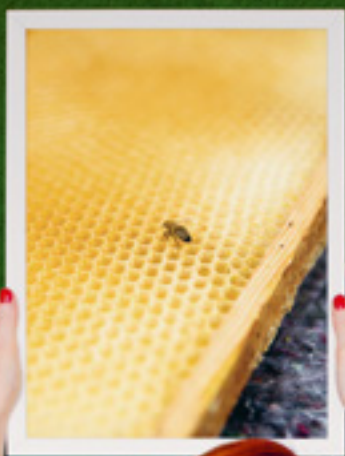


always
inspiring more...

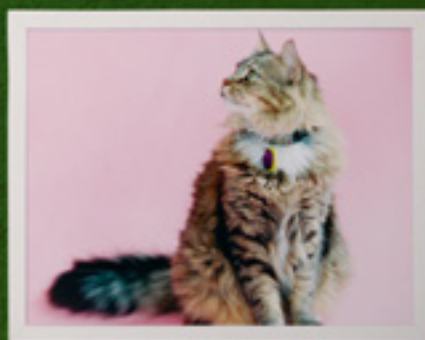
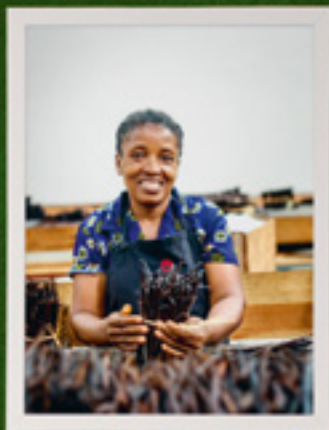
symrise 



SHARING VALUES

erfolgreich anders

UNTERNEHMENSBERICHT 2016



Konzernkennzahlen

		2012	2013	2014	2015	2016
Geschäft						
Umsatz	in Mio. €	1.734,9	1.830,4	2.120,1	2.601,7	2.903,2
EBITDA ¹	in Mio. €	338,9	373,1	464,5	572,2	625,2
EBITDA-Marge ¹	in %	19,5	20,4	21,9	22,0	21,5
EBIT ¹	in Mio. €	252,6	283,1	337,9	395,2	423,3
EBIT-Marge ¹	in %	14,6	15,5	15,9	15,2	14,6
Jahresüberschuss ¹	in Mio. €	157,5	172,3	211,6	246,8	265,9
Bilanzsumme (31.12.)	in Mio. €	2.150,2 ²	2.210,4	3.999,8	4.183,8	4.752,8
Eigenkapitalquote (31.12.)	in %	40,9 ²	43,0	35,8	38,0	36,4
Investitionen (ohne M & A)	in Mio. €	70,3	70,7	101,3	147,2	168,4
Nettoverschuldung (inkl. Rückstellungen für Pensionen und ähnliche Verpflichtungen)/EBITDA (31.12.) ¹	Verhältnisgröße	2,4 ²	2,0	3,2	2,8	3,1
Forschungs- und Entwicklungsaufwendungen ¹	in Mio. €	113,8	127,0	138,9	169,6	186,0
Operativer Cashflow	in Mio. €	219,5	274,8	343,2	375,2	338,8
Kapitalmarkt						
Ausgegebene Aktien zum Bilanzstichtag	in Mio. Stück	118,2	118,2	129,8	129,8	129,8
Kurs zum Geschäftsjahresende (Xetra® Schlusskurs)	in €	27,12	33,50	50,13	61,33	57,83
Marktkapitalisierung zum Geschäftsjahresende	in Mio. €	3.204,9	3.958,8	6.507,5	7.961,4	7.507,1
Ergebnis je Aktie ¹	in €	1,33	1,46	1,69	1,90	2,05
Dividende je Aktie	in €	0,65	0,70	0,75	0,80	0,85 ³
Umwelt						
Kohlendioxidemissionen (Scope 1 und 2) ^{4, 5}	in t	240,51	226,00	201,76	243,04	230,05
Chemischer Sauerstoffbedarf (CSB) im Abwasser ^{4, 5}	in t	5,73	5,68	4,96	5,21	4,31
Sensitive Abfälle ^{4, 5}	in t	16,51	14,99	15,90	14,20	14,34
Mitarbeiter						
Mitarbeiter (31.12.)	FTE ⁶	5.669	5.959	8.160	8.301	8.944
Fluktuationsrate	in %	5,3	4,4	4,8	5,1	4,8
Unfallhäufigkeit	MAQ ⁷	5,3	5,3	4,8	3,9	3,8

1 Zahlen für 2014 und 2016 bereinigt um Transaktions-, Integrationskosten sowie einmalige Bewertungseffekte im Zusammenhang mit Unternehmenskäufen

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

3 Vorschlag

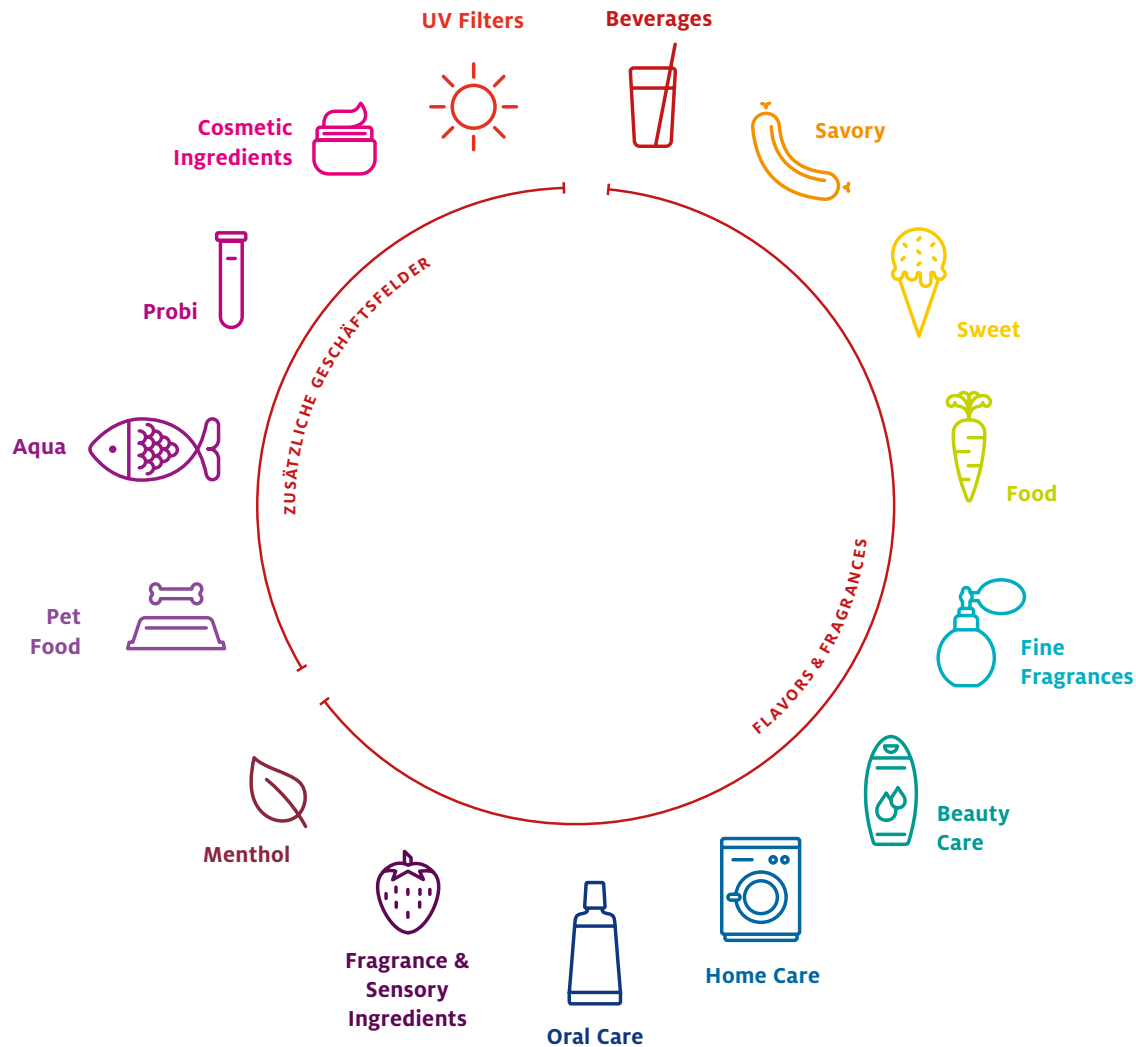
4 pro Mio. € Wertschöpfung; Werte für 2015 und 2016 einschließlich Diana und ohne Renaissance

5 2014 haben wir die Berechnungsgrundlage unserer Verbrauchs- und Emissionswerte neu definiert: Wir erfassen diese Daten nun nicht mehr pro Tonne Produkt, sondern pro Mio. € Wertschöpfung. Die Werte der Vorjahre wurden entsprechend adjustiert. Der grundlegende Trend bleibt unverändert.

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

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

Unsere Produktwelt



Immer schon schaffen wir bei Symrise begeisternde Geschmacks- und Dufterlebnisse – das ist der Kern unseres täglichen Tuns. Mit Engagement und Hingabe entwickeln wir die bestmöglichen Konzepte für die Produkte unserer Kunden. Damit die Konsumenten weltweit mit besonderer Freude auch die alltäglichsten Dinge genießen können, die vielfach auch gesundheitsfördernde oder pflegende Eigenschaften besitzen.

Symrise ist anders: Wir betreten bewusst immer wieder Neuland, um mit unternehmerischem Schwung und Kreativität zusätzliche Geschäftspotenziale zu erschließen. Dabei gehen wir weiter als andere. Das macht den Unterschied. Der Erfolg gibt uns recht. So erfüllen wir unseren Anspruch „always inspiring more...“ jeden Tag aufs Neue.

Symrise gehört zu den weltweit erfolgreichsten Herstellern von Duft- und Geschmacksstoffen. Zugleich suchen wir seit jeher nach neuen Betätigungsfeldern und Märkten, in die wir unsere Stärken einbringen können – darin unterscheiden wir uns von unseren Wettbewerbern. Auf kosmetische Grund- und Wirkstoffe, funktionale Inhaltsstoffe, Heimtier-nahrung, Aquakulturen oder Probiotika entfällt bereits ein Drittel unseres Geschäfts. Indem wir permanent neue Wege beschreiten, erweitern wir unseren Kundenkreis, erhöhen den Kundennutzen, treiben unseren wirtschaftlichen Erfolg voran und steigern unsere Nachhaltigkeitsleistung.



02

Magazin

- S. 18** Der Duft der Wälder
- S. 28** Partnerschaft für beste Produkte
- S. 30** Strategie: Dr. Heinz-Jürgen Bertram im Interview
- S. 36** Beste Bananen für Babys
- S. 46** Von Bienen und Biodiversität
- S. 54** Aus der Vielfalt der Natur
- S. 59** WASH in School
- S. 60** Düfte für die Welt
- S. 64** Social Petwork
- S. 66** Personal: Dr. Iñigo Natzel im Interview
- S. 70** Awards 2016

Inhalt

01

Unser Unternehmen

- S. 04** Editorial des Global Management Committee
- S. 05** Das Global Management Committee von Symrise
- S. 06** Unsere Werte, Ziele, Verantwortung
- S. 08** Unser Unternehmen
- S. 09** Wie wir Werte für alle schaffen
- S. 14** Erfolgsbilanz 2016 – Ziele 2020
- S. 16** Unsere Highlights 2016



Diese Printpublikation ist eine gekürzte Version. Der Onlinebericht mit vielfältigen Zusatzinformationen ist im Web unter ub2016.symrise.de verfügbar.

03

Aus der Nachhaltigkeitsbilanz

- S. 75** Nachhaltige Wertschöpfung
- S. 76** Integriertes Nachhaltigkeitsmanagement
- S. 78** Ziele und Management der wesentlichen Themen

04

Aus dem Konzernlagebericht & aus dem Konzernabschluss

- S. 89** Überblick zum Geschäftsjahr 2016
- S. 89** Grundlagen des Symrise Konzerns
- S. 101** Wirtschaftsbericht
- S. 112** Gesamtaussage zur wirtschaftlichen Lage
- S. 112** Prognosebericht
- S. 112** Erklärung zur Unternehmensführung
- S. 113** Konzerngewinn- und -verlustrechnung mit separater Darstellung der Sondereffekte des Geschäftsjahres 2016
- S. 114** Konzernbilanz



Liebe Leser, liebe Freunde von Symrise,

„man kann niemanden überholen, wenn man in seine Fußstapfen tritt“. Davon war der französische Filmregisseur François Truffaut überzeugt, der bei seiner Arbeit vielfach neue Wege beschritt. „Erfolgreich anders“ – das Motto unseres Unternehmensberichts 2016 – greift diesen Gedanken auf. Symrise gehört zu den erfolgreichsten Unternehmen der Branche, weil wir bereit sind, über die klassischen Bereiche der Aromen und Düfte hinaus nach neuen Betätigungsfeldern und Märkten zu suchen, in die wir unsere Stärken einbringen können. So sind wir in den vergangenen Jahren doppelt so schnell gewachsen wie der für uns relevante Markt. Einerseits bauen wir unsere angestammten Geschäftsfelder mit Innovationen und neuen Produkten aus. Andererseits haben wir uns durch Unternehmenskäufe verstärkt, die auch unser Portfolio und unsere Struktur entscheidend verändert haben.

Dass Symrise häufig anders an die Dinge herangeht, beleuchten die Beiträge unseres Magazins: Wie wir aus natürlichen Reststoffen auf nachhaltige Weise Duft-Moleküle gewinnen (siehe Seite 18). Warum unsere Mitarbeiter Bananen-Plantagen in Ecuador besuchen (siehe Seite 36). Oder wieso Symrise eine eigene Bienenzucht unterhält (siehe Seite 46).

Das Streben nach wirtschaftlichem Erfolg treibt uns an. Die Ergebnisse des Geschäftsjahres 2016 präsentiert die Kurzfassung von Konzernlagebericht und -abschluss. Nachhaltiges Wirtschaften ist integraler Bestandteil unserer Unternehmensstrategie und unseres Geschäftsmodells, das wir umfassend in einem eigens für diesen Bericht entwickelten Input-Output-Modell ab Seite 9 darstellen. Als Unterzeichner des Global Compacts der Vereinten Nationen unterstützen wir aktiv die dort niedergelegten Prinzipien verantwortungsvollen Wirtschaftens.

2016 war für Symrise ein erfolgreiches Jahr, in dem wir auch die zehnjährige Börsennotiz unserer Aktie feiern konnten. Ihr Wert hat sich seit 2006 mehr als verdreifacht. Wir halten an unseren mittelfristigen Zielen bis 2020 fest: Ein jährliches Umsatzwachstum von 5 bis 7 %, eine Ergebnismarge (EBITDA) von 19 bis 22 %. Die Aussichten für 2017 stimmen uns optimistisch. Symrise bleibt erfolgreich – erfolgreich anders.

Wir wünschen Ihnen viel Vergnügen bei der Lektüre des Symrise Unternehmensberichts 2016.

Ihr Global Management Committee

»Die Aussichten für 2017
stimmen uns optimistisch.
Symrise bleibt erfolgreich
– erfolgreich anders.«

1.



2.



3.



4.



5.



6.



7.



DAS GLOBAL MANAGEMENT COMMITTEE VON SYMRISE

1. **DR. HEINZ-JÜRGEN BERTRAM** Vorstandsvorsitzender 2. **ACHIM DAUB** Vorstand Scent & Care
3. **HEINRICH SCHAPER** Vorstand Flavor 4. **DR. NORBERT RICHTER** Geschäftsbereich Aroma Molecules
5. **OLAF KLINGER** Vorstand Finanzen 6. **DR. JEAN-YVES PARISOT** Vorstand Nutrition
7. **EDER RAMOS** Geschäftsbereich Cosmetic Ingredients

Unsere Werte, Ziele, Verantwortung

Gemeinsame Werte bilden bei Symrise die Grundlage für gemeinsame Ziele: Streben nach wirtschaftlichem Erfolg, verknüpft mit Verantwortung für Umwelt, Mitarbeiter und Gesellschaft. Nachhaltigkeit ist integraler Bestandteil unseres Geschäftsmodells. So erzielen wir konkrete Wettbewerbsvorteile und sichern den langfristigen Erfolg des Unternehmens.

Erfolgreiche Unternehmen besitzen eine ausgeprägte Unternehmenskultur. So ist das auch bei Symrise. Unsere Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter, die in mehr als 40 Ländern rund um den Globus tätig sind, teilen gemeinsame Werte als Grundlage für gemeinsame Ziele: Unsere Werte – unsere Wurzeln – beschreiben die Haltung und das Miteinander, zu dem wir uns bei Symrise verpflichten. Sie erklären die Art und Weise, wie wir unsere Ziele erreichen wollen.

Symrise zählt zu den weltweit führenden Anbietern von maßgeschneiderten Duft- und Geschmackslösungen, vielfach mit gesundheitsfördernden oder pflegenden Eigenschaften. Diese Position wollen wir festigen und ausbauen, indem wir dauerhaft zu den profitabelsten Unternehmen der Branche gehören. Überdurchschnittliches Umsatzwachstum, kontinuierliche Effizienzsteigerung und eine laufende Optimierung des Produktportfolios sind dabei die Hebel.

Symrise übernimmt Verantwortung – auch über das Unternehmen hinaus: für Kunden und Konsumenten, für Mitarbeiter, Gesellschaft und Umwelt. Nachhaltigkeit ist bei Symrise Teil des Geschäftsmodells. Unsere Unternehmensstrategie integriert wirtschaftliche Ambitionen und die vier Stoßrichtungen unseres Engagements für Nachhaltigkeit – Footprint, Innovation, Sourcing, Care. So sorgen wir für eine langfristig orientierte Wertschöpfung und lassen unsere Stakeholder am Unternehmenserfolg teilhaben.

UNSERE MISSION: Was ist unser Auftrag?

Wir entwickeln maßgeschneiderte Duft- und Geschmackslösungen, die vielfach auch gesundheitsfördernde oder pflegende Eigenschaften besitzen. Dabei kombinieren wir das Wissen um die sich verändernden Bedürfnisse der Konsumenten mit Kreativität und zukunftsweisenden Technologien. So sorgen wir für eine langfristig orientierte Wertschöpfung und lassen unsere Stakeholder am Unternehmenserfolg teilhaben.

UNSERE VISION: Was treibt uns an?

Wir leben Verantwortung, entfalten unsere Kreativität, setzen auf höchste Qualität sowie nachhaltige Prozesse und Produkte, damit die Konsumenten und ihre Liebsten auch die alltäglichsten Dinge als ein besonderes Erlebnis genießen. So erfüllen wir unseren Anspruch „always inspiring more...“ jeden Tag aufs Neue.

UNSERE STRATEGIE: Was macht uns erfolgreich?

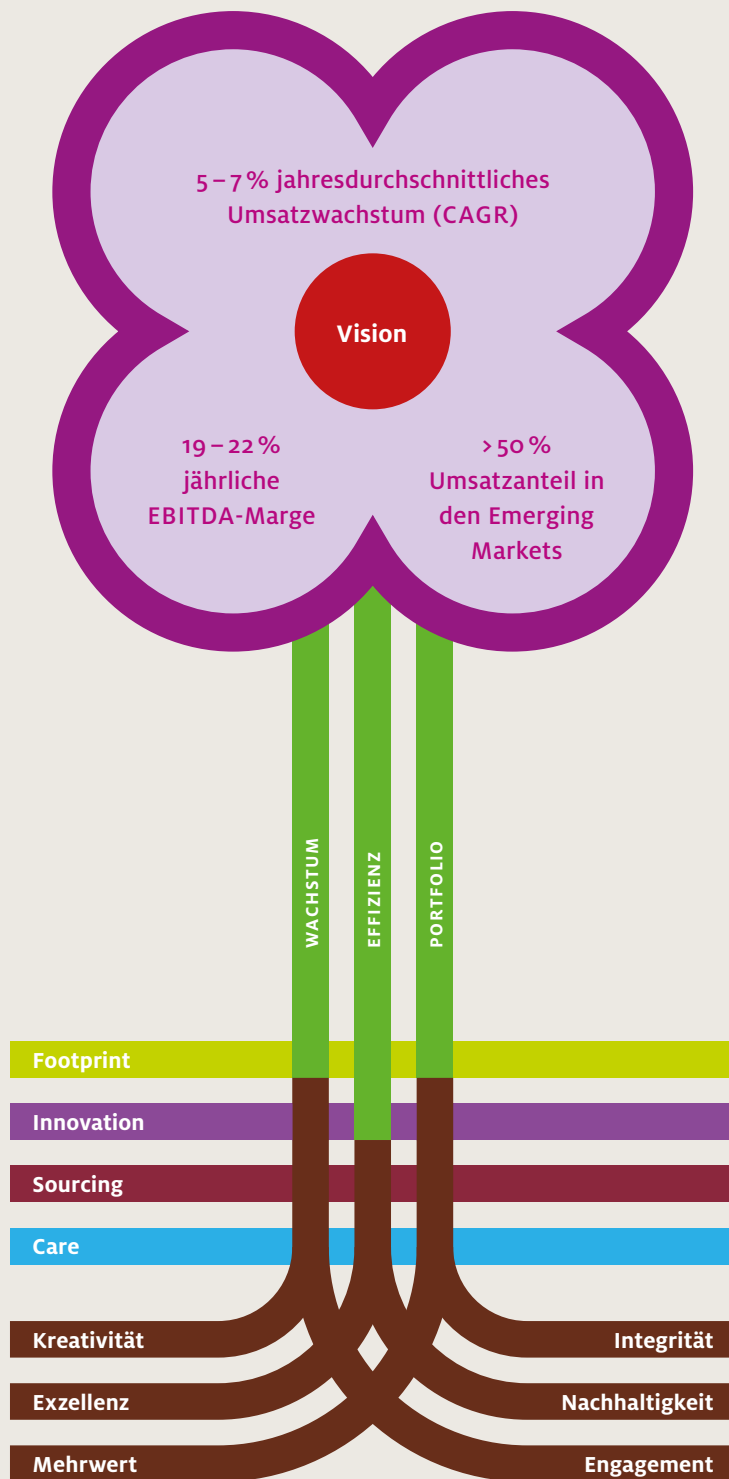
Unsere drei Säulen der Strategie überführen die Mission, Vision und Werte in konkrete Ziele. Damit sichern wir heute und morgen unseren Unternehmenserfolg.

NACHHALTIGKEIT: Wie setzen wir das um?

Unser nachhaltiges und profitables Wachstum orientieren wir an vier Stoßrichtungen. Durch immer effizientere Prozesse und ein Portfolio, das zur Befriedigung der Grundbedürfnisse einer wachsenden Weltbevölkerung in den Bereichen Ernährung, Gesundheit und Wohlbefinden beiträgt, sorgen wir für künftige Generationen.

UNSERE WERTE: Wer sind wir und wofür stehen wir?

Unsere Werte beschreiben die Haltung und das Miteinander, zu dem wir uns bei Symrise verpflichten. Sie erklären die Art und Weise, wie wir unsere Ziele erreichen wollen.



Unser Unternehmen

Die Produkte von Symrise schaffen begeisternde Geschmacks- und Dufterlebnisse und tragen zu Gesundheit und Wohlbefinden bei – in 160 Ländern weltweit. Konsequente Kundenorientierung, hohe Innovationskraft und die gezielte Expansion in neue Märkte bilden die Grundlagen für unser nachhaltiges, profitables Wachstum.

Symrise entwickelt, produziert und vertreibt Duft- und Geschmacksstoffe, kosmetische Grund- und Wirkstoffe, funktionale Inhaltsstoffe sowie Produktlösungen für verbesserte Sensorik und Ernährung. Die rund 30.000 Produkte unseres Unternehmens werden zum Großteil auf der Basis natürlicher Rohstoffe wie Vanille, Zitrus, Zwiebeln, Fisch, Fleisch oder Blüten- und Pflanzenmaterialien hergestellt. Unsere Aromen, Wirkstoffe, Parfümöle und sensorischen Lösungen sind in der Regel zentrale funktionale Bestandteile in den Endprodukten unserer Kunden. Zu ihnen gehören Parfüm-, Kosmetik- und Lebensmittelhersteller, die pharmazeutische Industrie sowie Produzenten von Nahrungsergänzungsmitteln, von Heimtierfutter und Babynahrung.

Die Ursprünge unseres Unternehmens reichen zurück bis in das Jahr 1874. Seither hat sich Symrise mit einem aktuellen Marktanteil von 11 % zu einem führenden Anbieter im Markt für Geschmacks- und Duftstoffe weltweit entwickelt. Eine hohe Innovationskraft und Kreativität, die genaue Kenntnis der Kundenbedürfnisse und der verschiedenen regionalen Konsumentenpräferenzen sowie die gezielte Expansion in aussichtsreiche neue Marktsegmente tragen zum überdurchschnittlichen Wachstum unseres Unternehmens bei. Heute ist Symrise mit rund 9.000 Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern und mit Standorten in mehr als 40 Ländern für über 6.000 Kunden in rund 160 Ländern tätig.

Symrise wächst ganz überwiegend aus eigener Kraft. Ergänzend erwerben wir attraktive Unternehmen, die zusätzliche Kompetenzen in den Konzern einbringen und uns den Zugang zu neuen Marktsegmenten und Kundengruppen eröffnen, oder gehen strategische Partnerschaften zur Produktentwicklung ein. Im Jahr 2014 war die Akquisition der französischen Diana Gruppe ein strategischer Meilenstein im Segment Flavor & Nutrition, 2015 stärkte Symrise die Aktivitäten im Segment Scent & Care mit der Akquisition des US-Unternehmens Pinova Holdings Inc.

Das operative Geschäft des Symrise Konzerns ist seit Oktober 2016 in den drei Segmenten Flavor, Nutrition sowie Scent & Care organisiert. Die darunter angesiedelten Geschäftsbereiche sind jeweils nach Anwendungsbereichen beziehungsweise Regionen organisiert.

Das Corporate Center des Konzerns befindet sich in Holzminden, Deutschland. Hier sind wichtige Funktionen der Unternehmenssteuerung und -kontrolle, der Kommunikation und der Verwaltung angesiedelt. Regionale Hauptsitze unterhält Symrise in Frankreich (Rennes), in den USA (Teterboro, New Jersey), Brasilien (São Paulo) und Singapur.

wie

wir Werte schaffen, zeigen wir Ihnen auf den nächsten Seiten. Dabei unterscheiden wir die fünf Dimensionen Wirtschaft, Footprint, Innovation, Sourcing und Care. Footprint steht für unseren ökologischen Fußabdruck, Innovation für ressourcenschonende und geschäftssteigernde Effekte, Sourcing für nachhaltige Rohstoffbeschaffung, Care beschreibt die Wertschaffung für Mitarbeiter und Standortgemeinden. Wir wollen die positiven Auswirkungen unseres Handelns erhöhen und die negativen weiter verringern.

UNSERE RESSOURCEN

WIRTSCHAFT

Eigenkapital

1.732

Mio. €

Fremdkapital

1.750

Mio. €

Investitionen in Sach-
anlagen und immaterielle
Vermögensgegenstände
(ohne Akquisitionen):

168

Mio. €

FOOTPRINT

Energieverbrauch:

4.939

Terrajoule

Wasserverbrauch:

4.720.800

m³

Neues Kraftwerk
in Holzminde:

-31.000

t/Jahr CO₂-Emissionen

INNOVATION

186

Mio. € Aufwand für
Forschung und Entwicklung

Anzahl Mitarbeiter im Bereich
Forschung und Entwicklung:

1.577

7,8

Mio. € staatliche
Forschungszuschüsse

SOURCING



Rund

1.200

Mio. € Einkaufsvolumen

10.000

natürliche und
synthetische Rohstoffe
aus über 100 Ländern

86 %

der Hauptlieferanten basierend
auf Einkaufsvolumen wurden
nach Nachhaltigkeitskriterien
bewertet

CARE

Anzahl Mitarbeiter:

9.092

(einschließlich Trainees und
Auszubildende)

Anteil von Frauen in Führungs-
positionen weltweit

44 %

Anteil von Frauen in Führungs-
positionen weltweit

Mitarbeiter aus über

20

Nationen bilden das
Symrise Team



UNSER GESCHÄFTSMODELL

Segmente



FLAVOR



NUTRITION



SCENT & CARE

Geschäftsbereiche



Flavor



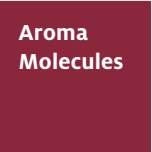
Diana



Fragrance



Cosmetic
Ingredients



Aroma
Molecules

Anwendungsbereiche



Beverages



Food



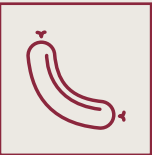
Fine Fragrances



Cosmetic
Ingredients



Aroma
Molecules



Savory



Pet Food



Beauty Care



Sweet



Aqua



Home Care



Probi



Oral Care

SHARING VALUES

Symrise nimmt vielfältige Ressourcen in Anspruch, um im Rahmen unseres bewährten und zukunftsorientierten Geschäftsmodells Wert für zahlreiche Stakeholder-Gruppen zu schaffen. Unsere integrierte Unternehmensstrategie bezieht auf allen Wertschöpfungsstufen Aspekte der Nachhaltigkeit mit ein.

Wir sind uns bewusst, als Unternehmen Verantwortung zu tragen: für die profitable Verwendung des uns anvertrauten Kapitals, für die effiziente Nutzung und zugleich Bewahrung natürlicher Ressourcen, für das Wohlergehen unserer Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter sowie für gesellschaftliche Belange. Die Menschen bei Symrise teilen gemeinsame Werte als Grundlage gemeinsamer Ziele.

UNSERE ERGEBNISSE

WIRTSCHAFT

Umsatz:

2.903
Mio. €, +16 % (währungs-
bereinigtes Wachstum)

EBITDAN:

625

Mio. €, +9 %

Jahresüberschuss:

266

Mio. €, +8 %

FOOTPRINT

Kohlendioxidemissionen:

194.358 t

Scope 1

130.952 t

Scope 2

2.722.286 t

Scope 3

Abwasser:

2.801.900 m³

Gesamtabwassermenge

4.426 t

Chemischer Sauerstoffbedarf

Sensitive Abfälle:

14.708 t

INNOVATION

Mehr als

85 %
des globalen Rohstoffvolumens
(2015) nach Life Cycle-Kriterien
bewertetAnzahl der
eingereichten Patente:
48
25 %
Anteil am IP-Index der Branche
bei 11 % Marktanteil

PRODUKTE UND PRODUKTLÖSUNGEN

Rund

30.000
Produkte
für 6.000 Kunden
in 160 Ländern
**CDP
Spitzen-
position**

(Klima, Wasser, Wald)

**EcoVadis
Gold
Standard**
100 %
der Produktionsstätten
nach Nachhaltigkeits-
kriterien verifiziert

CARE

78 %
der Mitarbeiter würden sich
wieder bei Symrise bewerben
3,5
überdurchschnittliche
Zufriedenheit mit dem
Arbeitsverhältnis (Skala 1-5)
67
Mitarbeiter-Commitment
Index (2012: 63; Skala 0-100)

Erfolgsbilanz 2016

Ziele 2020

Symrise war auch 2016 erfolgreich anders. Unser Umsatz wuchs schneller als die relevanten Märkte. Wir gehören kontinuierlich zu den profitabelsten Unternehmen der Branche. Durch Ausbau unseres Netzwerks haben wir unsere Position in den Emerging Markets gestärkt. Unsere Nachhaltigkeitsleistung haben wir gesteigert: durch Reduzierung des Footprint, durch verantwortungsbewusste Innovation und Erweiterung der Rückwärtsintegration, durch Erhöhung unserer Attraktivität als Arbeitgeber. Wir sind gut unterwegs, um unsere für das Jahr 2020 gesetzten Ziele zu erreichen.



WIRTSCHAFT

16 % währungsbereinigtes Umsatzwachstum
(Ziel 2016 – 2020: CAGR 5–7 %)

21,5 % EBITDAN-Marge
(Ziel 2016 – 2020: 19–22 % jährliche EBITDA-Marge)

43 % Umsatzanteil Emerging Markets
(Ziel 2020: > 50 %)



FOOTPRINT*

- **5,4 %** Reduzierung der Treibhausgasemissionen (Scope 1+2)

(Ziel 2016 – 2020: Verringerung um 4 % pro Jahr)

- **17,2 %** Reduzierung des Chemischen Sauerstoffbedarfs im Abwasser

(Ziel 2016 – 2020: Verringerung um 4 % pro Jahr)

+ **0,9 %** Zunahme der Sensitiven Abfälle

(Ziel 2016 – 2020: Verringerung um 4 % pro Jahr)



INNOVATION

48 Patente eingereicht

(Ziel 2016 – 2020: > 25 Patente pro Jahr)

Integration der Kernziele der **UN-Biodiversitätskonvention**
in Forschung und Entwicklung

23 biodiversitätsbasierte **Produktinnovationen** aus dem
Amazonasregenwald und aus Madagaskar entwickelt



SOURCING

86 % der Hauptlieferanten basierend auf Einkaufsvolumen nach
Nachhaltigkeitskriterien bewertet

(Ziel 2016 – 2020: Erhöhung des Anteils um 4 Prozentpunkte jährlich;

Ziel 2020: Anteil 100 %)

41 strategische Lieferketten zertifiziert

100 % des Palmölbedarfs aus „mass balance“ oder „segregated“
zertifizierten Quellen bezogen, gemäß unserer „Palmoil Policy“

**(Ziel 2020: 100 % Palmölrohstoffe und -derivate aus nachhaltigen Quellen gemäß
unserer „Palmoil Policy“ beziehen)**



CARE

38,3 % Anteil von Frauen an den bei Symrise weltweit Beschäftigten

(Ziel 2020: 40 %)

21 % Anteil von Frauen im Top-Management weltweit

3,8 MAQ** Unfallhäufigkeit

(Ziel 2020: MAQ < 2,0)

*Alle Werte bezogen auf die Wertschöpfung und ohne Pinova/Renessenz

**MAQ = Arbeitsunfälle (> 1 Ausfalltag) x 1 Mio. /Arbeitsstunden

Unsere Highlights 2016

2/16

Duftexpedition nach Madagaskar

Zum zweiten Mal besuchte eine Gruppe Parfümeure Madagaskar, um Rohstoffe zu erforschen und Inspirationen für neue Kreationen zu finden. Die Insel vor der Ostküste Afrikas bietet eine große Vielfalt exotischer Blüten, Hölzer und Wurzeln. Besonderes Augenmerk galt dabei der Qualität der Naturstoffe und der Nachhaltigkeit ihrer Gewinnung. Innovative Duftkreationen für Kunden in aller Welt und eine Stärkung der Rückwärtsintegration von Symrise sind die Ergebnisse der erfolgreichen Exkursion.

ERFOLGREICHER ABSCHLUSS DER AUSBILDUNG

Nach vierjähriger Ausbildung haben fünf junge Talente der Symrise Parfümerieschule mit der Präsentation der Meisterstücke ihre Prüfung erfolgreich abgelegt. Die neuen Junior-Parfümeure stammen aus Brasilien, Deutschland und Frankreich. Sie wurden am Firmensitz in Holzminden sowie in den globalen Kreativzentren ausgebildet, die Symrise in Industrie- und Schwellenländern unterhält. Die jungen Parfümeure werden der Kreation faszinierender Düfte bei Symrise frische Impulse verleihen.

4/16

NIEDERLASSUNG IM IRAN ERÖFFNET

Mit „Symrise Parsian“ hat die Symrise AG eine eigene Niederlassung in Teheran eröffnet und stärkt damit als Vorreiter in der Branche die Präsenz im Mittleren Osten. Symrise pflegt enge und langjährige Beziehungen zu Kunden in der Region, die ein erhebliches Geschäftspotenzial bietet.

Neupositionierung der Parfümcreation

„Wir wollen mit Duft das Leben angenehmer machen.“ Diese Kernbotschaft beschreibt die neue Positionierung der Parfümeriekreation von Symrise. Sie umfasst Jahrhunderte meisterlichen Dufthandwerks, das gemeinsame Kreieren in gelebter Zusammenarbeit und einen Genuss mit Sinn für bewusste Konsumenten. Bei Symrise soll jeder Duft die Kraft haben, Sinne und Seele zu berühren.

Erfolgreiche Prüfung des Symrise Nachhaltigkeitsberichts

Die unabhängige Prüfungsagentur DQS bestätigt, dass der Nachhaltigkeitsbericht der Symrise AG das Nachhaltigkeitsprofil des Konzerns angemessen und glaubwürdig darstellt, alle Angaben und Kennzahlen sorgfältig ermittelt wurden und sich der gesamte Bericht durch hohe Genauigkeit auszeichnet. Die Verifizierung basiert auf dem Assurance Standard AA1000.

8/16

UEBT zertifiziert Symrise Amazon

Symrise bezieht derzeit 19 natürliche Inhaltsstoffe von Erzeuger-Gemeinden und -Kooperativen im Amazonas-Gebiet gemäß international anerkannten ethischen Biohandels-Standards. Dazu gehört der Erhalt der Biodiversität und eine faire Teilung des Nutzens mit den Erzeuger-Gemeinden.

Symrise Amazon in Brasilien ist als erster Hersteller von kosmetischen Inhaltsstoffen, Duft- und Geschmacksstoffen in Lateinamerika von der „Union for Ethical BioTrade“ (UEBT) zertifiziert worden.

VANILLA.SYMRISE.COM

Vanille – Madagaskar – Symrise: Unsere neue englischsprachige Vanille-Website stellt die Verbindung her, lädt zu einer faszinierenden Reise durch die Welt der Vanille ein und beschreibt das vielseitige Engagement von Symrise für eine nachhaltige Gewinnung dieser „Königin der Gewürze“.

10/16

Green Logistics Award für Symotion

Das Logistikunternehmen Symotion, eine Tochtergesellschaft von Symrise, wurde von der Deutschen Gesellschaft zur Zertifizierung von Managementsystemen (DQS) mit dem Green Logistics Award zertifiziert. Symotion entwickelt für Symrise und externe Kunden maßgeschneiderte Logistikkonzepte. Die DQS bewertet beispielsweise die Sicherung und Lagerung von Gefahrstoffen und die Optimierung der Transporte, um Kraftstoffverbrauch und Emissionen zu reduzieren. Symotion zählt zu den besonders umweltfreundlichen Logistikunternehmen in Deutschland.

12/16

+ 235 %

Am 11. Dezember 2006 gab Symrise seinen Einstand an der Börse. Der Kurs unserer Aktie belief sich damals auf 17,25 €. Zum zehnjährigen Jubiläum notierte die Symrise Aktie bei 57,79 €, was einem Plus von 235 % entspricht. Die Börsenbewertung der Symrise AG ist in dieser Zeit von 2,0 auf 7,5 Mrd. € gestiegen – ein überzeugender Nachweis langfristig erfolgreicher Unternehmensführung.

Selbstverpflichtung zur Biodiversität

Im Rahmen einer Initiative der UN-Konvention zur Biologischen Vielfalt unterzeichnete Symrise eine Selbstverpflichtung zur Biodiversität. Symrise unterstützt den Schutz der Biodiversität, ihre nachhaltige Nutzung sowie eine faire Teilhabe an der Wertschöpfung, die auf den genetischen Ressourcen unseres Planeten beruht. Mit der Unterzeichnung verpflichtet sich Symrise zu konkreten Maßnahmen, beispielsweise zur Entwicklung und Umsetzung eines integrierten Konzepts zum Erhalt der Biodiversität in der Lieferkette.

MITGLIEDSCHAFT IM FTSE4GOOD INDEX BESTÄTIGT

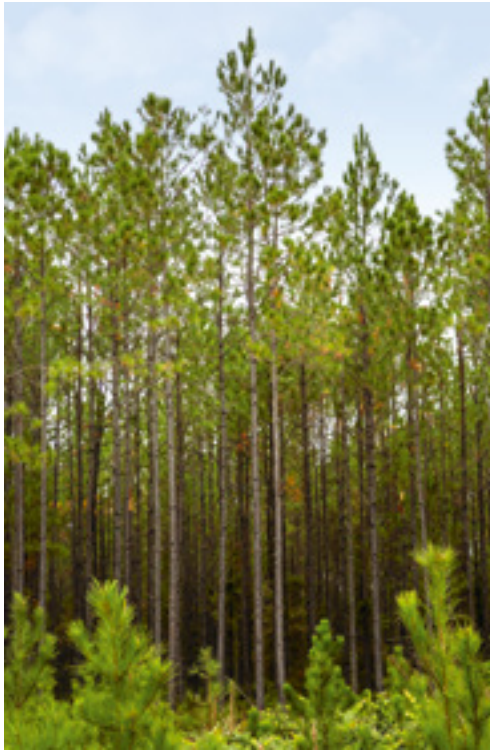
Der FTSE4Good Index umfasst die Wertpapiere von Unternehmen mit herausragenden Leistungen in den Bereichen Nachhaltigkeit und Corporate Governance (ESG) und wird von ESG-Investoren stark beachtet. Bei einer turnusmäßigen Überprüfung im Dezember 2016 bestätigte der international renommierte Indexanbieter FTSE die Mitgliedschaft von Symrise im FTSE4Good Index. FTSE stellt den Teilnehmern am Finanzmarkt zahlreiche Wertpapierindizes zur Verfügung, um ihre spezifischen Anlageziele zu verfolgen.



Der Duft der Wälder

Der Erwerb der amerikanischen Firma Renaissance als Teil von Pinova Holdings stellt die Rohstoffbasis von Symrise im Geschäftsbereich Aroma Molecules auf neue Beine. In Jacksonville, Florida, und Colonels Island, Georgia, produziert das Unternehmen terpene-basierte Duft- und Aromastoffe aus natürlichen nachwachsenden Rohstoffen, die in 30 % der internen Kreationen Verwendung finden.





»Uns ist es wichtig,
dass wir einen sehr
nachhaltigen Rohstoff
verwenden können,
um ebenso nachhaltige
Produkte erzeugen
zu können.«

GREG CLEMENTS Ingenieur

Greg Clements greift einen der hellgrünen Pinienzweige. Er bricht eine der Nadeln des zwei Jahre alten Baums ab, dessen Spitze ihm schon bis zum Kopf reicht und riecht den frischen Duft. Dann dreht er sich um. So weit das Auge reicht, wachsen die kleinen Nadelbäume auf dem sandigen Boden, in Reih und Glied gepflanzt. 100 Meter weiter in die andere Richtung beginnt ein Pinienwald, der ebenfalls in akkurater Ordnung angelegt ist – diese Bäume, die vor mehr als 20 Jahren gepflanzt wurden, sind erntereif.

Der Technologiemanager für strategische Rohstoffe schaut sich hier, im äußersten Norden Floridas, den Ursprung von vielen Symrise Produkten an. Das Pinienholz, das reich an Terpenen ist, ist ein Startbaustein für die Duft- und Aromastoffe, die das Unternehmen produziert. Dafür wird zunächst das Holz in einem Papierwerk mit Hilfe des sogenannten Kraft-Prozesses zu Zellstoff verarbeitet. Dabei entsteht das Beiprodukt Rohsulfat-Terpentinöl – im Englischen heißt es Crude Sulfate Turpentine (CST). Daraus wird später in der Symrise Fabrik der Schwefel entfernt, der als Teil eines Lösungsmittels während der Zellstoffherstellung hinzugekommen war. Anschließend wird das Material in Alpha- und Beta-Pinene aufgespalten. Sie bilden schließlich die Grundlage für terpen-basierte Duft- und Aromen-Inhaltsstoffe. Die Technologie für diese Umwandlung wurde von der US-amerikanischen Firma Renessenz entwickelt, die auf mehr als 100 Jahre Innovation und Produktion zurückblickt und Anfang 2016 als Teil von Pinova Holdings durch Symrise übernommen wurde.

Um sich ein Bild des gesamten Prozesses zu machen, sagt Clements, sollte man auf der Plantage starten. „Uns ist es wichtig, dass wir einen sehr nachhaltigen Rohstoff verwenden können, um ebenso nachhaltige Produkte erzeugen zu können.“ Die Forstfirma zum Beispiel, auf deren Grund er gerade steht, produziert das Holz in einem nachhaltigen Kreislauf, zertifiziert nach den Standards der Sustainable Forestry Initiative (SFI) – andere Zulieferer nutzen die Siegel des Forest Stewardship Councils (FSC).

30%

der Produkte im Bereich
Aroma Molecules stammen
aus natürlichen Quellen.





Ein Teil der Bäume kommt in die Zellstofffabriken. Mit rund 40 arbeitet Greg Clements eng zusammen. Er war lange Jahre selbst in der Branche beschäftigt, kennt dort sämtliche Schritte der Verarbeitung. In seinem heutigen Job beschäftigt er sich vor allem damit, die CST-Extraktion zu verbessern. Die schwefelig riechende, zähe und dazu leicht brennbare Flüssigkeit wurde früher als Abfall verbrannt. Heute verwendet sie Symrise weiter.

„Die Papierfabriken kennen ihr Geschäft sehr gut“, sagt Clements. „Gemeinsam können wir aber die Prozesse optimieren, um eine möglichst hohe Ausbeute an CST zu erzielen.“ Am Ende landet das Produkt in Tanks, die Symrise mit Lkw oder Eisenbahnwaggon ins Werk nach Jacksonville transportiert. „Unsere Logistik ist ein unschlagbarer Vorteil auch für die Papierfabriken“, sagt Greg Clements. „Die Lagermöglichkeiten für das CST sind in den Papierfabriken sehr begrenzt. Wir helfen den Werken, die Lieferkette ihrer Nebenströme verlässlich zu managen und sichern so gleichzeitig unsere Rohstoffbasis.“

Mit viel Erfahrung für die besten Duft-Moleküle

Im rund 50 Hektar großen Symrise Werk angekommen, beginnt ein vielschrittiger chemischer Prozess. Zunächst werden mittels einer im Unternehmen entwickelten Strip-Destillation aus dem CST der Schwefel und andere Stoffe entfernt, die anschließend als Energieträger verwendet werden. Sie liefern rund 50 % des Brennstoffs, den Symrise etwa für die Dampferzeugung benötigt. Für die Fabrik verantwortlich ist Richard Hastings mit seinem Team. Der erfahrene Werksleiter – er arbeitet seit 37 Jahren in der Fabrik in Jacksonville – kennt seine Destillations- und Extraktionsanlagen in- und auswendig. Er bleibt vor einem fünfsäuligen Reaktor stehen, der rund um die Uhr betrieben wird, erklärt mit ausladenden Armbewegungen, wie das gereinigte CST hier in einem kontinuierlichen Prozess in seine Hauptbestandteile, die Terpene Alpha Pinen und Beta Pinen, getrennt wird. Symrise nutzt vor allem das in größerer Menge anfallende Alpha Pinen, um durch weitere Verfahrensschritte wie Hydrierung oder Pyrolyse duftende Moleküle zu erzeugen: Dihydromyrcenol zum Beispiel, Linalool – als einziger Hersteller überhaupt aus erneuerbaren Quellen –, Citronellol oder Geraniol.

Prozess-Expertise

Richard Hastings hat die chemischen Prozesse im rund 50 Hektar großen Symrise Werk in Jacksonville im Griff. Der Werksleiter sorgt dafür, dass die Destillations- und Extraktionsanlagen Tag und Nacht laufen, um zum Beispiel das gereinigte Crude Sulfate Turpentine in die Hauptbestandteile Alpha Pinen und Beta Pinen zu trennen.



Know-how in der Forschung

Gene Kolomeyer und sein Team arbeiten in den Laboren von Symrise stetig an neuen Produkten und Prozessen. Der Leiter der Forschung und Entwicklung kann dabei auf das große Know-how des Unternehmens zurückgreifen.



**» Es ist wirklich
bewundernswert,
welche Verfahren
hier über die Jahr-
zehnte entwickelt
wurden. «**

PETER ESSER Produktionsdirektor Symrise Werke USA

Aus Papierproduktionsresten wohlriechende Stoffe zu machen, klingt wie ein kleines Wunder. Für Gene Kolomeyer, Leiter der Forschung und Entwicklung in Jacksonville, ist es einfache Verfahrenstechnik. Der erfahrene Chemiker, der seit 20 Jahren bei Symrise arbeitet, sagt das mit einem breiten Lächeln. Er weiß genau, dass es Jahrzehnte gedauert hat, bis seine Vorgänger und er die Prozesse so auf den Punkt bringen konnten. Seine anschauliche Erklärung: „Der Grundstoff bleibt mit seinen zehn Kohlenatomen derselbe, wir bauen ihn nur um und setzen ihn neu zusammen. Das ist an sich kein Hexenwerk – die Expertise liegt im Detail, wenn wir unterschiedliche Temperaturen, Drücke, Mengen, Prozessgeschwindigkeiten oder Durchlaufzeiten einsetzen, um das beste Ergebnis zu erhalten.“

Mehr Effizienz und Nachhaltigkeit

An der Prozessoptimierung arbeitet auch Peter Esser, der seit der Akquisition Anfang 2016 in Jacksonville lebt. Der Vice President der globalen chemischen Produktion der Symrise Werke in den USA, Mexiko und in Holzminden fand großes Know-how und über Jahre gewachsene Prozesse vor, als er zum ersten Mal im immer warmen Florida die Fertigung besichtigte. „Es ist wirklich bewundernswert, welche Verfahren hier über die Jahrzehnte entwickelt wurden. Wir bringen nun unser Wissen zusammen, um noch nachhaltiger und effizienter produzieren zu können“, sagt Esser.

Symrise investiert zum Beispiel in die Automatisierung der Anlagen. „Auf diese Weise können im Sekundentakt sämtliche Parameter in dem Prozess überprüft und gegebenenfalls verändert werden“, führt Esser aus. Die Prozesse werden zudem systematisch analysiert. „Wir schauen uns zum Beispiel Katalysatoren, einzelne Prozessschritte und Technologien an, um die Produkte mit besserer Effizienz und noch nachhaltiger erzeugen zu können. Das beginnt mit der Aufspaltung des CST und geht mit der Optimierung der Prozesse weiter, mit denen wir die jeweiligen Produkte erzeugen. Die ersten Ergebnisse dieses systematischen Ansatzes sind schon heute zu sehen – andere sind eher auf die langfristige Strategie ausgerichtet.“



Neben dem CST als Rohstoff arbeitet das Team übrigens an ähnlichen Prozessen mit anderen Ausgangsstoffen. Symrise nutzt zum Beispiel den Naturstoff D-Limonen aus dem Öl, das in der Orangensaftproduktion aus den Schalen gewonnen wird. „Auch hier verwerten wir einen Stoff, der als Seitenstrom entsteht und früher als Abfall weggeworfen wurde“, erklärt Peter Esser. Symrise gewinnt L-Carvon aus dem D-Limonen mit einer patentierten grünen Technologie, die deutlich umweltfreundlicher als der traditionelle Prozess ist. Das Produkt wird in Mundpflege-Anwendungen zusammen mit Anethol verwendet, einem sensorischen Kühlmittel, das ebenso in Jacksonville entsteht.

Symrise Produkte rund um die Welt im Einsatz

„Die Produkte ergänzen die Menthol-Derivate, die in Bushy Park, South Carolina, und in Holzminden, Deutschland, produziert werden, und Symrise zum größten Industrielieferer für Mundpflege-Inhaltsstoffe machen“, beschreibt Michael Klamm die Bedeutung des Portfolios. „Und bei der Produktion von Duft-Molekülen aus CST gehören wir ebenfalls zu den Großen der Branche.“ Klamm ist für den globalen Business Support im Geschäftsbereich Aroma Molecules verantwortlich und leitet die Werke in Jacksonville und Colonels Island. Er kennt den Markt genau. „Wir beliefern alle großen Duft- und Aromenhersteller und Konsumgüterhersteller. Dabei sind unsere Inhaltsstoffe oft die entscheidenden Bestandteile in den Duft- und Aromenkompositionen unserer Kunden“, sagt Klamm. Genau weiß er zwar nicht, in wie vielen Haushalten die Moleküle für guten Geruch sorgen. „Aber man findet unsere Inhaltsstoffe in vielen Parfüms, Wäsche- und Haushaltspflegeprodukten, Kosmetika und Mundpflegeprodukten der bekanntesten Marken. Sie spielen eine große Rolle im täglichen Leben der Konsumenten.“ Ein beachtlicher Teil der Produkte geht zudem an die anderen Werke von Symrise, wo die Moleküle in Duft- und Aromenmischungen verarbeitet werden. „Der Kauf von Renaissance passt sehr gut in das Portfolio von Symrise“, sagt Klamm. „Unser Produktportfolio bildet eine große Vielfalt von Inhaltsstoffen ab, die Symrise Parfümeure und Flavoristen benutzen. Die Nachhaltigkeit in der Produktion spielt auch für die Kunden eine große Rolle. Produkte aus natürlichen erneuerbaren Rohstoffen, die aus Seitenströmen anderer Industrien stammen, bilden seit 100 Jahren den Startpunkt für unsere Produktion“, sagt Michael Klamm. „Wir nutzen die natürlichen Ressourcen und grüne Chemie. Das wird immer wichtiger für unsere Kunden, die mit steigender Tendenz nachhaltige Produkte fordern.“

Große Produktvielfalt

Im Symrise Werk in Jacksonville werden neben Crude Sulfate Turpentine, dem Beiprodukt aus der Papierindustrie, auch andere Rohstoffe verwendet. Aus dem Naturstoff D-Limonen, der aus dem Öl von Orangenschalen stammt, wird zum Beispiel L-Carvon gewonnen, das in Mundpflege-Anwendungen zum Einsatz kommt.



» Wir nutzen die natürlichen Ressourcen und grüne Chemie. «

MICHAEL KLAMM Senior Vice President und General Manager

Für die Umwelt und die Sicherheit

Die Vorgängerfirma von Renaissance und Symrise wurde im Jahr 1910 in Jacksonville gegründet. Sie produzierte Baumharze, die ursprünglich in der Schiffsindustrie genutzt wurden, etwa um Holzrümpfe von Booten abzudichten. Daraus entwickelten sich weitere Produkte, die in den 1950er- und 1960er-Jahren in die ersten Stoffe für die Aromen- und Duftindustrie mündeten. Die Nutzung des Rohstoffs CST aus der Papierindustrie war damals eine Herausforderung, weil sogar Spuren des unangenehmen schwefeligen Geruchs die Umwelt und die Nachbarschaft belasten konnten.

» Eigenverantwortung ist Teil unserer Unternehmenskultur und enorm wichtig, um unsere Ziele zu erreichen.«

BRIAN ZIELINSKI
Umweltmanager

1 Millionen Liter

Abwasser spart Symrise im
Werk Jacksonville täglich.

„Andauernde Prozess- und Transportverbesserungen sind nötig, um die Emissionen zu verhindern und damit auch die negativen Effekte für die Umgebung“, sagt Corporate Compliance-Direktorin Brenda Murray. „Über die Jahre haben wir moderne Filtersysteme und Tanks eingebaut und die internen Transportwege optimiert. Außerdem erkennen wir potenzielle Lecks, damit wir den Geruchsaustritt von vorneherein verhindern können.“ Eine ganze Reihe von Zertifikaten belegt das – und vor allem sind die Mitarbeiter darauf geeicht, auf alle möglichen Unregelmäßigkeiten in der Produktion zu achten. „Diese Eigenverantwortung ist Teil unserer Unternehmenskultur und enorm wichtig, um unsere Ziele zu erreichen“, sagt auch ihr Kollege Brian Zielinski, der als Umweltmanager am Standort Jacksonville arbeitet.

Ebenso wichtig ist die Vorbeugung von Unfällen im Werk. Ein breit angelegtes Programm hat die Aufmerksamkeit für das Thema vergrößert, berichtet Bert Long, der für Gesundheits- und Sicherheitsfragen zuständig ist. „Wir dokumentieren sogar kleine unsichere Situationen und potenzielle Gefahren.“

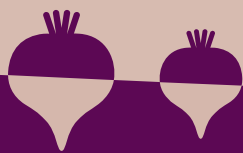
Das führte zu einer Sicherheitskultur, in der jeder auf den anderen achtet. Wie Umweltbewusstsein und Geschäftserfolg zusammengehen, zeigt ebenfalls Brian Zielinski. Seit dem Jahr 2015 spart Symrise im Werk Jacksonville jeden Tag mehr als die Hälfte des Abwassers – rund eine Million Liter. Gelungen ist das durch eines der Nachhaltigkeitsprojekte, bei dem das komplette System auf den Prüfstand gestellt wurde. „Wir haben zum Beispiel eine ganze Reihe von Pumpen, die nicht bei jedem Vorgang benötigt wurden, abgestellt – vorher sind sie kontinuierlich mitgelaufen und haben so Wasser verbraucht, das wir nun sparen.“



Partnerschaft für beste Produkte



Im Norden Frankreichs bauen Landwirte tonnenweise Rote Beete an, aus denen Diana Food färbende und geschmacksgebende Zutaten für Lebensmittel produziert. Die Rohstoffe werden nachhaltig erzeugt und sind von hoher Qualität. Dafür sorgt auch die enge und vertrauensvolle Zusammenarbeit mit den Lieferanten.



Mehr als

30

Landwirte und Genossenschaften aus Nordfrankreich bauen für Symrise Rote Beete an. Damit können die Transportwege kurz gehalten werden.

Das leichte Rosa in manchen Joghurts, das helle Rot in Eiscremes und Gebäck oder das tiefe, fast schon Rotviolette in verschiedenen Süßigkeitensorten und Desserts stammen selten aus den Rohstoffen, die in den Lebensmitteln verwendet werden. Der Grund: Von den Farben der Obst- und Gemüsesorten bleibt oft zu wenig übrig, gerade nach der industriellen Verarbeitung. Die Hersteller der Speisen verwenden deswegen Farbstoffe, die mit steigender Tendenz aus der Natur gewonnen werden. Diana Food bietet eine breite Palette dieser natürlichen Zusatzgrediencien, die, wenn es um Rottöne geht, aus lila Karotten stammen, aus Beeren und vor allem aus der Roten Beete. „Wir nutzen gerade die Pflanze, weil sie viele farbgebende Pigmente hat, die sich in der Produktion gut verarbeiten lassen und für unsere Anwendungen gut geeignet sind“, beschreibt Laurette Gratteau die Bedeutung der Rübenform, die auch als geschmacksgebende Zutat etwa für Suppen und Eintöpfe genutzt wird. Eine Zahl verdeutlicht das: „Wir verarbeiten jährlich mehr als 30.000 Tonnen Rote Beete zu Pulvern und flüssigen Konzentraten“, sagt die Agronomin.

»Der längste Weg vom Feld bis in die Fabrik dauert gerade mal drei, vier Stunden.«

LAURETTE GRATTEAU Agronomin

Regionalität sorgt für Nachhaltigkeit

Die Biologin, die vor ihrer Arbeit bei Diana in der Forschung und Entwicklung tätig war, kennt sich aus mit dem Rohstoff, den das Unternehmen von über 30 Landwirten und Genossenschaften aus Frankreichs Norden bezieht. „Der längste Weg vom Feld bis in die Fabrik dauert gerade mal drei, vier Stunden. Dieser regionale Anbau senkt die Transportkosten und hält so auch den CO₂-Ausstoß so minimal wie möglich.“ Laurette Gratteau besucht die Felder, die 500 Hektar und mehr umfassen, so oft wie möglich. Sie steht in engem Kontakt mit den Produzenten, die Diana Food teilweise seit mehr als 15 Jahren beliefern. „Wir haben eine sehr enge Partnerschaft, in der beide Seiten offen ihre Wünsche und Anforderungen formulieren können.“ Die Bauern wissen gut über den Anbau der Roten Beete Bescheid – die Agronomen von Diana Food beraten sie zum Beispiel bei der Anpflanzung oder den Erntezeiten, entnehmen Proben

und geben Forschungsergebnisse weiter, damit das Gemüse in der Produktion mit der höchstmöglichen Effizienz und der besten Ausbeute verarbeitet werden kann. Gleichzeitig achtet Diana bei den vielen Besuchen und Audits darauf, dass die Grundlagen der Sustainable Agriculture Initiative eingehalten werden, in der sich mehr als 80 Unternehmen der Lebensmittelindustrie zusammengeschlossen haben. Das Unternehmen überwacht zudem die Qualität des Bodens und den Einsatz und die Auswahl von Dünger und Pestiziden, um am Ende einen nachhaltig angebauten Rohstoff zu erhalten.

Bessere Anbaumethoden entwickeln

Es geht aber nicht nur um Kontrolle. Laurette Gratteau kennt sämtliche Herausforderungen, die auf den Feldern auftauchen können – und hilft mit ihrem Team, diesen zu begegnen. „Wir hatten einige Landwirte, bei denen ein Pilzbefall die Rübenernte von rund 80 auf gerade einmal zehn bis 20 Tonnen pro Hektar reduziert und gleichzeitig die tiefrote Farbe aufgehellt hat.“ Die Produzenten, die Diana schon lange beliefern, waren in Sorge, erinnert sich die Wissenschaftlerin. Anstatt auf den Lieferanten zu verzichten, arbeitete sie sich tief in das Thema ein, um gemeinsam mit ihnen eine Lösung zu finden. „Es gibt keine Medikamente, die wir hätten einsetzen können. Stattdessen mussten wir mit den Anbaumethoden experimentieren, damit der Befall nicht auf andere Felder überspringt“, erzählt Laurette Gratteau, die zudem Experten außerhalb der Firma hinzuzog – die Kosten teilten sich Diana und der Landwirt.

Das Team riet dazu, unterschiedliche Bewässerungsmengen und -zeitpunkte auszuprobieren, den Düngereinsatz zu verändern oder zu anderen Zeiten die Felder umzugraben. Die Fortschritte sind schon jetzt zu sehen, auch wenn das Projekt noch läuft. „Mit den Erkenntnissen können wir gut leben und solche Fälle für die Zukunft weitestgehend verhindern“, sagt die Agronomin, die auch auf das Know-how von vier Kollegen zurückgreifen kann. Die Erfahrungen sollen zudem anderen Landwirten zur Verfügung gestellt werden und in die eigene Forschung und Entwicklung mit einfließen. „Mit unserem Engagement schaffen wir für unsere Lieferanten, aber eben auch für uns einen großen Mehrwert: Wir erreichen die beste Qualität der Produkte, und stellen sicher, dass uns diese auch in Zukunft zuverlässig zur Verfügung stehen.“



500

Hektar umfassen die Felder, auf denen das Gemüse angebaut wird.

30.000

Tonnen Rote Beete kauft und verarbeitet Diana Food jährlich.

Was macht Symrise „erfolgreich anders“?



Symrise hat sich hohe Ziele gesetzt, wenn es um die Geschäftsentwicklung geht: Das Unternehmen will auch in Zukunft schneller als der Markt und dazu profitabel wachsen. Dafür verfolgt es eine Strategie, die auf drei Säulen ruht: Der Konzern soll wachsen, die eigene Effizienz steigern und das Portfolio geschickt erweitern, sagt der Vorstandsvorsitzende Dr. Heinz-Jürgen Bertram im Interview. Möglich ist das nur, wenn Symrise zugleich an den richtigen Stellen neue Wege geht.

Herr Dr. Bertram, im Jahr 2016 hat Symrise den Umsatz auf 2,9 Mrd. € gesteigert und das EBITDAN auf 625 Mio. € verbessert. Sie sind zudem wieder stärker als der Markt gewachsen. Wo handelt Symrise anders als die Wettbewerber, um so erfolgreich sein zu können?

Wir haben im Jahr 2009 eine Drei-Säulen-Strategie konzipiert, die wir seitdem konsequent verfolgen und stetig weiterentwickeln. Im Mittelpunkt stehen die drei Bereiche „Wachstum“, „Effizienz“ und „Portfolio“, die wir jeweils für sich bearbeiten, aber immer zusammen mit den anderen denken. Gleichzeitig überlegen wir bei allen Entscheidungen, wie wir uns durch besondere Konzepte, Akquisitionen oder Innovationen vom Wettbewerb abheben können. Das heißt auch, dass wir uns viel außerhalb des klassischen Fragrance- und Flavor-Marktes umschauen.

Blicken wir zunächst auf den Aspekt des Wachstums. Wie positioniert sich Symrise hier?

Wir sind in den vergangenen sechs Jahren etwa zweimal so schnell gewachsen wie der für uns relevante Markt. Das ist nur möglich, weil wir auf verschiedenen Ebenen agieren: Wichtig ist uns zunächst einmal organisches Wachstum, indem wir unsere angestammten Geschäftsfelder mit Innovationen und neuen Produkten ausbauen und zum Teil neu definieren. Ein Beispiel dafür – neben vielen anderen – ist der Fragrance-Bereich, in dem wir uns neu aufstellen. Wir setzen auf unsere traditionellen Stärken in der Konzeption

Dr. Heinz-Jürgen Bertram

Der promovierte Chemiker arbeitet seit 1990 im Unternehmen – damals startete er in der Forschung bei Haarmann & Reimer. Seit dem Börsengang im Jahr 2006 ist Heinz-Jürgen Bertram Mitglied des Vorstands, zunächst zuständig für Flavor & Nutrition. Im August 2009 wurde er Vorsitzender des Vorstands. Sein Vertrag wurde erneut vorzeitig bis ins Jahr 2022 verlängert.

neuer Düfte, greifen auf unsere breite Produktbasis zurück und achten gleichzeitig auf die Verwendung nachhaltiger Rohstoffe. Im Zuge der organisatorischen Weiterentwicklung im Jahr 2016 haben wir den Bereich Fragrance in vier globale Business Units unterteilt: Fine Fragrances, Beauty Care, Home Care und Oral Care.

Das organische Wachstum allein wird für Ihre Ziele nicht ausreichen. An welchen Stellen greifen Sie darüber hinaus an?

Unser Fokus liegt auf organischem Wachstum. Allerdings haben wir in den vergangenen Jahren wichtige transformatorische Akquisitionen getätigt – Käufe also, die auch unser Portfolio und unsere Struktur entscheidend verändert haben. Mit dem Erwerb von Diana etwa haben wir unsere Produktpalette in eine neue Dimension geführt. Wir engagieren uns nun im Markt für Heimtiernahrung und haben den Bereich Nutrition maßgeblich ausgebaut. Hier sehen wir auch ein Beispiel dafür, wie wir neben dem Wachstum auch eine weitere Säule unserer Strategie erfolgreich umsetzen: Mit Diana haben wir die Idee, unser Portfolio in andere Bereiche zu erweitern, perfekt umgesetzt. Mittlerweile erwirtschaften wir rund ein Drittel unseres Umsatzes außerhalb der klassischen Bereiche der Aromen und Düfte.

2016 hat Symrise Renaissance als Teil der Pinova Holdings erworben. Wie läuft die Integration des US-amerikanischen Unternehmens, das Inhaltsstoffe für Duftstoffe und Mundpflegeprodukte sowie für Lebensmittel und Getränke herstellt?

Renaissance ist bereits vollständig in den Symrise Geschäftsbereich Aroma Molecules des Segments Scent & Care integriert. Damit haben wir unser Inhaltsstoffe-Portfolio weiter geschärft. Wir konzentrieren uns – wie in vielen Geschäftsfeldern – auf Lösungen, die auf Materialien aus erneuerbaren Quellen basieren. Dafür ist das Unternehmen ein starker Partner. Zu der klaren Definition des Portfolios gehört

auch, dass wir die technischen Anwendungen außerhalb unseres Kerngeschäfts, die wir im Zuge der Akquisition erworben haben, wieder veräußert haben. Wir werden mit dem neuen Eigentümer weiterhin zusammenarbeiten und uns unter anderem gegenseitig mit strategisch wichtigen Rohstoffen beliefern.

In den vergangenen Jahren haben Sie gesagt, dass Sie vor allem in den Emerging Markets wachsen wollten. Wie haben Sie das bisher umgesetzt?

Im Jahr 2016 haben wir hier ein Wachstum von 15 % erreicht. Mittelfristig wollen wir auf einen Umsatzanteil von mehr als 50 % kommen. Dafür arbeiten wir mit Volldampf an Innovationen für diese Regionen und entwickeln unsere Infrastruktur stetig weiter. So werden wir im Frühsommer 2017 unser neues Entwicklungszentrum in Singapur einweihen – eine wichtige Drehscheibe für Südostasien. In China werden wir mit dem Bau eines weiteren Standortes beginnen und in Iran haben wir bereits im vergangenen Jahr eine eigene Gesellschaft gegründet. Damit nutzen wir die Wachstumschancen, die uns diese aufstrebenden Regionen bieten.

Schauen wir auf die dritte Säule der Strategie, die Effizienz. Konnten Sie diese ebenfalls steigern?

In den vergangenen Jahren sind wir immer effizienter geworden. Mit mehreren Programmen in unseren Geschäftsbereichen haben wir die Wertschöpfung gesteigert, indem wir Abläufe verbessert, Lieferketten optimiert und bis in die kleinsten Prozesse in unseren Werken geschaut haben. In der Forschung nutzen wir für verschiedene Materialien und die daraus entstehenden Produkte immer stärker Technologieplattformen über das gesamte Unternehmen hinweg. Gleichzeitig finden wir viel öfter Zugang zu frühen Entwicklungsstadien in Innovationsprozessen beim Kunden, was unser Geschäft ebenfalls antreibt. Zudem optimieren wir fortwährend unser Rohstoffportfolio, wenn es um nachhaltige Beschaffung geht.

2020

sollen alle strategisch wichtigen Rohstoffe nachhaltig erzeugt werden.



» Unser Ziel ist es, für die Bedürfnisse in den Bereichen Ernährung, Gesundheit und Wohlbefinden innovative Lösungen zu schaffen.

Unser Weg dorthin führt über vorausschauendes und verantwortungsvolles Handeln bis hin zu zukunftsfähigen Technologien und ressourcenschonenden Prozessen.

Mit Leidenschaft und Pioniergeist erfüllen unsere Mitarbeiter das Symrise Versprechen ›always inspiring more...‹ und fördern die nachhaltige Entwicklung unseres Unternehmens und des gesellschaftlichen Umfelds.«

10 Jahre Symrise Aktie

**11.
Dezember
2006**

Die Symrise Aktie wird zum ersten Mal an der Frankfurter Wertpapierbörse gehandelt.

17,25 €

Die Aktie wird im oberen Bereich der Preisspanne ausgegeben, die zwischen 15,75 und 17,75 € lag. Insgesamt veräußerte Symrise 81 Millionen Wertpapiere. Mit einem Emissionsvolumen von 1,4 Mrd. € war der Börsengang der größte in Europa im Jahr 2006.

19. März 2007

Schon ein knappes Vierteljahr nach dem Börsengang wird Symrise in den MDAX® aufgenommen. Das Unternehmen gehört heute in diesem Index zu den Top 15 nach Börsenwert.

Das Ergebnis pro Aktie hat sich seit dem ersten vollen Geschäftsjahr 2007 von
0,82 auf 2,05 €
mehr als verdoppelt.

1,2 Mrd.
↓
2,9 Mrd. €

Der Umsatz ist seit 2006 trotz Wirtschafts- und Finanzkrise stetig angestiegen. Auch das EBITDA und der Jahresüberschuss konnten mehr als verdoppelt werden.

**11.
Dezember
2016**

Zehn Jahre nach der Ausgabe der Aktie hat sich ihr Wert auf 57,79 € mehr als verdreifacht.

Die Nachhaltigkeit ist über alle Bereiche hinweg ein großes Thema für Symrise. Was machen Sie hier anders, um sich im harten Wettbewerb gut behaupten zu können?

Ein gutes Beispiel ist unsere Rohstoffversorgung. Wenn wir diese gut aufstellen, profitieren die Umwelt, die Gesellschaft und wir als Unternehmen zugleich. Eines unserer großen Ziele ist es, dass im Jahr 2020 alle unsere strategisch wichtigen Rohstoffe nachhaltig erzeugt werden. Das erreichen wir durch mehrere Herangehensweisen. Eine davon ist, dass wir den Anbau und die Verarbeitung wichtiger Rohstoffe kontrollieren. Wir können so die Verfügbarkeit der qualitativ hochwertigen Materialien sichern und gleichzeitig den nachhaltigen Anbau gewährleisten.

Haben Sie dafür einige Beispiele?

Wir engagieren uns – und das Prinzip erweitern wir ständig – oft direkt in den Gebieten, aus denen die Rohstoffe stammen, zum Beispiel im Bereich der Vanille aus Madagaskar, Duftstoffen aus der Amazonas-Region, Bananen aus Ecuador oder auch Zwiebeln aus Deutschland. Wir finden es zudem wichtig, uns an allen unseren Standorten und bei den Produzenten für den Schutz der Umwelt und dabei auch besonders den Erhalt der Biodiversität einzusetzen: Nur wenn die Vielfalt der Natur erhalten bleibt, ist die Welt im Gleichgewicht – und natürlich profitieren auch wir, unsere Kunden und die Verbraucher von der Leistung der Natur, die unzählige Düfte und Geschmäcker hervorbringt.

Börsengang als erster Schritt zum Erfolg

Am 11. Dezember 2006 ging Symrise an die Frankfurter Wertpapierbörse. Der Emissionspreis lag bei 17,25 €. Das Unternehmen beschäftigte damals knapp 5.000 Mitarbeiter und machte einen Umsatz von rund 1,2 Mrd. €. Symrise war dreieinhalb Jahre zuvor, im Februar 2003, aus einer Fusion der beiden Holzmindener Firmen Haarmann & Reimer und Dragoco hervorgegangen, die im harten Wettbewerb miteinander standen. Durch den Zusammenschluss entstand der damals weltweit viertgrößte Hersteller von Duft- und Geschmacksstoffen, der auf einen Marktanteil von knapp 10 % kam.

Wo kann es in den kommenden Jahren für Symrise hingehen?

Nach unserem rasanten Aufstieg zu einem führenden Unternehmen der Branche in den vergangenen sieben Jahren kann unser Ziel nur sein, diese Position zu festigen und auszubauen. Dazu passt natürlich unser Fokus auf Wachstum, das wir aber nicht übereilt, sondern nur mit einer durchdachten und vor allem nachhaltigen Strategie erreichen wollen. Ein Aspekt davon ist, dass wir die große Bandbreite unserer unterschiedlichen Kompetenzen noch viel stärker vernetzen wollen, um Synergien zu erreichen. Mit neuen Produkten, die so entstehen, können wir ganz neue Kundengruppen ansprechen. Dafür ist zudem wichtig, dass wir unseren Forschern und Entwicklern viel Raum für Innovationen lassen, die darüber hinaus immer öfter Methoden der Grünen Chemie und der Biotechnologie in der Produktentwicklung anwenden. Gleichzeitig muss die Forschung perfekt auf die Märkte abgestimmt sein. Dafür sorgt wieder – und hier schließt sich der Kreis – die enge Vernetzung im Unternehmen entlang der gesamten Wertschöpfungskette. Neues entsteht heutzutage auch und vor allem, weil wir die Kunden und Verbraucher besonders gut kennen. Hier ist Symrise sehr stark.

Im Jahr 2016 haben Sie auch das Jubiläum des Börsengangs gefeiert, der im Jahr 2006 stattfand. Wie beurteilen Sie diese zehn Jahre?

Als eine Erfolgsgeschichte. Wir haben als Unternehmen sehr gute Arbeit geleistet und gleichzeitig die Instrumente des Finanzmarktes sehr gut genutzt. Auf diese Weise haben wir unseren Umsatz, unseren Gewinn und den Jahresüberschuss in dieser Zeit mehr als verdoppelt und den Unternehmenswert stark gesteigert. Davon haben auch unsere Aktionäre profitiert. Auf diesem Erfolg wollen wir uns aber nicht ausruhen, sondern weitermachen auf unserem nachhaltigen Weg.

Beste Bananen für Babys

Diana Food produziert in Ecuador Frucht- und Gemüsepulver, -flocken und -pürees in hervorragender Qualität. Mit der Übernahme eines Werks im Jahr 2013 hat das Unternehmen seine Produktionsmöglichkeiten stark gesteigert. Dabei achtet es von den Plantagen bis in die Produktion auf Nachhaltigkeit – ob es um die Natur, die Menschen oder die Gemeinden der Region geht. Und die neue Produktion bietet eine sichere und rückverfolgbare Herkunft der Rohstoffe, die nach der Verarbeitung als natürliche Clean-Label-Produkte weltweit im Handel sind.



In der Halle duftet es süß und fruchtig, aus einem großen Radio klingt Salsa-Musik. Mit zehntausendfach geübten Handgriffen nehmen Arbeiterinnen Bananen von ratternden Bändern. Sie reißen sie kurz an, drücken die Frucht aus der Schale und legen sie auf das obere Transportband zurück. Weiter, immer weiter geht es im Rhythmus, in dem die rund 35 Frauen mehr als drei Dutzend Früchte pro Minute verarbeiten. Immer per Hand wohlgemerkt: Bei einer maschinellen Schälung würde das natürliche Latex aus den Schalen, das als Allergen wirken kann, in den Fruchtbrei gelangen und dessen Farbe dunkler machen. Der große helle Raum ist eines der Herzstücke in der ecuadorianischen Fabrik, in der 375 Männer und Frauen an sechs Tagen in der Woche rund um die Uhr die wertvolle und vitaminreiche Frucht verarbeiten. Hier, in der Gemeinde Pasaje im Südwesten des Landes, entstehen Pürees, Flocken und Pulver aus Bananen, aber auch aus Mangos, Ananas und Kürbissen. Die Produkte landen rund um den Globus in feinsten Qualität in Babynahrung, Müslis, Kuchen, Süßspeisen, Broten, Eiscreme, Smoothies oder Sportlernahrung. Diana Food hat den Weltmarktführer für Bananenflocken gekauft, um den wichtigen Rohstoff und seine Verarbeitung in die eigene Wertschöpfungskette zu integrieren.

Handarbeit für beste Qualität

Jede Banane, die im Werk von Diana Food in Ecuador verarbeitet wird, nehmen die Arbeiterinnen einmal in die Hand. Sie gewährleisten schon beim Schälen, dass die Qualität stimmt. Pro Minute verarbeiten sie drei Dutzend der süßen Früchte, aus denen anschließend Pürees, Flocken und Pulver produziert werden.







25 %

der von Diana Food in Ecuador
verarbeiteten Bananen haben
Bio-Qualität, der Rest kommt
aus konventionellem Anbau.



Bananen, so weit das Auge reicht

In El Oro gibt es rund 4.500 Bananenplantagen. Damit sind die Wege zum Werk von Diana Food, das im Herzen der Region liegt, nicht weit. Die Bauern pflegen und ernten ihre Stauden über das ganze Jahr, sodass die Versorgung mit Rohstoffen immer gesichert ist.



» Die Banane ist eine feine Lady, sie hat ungern nasse Füße.«

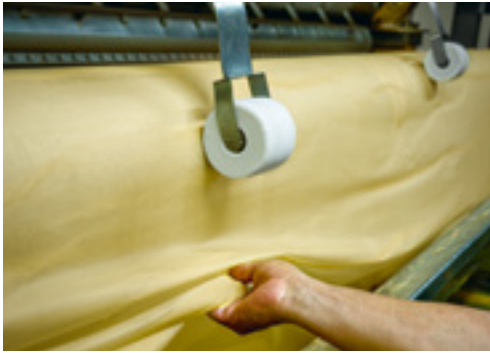
HECTOR BONNARD Agronomist bei Diana Food

Wachsender Trend zur Biobanane

Jede Banane, die das 1961 gegründete Unternehmen verarbeitet, stammt von einer der Plantagen, die im Umkreis von 60 Kilometern rund um den Standort liegen. Etwa 25 % haben Bioqualität – Tendenz stark steigend. Der Rest stammt aus konventionellem Anbau. Einer der Biobauern ist Gary Mendieta, der in den Bergen eine seiner drei vergleichsweise kleinen Farmen unterhält. Auf jedem der acht Hektar wachsen bis zu 1.500 Stauden. Mit seinem fünfköpfigen Team hat er viel zu tun. Sie schneiden die großen überzähligen Blätter der Pflanzen ab, halten den Boden sauber, schützen die Fruchtstände auf den drei, vier Meter hohen Pflanzen mit luft- und lichtdurchlässigen Plastiktüten, die Insekten und Vögel fernhalten. Jeder Staudenstandort hat zwei bis drei Ernten im Jahr: „Die Pflanze, die getragen hat, schneiden wir ab. Daneben wächst schon die Tochter und direkt hier die Enkelin, die die nächste Generation bildet“, erklärt Mendieta.

Wenn die Früchte noch grün sind, fällt ein Arbeiter vorsichtig die Staude. Ein zweiter Mann fängt den bis zu 50 Kilo schweren Fruchtstand mit einem Hartschaumbrett auf und trägt ihn auf der Schulter bis zur Sammelstelle. Dort werden die Früchte gewaschen und sortiert. Mit sicherem Blick legt ein Mitarbeiter die Bananen an den Rand, die nicht die gewünschte Krümmung, Größe oder kleine Flecken haben. Das trifft auf etwa 10 % zu. „Exporteure für den Einzelhandel wollen nur perfekt geformte Früchte“, sagt Hector Bonnard. „Wir nehmen nur die Bananen für unser Werk in Pasaje, die sich nicht für den Markt mit frischem Obst eignen.“ Der Agronomist arbeitet seit zwei Jahren für Diana Food. Er und seine Kollegen besuchen die Plantagen alle zwei Wochen, beraten die Landwirte und achten darauf, dass vom Anbau über die Düngung und die Schädlings- und Unkrautvernichtung bis hin zur Ernte und Auswahl der Früchte alles nach den Standards des Unternehmens läuft. Neben der Versorgung mit Nährstoffen spielt die Bewässerung eine große Rolle. „Die Banane ist eine feine Lady, sie hat ungern nasse Füße“, erklärt Bonnard lächelnd. Deswegen müssen Wasserversorgung und Drainagesysteme perfekt funktionieren.

Die Landwirtschaftsexperten von Diana Food haben viel Erfahrung in der Branche. „Und wir haben zu den Bauern ein sehr gutes Vertrauensverhältnis“, sagt Bonnard. „Gleichzeitig legen wir hohe Maßstäbe an und dokumentieren so, dass wir jederzeit die Rohstoffe bis zur Plantage zurückverfolgen können.“



Nachdem die Bananen zu einem feinem, keim- und fremdkörperfreien Mus verarbeitet wurden, werden sie entwässert und in sechs Trommeltrocknern hoch erhitzt. Das trockene, intensiv nach der Frucht schmeckende Produkt wird anschließend zu Flocken verarbeitet. Eine weitere Anwendung ist das reine Püree, das zum Beispiel in Babynahrung verwendet wird.

Qualitätskontrolle bei allen Schritten

In Pasaje kommen täglich Dutzende Lkw mit grünen Bananen an. Auf das Wiegen folgt die Sichtkontrolle. „Wir prüfen die Qualität ständig“, sagt Francisco Larrea, der seit 18 Jahren die Firma leitet. „Nach dem Abladen lagern wir die Bananen luftdicht ein, damit sie reifen und ihren perfekten süßen Geschmack bekommen.“ Nach dem Schälen – die Hüllen werden kompostiert – durchlaufen die Früchte verschiedene Prozesse. Eine große Maschine verarbeitet sie zu feinem Mus, das danach nochmals gefiltert und erhitzt wird. Während der Vakuumverdampfung entsteht zudem hochkonzentrierte Bananenessenz.

Im weiteren Prozess wird der größere Teil der Breimasse weiter entwässert und in sechs Trommeltrocknern hoch erhitzt. Das Produkt hat nur noch geringe Restfeuchte und wird durch zwei Rollen gepresst. Das Ergebnis sieht aus wie Esspapier, ist trocken und warm und schmeckt intensiv nach frischer Banane. Der letzte Arbeitsschritt: Meterlange Messer zerkleinern das Papier bis zur gewünschten Größe von Flocken oder Pulver. „Der Prozess muss an jeder Stelle stimmen“, sagt Larrea, unter dessen Leitung sich die Mitarbeiterzahl fast vervierfacht hat. Damit die Güte des reinen Naturprodukts gewahrt bleibt, will das Unternehmen in neue Arbeitsflächen für die Trommeltrockner und in Laborausrüstung investieren. Die Endprodukte, die in dem Werk entstehen, kommen weltweit in vielen Anwendungen zum Einsatz. „Der größte Teil unserer Pürees und Flocken wird für Babynahrung genutzt“, sagt Larrea. „Wir garantieren allerhöchste Qualität und Lebensmittelsicherheit, indem wir auf strikte bakteriologische Tests und eine strenge Kontrolle auf Verschmutzungen oder Fremdkörper setzen.“

Mitarbeiter stehen im Fokus

„Ebenso wichtig ist für uns die Nachhaltigkeit in der Produktion“, sagt Larrea. „In der Provinz El Oro waren wir das erste Unternehmen mit Umweltlizenz.“ Das Werk ist Mitglied der Online-Plattform SEDEX (Supplier Ethical Data Exchange) für ethisch und sozial nachhaltig produzierende Unternehmen. Dazu gehört, dass Diana Food besonderen Wert auf das Wohlergehen der Mitarbeiter bei der Arbeit legt. Diese essen zum Beispiel kostenlos in der Kantine, erhalten Arbeitskleidung und nutzen Transportdienste zur Schicht. Auch um die Gesundheitsvorsorge kümmert sich das Unternehmen. Die Männer und Frauen werden regelmäßig untersucht und mit Medikamenten versorgt, gegen Gelbfieber geimpft und können bei schwereren Krankheiten in eine Klinik gehen. „Die Angebote gelten für die ganze Familie“, sagt Shirley Sanchez. „Sie ist bei uns in Ecuador eine der wichtigsten Säulen im Leben. Wir beziehen sie daher strategisch mit ein, damit unsere Mitarbeiter sich wohlfühlen und auf sich achten“, erklärt die Betriebsärztin.



Das Unternehmen nimmt zudem viel Rücksicht auf in ihrer Arbeitskraft eingeschränkte Kolleginnen. Ältere Mitarbeiterinnen erledigen leichtere Arbeiten. Shirley Sanchez deutet auf eine schwangere Frau: „Für die oft jungen Mütter passen wir Arbeitszeiten an, damit sie ausreichend zuhause sind – oft sind die Frauen die einzigen Verdienner der Familie.“ „Wir sind als Team sehr engagiert“, bestätigt die Personalmanagerin Chanena Matamoros. „Gleichzeitig ist die Solidarität unter Mitarbeitern hoch, was wir unterstützen.“ So sammeln Kollegen zum Beispiel Geld, wenn jemand krank ist. Den Gemeinschaftssinn fördert Diana Food auch mit einem Mikrokreditsystem. Jeder Beschäftigte kann Geld einzahlen und sparen – und gleichzeitig das Dreifache seiner Ersparnisse als Kredit aufnehmen.

» Die Solidarität unter Mitarbeitern ist hoch. Das unterstützen wir. «

CHANENA MATAMOROS Personalmanagerin

Das Unternehmen engagiert sich auch in den Gemeinden rund um das Werk, spendet Süßigkeiten für Kinderfeste, Bandauftritte für ein Musikfestival oder Pokale für Fußballturniere. Größere Summen flossen in die Sanierung des Stadtparks. „Wir versuchen, ein gutes Verhältnis zu den Gemeinden aufzubauen“, sagt Matamoros. „Damit werden wir auch als Arbeitgeber attraktiv“, ergänzt Firmenchef Larrea. „Das ist enorm wichtig für uns, um gut ausgebildete, motivierte und zuverlässige Kollegen zu finden.“

Mehr als ein Wirtschaftsfaktor

Ecuador bietet ideale Bedingungen, um Bananen anzubauen. Die Bodenqualität ist hervorragend, das Klima ist tropisch, ohne dass Hurricanes auftreten, und die Regensaison ist relativ kurz. Ein Effekt dieser klimatischen Bedingungen: Beim Anbau müssen weniger Pestizide und Dünger eingesetzt werden, was natürlich auch die Ausbreitung der Bio-Landwirtschaft fördert. Das Land konnte so zum viertgrößten Bananenproduzenten und größten -exporteur der Welt werden. Die Branche gehört in Ecuador, das im Nordwesten Südamerikas zwischen Kolumbien und Peru liegt, zu den größten Arbeitgebern. Auf rund 220.000 Hektar Plantagen arbeiten fast eine Million Menschen, vor allem in den drei westlichen Provinzen Los Rios, Guayas und El Oro – in letzterer gibt es mit 4.500 die meisten Plantagen. Hier betreibt auch Diana Food das Werk. Das Land exportiert rund 90 % der Bananen, vor allem nach Europa und in die USA.

HARRY VEINTIMILLA ist Präsident von Ecosfera, einer regionalen Umweltberatungsfirma.



» Seit dem Jahr 2009 arbeiten wir als vom Staat Ecuador zertifizierte Beratungsfirma daran, gemeinsam mit Diana Food die gesamte Produktion immer nachhaltiger zu machen. Wir haben mit einer großen Studie begonnen, um zunächst zum Beispiel die Lärmemissionen sowie die Qualität des Abwassers und der Luft zu erheben. Auf dieser Grundlage beraten wir das Unternehmen dabei, wie es seine Umweltziele noch besser erreichen kann. Mit einer 50-prozentigen Übereinstimmung mit unseren Standards bekommt man unser Umweltsiegel – Diana Food liegt mittlerweile bei 90 % und gehört damit zu den Top-10-Firmen in der Region. «



JOSÉ SANTILLÁN ist Leiter der Umwelt- und Arbeitssicherheit bei Diana Food.

» Die größtmögliche Arbeitssicherheit in unserem Werk ist eines unserer Hauptziele. Ich bin den ganzen Tag, von montags bis freitags in der Fabrik unterwegs, um herauszufinden, wo es Risiken geben könnte. Schwachstellen können wir so sofort erkennen und reparieren. Außerdem trainieren wir die Mitarbeiter, statten sie mit Sicherheitskleidung aus und achten auch sehr darauf, dass diese getragen wird. So haben wir dafür gesorgt, dass es in den vergangenen Jahren keinen einzigen schwereren Unfall gegeben hat. «



IVANOVA SÁNCHEZ ist Lebensmittelingenieurin und arbeitet als Qualitätsassistentin bei Diana Food. Sie gewann den Talentwettbewerb, den das Unternehmen für seine Mitarbeiter veranstaltet.

» Unsere Produktion ist mit vielen Zertifikaten ausgezeichnet, zum Beispiel mit BRC. Es belegt, dass wir ein funktionierendes Managementsystem im Bereich der Lebensmittelsicherheit haben. Mein Job ist es unter anderem, hier im Labor darauf zu achten, dass wir die Standards bei den Produkten einhalten. Dazu überprüfen wir die Pürees und Flocken in regelmäßigen Abständen. «



TALIA NAVARRETE
ist Gemeinderätin in
Pasaje.

» Diana Food leistet für unsere Gemeinde auf mehreren Ebenen einen wichtigen Beitrag. Das Unternehmen hat den Ort und die Region in der Branche bekannt gemacht – die Bananen sind hier die wichtigste Einnahmequelle und eine solche Firma hilft uns, wirtschaftlich stark zu sein. Gleichzeitig sorgt sie für verlässliche Jobs und ist besonders in Zeiten, in denen unsere Wirtschaft von Krisen geschüttelt wird, ein stabiler Partner. Und nicht zuletzt engagiert sich das Unternehmen zum Beispiel an unseren Schulen oder für die Infrastruktur, was uns als Gemeinde sehr freut. «



GIOVANNI NAVAS leitet
die „Divina Misericordia
Albergue“, eine Einrichtung
für Menschen mit Behin-
derungen.

» In Ecuador gibt es kein öffentliches System, das gestrandete, psychisch kranke Menschen unterstützt. Wir sind deswegen mit unserem Heim auf Spenden angewiesen. Symrise hat seine Mitarbeiter entscheiden lassen, welches Projekt mit Spendengeldern unterstützt werden soll. Wir haben 6.000 € bekommen. Davon konnten wir mehrere Hospitalbetten und eine neue Waschmaschine kaufen, was wir uns sonst nicht hätten leisten können. «



**NEIRA LAPO
CÉSAR STALIN**
pflegt Listen mit
Rohmaterialien
in den Computer
ein. Er ist einer
von rund 4 % der
Mitarbeiter im
Werk in Pasaje,
die eine Behinde-
rung haben.

» Ich bin seit der Geburt gehörlos, kann aber Lippen lesen und mich mit meinen Kollegen verständigen. Wir haben ein tolles Team, in dem jeder auf jeden achtet. Mein Job macht mir Spaß, weil ich gerne am Computer arbeite. Für mich war das eine große Chance, weil ich als Gehörloser sehr große Schwierigkeiten hatte, einen Job zu finden. «



SANDRA ESTUPIÑÁN
ist als Bananenschälerin
bei Diana Food angestellt.

» Ich habe hier seit 14 Jahren denselben Job, arbeite vier Tage in der Woche jeweils zwölf Stunden. Und auch wenn das anstrengend und manchmal einseitig ist, bin ich doch sehr zufrieden. Unsere Gruppe hält gut zusammen, einige von uns wechseln sich in der Leitung ab, was ich auch schon öfter gemacht habe – und vor allem ist die Anstellung hier sehr sicher, wird pünktlich bezahlt und bietet viele positive Dinge wie die Kantine, in der wir kostenlos essen können, oder die medizinische Versorgung. «

Von Bienen und Biodiversität



Ganz in der Nähe des Stammsitzes in Holzminden hat Symrise eine Bienenzucht aufgebaut. Sie symbolisiert das Engagement für Biodiversität, die das Unternehmen weltweit, an allen Standorten, bewahren und fördern will. Das ist nicht nur gut für den Konzern, der Rohstoffe aus der reichen biologischen Vielfalt schöpfen kann. Von einer verantwortungsvollen und bewussten wirtschaftlichen Nutzung natürlicher Ressourcen profitieren auch die Naturräume und die Menschen, die in ihnen leben.



Große Pläne

Imker Werner Borgolte (li.) pflegt für Symrise die Bienenstöcke in der ehemaligen Schrebergartenanlage. Auf dem Grundstück, das dem Unternehmen gehört, sollen in Zukunft weitere Projekte entstehen, etwa für die Forschung und Entwicklung. Susanne Ellerbrock und Carsten Schacht von der Werksverwaltung, die bei Symrise unter anderem für die Liegenschaften zuständig sind, haben dazu das Gelände dokumentiert und analysiert.

100

Mitarbeiter von Symrise
pachteten die Gärten nach
dem Zweiten Weltkrieg.

Als Werner Borgolte den Holzkasten öffnet, sind zunächst nur zwei, drei Bienen zu sehen. „Ja, ihr Kleinen seid noch müde“, sagt der 75-Jährige mit ruhiger Stimme. Er schaut sich den Bienenstock von allen Seiten an und befestigt dann einen kleinen Dispenser in der obersten Lage. Die unscheinbare Plastikflasche ist enorm wichtig für das Bienenvolk. „Aus ihr fließt immer so viel Ameisensäure wie nötig, um die Varroamilbe abzutöten“, sagt der Hobbyimker. „Der Schädling ist aus Asien eingeschleppt. Wenn er einen Stock befällt, saugt er den Bienen das Blut aus.“ Seine Tiere werden munterer, mittlerweile schwirren mehrere Dutzend um Borgolte herum. Er nimmt seinen Rauchboy – eine silberne Dose mit einem braunen Blasebalg –, um das Volk ein wenig zur Ruhe zu bringen. Kurze Rauchstöße benebeln die Bienen. „Ich bin schon gestochen worden, aber das passiert deutlich seltener als man denkt.“ Es ist ein warmer Tag im Herbst, an dem Werner Borgolte in der ehemaligen Schrebergartenkolonie am Rand von Holzminden seine drei Bienenstöcke versorgt. Den Honig hat der Rentner, der einige Stunden in der Woche auf dem konzerneigenen Grundstück für Symrise arbeitet, schon

längst gesammelt. Die Apfelbäume, Brombeer- und Himbeersträucher tragen seit Wochen keine Früchte mehr, die vielen wilden Kräuter- und Gräserarten lassen langsam ihre Köpfe hängen. Werner Borgolte muss nun bald mit den Wintervorbereitungen beginnen, damit das Bienenvolk im kommenden Jahr wieder in die Rapsfelder und Obstwiesen der Umgebung ausschwärmen kann.

Symbol für Biodiversität

Die Bienenzucht ist verglichen mit einer neuen Produktionsanlage oder einem innovativen Produkt ein geradezu winziges Projekt von Symrise. Es soll aber wachsen: Die Gärten, die nach dem Zweiten Weltkrieg von rund 100 Mitarbeitern zur Selbstversorgung gepachtet wurden, werden zunächst auf ihre Pflanzenvielfalt untersucht. In Zukunft könnten

hier Früchte, Gemüse oder Kräuter angebaut werden, die Symrise in der Forschung und Entwicklung oder auch zu Demonstrationszwecken nutzen kann.

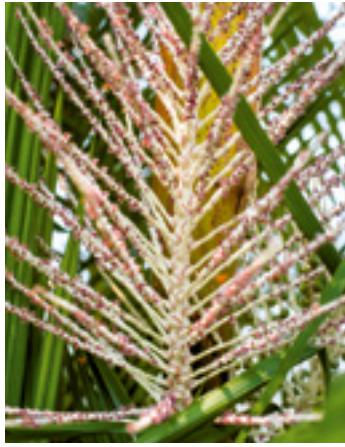
Zugleich sind die summenden Bestäuber in den bunten Gärten – ähnliche Projekte gibt es an Standorten in Frankreich und den USA – aber auch ein Symbol: Symrise engagiert sich immer mehr für Biodiversität. Die biologische Vielfalt in Ökosystemen ist lebensnotwendig für den Menschen – und gleichzeitig in Gefahr. „Wir haben große Herausforderungen vor uns“, sagt Hans Holger Gliewe, Chief Sustainability Officer des Unternehmens. „Gegenüber normalen evolutionären Rahmenbedingungen hat sich das Artensterben um den Faktor 1.000 vergrößert.“ Ein Grund dafür, dass es soweit kommen konnte: Die Biodiversität hat im Gegensatz zu anderen Nachhaltigkeitszielen lange ein Schattendasein geführt. „Das hängt unter anderem mit der Komplexität des Themas zusammen“, sagt Gliewe. „Es geht um die Vielfalt von Genpools, Arten, Ökosystemen und ökologischen Leistungen und Funktionen, die nicht so einfach zu verstehen ist – zumal es zwischen den einzelnen Bereichen enorme Wechselwirkungen gibt.“

In das breite Bewusstsein ist das Thema erst zum Ende der 2000er-Jahre gekommen. Eine internationale Studienreihe von Bundesregierung und Vereinten Nationen zeigte zum Beispiel, dass es nicht nur um die Natur an sich geht, sondern auch um ihre wirtschaftliche Leistung. „Die Bestäubung durch Bienen weltweit etwa hat einen volkswirtschaftlichen Wert von rund 150 Mrd. € pro Jahr“, sagt Hans Holger Gliewe.



»Die Bestäubung durch Bienen weltweit etwa hat einen volkswirtschaftlichen Wert von rund 150 Mrd. € pro Jahr.«

HANS HOLGER GLIEWE Chief Sustainability Officer Symrise



Rohstoffe rund um die Welt

Samen aus Brasilien, Vanille aus Madagaskar, Bananen aus Ecuador: Symrise bezieht die wichtigsten Rohstoffe von allen Kontinenten. Dazu kauft das Unternehmen die Früchte, Gemüse, Nüsse und Kräuter nicht nur einfach von den Erzeugern oder über große Zwischenhändler. Immer häufiger integriert das Unternehmen die Rohstoffe rückwärts in die eigene Wertschöpfungskette.

86%

der Hauptlieferungen basierend auf Einkaufsvolumen sind nach Nachhaltigkeitskriterien bewertet.



Eine eigene Biodiversitätsagenda

Als erste Reaktion auf den drohenden Verlust der Vielfalt hat Symrise im Jahr 2010 einen Biodiversitätscheck gemeinsam mit der internationalen Stiftung Global Nature Fund unternommen. Ziel war es, die Auswirkungen des Biodiversitätsverlusts auf das Unternehmen am Beispiel strategisch wichtiger Rohstoffe zu bewerten. „Unsere mehr als 10.000 Rohstoffe kommen aus allen Teilen der Welt – wir sind auf die ökologischen Dienstleistungen der Natur wie kaum eine andere Firma angewiesen“, erklärt Gliewe. Das Ergebnis des Checks war eindeutig. „Wenn wir unsere strategischen Lieferketten nicht genau analysieren und nachhaltiger gestalten, werden wir in Zukunft stark vom Rückgang der Biodiversität betroffen sein.“ Gemeinsam mit dem Global Nature Fund und der Non-Profit-Organisation Union for Ethical BioTrade (UEBT) hat Symrise anschließend eine Biodiversitätsagenda entwickelt. Sie hat große Einflüsse auch auf das strategische

Handeln des Konzerns, wenn es um die Zukäufe von Unternehmen oder die Optimierung von Prozessen geht. „Der Schutz und die nachhaltige Nutzung der Biodiversität stehen bei der Rohstoffauswahl und -produktion ganz vorne mit an“, erklärt Hans Holger Gliewe. Gleichzeitig sollen die Menschen, die in den jeweiligen Regionen leben, gerecht am Wertschöpfungsprozess beteiligt werden. Wir wollen damit Anreize schaffen, dass Arten und Ökosysteme erhalten bleiben.“

Artenschutz beginnt beim Einkauf

Eine ebenso wichtige Rolle nimmt der Einkauf ein. Das Unternehmen integriert essentielle Rohstoffe rückwärts in die eigene Wertschöpfungskette und verbessert die Bedingungen beim Erzeuger. Beispiele dafür sind die Aktivitäten in Ecuador (siehe Seite 36), Madagaskar (siehe Seite 54) oder im brasilianischen Amazonas-Gebiet, wo Symrise mehrere Dutzend Rohmaterialien von der UEBT zertifizieren lässt und sich auch bei den Bauern mit sozialen Projekten engagiert.

Das Unternehmen hat dazu ein konzernweites Ziel definiert: Symrise will bis zum Jahr 2020 100 % der wichtigsten Rohstoffe aus nachhaltigem Anbau einkaufen. „Dazu gehören Materialien wie Zwiebel, Vanille oder Zitrusprodukte, die zusammengenommen den Hauptanteil unserer natürlichen Rohstoffbasis ausmachen“, sagt Mark Birch, Direktor für Nachhaltigkeit im Einkauf bei Symrise. Ebenso bedeutend für das Unternehmen sind aber auch kleinere Chargen von Rohstoffen, die in strategisch wichtigen Produkten eingesetzt werden oder besondere Materialien, die für bestimmte Kunden relevant sind.

Um das Nachhaltigkeitsengagement auf die bestmögliche Weise umzusetzen, ist Symrise unter anderem der Sustainable Agriculture Initiative (SAI) beigetreten. Auf der Plattform haben sich 90 der wichtigsten Lebensmittelhersteller und -zulieferer der Welt organisiert. „Gemeinsam wollen wir eine nachhaltige Landwirtschaft unterstützen. Die Bauern, mit denen wir zusammenarbeiten, sollen bestimmte Kriterien erfüllen, wenn es um die Wasser- und Landnutzung, die Düngung und den Pflanzenschutz geht“, erklärt Birch, der seit einem Jahr im Unternehmen arbeitet und zuvor 29 Jahre lang bei einem großen Lebensmittelkonzern unter anderem für den nachhaltigen Einkauf und die Entwicklung der Zulieferer zuständig war. Zudem sollen die Ernten und damit auch der Wohlstand und die Sicherheit der Landwirte und -arbeiter rund um die Welt steigen. „Zur Nachhaltigkeit gehört immer auch die gesellschaftliche Komponente.“



» Der Schutz und die nachhaltige Nutzung der Biodiversität stehen bei der Rohstoffauswahl und -produktion ganz vorne mit an.«

HANS HOLGER GLIEWE Chief Sustainability Officer Symrise

»Wir suchen Partner, die unsere Nachhaltigkeitsideen teilen.«

MARK BIRCH Direktor für Nachhaltigkeit im Einkauf bei Symrise



Nachhaltiger Einkauf

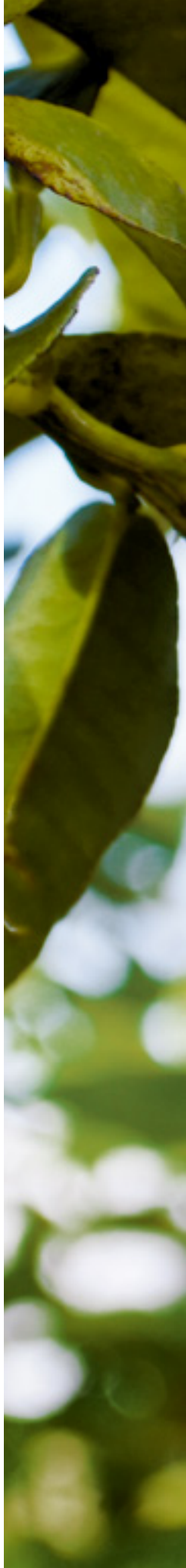
Mark Birch hat ehrgeizige Ziele: Der Direktor für Nachhaltigkeit im Einkauf bei Symrise will gemeinsam mit seinen Kollegen dafür sorgen, dass das Unternehmen bis zum Jahr 2020 100 % der wichtigsten Rohstoffe aus nachhaltigem Anbau bezieht. Dafür bringt er große Erfahrung mit: Birch war 29 Jahre lang bei einem großen Lebensmittelkonzern unter anderem für den nachhaltigen Einkauf zuständig.

Strenge Standards für die Landwirtschaft

Die SAI hat dazu Kriterien, die eine gute Landwirtschaft beschreiben, und das „Farm Sustainability Assessment“ entwickelt – ein einfach zu nutzendes Werkzeug, mit dem die Erfüllung der Kriterien aufgenommen und bewertet werden kann. Der Vorteil für die beteiligten Unternehmen: Die Zulieferer bis hin zu den einzelnen Erzeugern lassen sich einfach und unabhängig miteinander vergleichen. In der Datenbank werden zudem die bereits geprüften Farmer mit ihren Produkten aufgeführt. „So entsteht ein Netzwerk von nachhaltigen Erzeugern, das die Mitglieder der Plattform nutzen können.“

Ganz lokal in Deutschland hat Symrise das „Farm Sustainability Assessment“ zum Beispiel mit den Zwiebelbauern umgesetzt. „Wir haben uns gemeinsam die Produktion und die landwirtschaftlichen Techniken angeschaut und danach die Daten erhoben.“ Das Unternehmen kann so Rohstoffe finden und als nachhaltig qualifizieren und damit die Anforderungen der Kunden erfüllen – etwa Lebensmittelkonzernen, die Zwiebelsaftkonzentrat kaufen. Die Verantwortung dafür hat Symrise sehr bewusst im Einkaufsteam verortet. „Diejenigen, die täglich mit den Zulieferern arbeiten, haben den besten Überblick“, sagt Birch, der auch für den Teeeinkauf im Unternehmen zuständig ist.

Ob es jemals möglich sein wird, alle Rohstoffe nach den strengen Standards einzukaufen, ist Birch zufolge eine schwierige Frage. Zu den rund 10.000 Materialien gehört auch eine große Anzahl an Kleinstmengen etwa von Nüssen, Rinden oder Kräutern. Manche Rohstoffe werden zum Beispiel in Wäldern gepflückt, danach in Kooperativen gesammelt und über ein Händlernetz an Symrise verkauft – in kleinen Mengen pro Jahr zwischen zehn und 50 Kilogramm. „Da haben wir wenig Einfluss“, sagt Birch. „Wir versuchen aber, zumindest die Vertriebsfirmen auszusuchen, die unsere Nachhaltigkeitsideen teilen. Und damit ebnen wir auch hier einen Weg, der uns immer weiter zu einem verantwortungsbewussteren Umgang mit der Biodiversität und den natürlichen Ressourcen bringt.“





Nachhaltigkeit von Anfang an

Ein Beispiel für das Engagement des Unternehmens für Biodiversität und einen nachhaltigen Einkauf ist die Bergamotte. Die Pflanze wird im süditalienischen Kalabrien angebaut, ihre Öle werden zum Beispiel in Parfüms genutzt oder geben Earl Grey-Tees die ganz bestimmte Zitrusnote. Symrise kooperiert bei der Rohstoffherzeugung eng mit der Firma Capua 1880 – das Familienunternehmen, das seit fünf Generationen Bergamotte-Öle produziert, verarbeitet mehr als die Hälfte der gesamten Ernte in der Region, in der wiederum vier Fünftel der Weltproduktion entstehen.

Weitere Partner sind die Universität Kalabrien, die Kooperative Unionberg und die Union for Ethical BioTrade (UEBT). Gemeinsam investieren sie in Forschung und Entwicklung, um etwa die Seitenströme der Produktion besser nutzen zu können – dabei geht es zum Beispiel um Aromen aus dem zuvor ungenutzten Saft und das Öl in den Schalen, die mit Hilfe von innovativen Technologien genutzt werden können. Außerdem arbeiten Symrise und die Partner in Kalabrien mit 500 Erzeugern in der Region daran, die Landwirtschaft nachhaltiger zu gestalten.

Ein wichtiger Bestandteil des Engagements ist der Schutz der Biodiversität. Die Beteiligten legen Standards fest, wie bei der Beschaffung und Nutzung von Rohstoffen die lokale Vielfalt gefördert werden kann. Ein Beispiel dafür: Der Anbau der Bergamotte erfolgt relativ nah an den Küsten von Mittel- und Ionischem Meer. Die Partner wollen herausfinden, welche Einflüsse die Produktion auf das Leben im Wasser hat. So können sie die Flora und Fauna an Land und im Meer schützen.

Neue Rohstoffe und Produkte aus der Vielfalt der Natur

Seit dem Jahr 2004 bezieht Symrise Vanille aus Madagaskar direkt von den Erzeugern. Parallel dazu engagiert sich das Unternehmen dort auch für die Landwirte. Der Konzern verbessert die Lebensbedingungen der Farmer und ihrer Familien, indem er in deren Bildung und finanzielle Sicherheit sowie in nachhaltige landwirtschaftliche Praktiken investiert. Dazu gehört auch, dass Symrise den Anbau weiterer Rohstoffe fördert.

Die Apparatur sieht auf den ersten Blick unspektakulär aus: In einem ein Meter hohen gemauerten Kamin brennt ein Holzfeuer, welches das Wasser im darüber angebrachten Topf erhitzt. In dem Kessel kocht Zimtrinde, deren leicht flüchtigen ätherischen Öle durch den entstehenden Dampf von der Flüssigkeit getrennt und über ein Rohr als Kondensat in einem Behälter aufgefangen werden. Fertig ist das Destillat. Das Produkt wird anschließend gefiltert und kann weiterverwendet werden. Vier dieser einfachen aber effizienten Anlagen hat Symrise im Jahr 2016 verschiedenen Dörfern auf Madagaskar zu Verfügung gestellt.

Die Investition sorgt für einen großen Effekt und eine Win-Win-Situation: „Vanillebauern können mit diesen Destillationen weitere Produkte wie eben jenes Zimtöl erzeugen. Sie sind damit weniger abhängig vom Anbau der Vanille und können so ihre Lebensgrundlage verbessern“, sagt Dr. Benoît Join. „Und wir können auf eine breitere Rohstoffbasis zurückgreifen, indem wir verschiedene andere ätherische Öle aus Madagaskar beziehen“, erklärt der Franzose, der bei Symrise für die Innovationen im Bereich Oral Care und Natürliche Rohstoffe zuständig ist.







Gemeinsam für bessere Lebensbedingungen der Vanillebauern

Seit dem Jahr 2013 unterstützt Symrise gemeinsam mit dem Lebensmittelkonzern Unilever und der staatlichen Deutschen Gesellschaft für Internationale Zusammenarbeit (GIZ) die Vanillebauern auf Madagaskar. Anfang 2017 geht ein neuer Partner mit an Bord: Die Organisation Save the Children, die sich seit mehr als 90 Jahren weltweit für die Rechte und den Schutz von Kindern einsetzt. Die gemeinsame Initiative soll in über 70 Dörfern 50.000 Menschen in 10.000 Haushalten erreichen, von denen rund 70 % unterhalb der Armutsgrenze und mit sehr instabilen Einkommen leben.

Gefördert von develoPPP.de, einem Programm des Bundesministeriums für wirtschaftliche Zusammenarbeit und Entwicklung (BMZ), sollen in den kommenden drei Jahren die wirtschaftliche Grundlage der Familien, der Bildungsstand der Kinder und der Umweltschutz verbessert werden. Nur so kann der Kreislauf der Armut, in dem sich die Familien seit Generationen befinden, unterbrochen werden.



Die vier Anlagen sind Teil des breiten Engagements von Symrise auf der Insel. Seither hat es sich in vielen Schritten vom reinen Einkauf der Vanille zu einer umfassenden Strategie entwickelt, die einen nachhaltig angebauten, qualitativ hochwertigen und jederzeit rückverfolgbaren Rohstoff für das Unternehmen sichert. Parallel hat Symrise die komplette Wertschöpfungskette und damit auch die Lebensbedingungen der Bauern auf Madagaskar an vielen Stellen positiv beeinflusst.

Engagement für die Farmer und ihre Familien

Mittlerweile profitieren mehr als 30.000 Menschen in 90 Dörfern von den verschiedenen Maßnahmen, die Symrise angestoßen, finanziert und gefördert hat – zum Teil alleine oder gemeinsam mit Partnern wie dem Lebensmittelkonzern Unilever und der Deutschen Gesellschaft für Internationale Zusammenarbeit (GIZ). Für soziale, ökologische und ökonomische sowie für Bildungsprojekte gibt es eine ganze Reihe von Beispielen. So hat Symrise, um die Ernährung der Bauern und ihrer Familien zu sichern, 250.000 Setzlinge an die Landwirte verteilt, mit denen diese Gemüse anbauen. Das Unternehmen verteilte zudem 234 Tonnen Reis – das wichtigste Grundnahrungsmittel auf Madagaskar. Mehr als 10.000 Menschen genießen zudem die Vorteile einer Krankenversicherung, die der Konzern angestoßen und finanziell unterstützt hat.

Um den Raubbau an der Natur zu verringern, organisiert und finanziert Symrise Trainings für Landwirte, damit diese nachhaltige Anbaumethoden kennenlernen sowie Baumschulen, um den Nachschub für Alternativen zur Vanille sicherzustellen. Für eine bessere Bildung der Kinder unterstützt das Unternehmen 76 Grundschulen sowie drei Schulen mit landwirtschaftlichem Schwerpunkt. Nicht zuletzt hat das Unternehmen die eigene Fabrik auf Madagaskar so nachhaltig wie möglich konzipiert: Das Abwasser wird biologisch gereinigt und für die Dampferzeugung wird Biomasse verwendet, die aus eigens gepflanzten Bäumen stammt.

Rund

30.000

Menschen auf Madagaskar profitieren vom Engagement von Symrise.

Die neuen Produkte passen zu dieser Strategie. Sie werden lokal angebaut und in den Destillationsanlagen, die ein Ingenieursteam von Symrise eingehend geprüft hat, direkt von den Bauern verarbeitet. „Wir vermeiden dadurch auch den Transport der Rohwaren. Das hat zwei Vorteile: Die Materialien leiden nicht in der Qualität – und wir reduzieren den CO₂-Ausstoß, weil wir nur einen Bruchteil an Masse von einem Ort zum anderen bewegen müssen“, sagt Benoît Join. Diese Produkte sind von größter Vielfalt und höchster Qualität. Sie entstehen – und das ist neu – in verschiedenen Regionen der Insel, die ganz unterschiedliche Mikroklimata und damit auch Wachstumsbedingungen haben. In der Region zum Beispiel, wo die Vanille vor allem wächst, bauen die Bauern nun ergänzend Vetiver an. Aus dem robusten Süßgras wird ein intensiv holzig und erdig riechendes Öl für Parfüms destilliert. „Wir suchen momentan noch mehr Bauern, die das für uns produzieren“, erklärt Benoît Join den Stand des Prozesses. Die Vorteile für die Landwirte sind groß: „Vetiver wächst ohne großen Aufwand für die Bauern, zudem fixiert es mit seinen tiefen Wurzeln den Boden und schützt so vor Erosion und trägt zur Habitaterhaltung bei.“ Außerdem kann es wegen seiner festen Verankerung schlecht gestohlen werden – Diebstahl der Ernte ist bei der Vanille immer wieder ein Problem.

Die Rohstoffpalette wird immer breiter

Weitere Rohstoffe fließen in eine Symrise Kollektion ein, die unter dem Namen „Millesime“ im Duftbereich aufgelegt wurde. Die französische Bezeichnung steht für einen besonderen Jahrgang, wie man es von Champagnern oder Weinen kennt. Dazu gehören – klassisch für Madagaskar – die beiden Produkte „Vanilla Gold Extract“ und „Vanilla Caviar Absolute“. „Wir erweitern aber zugleich die Rohstoffpalette etwa um Ingwer, Zimt und Geranium“, erzählt Benoît Join.

Beim Zimt ist das Besondere, dass das Unternehmen mit „Golden Cinnamon“ ein Öl etwa für Zahnpflegeprodukte auf den Markt bringt, das aus der Rinde gewonnen wird. „Bisher stammen solche Produkte oft aus der gesamten

» Wir erweitern die Rohstoffpalette um Ingwer, Zimt und Geranium.«

BENOÎT JOIN Zuständig für Innovationen im Bereich Oral Care und Natürliche Rohstoffe



Zimtrinde

Für das beste Öl wird nur die beste Rinde genutzt.



Ingwer

Aus dem Wurzelstock der Pflanze werden aromatische ätherische Öle gewonnen.



Geranium

Das ätherische Öl wird aus den Blättern der Pelargonium-Pflanze gewonnen.

Pflanze, was viel günstiger ist“, sagt Join. Dabei sinkt die Qualität. Außerdem werden auch unerwünschte Seitenprodukte vermieden. „Wir haben auf Madagaskar einen Vanillebauern gefunden, der für uns mit einer der Destillationsanlagen den Rohstoff nur aus derjenigen Rinde löst, die beste Premium Qualität besitzt.“

Beim Ingwer arbeitet Symrise mit einer Nichtregierungsorganisation zusammen. Die Kooperation soll in Zukunft nach ähnlichem Muster wie bei den Bauern in der Vanille-region laufen. „Wir achten auf die lokale Herstellung und wollen auch Projekte für die Gesundheitsvorsorge und den Trinkwasserschutz unterstützen und dafür sorgen, dass die Umwelt beim Anbau geschützt wird“, erklärt Join. Die Destillation dort gehört einer Bauernkooperative, von der Symrise den Rohstoff kauft, der unter dem Namen „Grand Cru Ginger“ auf den Markt kommt.

Beim Geranium geht es ebenfalls um ein ätherisches Öl. Der aus den Blättern der Pelargonium-Pflanze gewonnene Rohstoff ersetzt ein Produkt aus der breiten Symrise Palette, weil es eine reinere Qualität bietet. „Wir hatten zwar ein funktionierendes Material, das wir nun aber viel sauberer und mit besseren Geruchseigenschaften verkaufen können“, sagt Join. Symrise arbeitet dafür mit einer Plantage in der Nähe der Hauptstadt Antananarivo zusammen, die ein bio-zertifiziertes Produkt herstellt.

Sämtliche Innovationen sind in der Forschung und Entwicklung des Unternehmens entstanden oder wurden dort auf Herz und Nieren untersucht. „Die Prozesse dauern zum Teil so lange an, bis wir die beste Qualität erreicht haben, die auch immer wieder reproduzierbar ist“, beschreibt Benoît Join den Aufwand. „Wir sind auf einem sehr guten Weg mit den schon veröffentlichten Ölen – und mit der ganzen Reihe von nachhaltig produzierten Produkten aus Madagaskar, die in den kommenden Jahren im Duftbereich auf den Markt kommen werden.“ Erste kommerzielle Gewinne im Bereich Fine Fragrance runden den Erfolg für Madagaskar, Symrise und unseren Kunden ab.



Dr. Heinz-Jürgen Bertram (stehend, 8. v. r.), Vorstandsvorsitzender von Symrise, besuchte das Projekt während einer Asienreise.

WASH in School

1.500

Schüler im indischen Sholinganalur, Bundesstaat Tamil Nadu, haben nun Zugang zu sauberem Trinkwasser und sanitären Einrichtungen.

Symrise baut als Teil der Wachstumsstrategie seine Marktposition in den aufstrebenden Schwellenländern aus. Das Unternehmen wirkt so an deren dynamischem Aufschwung mit. Zugleich übernimmt der Konzern soziale Verantwortung, indem er in Infrastruktur und Gesundheitsvorsorge investiert.

Ein Beispiel dafür ist Indien: Das Land ist eine der wachstumsstärksten Volkswirtschaften weltweit – und dennoch haben Millionen Schüler immer noch keinen Zugang zu sauberem Trinkwasser und sanitären Einrichtungen. Um einen Teil dazu beizutragen, dass sich das ändert, engagiert sich Symrise in einer Schule in Sholinganalur, die

in der Nachbarschaft der Symrise Tochtergesellschaft in Chennai liegt. Gemeinsam mit UNICEF und der Stadt Chennai unterstützte das Unternehmen das Projekt „WASH in School“, das sanitäre Einrichtungen, Waschanlagen und Abwassersysteme finanzierte.

Das Ergebnis: „1.500 Schüler verfügen nun über eine angemessene sanitäre Versorgung“, sagt Dr. Heinz-Jürgen Bertram, der sich während seiner Asienreise im September 2016 das Projekt anschaute. Der Vorstandsvorsitzende von Symrise stellte zudem einen weiteren Aspekt heraus. „Neben der Investition in die Infrastruktur gehört auch die Beratung in allen Aspekten der Hygiene dazu, was besonders nachhaltig ist.“ Die Schüler sollen das erlernte Wissen auch an Eltern und Geschwister weitergeben und im Alltag zu Hause anwenden, erklärt Bertram. „Auf diese Weise setzen wir gemeinsam einen Impuls, der die Vision Indiens unterstützt, bis 2018 ein sauberes Land zu werden.“

Düfte für die Welt

Parfüms bedeuten für diejenigen, die sie tragen, mehr als nur einen guten Duft. Sie wecken Emotionen, betonen einen Stil, runden oft die gesamte Persönlichkeit ab. Symrise arbeitet daran, dieses Erlebnis immer besser zu machen. Dazu hat sich das Unternehmen in der Parfümcreation, die im Geschäftsbereich Symrise Fragrance angesiedelt ist, neu positioniert.

„Wir wollen mit Duft das Leben angenehmer machen“, heißt die Kernbotschaft, die drei wichtige Inhalte transportieren soll. Erstens nimmt das Unternehmen seine eigenen Ursprünge als Ausgangspunkt. Unter der Überschrift „Jahrhunderte meisterlichen Dufthandwerks“ schaut Symrise auf die Firmengründer und ihre Nachfolger, die vor mehr als 220 Jahren begannen, ein reiches Erbe von Duft-Kreationen aufzubauen – dazu gehören zum Beispiel die De Laire-Basen, die als Grundlage für die Luxus-Parfümerie dienten und viele der weltweit legendären Düfte geprägt haben.

„Ein engagierter Ansatz – Gemeinsam Kreieren“ bildet den zweiten Teil der Duft-DNA von Symrise. Die Parfümeure stehen permanent im Austausch, untereinander und auch mit Experten wie Künstlern, Chef-Köchen oder Wissenschaftlern, um Duft-Konzepte zu entwickeln. Dazu gehören auch ein festes Kooperations- und Mentoren-Programm sowie die eigene Parfümerieschule.

Der dritte Aspekt ergänzt die neue Positionierung. „Genuss mit Sinn“ steht bei Symrise im Vordergrund. Der Konzern entwickelt dafür das branchenweit umfassendste und einzigartigste Angebot an Riechstoffen, die zugleich immer nachhaltiger erzeugt werden. Dazu setzt es auf starke Innovationen und die Rückwärtsintegration, die bis zu den Erzeugern der Duftpflanzen reicht.

Drei von Hunderten von Mitarbeitern in diesem Bereich erzählen, wie es gelingt, diese Botschaften in innovative, kreative und emotionale Produkte umzusetzen.



Alexandra Carlin

Als 18-Jährige studierte ich Literatur und wollte Schriftstellerin oder Journalistin werden. Bis ich im Radio ein Interview mit einem Parfümeur hörte, das mein Leben veränderte. Er berichtete so begeistert von seiner Arbeit, von der Kreativität, die der Job bot, dass ich mich auf der Stelle in den Beruf verliebte. Ich begann ein Studium der Naturwissenschaften, arbeitete mich in Chemie, Physik und Mathematik ein. Anschließend studierte ich an der renommierten Parfümeursschule ISIPCA in Paris und startete vor zehn Jahren als Junior-Parfümeurin bei Symrise.

Heute ist für mich ein Traum wahr geworden: Ich kann, wie in der Literatur, meine Vorstellungen durch die Düfte Wirklichkeit werden lassen. Mit den duftenden Zutaten forme ich etwas, das Menschen täglich tragen und das ihre Stimmungen widerspiegelt oder auch im besten Fall positiv be-



»Mit den duftenden Zutaten forme ich etwas, das Menschen täglich tragen und das ihre Stimmungen widerspiegelt.«

einflusst. Dabei setze ich auf Inspirationen aus ganz unterschiedlichen Bereichen wie Kunst, Literatur, Film, Tanz oder anderen Aktivitäten, die Emotionalität ausdrücken. Ebenso wichtig – und das finde ich bei Symrise besonders motivierend – ist der Austausch mit den Kollegen. Ich kann mit den rund 70 Parfümeuren weltweit in Dialog treten, ihre Erfahrungen nutzen, gemeinsam an Projekten arbeiten. Dazu kommen die Forscher, mit denen wir neue Riechstoffe entwickeln, oder die Kollegen aus dem Aromenbereich, die mit ähnlichen Materialien arbeiten, aber oft auf ganz andere Facetten achten. Auch unsere Duftexpedition nach Madagaskar war sehr inspirierend. Hier waren die Parfümeure maßgeblich an der Entwicklung unserer natürlichen Rohstoffpalette beteiligt. Der Job ist wunderbar, weil er so vielfältig ist. Und: Bei Symrise schloss sich für mich der Kreis. In New York arbeitete ich lange mit dem Master Parfümeur Maurice Roucel zusammen – und er war es, der mich, wie ich später erfuhr, damals in dem Radiointerview überhaupt auf den Beruf gebracht hat.

Alexandra Carlin arbeitet als Parfümeurin bei Symrise in Paris.



David Apel

Der Chemiker George De Laire ebnete in den 1870er-Jahren den Weg für die nach ihm benannten „Bases“ – elegante Mischungen von Duftmolekülen, die über Jahrzehnte bis heute die Grundlagen für viele weltberühmte Parfüms bilden. Er arbeitete auch mit den Gründern der Symrise Vorgängerfirma Haarmann & Reimer zusammen. Die einzigartigen Kombinationen beruhen auf drei wichtigen Bestandteilen: Den so genannten captiven Riechstoffen, die einen Duft unverwechselbar machen, exquisiten Rohstoffen und natürlich der meisterhaften Zusammenstellung dieser Materialien.

Vor einigen Jahren haben wir es uns zur Aufgabe gemacht, dieses Erbe zu verjüngen und den ästhetischen Anforderungen und Bedürfnissen der Kunden von heute anzupassen. Dazu haben wir uns rund 700 Bases, die wir in unseren Archiven besitzen, angeschaut und analysiert. Das Wissen wenden wir nun auf neue Bases an. Dabei setzen wir vor allem auf erneuerbare und bisher kaum genutzte Rohstoffe, mit denen wir exklusive, nachhaltige und zeitlose Mischungen kreieren können.

»Durch einen Nebenjob landete ich vor 37 Jahren in der Welt der Düfte – und blieb dort.«

Die Arbeit daran ist für mich persönlich gerade besonders spannend und sehr erfüllend. Ich wollte, als ich jung war, im Umweltschutz arbeiten und habe deswegen Umweltchemie studiert. Durch einen Nebenjob landete ich vor 37 Jahren in der Welt der Düfte – und blieb dort. Nicht durch Zufall, sondern weil ich die Materialien, die Moleküle, Öle und Harze so spannend fand. Heute kann ich all meine Interessen perfekt zusammenbringen: Dieser einzigartige Teil der Unternehmensgeschichte, den wir gerade wieder neu beleben, verbindet Kreativität mit nachhaltigen Rohstoffen und der inspirierenden Kunst des Parfümeurs.

David Apel ist Senior Parfümeur für Symrise in New York.

Anne Cabotin

Ich verlasse nie das Haus, ohne einen Duft aufgetragen zu haben – er drückt aus, wie ich mich fühle. Dieser Bezug zum Parfüm stammt wahrscheinlich aus meiner Kindheit. Meine Mutter hat mir, wenn sie abends ausging, einen Schal dagelassen, der nach ihrem Parfüm roch. Für mich war das ein Zeichen, das mir die kurze Trennung viel leichter machte. Neben der emotionalen Bindung an Düfte habe ich im Laufe meiner Karriere etwas kennengelernt, das für meine Arbeit immer wichtiger geworden ist: Die Nachhaltigkeit. Unser Planet hat in vielen Bereichen Grenzen, das gilt natürlich auch für die Rohstoffe, die wir in unseren Kreationen verwenden. Nur wenn Ökosysteme auf Dauer funktionieren, können wir die Vielfalt der Materialien auch für unsere Kinder und Enkel sichern. Als Mutter von zwei Mädchen und einem Jungen denke ich darüber schon allein aus eigenem Interesse oft nach.

Bei Symrise gestalten wir die Prozesse so nachhaltig wie möglich, das ist unsere Verpflichtung, um den ökologischen Fußabdruck zu reduzieren. Um die Lebensbedingungen zahlreicher Menschen zu verbessern, setzen wir auf eine enge Zusammenarbeit mit Nichtregierungsorganisationen und den Gemeinschaften vor Ort. Gleichzeitig arbeiten wir bei dem Thema eng mit unseren Kunden wie Unilever auf Madagaskar zusammen. Nicht zuletzt haben wir eine Nachhaltigkeitsagenda entwickelt, die wir mit Botschaftern rund um die Welt in unser Unternehmen tragen. In der Produktion entwickeln wir zum Beispiel neue Duftmoleküle, die eine höhere Wirkung haben und damit weniger Rohstoffe verbrauchen. Diese stammen immer häufiger aus erneuerbaren Quellen. Außerdem schützen wir die Biodiversität, wenn wir uns auf die Suche nach einzigartigen Materialien begeben, zum Beispiel in der reichen Natur auf Madagaskar, in Ecuador oder Brasilien.

Anne Cabotin arbeitet in Paris als Vice President Global Account Director und ist zuständig für den Großkunden Unilever.

»Wir haben eine Nachhaltigkeitsagenda entwickelt, die wir mit Botschaftern rund um die Welt in unser Unternehmen tragen.«



Social Petnetwork



Diana Pet Food hat sich im Jahr 2016 finanziell am sozialen Netzwerk Yummypets beteiligt. Auf der Plattform haben schon jetzt mehr als 400.000 Menschen Profile ihrer Hunde, Katzen & Co. eingestellt. Das Unternehmen nutzt die „Big Data“, die dabei entstehen, in der Zusammenarbeit mit Tierfutterkonzernen und im Marketing.

Lyra, der tschechoslowakische Wolfshund, hatte heute einen vergnüglichen Tag im Hundepark. Patate, eine weiße Kurzhaarkatze, ist auf neuen Nahporträts zu sehen. Und Caramel, das weiß-braune Kaninchen, springt auf mehreren Fotos sogar sportlich über eine Stange. Die drei sind einige der Stars auf dem Internetportal Yummypets, auf dem mittlerweile mehr als 400.000 Haustiere vertreten sind, vor allem Katzen und Hunde. Ihre Frauchen und Herrchen tauschen sich dort in den Kommentarspalten aus oder informieren sich im Magazinbereich über Gesundheits-, Lifestyle oder Erziehungsthemen – mit mehr als sechs Millionen Seitenbesuchern und 50 Millionen Klicks im Jahr.

Großes Potenzial für Diana Pet Food

Das klingt interessant, und das ist es auch, nicht nur für den privaten Gebrauch. Im Jahr 2015 hörte Bertrand De Launay zum ersten Mal von dem Sozialen Netzwerk. „Wir sahen direkt das Potenzial, das auch für uns dahinter stecken könnte“, erinnert sich der Präsident von Diana Pet Food. Das Unternehmen, dessen weltweit 800 Mitarbeiter Inhaltsstoffe für Heimtiernahrung entwickeln und herstellen, kaufte sich ein Jahr später in das Start-up ein, das Yummypets aufgebaut hatte.

Warum das Geld für eine Internetplattform zur Verfügung gestellt wurde, begründet De Launay mit einem momentan vielfach zitierten Begriff: „Big Data“. Die Nutzer hinterlassen jede Menge Informationen, die Diana Pet Food auswerten kann. Das beginnt bei den beliebtesten Internetseiten mit Haustierbezug, die die Herrchen und Frauchen klicken, über die Anzahl, das Alter, die Art oder das Spiel- und Futterverhalten ihrer Lieblinge und die Vorliebe für Marken bis hin zu ihren Einträgen bei Umfragen, in den Foren oder in den Kommentarspalten. „Yummypets kann rund 25 unterschiedliche Parameter für uns nutzen. Die Informationen analysieren und bündeln wir, verstehen damit die Verhaltensweisen der Tierbesitzer und können daraufhin Angebote machen.“

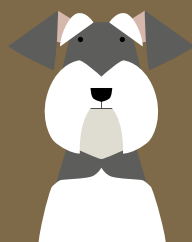
Daten analysieren und nutzen

Daraus entstehen etwa Profile, die Yummypets den Tierfutterherstellern für ihre Marktforschung anonymisiert und geclustert zur Verfügung stellt. „Wir können Daten aber auch sehr zielgerichtet nutzen, indem wir unseren Kunden beispielsweise helfen, breitangelegte Produkttests genau den richtigen Tierhaltern zukommen zu lassen.“ Ein weiterer Anwendungsfall betrifft Unternehmen außerhalb der Futterbranche: „Krankenversicherer können zum Beispiel ihre Produkte allen Hundebesitzern anbieten, deren Tier gerade sieben Jahre alt geworden ist – in diesem Alter stehen oft Impfungen an“, sagt Bertrand De Launay. „Eine weitere Idee ist die Kooperation mit Städten, die eigene Angebote im Internet machen können, weil sie mit unseren Daten ihre Zielgruppe besser kennenlernen.“

» Die Nutzer hinterlassen jede Menge Informationen, die Diana Pet Food auswerten kann.«

BERTRAND DE LAUNAY Präsident Diana Pet Food

Der Einstieg bei Yummypets bedeutet also auch ein vielversprechendes Geschäftsmodell. Erst recht, wenn man sich die stetig wachsende Zielgruppe anschaut: Rund 680 Millionen Hunde und Katzen werden weltweit als Haustiere gehalten. Besonders intensiv wiederum kümmern sich die Millennials, also Menschen zwischen 18 und 33 Jahren, um ihre Tiere – und gleichzeitig sind sie besonders oft in Sozialen Medien unterwegs. Das passt, und deswegen ist es kein Wunder, dass De Launay die Zukunft von Yummypets positiv sieht. Und Großes plant: Momentan besteht die Community zwar vor allem aus französischsprachigen Mitgliedern, bald sollen aber auch englisch- und spanischsprachige Abnehmer die Arbeit aufnehmen. Der Fantasie sind keine Grenzen gesetzt, sagt Bertrand De Launay. „Wir sind sicher, dass uns Yummypets mit seinen vielen Millionen Hunden und Katzen große Wettbewerbsvorteile bieten wird.“



»Wir haben uns weltweit zu der Vision eines ›Employers of Choice‹ bekannt, bei dem Menschen gerne und lange Zeit arbeiten.«

Rund 5.400 Beschäftigte – und damit 80 % der Belegschaft – haben im Jahr 2016 an der großen Symrise Mitarbeiterbefragung teilgenommen. Allein das ist schon ein großer Erfolg, findet Dr. Iñigo Natzel. Aber nicht nur die Beteiligungsquote ist hervorzuheben, sagt der Leiter Human Resources. Im Interview erklärt er, wie eine solche Erhebung mit allen positiven wie auch negativen Rückmeldungen dazu beiträgt, dass Symrise sich als bevorzugter Arbeitgeber weiterentwickeln kann.

Herr Natzel, an der Mitarbeiterbefragung haben vier von fünf Kollegen teilgenommen. Was sind die Gründe für einen solch hohen Rücklauf?

Zunächst einmal: Im Vergleich zum Jahr 2012 haben wir die Teilnahmequote noch einmal um vier Prozentpunkte auf 80 % gesteigert, und das in einer Zeit, in der unser Unternehmen stark gewachsen ist. Für mich bedeutet das, dass die Mitarbeiterbefragung angekommen ist: Sie hat sich als Plattform für den Dialog zwischen dem Unternehmen und seinen Mitarbeitern etabliert. Gleichzeitig konnten wir den Kollegen in den vergangenen Jahren verdeutlichen und auch beweisen, dass wir ihre Antworten ernst nehmen. Wir haben uns weltweit zu der Vision eines „Employers of Choice“ bekannt – eines bevorzugten Arbeitgebers also, bei dem Menschen gerne arbeiten und eine längere Karriere anstreben, weil die Rahmenbedingungen einfach stimmen. Damit wollen wir uns ganz deutlich von anderen Unternehmen abheben und unsere Mitarbeiter motivieren.

Wie ist die Befragung generell ausgefallen?

95 % würden ihren Job bei Symrise wieder annehmen, das sagt schon einiges aus. Besonders positiv finden wir, dass die Mitarbeiter sehr hohes Vertrauen in die Wettbewerbs- und Zukunftsfähigkeit von Symrise haben. 90 % sind zufrieden oder sogar sehr und äußerst zufrieden, was auch an den Akquisitionen und Innovationen liegt, die das Unternehmen in den vergangenen Jahren weitergebracht haben.

Überrascht Sie dieser positive Rücklauf?

Nein, eine Überraschung würde ich das nicht nennen. Ich bin sehr zufrieden damit, dass wir den Mitarbeitern vermitteln können, wie gut unser Unternehmen aufgestellt ist. Gleichzeitig habe ich das sogar erwartet, weil meine Kollegen und ich im internationalen Human Resources-Team auch im Alltag bei den Teams eine hohe Motivation sehen. Dieses Engagement drückt sich auch in einer weiteren Zahl aus: Wir haben im Mitarbeiter-Commitment-Index (MCI) einen Indexwert von 67 erreicht.



—
5.400

Symrise Mitarbeiter aus Brasilien, Chile, China, England, Frankreich, Deutschland, Indien, Mexiko, Singapur und den USA haben an der Befragung teilgenommen. Zum ersten Mal waren auch die Mitarbeiter von Diana dabei, die seit dem Jahr 2015 zum Konzern gehören.

—

Für Dr. Iñigo Natzel ist die Mitarbeiterbefragung ein hervorragendes Werkzeug, um ein bevorzugter Arbeitgeber zu werden.



Das müssen Sie erklären.

Der Index zeigt an, wie sehr sich die Kollegen zu Symrise bekennen und wie stark sie sich mit dem Unternehmen verbunden fühlen. Auch hier haben wir uns gegenüber 2012 um vier Punkte verbessert. Um das „Commitment“ der Mitarbeiter herauszufinden, wenden wir eine standardisierte Testmethode an. Es geht um die Loyalität und Bindung zum Unternehmen, die Arbeitszufriedenheit und die Motivation, die wir zum Beispiel mit folgenden Fragen erheben: Wie zufrieden bin ich mit meinem Arbeitsverhältnis? Würde ich Symrise als Arbeitgeber weiterempfehlen? Wie stark identifiziere ich mich mit dem Unternehmen und seinen Geschäftszielen? Wie nehme ich die Motivation unter meinen Arbeitskollegen wahr? Wie schätze ich die heutige und künftige Wettbewerbsfähigkeit von Symrise ein? Wie stark ist mein Vertrauen in die Führung? Die Antworten werten wir mit einem statistischen Verfahren aus. Mit unserem Ergebnis von 67 gehören wir zu den Top-30-Prozent-Unternehmen weltweit, in Mexiko, wo wir bei einem Indexwert von 79 gelandet sind, sogar zu den Top-10-Prozent.

95 %

der Mitarbeiter sind so zufrieden, dass sie ein Jobangebot von Symrise wieder annehmen würden.

Was lernen Sie inhaltlich aus den Befragungen?

Zunächst einmal finden wir sehr positiv, dass unser Konzern als Ganzes funktioniert – wir sind immerhin in vielen verschiedenen Ländern mit einer großen kulturellen Vielfalt aktiv. Es gibt aber sehr viele Gemeinsamkeiten, weswegen wir eine globale Agenda entwickeln können. Diese nimmt zwar auf Unterschiede Rücksicht, sorgt aber gleichzeitig dafür, dass wir uns mit vielen ähnlichen Maßnahmen weltweit als bevorzugter Arbeitgeber weiterentwickeln können. Die Mitarbeiter haben in der Befragung vor allem die Unternehmensstrategie und das Arbeitsklima, die vielfältigen, abwechslungsreichen und interessanten Aufgaben sowie die hohen Entscheidungsfreiräume als positiv hervorgehoben. Wir sind dabei auch im Vergleich zu anderen Konzernen sehr gut. Das macht uns stolz, und es erleichtert auch unsere Arbeit, weil wir eine sehr valide Zahlenbasis haben, auf der wir uns weiterentwickeln können.

Wo sehen Sie Handlungsbedarf?

Interessanterweise wurde die Wettbewerbs- und Zukunftsfähigkeit, die in einigen Ländern als sehr gut wahrgenommen wird, in anderen nicht so hoch eingeschätzt. Hier müssen wir viel stärker zeigen, wie gut wir sind – denn nur ein Unternehmen, das erfolgreich ist, kann auch die besten Kräfte halten. Ein weiteres Thema ist zum Beispiel die Arbeitsumgebung, ganz unabhängig übrigens davon, ob die generelle Zufriedenheit hoch oder niedrig ist. Jeder Bereich muss sich nun auf Basis der Ergebnisse analysieren und im Rahmen unserer „Lean & Efficiency“-Initiative darauf achten, Arbeitsabläufe effizienter zu gestalten und so Arbeitsbelastungen zu verringern – auch zum Beispiel mit einer besseren Software-Unterstützung.

Wie sieht es zum Beispiel mit der Kommunikation im Unternehmen aus?

Sie ist sehr wichtig, gerade von unten nach oben. Die Mitarbeiter wollen mit ihren Vorschlägen ernst genommen werden. Dafür müssen wir die technischen Voraussetzungen schaffen und gleichzeitig die Führungskräfte entsprechend schulen. Die Karriereplanung, die ebenfalls oft angemerkt wurde, haben wir mit unserem Portal career@symrise, auf dem die Entwicklungspläne hinterlegt sind, schon länger auf dem Schirm. Auch hier geht es darum, dass Mitarbeiter, Personalbereiche und Führungskräfte eng zusammenarbeiten. Den größten Handlungsbedarf sehen wir über fast alle Standorte hinweg bei der Leistungsgerechtigkeit und -differenzierung, wenn es um die Vergütung geht. Da müssen uns Lösungen einfallen – und oft geht es gar nicht um die Höhe des Einkommens, sondern um die Transparenz im Vergleich zu anderen. Und dieses Phänomen beobachten wir innerhalb des gesamten Konzerns.

Wie wollen Sie die Ergebnisse in den Firmenalltag übertragen?

Wir werten die Ergebnisse weiter aus und brechen sie anschließend auf die Länder, Geschäftsbereiche und Teams herunter. Gleichzeitig arbeiten unsere Personalverantwortlichen vor Ort mit den Führungskräften die Ergebnisse ihrer Bereiche auf, damit diese wiederum mit ihren Mitarbeitern Stärken und Schwächen analysieren und konkrete Ziele und Pläne erarbeiten können. Wir müssen dranbleiben, das ist ganz klar, und dürfen trotz der insgesamt guten Ergebnisse nicht in Stillstand verfallen. Unsere Führungskräfte sind dabei besonders gefragt. Sie sollten die eigene Führung und die Kommunikation mit den Mitarbeitern optimieren – dann können wir auch in Zukunft weiter auf eine loyale und motivierte Belegschaft setzen.

» 90 % der Mitarbeiter haben sehr hohes Vertrauen in die Wettbewerbs- und Zukunftsfähigkeit von Symrise.«



Auf der Fachmesse Personal Care and Homecare Ingredients (PCHI) 2016 in Shanghai erhielt Symrise zwei der prestigeträchtigen **Innovation Awards** für die aktiven Inhaltsstoffe SymCare® und SymMollient® W/S. SymCare® ist eine Lösung speziell für Produkte für empfindliche Haut. SymMollient® beruhigt die Haut.



German Awards
for Excellence 2016

Die DQS – Deutsche Gesellschaft für Zertifizierung von Managementsystemen – zeichnete Symrise mit zwei „**German Awards for Excellence**“ aus. Symrise erhielt die Preise in den Kategorien „Responsible Sourcing“ für verantwortungsbewusstes Beschaffungsmanagement und „Life Cycle Assessment“ für eine selbst entwickelte Ökobilanz-Scorecard.

Awards 2016



Das **Carbon Disclosure Project (CDP)** bestätigte die Zugehörigkeit von Symrise zu seiner Climate A Liste. Von den weltweit Tausenden von Unternehmen, die dem CDP ihre Klimadaten melden, schaffen es nur 9 % in diese oberste Kategorie. Zudem wurde Symrise in der Region DACH (Deutschland, Österreich, Schweiz) als ein führendes Unternehmen im Sektor Energie und Rohstoffe sowie im MDAX® hinsichtlich der Transparenz seiner Klimaaktivitäten sowie der Ziele, Strategien und Maßnahmen zur Bekämpfung des Klimawandels ausgezeichnet.

Als einziges unter den großen Flavor & Fragrance Unternehmen berichtet Symrise zudem vollständig zum Thema Wasser und Wald, wo das Unternehmen jeweils mit einem A- bewertet wurde und damit eine Führungsrolle in der Branche einnimmt.



Beim **Deutschen Nachhaltigkeitspreis 2016** wurde Symrise als eines der fünf nachhaltigsten deutschen Großunternehmen ausgezeichnet. Dabei hob die Jury vor allem das systematische Nachhaltigkeitsmanagement bei Symrise hervor sowie die fortlaufenden Verbesserungen sowohl in der Lieferkette als auch im eigenen Betrieb und die Maßnahmen zum Schutz der Biodiversität.



Die Ratingagentur **EcoVadis** verlieh Symrise zum zweiten Mal in Folge den Gold-Status für verantwortungsbewusstes unternehmerisches Handeln. EcoVadis vergleicht die Unternehmensleistungen in den Bereichen Umwelt, Soziales, Ethik und Nachhaltigkeit in der Lieferkette.



Die Flavor and Extract Manufacturers Association (FEMA), der Verband der Aromen- und Extrakthersteller in den USA, zeichnete eine langjährige Forschungspartnerin von Symrise mit einem bedeutenden Wissenschaftspreis aus: Frau Prof. Dr. Veronika Somoza erhielt im Oktober 2016 den **US-Forschungspreis „Excellence in Flavor Science“**. Frau Somoza ist Leiterin des Christian-Doppler-Labors für bioaktive Aromastoffe in Wien, das mit Unterstützung von Symrise beispielsweise Aromastoffe untersucht, welche die Energieaufnahme des Menschen durch Nahrung beeinflussen und ein erhöhtes Sättigungsgefühl bewirken können.



Der Börsenbetreiber Euronext und die Ratingagentur Vigeo Eiris haben die Mitgliedschaft von Symrise im **Euronext Vigeo index: Europe 120** im Dezember 2016 bestätigt. Damit gehört Symrise weiterhin zu den 120 Unternehmen in Europa mit der besten Leistung im Bereich ESG (Environmental, Social and Governance). Die Agentur überprüft zweimal jährlich anhand von bis zu 330 Indikatoren die Performance der europäischen Unternehmen in den Dimensionen Umwelt, Gesellschaft und Unternehmensführung.



Die Mitgliedschaft von Symrise im **ETHIBEL Sustainability Index (ESI) Excellence Europe** wurde bestätigt. Damit gehört Symrise im Hinblick auf die Corporate Social Responsibility (CSR) zu den branchenführenden Unternehmen.



Das von Symrise entwickelte Konzept SymSlim® wurde im Frühjahr 2016 in die Finalistenrunde des **„NutraIngredients Awards 2016“** in der Kategorie „Ingredients of the Year – Weight Management“ gewählt. SymSlim® umfasst Aromastoffe, die bei der Nahrungsaufnahme ein erhöhtes Sättigungsgefühl hervorrufen und damit dem wachsenden Problem der Übergewichtigkeit entgegenwirken können. In Langzeitstudien beeinflusste SymSlim® das Gewicht und insbesondere den Fettanteil des Körpergewichts positiv.

Aus der Nachhaltigkeitsbilanz

Mit unserer Nachhaltigkeitsberichterstattung erfüllen wir die Richtlinien der Global Reporting Initiative (GRI) in der aktuellen Fassung der „GRI Standards“ (2016). Wir folgen dabei dem höchsten Anwendungslevel „In Übereinstimmung – Umfassend“, das heißt wir legen zu allen wesentlichen Themen vollständig Rechenschaft ab. Welche Themen wir als wesentlich definieren und welchen strategischen Nachhaltigkeitsansatz wir verfolgen, stellen wir im folgenden Kapitel dar. Alle quantitativen und qualitativen Informationen stellen wir hingegen gesammelt in unserer Online-Nachhaltigkeitsbilanz zur Verfügung. Alle dort befindlichen Informationen wurden gemäß dem AA1000 Assurance Standard einer externen Prüfung unterzogen. Zusätzlich erfüllen wir dort auch die Anforderungen einer Communication on Progress im Rahmen des UN Global Compact, der weltweit größten freiwilligen Initiative zur unternehmerischen Verantwortung.



Alle quantitativen und
qualitativen Nachhaltigkeitsinformationen
stehen gesammelt unter
ub2016.symrise.de/nachhaltigkeit/nachhaltigkeitsbilanz
zur Verfügung.

Highlights 2016

Vorausschauende Ambitionen und nachhaltige Erfolge

CO₂-REDUKTION VON 2010 – 2016

in %

– 35*

ANTEIL DER HAUPTLIEFERANTEN BASIEREND AUF EINKAUFSVOLUMEN NACH NACHHALTIG- KEITSKRITERIEN BEWERTET

in %

86

CSB**-REDUKTION VON 2010 – 2016

in %

– 42*

AUSZEICHNUNGEN 2016

siehe auch „Highlights“ (Seite 16/17) und „Awards“ (Seite 70/71)



FTSE4Good



DQS
Verifizierter Bericht



DQS German
Awards for Excellence



Deutscher
Nachhaltigkeitspreis

REDUKTION SENSITIVER ABFÄLLE VON 2010 – 2016

in %

– 35*

MAQ***-REDUKTION VON 2013 – 2016

Zielerreichung in %

65



Ethibel



EcoVadis



CDP Bewertung
„Leadership“ zu
Klima, Wasser, Wald

* = bezogen auf die Wertschöpfung. Reduktionen 2010 – 2015 (ohne Diana) und Reduktionen 2015 – 2016 (inclusive Diana) kumuliert. Weitere Informationen zur Berechnung und Datengrundlage zu diesem Indikator finden Sie auf unserer Microsite.

** = Chemischer Sauerstoffbedarf

*** = Arbeitsunfälle (> 1 Ausfalltag) x 1 Mio. / Arbeitsstunden

Nachhaltige Wertschöpfung

Unsere Unternehmensstrategie ist konsequent auf nachhaltiges Wachstum ausgerichtet. Darunter verstehen wir den dauerhaft belastbaren Ausbau unseres Geschäfts unter Berücksichtigung ökologischer und sozialer Rahmenbedingungen, eine immer effizientere Produktion und ein Portfolio, das hilft, die Grundbedürfnisse einer wachsenden Weltbevölkerung zu befriedigen. Dafür formulieren wir Ziele entlang der gesamten Wertschöpfungskette. Wir sind der Überzeugung, dass eine erweiterte Betrachtung über enge Unternehmensgrenzen hinaus nicht nur unser Wachstum sichert und unsere Effizienz steigert, sondern uns auch dazu befähigt, unser innovatives und nachhaltiges Produktportfolio weiter zu entwickeln. Durch die fortschreitende Verzahnung von finanziellen und nicht-finanziellen Leistungsindikatoren wollen wir die Geschäftsrelevanz unseres Nachhaltigkeitsengagements noch deutlicher demonstrieren und dabei gleichzeitig einen messbaren Mehrwert für Umwelt und Gesellschaft leisten (siehe Seite 9).

Unserer Meinung nach ist es entscheidend, auf welche Art und Weise unser Unternehmen wächst und erfolgreich ist. In einer global vernetzten Welt ist kurzfristiges Gewinnstreben nicht dafür geeignet, die richtigen Weichen für ein zukunftsfähiges Geschäftsmodell zu stellen. Vom Rohstofflieferanten bis zum Verbraucher suchen wir deswegen stets nach gemeinsamen Wegen und tragfähigen Lösungen, von denen alle profitieren. Durch echte Pionierarbeit wie beispielsweise auf Madagaskar (siehe Seite 54) schaffen wir dabei neuartige Synergien zwischen allen Stakeholdern und leisten einen wichtigen Beitrag zum Erreichen der nachhaltigen Entwicklungsziele der Vereinten Nationen, den Sustainable Development Goals.

Unsere Ambitionen im Bereich Nachhaltigkeit bündeln wir mit Blick auf unser Kerngeschäft in den vier Säulen unserer Nachhaltigkeitsagenda: Footprint, Innovation, Sourcing und Care. So verknüpfen wir unsere wirtschaftlichen Ziele eng mit der täglichen Verantwortung für Umwelt, Mitarbeiter und Gesellschaft. Nur durch einen integren Umgang miteinander können wir einen bleibenden Mehrwert für alle schaffen. Unsere Werte ebnen uns den Weg, langfristig das erfolgreichste Unternehmen unserer Branche zu sein und wirtschaftlichen Erfolg, nachhaltige Unternehmensführung und gesellschaftliche Akzeptanz untrennbar miteinander zu verbinden.



Minimierung unseres
ökologischen Fußabdrucks entlang der
gesamten Wertschöpfungskette



Maximierung des sozialen
und ökologischen Mehrwerts
unserer Produkte



Maximierung der Nachhaltigkeit
in unserer Lieferkette und bei der
Beschaffung von Rohstoffen



Schaffen bleibender Werte für
unsere Mitarbeiter und unsere
Standortgemeinden

Integriertes Nachhaltigkeitsmanagement

Organisation und Umsetzung

Bereits 2009 gründeten wir das Symrise Sustainability Board, ein globales und geschäftsbereichsübergreifendes Gremium, dessen Aufgabe es ist, Nachhaltigkeitsprinzipien stärker in unsere Kernprozesse zu integrieren. Mehrmals jährlich kommen in diesem Rahmen Vertreter des Managements zusammen, um sicherzustellen, dass nachhaltigkeitsrelevante Themen und Belange wichtiger Anspruchsgruppen in der gesamten Wertschöpfungskette berücksichtigt werden. 2016 wurde zusätzlich die Position des Chief Sustainability Officers (CSO) vom Vorstand geschaffen, um die systematische Integration unserer Nachhaltigkeitsprinzipien weiter voranzutreiben. Der CSO berichtet direkt an den Vorstandsvorsitzenden und führt das Sustainability Board.

Das Sustainability Board beschließt die Nachhaltigkeitsziele, die direkt in den jeweiligen Geschäftsbereichen umgesetzt werden. Zu diesem Zweck haben Vorstand und Sustainability Board Nachhaltigkeitsverantwortliche für die Geschäftssegmente Flavor, Nutrition sowie Scent & Care und je einen Vertreter der Stabsabteilungen Personal, Finanzen/Investor Relations und Corporate Communications benannt. Die direkte Verantwortung für die Strategie liegt beim Vorstandsvorsitzenden der Symrise AG, dem kontinuierlich über den Fortschritt aller Nachhaltigkeitsaktivitäten berichtet wird.

Nachhaltigkeit in den Unternehmensprozessen steuern wir über unser integriertes Managementsystem. Es 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.

Führungskräften aus allen Bereichen kommt eine besondere Verantwortung zu, das Thema Nachhaltigkeit in ihren Teams zu operationalisieren und konkrete Ziele zu setzen. Bereits 2013 haben wir damit begonnen, Nachhaltigkeitsziele als Bestandteil der individuellen Zielvorgaben unserer direkt involvierten Führungskräfte zu verankern und treiben die Vereinbarung von konkreten Nachhaltigkeitszielen für alle Führungskräfte seitdem konsequent voran. Zur Verankerung des Themas innerhalb der Organisation und bei allen Mitarbeitern führen wir an unseren Standor-



ten regelmäßig verschiedene Aktionen durch, wie beispielsweise den Symrise Nachhaltigkeitstag, bei dem Mitarbeiter/-innen durch verschiedene praktische Beispiele vorstellen, wie nachhaltige Entwicklungsprozesse in den jeweiligen Abteilungen bei Symrise angestoßen und umgesetzt werden.

Unsere wesentlichen Themen

Auch 2016 haben wir die kritische Überprüfung unserer wesentlichen Themen fortgesetzt. Neben der strategischen Orientierung dient uns die Identifikation wesentlicher Themen gleichzeitig zur Strukturierung unserer Berichterstattung gemäß den GRI Standards: Zu Themen, denen ein hoher Wert sowohl für Symrise als auch für die Gesellschaft zugeordnet wurde, berichten wir vollständig. Über Themen, die eine hohe Relevanz in nur einer Dimension aufweisen, berichten wir mit mindestens einem Indikator. Über unsere Nachhaltigkeitsleistungen und Kennzahlen legen wir in unserer Online-Nachhaltigkeitsbilanz umfangreich Rechenschaft ab: ub2016.symrise.de/nachhaltigkeit/nachhaltigkeitsbilanz

Die Bewertung unserer wesentlichen Themen basiert auf unserem Ansatz „Sharing Values“, bei dem wir Nachhaltigkeitsaspekte und Handlungsfelder nach ihrem „Wert für die Gesellschaft“ und „Wert für Symrise“ bewerten und so

die Themen mit dem größten Potenzial für eine gemeinsame Wertschaffung identifizieren. Dabei haben wir 2016 der Erweiterung unserer Geschäftstätigkeiten Rechnung getragen und die Themen „Nachhaltige Forstwirtschaft“ sowie „Nachhaltige Landwirtschaft & Aquakultur“ als neue Handlungsfelder identifiziert. Um eine effektivere Steuerung gewährleisten zu können, haben wir das ursprünglich kombinierte Thema „Ressourcenschonung und Emissionsreduzierung“ in zwei getrennte Handlungsfelder aufgeteilt und zudem „Wasser“ als eigenständiges Thema herausgestellt. Einen höheren Wert für die Gesell-

schaft konnten wir 2016 beim Thema Compliance, Transparenz und Glaubwürdigkeit sowie Arbeitssicherheit und Gesundheitsschutz feststellen. In seiner Bedeutung für die Wertgenerierung für Symrise haben die Themen Biodiversität und Menschenrechte im Berichtszeitraum nochmals hinzugewonnen. Beim Thema Nachwachsende Rohstoffe hingegen konnten wir durch die Akquisition von Diana und Renaissance den Anteil nachwachsender Rohstoffe signifikant erhöhen, so dass wir dieses Thema nun nachgelagert angehen können.



Footprint



Innovation



Sourcing



























Care

Ziele und Management der wesentlichen Themen

THEMA	ZIEL
Gewährleistung höchster Produktsicherheit	Erhalt des hohen Niveaus des Produktsicherheitsmanagements
Innovative & nachhaltige Produktlösungen	Maßgeschneiderte Produktlösungen zur Erfüllung heutiger und zukünftiger Konsumentenbedürfnisse
Anlagensicherheit	Erhalt des hohen Niveaus des Sicherheitsmanagementsystems der Anlagen
Vielfalt & Chancengleichheit	Den Frauenanteil bei Symrise weltweit auf 40 % steigern
Einhaltung der Menschenrechte	Gewährleistung guter Arbeitspraktiken und sozialer und gerechter Arbeitsbedingungen entlang der Wertschöpfungskette
Tierwohl	Einführung eines Tierwohl-Programms
Verantwortungsvolle Beschaffung	100 % unserer Hauptlieferanten basierend auf Einkaufsvolumen bis 2020 nach Nachhaltigkeitskriterien bewerten
Exzellenz in der Supply Chain	Kontinuierliche Optimierungen der Lieferkettenprozesse und rechtzeitige Lieferung der Produkte mit entsprechender Dokumentation
Emissionsreduzierung	Reduktion der CO ₂ -Emissionen bis 2020 um 33 % gegenüber 2010, bezogen auf die Wertschöpfung
Ressourcenschonung	Effiziente Rohstoffnutzung; Reduktion sensibler Abfälle und Chemischer Sauerstoffbedarf (CSB) im Abwasser bis 2020 um 33 % gegenüber 2010 bezogen auf die Wertschöpfung
Biodiversität	Umsetzung der Symrise Biodiversitäts-Agenda sowie der Nachhaltigkeitsziele des Business & Biodiversity Pledge der UN-Konvention zur Biologischen Vielfalt
Nachhaltige Forstwirtschaft	Erhalt von Waldökosystemen und Bezug forstwirtschaftlicher Rohstoffe und Seitenströme aus nachhaltigen Quellen
Arbeitssicherheit & Gesundheitsschutz	„Null Unfallkultur“ und Reduktion der Unfallhäufigkeit auf MAQ < 2,0 bis 2020
Transparenz & Glaubwürdigkeit	Gewährleistung und Steigerung von Vertrauen in den Beziehungen zu allen Stakeholdern
Compliance	Sicherstellung, dass alle Symrise Standorte nach geltenden Standards auditiert werden

Eine ausführliche Beschreibung unserer Managementsysteme, Ziele und Ergebnisse sowie unseres Beitrags zu den Sustainable Development Goals finden Sie online unter ub2016.symrise.de/nachhaltigkeit/sustainable-development-goals

MANAGEMENTMETHODEN	ADRESSIERTES SUSTAINABLE DEVELOPMENT GOAL	
Interne und externe Audits; Sicherheitszertifizierungen	 2 Zero hunger	 12 Responsible consumption & production
Markt- und Trendforschung, Berücksichtigung regulatorischer Anforderungen, Compliance	 3 Good health & well-being	 12 Responsible consumption & production
Interne und externe Audits, auch durch Behörden; Zertifizierungen und Inspektionen	 8 Decent work & economic growth	 9 Industry, innovation & infrastructure
Talentmanagement und Personalentwicklung, Mitarbeiterrekrutierung	 5 Gender equality	 8 Decent work & economic growth
Interne und externe Audits und Zertifizierungen; Lieferantenbewertungen (SEDEX)	 8 Decent work & economic growth	
Lieferantenqualifizierung, Lieferantenbewertungen und -audits, -rückverfolgbarkeit	 2 Zero hunger	 14 Life below water
Lieferantenbewertungen und -audits; Zertifizierungen	 12 Responsible consumption & production	 15 Life on land
Weiterentwicklung der Initiative Symchrone, Total Productive Maintenance (TPM)	 12 Responsible consumption & production	
Weiterentwicklung und Implementierung Klimastrategie, TPM	 12 Responsible consumption & production	 13 Climate action
Weltweites Monitoring und Umsetzung entsprechender Maßnahmen, TPM, Rohstoffrückgewinnung durch patentiertes SymTrap® Verfahren	 12 Responsible consumption & production	
Nachhaltiges Lieferkettenmanagement, Rohstoffzertifizierungen, Rückwärtsintegration	 14 Life below water	 15 Life on land
Lieferkettenmanagement, Rückwärtsintegration, Rohstoffzertifizierung	 15 Life on land	
Sicherheitsbesuche des Managements; 18001 OHSAS Prüfungen sowohl intern wie extern, kontinuierliche Sicherheitsschulungen	 3 Good health & well-being	 8 Decent work & economic growth
Weiterentwicklung des integriertes Managementsystems (IMS), externe Zertifizierungen	 16 Peace, justice & strong institutions	
Interne und externe Auditierungen; Zertifizierungen	 16 Peace, justice & strong institutions	

FOOTPRINT

Zur Minimierung unseres ökologischen Fußabdrucks optimieren wir unsere gesamte Wertschöpfungskette stetig unter Gesichtspunkten wie Emissionsreduzierung, Ressourcenschonung und Erhalt der Biodiversität. Dadurch stellen wir sicher, dass unsere Geschäftstätigkeit auch langfristig tragfähig bleibt, Risiken reduziert und Kosten gespart werden.

Wir haben uns ehrgeizige Ziele für die **Emissionsreduzierung** gesetzt. Bis 2020 wollen wir unsere direkten und indirekten Treibhausgasemissionen – gemäß Scope 1 und Scope 2 des GHG-Protokolls – bezogen auf die Wertschöpfung pro Jahr um 4 % reduzieren. Mit einer Reduktion der Treibhausgase um 5,4 % im Jahr 2016 liegen wir dabei auf Kurs. Darüber hinaus erfassen wir bereits seit 2011 auch alle wesentlichen Emissionen gemäß Scope 3 des GHG-Protokolls. Davon ist mit etwa 90 % der bei Weitem größte Anteil auf die vorgelagerte Herstellung von Rohstoffen zurückzuführen. Im Rahmen der Science Based Targets Initiative haben wir uns dazu verpflichtet, zur Erreichung des globalen Ziels beizutragen, die Klimaerwärmung langfristig unter 2°C zu halten. Unseren konstanten Fortschritt bei der Emissionsreduzierung bestätigt uns jährlich die unabhängige Investoreninitiative CDP. Bereits das zweite Jahr in Folge erhielten wir im Bereich Klima die bestmögliche Bewertung „A“ und sind somit auch weiterhin in der Liste „Climate A“ aufgeführt. Mit dieser Bewertung gehören wir zu den 4 % der besten Unternehmen im MDAX® und den besten 11 % unserer Branche. Entspre-



Musterbeispiel für Effizienz

Symrise beschafft einen seiner Hauptrohstoffe, die Zwiebel, von Vertragslandwirten aus der Region. Deutlich geringere Transportkosten und Lageraufwand sparen Kosten und Energie, gleichzeitig wird die Qualität in enger Zusammenarbeit mit Landwirten und Forschungsinstituten optimiert. Beinahe 100 % des Rohstoffs werden verwertet.

chend wurde Symrise durch das CDP als Index / Country Leader („MDAX®“) wie auch als Sector Leader („Energy & Materials“) ausgezeichnet. Ebenfalls lagen wir mit der Bewertung A- im 2016 CDP Supplier Engagement Rating weit über dem Durchschnitt von C-. Das Rating bestätigte unsere erfolgreiche Zusammenarbeit mit Lieferanten zur Reduktion negativer Klimaauswirkungen in der Lieferkette. Darüber hinaus spiegelte das Ergebnis A- in den CDP Ratings zu Wasser und Wald unsere Vorreiterrolle bei der Schonung natürlicher Ressourcen wider.

Effektive **Ressourcenschonung** stellt für uns einen wichtigen Hebel dar, um zur Nachhaltigkeit und zugleich Wirtschaftlichkeit des Unternehmens beizutragen. Durch Investitionen in effiziente Technologien und Prozesse können wir Rohstoffe und die damit verbundenen Kosten einsparen. Ein Beispiel dafür ist unser patentiertes Sym-Trap® Verfahren. Dieses ermöglicht es uns, hochwertige natürliche Aromen aus den Seitenströmen der Rohstoffverarbeitung zurückzugewinnen. Durch die Akquisition der Pinova Holdings 2016 hat das Thema der **nachhaltigen Forstwirtschaft** für uns an Bedeutung gewonnen. Analysen haben gezeigt, dass ein Großteil der betreffenden Lieferanten bereits nach Kriterien des Forest Stewardship Council (FSC) oder der Sustainable Forest Initiative (SFI) zertifiziert sind. Durch unsere Teilnahme beim CDP Forest Programm machen wir auch hier unsere Ansätze und Fortschritte transparent. Dass Ressourcenschonung auch Kosten reduziert, stellen wir im Rahmen unserer Initiative Symchronize™ unter Beweis. Mit dem Anspruch „**Exzellenz in der Supply Chain**“ erarbeiten wir End-To-End Supply Chain-Lösungen, um Ansatzpunkte und Potenziale zur Reduzierung unseres Energie-, Wasser- und Ressourcenverbrauchs sowie unserer Emissionen zu identifizieren und gemeinsam mit Partnern in der Lieferkette umzusetzen.

Die globale Artenvielfalt ist für Symrise als Quelle von Inspiration und natürlichen Rohstoffen unabdingbar, um stetig neue Aromen und Düfte zu kreieren. Die Bewahrung der **Biodiversität** stellt ein essenzielles Anliegen von Symrise dar. Um unser Engagement in diesem Bereich zu festigen, haben wir im Dezember 2016 als einer der Erstunterzeichner den Business & Biodiversity Pledge unterschrieben. Diese freiwillige Selbstverpflichtung im Rahmen der UN-Konvention zur Biologischen Vielfalt ist ein starkes Bekenntnis von Symrise zum weltweiten Schutz und zur nachhaltigen Nutzung der Biodiversität sowie zur gerechten Verteilung der Vorteile aus der Nutzung genetischer Ressourcen (siehe auch Seite 54).



Für eine klimafreundliche Wirtschaft

Im Rahmen der Initiative „commit to action“ der Investoreninitiative CDP und „We mean Business“ hat sich Symrise dazu verpflichtet, ein wissenschaftsbasiertes Klimaziel zu setzen, das im Einklang mit den Ergebnissen des Paris-Abkommens steht. Die globale Erderwärmung soll auf deutlich unter 2°C beschränkt werden. Symrise zählt damit zu den ersten deutschen Unternehmen, die sich dazu verpflichtet haben. In diesem Programm sind auch die emissionsreduzierenden Maßnahmen unserer Lieferanten berücksichtigt.

Mit der Einweihung unseres Kraft-Wärme-Kopplungs-Kraftwerks im Sommer 2016 haben wir bereits einen wichtigen Schritt zur Reduktion unserer produktionsbezogenen Emissionen geleistet. Damit reduzieren wir unseren CO₂-Ausstoß bei der Energieerzeugung jährlich um rund 35 %.

INNOVATION

Innovation bedeutet für Symrise, in internationalen Teams für und mit unseren Kunden vorzudenken und durch nachhaltige Lösungen unsere Zukunftsfähigkeit als Unternehmen zu sichern und zu stärken. Den Rahmen setzen dabei anspruchsvolle regulatorische Anforderungen.

Nachhaltigkeit selbst ist für uns ein starker Innovations-treiber: Indem wir strenge Nachhaltigkeitskriterien in der Produktentwicklung einhalten, maximieren wir den sozialen und ökologischen Mehrwert der Produkte und schaffen Wert für Kunden und Stakeholder. Dabei bauen wir auf grüne Chemie, eine ressourceneffiziente Produktion und nutzen die Möglichkeiten neuer Technologien und der Digitalisierung. Für jede unserer strategischen Produktgruppen entwickeln wir ein individuelles Nachhaltigkeitskonzept. Einen wichtigen Beitrag zur Entwicklung **innovativer und nachhaltiger Produktlösungen** leistet unser selbst entwickeltes „Product Sustainability Scorecard System“. Das extern geprüfte Verfahren ermöglicht es, umweltrelevante Wirkungen von Rohstoffen und Produkten systematisch zu erfassen und in einer wissen-

schaftlich fundierten Analyse zusammenzustellen. Die zehn einbezogenen Nachhaltigkeitsdimensionen umfassen unter anderem die Rückverfolgbarkeit, den Wasserverbrauch und den Einfluss auf die Biodiversität in der Lieferkette, ebenso wie die biologische Abbaubarkeit des Produkts. Das Ziel: aus verfügbaren Alternativen die umweltfreundlichste auszuwählen.

Innovationsfähigkeit im Unternehmen fördern wir, indem wir Mitarbeitern eine Plattform für kreative und erfolgversprechende Ideen bieten. Auf dem globalen IDAY von Diana Food wurden 2015 knapp 1.400 Ideen von über 500 Mitarbeitern vorgestellt. Die besten Vorschläge werden aktuell auf lokaler, regionaler oder globaler Basis implementiert. Um unsere Innovationsfähigkeit durch möglichst viele Blickwinkel zu bereichern, kooperieren wir zudem mit einem internationalen Netzwerk aus Experten, Hochschulen und Life Science-Unternehmen. Mit dem Studiengang Industrielle Biotechnologie der Hochschule Ansbach arbeiten wir zum Beispiel an alternativen Herstellverfahren für Aromen. An der Universität Gießen forschen wir mit



Nachhaltige Innovationen

Mit unserer Product Sustainability Scorecard können wir die Auswirkungen jedes einzelnen Inhaltsstoffs unserer Produkte entlang der Wertschöpfungskette erfassen. Dadurch ermöglichen wir unseren Kunden, im Vergleich zu verfügbaren Alternativen, den umweltfreundlichsten Weg einzuschlagen.

Lebensmittelchemikern an neuen Produktkonzepten, die auf Verfahren der modernen Lebensmittelbiotechnologie basieren. Neuen Herausforderungen begegnen wir mit frischem Innovationsgeist. Für IKEA entwickelten wir beispielsweise gesündere Produkte für den Verkauf in den IKEA Bistros. Heute können die Konsumenten zwischen acht Softgetränken aus natürlichen Extrakten und Aromen wählen, die 50 % weniger Zucker enthalten als zuvor, ohne dass dabei der Geschmack beeinträchtigt wird.

Bei der Entwicklung innovativer Produkte ist die **Gewährleistung höchster Produktsicherheit** die wichtigste Anforderung. Neben strengen eigenen Qualitätsauflagen folgen wir den Richtlinien der „Good Manufacturing Practice“ (zu deutsch „Gute Herstellungspraxis“), die in unserer Branche der Qualitätssicherung bei Produktionsabläufen und der Produktionsumgebung dienen. Unabhängige Auditierungen und anerkannte Zertifizierungen bestätigen die Einhaltung der Standards.

Steigende gesetzliche Regularien nehmen Einfluss auf Innovation und strategische Weiterentwicklung und bestimmen mit über unsere Agenda. Im Segment Scent & Care bestand eine der Hauptaktivitäten im Jahr 2016 in der Neuregistrierung oder Aktualisierung registrierter Stoffe gemäß der Europäischen Chemikalienverordnung REACH. Bislang wurden für mehr als 30 Stoffe neue und aktualisierte Dossiers bei der Europäischen Chemikalien-Agentur (ECHA) eingereicht. Zudem müssen wir als global

operierendes Unternehmen einer Vielzahl von unterschiedlichen Anforderungen gerecht werden: So wurden in den vergangenen Jahren in einigen Ländern rechtlich bindende Reinheitskriterien für Aromastoffe eingeführt, die nicht harmonisiert sind. Beispielsweise weichen die Anforderungen in der EU von denen in China ab.



Innovative Konzepte für Produktschutz

Die Markteinführung des Konservierungsmittels SymOcide® C spiegelt die innovative und lösungsorientierte Produktentwicklung bei Symrise wider. Herkömmliche Konservierungsmittel für Kosmetika erfordern zunehmend effektive, sichere und zugelassene Alternativen. Mit SymOcide® C bieten wir eine moderne Lösung für den Produktschutz: Es kann viele Kosmetikprodukte wirkungsvoll konservieren und eignet sich durch seine antimikrobiellen Eigenschaften besonders gut für Mundpflegeprodukte, wie zum Beispiel Zahnpasta.

SOURCING

Unser langfristiges Ziel ist es, alle Rohstoffe möglichst nachhaltig zu beziehen. Wir möchten nicht nur negative Einflüsse in der Lieferkette, etwa in Bezug auf Umwelt oder Menschenrechte, minimieren, sondern tatsächlichen Wert für alle Beteiligten schaffen. Wir betrachten eine nachhaltige Beschaffung als Voraussetzung für die langfristige Wirtschaftlichkeit von Symrise: Durch die Verwendung von 10.000 natürlichen und synthetischen Rohstoffen aus über 100 Ländern sind wir stark abhängig von einer guten Rohstoffverfügbarkeit und -qualität sowie Preisstabilität. Dem begegnen wir durch die enge Zusammenarbeit mit Kunden und Lieferanten und die Förderung sozialer und ökologischer Standards in Entwicklungs- und Schwellenländern.

Eine **verantwortungsvolle Beschaffung** ist für Symrise selbstverständlich und notwendig, in der Praxis jedoch nicht zuletzt wegen mangelnder Transparenz, hoher Komplexität von Materialflüssen und unterschiedlichen Zielsetzungen der beteiligten Akteure entlang der Wertschöpfungskette mit einigen Herausforderungen verbunden. Der erste Schritt dafür ist deswegen die Definition von klaren Richtlinien und eine maximale Rückverfolgung der Rohstoffe: alle Lieferanten müssen den Symrise Verhaltenskodex achten und vollständige Daten über die Herkunft der

Rohstoffe liefern. Als Mitglied der Plattform SEDEX können wir zudem die Performance unserer Hauptlieferanten hinsichtlich Faktoren wie **Menschenrechte**, Umwelt, Gesundheit und Sicherheit, Integrität und weiterer ethischer Prüfkriterien bewerten lassen und die Ergebnisse für unsere Kunden offenlegen. Alle unsere Produktionsstätten sind von unabhängigen Zertifizierungsgesellschaften nach dem „SMETA 4 pillar“ Standard und darüber hinausgehenden Vorgaben auditiert. Im Berichtsjahr wurden keine signifikanten Abweichungen festgestellt.

2016 haben wir eine neue Symrise Sourcing Policy erarbeitet, die konzernweite Gültigkeit besitzt. Mit der gesamthaften Beschreibung unserer Ziele, Ansprüche und Instrumente dient sie vor allem als Referenzdokument für Lieferanten, Kunden und Mitarbeiter. Für verschiedene Rohstoffe, die hohen Risiken ausgesetzt sind, haben wir darüber hinaus spezifische Policies etabliert, beispielsweise im Falle von Palmöl. Zudem arbeiten wir aktuell an einer Policy zum Thema **Tierwohl**: Zwar verarbeiten wir selbst keine Tiere, allerdings ist der Anteil an Rohstoffen tierischen Ursprungs durch die Übernahme von Diana gestiegen, weshalb wir auch dort größten Wert auf klare und verantwortungsvolle Vorgaben legen.



Langfristig tragfähige Lösungen

Gemeinsam mit Unilever und der Deutschen Gesellschaft für Internationale Zusammenarbeit GmbH haben wir 2016 in einer Partnerschaft mit Save the Children unser langjähriges Engagement auf Madagaskar weiter ausgedehnt. Die Initiative unterstützt die Vanillebauern und ihre Gemeinschaften direkt, um ihre Lebensgrundlage zu verbessern, mehr integrative Gemeinschaften zu fördern und den Kindern der Bauern langfristig zu helfen.

Viele der Herausforderungen in der Lieferkette können wir nicht im Alleingang lösen. Wir setzen deswegen in zunehmenden Maße auf Branchenkooperationen und vorwettbewerbliche Ansätze, bei denen wir gemeinsam mit anderen Akteuren an langfristig tragfähigen Lösungen arbeiten. Dazu zählen unter anderem unsere Mitgliedschaften beim Roundtable on Sustainable Palm Oil, bei der Sustainable Spices-Initiative und beim U.S. Roundtable for Sustainable Beef. Zudem sind wir im Berichtszeitraum dem Natural Resource Stewardship Circle beigetreten, einer gemeinnützigen Organisation, die sich für mehr Nachhaltigkeit in der Lieferkette innerhalb der Kosmetikbranche einsetzt. Ebenso unterstützen wir den Branchenverband Sustainable Agriculture Initiative (SAI) zur Förderung nachhaltiger Landwirtschaftspraktiken.

Unser Ziel der nachhaltigen Beschaffung können wir dann am besten verfolgen und nachhalten, wenn wir direkten Einfluss auf unsere vorgelagerten Wertschöpfungsstufen ausüben können. Für unsere Schlüsselrohstoffe verfolgen wir deswegen das Ziel einer strategischen Rückwärtsintegration. Wie wir im Falle der Vanille-Produktion auf Madagaskar unter Beweis gestellt haben, können wir so unmittelbar Wert für alle Beteiligten schaffen: Wir arbeiten ganz gezielt im Rahmen unterschiedlicher gemeinschaftlicher Projekte an der Verbesserung und Implementierung von Umwelt- und Sozialstandards und können so für uns und unsere Kunden eine gleichbleibend hohe Qualität des Rohstoffes gewährleisten.



Vorwettbewerbliche Ansätze in der Lieferkette

2016 trat Symrise dem Natural Resource Stewardship Circle bei, in dessen Rahmen Unternehmen unserer Industrie sich gemeinsam für eine Reduzierung negativer Auswirkungen der Geschäftstätigkeit auf die Artenvielfalt einsetzen. Zur Erreichung dieses Ziels liegt der Fokus insbesondere auf der sozialen und wirtschaftlichen Entwicklung von lokalen Gemeinden. Die Empfehlungen internationaler Rahmenwerke wie des Global Compacts der Vereinten Nationen oder der Deklaration über die Rechte indigener Völker werden dabei in konkrete Maßnahmen überführt.

CARE

„Care“ heißt für uns, sich für die Menschen innerhalb unseres Unternehmens und in der Gesellschaft einzusetzen. Wir sind auf kompetente und motivierte Mitarbeiter angewiesen, die unseren Unternehmenserfolg ausmachen. Ihnen wollen wir optimale Rahmenbedingungen bieten, um sich bei Symrise voll entfalten zu können. Darüber hinaus nehmen wir auch die Verantwortung wahr, die wir über die Grenzen unseres Unternehmens hinaus gegenüber der Gesellschaft tragen. So minimieren wir durch höchste Anlagensicherheit negative Auswirkungen auf Gesellschaft und Umwelt und unterstützen die kommunale Infrastruktur unserer Standortgemeinden.

Die Vielfalt unserer Mitarbeiter ist essenzieller Bestandteil der Unternehmenskultur von Symrise. Unsere Belegschaft bringt diverse Hintergründe im Hinblick auf Aspekte wie Ethnie, Kultur, Religion, Alter und Geschlecht mit. Diese Diversität verstehen wir in erster Linie als Quelle von Kreativität und Innovationskraft. Unsere Mitarbeiter ergänzen sich durch verschiedene Blickwinkel und bereichern Symrise durch unterschiedliche Meinungen, die erst im Wechselspiel innovative Lösungen hervorbringen. Um dieses Potenzial aktiv zu nutzen, fördern wir **Vielfalt und Chancengleichheit** systematisch. Unser Diversity-Programm stellt durch Richtlinien für die Perso-

naleinstellung und -entwicklung sicher, dass die Vielfalt unserer Belegschaft erhalten und weiter ausgebaut wird. Dazu gehört beispielsweise die gezielte Erhöhung des Frauenanteils in Führungspositionen. Wir möchten für unsere Mitarbeiter ein bevorzugter Arbeitgeber sein und streben ein sogenanntes Mitarbeiter-Commitment zu unserem Unternehmen bis 2020 auf unveränderter Höhe an, wie in unseren Mitarbeiterbefragungen 2012 und 2016 festgestellt (siehe Seite 66). Die regelmäßige Durchführung von Mitarbeiterbefragungen ist ein Beweis für die partnerschaftliche Beteiligung unserer Mitarbeiter und das glaubwürdige Engagement unseres Unternehmens als Employer of Choice.

Wir legen großen Wert auf eine konsequente Verankerung von **Arbeitssicherheit und Gesundheitsschutz** in den Arbeitsroutinen unserer Mitarbeiter. Um dabei den spezifischen Anforderungen unserer globalen Standorte zu genügen, werden Maßnahmen zu Arbeitssicherheit und Gesundheitsschutz dezentral über lokale Verantwortlichkeiten gesteuert. Zur Umsetzung unserer Vision einer „Null Unfallkultur“ kommt der Prävention eine große Bedeutung zu. Beispielsweise vergewissern sich Führungskräfte durch regelmäßige „Management Sicherheitsrundgänge“ über die Sicherheit der Arbeitsplätze unserer Angestellten. Dies soll unseren Mitarbeitern auch unsere Verpflichtung zum Ziel der Reduzierung von Arbeitsunfällen signalisieren und Arbeitssicherheit stärker in der Unternehmenskultur verankern. Darüber hinaus wurden 2016 die Grundlagen für eine weltweite Untersuchung von Beinahe-Unfällen definiert. In diesem Zuge sollen in einem standardisierten Prozess auch Vorfälle dokumentiert werden, bei denen ein Unfall nur knapp verhindert werden konnte. Dadurch erweitern wir den Fokus in der Unfallprävention, sodass nicht nur anhand eingetretener Unfälle, sondern ebenso potenziell gefährlicher Situationen Verbesserungspotenziale erarbeitet werden. Darüber hinaus setzen wir uns für die Gesundheitsvorsorge unserer Belegschaft ein. Das Sensibilisierungs- und Interventionsprogramm „symply healthy“ bringt unseren Mitarbeitern einen bewussten Umgang mit ihrer Gesundheit nahe.

Um unsere Mitarbeiter, die Umwelt und die Standortgemeinden umfassend zu schützen, legen wir besonderes Augenmerk auf die **Sicherheit unserer Anlagen**. Dafür halten Corporate Guidelines Sicherheitsstandards fest, die für all unsere Produktionsstätten weltweit gleichermaßen gelten. Unser Tochterunternehmen TESIUM gewährleistet, dass die Anlagen unseren Sicherheitsansprüchen gerecht werden. Dazu analysiert die Symrise Tochter Sicherheits-, aber auch Umwelt- und Energieaspekte entlang des gesamten Lebenszyklus unserer Anlagen und identifiziert dadurch Optimierungsmöglichkeiten.



Unser Weg zu Null-Arbeitsunfällen

Seit dem Start unserer „Null Unfallkultur“ 2014 haben wir eine Reihe von Maßnahmen ergriffen, um diesem ambitionierten Ziel näher zu rücken. Neben detaillierten Analysen von Unfallursachen und konzernweit einheitlicher Berichterstattung sind Präsenz- wie Online-Schulungen elementarer Bestandteil unserer Arbeitssicherheitskultur. Die Schulungsinhalte sind dabei jeweils auf die Bedürfnisse der einzelnen Bereiche zugeschnitten und appellieren an die Verantwortung jedes einzelnen.

Aus dem Konzernlagebericht & aus dem Konzernabschluss

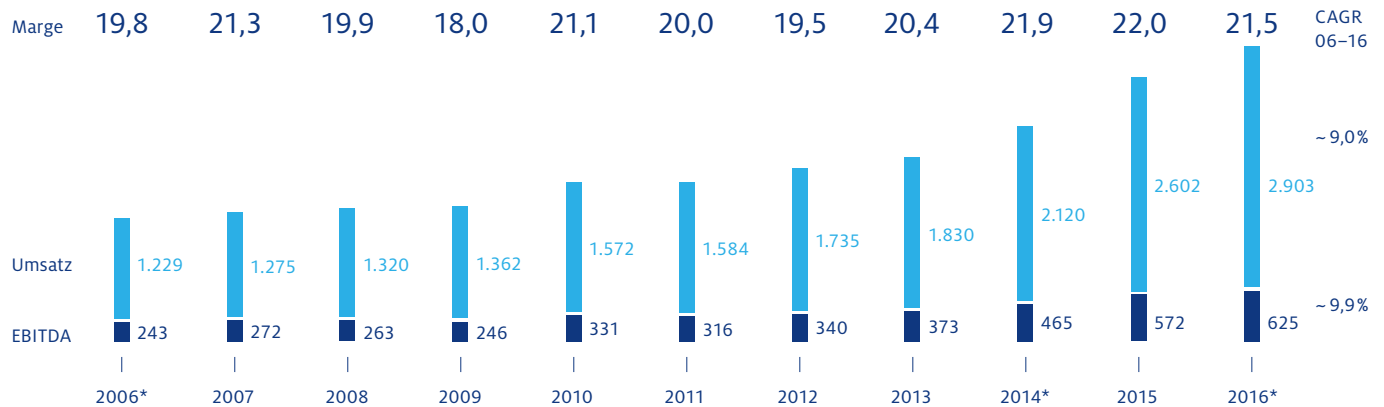
Auszüge aus dem Konzernlagebericht und dem Konzernabschluss 2016 der Symrise AG geben einen Überblick zur wirtschaftlichen Entwicklung und Lage des Unternehmens. Der vollständige Konzernlagebericht und Konzernabschluss sind im Finanzbericht 2016 unter www.symrise.com/de/investoren enthalten.

ÜBERBLICK ZUM GESCHÄFTSJAHR 2016	89
GRUNDLAGEN DES SYMRISE KONZERNS	89
Struktur und Geschäftstätigkeit	89
Geschäftstätigkeit und Produkte	90
Markt und Wettbewerb	92
Ziele und Strategie	94
Forschung und Entwicklung	95
Mitarbeiter	98
WIRTSCHAFTSBERICHT	101
Unternehmensentwicklung	101
GESAMTAUSSAGE ZUR WIRTSCHAFTLICHEN LAGE	112
PROGNOSEBERICHT	112
Künftige Unternehmensentwicklung	112
Gesamtaussage zur voraussichtlichen Entwicklung des Unternehmens	112
ERKLÄRUNG ZUR UNTERNEHMENSFÜHRUNG	112
KONZERNGEWINN- UND -VERLUSTRECHNUNG MIT SEPARATER DARSTELLUNG DER SONDEREFFEKTE DES GESCHÄFTSJAHRES 2016	113
KONZERNBILANZ	114

Highlights 2016

Profitables Wachstum in allen Regionen und Geschäftsbereichen

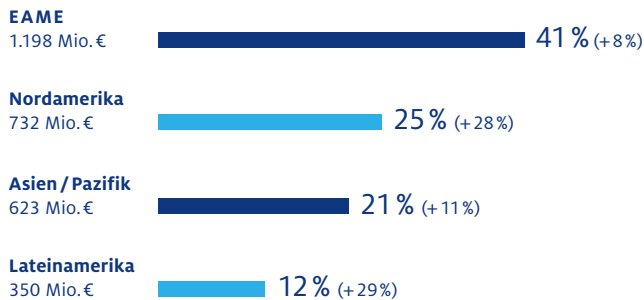
ENTWICKLUNG UMSATZERLÖSE / EBITDA Umsatz und EBITDA in Mio. €, Marge in %



* EBITDA bereinigt um Restrukturierungs- und Integrationsaufwendungen

UMSATZ NACH REGIONEN

in % vom Konzernumsatz bzw. Umsatzwachstum in % (in lokaler Währung)

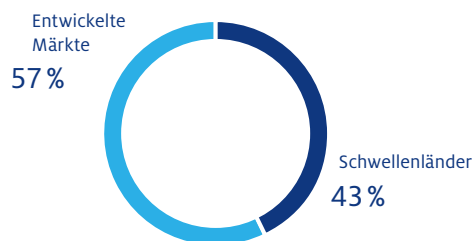


€ **2,05** Bereinigtes Ergebnis je Aktie

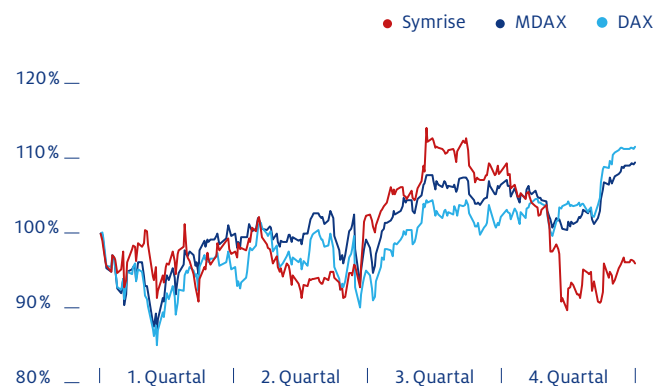
€ **0,85** Vorgeschlagene Dividende

UMSATZ IN SCHWELLENLÄNDERN

Anteil in % vom Konzernumsatz (in lokaler Währung)



KURSENTWICKLUNG der Symrise Aktie 2016



Überblick zum Geschäftsjahr 2016

Das Wachstum der Weltwirtschaft war im Jahr 2016 insgesamt verhalten. Für Symrise war 2016 dennoch ein erfolgreiches Jahr. Der Konzern erzielte im Geschäftsjahr 2016 einen Umsatz von 2.903 Mio. €. Im Vergleich zum Vorjahr stiegen die Erlöse um 12 % beziehungsweise währungsbereinigt um 16 %. Ohne Berücksichtigung von Portfolio-Effekten (Akquisition der Pinova Gruppe, Scelta Umami, Nutra Canada, Nutraceutix sowie Veräußerung der Pinova Inc. und CAP Schweinefleischspezialitäten (2015))¹ beträgt das währungsbereinigte Umsatzwachstum 8 %. Der Umsatzanteil der Emerging Markets am Gesamtumsatz des Konzerns erreichte 43 % und lag, vor allem durch die getätigten Akquisitionen, 3 Prozentpunkte unter dem Vorjahreswert von 46 %. Das normalisierte Ergebnis vor Zinsen, Steuern, Abschreibungen auf Sachanlagen und auf immaterielle Vermögenswerte (EBITDAN)² des Symrise Konzerns erhöhte sich um 9 % auf 625 Mio. € (EBITDA 2015: 572 Mio. €). Die auf den Umsatz bezogene EBITDAN-Marge lag mit 21,5 % unter dem Vorjahreswert von 22,0 %, vor allem durch die erstmalige Einbeziehung der Pinova Gruppe in den Konzernabschluss.

Das Segment **Scent & Care** erzielte 2016 einen Umsatz von 1.311 Mio. €. Die Umsatzerlöse lagen damit 22 % über dem Wert des Vorjahres. Währungsbereinigt entspricht dies einem Zuwachs von 25 %. Ohne Berücksichtigung der Pinova Akquisition beträgt das währungsbereinigte organische Wachstum 5 %. Das EBITDAN lag mit 258 Mio. € um 12 % über dem Vorjahr. Die EBITDAN-Marge belief sich 2016 auf 19,7 %, gegenüber 21,5 % im Jahr 2015. **Flavor** steigerte seinen Umsatz um 4 % auf 1.016 Mio. €. Währungsbereinigt betrug der Anstieg 10 %. Das EBITDA des Segments lag 2016 mit 234 Mio. € ebenfalls deutlich über dem Vorjahreswert (2015: 219 Mio. €). Die EBITDA-Marge betrug 23,0 %, nach 22,3 % im Vorjahr. Im Segment **Nutrition** stiegen die Umsätze um 5 % auf 576 Mio. €. Währungsbereinigt betrug der Anstieg 9 %. Das Segment erzielte 2016 ein EBITDA von 134 Mio. €; das Ergebnis lag damit ebenfalls deutlich über dem Vorjahr (2015: 122 Mio. €). Die EBITDA-Marge erreichte 23,2 %, nach 22,3 % im Jahr 2015.

Der normalisierte Jahresüberschuss des Symrise Konzerns stieg im Geschäftsjahr 2016 gegenüber dem Vorjahr um 8 % auf 266 Mio. €. Das um einmalige Sondereinflüsse bereinigte Er-

gebnis je Aktie verbesserte sich von 1,90 € im Vorjahr auf 2,05 € im Berichtsjahr. Vorstand und Aufsichtsrat schlagen der Hauptversammlung am 17. Mai 2017 vor, die Dividende von 0,80 € auf 0,85 € je Aktie anzuheben.

Der operative Cashflow lag 2016 mit 339 Mio. € um 36 Mio. € unter dem Wert des Vorjahres von 375 Mio. €. Wesentlicher Grund hierfür ist ein Anstieg des Vorratsvermögens, insbesondere durch gestiegene Preise bei natürlichen Rohstoffen. Die liquiden Mittel des Symrise Konzerns erhöhten sich zum 31. Dezember um 23 Mio. € auf 302 Mio. €. Die Nettoverschuldung (inklusive Rückstellungen für Pensionen und ähnliche Verpflichtungen) stieg zum Bilanzstichtag 2016, insbesondere durch die Akquisition der Pinova Gruppe, um 395 Mio. € auf 1.971 Mio. €. Der Quotient aus Nettoverschuldung und EBITDAN auf Jahresbasis belief sich zum Stichtag 31. Dezember 2016 auf 3,1 und liegt infolge der getätigten Akquisitionen temporär oberhalb der von Symrise angestrebten Bandbreite von 2,0 bis 2,5.

Grundlagen des Symrise Konzerns

STRUKTUR UND GESCHÄFTSTÄTIGKEIT

UNTERNEHMENSPROFIL

Symrise ist ein globaler Anbieter von Duft- und Geschmacksstoffen, kosmetischen Grund- und Wirkstoffen sowie funktionalen Inhaltsstoffen. Zu den Kunden gehören Parfüm-, Kosmetik-, Lebensmittel- und Getränkehersteller, die pharmazeutische Industrie sowie Produzenten von Nahrungsergänzungsmitteln und Heimtiernahrung.

Mit einem Umsatz von 2,9 Mrd. € im Geschäftsjahr 2016 und einem Marktanteil von 11 % gehört das Unternehmen zu den weltweit führenden Anbietern im Markt für Düfte und Aromen. Der Konzern mit Sitz in Holzminden ist mit Standorten in mehr als 40 Ländern in Europa, Afrika und dem Nahen sowie Mittleren Osten, in Asien, den USA sowie in Lateinamerika vertreten. Der Symrise Konzern entstand ursprünglich aus dem Zusammenschluss der beiden deutschen Unternehmen Haarmann & Reimer und Dragoco im Jahr 2003. Die Wurzeln von Symrise reichen bis in die Jahre 1874 beziehungsweise 1919 zurück, in denen die Vorgängerunternehmen gegründet wurden. 2006 erfolgte der Börsengang der Symrise AG. Seitdem ist die Symrise Aktie im Prime Standard der Deutschen Börse notiert und zählt mit einer Marktkapitalisierung per Jahresultimo 2016 von rund 7,5 Mrd. € zu den im MDAX® geführten Unternehmen. Der Streubesitz der Aktie beläuft sich auf rund 94 %.

¹ Detaillierte Informationen zu den Portfolioveränderungen sind auf den Seiten 101 – 102 dieses Berichts dargestellt.

² Im Geschäftsjahr 2016 wurden die Ergebnisse (EBITN/EBITDAN) infolge der Pinova Akquisition um einmalige Sondereinflüsse bereinigt dargestellt. Eine detaillierte Übersicht ist auf Seite 113 dieses Berichts zu finden.

Die Verantwortung für das operative Geschäft liegt in den Segmenten Flavor, Nutrition sowie Scent & Care. Das frühere Segment Flavor & Nutrition wurde im Rahmen einer neuen Organisations- und Berichtsstruktur aufgrund der Berufung von zwei weiteren Vorstandsmitgliedern mit Wirkung zum 1. Oktober 2016 in die zwei neuen Segmente Flavor und Nutrition aufgespalten. Alle Segmente verfügen über eigene Abteilungen für Forschung und Entwicklung, Einkauf, Produktion und Qualitätskontrolle sowie Marketing und Vertrieb. Auf diese Weise können interne Prozesse beschleunigt werden. Es ist unser Ziel, Abläufe zu vereinfachen, sie kundenorientiert und pragmatisch zu gestalten. Großen Wert legen wir auf schnelle und flexible Entscheidungswege.

Das Segment Flavor beinhaltet die Anwendungsbereiche Beverages, Savory und Sweet. Das Segment Nutrition besteht aus dem Geschäftsbereich Diana mit den Anwendungsbereichen Food, Pet Food, Aqua und Probi. Das Segment Scent & Care umfasst die Geschäftsbereiche Fragrance, Cosmetic Ingredients und Aroma Molecules.

Die Geschäftstätigkeit des Konzerns ist zudem jeweils nach vier Regionen organisiert: Europa, Afrika sowie Naher und Mittlerer Osten (EAME), Nordamerika, Asien/Pazifik und Lateinamerika.

Zusätzlich besteht im Konzern ein Corporate Center, in dem die Zentralfunktionen Finanzen, Unternehmenskommunikation sowie Investor Relations, Recht, Personal, Group Compliance

und Interne Revision wahrgenommen werden. Weitere unterstützende Funktionen wie die Informationstechnologie sind maßgeblich auf externe Dienstleister ausgelagert oder in eigenständigen Konzerngesellschaften gebündelt, die – wie beispielsweise in den Bereichen Technik, Energie, Sicherheit und Umwelt sowie Logistik – auch Geschäftsbeziehungen zu Kunden außerhalb des Konzerns unterhalten.

Der Firmensitz der Symrise AG befindet sich in Holzminden. An diesem zugleich größten Standort beschäftigt Symrise 2.284 Mitarbeiter in den Funktionen Forschung, Entwicklung, Produktion, Marketing, Vertrieb sowie im Corporate Center. Regionale Hauptsitze unterhält Symrise in den USA (Teterboro, New Jersey), Brasilien (São Paulo), Singapur und Frankreich (Rennes, Bretagne). Wichtige Standorte für Produktionsanlagen und Entwicklungszentren befinden sich in Deutschland, Frankreich, Brasilien, Mexiko, Singapur, China und den USA. Eigene Vertriebsniederlassungen unterhalten wir in über 40 Ländern.

GESCHÄFTSTÄTIGKEIT UND PRODUKTE

WERTSCHÖPFUNGSKETTE VON SYMRISE

Symrise stellt rund 30.000 Produkte auf der Basis von rund 10.000 zum Großteil natürlichen Rohstoffen wie Vanille, Zitrusprodukten oder Blüten- und Pflanzenmaterialien her. Die Wertschöpfungskette der drei Segmente erstreckt sich über die Forschung und Entwicklung, Einkauf, Produktion und den Vertrieb der Produkte und Lösungen. Die Aromen, Parfümöle und Wirkstoffe sind in der Regel zentrale funktionale Be-

WERTSCHÖPFUNGSKETTE VON SYMRISE



standteile der Endprodukte unserer Kunden und spielen bei der Kaufentscheidung der Konsumenten häufig eine entscheidende Rolle. Neben den typischen Produkteigenschaften wie Duft und Geschmack besteht unsere Wertschöpfung in der Entwicklung von Produkten mit Zusatznutzen. Beispiele für eine Kombination von Aromen und Parfümölen mit weiteren innovativen Bestandteilen sind unter anderem Geschmacksstoffe, die einen reduzierten Zucker- oder Salzgehalt in Lebensmitteln ermöglichen, oder ein feuchtigkeitsspendender kosmetischer Wirkstoff, dessen Einsatz den Anteil an Konservierungsmitteln in Pflegeprodukten senkt. Auf Basis dieser Produkte sind unsere Kunden in der Lage, sich im rasch wandelnden Konsumgütermarkt mit ihren maßgeschneiderten Endprodukten von Wettbewerbern zu differenzieren. Die Basis unserer Produktentwicklung bildet die in erheblichem Umfang betriebene Forschung & Entwicklung (F & E) im Unternehmen, die durch ein weit verzweigtes externes Netzwerk von Forschungsinstituten und wissenschaftlichen Einrichtungen ergänzt wird. Angesichts unterschiedlichster regionaler sensorischer Vorlieben ist auch eine umfangreiche Konsumentenforschung zentraler Bestandteil unserer F & E-Aktivitäten.

UNTERNEHMENSSTRUKTUR

Zu unseren Kunden zählen sowohl große multinationale Konzerne als auch wichtige regionale und lokale Hersteller von Lebensmitteln, Getränken, Heimtiernahrung, Parfüms, Kosmetika, Körperpflegeprodukten sowie Reinigungs- und Waschmitteln.

Die Produktion der Geschmacks- und Duftstoffe erfolgt in eigenen Fertigungsanlagen. Für den Bezug wichtiger Rohmaterialien bestehen zum Teil längerfristige Lieferverträge. Wir stehen im engen Kontakt mit unseren Lieferanten und setzen einheitliche Standards fest, um die gleichbleibende Qualität unserer Ausgangsstoffe zu gewährleisten.

FLAVOR

Das Produktspektrum von Flavor besteht aus rund 13.000 Produkten, die in 145 Ländern verkauft werden. Die produzierten Geschmacksstoffe werden von den Kunden zur Herstellung von Nahrungsmitteln und Getränken genutzt und verleihen den unterschiedlichen Produkten individuelle Geschmacksbilder. Symrise liefert dabei sowohl einzelne Geschmacksstoffe für die Verwendung im Endprodukt als auch Komplettlösungen, die neben dem eigentlichen Aroma weitere funktionale Inhaltsstoffe, Farbstoffe oder mikroverkapselte Produktkomponenten enthalten können. Die Standorte des Segments befinden sich in mehr als 40 Ländern in Europa, Asien, Nord- und Lateinamerika sowie in Afrika.

Die Geschmacks- und Inhaltsstoffe des Geschäftsbereichs **Flavor** kommen in drei Anwendungsbereichen zum Einsatz:

Beverages: Mit der globalen Getränkekompetenz bei alkoholischen, nicht-alkoholischen sowie Trocken- und Instant-Getränken setzt Symrise mit authentischen und innovativen Geschmackserlebnissen neue Standards und Trends für die nationale und internationale Getränkeindustrie. Jahrelange Expertise, begleitende Technologien und ein umfangreiches Markt- und Verbraucherverständnis eröffnen der Getränkeindustrie völlig neue Perspektiven und erfüllen damit die individuellen Bedürfnisse der Kunden.

Savory: Die würzigen Aromen kommen in zwei Kategorien zur Anwendung: In der Kategorie „Culinary“ mit Geschmackslösungen für Suppen, Saucen, Fertiggerichte, Instant-Nudeln und Fleischprodukte sowie in der Kategorie „Snackfood“ mit Aufstreuwürzungen – sogenannte Seasonings – für Knabberartikel. Für beide Gebiete gilt es, die ständig wachsenden Verbraucherwünsche vor allem nach authentischem Geschmack, Natürlichkeit und „Convenience“ in erfolgreiche Konzepte für die Kunden umzusetzen. Dabei setzt Symrise insbesondere auf seine nachhaltigen Kernkompetenzen Fleisch und Gemüse sowie auf Lebensmitteltechnologie und -forschung auf höchstem Niveau.

Sweet: Im Anwendungsbereich der süßen Aromen kreiert Symrise innovative Geschmackslösungen basierend auf einem umfassenden Markt- und Konsumentenverständnis für die Produktbereiche Zucker- und Schokoladenwaren, Kaugummi, Backwaren, Cerealien, Eiscreme und Milchprodukte sowie für den Bereich Health Care. Interdisziplinäre Teams erfüllen mit hoher Kreativität die spezifischen Anforderungen der Kunden. Ein diversifiziertes Produktportfolio bietet den Konsumenten aufregende und einzigartige Geschmackserlebnisse.

NUTRITION

Das Segment Nutrition besitzt Standorte in 23 Ländern und vertreibt seine rund 2.000 Produkte in 89 Ländern. Die Produktpalette des Segments **Nutrition** teilt sich in vier Anwendungsbereiche auf:

Food: Der Bereich mit seinen Food Ingredients umfasst natürliche, sensorische Produktlösungen wie Geschmack, Textur, Farbe und Funktionalität bei Lebensmitteln und Getränken. Weiterhin bietet der Bereich Produkte für Babynahrung an. Dabei verfügt Diana über eine umfangreiche Rückwärtsintegration bei Gemüse, Früchten, Fleisch und Meeresfrüchten. Im Vordergrund stehen die Aspekte Qualität, Nachverfolgbarkeit und Lebensmittelsicherheit.

Pet Food: Hierzu gehören geschmacks- und akzeptanzverbessernde natürliche Produktlösungen für Heimtiernahrung. Zur Weiterentwicklung der sensorischen Produkteigenschaften unterhält der Anwendungsbereich eigene Hunde- und Katzenpanel. Ferner bilden Lösungen für eine verbesserte Produktakzeptanz der Tierhalter einen Entwicklungsschwerpunkt.

Aqua: Im Segment Nutrition wurde der Anwendungsbereich Aqua organisatorisch als eigenständige Business Unit eingegliedert. Aqua entwickelt und produziert nachhaltige Meeressinhaltsstoffe für Aquakulturen in Bezug auf Ernährungsphysiologie und Tiergesundheit.

Probi: In diesem Anwendungsbereich werden künftig alle probiotisch geprägten Aktivitäten gebündelt, die vor allem von der schwedischen Symrise Beteiligung Probi getätigt werden. Probi entwickelt Probiotika für Lebensmittel, Getränke sowie Nahrungsergänzungsmittel mit einem gesundheitsfördernden Zusatznutzen.

SCENT & CARE

Das Segment Scent & Care besitzt Standorte in mehr als 30 Ländern und vertreibt seine rund 15.000 Produkte in 135 Ländern. Scent & Care unterteilt sich in die drei globalen Geschäftsbereiche Fragrance, Cosmetic Ingredients und Aroma Molecules, in denen die Produkte in verschiedenen Anwendungsbereichen eingesetzt werden:

Fragrance: Unser Kreativ- und Kompositionsgeschäft umfasst die vier globalen Anwendungsbereiche Fine Fragrances, Beauty Care, Home Care und Oral Care. 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 Beauty Care) und des Haushalts (Anwendungsbereich Home Care) eingesetzt. Darüber hinaus bietet Symrise die gesamte Produktpalette von Mintaromen und deren Vorprodukten für die Verwendung in Zahnpasta, Mundspülung und Kaugummi an (Anwendungsbereich Oral Care). Die Zielsetzung des Geschäftsbereichs ist es, allen Menschen, die sich mit unseren Fragrance-Aktivitäten beschäftigen, „ein besseres Leben durch Duft“ zu vermitteln. Der Geschäftsbereich beschäftigt mehr als 70 hochtalentiert und anerkannte Parfümeure mit 14 verschiedenen Nationalitäten, die in 11 Kreativzentren auf der ganzen Welt arbeiten. Ihre kombinierte Erfahrung addiert sich zu mehr als 1.300 Jahren in der Parfümerie.

Cosmetic Ingredients: Symrise ist ein Weltmarktführer auf dem Markt der kosmetischen Premium-Wirkstoffe, von Kosmetikprodukten mit multifunktionalem Nutzen sowie für Sonnenschutz. Der Geschäftsbereich Cosmetic Ingredients ist ein anerkannter Innovationsführer, der in den letzten zehn Jahren mit 36 Innovationspreisen für neue Wirkstoffe ausgezeichnet wurde. Im gleichen Zeitraum wurden Patentanmeldungen für zahlreiche neue Wirkstoffe eingereicht. Allein im Jahr 2016 erfolgten 17 neue Patentanmeldungen. Die bei Cosmetic Ingredients hergestellten Produkte werden in Haut- und Haarpflegeprodukten, Sonnenschutzmitteln, Herrenpflegemitteln, Duschgels, Waschlotionen, Anti-Schuppen-Shampoos und Deodorants verwendet. Produkte mit pflegenden Eigenschaften sowie alternative Konservierungsmittel und Farben sind weitere Schwerpunkte des Geschäftsbereichs.

Aroma Molecules: Der Geschäftsbereich umfasst die Anwendungsgebiete Menthols, Special Fragrance & Flavor Ingredients, Sensory & Terpene Ingredients und Fine Aroma Chemicals. Im Anwendungsgebiet Menthols wird naturidentisches Menthol hergestellt, das insbesondere bei der Herstellung von Zahnpflegeprodukten, Kaugummi und Duschgel verwendet wird. Special Fragrance & Flavor Ingredients und Fine Aroma Chemicals stellen Aromachemikalien (Vorprodukte für Parfümöle) von besonderer Qualität her. Diese Aromachemikalien werden sowohl für die eigene Produktion von Parfümölen eingesetzt als auch an Unternehmen der Konsumgüterindustrie und andere Unternehmen der Duft- und Geschmacksstoffindustrie vertrieben. Das Anwendungsgebiet Sensory & Terpene Ingredients umfasst das 2016 erworbene und integrierte US-Unternehmen Renessenz LLC mit seinen terpen-basierten Produkten, die aus erneuerbaren und nachhaltigen Rohstoffen gewonnen werden.

Mit der Veräußerung der Pinova Inc. wird sich der Geschäftsbereich Aroma Molecules auf seine Kernkompetenzen Fragrance und Sensory Ingredients konzentrieren, die vor allem in der Duft- und Geschmacksstoffindustrie eingesetzt werden. Die Integration des verbleibenden Renessenz Geschäfts erweitert das bestehende Symrise Portfolio, vor allem mit Kühlsubstanzen und Produkten aus natürlichen und nachwachsenden Rohstoffen.

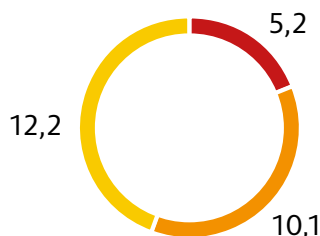
MARKT UND WETTBEWERB

MARKTSTRUKTUR

Der Symrise Konzern ist weltweit in verschiedenen Märkten tätig. Dazu zählt der klassische Markt für Geschmacks- und Duftstoffe (F & F-Markt/ Flavors and Fragrances), dessen Volumen sich im Jahr 2016 nach neuesten Berechnungen des

MARKTGRÖSSE RELEVANTER AFF-MARKT 2016

in Mrd. € (insgesamt etwa 27,5 Mrd. €)

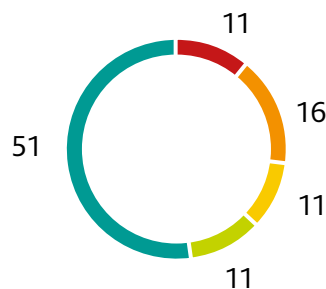


- Aroma Molecules und kosmetische Inhaltsstoffe
- Fragrances
- Flavors (inkl. Pet Food Flavors)

Quellen: IAL (10. Ausgabe, Dezember 2016), TechNavio/Infiniti (2016), GIA (2015)

MARKTANTEILE AFF-MARKT 2016

in % (Marktvolumen etwa 27,5 Mrd. €)



- Symrise
- Givaudan
- IFF
- Firmenich
- Sonstige

Quelle: Unternehmensdaten und eigene Schätzungen

Marktforschungsinstituts IAL Consultants (10. Ausgabe aus Dezember 2016) auf 22,3 Mrd. € belief. Zudem ist das Unternehmen mit den Geschäftsbereichen Cosmetic Ingredients und Aroma Molecules auf dem Markt für Aromachemikalien und kosmetische Inhaltsstoffe aktiv, der nach aktuellen Berichten von TechNavio/Infiniti (Ausgabe Dezember 2016) und Global Industry Analysts (GIA) (Ausgabe 2015) ein Umsatzvolumen von circa 5,2 Mrd. € aufwies. Die Märkte sind in weiten Teilen durch gemeinsame Trends und Charakteristika gekennzeichnet. Der für Symrise relevante Markt weist damit insgesamt eine Größe von 27,5 Mrd. € auf und wächst nach eigenen Schätzungen langfristig durchschnittlich um etwa 3 % pro Jahr.

Weltweit sind mehr als 500 Unternehmen am Markt aktiv, wobei die vier größten Anbieter – inklusive Symrise – zusammen einen Marktanteil von etwa 50 % erreichen.

Für den F & F-Markt bestehen weltweit hohe Markteintrittsbarrieren. Die Anforderungen der Kunden an immer hochwertigere und differenziertere Produkte bei immer kürzeren Produktlebenszyklen nehmen kontinuierlich zu. Der Großteil der Produkte und Rezepturen wird speziell für einzelne Kunden hergestellt. Zudem haben lokale Geschmackspräferenzen zur Folge, dass häufig für ein Endprodukt länderspezifisch unterschiedliche Rezepturen verwendet werden. Des Weiteren sind die Kundenbeziehungen oftmals durch eine intensive Zusammenarbeit bei der Produktentwicklung geprägt.

Neben den unterschiedlichen lokalen Konsumentenvorlieben und Verhaltensweisen wird die Nachfrage nach Endprodukten, in denen unsere Produkte zum Einsatz kommen, von weiteren Faktoren beeinflusst: Die Nachfrageentwicklung nach Produkten, die Duft- und Geschmacksstoffe beziehungsweise

kosmetische Inhaltsstoffe enthalten, wird in den sich entwickelnden Märkten durch das steigende Einkommen der Bevölkerung positiv beeinflusst. Das Marktwachstum beruht dabei auch auf einfachen Produkten des Grundbedarfs, die in den Industrienationen bereits lange im Markt etabliert sind. In den entwickelten Märkten Westeuropas, Asiens und Nordamerikas bestimmen Konsumententrends wie Schönheit, Gesundheit, Wellness, Bequemlichkeit und Natürlichkeit das Wachstum der Nachfrage nach Produkten, in denen Inhaltsstoffe von Symrise eingesetzt werden.

MARKTPPOSITION VON SYMRISE

Symrise ist eines der größten Unternehmen der F & F-Branche. Bezogen auf den relevanten Markt von 27,5 Mrd. € beträgt der Marktanteil von Symrise, gemessen am Umsatz des Jahres 2016, rund 11 %. Symrise hat die klassischen Geschäftssegmente um zusätzliche Anwendungen erweitert: Bei Scent & Care beispielsweise um kosmetische Wirkstoffe, bei Nutrition um Heimtiernahrung und Food Ingredients innerhalb des Geschäftsbereichs Diana. Auf Basis dieser komplexeren Produktlösungen kann eine höhere Wertschöpfung erreicht werden. In Teilmärkten wie Nahrungsergänzungsmitteln, Sonnenschutzfiltern oder anderen kosmetischen Inhaltsstoffen steht Symrise zudem mit Unternehmen beziehungsweise einzelnen Produktbereichen dieser Unternehmen im Wettbewerb, die nicht zur klassischen F & F-Branche gehören.

In einzelnen Marktbereichen nimmt Symrise eine weltweit führende Stellung ein, wie beispielsweise bei der Herstellung von naturidentischem L-Menthol und der Komposition von Mintaromen. Eine Spitzenposition hält Symrise auch im Bereich der UV-Sonnenschutzfilter und bei Baby- und Heimtiernahrung.

ZIELE UND STRATEGIE

ZIELE

Wir wollen langfristig unsere Marktposition stärken und die Unabhängigkeit von Symrise sichern. Zugleich sind wir uns unserer Verantwortung für Umwelt, Mitarbeiter und Gesellschaft bewusst. Indem wir unsere Nachhaltigkeitsleistung in den Themenfeldern „Footprint“, „Innovation“, „Sourcing“ und „Care“ steigern, verringern wir Risiken und fördern den wirtschaftlichen Erfolg von Symrise.

- **Marktposition:** Unser Umsatz soll währungsbereinigt langfristig mit 5 bis 7 % im Jahr (CAGR) schneller wachsen als der Markt, der im Durchschnitt jährlich um etwa 3 % zulegt. Auf diese Weise werden wir schrittweise den Abstand zu den kleineren Wettbewerbern vergrößern und Marktanteile hinzugewinnen.
- **Wertorientierung:** Wir wollen dauerhaft zu den profitabelsten Unternehmen der Branche gehören. Wir streben eine nachhaltige EBITDA-Marge von 19 bis 22 % an.

Die Zielerreichung wird im Kapitel Unternehmensentwicklung näher dargelegt. Wir beteiligen unsere Aktionäre angemessen am Unternehmenserfolg. Unsere Dividendenpolitik orientiert sich an der Ertragskraft des Konzerns.

STRATEGIE

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

vorteil. Ziel ist eine vollständig integrierte Unternehmensstrategie.

- **Wachstum:** Wir verstärken weltweit die Zusammenarbeit mit unseren strategischen Kunden und bauen unser Geschäft in den Schwellenländern weiter aus. Wir stellen sicher, dass wir in unseren Kernkompetenzen Innovationsführer sind. So sichern wir unser Wachstum.
- **Effizienz:** Wir verbessern ständig unsere Prozesse und konzentrieren uns auf Produkte mit hoher Wertschöpfung. Durch die Rückwärtsintegration bei Schlüsselrohstoffen sichern wir uns gleichbleibend hohe Qualitäten in ausreichender Menge und zu fest verhandelten Lieferbedingungen. Wir handeln in allen Bereichen kostenbewusst. So sichern wir unsere Profitabilität.
- **Portfolio:** Wir schärfen unser Produktportfolio und erschließen neue Märkte und Segmente. Wir bauen unsere Expertise außerhalb des traditionellen Geschäfts mit Aromen und Duftstoffen weiter aus. So sichern wir unsere herausragende Marktposition.

Symrise wächst aus eigener Kraft. Wo es sinnvoll ist, tätigen wir zudem ergänzende Akquisitionen oder gehen strategische Partnerschaften zur Produktentwicklung ein. Gleichzeitig wollen wir gewährleisten, dass Symrise weiterhin in der Lage ist, sich bietende Wachstumschancen wahrzunehmen, ohne die finanzielle Stabilität des Unternehmens zu gefährden.

WERTORIENTIERTE STEUERUNG

Im Rahmen der wertorientierten Unternehmensführung kommen verschiedene Stellgrößen zum Einsatz. Als Indikator für

LANGFRISTIGE ZIELE 2020



die Profitabilität des Unternehmens dient die EBITDA-Marge, für die wir einen strategischen Zielwert von durchschnittlich 19 bis 22 % definiert haben. Die Steigerung des Unternehmenswerts ist im Vergütungssystem des Vorstands und ausgewählter Führungskräfte berücksichtigt. Zudem legen wir großen Wert auf die finanzielle Stabilität des Unternehmens. Der Fokus der Unternehmenssteuerung liegt auf diesen finanziellen Steuerungsgrößen. Nicht-finanzielle Steuerungsgrößen, insbesondere in den Bereichen Umwelt, Beschaffung, Mitarbeiter und Innovation, nehmen einen immer größeren Stellenwert ein.

FORSCHUNG UND ENTWICKLUNG

LEITLINIEN UND SCHWERPUNKTE

Unsere Strategie in der Forschung & Entwicklung (F & E) zielt darauf ab, die einzelnen Bausteine der Produktentwicklung wie Markt- und Konsumentenforschung, F & E sowie Kreation im gesamten Konzern zu vernetzen. Sämtliche Forschungsaktivitäten sind kunden-, markt- und nachhaltigkeitsorientiert. Neue Produkte und Technologien werden frühzeitig durch eine enge Anbindung der F & E an Marketing und Anwendungsbereiche, Einkauf und Fertigung, Produktentwicklung sowie Qualitätssicherung und Fragestellungen im regulatorischen Bereich auf Umsetzbarkeit, Nachhaltigkeitsaspekte und Rentabilität geprüft. In erheblichem Maße bringen externe Kooperationen und Netzwerke (Open Innovation) zusätzliche Ansätze und Ideen in den Entwicklungsprozess ein. Neben Ideen aus der Open Innovation unterhält Symrise ein enges, globales Projektnetzwerk mit industriellen und akademischen Partnern, das alle Entwicklungsstadien des Innovationsprozesses ein-

schließt. Des Weiteren sind alle F & E-Aktivitäten an den Leitlinien globale Megatrends, Konsumentenbedarf, Kundenanforderungen, Nachhaltigkeit, Innovation und Kosteneffizienz ausgerichtet. Die Aktivierungsquote bei den Forschungs- und Entwicklungsleistungen blieb wie im Vorjahr unwesentlich.

Das Segment Scent & Care konzentriert sich bei seiner F & E-Strategie auf fünf Forschungsplattformen in den Bereichen kosmetische Inhaltsstoffe, Verkapselungs- und Freisetzungssysteme, Grüne Chemie, Schlechtgeruchsmanagement und Mundpflege. Unterstützende Plattformen in den Bereichen sensorischer und analytischer Forschung, natürliche Rohstoffe und Seitenströme, Performance und Rezeptorforschung bilden die Basis für unsere Leistungsfähigkeit und für einen kontinuierlichen Innovationsprozess.

Beispielhafte Forschungsprogramme und Produkteinführungen sind unsere Rückwärtsintegrationsprojekte auf Madagaskar und im brasilianischen Amazonasgebiet mit dem Ziel, qualitativ hochwertige, natürliche Produkte aus nachhaltigem Anbau und unter „Community Development“ zu etablieren. So wurden aus Madagaskar qualitativ hochwertige, ätherische Öle auf dem World Perfumery Congress in Orlando vorgestellt, die viel Beachtung und Anerkennung fanden. Weitere Produkteinführungen sind neue Verkapselungstechnologien wie beispielsweise Ambrostar®, das eine neue Benchmark bei der Langlebigkeit setzt, oder SymCap® G2, ein in zweiter Generation formaldehydfreies Produkt mit hervorragender Stabilität, erweiterten Einsatzmöglichkeiten und verbesserter Duftfreisetzung, das den Kundennutzen steigert. Darüber hinaus wur-



de eine Produktserie fetter Öle bei der In Cosmetics in Paris präsentiert, die im brasilianischen Amazonasgebiet nachhaltig produziert wurde.

Neben umfangreichen Forschungsprogrammen, die auf die spezifischen Innovationsanforderungen der jeweiligen Anwendungsbereiche der Segmente ausgerichtet sind, bestehen bei Symrise ergänzende Programme, die durch die Erweiterung des Kompetenzportfolios Wettbewerbsvorteile generieren. Ein Beispiel dafür ist Beauty+, das durch systematische synergetische Entwicklung einen Mehrwert bei aktiven kosmetischen Inhaltsstoffen und Düften oder Mundpflegelösungen schafft. Ein weiteres Beispiel ist die ethnische Haarpflege: Unser kürzlich in São Paulo, Brasilien, eröffnetes Hair Care Innovation Centre stellte 2016 auf der In Cosmetics Brasil erste Produkte für die ethnische Haarpflege und zum Schutz der Haare vor Luftverschmutzung vor.

Durch die intelligente und sich gegenseitig ergänzende Kombination von technischen Innovationen mit der sensorischen Forschung in enger Kooperation mit Diana konnte die Akzeptanz von Produktlösungen zur Überdeckung von Schlechterüchen bei Heimtierfutter verbessert werden.

In den Segmenten Flavor und Nutrition werden auf der Basis verschiedener Technologieplattformen folgende Themenschwerpunkte mit besonderem Nachhaltigkeitsfokus bearbeitet:

- Formulierungstechnologien für Aromen mit verringertem Energieverbrauch, höherer Verwendungssicherheit und verbessertem Leistungsprofil.

- Durch Datenanalyse und Rechenmodelle gestützte Entwicklungs- und Fertigungsrezepturen für die Produktion von Aromenlösungen mit optimierter Rohstoffauswahl und verringertem ökologischen Fußabdruck.
- Entwicklung neuer und verbesserter Verfahren zur Nutzung von wertvollen natürlichen Ressourcen unter Einbeziehung von Biokatalyse und Fermentationstechnologien bei gleichzeitiger Reduktion von Abfall- und Nebenströmen mit Unterstützung durch Lebenszyklusanalysen.
- Untersuchung und Verbesserung ausgewählter nachwachsender Rohstoffströme wie zum Beispiel Vanille oder Zwiebeln durch Optimierung der Kultivierung, der Ernte, des Transports und der Lagerung. Auswahl überlegener Sorten, unterstützt durch chemische und biologische Analysemethoden sowie zeit- und ortsnahe Bestimmung von Qualitätsparametern zur Vermeidung von Verlusten.

Einen weiteren Schwerpunkt bildet das nachhaltige Design von natürlichen und deklarationsfreundlichen Produktlösungen mit exzellenten sensorischen Eigenschaften. Im Berichtsjahr wurde die Kreative Kompetenz durch neu erarbeitete, statistisch basierte Modellrechnungen zur Optimierung von Rezepturen auf der Grundlage von analytischen Daten und sensorischen Ergebnissen wesentlich erweitert. Dabei ist diese Methode vor allem für die Kombination und Optimierung von sensorisch komplexen natürlichen Rohstoffen zur Erhöhung der sensorischen Präferenz geeignet. Parallel dazu findet eine systematische Weiterentwicklung landwirtschaftlich basierter Rohstoffe im Anwendungsbereich Diana Food statt.

KERNFUNKTIONEN DER FORSCHUNG & ENTWICKLUNG BEI SYMRISE



Gemeinsam mit Diana Pet Food werden umfangreiche Forschungs- und Entwicklungsarbeiten zur Entwicklung und Optimierung von Aromasystemen und -technologien für Futtermittel zur Erhöhung der Akzeptanz durch Heimtiere durchgeführt. Hierbei konnte in Kooperation mit der Firma B.R.A.I.N. AG in Zwingenberg, Deutschland, erstmals ein neues, patentgeschütztes Zellmodell zur Identifizierung von spezifischen, die Präferenz von Katzen erhöhenden Stoffen entwickelt werden.

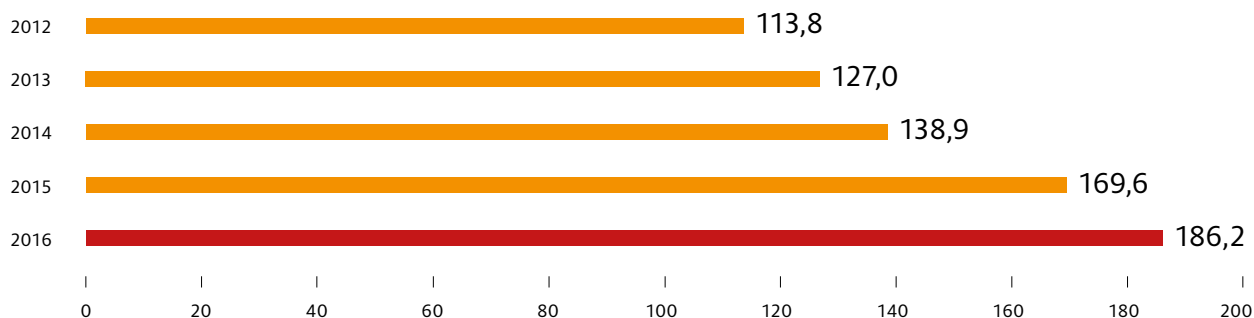
Im Fokus der Forschungsaktivitäten stehen darüber hinaus Aromasysteme und Technologien zur Erhöhung des gesundheitlichen Mehrwerts von Lebensmitteln, zum Beispiel proteinreiche Lebensmittel sowie Lebensmittel mit reduziertem Zucker-, Fett- oder Salzgehalt. So konnten im vergangenen Jahr neue oder neuartige Aromenlösungen zur Verbesserung zucker-reduzierter Getränke eingeführt werden. Zusätzlich wurde die Plattform für Aromastoffe und Lösungen erweitert, die den unangenehmen Geschmack bestimmter Lebensmittelinhaltsstoffe, wie zum Beispiel pflanzlicher Proteine, reduzieren können.

Der erfolgreiche Verbund von klassischen Werkzeugen der Analytik, Sensorik, Synthese, Lebensmitteltechnologie und Prozesstechnik mit neuen und erweiterten instrumentellen, biologischen und biotechnologischen Methoden und Verfahren (Rezeptorbiologie, Biotransformation, neue Enzyme, Metabolomics, DNA-Fingerprinting) sowie von Verfahren, die sich auf Chemoinformatik/Bioinformatik stützen, wird immer mehr der Schlüssel zum Erfolg. Hierbei konnten beispielsweise durch „in silico screening“ und Struktur-Wirkungsbeziehungen (TasteCycle®) neue Strukturen im Bereich der Aromastoffe mit geschmacksmodulierenden Eigenschaften identifiziert werden. Eine tragende Rolle spielt auch die statistische Analyse, Auswertung und Planung von Experimenten zur Entwicklung und Optimierung von nachhaltigen Prozessen und Aromakompositionen („Design of Experiments“, DoE).

FORSCHUNGS- UND ENTWICKLUNGSAUFWAND

Die Gesamtaufwendungen für F & E beliefen sich im Geschäftsjahr 2016 auf 186 Mio. € (Vorjahr: 170 Mio. €), dies entspricht einem Anteil von 6,4 % am Umsatz (Vorjahr: 6,5 %). Die Ausgaben für F & E sollen sich auch zukünftig auf diesem Niveau bewegen, um die Innovationskraft von Symrise weiter zu stärken.

F & E-AUFWAND in Mio. €



ANZAHL DER MITARBEITER NACH SEGMENTEN

	31. Dezember 2015	31. Dezember 2016	Veränderung in %
Flavor	3.069	3.164	+ 3
Nutrition	2.043	2.295	+ 12
Scent & Care	2.299	2.562	+ 11
Corporate Funktionen und Services	890	923	+ 4
Gesamt (ohne Trainees und Auszubildende)	8.301	8.944	+ 8
Trainees und Auszubildende	147	148	+ 1
Gesamt	8.448	9.092	+ 8

Basis: Full-Time Equivalents (FTE), ohne Leiharbeitnehmer

ANZAHL DER MITARBEITER NACH FUNKTIONEN

	31. Dezember 2015	31. Dezember 2016	Veränderung in %
Produktion & Technologie	3.895	4.164	+ 7
Vertrieb & Marketing	1.839	2.053	+ 12
Forschung & Entwicklung	1.538	1.577	+ 3
Verwaltung	641	748	+ 17
Servicegesellschaften	388	402	+ 4
Gesamt	8.301	8.944	+ 8

Basis: Full-Time Equivalents (FTE), ohne Leiharbeitnehmer sowie ohne Trainees und Auszubildende

MITARBEITER**STRUKTUR DER BELEGSCHAFT**

Der Symrise Konzern beschäftigte zum 31. Dezember 2016 weltweit 8.944 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter (ohne Trainees und Auszubildende). Im Vergleich zum Vorjahresresultat (31. Dezember 2015: 8.301) entspricht dies einem Anstieg um 643 Mitarbeiter. Am größten war die Erhöhung der Mitarbeiterzahl im Segment Scent & Care, in dem 29 % aller Beschäftigten im Konzern arbeiten (+ 263 Mitarbeiter), vor allem bedingt durch die Akquisition der Renaissance LLC als Teil der Pinova Gruppe in den USA. 35 % der Mitarbeiter entfallen auf das Segment Flavor, 26 % auf das Segment Nutrition. Hier hat sich

die Zahl der Beschäftigten 2016 ebenfalls deutlich erhöht (+ 252 Mitarbeiter), vor allem bedingt durch die Akquisition der Nutraceutix Inc. durch die schwedische Probi AB. Rund 10 % der Mitarbeiter sind in den Bereichen Corporate Services, Corporate Center sowie in den ausgegliederten Konzerngesellschaften Symotion und Tesium beschäftigt, die auch in geringem Umfang Dienstleistungen für Dritte erbringen, beispielsweise in den Bereichen Technik, Energie, Sicherheit, Umwelt und Logistik. Die Zahl der Auszubildenden und Trainees entsprach mit 148 jungen Menschen (Vorjahr: 147 Auszubildende und Trainees) nahezu dem Vorjahreswert. Sie werden insbesondere in den Fachrichtungen Chemielaborant und Chemi-

ANZAHL DER MITARBEITER NACH REGIONEN

	31. Dezember 2015	31. Dezember 2016	Veränderung in %
Deutschland	2.528	2.586	+ 2
EAME ohne Deutschland	1.782	1.876	+ 5
Nordamerika	952	1.339	+ 41
Asien/Pazifik	1.361	1.424	+ 5
Lateinamerika	1.678	1.719	+ 2
Gesamt	8.301	8.944	+ 8

Basis: Full-Time Equivalents (FTE), ohne Leiharbeitnehmer sowie ohne Trainees und Auszubildende

kant, Industriekaufmann und Wirtschaftsstudent (Duale Ausbildung mit Abschluss Bachelor of Business Administration) sowie Industriemechaniker ausgebildet.

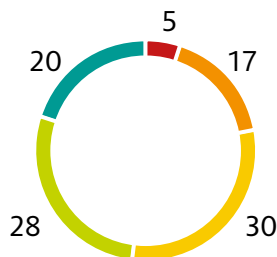
Gegliedert nach Funktionen, ist mit 47 % der größte Teil der Belegschaft des Symrise Konzerns im Bereich Produktion & Technologie tätig; hier fand 2016 mit einem Plus von 269 Beschäftigten auch der größte Zuwachs der Mitarbeiterzahl statt. 23 % der Mitarbeiter sind den Funktionen im Vertrieb & Marketing zuzuordnen; 18 % der Beschäftigten sind im Bereich Forschung & Entwicklung tätig.

Von den 8.944 Mitarbeitern des Konzerns sind rund 29 % an Standorten in Deutschland tätig, in der Region EAME sind es damit insgesamt 50 %. 19 % der Konzernbelegschaft entfallen auf die Region Lateinamerika, 16 % auf Asien/Pazifik und 15 % auf Nordamerika.

In der Altersstruktur der Belegschaft im Symrise Konzern dominieren die 30- bis 49-Jährigen mit einem Anteil von 58 %. Die demografische Entwicklung unserer Belegschaft wird von uns regelmäßig beobachtet. Sie wird sich in den nächsten zehn Jahren sehr stetig vollziehen. Die jährliche Personalreduktion durch den Eintritt in das Rentenalter liegt bis zum Jahr 2020 bei etwa 1 bis 2 % der Belegschaft.

39 % der Mitarbeiter des Symrise Konzerns sind bereits zehn Jahre oder länger für das Unternehmen tätig, in Deutschland sind es sogar 68 %. Die Fluktuationsrate unserer Mitarbeiter blieb an unseren deutschen Standorten auch im Jahr 2016 mit 1,1 % auf sehr niedrigem Niveau, weltweit belief sie sich auf 4,8 %.

ALTERSSTRUKTUR DER BELEGSCHAFT 2016 in %



- unter 30 Jahre
- 30–39 Jahre
- 40–49 Jahre
- 50–59 Jahre
- 60 Jahre und älter

PERSONALSTRATEGIE

Im Jahr 2016 haben wir mit der Durchführung einer Mitarbeiterbefragung einen neuen Impuls für die Weiterentwicklung unserer Personalpolitik gesetzt. An der Befragung beteiligten sich rund 5.400 Mitarbeiter in 10 verschiedenen Ländern – und damit 80 % der Belegschaft. Diese ausgezeichnete Teilnahmequote deutet auf eine hohe Akzeptanz der Mitarbeiterbefragung als unternehmensinternes Kommunikations- und Gestaltungsinstrument hin. Mit dem statistisch aussagefähigen Feedback entwickeln wir unsere Unternehmenskultur weiter.

Der Mitarbeiter-Commitment Index

Ein wichtiges, zentrales Feedback unserer Mitarbeiter kommt in Form des Mitarbeiter-Commitment Index zum Ausdruck.

Dieser Wert spiegelt wider

- die Zufriedenheit der Mitarbeiter mit dem Arbeitsverhältnis (Zufriedenheit, Wiederbewerbung, Weiterempfehlung),
- die Motivation, für Symrise zu arbeiten (Eigenmotivation und Teammotivation), sich mit dem Unternehmen zu identifizieren und für seine Ziele einzusetzen, sowie
- das Vertrauen in die Wettbewerbs- und Zukunftsfähigkeit des Unternehmens und damit das Vertrauen in die Führung des Unternehmens.

Das Mitarbeiter-Commitment wird als Indexwert auf einer Skala zwischen 0 und 100 statistisch berechnet – ein hoher Indexwert bedeutet auch ein hohes Commitment.

Mit einem Indexwert von 67 hat sich das Mitarbeiter-Commitment gegenüber der letzten Befragung im Jahr 2012 um 4 Indexpunkte verbessert. Das zeigt: Die Mitarbeiter sind zufrieden mit der Entwicklung des Unternehmens als bevorzugtem Arbeitgeber. Sie haben Vertrauen in die Innovations- und Wettbewerbsfähigkeit des Unternehmens und schöpfen daraus viel an Motivation für ihre tägliche Arbeit.

Verbesserungspotenziale wurden in folgenden Bereichen identifiziert:

Mitarbeiter- und Führungskräfteentwicklung

2017 werden wir die beruflichen Entwicklungs- und Aufstiegschancen bei Symrise gezielt weiterentwickeln. Denn berufliches Weiterkommen, das Lernen und das – bei entsprechender Leistung und Befähigung – Befördert-Werden ist unseren Mitarbeitern besonders wichtig.

Transparenz in der Vergütung

Ein weiteres Schwerpunktthema wird die Stärkung der Transparenz in unseren Vergütungsstrukturen sein. In vielen Ländern sind wir an Tarifverträge gebunden; über die Tarifverträge hinausgehend sorgen unsere Job Grade-Konzepte in den verschiedenen Ländern für eine Struktur der außertariflichen Vergütung. Bonussysteme mit einer leistungs- und erfolgsbezogenen variablen Vergütungskomponente runden die Teilhabe am Unternehmenserfolg ab.

Durch Schulung der Führungskräfte wollen wir die Kenntnis unserer Vergütungssysteme fördern und die Führungskräfte in die Lage versetzen, den Mitarbeitern Vergütungsentscheidungen besser zu erläutern.

Ausbildung

Eine Stärke von Symrise liegt in der Aus- und Weiterbildung; jährlich wenden wir weltweit rund 3 Mio. € für Trainings- und Personalentwicklungsmaßnahmen auf.

Im Jahr 2016 wurden rund 350 – davon 160 interne und 190 externe – Trainings organisiert, an denen 1.516 Mitarbeiter teilnahmen. Weltweit belief sich die Gesamtstundenzahl für Trainings auf rund 48.450 Stunden. Zu den Trainingsinhalten zählten auch praxisnahe Workshops für Führungskräfte, die die gewonnenen Erkenntnisse an ihre Teams weitergeben. Einen besonderen inhaltlichen Schwerpunkt bildete dabei das Thema Nachhaltigkeit.

Darüber hinaus haben wir in Deutschland verstärkt in die Ausbildung zukünftiger Fachkräfte investiert. Zum einen haben wir 46 junge Menschen zur Ausbildung eingestellt; zum anderen haben wir in einer gemeinsamen Initiative mit der Agentur für Arbeit fachfremde Arbeitslose zur Produktionsfachkraft Chemie ausgebildet. Diese Ausbildung erstreckt sich über etwa zwei Jahre. Im Juni 2016 haben 16 Personen die Ausbildung mit einer Prüfung abgeschlossen, weitere 15 Personen sind noch in der Ausbildung und werden diese 2017 abschließen. Damit bereiten wir uns konsequent auf den demografischen Wandel vor. Daneben bieten wir Englischkurse für unsere Produktionsmitarbeiter an, um sie mit internationalen Arbeitsanweisungen vertraut zu machen. Zum 31. Dezember 2016 waren an unseren deutschen Standorten insgesamt 147 Auszubildende und Trainees beschäftigt. Das entspricht einer Ausbildungsquote von rund 5,5 %.

In unserer Flavoristen- und Parfümeurs-Schule bilden wir Spitzenkräfte aus, die schnell und sehr erfolgreich in unserer Produktentwicklung eingesetzt werden können. Darüber hinaus bestehen in Kooperation mit Hochschulen, Akademien

und Instituten für unsere Mitarbeiter vielfältige Möglichkeiten, berufsbegleitend einen Bachelor- oder Masterstudiengang bis hin zur Promotion zu absolvieren. Diese Maßnahmen werden regelmäßig von Symrise unterstützt.

Gesundheitsmanagement und demografischer Wandel

Das Gesundheitsmanagement hat sich 2016 weiterhin intensiv mit der im Arbeitsschutzgesetz verankerten Gefährdungsbeurteilung psychischer Belastungen beschäftigt. Nachdem 2015 zunächst die operativen Bereiche und anschließend die Laboratorien einbezogen wurden, lag der Fokus 2016 hauptsächlich auf der Beurteilung der Bürotätigkeiten bei Symrise.

Mit Hilfe einer Checkliste wurden die Mitarbeiter zu den Themenfeldern „Handlungsspielraum, Zeitdruck, konfliktäre Anforderungen, Zusammenarbeit und Führung, Arbeitsumgebung und demografische Aspekte“ befragt. Die Abteilung Arbeitssicherheit begleitete den Prozess und unterstützte die Führungskräfte dabei, gegebenenfalls notwendige Maßnahmen zu entwickeln und entsprechend umzusetzen. Da bei den Terminen viele Arbeitsprozesse kritisch hinterfragt und analysiert wurden, leistete die Gefährdungsanalyse zudem einen Beitrag zum Lean Management im Unternehmen.

PERSONALMASSNAHMEN

Vergütung und Tarifverträge

In der Vergütungspolitik folgt Symrise weltweit der Logik, dass dort, wo tarifliche Regelungen bestehen, diese angewendet werden. Für rund 65 % unserer Mitarbeiter weltweit bestehen Tarifverträge. Wo keine tariflichen Regelungen bestehen, also auch im außertariflichen Bereich, wenden wir unser weltweites Job Grade-Konzept an. Damit stellen wir eine marktgerechte, faire Vergütung für alle Mitarbeiter sicher.

In Deutschland wendet Symrise die Entgelttarife der chemischen Industrie an. Entsprechend wurden die Entgelte zum 1. September 2016 um 2,3 % angehoben. Bei der Umsetzung dieser Erhöhung für Symrise haben wir unsere wegweisende Standortsicherungs-Vereinbarung berücksichtigt, die mit einer Gültigkeit bis in das Jahr 2020 Abschlüsse im Entgelt von 0,7 Prozentpunkten gegenüber dem Flächentarifvertrag vorsieht. Im Oktober 2017 werden die Entgelte nochmals um weitere 1,6 % angepasst.

Darüber hinaus wurde für die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter im Tarifbereich in Deutschland eine Beteiligung am Unternehmenserfolg ausgelobt. Leistung soll sich lohnen. Mit dieser Erfolgsbeteiligung wird die überzeugende Leistung am Standort Deutschland honoriert.

In allen Regionen gilt das Symrise Vergütungsmodell, das sogenannte Job Grade-Konzept. Es gliedert sich funktionsbezogen nach der jeweiligen Verantwortung, die im Rahmen eines Aufgabenbereichs übernommen wird, und beinhaltet zudem ein Bonuskonzept. Job Grades machen zum einen Vergütung transparent und nachvollziehbar und zeigen zum anderen Karrieremöglichkeiten im Unternehmen auf. Das Symrise Job Grade-Konzept umfasst eine Fach- und eine Führungslaufbahn und fördert vor allem auch den Wechsel zwischen beiden Entwicklungswegen. Im Jahr 2016 haben wir unser Job Grade-Konzept mit einem Kreis von Experten überarbeitet und werden 2017 unsere Führungskräfte und Mitarbeiter mit einer breit angelegten Kommunikationskampagne und Trainingsmaßnahmen informieren.

Darüber hinaus gilt für etwa 70 Führungskräfte mit globaler oder regionaler Verantwortung ein gesonderter sogenannter Global Performance Bonus Plan, der die Erreichung der gesetzten Unternehmensziele durch eine ergebnis- und leistungsorientierte variable Vergütung sicherstellt.

Maßnahmen zur Sicherung der Wettbewerbsfähigkeit

Einen wichtigen Beitrag zur Sicherung der Wettbewerbsfähigkeit des Unternehmens leistet der zwischen Symrise und der Gewerkschaft IG Bergbau, Chemie und Energie bestehende Haustarifvertrag, der Anfang 2012 bis zum Jahr 2020 verlängert wurde. Wesentliche Elemente der Vereinbarung sind unternehmensseitig eine Standort- und Beschäftigungsgarantie sowie Investitionszusagen von rund 220 Mio. € für die deutschen Standorte bis zum Jahr 2020. Zugleich bildet der Vertrag die Grundlage für Qualifizierungsmaßnahmen und erhebliche Kosteneinsparungen durch Beibehaltung einer Wochenarbeitszeit von 40 Stunden und schrittweise Übernahme der Entgelttarifverträge der IG Bergbau, Chemie und Energie mit fest definierten Abschlägen von 0,7 Prozentpunkten pro Jahr bis 2020. Die Umsetzung der Qualifizierungsmaßnahmen und damit die Sicherung der Innovationsfähigkeit unserer Mitarbeiter ist eine wesentliche Säule unserer Personalpolitik. Mit diesen Zugeständnissen leistet die Belegschaft einen entscheidenden Beitrag zu international wettbewerbsfähigen Personalkosten an unseren deutschen Standorten. Eine zentrale Vereinbarung ist dabei die Rückführung dieser wettbewerbssteigernden Abschläge an die Mitarbeiter für den Fall, dass Symrise seine Eigenständigkeit verliert. In diesem Falle kommen sechs Monate nach Übernahme von Symrise durch einen Dritten die Flächentarifentgelte der chemischen Industrie automatisch zur Anwendung. Die Standortgarantie und der Verzicht auf betriebsbedingte Kündigungen bis 2020 werden dadurch nicht berührt.

Wirtschaftsbericht

UNTERNEHMENSENTWICKLUNG

AKTUELLE ENTWICKLUNGEN IM KONZERN

Veränderungen im Portfolio

Am 7. Januar 2016 hat Symrise die bereits im Vorjahr bekanntgegebene Akquisition der Pinova Gruppe, USA, mit einem Transaktionsvolumen von 412 Mio. USD erfolgreich abgeschlossen. Die Pinova Gruppe ist ein führender Anbieter von Inhaltsstoffen aus natürlichen und erneuerbaren Rohmaterialien, die vor allem in der Herstellung von Parfüms und Duftstoffen sowie von Mundpflegeprodukten eingesetzt werden. Mit dem Erwerb hat Symrise seine Rohstoffpalette bei Duftstoffen substantiell ausgebaut und damit insbesondere seine Wettbewerbsfähigkeit bei der Kreation von Parfümkompositionen gestärkt. Zudem erweitert das Unternehmen die Vorwärtsintegration bei Menthol um sogenannte Kühlsubstanzen, die verstärkt in Kombination mit mentholbasierten Produkten eingesetzt werden.

Bereits am 6. Januar 2016 hat Diana Naturals SAS, Frankreich, die ebenfalls im Vorjahr angekündigte Transaktion über den Erwerb von 60 % der Anteile an der Scelta Umami Holding BV, der Muttergesellschaft der operativen Gesellschaft Scelta Umami BV, beide mit Sitz in den Niederlanden, erfolgreich abgeschlossen. Scelta Umami ist spezialisiert auf die Herstellung und den Vertrieb von Pilzkonzentraten und ergänzt damit das Produktportfolio im Segment Nutrition. Der Kaufpreis belief sich auf 8,2 Mio. €.

Im Mai 2016 hat der Geschäftsbereich Diana das Unternehmen Nutra Canada übernommen. Die aus der Provinz Quebec stammende Firma ist spezialisiert auf die Herstellung von Frucht- und Pflanzenextrakten mit einem funktionalen Zusatznutzen. Der Kaufpreis belief sich auf 4,3 Mio. €.

Die Symrise Beteiligung Probi AB, ein Entwickler und Hersteller von Probiotika mit Sitz in Schweden, hat im Juni 2016 durch ihre amerikanische Tochtergesellschaft Probi USA Inc. eine Vereinbarung über den Erwerb des Probiotika-Herstellers Nutraceutix unterzeichnet. Der vorläufige Kaufpreis beläuft sich auf 106,5 Mio. USD. Die Transaktion wurde planmäßig am 3. Oktober 2016 abgeschlossen. Mit dieser Akquisition baut Probi seinen Marktanteil in Nordamerika, dem größten und am schnellsten wachsenden Markt für Nahrungsergänzungsmitteln, weiter aus.

Im Zuge der kontinuierlichen Portfoliooptimierung hat sich Symrise im vierten Quartal 2016 entschlossen, die Industriesparte der erworbenen Pinova Gruppe wieder zu veräußern.

Die unter der gleichnamigen Marke Pinova operierende Einheit mit Produktlösungen für technische Anwendungen wie Klebstoffe, Farben, Lacke, Reifen- und Bauindustrie wurde von DRT (Dérivés Résiniques et Terpéniques), ein auf die Weiterverarbeitung von aus Pinienholz gewonnenem Harz und Terpentin spezialisiertes französisches Unternehmen, übernommen. Der vorläufige Verkaufspreis beläuft sich auf 140,5 Mio. USD. Der anteilige Umsatz für 2016 betrug 99,9 Mio. USD. Die Transaktion wurde am 9. Dezember 2016 abgeschlossen. Die Industrieanwendungen weisen nur bedingt Anknüpfungspunkte zum Kerngeschäft von Symrise auf. Auf spezifische Rohstoffe aus erneuerbaren Quellen hat sich Symrise weiterhin Zugriff gesichert. Im Rahmen einer Lieferkooperation werden DRT und Symrise künftig eng zusammenarbeiten.

Die einstigen Renaissance Aktivitäten aus der Übernahme der Pinova Gruppe führt Symrise unverändert fort. Diese wurden im abgelaufenen Geschäftsjahr vollständig in den Geschäftsbereich Aroma Molecules integriert.

Ausgezeichnet nachhaltig

Am 25. November 2016 wurde Symrise im Rahmen des neunten deutschen Nachhaltigkeitstages als eines der fünf nachhaltigsten Großunternehmen in Deutschland ausgezeichnet. Das Unternehmen beeindruckte die Juroren vor allem mit seinem systematischen Nachhaltigkeitsmanagement, fortlaufenden Verbesserungen sowohl in der Lieferkette als auch im eigenen Betrieb, sowie seinen Maßnahmen zum Schutz der Biodiversität. Die Nachhaltigkeitspreise wurden in insgesamt elf Kategorien an Unternehmen unterschiedlicher Größen sowie Kommunen und Forscher verliehen. Die Auszeichnung ist eine Initiative der Stiftung Deutscher Nachhaltigkeitspreis e. V. in Zusammenarbeit mit der Bundesregierung, kommunalen Spitzenverbänden, Wirtschaftsvereinigungen, zivilgesellschaftlichen Organisationen und Forschungseinrichtungen. Die Jury ist unter anderem mit Wissenschaftlern und Vertretern des NABU – Naturschutzbund Deutschland e. V. – und des Deutschen Industrie- und Handelskammertags (DIHK) e. V. prominent besetzt.

Symrise, Unilever und GIZ schließen Partnerschaft mit Save the Children

Im vierten Quartal 2016 haben Symrise, Unilever und die Deutsche Gesellschaft für Internationale Zusammenarbeit (GIZ) GmbH eine Partnerschaft mit Save the Children geschlossen und wollen damit die Lebensgrundlage für die Vanillebauern in der Region Sava, Madagaskar, verbessern. Die Entwicklungspartnerschaft wird zum Teil von developPPP.de, einem Programm des Bundesministeriums für wirtschaftliche Zusammenarbeit und Entwicklung (BMZ), finanziert.

Die Initiative ist auf drei Jahre angelegt und zielt darauf ab, einige der komplexen sozialen und wirtschaftlichen Zwänge aufzulösen, die die in der Vanille-Lieferkette beschäftigten Menschen und ihre Familien von Generation zu Generation in einem Zyklus der Armut gefangen halten. Die Initiative unterstützt die Bauern und ihre Gemeinschaften direkt, um ihre Lebensgrundlage zu verbessern, mehr integrative Gemeinschaften zu schaffen und den Kindern der Bauern bessere Chancen geben.

Das Programm soll in über 70 Dörfern 50.000 Menschen in 10.000 Haushalten erreichen. Schätzungsweise 70 % der Menschen in diesen Gemeinden leben unterhalb der Armutsgrenze und leben von sehr instabilen Einkommen.

Verringerung der Umwelteinflüsse durch neues Kraftwerk in Holzminden

Im November 2016 hat Symrise sein neues Kraftwerk in Holzminden nach mehrjähriger Planungs- und Bauzeit in Betrieb genommen und damit einen Meilenstein in der Symrise Energieversorgung gelegt. Das neue Kraftwerk arbeitet nach dem Prinzip der Kraft-Wärme-Kopplung und stellt durch die Umstellung von schwefelhaltigem Schweröl auf Erdgas ein nachhaltiges und zukunftsfähiges Modell dar. Das neue Kraftwerk stößt 35 % weniger CO₂, 80 % weniger Schwefel und 22 % weniger Stickoxide aus. Darüber hinaus wird Symrise über eine Gasturbine ab sofort etwa zwei Drittel des im Werk Holzminden benötigten Stroms selbst erzeugen.

GESAMTAUSSAGE ZUM GESCHÄFTSVERLAUF UND ZUR ERTRAGS-, FINANZ- UND VERMÖGENSLAGE

Der Symrise Konzern erzielte im Geschäftsjahr 2016 einen Umsatz von 2.903 Mio. €. Im Vergleich zum Vorjahr stiegen die Erlöse um 12 % in Berichtswährung beziehungsweise 16 % währungsbereinigt. Ohne Berücksichtigung der vorgenannten Portfolio-Effekte beträgt das währungsbereinigte Umsatzwachstum 8 %. Der Umsatzanteil der Emerging Markets am Gesamtumsatz des Konzerns erreichte 43 %. Infolge der Akquisitionen im Geschäftsjahr 2016 hat sich dieser Umsatzanteil gegenüber dem Vorjahr um drei Prozentpunkte verringert, da die Umsätze der akquirierten Unternehmen vorwiegend in den entwickelten Märkten erzielt werden. Das normalisierte Ergebnis vor Zinsen, Steuern, Abschreibungen auf Sachanlagen und auf immaterielle Vermögenswerte (EBITDAN)³ auf Konzernebene erhöhte sich um 9 %, von 572 Mio. € (nicht normalisiert) auf 625 Mio. €. Dies entspricht einer Marge bezogen

3 Im Geschäftsjahr 2016 haben Akquisitions- und Integrationskosten infolge des Erwerbs der Pinova Gruppe das operative Ergebnis beeinflusst. Im Folgenden weisen wir für das Geschäftsjahr 2016 normalisierte Ergebnisse (EBITN, EBITDAN, Jahresüberschuss) aus, die um diese einmaligen Sondereinflüsse bereinigt sind. Eine detaillierte Übersicht der Sondereinflüsse ist auf Seite 113 dieses Berichts zu finden.

auf den Umsatz von 21,5 % (nicht normalisierte EBITDA-Marge Vorjahr: 22,0 %).

Der normalisierte Jahresüberschuss 2016 stieg gegenüber dem Vorjahreswert um 19 Mio. € auf 266 Mio. €. Das normalisierte Ergebnis je Aktie beträgt 2,05 € (2015 nicht normalisiert: 1,90 €). Vor dem Hintergrund dieser positiven Entwicklung wird der Vorstand der Symrise AG in Abstimmung mit dem Aufsichtsrat der Hauptversammlung am 17. Mai 2017 vorschlagen, die Dividende von 0,80 € auf 0,85 € je Aktie anzuheben.

VERGLEICH DES TATSÄCHLICHEN MIT DEM PROGNOTIZIERTEN GESCHÄFTSVERLAUF

Zu Beginn des Geschäftsjahres 2016 hatten wir die Erwartung geäußert, dass die zu dieser Zeit bestehenden beiden Segmente Flavor & Nutrition und Scent & Care ein währungsbereinigtes Umsatzwachstum merklich über dem Marktwachstum (etwa 3 %) anstreben.

Für 2016 hatten wir eine EBITDA-Marge von rund 20 % unter den Annahmen erwartet, dass die Rohstoffpreise auf dem Niveau von 2015 verharren und sich die Währungsrelationen im Vergleich zu 2015 nicht deutlich verändern. Unsere Verschuldung, gemessen anhand der Kennzahl Nettoverschuldung (inklusive Rückstellungen für Pensionen und ähnliche Verpflichtungen) zu EBITDA, sollte infolge der Pinova Akquisition im Jahr 2016 bei etwa 3,0 liegen. Mittelfristig streben wir eine Rückkehr in die Verschuldungsbandbreite von 2,0 bis 2,5 an.

Zielerreichung 2016

Mit einem Umsatzanstieg von währungsbereinigt 16 %, beziehungsweise 8 % ohne Berücksichtigung der vorgenannten Portfolioeffekte, haben wir unser Umsatzziel deutlich übertroffen. Die EBITDA-Marge von 21,5 % liegt über dem für 2016 erwarteten Wert. Die Nettoverschuldung liegt mit dem 3,1-fachen EBITDA leicht über unserer Prognose.

ERTRAGSLAGE

Umsatz im Konzern

Im Gesamtjahr 2016 erwirtschaftete der Symrise Konzern einen Umsatz in Höhe von 2.903 Mio. €. Im Vergleich zum Vorjahr hat sich der Umsatz damit um 12 % in Berichtswährung und um 16 % währungsbereinigt erhöht. Ohne Berücksichtigung von Portfolio-Effekten beträgt das währungsbereinigte Umsatzwachstum 8 %.

Segmente: Der Umsatz des Segments **Scent & Care** erreichte im abgelaufenen Geschäftsjahr 1.311 Mio. €. Dies entspricht einem währungsbereinigten Anstieg im Vergleich zum Vorjahr um 25 %, der vor allem aus der Akquisition der Pinova Gruppe resultiert. Ohne Pinova beträgt das währungsbereinigte organische Wachstum des Segments Scent & Care 5 %. Das Segment **Flavor** konnte den Umsatz währungsbereinigt um 10 % auf 1.016 Mio. € steigern. Der Umsatz des Segments **Nutrition** erreichte im abgelaufenen Geschäftsjahr 576 Mio. €, was einem währungsbereinigten Anstieg um 9 % im Vergleich zum Vorjahr entspricht. Zusätzlich bereinigt um die Portfolioeffekte beträgt das organische Wachstum des Segments 10 %.

Regionen: Der Umsatz in der Region **EAME** nahm um 6 % (währungsbereinigt: 8 %) zu. Die Region **Nordamerika** erzielte vor allem durch die Akquisition der Pinova Gruppe einen Umsatzzuwachs von 28 % gegenüber Vorjahr (währungsbereinigt: 28 %). Das Geschäft in der Region **Asien/Pazifik** entwickelte sich ebenfalls positiv; das Umsatzplus belief sich auf 9 % (währungsbereinigt: 11 %). In der Region **Lateinamerika** erhöhte sich der Umsatz im Vorjahresvergleich um 7 % (währungsbereinigt: 29 %).

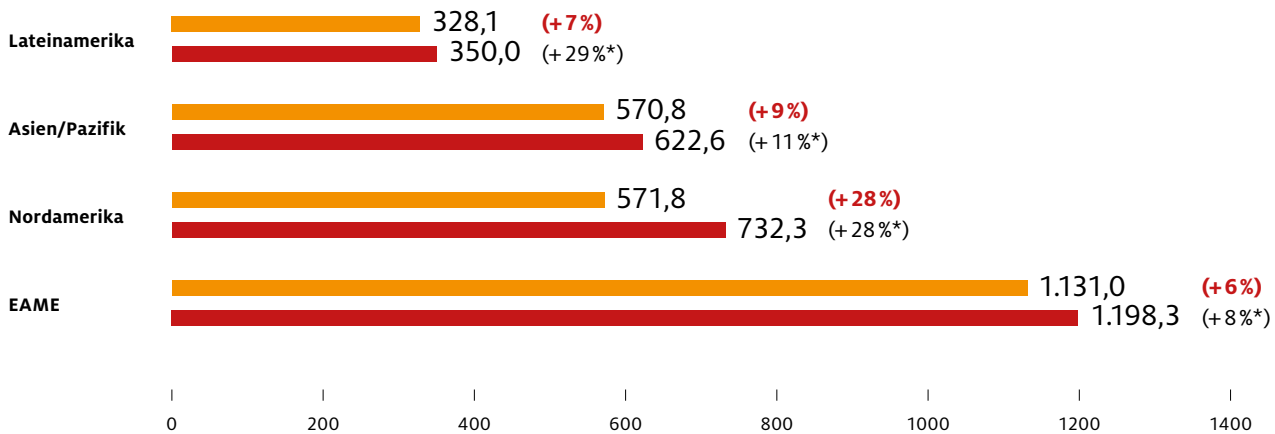
Der Umsatz in den Emerging Markets übertraf den Vorjahreswert währungsbereinigt um 15 %. Der Anteil dieser Ländergruppe am Gesamtumsatz lag im Geschäftsjahr 2016 bei 43 %. Infolge der Akquisitionen im Geschäftsjahr 2016 hat sich dieser Umsatzanteil gegenüber dem Vorjahr um drei Prozentpunkte verringert, da die Umsätze der akquirierten Unternehmen vorwiegend in den entwickelten Märkten erzielt werden.

ZIELERREICHUNG 2016

	Ziel zu Beginn des Geschäftsjahres	Erreichter Wert
Umsatzwachstum (währungsbereinigt)	merklich über dem Marktwachstum von 2 bis 3 %	16 % (ohne Portfolioeffekte 8 %)
EBITDA-Marge	rund 20,0 %	21,5 %
Nettoverschuldung (inkl. Rückstellungen für Pensionen und ähnliche Verpflichtungen)/EBITDA	bei etwa 3,0	3,1

UMSÄTZE NACH REGIONEN in Mio. €

● 2015 ● 2016 *währungsbereinigt

**Umsatz Flavor**

Das Segment **Flavor** erzielte im Geschäftsjahr 2016 einen Umsatz von 1.016 Mio. €. Im Vorjahresvergleich entspricht dies einem Zuwachs um 4 %; währungsbereinigt betrug der Anstieg 10 %. Alle Regionen konnten die Umsätze im abgelaufenen Geschäftsjahr deutlich ausweiten. Allen voran steht die Region Lateinamerika, in der wesentliche Wachstumsimpulse aus den Anwendungsbereichen Sweet und Savory in den Ländermärkten Argentinien und Mexiko kamen.

In der Region Asien/Pazifik zeigten sich insbesondere die Ländermärkte Indonesien, Thailand und Vietnam sehr dynamisch, mit einem deutlichen Anstieg in den Anwendungsbereichen Beverages und Savory. Die Region EAME verzeichnete einen starken Umsatzanstieg in den Ländermärkten Russland, Schweden, Türkei und Spanien. Hier zeichneten sich insbesondere die Anwendungsbereiche Beverages und Sweet durch eine hohe Dynamik aus. In den USA erwiesen sich ebenfalls die Anwendungsbereiche Sweet und Beverages als Wachstumstreiber.

Umsatz Nutrition

Im Geschäftsjahr 2016 erzielte das Segment **Nutrition** einen Umsatz von 576 Mio. €. Im Vorjahresvergleich entspricht dies einem Zuwachs um 5 %; währungsbereinigt betrug der Anstieg 9 %. Ohne Berücksichtigung der Portfolio-Effekte belief sich das währungsbereinigte organische Umsatzwachstum auf 10 %.

Die größten Wachstumsimpulse im Geschäftsbereich Diana gingen vom Anwendungsbereich Pet Food aus, in dem alle Regionen ihre Umsätze deutlich steigern konnten. Das stärkste Wachstum wurde in Lateinamerika in den Ländermärkten Argentinien, Brasilien und Kolumbien erzielt. Ebenso erfreulich entwickelte sich die Region EAME, vor allem in den Ländermärkten Polen, Frankreich, Italien und der Türkei. Die Umsatzentwicklung im Anwendungsbereich Food hingegen verlief verhalten, vor allem bedingt durch die Veräußerung der CAP (Compagnie Alimentaire PleuCADEUCIENNE) Schweinefleischspezialitäten im vergangenen Jahr. Den größten Anstieg im Anwendungsbereich Food erzielte die Region Nordamerika mit hohen Zuwächsen bei regionalen Kunden. Der Anwendungsbereich Probi erzielte ebenfalls hohe Wachstumsraten, unter anderem bedingt durch die Akquisition der amerikanischen Nutraceutix durch die schwedische Probi AB.

Umsatz Scent & Care

Im Geschäftsjahr 2016 erzielte das Segment **Scent & Care** einen Umsatz von 1.311 Mio. €. Die Umsatzerlöse lagen damit 22 % über dem Wert des Vorjahres. Währungsbereinigt entspricht dies einem Zuwachs von 25 %. Darin enthalten ist der Umsatz der Pinova Gruppe mit 208 Mio. €. Ohne den Pinova Beitrag hätte das währungsbereinigte organische Wachstum des Segments 5 % betragen.

Alle Geschäftsbereiche des Segments verzeichneten im abgelaufenen Jahr eine positive Geschäftsentwicklung. Am stärksten expandierte der Geschäftsbereich **Aroma Molecules**, vor

ÜBERLEITUNG SONDEREFFEKTE DER PINOVA AKQUISITION EBITN/EBIT BZW. EBITDAN/EBITDA

In Mio. €	EBIT 2015	EBIT 2016	EBITDA 2015	EBITDA 2016
Normalisierte Darstellung (vor Sondereffekten aus Pinova Akquisition)	395,2	423,3	572,2	625,2
Wertberichtigungen Vorräte	–	– 4,2	–	– 4,2
Integrationskosten	–	– 14,5	–	– 14,5
Summe Sondereffekte	–	– 18,7	–	– 18,7
davon Herstellungskosten	–	– 10,8	–	– 10,8
davon Vertriebskosten	–	– 2,3	–	– 2,3
davon Forschungskosten	–	– 0,2	–	– 0,2
davon Verwaltungskosten	–	– 9,0	–	– 9,0
davon sonstige betriebliche Erträge	–	3,5	–	3,5
Nach Sondereffekten aus Pinova Akquisition	395,2	404,6	572,2	606,6

allem bedingt durch die Akquisition der Pinova Gruppe. Darüber hinaus erzielte der Geschäftsbereich hohe Zuwächse in den Regionen EAME und Asien/Pazifik, insbesondere bei Menthol und Fine Aroma Chemicals.

Der Geschäftsbereich **Cosmetic Ingredients** erzielte im Jahr 2016 ein gutes, prozentual einstelliges währungsbereinigtes Wachstum, vor allem im Anwendungsgebiet der kosmetischen Wirkstoffe mit globalen und regionalen Kunden insbesondere in den Regionen Asien/Pazifik und Lateinamerika. Besonders ausgeprägt war das Umsatzwachstum in den Ländermärkten China, Japan, Südkorea, Mexiko und Brasilien.

Der Geschäftsbereich **Fragrance** verzeichnete im Geschäftsjahr 2016 ebenfalls ein gutes, prozentual einstelliges währungsbereinigtes Umsatzwachstum. Die höchsten Zuwächse erzielte die Region Lateinamerika. Hier konnten alle Anwen-

dungsbereiche ihre Umsätze deutlich ausweiten, vor allem in den Ländermärkten Brasilien, Mexiko, Kolumbien und Argentinien. In den Regionen Asien/Pazifik und EAME zeigten vor allem die Anwendungsbereiche Household und Oral Care eine dynamische Entwicklung. Die höchsten Zuwächse wurden in den Ländermärkten China, Indien, Indonesien und Südkorea beziehungsweise für EAME in Israel, Spanien und Nigeria erzielt.

Entwicklung wesentlicher Posten der Gewinn- und Verlustrechnung

Die Ergebnisentwicklung im Geschäftsjahr 2016 verlief insgesamt erfreulich. Im Rahmen des Erwerbs der Pinova Gruppe sind 2016 Akquisitions- und Integrationskosten in Höhe von 18,7 Mio. € angefallen. Des Weiteren entstand aus der Veräußerung der Pinova Inc. am 9. Dezember 2016 ein Gewinn in Höhe von 3,5 Mio. €. Zur besseren Vergleichbarkeit mit dem

KURZFASSUNG GEWINN- UND VERLUSTRECHNUNG

In Mio. €	2015	2016 <i>normalisiert</i>	Veränderung in %
Umsatzerlöse	2.601,7	2.903,2	12
Herstellungskosten	– 1.490,1	– 1.706,9	15
Bruttoergebnis vom Umsatz	1.111,6	1.196,2	8
Bruttomarge	in % 42,7	41,2	
Vertriebskosten	– 426,9	– 466,5	9
Forschungs- und Entwicklungsaufwendungen	– 169,6	– 186,0	10
Verwaltungskosten	– 148,5	– 149,5	1
Sonstige betriebliche Erträge	32,8	31,6	– 4
Sonstige betriebliche Aufwendungen	– 4,2	– 2,5	– 40
Betriebsergebnis/EBIT	395,2	423,3	7

Vorjahr wird im Folgenden ein um diese einmaligen Effekte bereinigtes Ergebnis (EBITN/EBITDAN) ausgewiesen.

Die **Herstellungskosten** nahmen 2016 um 15 % auf 1.707 Mio. € zu und stiegen damit, vor allem bedingt durch den höheren Herstellungskostenanteil der Pinova Gruppe, überproportional zum Umsatz. Das Bruttoergebnis erhöhte sich um 8 % und erreichte 1.196 Mio. € (2015: 1.112 Mio. €). Die **Bruttomarge** betrug 41,2 % und lag damit um 1,5 Prozentpunkte unter dem Vorjahr (42,7 %). Die **Vertriebskosten** lagen 9 % über dem Vorjahr und beliefen sich auf 467 Mio. € (2015: 427 Mio. €). Der Anstieg gegenüber dem Vorjahr ist zu großen Teilen auf die Einbeziehung der Pinova Gruppe in den Konzernabschluss zurückzuführen. Der Anteil der Vertriebskosten am Konzernumsatz betrug 16,1 %, nach 16,4 % im Vorjahr. Die **F & E-Aufwendungen** stiegen um 10 % auf 186 Mio. € (2015: 170 Mio. €). Die F & E-Quote lag damit bei 6,4 % (Vorjahr: 6,5 %) des Umsatzes. Die **Verwaltungskosten** bewegten sich mit 150 Mio. € nahezu auf dem Vorjahresniveau von 149 Mio. €. Der Verwaltungskostenanteil am Konzernumsatz lag im Berichtsjahr bei 5,1 % und damit unter dem Vorjahreswert von 5,7 %.

Ergebnissituation

Konzern: Das normalisierte Ergebnis vor Zinsen, Steuern, Abschreibungen auf Sachanlagen und auf immaterielle Vermögenswerte (EBITDAN) erhöhte sich 2016 um 9 % auf 625 Mio. € (2015 EBITDA: 572 Mio. €). Die EBITDAN-Marge erreichte im Berichtsjahr 21,5 %, gegenüber einer EBITDA-Marge von 22,0 % im Vorjahr.

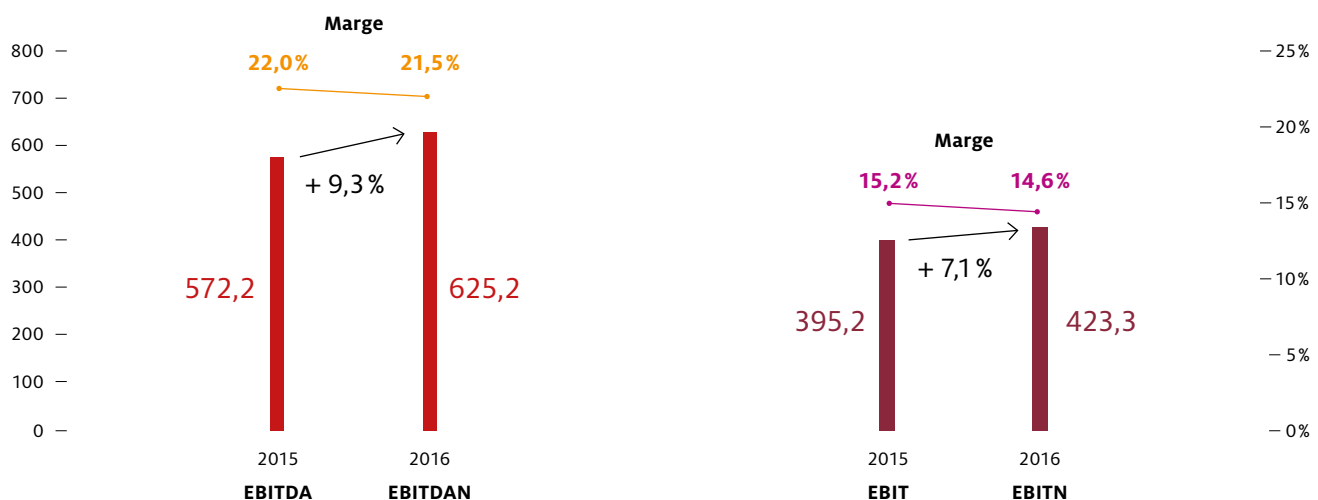
Scent & Care: Scent & Care erwirtschaftete im Gesamtjahr 2016 ein EBITDAN von 257,8 Mio. €, das vor allem durch die Einbeziehung der Pinova Gruppe deutlich über dem Vorjahreswert von 231,2 Mio. € (+ 12 %) lag. Die EBITDAN-Marge belief sich auf 19,7 %, gegenüber 21,5 % im Jahr 2015.

Flavor: Das EBITDA des Segments Flavor lag 2016 mit 233,8 Mio. € deutlich über dem Vorjahreswert (2015: 218,9 Mio. €). Die EBITDA-Marge bewegte sich mit 23,0 % auf einem hohem Niveau und ebenfalls deutlich über dem Vorjahr (2015 EBITDA-Marge: 22,3 %).

Nutrition: Das Segment Nutrition erzielte 2016 ein EBITDA von 133,7 Mio. €, was einer Steigerung um 10 % gegenüber dem Vorjahr entspricht (2015: 122,0 Mio. €). Die EBITDA-Marge erreichte mit 23,2 % ein hervorragendes Niveau und lag damit ebenfalls deutlich über dem Vorjahr (2015 EBITDA-Marge: 22,3 %).

Finanzergebnis: Das Finanzergebnis 2016 in Höhe von – 45,9 Mio. € hat sich gegenüber dem Ergebnis des Jahres 2015 um 1,6 Mio. € verschlechtert. Einem deutlich positiven Anstieg im Währungsergebnis (+ 7,3 Mio. €) stehen unter anderem eine Abschreibung auf eine Beteiligung im Segment Nutrition in Höhe von 2,2 Mio. € und Zinszahlungen für das Schuld-scheindarlehen (5,8 Mio. €) gegenüber. Das Zinsergebnis sank um 4,9 Mio. € von – 44,5 Mio. € auf – 49,4 Mio. € gegenüber dem Vorjahr.

ERGEBNISÜBERSICHT in Mio. € / in %



Steuern: Im Geschäftsjahr 2016 beliefen sich die Steueraufwendungen auf 97,5 Mio. € (2015: 98,5 Mio. €). Der sich ergebende Steuersatz von 27,2 % ist gegenüber dem Vorjahr (28,1 %) leicht gesunken. Einer ausreichenden steuerlichen Risikovorsorge wurde, wie in den Vorjahren auch, Rechnung getragen.

Jahresüberschuss und Ergebnis je Aktie: Der um Sondereinflüsse bereinigte Jahresüberschuss beträgt 266 Mio. € und liegt damit 19 Mio. € oder 8 % über dem Wert des Vorjahres. Das normalisierte Ergebnis je Aktie erhöhte sich um 0,15 € auf 2,05 € (2015: 1,90 €). Der Jahresüberschuss 2016 inklusive Sondereinflüsse beträgt 253 Mio. €, was einem Ergebnis je Aktie von 1,95 € entspricht.

Dividendenvorschlag 2016: Vorstand und Aufsichtsrat der Symrise AG werden der Hauptversammlung am 17. Mai 2017 vorschlagen, eine Dividende von 0,85 € je Aktie für das Geschäftsjahr 2016 auszuschütten. Symrise strebt an, für seine Aktionäre kontinuierlich hohe Erträge zu erzielen und sie mittels einer angemessenen Dividende am Unternehmenserfolg zu beteiligen.

FINANZLAGE

Finanzmanagement

Grundzüge und Ziele: Das Finanzmanagement des Symrise Konzerns verfolgt die Ziele, jederzeit die Deckung des Finanzbedarfs des Unternehmens zu gewährleisten, die Finanzierungsstruktur zu optimieren und finanzwirtschaftliche Risiken möglichst zu begrenzen. Hierzu tragen eine konsequente zentrale Steuerung und die kontinuierliche Überwachung des Finanzierungsbedarfs bei.

Gemäß den Symrise Treasury-Richtlinien wird die Finanzierung des Konzerns zentral gesteuert. Der Finanzbedarf der Tochtergesellschaften wird mittels der internen Konzernfinanzierung unter anderem im Rahmen eines Cash Poolings sichergestellt. Die überschüssige Liquidität einzelner europäischer Konzerneinheiten wird auf einem zentralen Konto gesammelt, so dass Liquiditätsdefizite anderer Konzerneinheiten ohne externe Finanzierungen ausgeglichen werden können und die internen Finanzmittel effizient zum Einsatz kommen. Sofern externe Kreditlinien benötigt werden, sind diese durch Garantien der Symrise AG abgesichert. Die Finanzverbindlichkeiten des Konzerns sind unbesichert und mit Kreditvereinbarungen (Covenants) verbunden, die quartalsweise überprüft werden. Der Konzern unterhält gute Geschäftsbeziehungen zu einer großen Anzahl an Banken und vermeidet eine zu starke Abhängigkeit von einzelnen Instituten.

Der Symrise Konzern sichert Risiken, die sich aus einer variablen Verzinsung von Finanzverbindlichkeiten ergeben, gegebenenfalls mit Zinssicherungsgeschäften ab. Dabei gilt der Grundsatz, dass Zinsderivate nur auf Basis eines Grundgeschäftes abgeschlossen werden dürfen.

Symrise wickelt Geschäfte in unterschiedlichen Währungen ab und ist damit Währungsrisiken ausgesetzt. Wechselkursrisiken entstehen, wenn Produkte in anderen Währungsräumen verkauft werden als in denen, wo die Rohstoff- und Produktionskosten anfallen. Symrise stellt im Rahmen seiner globalen Strategie einen Großteil seiner Produkte in den Währungsräumen her, in denen diese auch verkauft werden sollen, um so eine natürliche Absicherung gegen Wechselkurschwankungen zu erreichen. Darüber hinaus hat Symrise ein Risk Management-System implementiert, welches basierend auf einer detaillierten Cashflow-Planung offene Währungspositionen identifiziert. Diese werden fallweise gegen Schwankungen abgesichert.

Mit einer Eigenkapitalquote von 36 % zum 31. Dezember 2016 verfügt Symrise über eine solide Grundlage, um die zukünftige Geschäftsentwicklung nachhaltig voranzutreiben.

Finanzierungsstruktur: Der Symrise Konzern deckt seinen Kapitalbedarf aus dem starken operativen Cashflow sowie über langfristige Finanzierungen. Diese bestehen weiterhin aus den Elementen börsennotierte Anleihen, US Private Placement, KfW Darlehen, Tilgungsdarlehen, bilateralen Bankkrediten sowie der im Mai 2015 neu arrangierten Revolving Credit Facility. Darüber hinaus hat sich der Konzern zur Finanzierung der Akquisition der Pinova Gruppe Liquidität durch die Ausgabe von Schuldscheinen gesichert. Diese haben ein Volumen von insgesamt 500 Mio. € und sind aufgeteilt in drei Tranchen mit Laufzeiten von fünf, sieben und zehn Jahren. Die erste Zuteilung mit 178 Mio. € ist noch im Jahr 2015 erfolgt, der Restbetrag in Höhe von 322 Mio. € wurde Anfang 2016 ausgezahlt.

Alle aus den Krediten resultierenden vertraglichen Verpflichtungen (Covenants) sind von Symrise im Geschäftsjahr 2016 eingehalten worden.

Zusätzlich zu dem eingeräumten Rahmenkredit bestehen bilaterale Kreditlinien in Höhe von 40 Mio. €, die kurzfristige Zahlungsbedürfnisse abdecken sollen. Der vereinbarte Zins für den Rahmenkredit bewegt sich auf marktüblichem Niveau.

tionsprojekte umfassten das neue Kraftwerk in Holzminden, ein neues Forschungs- und Entwicklungszentrum in Singapur sowie Kapazitätserweiterungen in der Produktion in allen Geschäftsbereichen. Alle Projekte wurden aus laufenden Mitteln finanziert. Zum 31. Dezember 2016 hatte der Konzern Verpflichtungen zum Erwerb von Sachanlagen in Höhe von 65,5 Mio. € (31. Dezember 2015: 43,9 Mio. €). Im Wesentlichen handelt es sich hierbei um Produktionsanlagen, Hardware und Büroausstattung. Diese sind größtenteils im Laufe des Jahres 2017 fällig.

Im Januar 2016 hat Symrise die **Pinova Gruppe** mit Standorten in Brunswick, Colonel's Island (Georgia, USA) und in Jacksonville (Florida, USA) mit einem Transaktionsvolumen von 412 Mio. USD erworben. Die Pinova Gruppe ist ein führender Anbieter von Inhaltsstoffen aus natürlichen und erneuerbaren Rohmaterialien, die vor allem in der Herstellung von Parfüms und Duftstoffen sowie von Mundpflegeprodukten eingesetzt werden.

Ebenfalls im Januar 2016 hat Diana Naturals SAS, Frankreich, einen Kaufvertrag über den Erwerb von 60 % der Anteile an der **Scelta Umami Holding BV**, die Muttergesellschaft der operativen Gesellschaft Scelta Umami BV, beide mit Sitz in den Niederlanden, geschlossen. Scelta Umami ist spezialisiert auf die Herstellung und den Vertrieb von Pilzkonzentraten und ergänzt damit das Produktportfolio in dem Segment Nutrition. Der Kaufpreis belief sich auf 8,2 Mio. €.

Im Mai 2016 hat Diana Food Canada Inc. (Kanada), eine Tochter der Diana Naturals SAS (Frankreich), einen Kaufvertrag über den Erwerb sämtlicher Anteile an der **Nutra Canada Inc.** (Kanada) geschlossen. Nutra Canada Inc. ist spezialisiert auf Frucht- und Pflanzenextrakte aus natürlichen Inhaltsstoffen wie zum Beispiel Cranberry oder Spinat. Die Gesellschaft produziert, fördert und vermarktet Trockenpulver und Pflanzenextrakte und ergänzt damit das Portfolio an natürlichen, gesundheitsfördernden Wirkstoffen im Bereich Consumer Health als Teil des Segments Nutrition. Der Kaufpreis belief sich auf 4,3 Mio. €.

Im Oktober 2016 hat Probi USA Inc. (nachfolgend: Probi) im Wege des Erwerbs von Vermögenswerten (sogenannter Asset Deal) den bisher unter dem Namen **Nutraceutix** geführten Geschäftsbetrieb von TnTGamble, Inc., USA, erworben. Nutraceutix ist mit zwei Standorten in Washington und Colorado, beide USA, einer der größten Produzenten und Zulieferer von Probiotika in Nordamerika mit sowohl US- als auch globalen Kunden (Endkunden und B2B-Kunden). Die Akquisition ermöglicht Probi, mit erheblich vergrößerten Kapazitäten und einer

verbesserten Präsenz im Markt beträchtlich zu wachsen. Darüber hinaus hat Probi nun Zugriff auf wichtige neue Technologien und schafft sich so eine starke Plattform für künftiges Wachstum im Segment Nutrition. Der vorläufige Kaufpreis beläuft sich auf 106,5 Mio. €.

Im Zuge der kontinuierlichen Portfoliooptimierung hat sich Symrise im dritten Quartal 2016 entschlossen, die Industriesparte der erworbenen Pinova Gruppe wieder zu veräußern. Die unter der gleichnamigen Marke Pinova operierende Einheit mit Produktlösungen für technische Anwendungen wie Klebstoffe, Farben, Lacke, Reifen- und Bauindustrie wurde von DRT (Dérivés Résiniques et Terpéniques), einem auf die Weiterverarbeitung von aus Pinienholz gewonnenem Harz und Terpentin spezialisiertes französisches Unternehmen, übernommen. Der vorläufige Verkaufspreis beläuft sich auf 140,5 Mio. USD. Die Transaktion wurde am 9. Dezember 2016 abgeschlossen.

Die einstigen Renaissance Aktivitäten aus der Übernahme der Pinova Gruppe führt Symrise unverändert fort. Diese wurden im abgelaufenen Geschäftsjahr vollständig in den Geschäftsbereich Aroma Molecules integriert.

VERMÖGENSLAGE

Ausgewählte Bilanzposten

Die **Bilanzsumme** erhöhte sich zum 31. Dezember 2016 gegenüber dem Vorjahresstichtag um 569 Mio. € auf 4.753 Mio. € (31. Dezember 2015: 4.184 Mio. €). Dies resultiert vor allem aus den mit der Akquisition der Pinova Gruppe zugegangenen Vermögenswerten und Verbindlichkeiten sowie aus einem weiteren Ausbau des Working Capitals.

Immaterielle Vermögenswerte beliefen sich zum Bilanzstichtag 2016 auf 2.113 Mio. € und lagen damit leicht über Vorjahresniveau (31. Dezember 2015: 2.005 Mio. €); sie entsprachen 44 % der Vermögenswerte. In den immateriellen Vermögenswerten sind Firmenwerte aus Unternehmenszusammenschlüssen in Höhe von 1.273 Mio. € (31. Dezember 2015: 1.124 Mio. €) sowie Rezepturen und Technologien, Kundenstämme, Handelsmarken, Software, Patente und sonstige Rechte in Höhe von 840 Mio. € (31. Dezember 2015: 881 Mio. €) enthalten. Die **Sachanlagen** betrugen zum Jahresende 2016 857 Mio. € (31. Dezember 2015: 690 Mio. €) und enthalten im Wesentlichen Grundstücke und Gebäude sowie technische Anlagen und Maschinen. Die **Vorräte** sind im Vergleich zum Bilanzstichtag 2015 um 149 Mio. € auf 680 Mio. € angestiegen (31. Dezember 2015: 531 Mio. €). Der Bestandsaufbau bei den Vorräten wurde durch die bereits erwähnte Akquisition der Pinova Gruppe und vor allem durch einen weiteren Umsatz-

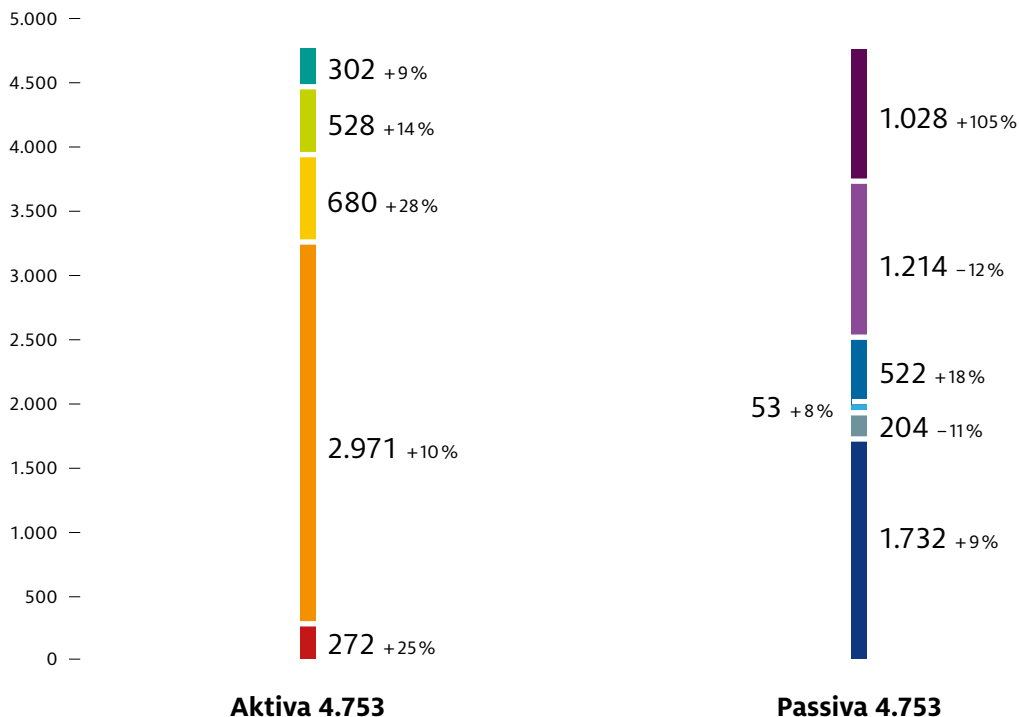
anstieg getrieben, der auch zu höheren **Forderungen aus Lieferungen und Leistungen** (528 Mio. €, 31. Dezember 2015: 462 Mio. €) und **Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen** (254 Mio. €, 31. Dezember 2015: 235 Mio. €) zum Bilanzstichtag führte. Die Relation Working Capital zum Umsatz ist gegenüber dem Vorjahresstichtag um 4 %-Punkte auf 33 % gestiegen. Die **liquiden Mittel** des Symrise Konzerns beliefen sich zum 31. Dezember 2016 auf 302 Mio. € (31. Dezember 2015: 278 Mio. €). In Folge des Verkaufs der Pinova Inc. im Dezember 2016 standen am Bilanzstichtag höhere liquide Mittel zur Verfügung, die im Rahmen eines Termingeldes zinstragend angelegt wurden.

Der Anstieg der Verbindlichkeiten ist vor allem durch eine weitere Auszahlung des Schuldscheindarlehens und der damit verbundenen Zunahme der Finanzverbindlichkeiten bedingt.

Die **kurzfristigen Verbindlichkeiten** liegen über Vorjahresniveau (1.028 Mio. €, 31. Dezember 2015: 501 Mio. €), wohingegen sich die **langfristigen Verbindlichkeiten** verringerten (1.993 Mio. €, 31. Dezember 2015: 2.094 Mio. €). Aufgrund des vergleichsweise niedrigeren Zinsniveaus haben sich die **Rückstellungen für Pensionen und ähnliche Verpflichtungen** von 445 Mio. € auf 523 Mio. € erhöht (Zinssatz für Deutschland: 1,6 %, 31. Dezember 2015: 2,4 %).

Das zum 31. Dezember 2016 auf die Aktionäre der Symrise AG entfallende **Eigenkapital** erreichte 1.672 Mio. € (31. Dezember 2015: 1.568 Mio. €). Für das Geschäftsjahr 2015 wurde im Jahr 2016 eine Dividende von 104 Mio. € ausgeschüttet. Die Eigenkapitalquote inkl. Minderheiten lag zum Stichtag 2016 bei 36,4 % (31. Dezember 2015: 38,0 %).

BILANZSTRUKTUR ZUM 31. DEZEMBER 2016 in Mio. € (Veränderung gegenüber Vorjahresstichtag in %)



- Zahlungsmittel und kurzfristige Einlagen
- Forderungen aus Lieferungen und Leistungen
- Vorräte
- Immaterielle Vermögenswerte und Sachanlagen
- Sonstige Aktiva

- Kurzfristige Verbindlichkeiten
- Langfristige Finanzverbindlichkeiten
- Rückstellungen für Pensionen und ähnliche Verpflichtungen
- Sonstige langfristige Verbindlichkeiten
- Latente Steuerschulden
- Summe Eigenkapital

Nettoverschuldung

In Mio. €	2015	2016
Finanzverbindlichkeiten	1.409,3	1.749,8
Zahlungsmittel und kurzfristige Einlagen	– 278,2	– 301,6
Nettoverschuldung	1.131,1	1.448,2
Rückstellungen für Pensionen und ähnliche Verpflichtungen	444,6	522,6
Nettoverschuldung inkl. Rückstellungen für Pensionen und ähnliche Verpflichtungen	1.575,7	1.970,8

Die Überprüfung der Einhaltung der Kreditvereinbarungen (Leverage Covenants) für die kurz- und langfristigen Finanzverbindlichkeiten erfolgt auf Basis der Vorgaben in den verschiedenen Kreditverträgen. Hierfür wird zur Ermittlung der Leverage Covenants die Nettoverschuldung auf das EBITDAN der letzten 12 Monate bezogen. Danach ergibt sich eine für die Kreditverträge relevante Nettoverschuldung/EBITDAN von 2,3. Der Verschuldungsgrad „Nettoverschuldung einschließlich Rückstellungen für Pensionen und ähnliche Verpflichtungen/EBITDAN“ beträgt 3,1.

Wir streben eine Kapitalstruktur an, die es uns ermöglicht, unseren künftigen potenziellen Finanzierungsbedarf zu angemessenen Bedingungen über die Kapitalmärkte zu decken. Dadurch können wir ein hohes Maß an Unabhängigkeit, Sicherheit und finanzieller Flexibilität gewährleisten. Unsere ergebnisorientierte Dividendenpolitik werden wir fortsetzen und unsere Aktionäre auch in Zukunft angemessen am Unternehmenserfolg beteiligen. Daneben soll sichergestellt sein, dass bei passenden Akquisitionsebenen diese durch eine solide Finanzierungsstruktur begleitet werden können.

An wesentlichen außerbilanziellen Verpflichtungen bestehen Abnahmeverpflichtungen für Warenbezüge in Höhe von 150,0 Mio. € (2015: 138,5 Mio. €) und Verpflichtungen zum Erwerb von Sachanlagen in Höhe von 65,5 Mio. € (2015: 43,9 Mio. €). Die Symrise AG hat mit verschiedenen Dienstleistern Serviceverträge zur Auslagerung der internen Informationstechnologie geschlossen. Diese Serviceverträge bestanden teilweise bereits in Vorjahren und wurden im Jahr 2016 erweitert. Die verbleibende Gesamtverpflichtung gegenüber diesen Dienstleistern beträgt unter Berücksichtigung von Sonderkündigungsrechten 55,5 Mio. € (2015: 22,7 Mio. €).

KAPITALSTRUKTUR

In Mio. €	2015		2016		Veränderung in %
		in % der Bilanzsumme		in % der Bilanzsumme	
Eigenkapital	1.588,2	38	1.732,2	36	+ 9
Kurzfristige Verbindlichkeiten	501,4	12	1.027,9	22	+ 105
Langfristige Verbindlichkeiten	2.094,2	50	1.992,7	42	– 5
Verbindlichkeiten	2.595,6	62	3.020,6	64	+ 16
Bilanzsumme	4.183,8	100	4.752,8	100	+ 14

Gesamtaussage zur wirtschaftlichen Lage

Der Vorstand beurteilt die wirtschaftliche Lage des Symrise Konzerns positiv. 2016 konnte der Konzern seinen Umsatz bei anhaltend hoher Profitabilität erneut deutlich steigern. Die Finanzierung des Unternehmens ist mittelfristig gesichert, und das auch unter Einbeziehung der Akquisition der amerikanischen Pinova Gruppe im Januar 2016 und des Teilverkaufs der Pinova Inc. Die Aktionäre der Symrise AG werden vorbehaltlich des Beschlusses der Hauptversammlung über eine gegenüber dem Vorjahr erhöhte Dividende am Erfolg des Unternehmens teilhaben.

Prognosebericht

KÜNFTIGE UNTERNEHMENSENTWICKLUNG

Für das Jahr 2017 bekräftigt Symrise seine langfristigen Wachstums- und Profitabilitätsziele. Der Konzern geht weiterhin davon aus, schneller zu wachsen als der relevante Markt für Duft- und Geschmacksstoffe. Das prognostizierte Wachstum für den AFF-Markt beträgt nach eigener Schätzung und Unternehmensdaten für das laufende Jahr etwa 3 % weltweit. Dabei erwarten alle Segmente, Scent & Care, Flavor und Nutrition, jeweils ein währungsbereinigtes Umsatzwachstum merklich über dem Marktzuwachs.

Zur weiteren Steigerung des Ergebnisses werden ein strenges Kostenmanagement und der Fokus auf margenstarke Geschäfte beibehalten. Dazu gehören Initiativen zur Reduzierung der Komplexität und die Entwicklung innovativer, nachhaltiger Produkte und Technologien. Unter der Annahme, dass sich die Rohstoffpreise auf dem Niveau von 2016 bewegen und sich die Währungskursrelationen im Vergleich zu 2016 nicht deutlich verändern, geht der Konzern für 2017 erneut von einer EBITDA-Marge von rund 20 % in allen Segmenten aus. Ohne die Effekte aus möglichen Akquisitionen soll der Quotient aus Nettoverschuldung (inklusive Rückstellungen für Pensionen und ähnliche Verpflichtungen) zu EBITDA 2017 zwischen 2,5 und 2,8 liegen. Mittelfristig strebt das Unternehmen die Rückkehr in die Verschuldungsbandbreite von 2,0 bis 2,5 an.

Der Konzern wird die ergebnisorientierte Dividendenpolitik fortsetzen und seine Aktionäre auch in der Zukunft angemessen am Unternehmenserfolg beteiligen.

GESAMTAUSSAGE ZUR VORAUSSICHTLICHEN ENTWICKLUNG DES UNTERNEHMENS

Der Vorstand der Symrise AG sieht das Unternehmen bestens aufgestellt, um das Geschäft in allen Geschäftsbereichen und Wachstumsregionen weiter auszubauen. Das Erreichen der gesteckten Ziele beruht auf einer bewährten Strategie. Die drei Eckpfeiler unserer Strategie sind unverändert. Sie stehen für die weitere Verbesserung der Wettbewerbsfähigkeit und den nachhaltigen Ausbau unseres Geschäfts:

- **Wachstum:** Eine enge Zusammenarbeit mit ausgewählten Kunden, insbesondere um den Umsatzanteil in Schwellenländern weiter auszubauen.
- **Effizienz:** Die fortlaufende Verbesserung der Prozesse sowie der Ausbau der Rückwärtsintegration bei nachwachsenden Rohstoffen.
- **Portfolio:** Das Erschließen neuer Märkte und Marktsegmente außerhalb von Duftstoffen und Aromen.

Mit Beginn des Jahres 2016 hat Symrise mit den aus der Akquisition der Pinova Gruppe erworbenen Sensory und Terpene Ingredients neue Kompetenzen und Produkte dazugewonnen, die insbesondere die Wettbewerbsfähigkeit bei der Kreation von Parfümkompositionen stärken. Grundsätzlich will Symrise jedoch vorrangig organisch wachsen. Wo es sinnvoll und wertschaffend ist, tätigt der Konzern Akquisitionen oder geht strategische Partnerschaften ein, um sich Zugang zu neuen Technologien, neuen Märkten und Kunden zu verschaffen oder die nachhaltige Versorgung mit nachwachsenden Rohstoffen zu sichern.

Erklärung zur Unternehmensführung

Die Erklärung zur Unternehmensführung ist auf der Internetseite der Symrise AG öffentlich zugänglich gemacht. Die Adresse lautet: www.symrise.com/de/investoren/corporate-governance/erklaerung-zur-unternehmensfuehrung-und-corporate-governance-bericht.

Konzerngewinn- und -verlustrechnung mit separater Darstellung der Sondereffekte des Geschäftsjahres 2016

In T€	2015	2016 Normalisiert	Sondereffekte*	2016
Umsatzerlöse	2.601.730	2.903.187	0	2.903.187
Herstellungskosten	– 1.490.141	– 1.706.944	– 10.774	– 1.717.718
Bruttoergebnis vom Umsatz	1.111.589	1.196.243	– 10.774	1.185.469
Vertriebskosten	– 426.912	– 466.530	– 2.261	– 468.791
Forschungs- und Entwicklungsaufwendungen	– 169.640	– 185.980	– 172	– 186.152
Verwaltungskosten	– 148.484	– 149.502	– 8.990	– 158.492
Sonstige betriebliche Erträge	32.818	31.568	3.522	35.090
Sonstige betriebliche Aufwendungen	– 4.159	– 2.475	0	– 2.475
Betriebsergebnis/EBIT	395.212	423.322	– 18.674	404.649
Finanzerträge	4.541	4.186		4.186
Finanzaufwendungen	– 48.860	– 47.835	– 2.224	– 50.059
Finanzergebnis	– 44.319	– 43.649	– 2.224	– 45.873
Ergebnis vor Ertragsteuern	350.893	379.673	– 20.898	358.776
Ertragsteuern	– 98.504	– 105.263	7.741	– 97.522
Jahresüberschuss	252.389	274.411	– 13.157	261.254
davon entfällt auf die Aktionäre der Symrise AG	246.778	265.867	– 13.157	252.710
davon entfällt auf nicht beherrschende Anteile	5.611	8.544	0	8.544
Ergebnis je Aktie (in €)				
– verwässert und unverwässert	1,90	2,05		1,95

* In den Sondereffekten sind einmalige, nicht wiederkehrende Sondereinflüsse aus Transaktions- und Integrationskosten sowie einmalige Bewertungseffekte im Zusammenhang mit der Pinova Akquisition berücksichtigt. Des Weiteren ist die Abschreibung auf eine Finanzbeteiligung in den Finanzaufwendungen enthalten. Die Sondereffekte betreffen das Segment Scent & Care in Höhe von 18.674 T€ und das Segment Nutrition in Höhe von 2.224 T€.

Konzernbilanz

In T€	31. Dezember 2015	31. Dezember 2016
VERMÖGENSWERTE		
Kurzfristige Vermögenswerte		
Zahlungsmittel und kurzfristige Einlagen	278.178	301.648
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	461.505	528.298
Vorräte	531.446	680.431
Sonstige Vermögenswerte und Forderungen	74.027	71.797
Finanzielle Vermögenswerte	9.088	29.147
Tatsächliche Ertragsteuerforderungen	23.252	23.567
	1.377.496	1.634.888
Langfristige Vermögenswerte		
Immaterielle Vermögenswerte	2.005.489	2.113.200
Sachanlagen	690.135	857.378
Sonstige Vermögenswerte und Forderungen	16.808	19.001
Finanzielle Vermögenswerte	15.694	23.575
Anteile an assoziierten Unternehmen	0	2.000
Latente Steueransprüche	78.210	102.805
	2.806.336	3.117.959
AKTIVA	4.183.832	4.752.847

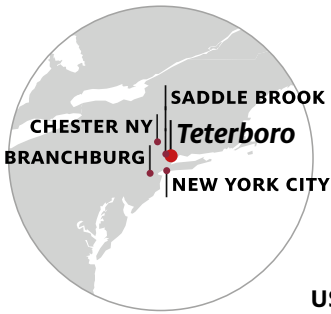
Konzernbilanz

In T€	31. Dezember 2015	31. Dezember 2016
VERBINDLICHKEITEN		
Kurzfristige Verbindlichkeiten		
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	234.702	254.383
Finanzverbindlichkeiten	35.995	536.336
Sonstige Verbindlichkeiten	152.223	153.276
Sonstige Rückstellungen	7.064	14.394
Übrige finanzielle Verbindlichkeiten	5.573	11.968
Tatsächliche Ertragsteuerverbindlichkeiten	65.869	57.553
	501.426	1.027.910
Langfristige Verbindlichkeiten		
Finanzverbindlichkeiten	1.373.260	1.213.545
Sonstige Verbindlichkeiten	5.180	6.932
Sonstige Rückstellungen	22.208	22.462
Rückstellungen für Pensionen und ähnliche Verpflichtungen	444.652	522.552
Übrige finanzielle Verbindlichkeiten	7.094	11.349
Latente Steuerverbindlichkeiten	227.848	203.956
Tatsächliche Ertragsteuerverbindlichkeiten	13.929	11.967
	2.094.171	1.992.763
SUMME VERBINDLICHKEITEN	2.595.597	3.020.673
EIGENKAPITAL		
Gezeichnetes Kapital	129.813	129.813
Kapitalrücklage	1.375.957	1.375.957
Rücklage für Neubewertungen (Pensionen)	– 136.389	– 181.633
Kumulierte Währungskursdifferenzen	– 62.707	– 62.520
Bilanzgewinn	259.210	408.111
Sonstige Rücklagen	2.448	2.316
Eigenkapital der Aktionäre der Symrise AG	1.568.332	1.672.044
Nicht beherrschende Anteile	19.903	60.130
SUMME EIGENKAPITAL	1.588.235	1.732.174
PASSIVA	4.183.832	4.752.847

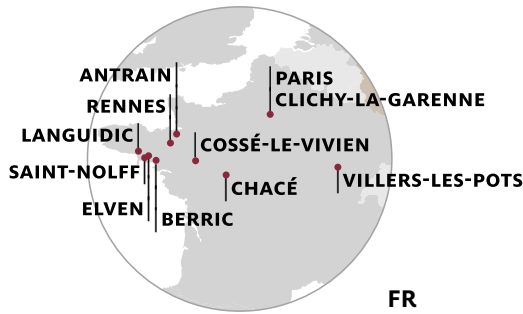
Globale Standorte

- Firmensitz
- Regionale Hauptsitze
- Standorte Symrise





US



FR



DE



Finanzkalender 2017

14. März 2017

Unternehmens- und Finanzbericht 2016

9. Mai 2017

Zwischenmitteilung Januar – März 2017

17. Mai 2017

Hauptversammlung, Holzminden

9. August 2017

Konzernzwischenbericht Januar – Juni 2017

8. November 2017

Zwischenmitteilung Januar – September 2017

Impressum

Herausgeber

Symrise AG
Mühlenfeldstraße 1
Konzernkommunikation
37603 Holzminden
Deutschland
Telefon: +49 55 31.90 – 0
Fax: +49 55 31.90 – 16 49

Text und Redaktion

PvF Investor Relations, Oberursel
akzente kommunikation und beratung GmbH, München

Konzept, Design & Umsetzung

3st kommunikation, Mainz

Reportagen

Marc-Stefan Andres, Münster

Fotografie

Alex Bonnemaïson, Paris
Nathalie Delopez, Paris
Matthias Haslauer, Hamburg
INVESTIS, London
Martin Joppen, Frankfurt
Ken McCray, Jacksonville/Florida (USA)
Marcus Pietrek, Düsseldorf
Julia Teine, Mainz
Misha Vallejo, Quito (Ecuador)

Satz

3st kommunikation, Mainz

Druck

gutenberg beuys feindruckerei gmbh,
Hannover/Langenhagen

Veröffentlichungsdatum dieses Berichts

14. März 2017

Symrise online

www.symrise.com/de
www.symrise.com/de/nachhaltigkeit
www.symrise.com/de/investoren
ub2016.symrise.de



ClimatePartner[®]
klimateutral

Druck | ID 10951-1702-1015

Zukunftsgerichtete Aussagen

Dieser Unternehmensbericht beinhaltet zukunftsgerichtete Aussagen, die auf aktuellen Annahmen und Prognosen der Symrise AG beruhen. Der zukünftige Geschäftsverlauf und die Ergebnisse, die durch die Symrise AG und ihre verbundenen Unternehmen tatsächlich erzielt werden, sind einer Vielzahl von Risiken und Ungewissheiten ausgesetzt und können daher wesentlich von den zukunftsgerichteten Aussagen abweichen. Viele dieser Faktoren liegen außerhalb des Einflussbereichs der Symrise AG und können im Voraus nicht genau eingeschätzt werden. Bei diesen Faktoren handelt es sich 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.

© 2017 Symrise AG

