wasserverbrauch mithilfe einer Reihe initiiert Programme weiter senken und eine bessere Abwasserbehandlung

erreichen. Um jeden einzelnen Mitarbeiter zu einem effizienten Umgang mit Wasser zu schulen, begannen wir an Standorten wie in Brasilien, Kolumbien oder Singapur mit Sensibilisierungs- und Maßnahmentrainings. Wenn möglich, nutzen wir Wasser in unserer Produktion mehrfach, indem wir es wieder aufbereiten.

Unser Abfallmanagement umfasst die Vermeidung von Abfällen, die thermische Verwertung von Abfällen zur Energiegewinnung, die Wiederverwertung von Abfällen und das Recycling. 2013 haben wir unser Abfallvolumen um 16,9% pro Tonne Produkt im Vergleich zu 2010 reduziert und nähern uns damit dem Ziel, 33% weniger Abfall bis 2020 zu produzieren. Wesentliche Freisetzungen von Chemikalien, Ölen oder Abfällen in die Umwelt sind im Berichtszeitraum nicht aufgetreten. ➔ 21

ARTENVIELFALT

Die Natur ist für Symrise eine unersetzlich wertvolle Quelle natürlicher Rohstoffe. Wir analysieren daher konsequent unsere Einflüsse auf die Artenvielfalt, um eine langfristige Verfügbarkeit von natürlichen Ressourcen sicherzustellen. So haben wir 2011 und 2012 an einem Biodiversity-Check durch den Global Nature Fund und die Unternehmensberatung dokeo teilgenommen. Der Check nimmt die Wechselwirkungen zwischen Biodiversität und der eigenen Geschäftstätigkeit unter die Lupe und leitet daraus Chancen und Risiken entlang des Produktlebenszyklus ab. Wie die Ergebnisse zeigen, hat Symrise die Bedeutung des Themas erkannt und zeichnet sich durch Engagement, klare Zuständigkeiten und regelmäßige Materialitätsanalysen aus. Handlungsbedarf sehen wir allerdings in einer systematischeren Erfassung der direkten und indirekten Einflüsse auf die Biodiversität, die auch die Entwicklung konkreter Indikatoren zur Wirkungsmessung vorsieht. Diese Ergebnisse fließen in unsere Strategie und in die Entwicklung geeigneter Maßnahmen ein, damit wir unsere Einflüsse an wesentlichen Standorten innerhalb und außerhalb von Schutzgebieten besser analysieren können. ➔ 22 Weiter wollen wir unsere Kooperationen mit wissenschaftlichen und gesellschaftlichen Akteuren ausweiten und unsere Mitarbeiter stärker einbeziehen.

Zahlreiche Initiativen aus aller Welt belegen, wie wir unsere Selbstverpflichtung zu einer nachhaltigen Unternehmensführung jeden Tag mit Leben füllen. Informieren Sie sich auf www.symrise.com/de/nachhaltigkeit über unsere Fortschritte.

Um **12,3 %** konnten wir unseren Abwasserausstoß pro Produkt seit 2010 senken. Der chemische Sauerstoffbedarf (CSB) ging im gleichen Zeitraum um **24,9 %** zurück.

WELTWEITE MITARBEITERFLUKTUATION
in %



Mitarbeiter

*Eine verantwortungsvolle Personalpolitik ist Teil unserer Unternehmenskultur:
Sie vermittelt Ziele und schafft gemeinsam gelebte Werte. Dazu gehören Qualifikation
und Weiterbildung unserer Mitarbeiter genauso wie die Förderung von Vielfalt in
der Belegschaft und die Vereinbarkeit von Berufs- und Privatleben.*

Insbesondere auf ein Ergebnis unserer Mitarbeiterbefragung von 2012 dürfen wir besonders stolz sein: Symrise Deutschland gehört landesweit zu den Top 15% der beliebtesten Arbeitgeber bezüglich der Zufriedenheit und Motivation der Mitarbeiter. Auch unsere Fluktuationsquote ist mit 4,4% weltweit erfreulich gering – ein weiteres Indiz dafür, dass sich unsere Mitarbeiter im Unternehmen wohl fühlen. ➔ 23 Die ermittelten Meinungen zeigen aber auch, worin wir noch besser werden können: So wünschen sich unsere Mitarbeiter insbesondere mehr Entwicklungs- und

Karrierperspektiven. Darüber hinaus spielt der Einklang von Beruf und Familie für viele eine immer wichtigere Rolle. Angesichts dieser Ergebnisse haben wir im vergangenen Jahr an den von den Mitarbeitern genannten Entwicklungsthemen gearbeitet – und vielfältige Maßnahmen eingeleitet. Personalpolitische Schwerpunkte waren 2013 dementsprechend die Nachfolgeplanung, die Förderung von Führungskräften sowie Symrise als familienorientierter Arbeitgeber.

GRUNDSÄTZE DER PERSONALPOLITIK

Unser Integriertes Managementsystem beruht auf den Vorgaben der konzernweit verbindlichen Norm Social Accountability 8000 (SA 8000). Diese basiert auf den Konventionen der International Labour Organisation (ILO), der Universal Declaration of Human Rights sowie der UN Konvention für Kinderrechte. Humane Arbeitspraktiken, eine menschenwürdige Beschäftigung und die Berücksichtigung sozialer Aspekte der Beschäftigung sind Grundlagen für unser Handeln an jedem Standort. Die Missachtung von Arbeitnehmerrechten oder von Bestimmungen zur Arbeitssicherheit ist in jeder Form illegal und wird bei Symrise keinesfalls toleriert. Wir garantieren eine Vergütung, die mindestens dem gesetzlichen oder tariflichen Lohnniveau der Industrie entspricht. Der faire Umgang mit den Interessen unserer Mitarbeiter bedeutet auch, dass wir uns in unserer Vergütungspolitik an kollektiven Vereinbarungen für unseren Industriebereich orientieren.

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. 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% im Tarifbereich. 2013 gab es keine Streiks im Unternehmen. ➔ 24

VERGÜTUNG

Flexible und leistungsgerechte Vergütungssysteme sind wesentlicher Bestandteil einer modernen Vergütungspolitik und erhöhen die Attraktivität des Unternehmens als Arbeitgeber. Bei Symrise in Deutschland bestehen seit 2010 transparente Vergütungsstrukturen in Form von Vergütungsbandbreiten, die Vorgesetzten und Mitarbeitern eine aktive Entwicklung ihrer Vergütung parallel zu ihrer beruflichen Weiterbildung ermöglichen. Diese Modelle wurden jetzt auch in Frankreich und in Asien eingeführt. Von Vorteil sind insbesondere die strukturierte und nachvollziehbare Vergütung und deren internationale Vergleichbarkeit. Darüber hinaus gilt für etwa 70 Führungskräfte mit globaler oder regionaler Ver-

antwortung ein gesonderter Global Performance Bonus Plan, mit dem wir gesetzte Unternehmensziele durch eine ergebnis- und leistungsorientierte, variable Vergütung erreichen wollen. Parallel arbeiten wir weltweit an weiteren Incentive- und Bonuskonzepten: Denn Leistung soll sich lohnen bei Symrise. ➔ 25

NACHWUCHS- UND MITARBEITERFÖRDERUNG

Aktuelle Studien belegen, dass 90% des erlernten Wissens im Beruf durch die praktische Anwendung oder über Kollegen und Führungskräfte vermittelt werden. Symrise verfolgt daher einen stark umsetzungsorientierten Ansatz bei der Personalentwicklung. Den Fokus legen wir dabei auf die Nachfolgeplanung: Für so genannte Schlüsselpositionen im Unternehmen, die für die Geschäftsentwicklung besonders relevant sind, werden systematisch potenzielle Nachfolger identifiziert und weiterentwickelt.

Unsere Weiterbildungsaktivitäten werden unter dem Dach der Symrise Academy gebündelt, das auf vier strategischen Säulen steht:

- die Flavoristen- und die Parfümeurs-Schule
- die technische/fachliche Weiterbildung der Mitarbeiter
- das Training des Vertriebspersonals
- die Förderung von Führungskräften

Unsere Flavoristen- und Parfümeurs-Schule ist international sehr erfolgreich. Jährlich schließen junge Mitarbeiter ihre Ausbildung als Junior-Flavorist oder -Parfümeur ab. Bereits seit 2009 bieten wir vielfältige Weiterbildungsmöglichkeiten für angelernte Mitarbeiter in der Produktion an, so zum Flavokanten, zum Prozesschemikanten und neuerdings zur Produktionsfachkraft Chemie und zum Fachlageristen. Weiterer fester Bestandteil unserer Weiterbildungslandschaft ist die Qualifizierung des Vertriebspersonals, z.B. durch High Performance Sales Trainings. In Zukunft werden wir unsere Nachwuchsführungskräfte gezielter fördern und haben dafür – neben regionalen Initiativen – das globale Programm „Symrise's Future Generation“ aufgesetzt: 20 bis 30 Talente werden ab 2014 auf Basis einer individuellen Potenzial-Analyse gezielt für Schlüsselpositionen ausgebildet. Erfahrene Führungskräfte begleiten den Führungsnachwuchs als Mentoren.

Symrise Akademie



Auch in die Ausbildung zukünftiger Fachkräfte haben wir verstärkt investiert und beispielsweise die Kapazitäten im Lehlabor für die Ausbildung des chemisch-technischen Personals erweitert. Zum 31. Dezember 2013 waren an unseren deutschen Standorten insgesamt 126 Auszubildende und Trainees beschäftigt. Das entspricht einer Ausbildungsquote von rund 2,1 %. Um junge Menschen für eine Ausbildung bei Symrise zu begeistern, beteiligen wir uns an zahlreichen Orientierungsmaßnahmen für Schüler wie der Ideen-Expo in Hannover oder an regionalen Berufsinformationstagen.

Weiter wollen wir auch die persönlichen Kompetenzen unserer Mitarbeiter im Sinne eines lebenslangen Lernens fördern und bieten ein vielseitiges Fortbildungsprogramm an: von Sicherheitstrainings über Sprachkurse bis hin zu Projektmanagement- und EDV-Kursen. Im Jahr 2012 hat Symrise mit den Sozialpartnern in Deutschland einen Weiterbildungstarifvertrag abgeschlossen, der die systematische Förderung der Mitarbeiter zusätzlich zu den bestehenden Initiativen voranbringen soll. Bei Symrise wenden wir jährlich weltweit rund 2,7 Mio. € für Trainings- und Personalentwicklungsmaßnahmen auf. Konkret wurden in Deutschland 2013 rund 600 interne wie externe Trainings organisiert, an denen 1.350 Mitarbeiter teilgenommen haben. Die durchschnittliche Dauer je Training belief sich auf rund 10 Stunden je Trainingsteilnehmer.

Der individuelle Weiterbildungsbedarf eines Mitarbeiters wird jährlich im Rahmen des Mitarbeitergesprächs besprochen. In diesem evaluieren Führungskräfte gemeinsam mit ihren Mitarbeitern die vorhandenen Kompetenzen, vereinbaren Ziele und legen geeignete Personalentwicklungsmaßnahmen fest.

WISSENSMANAGEMENT

Als global vernetztes und integriertes Unternehmen spielt Wissenstransfer eine wichtige Rolle für den Geschäftserfolg von Symrise. Auf einer Vielzahl von Plattformen können unsere rund 6.000 Mitarbeiter wichtige Informationen unkompliziert miteinander teilen. Im Jahr 2013 haben wir neue interne Kommuni-

kationssysteme entwickelt, die einen schnellen Austausch von Wissen untereinander ermöglichen – vor allem von geschäftsrelevanten Informationen in den Bereichen Marketing, Vertrieb und Forschung. Die Systeme sind webbasiert, interaktiv und dynamisch auf die Nutzer ausgerichtet.

VIelfALT UND CHANCENGLEICHHEIT

Vielfalt unter den Mitarbeitern bereichert Symrise dank verschiedener Sichtweisen, Kultureinflüsse und Erfahrungen. Wir schätzen die Vielfalt von Meinungen, die Geschlechtervielfalt, die multikulturelle Vielfalt sowie die soziale Vielfalt des Zusammenlebens von Menschen. Unsere Mitarbeiter sollen unabhängig von Geschlecht, sexueller Identität, Alter, Herkunft, Religion und Behinderung gleiche Chancen haben. Dabei gilt stets: Gleichberechtigung aufgrund gleicher Qualifikation. ➔ 26

Der überwiegende Teil unserer Mitarbeiter und Führungskräfte stammt aus dem jeweiligen Land der weltweiten Unternehmensstandorte von Symrise. Aber auch eine interkulturelle Vielfalt fördern wir gezielt mit Personalentwicklungsmaßnahmen. Bei unseren Diversity-Bemühungen achten wir besonders auf den Frauenanteil bei Symrise. ➔ 27 Weltweit sind 38,8 % unserer Mitarbeiter weiblich. Mit einem Anteil von 14 % sind Frauen im Top-Management mit Blick auf die Gesamtbelegschaft momentan noch unterrepräsentiert. Wir wollen das ändern und haben uns ein ambitioniertes Ziel gesetzt: Bis 2020 soll sich die Frauenquote im oberen Führungskreis weltweit auf 20 % erhöhen. Zum Top-Management zählen wir alle Mitarbeiter und Mitarbeiterinnen weltweit, die auf den ersten drei Führungsebenen tätig sind. Um mehr Frauen den Weg zu diesen Führungspositionen zu ebnet, setzen wir auf gezielte Anreize im Rahmen unseres Talent Managements und des Förderprogramms „Symrise’s Future Generation“.

Wir wollen ein Arbeitsumfeld schaffen, das unseren Mitarbeitern erlaubt, Beruf und Privatleben besser in Einklang zu bringen. Daher bietet Symrise seinen Mitarbeitern flexible Arbeitszeitmodelle, Teilzeitarbeit und Job Sharing. Allein in Deutschland können rund 92 % der Mitarbeiter ihre Arbeitszeit flexibel gestalten. Mitarbeiter,

FRAUENANTEIL IN FÜHRUNGSPPOSITIONEN BEI SYMRISSE WELTWEIT

	2011	Anteil	2012	Anteil	2013	Anteil
Frauenanteil an der Gesamtbelegschaft weltweit	2.214	39,7 %	2.298	39,6 %	2.369	38,8 %
Frauenanteil am Top-Management weltweit	6	11 %	7	12 %	8	14 %

Basis: Unbefristete und befristete Mitarbeiter, ohne Auszubildende; Stand jeweils zum 31. Dezember des Jahres.
Definition Top-Management: Alle Mitarbeiter und Mitarbeiterinnen weltweit, die auf den ersten drei Führungsebenen tätig sind.



Symrise will aktiv Vielfalt fördern. Deswegen hat sich das Unternehmen zum Ziel gesetzt, den Anteil von weiblichen Mitarbeitern im Top-Management weltweit bis 2020 auf 20 % zu steigern. Unser Anspruch dabei lautet stets: Gleichberechtigung aufgrund gleicher Qualifikation.

die bereits drei Jahre bei Symrise arbeiten, haben die Möglichkeit, sich 12 Monate für die Pflege ihrer Angehörigen freustellen zu lassen. Über die Elternzeit hinaus haben sie außerdem Anspruch auf eine zusätzliche betriebliche Elternzeit von bis zu einem Jahr. Weiter kooperieren wir am Stammsitz in Holzminden mit verschiedenen Kindertagesstätten für eine Kinderbetreuung vor Ort.

Für unsere familienorientierte Personalpolitik und Förderung von Karrieren weiblicher Mitarbeiter zeichnete uns 2013 das Bundesfamilienministerium aus: Im Ranking des Frauen-Karriere-Indexes erreichte Symrise einen Wert von 72 und gehört damit zum oberen Drittel der untersuchten Unternehmen. Neben der Würdigung unserer bisherigen Leistungen konnten wir durch dieses Benchmarking auch Verbesserungspotenziale erkennen. Als künftige Handlungsfelder identifizierten wir den zu erhöhenden Frauenanteil auf verschiedenen Führungsebenen sowie die weitere Flexibilisierung der Arbeitszeit. Die verliehene Auszeichnung ist für Symrise somit ein weiterer Ansporn, sich gezielt in diesen Bereichen weiterzuentwickeln.

ARBEITSSICHERHEIT UND GESUNDHEIT

Wir sind verpflichtet, unseren Mitarbeitern einen Arbeitsplatz ohne Gefährdung ihrer Sicherheit oder Gesundheit zu gewährleisten. Weltweit führen wir hierfür zahlreiche Programme zur Sicherheit am Arbeitsplatz durch. Konkrete Maßnahmen werden wegen unterschiedlicher Gegebenheiten an den Standorten eigenverantwortlich über entsprechende Systeme und Arbeitsgruppen gesteuert.

Die Durchführung regelmäßiger Arbeitssicherheitstrainings ist konzernweit verbindlich. Sollte es zu einem Unfall kommen, erarbeiten wir gemeinsam mit den Mitarbeitern der betroffenen Bereiche einen Maßnahmenplan, um künftig ähnliche Vorkommnisse zu vermeiden. Nach einem leichten Anstieg sowohl der Unfallhäufigkeit als auch -schwere im Jahr 2012 haben wir eine eigene Task-Force für eine genaue Analyse der Unfälle und für die Erarbeitung von Gegenmaßnahmen aufgesetzt. Der Anstieg der Unfallhäufigkeit konnte mit diesen Maßnahmen gestoppt werden, die Zahl der unfallbedingten Ausfalltage wurde nahezu halbiert (minus 48 %). ➡ 28 Seit 2012 ist unser Unternehmen am Standort Holzminden bezüglich des Arbeitsschutzes erfolgreich nach OHSAS 18001 zertifiziert.

Neben der Arbeitssicherheit ist auch die Gesundheitsvorsorge durch das betriebliche Gesundheitsmanagement ein zentrales Element unserer Personalpolitik. An fast allen Standorten rund um den Globus bieten wir unseren Mitarbeitern vielfältige Angebote und Aktionen zur Gesundheitsförderung an. Das Spektrum reicht von kostenlosen Gripeschutzimpfungen und regelmäßigen Vorsorgeuntersuchungen über interne und externe Sport- und Wellnessangebote oder Beratungsleistungen bis hin zu medizinisch abgestimmten Wiedereingliederungen nach längerer Krankheit.

Wir legen viel Wert auf das „Betriebliche Gesundheitsmanagement“ und haben uns hier mit den betrieblichen Sozialpartnern auf ein Programm verständigt, das Weiterbildungen und Vortragsveranstaltungen umfasst. Zur Erkennung und Minimierung ergonomischer Belastungen wurden Gesundheitszirkel in Schwerpunktbereichen eingerichtet und Arbeitsplätze systematisch auf Schwachstellen analysiert. Darüber hinaus richtet Symrise regelmäßig Gesundheitstage aus zu Schwerpunktthemen wie gesunde Ernährung oder Stressmanagement. Bei der Schulung von Führungskräften wird auch das Thema Sucht und Suchtprävention behandelt.

Zahlreiche Initiativen aus aller Welt belegen, wie wir unsere Selbstverpflichtung zu einer nachhaltigen Unternehmensführung jeden Tag mit Leben füllen. Informieren Sie sich auf www.symrise.com/de/nachhaltigkeit über unsere Fortschritte.



Gesellschaft

Vertrauen ist die wichtigste Basis für unsere Geschäftstätigkeit. Symrise ist sich dessen bewusst und nimmt seine gesellschaftliche Verantwortung wahr: An unseren Standorten weltweit engagieren wir uns gezielt für das Wohl der Gemeinschaft, in der wir leben und arbeiten.

Unser Leitsatz für gesellschaftliches Engagement „Because we care“ verdeutlicht: Symrise versteht sich als verantwortungsbewusstes Mitglied der Gesellschaft. Wir wollen von unserem Umfeld als aktiver Partner geschätzt und akzeptiert werden. Deswegen setzt Symrise auf das Konzept des Shared Value: Wenn wir die Anforderungen verschiedener Anspruchsgruppen auf allen Wertschöpfungsstufen berücksichtigen und neben unmittelbaren wirtschaftlichen Vorteilen auch einen positiven Einfluss auf die Gesellschaft ausüben, schaffen wir Werte für alle. Und das sichert den langfristigen Erfolg unseres Unternehmens.

PARTNERSCHAFTLICHES MITEINANDER

Damit wir verstehen, wie sich unsere Geschäftstätigkeit auf unser unmittelbares Umfeld auswirkt, steht Symrise an seinen mehr als 30 Standorten im Austausch mit den Gemeinden und Anwohnern. ➔ 29 Eine Nachbarschaftszeitung dient uns beispielsweise am Standort unserer Konzernzentrale in Holzminden dazu, Anwohner über unsere Aktivitäten zu informieren. Eine partnerschaftliche Beziehung wollen wir auch mit unseren internationalen Standortgemeinden aufbauen: Insbesondere in Brasilien, Deutschland und Madagaskar, unseren Hauptbezugsländern für Zitrusfrüchte,

Gemüse und Vanille, treiben wir nicht nur Handel, sondern unterstützen und fördern gezielt die lokalen Wirtschaftsstrukturen.

CORPORATE VOLUNTEERING

Unsere Mitarbeiter aus der lokalen Umgebung sind das wichtigste Bindeglied zu den Gemeinden unserer Standorte. Der Anteil lokaler Führungskräfte beträgt über 90 %. Viele Anstöße für gemeinnützige Projekte kommen von unseren Beschäftigten. Ihr Engagement unterstützen wir sowohl in materieller wie auch in finanzieller Hinsicht. Es ist unser Ziel, dass jeder Mitarbeiter zur Nachhaltigkeit unseres Unternehmens und unserer Geschäftstätigkeit beiträgt. Zur Verfestigung unserer unternehmerischen Verantwortung wurde daher ein weltweites Mitarbeiternetzwerk freiwilliger Nachhaltigkeitsbotschafter initiiert. Gemeinsam sollen sie zu noch mehr sozialem Engagement begeistern – zum Beispiel durch Workshops und gezielte Sensibilisierungsmaßnahmen.

Bestehende Freiwilligeninitiativen an fast allen Symrise Standorten zeugen von einer hohen Bereitschaft unserer Beschäftigten, sich in sozialen Projekten einzubringen. In Indien haben sich beispielsweise mehrere Symrise Mitarbeiter zusammengetan und organisieren Blutspendenaktionen, beteiligen sich an Müllsammel-Projekten oder setzen sich für Obdachlose ein. Auch die 13 Mitglieder des „Symlive-Teams“ in Brasilien wollen vor Ort zu gelebter Nachhaltigkeit inspirieren. Und in Frankreich organisierte das „Care-Team“ im November 2013 einen so genannten Solidaritätsnachmittag, an dem sich ihre Kollegen bei verschiedenen sozialen Initiativen einbringen konnten. Mehr Informationen zum vielfältigen freiwilligen Engagement unserer Mitarbeiter finden Sie online: ➔ 30

SPENDEN UND SPONSORING

Themen wie Ernährung, Hygiene, Hautschutz, Pflege und Wohlbefinden sind für unser Unternehmen ebenso grundlegend wie für die Gesellschaft. Deshalb fördern wir über unsere Geschäftstätigkeit hinaus Organisationen, Institutionen und Projekte, die einen gemeinnützigen Beitrag in diesen Bereichen leisten. Um sicherzustellen, dass wir damit einen Mehrwert schaffen, führen wir Bedarfsanalysen durch, bevor wir größere Projekte fördern. Unsere weltweiten Spenden- und Sponsoring-Aktivitäten werden zentral koordiniert, jedoch von unseren Gesellschaften vor Ort eigenständig entschieden und umgesetzt. Mit einer Spenden- und Sponsoring-Richtlinie stellen wir sicher, dass Mittel weltweit nach einheitlichen Grundsätzen entsprechend unserer Unternehmensstrategie vergeben werden. Die korrekte Vergabe gemäß dieser Richtlinie und dem Symrise Verhaltenskodex über-

prüft die interne Revision mit regelmäßig stattfindenden Audits. Politiker oder politische Parteien erhalten von Symrise keine Zuwendungen.

Indem wir wissenschaftlichen Fortschritt unterstützen und Menschen den Zugang zu Bildung ermöglichen, investieren wir in die Zukunft. Wir fördern Kindergärten, Schulen, Universitäten und andere gemeinnützige Institutionen in Aus- und Weiterbildung sowie Forschung. Voraussetzung ist, dass das zu fördernde Projekt einen lokalen Bezug zu einem unserer Standorte oder eine inhaltliche Nähe zu unserer Geschäftstätigkeit aufweist.

Wir bevorzugen thematisch die Förderung von Projekten, bei denen wir unsere Expertise gut einbringen können. So unterstützen wir das Projekt „Grow with me“ in Cleveland, USA, das Kindern mit einem Lehrgarten ein besseres Verständnis für gesunde Ernährung vermittelt. In Brasilien kooperieren wir mit der Dorina Nowill Foundation, die sich für die Inklusion sehbehinderter Menschen einsetzt: Unter anderem stellen wir Trainingsmaterialien für Weiterbildungen im Bereich der Duftbranche bereit. Weiter bietet das Bildungsprojekt der brasilianischen NGO Beleza & Cidania mit unserer Hilfe Menschen mit niedrigem Einkommen kostengünstige Weiterbildungen im Bereich Körperpflege an. Auf Madagaskar profitieren mittlerweile weit über 10.000 Menschen in den Gemeinden, aus denen wir Vanille beziehen, von unserer Unterstützung in den Bereichen Gesundheit, Ernährung und Bildung. Und auf den Philippinen fördern wir mit einem Stipendienprogramm Schüler aus einkommensschwachen Familien.

Als Experte in Sachen UV-Schutz setzt sich Symrise auch für Kinder ein, die an der so genannten Mondscheinkrankheit leiden – ein Gendefekt, bei dem durch UVA- und UVB-Strahlen entstehende Schäden nicht repariert werden können. So haben wir zur Erforschung möglicher Heilansätze ein Dreijahres-Stipendium am Leibniz-Institut für Umweltmedizinische Forschung (IUF) in Düsseldorf vergeben. Daneben engagiert sich Symrise für erkrankte Kinder und ihre Familien und lud die kleinen Patienten beispielsweise zu einem Nacht-Workshop in Paris ein.

Insgesamt haben wir 2013 konzernweit mehr als 800.000 € in das Gemeinwesen investiert. Dieser Wert schließt soziale Projekte, Spenden und Sponsorings ein. Einen ausführlichen Überblick zu unserem vielfältigen gesellschaftlichen Engagement finden Sie online: ➔ 31

Zahlreiche Initiativen aus aller Welt belegen, wie wir unsere Selbstverpflichtung zu einer nachhaltigen Unternehmensführung jeden Tag mit Leben füllen. Informieren Sie sich auf www.symrise.com/de/nachhaltigkeit über unsere Fortschritte.

Auszeichnungen

PWC Supply Chain Excellence Award

Mit unserer nachhaltigen Vanille-Beschaffung schafften wir es unter die vier Finalisten für den Supply Chain Management Award. Von der Schote bis zum Produkt beim Kunden zeigt Symrise volle Transparenz und schafft Mehrwert für alle Anspruchsgruppen in der Vanille-Wertschöpfungskette.

Vielfacher Erfolg für Symrise Life Essentials

Auf der in-cosmetics 2013 wurden die Leistungen von Symrise gleich fünffach gewürdigt: SymHair™ Force 1631 erhielt in der Innovation Zone einen Best Ingredient Award in Silber. Dr. Klaus Stanzl, President Life Essentials bei Symrise, wurde für sein Lebenswerk geehrt. Und auch bei den BSB Awards konnte Symrise überzeugen: SymFit® nat 1750 gewann einen ersten Preis und Sym3D® sowie SymBronze® 1659 jeweils einen zweiten Preis.

Frauen- Karriere-Index

Symrise gehört gemäß des Frauen-Karriere-Index mit einem Indexwert von 72 zum oberen Drittel der teilnehmenden Unternehmen in Deutschland, die Arbeitsbedingungen für Frauen aktiv gestalten. Der FKI ist eine Initiative des Bundesfamilienministeriums.



FIE Excellence Award

Im Rahmen der Food Ingredients Europe 2013, der größten Branchenmesse Europas, konnte sich Symrise gegen namhafte Konkurrenz durchsetzen: Das Unternehmen wurde für sein nachhaltiges Vanille-Engagement auf Madagaskar mit dem FIE Excellence Award in der Kategorie Nachhaltigkeitsinitiative ausgezeichnet.

Industrial Merit Award Mexiko

Am Standort Monterrey, Mexiko, wurde unser Unternehmen mit dem Industrial Merit Award dafür gewürdigt, dass es seit sieben Jahrzehnten ein verlässlicher Arbeitgeber in der Region ist.



Grünes Unternehmen

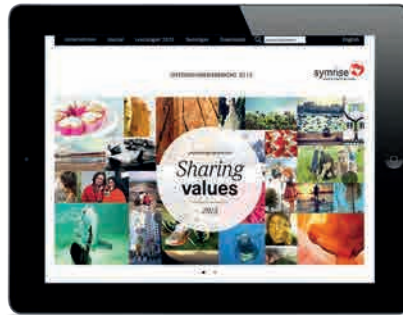
Die DQS hat Symrise als „Green Company“ zertifiziert. Das Gütesiegel bestätigt eine hohe Transparenz und Nachvollziehbarkeit unternehmensinterner Prozesse in Bezug auf Produkte, Dienstleistungen und ökologische Standards.

International Microentrepreneurship Awards

Zwei Kleinunternehmer aus von Symrise unterstützen Projekten erhielten den International Microentrepreneurship Award der französischen Stiftung PlaNet Finance: Marie-Claire Tombozandry aus Madagaskar (Projekt: Mikrokrankenversicherung) und Fatimata Abdulai aus Ghana (Projekt: Shea Butter).

SEPAWA Innovation Award

Das kosmetische Multitalent SymSave® H erhielt in diesem Jahr den zum ersten Mal verliehenen SEPAWA INNOVATION Award. SymSave® H wirkt sowohl antioxidativ als auch hautberuhigend. Zudem verstärkt es die Wirkung von Konservierungsmitteln in kosmetischen Formulierungen.



Onlinebericht

*Diese Printpublikation ist eine gekürzte Version.
Der vollständige Bericht ist ab sofort im Web unter ub2013.symrise.de verfügbar.*



Über diesen Bericht

Der vorliegende Unternehmensbericht 2013 bietet eine ganzheitliche Darstellung der Leistungen von Symrise im Jahr 2013 – in wirtschaftlicher Hinsicht wie auch unter Gesichtspunkten der Nachhaltigkeit. Seit 2006 berichten wir jährlich über unsere Nachhaltigkeitsaktivitäten. Der Finanzbericht 2013, der den vollständigen Konzernabschluss, den Konzernlagebericht und alle weiteren gesetzlich vorgeschriebenen Elemente enthält, ist diesem Unternehmensbericht beigelegt oder kann unter www.symrise.com/de/investoren 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.

Der Symrise Unternehmensbericht 2013 wurde zeitgleich mit dem Finanzbericht 2013 am 10. März 2014 veröffentlicht. Beide Berichte sind in deutscher und englischer Sprache verfügbar. Die Umweltdaten im Unternehmensbericht beziehen sich ausschließlich auf die Produktionsstandorte. Sämtliche andere Daten, sofern nicht anders vermerkt, 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 2014 ist im März 2015. Auf www.symrise.com finden sich zusätzliche Informationen über die Aktivitäten unseres Unternehmens.

GRI-Bestätigungsvermerk

Der Unternehmensbericht 2013 wurde in Übereinstimmung mit den G3 Leitlinien der Global Reporting Initiative (GRI) erstellt und erfüllt nachweislich das höchste Berichtsniveau A. Der GRI-Bestätigungsvermerk kann online unter ub2013.symrise.de eingesehen werden.



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-Stefan Andres, Münster

FOTOGRAFIE

Marcus Pietrek, Düsseldorf
Samuel He, Singapur
Stefan Falke, New York
Santhosh Photography, Chennai
Ruben Arrieta, Mexiko
Danny Santos, Singapur

DRUCK

Westdeutsche Verlags- und Druckerei GmbH,
Mörfelden-Walldorf

VERÖFFENTLICHUNGSDATUM

DIESES BERICHTS

10. März 2014

SYMRISE IM INTERNET

www.symrise.com/de
www.symrise.com/de/nachhaltigkeit
www.symrise.com/de/investoren
ub2013.symrise.de

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 verbunden 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 zum Beispiel 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.

Finanzkalender

10. MÄRZ 2014

Unternehmens- und Finanzbericht 2013

6. MAI 2014

Zwischenbericht 1. Quartal 2014

14. MAI 2014

Hauptversammlung

7. AUGUST 2014

Zwischenbericht 2. Quartal 2014

4. NOVEMBER 2014

Zwischenbericht 3. Quartal 2014



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



