

always
inspiring more...

symrise 

SHARING VALUES

Starke Wurzeln, neue Wege

UNTERNEHMENSBERICHT
2019

Konzernkennzahlen

		2015	2016 ¹	2017	2018	2019
Geschäft						
Umsatz	in Mio. €	2.601,7	2.903,2	2.996,3	3.154,0	3.407,9
EBITDA ²	in Mio. €	572,2	625,2	630,3	630,5	707,2
EBITDA-Marge ²	in %	22,0	21,5	21,0	20,0	20,8
EBIT ²	in Mio. €	395,2	422,3	431,6	434,0	480,5
EBIT-Marge ²	in %	15,2	14,5	14,4	13,8	14,1
Jahresüberschuss ²	in Mio. €	246,8	265,5	270,3	275,3	303,5
Bilanzsumme (31.12.)	in Mio. €	4.183,8	4.752,7	4.674,6	4.920,4	5.957,2
Eigenkapitalquote (31.12.)	in %	38,0	36,4	37,8	39,5	41,4
Investitionen (ohne M & A)	in Mio. €	147,2	168,4	204,9	226,1	181,6
Nettoverschuldung (inkl. Rückstellungen für Pensionen und ähnliche Verpflichtungen)/EBITDA (31.12.) ²	Verhältnisgröße	2,8	3,1	3,0	3,0	3,1
Forschungs- und Entwicklungsaufwendungen ²	in Mio. €	169,6	186,0	196,4	200,4	213,3
Operativer Cashflow	in Mio. €	375,2	338,8	396,2	441,8	546,8
Kapitalmarkt						
Ausgegebene Aktien zum Bilanzstichtag	in Mio. Stück	129,8	129,8	129,8	129,8	135,4
Kurs zum Geschäftsjahresende (Xetra® Schlusskurs)	in €	61,33	57,83	71,62	64,50	93,80
Marktkapitalisierung zum Geschäftsjahresende	in Mio. €	7.961,4	7.507,1	9.297,2	8.372,9	12.703,0
Ergebnis je Aktie ²	in €	1,90	2,05	2,08	2,12	2,25
Dividende je Aktie	in €	0,80	0,85	0,88	0,90	0,95 ³

UNSERE FÜNF ZIELDIMENSIONEN

		2018	2019	Ziel 2020	Ziel 2025
Geschäft					
Organisches Umsatzwachstum	in %	9	5,7	5-7 (CAGR)	5-7 (CAGR)
EBITDA(N)-Marge ²	in %	20,0	20,8	19-22	20-23
Umsatzanteil Emerging Markets	in %	43	44	> 50	> 50
Footprint (Umwelt)					
Reduzierung Treibhausgas-Emissionen (Scope 1+2) ⁴	in %	-3,0	-7,2	-6,6 p.a.	-6,6 p.a. ⁵
Reduzierung Chemischer Sauerstoffbedarf im Abwasser ⁴	in %	-14,8	3,2	-4 p.a.	-4 p.a. ⁶
Reduzierung Sensitive Abfälle ⁴	in %	-1,8	-3,9	-4 p.a.	-4 p.a. ⁷
Effizienz des Wasserverbrauchs ⁸	in %		-3,2		15
Anteil des Stroms aus erneuerbaren Energien	in %		24,1		100
Innovation					
Umsatz mit neuen Produktentwicklungen ⁹	in %	17,1	16,4	> 10	> 12
Sourcing (Beschaffung)					
Hauptlieferanten nach Nachhaltigkeitskriterien bewertet ¹⁰	in %	90	100	100	100
Rückverfolgbarkeit strategischer Rohstoffe	in %	98	100	100	
Palmölbezug aus nachhaltigen Quellen	in %	> 50 / > 68	60/80 ¹¹	100	
Care (Mitarbeiter)					
Frauenquote erste Führungsebene	in %	27	24	25	25
Frauenquote zweite Führungsebene	in %	42	41	42	40
Unfallhäufigkeit	MAQ ¹²	4,1	4,3	< 2,5	< 1,5

1 2016 angepasst um die finalisierte Kaufpreisallokation für Nutraceutix

2 Zahlen für 2016 und 2019 bereinigt um Transaktions-, Integrationskosten sowie einmalige Bewertungseffekte im Zusammenhang mit Unternehmenskäufen

3 Vorschlag

4 Alle Werte bezogen auf die Wertschöpfung

5 Erhöhung der Öko-Effizienz (2016: 317,2 Tonnen CO₂/Mio. € Wertschöpfung; 2025: 118,6 Tonnen CO₂/Mio. € Wertschöpfung)

6 Erhöhung der Effizienz (2010-2025 insgesamt 60%)

7 Erhöhung der Effizienz (2010-2025 insgesamt 60%)

8 Produktionsstätten in wasserarmen Regionen (2018-2025 insgesamt)

9 Bezogen auf die Markteinführung in den vergangenen drei Jahren

10 Basierend auf 80% (bis 2020) bzw. 90% (bis 2025) des Einkaufsvolumens

11 60% der primären und 80% der sekundären Palmölderivate aus zertifiziert nachhaltigen Quellen

12 MAQ = Arbeitsunfälle (> 1 Ausfalltag) x 1 Mio. /Arbeitsstunden; ab 2020 branchenführende Arbeitssicherheit

Symrise profitiert von seinen starken Wurzeln und dem Willen, immer wieder neue Wege zu gehen. Die Herausforderungen, die der Klimawandel, die Begrenztheit natürlicher Ressourcen und gesellschaftliche Veränderungen an uns stellen, sind nur durch gemeinsames, rasches Handeln zu meistern. In enger Zusammenarbeit mit unseren Partnern entlang der gesamten Wertschöpfungskette entwickeln wir neue Konzepte, die zugleich Nachhaltigkeit und wirtschaftlichen Erfolg ermöglichen. Zentrale Ziele von Symrise sind, unsere unternehmerischen Aktivitäten spätestens ab 2030 klimapositiv zu gestalten und den ambitionierten ESG-Anforderungen unserer Stakeholder mit hoher Transparenz zu begegnen. Indem wir profitables Wachstum auf nachhaltige Weise erreichen, sichern wir die Zukunftsfähigkeit unseres Unternehmens.

12.703

MIO. € MARKTKAPITALISIERUNG

30.000

PRODUKTE

3.408

MIO. € UMSATZ

10.401

MITARBEITER
(EINSCHLIESSLICH TRAINEES
UND AUSZUBILDENDE)

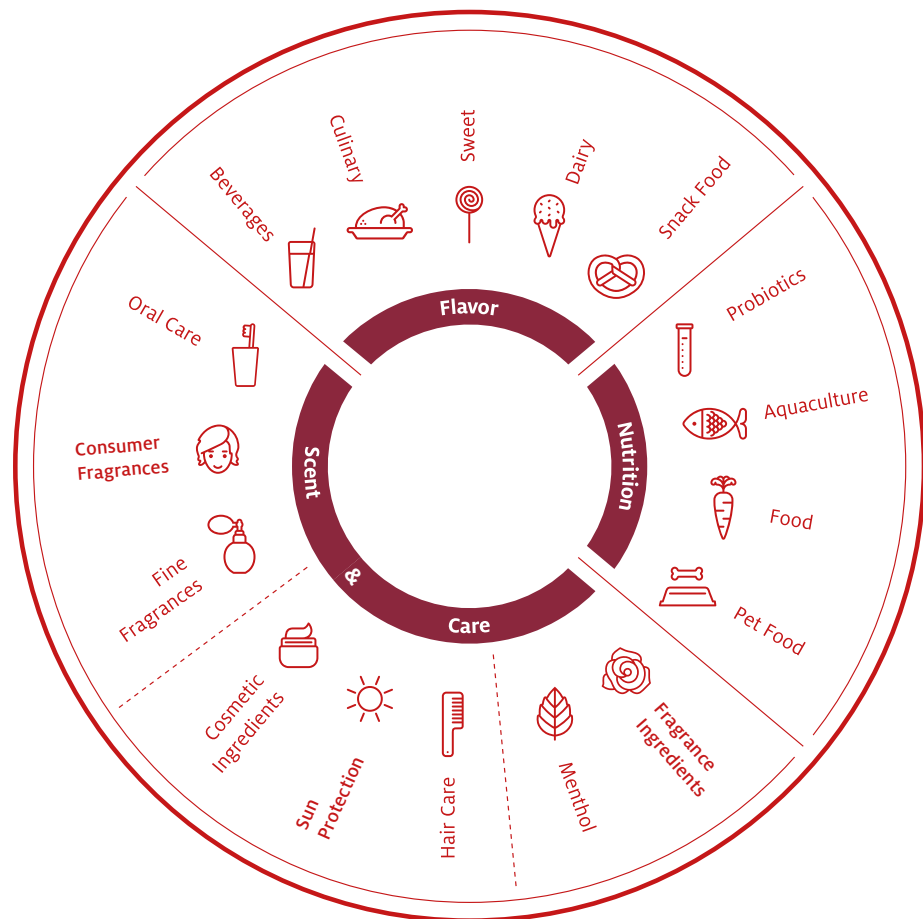
213

MIO. € AUFWENDUNGEN FÜR
FORSCHUNG & ENTWICKLUNG

707

MIO. € EBITDA(N)

Unsere Anwendungsbereiche



Symrise schafft begeisternde Geschmacks- und Dufterlebnisse und bietet nachhaltige Lösungen für die Nahrungsmittelherstellung auf Basis natürlicher Ausgangsstoffe. Das ist unsere Mission. Mit Engagement und innovativer Kraft 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 zusätzlich gesundheitsfördernde oder pflegende Eigenschaften besitzen. Mit Einfallsreichtum und unternehmerischem Schwung erschließt sich Symrise darüber hinaus zusätzliche Potenziale: Auf kosmetische Grund- und Wirkstoffe, funktionale Inhaltsstoffe, Heimtiernahrung, Aquakulturen oder Probiotika entfällt bereits ein Drittel des Geschäfts. Die Spannweite unserer Aktivitäten eröffnet neue Wachstumschancen, stabilisiert den Geschäftsverlauf und verleiht Symrise ein unverwechselbares Profil.

Inhalt

06

UNSER UNTERNEHMEN

- 08**
Editorial des Global Management Committee
- 09**
Das Global Management Committee von Symrise
- 10**
Unser Unternehmen
- 16**
Unsere Werte, Ziele, Verantwortung
- 18**
Nachhaltigkeit bei Symrise
- 20**
Klimaschutz: Wer, wenn nicht wir? Wann, wenn nicht jetzt?
- 22**
Erfolgsbilanz und Ziele 2020/2025
- 24**
Unsere Highlights 2019

28

MAGAZIN

- 30**
Interview mit Dr. Bertram
- 37**
The perfect fit
- 38**
Die bittersüße Alleskönnerin
- 46**
Chancen säen
- 48**
Erfolgsstory Hanf
- 50**
Second life
- 52**
Kleine Blüte – große Wirkung
- 64**
Prädikat: wertvoll
- 68**
Interview mit Dr. Natzel
- 72**
Ökologisch optimiert
- 76**
Der Lösung auf der Spur
- 80**
Partner mit Geschmack
- 86**
Düfte aus Big Data



38 Smengele Gumede ist erfolgreiche Unternehmerin und baut seit 2007 Grapefruits an.



52 Die Nelke ist vielseitig einsetzbar und in der richtigen Dosierung unverzichtbar.



30 Nach einem erfolgreichen Geschäftsjahr 2019 blickt CEO Dr. Heinz-Jürgen Bertram erwartungsvoll in die Zukunft.

90

NACHHALTIGKEIT UND VERANTWORTUNG

- 92** Publikationen zur Nachhaltigkeit 2019
- 93** Highlights 2019
- 94** Unsere wesentlichen Themen
- 96** Ziele und Management unserer Nachhaltigkeitsthemen
- 100** Nachhaltigkeit entlang der Wertschöpfungskette
- 104** Rohstoffe
- 106** Produktentwicklung & Herstellungsverfahren
- 110** Kunden & Konsumenten

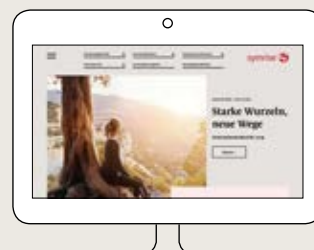
112

AUS DEM KONZERNLAGEBERICHT UND AUS DEM KONZERNABSCHLUSS

- 114** Kurzporträt Symrise
- 115** Highlights 2019
- 116** Grundlagen des Symrise Konzerns
- 132** Wirtschaftsbericht
- 145** Gesamtaussage zur wirtschaftlichen Lage
- 146** Prognosebericht
- 148** Erklärung zur Unternehmensführung
- 149** Konzerngewinn- und -verlustrechnung
- 150** Konzernbilanz
- 152** Globale Standorte
- 154** Finanzkalender



**Online
finden
Sie diesen
Bericht
unter:**



UB2019.SYMRISE.DE



Unser Unternehmen

Symrise wächst seit Jahren schneller als der Markt. Dabei gehören wir zu den profitabelsten Unternehmen der Branche. Unsere über 10.000 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter teilen gemeinsame Ziele auf Grundlage gemeinsamer Werte. Durch die Vernetzung ihres Wissens, ihrer Erfahrungen und Kompetenzen sind wir in der Lage, immer wieder neue Wege zu gehen und unseren Kunden maßgeschneiderte Lösungen für eine gesunde Ernährung und moderne Körperpflege anzubieten.

- 08 Editorial des Global Management Committee
- 09 Das Global Management Committee von Symrise
- 10 Unser Unternehmen
- 16 Unsere Werte, Ziele, Verantwortung
- 18 Nachhaltigkeit bei Symrise
- 20 Klimaschutz: Wer, wenn nicht wir?
Wann, wenn nicht jetzt?
- 22 Erfolgsbilanz und Ziele 2020/2025
- 24 Unsere Highlights 2019

Liebe Leser, liebe Freunde von Symrise!

Man kann den Eindruck gewinnen, dass sich die Welt heute schneller und tiefgreifender verändert, als jemals zuvor. Die Weltbevölkerung wächst weiter und wird bald die Acht-Milliarden-Schwelle erreichen. Zunehmend zeichnen sich die Grenzen der Nutzung natürlicher Ressourcen ab. Die Klimaänderungen sind dafür das herausragendste Beispiel. Die wirtschaftliche Entwicklung muss sich vor diesem Hintergrund vom Verbrauch natürlicher Ressourcen entkoppeln und neue Wege gehen, um profitables Wirtschaften und verantwortungsbewusstes Handeln in Einklang zu bringen. Diesen Veränderungsdruck spüren wir heute mehr denn je.

Symrise befindet sich mit seinem Geschäftsmodell im Mittelpunkt dieser Veränderungsprozesse. Globale Mega-Trends wie gesunde Ernährung, natürliche Körperpflege, aber auch Urbanisierung und Digitalisierung betreffen uns direkt und fördern unsere Geschäftstätigkeit. Andererseits verbrauchen wir Energie und Rohstoffe, um unsere Produkte herzustellen. Symrise hat diese Herausforderung schon vor Jahren erkannt und sich entschieden: Nachhaltigkeit ist für uns ein integraler Bestandteil der Unternehmensstrategie und ein wesentlicher Treiber einer erfolgreichen Geschäftsentwicklung. Wir unterstützen aktiv die Prinzipien verantwortungsvollen Wirtschaftens des Global Compact der Vereinten Nationen. Im Jahr 2019 haben wir gemeinsam mit unseren Stakeholdern eine breit angelegte Wesentlichkeitsanalyse durchgeführt, um die Auswirkungen der Geschäftstätigkeit von Symrise auf Mensch, Umwelt und Gesellschaft aktuell und nach Wesentlichkeit bewertet zu erfassen. Unsere Fokusthemen, bei denen wir am meisten bewirken können, sind Rohstoffnutzung und Klimaschutz.

Bei der Beschaffung natürlicher Rohstoffe geht Symrise die gesamte Wertschöpfungskette zurück und sucht den Schulterchluss zu den Bauern, die Vanille, Nelken oder Zitrusfrüchte auf ihren Feldern und Plantagen erzeugen. So haben wir die Möglichkeit, die Art und Weise zu beeinflussen, wie und in welcher Qualität die Rohstoffe erzeugt werden. Zudem können wir die lokalen Gemeinschaften bei der Verbesserung ihrer Lebensverhältnisse unterstützen. Diese Rückwärtsintegration sichert darüber hinaus unsere Lieferfähigkeit auch in Phasen von Rohstoffknappheit. Für eine verantwortungsvolle Rohstoffnutzung sorgen bei Symrise Prozesse der „Circular Economy“, bei der aus Seitenströmen der Rohstoffverarbeitung werthaltige Produkte entwickelt werden. Neue Wege, um die Effizienz unserer Prozesse und damit unsere Nachhaltigkeitsleistung zu steigern, sind auch beispielsweise der Einsatz „Grüner Chemie“ und Künstlicher Intelligenz. Im Bereich des Klimaschutzes wollen wir unsere Treibhausgasemissionen bis 2025 mehr als halbieren, unter anderem dadurch, dass wir allen weltweit benötigten Strom aus erneuerbaren Quellen beziehen. Bis 2030 – so unser ehrgeiziges Ziel – soll die Geschäftstätigkeit von Symrise klimapositiv sein.

Die Fortschritte bei diesen Initiativen – für die Sie viele Beispiele in unserem Unternehmensbericht finden – wie auch unsere wirtschaftliche Erfolgsbilanz zeigen: 2019 war für Symrise ein gutes Jahr. Das lässt sich nicht zuletzt an der Entwicklung unseres Aktienkurses ablesen. Symrise wächst weiterhin schneller als die relevanten Märkte, und das mit kontinuierlich hoher Profitabilität. Das Ergebnis je Aktie steigt, ebenso wie die Dividende. Nachhaltigkeit und wirtschaftlicher Erfolg werden bei Symrise auch in Zukunft Hand in Hand gehen.

Ihr Global Management Committee

**DAS GLOBAL MANAGEMENT COMMITTEE
VON SYMRISE**



DR. HEINZ-JÜRGEN BERTRAM
Vorstandsvorsitzender



OLAF KLINGER
Vorstand Finanzen



ACHIM DAUB
Vorstand Scent & Care



DR. JEAN-YVES PARISOT
Vorstand Nutrition



HEINRICH SCHAPER
Vorstand Flavor



EDER RAMOS
Geschäftsbereich Cosmetic Ingredients



DR. NORBERT RICHTER
Geschäftsbereich Aroma Molecules

„Wurzeln geben Halt und nähren das Wachstum. Je tiefer und weitverzweigter, umso besser. Symrise stärkt deswegen gezielt sein Wissen und seine Kreativität, die Zusammenarbeit im Unternehmen und mit externen Partnern – um so innovativ und zukunftsorientiert zu bleiben.“

Unser Unternehmen

Die Produkte von Symrise schaffen begeisternde Geschmacks- und Dufterlebnisse, verbessern die Eigenschaften von Nahrungsmitteln und tragen zu Gesundheit und Körperpflege bei – in rund 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-, Geschmacks- und Lebensmittelinhaltsstoffe, 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 10 % zu einem führenden Anbieter im Markt für Geschmacks- und Duftstoffe sowie Nutrition 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 gut 10.000 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. Wir untermauern die Expansion unserer Geschäftstätigkeit durch gezielte Investitionen in Kapazitätserweiterungen, Forschungs- und Entwicklungszentren, in unser Vertriebsnetz, in die Logistik oder in eine effiziente Energieversorgung. Dadurch wachsen wir seit Jahren schneller als der Markt. 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.

Das operative Geschäft des Symrise Konzerns wird von den drei Segmenten Flavor, Nutrition sowie Scent & Care vorangetrieben. 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 Geschäft, 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



GESCHÄFT

Eigenkapital:

2.464 Mio. €

Fremdkapital:

1.966 Mio. €

Investitionen in Sachanlagen und immaterielle Vermögensgegenstände (ohne Akquisitionen):

182 Mio. €


FOOTPRINT

Energieverbrauch:

5.590

Terajoule

Wasserverbrauch:

4.947
Tausend m³
54 %

unseres Produktionsvolumens werden an Standorten produziert, die nach ISO 14001 zertifiziert sind



INNOVATION

Aufwand für Forschung und Entwicklung:

213 Mio. €

Anzahl Mitarbeiter im Bereich Forschung und Entwicklung:

1.762

Symrise unterhält über

50

Forschungskooperationen mit industriellen, institutionellen und akademischen Partnern



SOURCING

1.495

Mio. € Einkaufsvolumen

Rund

10.000

natürliche und synthetische Rohstoffe aus über 100 Ländern

100 %

der Hauptlieferanten basierend auf Einkaufsvolumen wurden nach Nachhaltigkeitskriterien bewertet



CARE

Anzahl Mitarbeiter:

10.401

(einschließlich Trainees und Auszubildende)

Mitarbeiter aus über

60

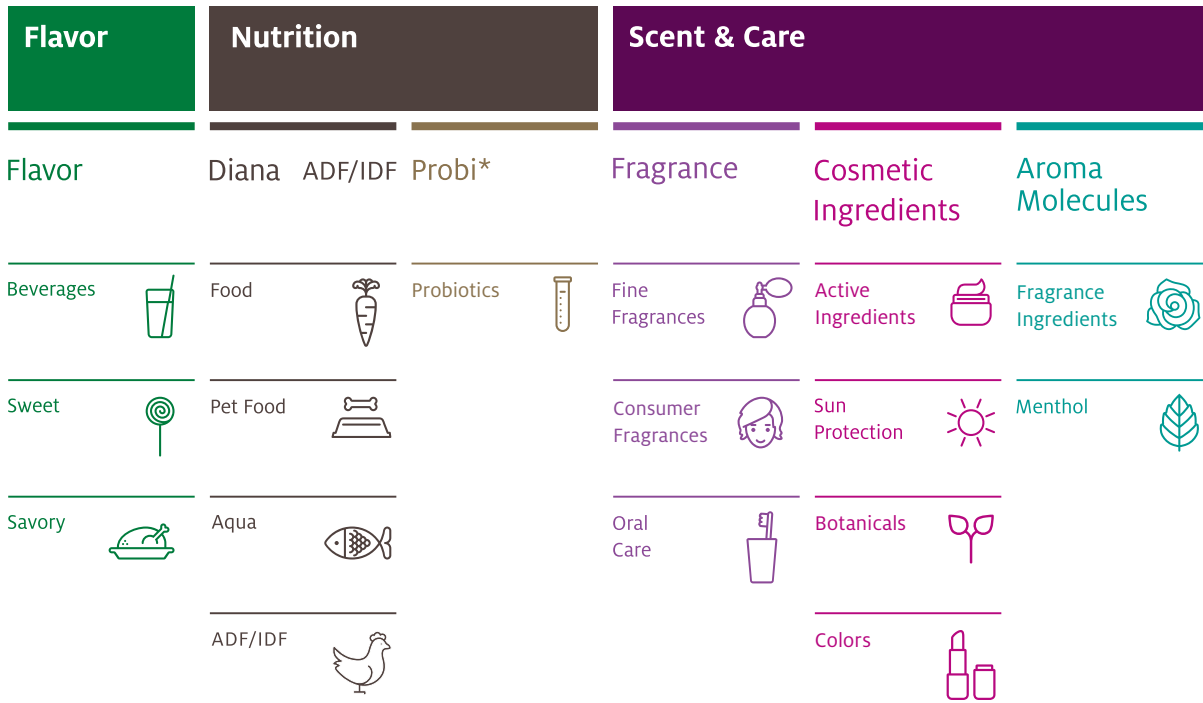
Nationen bilden das Symrise Team

Anteil von Frauen:

24 % erste Führungsebene

41 % zweite Führungsebene

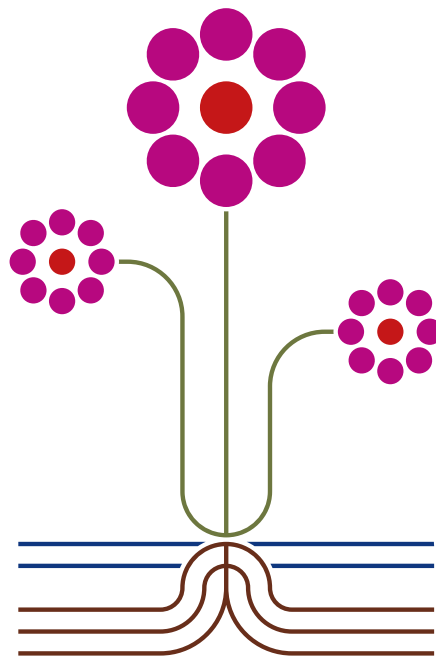
Unsere Organisationsstruktur



UNSERE RESSOURCEN / UNSERE ORGANISATIONSTRUKTUR

* Mehrheitsbeteiligung an dem schwedischen Unternehmen Probi AB.






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

<p>Umsatz:</p> <p>▶ 3.408 Mio. €</p>	<p>EBITDA(N):</p> <p>707 Mio. €</p>	<p>Normalisierter Jahresüberschuss:</p> <p>304 Mio. €</p>	<p>GESCHÄFT</p> 
<p>Kohlendioxidemissionen:</p> <p>214.050 Tonnen – Scope 1</p> <p>▶ 107.591 Tonnen – Scope 2</p> <p>3.368.704 Tonnen – Scope 3</p>	<p>Abwasser:</p> <p>3.501 Tausend m³ Gesamt- abwassermenge</p> <p>5.732 Tonnen Chemischer Sauerstoffbedarf</p>	<p>Sensitive Abfälle:</p> <p>16.950 Tonnen</p>	<p>FOOTPRINT</p> 
<p>▶ 33,8 %</p> <p>Anteil am IP-Index der Branche bei 10 % Marktanteil</p>	<p>45</p> <p>Anzahl der eingereichten Patente</p>	<p>16,4 %</p> <p>des Umsatzes entfallen auf neue Produktentwicklungen</p>	<p>INNOVATION</p> 
<p>Rund</p> <p>▶ 30.000</p> <p>Produkte für über 6.000 Kunden in rund 160 Ländern</p>	<p>CDP Spitzenposition zu Klima, Wasser und Wald seit 2016</p> <hr/> <p>EcoVadis Gold Standard zum sechsten Mal in Folge</p>	<p>99 %</p> <p>unseres Produktionsvolumens werden an Standorten produziert, die nach Nachhaltigkeitskriterien (SEDEX/SMETA) verifiziert sind</p>	<p>PRODUKTE UND PRODUKTLÖSUNGEN</p> 
<p>▶ 47 %</p> <p>Anteil von Frauen an den Beförderungen</p>	<p>37 %</p> <p>unserer Mitarbeiter sind 10 Jahre oder länger für Symrise tätig</p>	<p>122</p> <p>ins Ausland entsandte Mitarbeiter sichern unseren globalen Kompetenztransfer</p>	<p>CARE</p> 

Unsere Werte, Ziele, Verant- wortung

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 greifbare Wettbewerbsvorteile und sichern den langfristigen Erfolg des Unternehmens.

Erfolgreiche Unternehmen zeichnen sich durch eine ausgeprägte Unternehmenskultur aus. 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.

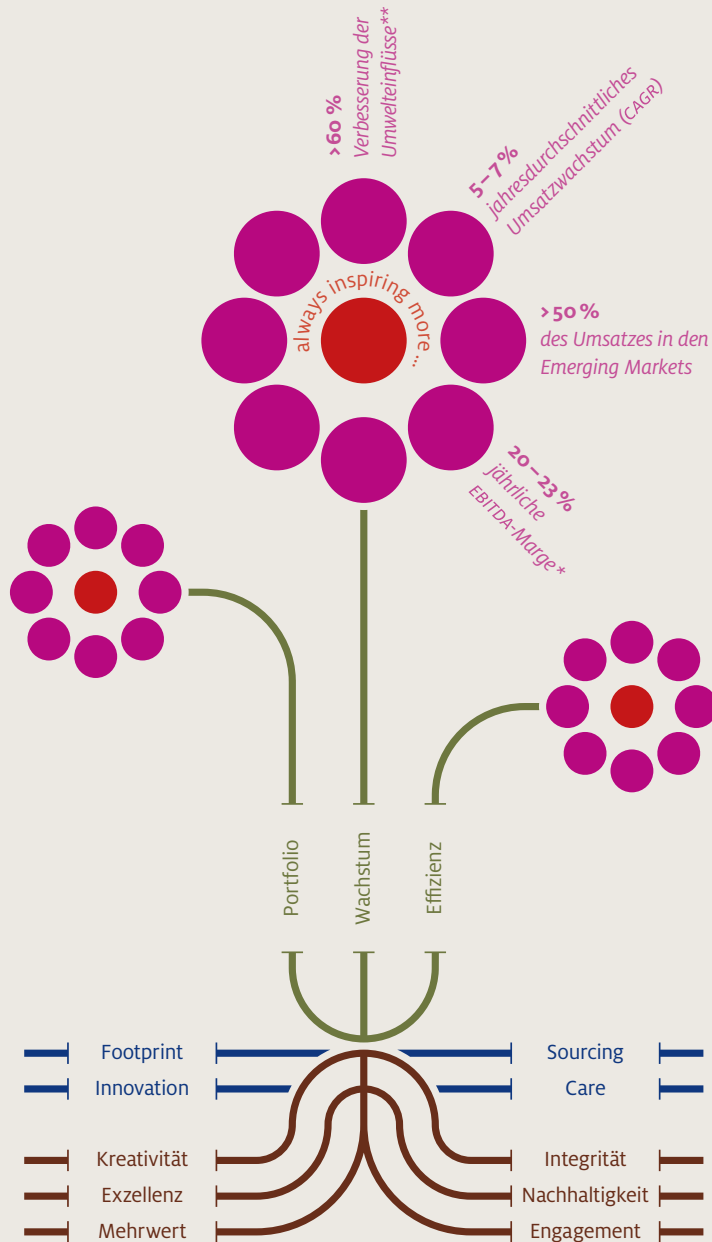
Symrise zählt zu den weltweit führenden Anbietern von maßgeschneiderten Duft-, Geschmacks- und Nutritionlösungen, vielfach mit gesundheitsfördernden oder pflegenden Eigenschaften. Diese Position wollen wir festigen und ausbauen, indem wir dauerhaft zu den profitabelsten Unternehmen der Branche gehören. Überdurchschnittliches Umsatzwachstum, kontinuierliche Effizienzsteigerung und eine gezielte Erweiterung und 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 Unternehmens-

strategie 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.

Unser besonderes Engagement gilt dem globalen Klimaschutz. Seit 2006 berichtet Symrise über seine Aktivitäten in diesem Bereich auf der CDP Plattform. 2017 erhielt Symrise als eines der ersten Unternehmen weltweit die Genehmigung für seine wissenschaftlich fundierten Klimaschutzziele. Zudem ist Symrise 2018 der Task Force on Climate-related Financial Disclosures (TCFD) als „Unterstützer“ beigetreten und setzt sich für den Ausbau der klimabezogenen Unternehmensberichterstattung ein. Im Oktober 2019 hat sich Symrise der RE100 Initiative angeschlossen und sich damit verpflichtet, sämtlichen weltweit benötigten Strom bis 2025 aus erneuerbaren Quellen zu beziehen. Nähere Informationen zu diesen Aktivitäten finden sich im Kapitel „Nachhaltigkeit & Verantwortung“ und unter <https://www.symrise.com/de/nachhaltigkeit>.



* Ziele bis 2020: 19 – 22%

** Steigerung der Öko-Effizienz der Emissionen bis 2025 um mehr als 60%. Ab 2030 wollen wir klimapositiv sein.

Unsere integrierte Unternehmensstrategie für einzigartige Produktlösungen und nachhaltiges Wachstum

Unsere Mission: Was ist unser Auftrag?

Wir entwickeln maßgeschneiderte Duft-, Geschmacks- und Nutritionlösungen, 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.

Nachhaltigkeit bei Symrise

NACHHALTIG VERWURZELT

Nachhaltigkeit ist fest in unserer Unternehmensstrategie verwurzelt. Mit ihren vier Säulen Footprint, Innovation, Sourcing und Care baut sie auf dem Gedanken nachhaltigen Wachstums auf. Für jede Säule sind konkrete Ziele bis 2025 hinterlegt (s. Seite 22). Diese finden sich auch in unseren wesentlichen Themen wieder, die wiederum unter anderem aus den SDGs abgeleitet sind. Durch diesen umfassenden Ansatz verbindet unser Geschäftsmodell wirtschaftlichen Erfolg mit nachhaltiger Unternehmensführung und gesellschaftlicher Akzeptanz.

ORGANISATION UND UMSETZUNG

Das Symrise Sustainability Board ist das globale und geschäftsbereichsübergreifende Gremium, mit dessen Hilfe Nachhaltigkeitsprinzipien stärker in unsere Kernprozesse integriert werden. Unter dem Vorsitz des Chief Sustainability Officers (CSO) kommen in diesem Rahmen mehrmals jährlich Vertreter des Managements zusammen, um sicherzustellen, dass nachhaltigkeitsrelevante Themen und Belange wichtiger Anspruchsgruppen in der gesamten Wertschöpfungskette berücksichtigt werden.



Das Sustainability Board beschließt die Nachhaltigkeitsziele, die direkt in den jeweiligen Geschäftsbereichen umgesetzt werden. Zu diesem Zweck haben Vorstand und Sustainability Board 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.

EIGENINITIATIVE GEFRAGT

Führungskräften aus allen Bereichen kommt eine besondere Verantwortung zu, das Thema Nachhaltigkeit in ihren Teams zu operationalisieren und konkrete Ziele zu setzen. Durch die Vereinbarung von konkreten Nachhaltigkeitszielen für alle Führungskräfte und deren Integration in die individuellen Zielvorgaben treiben wir unseren Nachhaltigkeitsansatz in allen Unternehmensbereichen konsequent voran. Zur Verankerung des Themas innerhalb der Organisation und bei allen Mitarbeitern führen wir an unseren Standorten regelmäßig verschiedene Aktionen durch, wie den Symrise Nachhaltigkeitstag, bei dem Mitarbeiter durch Praxis-Beispiele vorstellen, wie nachhaltige Entwicklungsprozesse in den jeweiligen Abteilungen umgesetzt werden. Außerdem macht ein globales Netzwerk von mehr als 100 Nachhaltigkeitsbotschaftern (Sustainability Ambassadors) auf unsere Nachhaltigkeitsagenda aufmerksam und treibt neben der Umsetzung der strategischen, konzernweiten Ziele an den Unternehmensstandorten gezielte Initiativen – zum Energie- und Abfallmanagement, Klima-, Wasser- und Umweltschutz sowie zu Arbeitssicherheit und Gesundheit – voran.

NACHHALTIGKEITS-RATINGS

EcoVadis



Bereits zum sechsten Mal in Folge verlieh die Rating-Agentur **EcoVadis** ihren begehrten Gold-Status für nachgewiesene Nachhaltigkeitsleistung an Symrise. Auch 2019 erfüllten wir die stetig steigenden Vorgaben der Rating-Agentur und haben unser Gesamtergebnis in den Bereichen Umwelt, Soziales, Ethik und Nachhaltigkeit in der Lieferkette sogar noch einmal verbessert. Damit gehört Symrise weltweit zu den besten 1% aller bewerteten Unternehmen im Chemiesektor.

FTSE4Good Index



Der **FTSE4Good Index** umfasst die Wertpapiere von Unternehmen, die in den Bereichen Umwelt, Soziales und Unternehmensführung (ESG) herausragende Leistungen erbringen. Die Symrise Aktie ist seit Ende 2015 in dem Index enthalten, der von Investoren stark beachtet wird. Bei einer turnusmäßigen Überprüfung im Juni 2019 erzielte Symrise in den meisten Kategorien die Spitzenbewertung „A“.

ISS ESG Prime



In Fortsetzung der Nachhaltigkeitsbewertung durch die frühere oekom Research AG, die 2018 durch die international tätige Nachhaltigkeits-Ratingagentur **ISS ESG** übernommen wurde, führt Symrise weiterhin den begehrten Prime-Status. Er wird für herausragende Unternehmensleistungen in den Bereichen „E“ (Environmental), „S“ (Social) und „G“ (Governance) verliehen. Weltweit verfügen derzeit nur 609 Unternehmen über den Prime-Status von ISS ESG.

ETHIBEL



Symrise gehört dem **ETHIBEL Sustainability Index (ESI) Excellence Europe** seit mehr als sieben Jahren an; im März 2019 wurde diese Auszeichnung erneut bestätigt. Die Bewertung beruht auf Analysen der europäischen Nachhaltigkeits-Ratingagentur VIGEO EIRIS. Der Index umfasst die Aktien von 200 europäischen Unternehmen, die im Hinblick auf Corporate Social Responsibility (CSR) eine führende Position einnehmen. Er dient institutionellen Investoren zur Orientierung, die auf nachhaltige Investments Wert legen.

MSCI



Das US-Unternehmen **MSCI** ist eine international führende Nachhaltigkeits-Ratingagentur und Anbieter von stark beachteten Nachhaltigkeits-Aktienindizes. Symrise wird von MSCI seit 2015 in der begehrten A-Kategorie eingestuft, die eine überdurchschnittliche Nachhaltigkeitsleistung attestiert. MSCI hebt in seiner Analyse hervor, dass Symrise sich sehr stark für den Klimaschutz engagiert und ehrgeizige Ziele in diesem Bereich verfolgt, lobt die gute Corporate Governance unseres Unternehmens und den verantwortungsbewussten Umgang mit Gefahrstoffen.

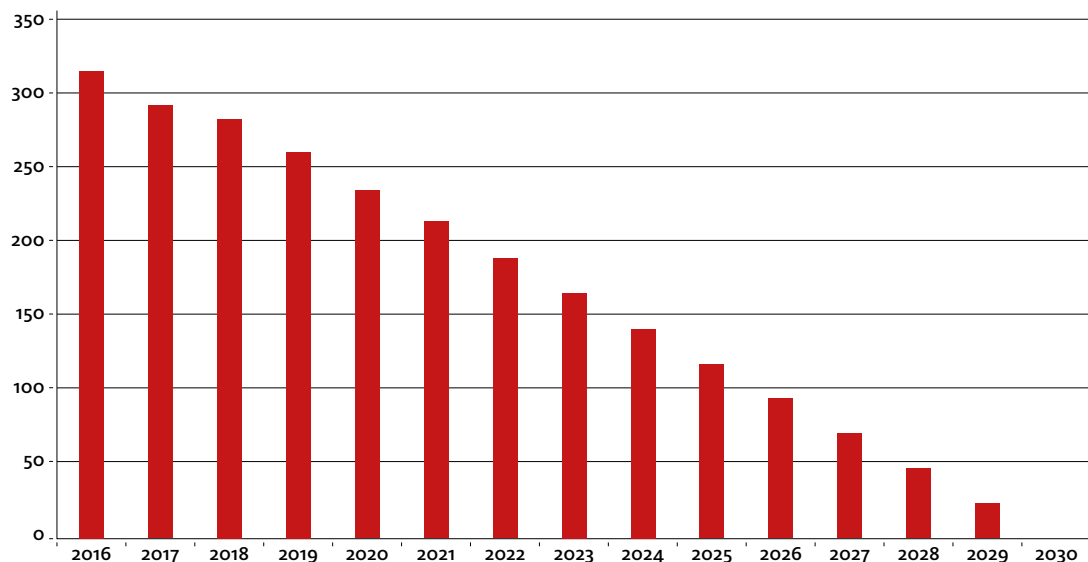
SUSTAINALYTICS

Die Nachhaltigkeitsleistung von Symrise wird von der internationalen Ratingagentur **SUSTAINALYTICS** kontinuierlich und sehr detailliert analysiert und bewertet. Europaweit nutzen über 200 Finanzdienstleister und institutionelle Investoren die Dienste der Ratingagentur als Grundlage für Anlage- oder auch Kreditentscheidungen. SUSTAINALYTICS beurteilt Symrise im Branchenvergleich als „outperformer“ – die Analysten sehen uns mit unserer Nachhaltigkeitsleistung auf Rang 17 von 129 Unternehmen. Besonders hervorgehoben werden die Leistungen von Symrise in den Bereichen Umwelt und Corporate Governance sowie die Nachhaltigkeits-Berichterstattung unseres Unternehmens.

Klimaschutz: Wer, wenn nicht wir? Wann, wenn nicht jetzt?

Wer die Nachrichten verfolgt, erhält schon heute einen ersten Eindruck von den Bedrohungen durch den Klimawandel: Unwetter, Überschwemmungen, abschmelzende Pole und Gletscher, Hitzewellen, Dürren, Missernten und wachsende Migrantenströme gehören mittlerweile zum globalen Alltag. Symrise engagiert sich seit vielen Jahren für den Klimaschutz. Bis 2025 wollen wir unsere Treibhausgasemissionen gegenüber dem Basisjahr 2016 bezogen auf die Wertschöpfung mehr als halbieren. Bis 2030 haben wir uns das ehrgeizige Ziel gesetzt, klimapositiv zu sein. Wir berichten transparent über unsere Maßnahmen zum Klimaschutz und den Zwischenstand unserer Anstrengungen. Zugleich behalten wir im Auge, welche Risiken und Chancen sich für Symrise aus dem Klimawandel ergeben und richten Strategie, Unternehmensplanung und Risikomanagement danach aus. Über den finanziellen Einfluss der Klimaveränderungen auf unser Unternehmen berichten wir unter anderem im Rahmen des CDP Climate Change und folgen den Empfehlungen der Task Force on Climate-related Financial Disclosures (TCFD).

Symrise verfolgt ehrgeizige Klimaschutz-Ziele: Klimapositiv ab 2030 Spezifische Treibhausgas-Emissionen in Tonnen (Scope 1+2) / 1 Mio. € Wertschöpfung








Symrise ist ein dynamisch wachsendes Unternehmen. Die Nachfrage nach unseren Produkten nimmt vor allem in den Schwellenländern mit steigendem Einkommen stark zu. Das Umsatzwachstum verursacht – ohne Gegenmaßnahmen – auch erhöhte Treibhausgas-Emissionen. Wir stehen also vor einer doppelten Herausforderung: die Auswirkungen des steigenden Produktabsatzes zu kompensieren und die Treibhausgas-Emissionen bezogen auf die Wertschöpfung zu reduzieren. Bisher ist unsere wissenschaftlich fundierte Klimastrategie für den Zeitraum 2016 bis 2025 im Plan. Die spezifischen Treibhausgas-Emissionen konnten wir von 317,2 Tonnen 2016 um 17% auf 263,2 Tonnen/1 Mio. € Wertschöpfung im Jahr 2019 senken. Und auch die absoluten Treibhausgas-Emissionen nahmen von 2016 bis 2019 ab. Unsere eigenen Maßnahmen umfassen beispielsweise die kontinuierliche Steigerung der Energieeffizienz an allen Produktionsstandorten und die weltweit vollständige Deckung unseres Strombedarfs durch Erzeugung aus erneuerbaren Quellen bis 2025. Zudem werden wir unsere Scope 1 Emissionen durch die Unterstützung hochwertiger zertifizierter Klimaschutzprojekte in aller Welt reduzieren. Darüber hinaus binden wir über das CDP Supply Chain Programm unsere wichtigsten Zulieferer in unsere Klimastrategie ein, indem wir sie auffordern, sich bis 2020 zu eigenen Klimazielen und Reduktionsmaßnahmen zu bekennen.

Der Klimawandel verändert aber auch die Rahmenbedingungen, unter denen Unternehmen tätig sind. Dabei stehen erheblichen Risiken ebenfalls eine Reihe von Chancen gegenüber. Symrise erfasst diese möglichen Effekte systematisch in seinem Risikomanagement und bezieht sie in die strategischen Überlegungen und in die Finanzplanung des Unternehmens mit ein. Ziel dieser auf den Empfehlungen der TCFD beruhenden Vorgehensweise ist, das Bewusstsein für die Risiken des Klimawandels zu schärfen, die Grundlage für ein frühzeitiges Gegensteuern zu schaffen und die Stakeholder – insbesondere Aktionäre, Investoren, Kreditgeber und die Finanzmärkte – transparent über den finanziellen Einfluss des Klimawandels auf das Unternehmen zu informieren.

Die derzeit für Symrise erkennbaren Risiken und Chancen des Klimawandels stellen sich auf Bruttoisikobasis – vor Gegenmaßnahmen – und in Bezug auf den geschätzten Effekt auf das Ergebnis vor Zinsen und Steuern (EBIT) ohne Gewichtung nach Wahrscheinlichkeit wie folgt dar:

RISIKO	EFFEKT
Aktuelle Regulierung	ca.
Beispielsweise steigende Preise für CO ₂ -Zertifikate für eigene Anlagen sowie indirekte Effekte über allgemein steigende Energiekosten	0,1 Mio. €
Künftige Regulierung	ca.
Beispielsweise Entfall der EEG-Umlage-Befreiung für eigene Anlagen	0,2 Mio. €
Beschaffung	ca.
Beispielsweise Verteuerung von Agrar-Rohstoffen durch Ernteauffälle aufgrund Wassermangels	6,9 Mio. €
Reputation	ca.
Beispielsweise Umsatzeinbußen durch Verfehlung von Nachhaltigkeitsanforderungen, die Kunden an Symrise stellen	34,5 Mio. €
Akute physische Risiken	ca.
Beispielsweise Störungen der Produktion durch einzelne Ereignisse wie Stürme, Überflutungen oder Erdbeben	2,8 Mio. €
Chronische physische Risiken	ca.
Beispielsweise durch Anstieg des Meeresspiegels oder dauerhafte Hitzewellen und Dürren	2,8 Mio. €
CHANCE	EFFEKT
Energie	ca.
Beispielsweise Ausbau einer eigenen effizienten und CO ₂ -armen Energieerzeugung	0,4 Mio. €
Nachfrage	ca.
Beispielsweise durch den Temperaturanstieg verstärkte Nachfrage nach Symrise Produkten, z.B. in Sonnenschutzmitteln	17,9 Mio. €
Nachfrage	ca.
Beispielsweise verstärkte Nachfrage nach nachhaltig erzeugten Produkten, die Symrise besser als der Wettbewerb bedienen kann	2,6 Mio. €
Kapitalmarkt	n.a.
Beispielsweise verbesserter Zugang zu Kapitalgebern, die auf Nachhaltigkeit Wert legen	

Erfolgsbilanz und Ziele 2020/2025

DIMENSIONEN	ERFOLGSBILANZ 2019	ZIELE 2020
 GESCHÄFT	<ul style="list-style-type: none"> • 5,7 % organisches Umsatzwachstum 	<ul style="list-style-type: none"> • 5–7 % CAGR
	<ul style="list-style-type: none"> • 20,8 % EBITDA(N)-Marge 	<ul style="list-style-type: none"> • 19–22 %
	<ul style="list-style-type: none"> • 44 % Umsatzanteil Emerging Markets 	<ul style="list-style-type: none"> • >50 %
 FOOTPRINT	<ul style="list-style-type: none"> • -7,2 % Reduzierung Treibhausgas-Emissionen (Scope 1 + 2)¹ 	<ul style="list-style-type: none"> • Verringerung um 6,6 % pro Jahr
	<ul style="list-style-type: none"> • +3,2 % Reduzierung Chemischer Sauerstoffbedarf im Abwasser¹ 	<ul style="list-style-type: none"> • Verringerung um 4 % pro Jahr
	<ul style="list-style-type: none"> • -3,9 % Reduzierung Sensitive Abfälle¹ 	<ul style="list-style-type: none"> • Verringerung um 4 % pro Jahr
	<ul style="list-style-type: none"> • -3,2 % Effizienz des Wasserverbrauchs 	
	<ul style="list-style-type: none"> • 24,1 % Anteil Strom aus erneuerbaren Quellen 	
 INNOVATION	<ul style="list-style-type: none"> • 16,4 % Umsatz mit neuen Produktentwicklungen² 	<ul style="list-style-type: none"> • >10 %
 SOURCING	<ul style="list-style-type: none"> • 100 % unserer Hauptlieferanten (80 % des Einkaufsvolumens) nach Nachhaltigkeitskriterien bewertet 	<ul style="list-style-type: none"> • 100 %
	<ul style="list-style-type: none"> • 100 % Rückverfolgbarkeit strategischer Rohstoffe 	<ul style="list-style-type: none"> • 100 %
	<ul style="list-style-type: none"> • 60 % primäre und 80 % sekundäre Palmölderivate aus zertifiziert nachhaltigen Quellen 	<ul style="list-style-type: none"> • 100 %
 CARE	<ul style="list-style-type: none"> • 24 % Frauenquote erste Führungsebene 	<ul style="list-style-type: none"> • 25 %
	<ul style="list-style-type: none"> • 41 % Frauenquote zweite Führungsebene 	<ul style="list-style-type: none"> • 42 %
	<ul style="list-style-type: none"> • 4,3 MAQ³ Unfallhäufigkeit 	<ul style="list-style-type: none"> • MAQ < 2,5

**STARKE WURZELN, NEUE WEGE:
SYMRISE HAT 2019 SEINE BESTEHEN-
DEN STÄRKEN GENUTZT UND ZU-
GLEICH NEUE WEGE BESCHRITTEN.**

Unser Umsatz wuchs schneller als die relevanten Märkte. Wir gehören kontinuierlich zu den profitabelsten Unternehmen der Branche. Durch unsere hohe Innovationskraft haben wir unsere Marktposition

ausgebaut. Zugleich steigerten wir unsere Nachhaltigkeitsleistung.

Mit unseren fünf Zieldimensionen decken wir auch die Vorgaben für die nicht-finanzielle Unternehmensberichterstattung gemäß CSR-Richtlinie-Umsetzungsgesetz ab (siehe Kapitel Nachhaltigkeit & Verantwortung ab Seite 90 sowie <https://www.symrise.com/de/nachhaltigkeit>).

Unsere Ziele für das Jahr 2025 haben wir fest im Blick. In allen Bereichen unserer unternehmerischen Tätigkeit sind konkrete Maßnahmen hinterlegt, die wir konsequent umsetzen. Symrise will auch im Jahr 2025 und darüber hinaus zu den weltweit erfolgreichsten Herstellern von Duft-, Geschmacks- und Lebensmittelinhaltsstoffen zählen.

ZIELE 2025

ANMERKUNGEN

<ul style="list-style-type: none"> • 5–7% CAGR 	<ul style="list-style-type: none"> • Wir wollen schneller wachsen als der Markt insgesamt. So gewinnen wir Marktanteile hinzu und vergrößern den Abstand zu kleineren Wettbewerbern
<ul style="list-style-type: none"> • 20–23% 	<ul style="list-style-type: none"> • Wir verbessern unsere Profitabilität durch kontinuierliche Effizienzsteigerungen und Optimierung des Produktmix
<ul style="list-style-type: none"> • > 50% 	<ul style="list-style-type: none"> • Wir wollen an dem dynamischen Wachstum in den Schwellenländern teilhaben
<ul style="list-style-type: none"> • Unser Ziel für 2020, die Treibhausgas-Emissionen um 33% zu reduzieren, haben wir vorzeitig erreicht. Nun wollen wir die Öko-Effizienz der Emissionen bis 2025 um mehr als 60% steigern 	<ul style="list-style-type: none"> • Bis 2030 wollen wir klimapositiv sein (vgl. auch Seite 20)
<ul style="list-style-type: none"> • Erhöhung Effizienz des Chemischen Sauerstoffbedarfs im Abwasser um jährlich 4% bis 2025 bzw. um insgesamt 60% bezogen auf das Basisjahr 2010 	<ul style="list-style-type: none"> • Wir steigern die Ausbeute unserer Produkte, indem wir unsere Prozesse auf nachhaltige Verfahren umstellen
<ul style="list-style-type: none"> • Erhöhung Effizienz der Sensitiven Abfälle um jährlich 4% bis 2025 bzw. um insgesamt 60% bezogen auf das Basisjahr 2010 	
<ul style="list-style-type: none"> • Erhöhung Effizienz des Wasserverbrauchs aller Produktionsstätten in wasserarmen Regionen um 15% (2018–2025) 	<ul style="list-style-type: none"> • Wir steigern kontinuierlich die Effizienz unseres Wasserverbrauchs, indem wir wassersparende Technologien einsetzen und das Bewusstsein für einen geringeren Verbrauch im Unternehmen schärfen
<ul style="list-style-type: none"> • Erhöhung des Anteils an weltweit benötigtem Strom aus erneuerbaren Quellen auf 100% 	<ul style="list-style-type: none"> • Wir investieren kontinuierlich in die Steigerung unserer Energieeffizienz und in erneuerbare Energien
<ul style="list-style-type: none"> • > 12% 	<ul style="list-style-type: none"> • Vernetzung der breit gefächerten Kompetenzfelder Nutrition (Diana), Flavor sowie Scent & Care
<ul style="list-style-type: none"> • 100% (90% des Einkaufsvolumens) 	<ul style="list-style-type: none"> • Erhöhung des einbezogenen Einkaufsvolumens von 80% (2020) auf 90% (2025)
	<ul style="list-style-type: none"> • entfällt als Ziel 2025, da 2019 vorzeitig erfüllt
	<ul style="list-style-type: none"> • entfällt als Ziel 2025, da 2020 voraussichtlich erfüllt. Auf Kundenwunsch sind schon sehr viele Rezepturen auf palmölfreie Qualitäten umgestellt
<ul style="list-style-type: none"> • 100% nachhaltiger Bezug von strategischen Agro- und Aquakultur-Rohstoffen 	<ul style="list-style-type: none"> • Wir streben Nachhaltigkeit in der Lieferkette an, indem wir unsere Rückwärtsintegration weiter stärken
<ul style="list-style-type: none"> • 25% 	<ul style="list-style-type: none"> • Wir setzen auf eine starke Führung mit vielfältigen Qualitäten und bieten Frauen gute Aufstiegsmöglichkeiten
<ul style="list-style-type: none"> • 40% 	<ul style="list-style-type: none"> • Wir fördern die Karriereentwicklung von Frauen und schaffen Freiraum für die Vereinbarkeit von Beruf und Familie
<ul style="list-style-type: none"> • Branchenführende Arbeitssicherheit: MAQ < 1,5 	<ul style="list-style-type: none"> • Kontinuierliche Umsetzung einer Null-Unfall-Kultur durch unternehmensweite Initiativen und Schulungen

1 Alle Werte bezogen auf die Wertschöpfung

2 Bezogen auf die Markteinführung in den vergangenen drei Jahren

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

Unsere Highlights 2019

02

ERFOLGREICHE KAPITALERHÖHUNG

Zur Teilfinanzierung der Übernahme der US-Unternehmen ADF/IDF führt Symrise eine Kapitalerhöhung um 5.614.036 Stück Aktien durch, die in kürzester Zeit zu einem Ausgabepreis von 71,25 € je Aktie von institutionellen Investoren gezeichnet werden. Der Bruttoerlös beläuft sich auf 400 Mio. €, die neuen Aktien sind schon für das Jahr 2018 dividendenberechtigt.

135.426.610

Aktien mit einem rechnerischen Wert von jeweils 1 € bilden das Grundkapital der Symrise AG

PCHi FOUNTAIN AWARD

Auf der bedeutenden Branchenmesse Personal Care und Homecare Ingredients PCHi im chinesischen Guangzhou standen Ende Februar 2019 natürliche Kosmetikrohstoffe im Fokus. Nur wenige Monate nach Markteinführung gewann hier der kosmetische Inhaltsstoff **Hydrolite® 5 green** von Symrise den PCHi Fountain Award in der Kategorie „Actives Moisturizing & Hydrating“. Dieser multifunktionale kosmetische Inhaltsstoff wird aus einem nachwachsenden Rohstoff – einem Seitenstrom der Zuckerproduktion aus Zuckerrohr – hergestellt. Er versorgt die Haut mit Feuchtigkeit, verstärkt die Wirksamkeit anderer Inhaltsstoffe und verbessert zudem sowohl Aussehen und Konsistenz als auch den Schutz des Produkts selbst.



05

FINANZIERUNG ZU SEHR ATTRAKTIVEN KONDITIONEN

Symrise begibt eine Anleihe über 500 Mio. € mit einem Kupon von 1,25 % und einer Laufzeit von 6,5 Jahren. Die Emission war mehrfach überzeichnet, was zusammen mit dem günstigen Zinssatz das hohe Vertrauen der Investoren in Strategie und Finanzkraft des Konzerns zum Ausdruck bringt.



VERSTÄRKUNG IM BEREICH BIOTECH

Symrise übernimmt das italienische Biotech-Unternehmen Cutech in Padua. Es ist auf spezielle präklinische Screening-Dienstleistungen spezialisiert, die auf innovativen proprietären ex vivo-Modellen für Haut, Talgdrüsen und Haare basieren. Darüber hinaus bietet Cutech ein Portfolio von patentierten natürlichen Inhaltsstoffen wie Mikroalgen, die die Produktlinien von Symrise hervorragend ergänzen. Die Übernahme erweitert das Know-how von Symrise bei der Wirksamkeitsprüfung kosmetischer Inhaltsstoffe und eröffnet neue Möglichkeiten für die Zusammenarbeit mit wissenschaftlichen Partnern. Zudem beschleunigt sie die Markteinführung neuer aktiver Wirkstoffe.

06

**VIELFALT MACHT STARK**

Symrise Brasilien führte im zweiten Halbjahr 2019 ein Diversity-Programm für Mitarbeiter durch, um das Element von Vielfalt und Inklusion in der Unternehmenskultur weiter zu stärken. Den Anfang machte im Juni eine Wahrnehmungsumfrage, an der drei Viertel der Mitarbeiter teilnahmen. Es folgten zahlreiche Aktivitäten zu verschiedenen Aspekten der Diversität wie beispielsweise zur Situation dunkelhäutiger Frauen oder der eingeborenen Bevölkerung. Ziel ist die Erarbeitung eines Leitfadens und Regelwerks zur Diversität.

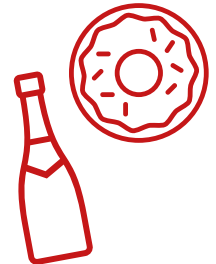
SAFETY EXCELLENCE AWARD

Arbeitssicherheit ist für Symrise von allerhöchster Bedeutung. Umso größer ist unsere Freude, dass Symrise Nordamerika im Juni 2019 von der auf Arbeitsunfälle spezialisierten Versicherung The Memic Group mit dem **Safety Excellence Award** für die hervorragende Arbeitssicherheit an den 18 Standorten der Region ausgezeichnet wurde. Symrise erhielt in allen fünf Kategorien des Wettbewerbs hervorragende Bewertungen: Verletzungsquote, Sachschadenquote, Unterstützung durch das Management, Sicherheitsprogramme und Unternehmenskultur.

07

SYMRISE WÄCHST IN RUSSLAND

Symrise erweitert Kapazität und Produktpalette in Russland durch die Errichtung einer Produktionslinie für flüssige Geschmacksstoffe. Russische Kunden erhalten künftig regional produzierte Geschmacksstoffe für Süßwaren, Milchprodukte und Getränke. Die Kapazität der Anlage beläuft sich auf rund 1.800 Tonnen im Jahr.



08

RAUM FÜR FORSCHERGEIST

In Holzminden nimmt ein weiteres Labor für kosmetische Inhaltsstoffe den Betrieb auf. In dem neuen Labor will Symrise das Zusammenspiel von Inhaltsstoffen in Formulierungen gründlich erforschen und neue Eigenschaften identifizieren. Auch die Markteinführung neuer Produkte wird beschleunigt. Das Labor wird sowohl kundenspezifische Projekte als auch die Entwicklung neuer innovativer Materialien für den Einsatz in Kosmetika fördern.

09

BIODIVERSITÄT AKTIV SCHÜTZEN

Gemeinsam mit 17 anderen international tätigen Unternehmen gründet Symrise das Bündnis „One Planet Business for Biodiversity“ (OP2B). Die Partner verpflichten sich, gemeinsam umweltschonende landwirtschaftliche Methoden zu entwickeln und ihre Wertschöpfung so zu verändern, dass die Biodiversität als Grundlage für ein stabiles Agrarsystem in Zeiten globalen Wandels erhalten bleibt. Die Entwicklung regenerativer Anbaumethoden zum Schutz von Böden, eine vielfältigere Sortimentsgestaltung der Nahrungsmittelhersteller zur Förderung bedrohter Nutzpflanzenvarietäten und die Erarbeitung von Strategien zum Erhalt und zur Wiederherstellung bedrohter Ökosysteme stehen im Fokus der Initiative. Diese drei Ziele will das Bündnis bis 2030 erreichen.



ERSTMALS ANWENDUNGLABORE IN NIGERIA

Symrise richtet eigene Anwendungslabore in Nigeria ein, um das Verständnis für die Vorlieben und Bedürfnisse der Menschen vor Ort zu vertiefen und – wo möglich – lokale Rohstoffe zum Einsatz zu bringen. Künftig werden Symrise Experten im Markt für den Markt an Geschmackslösungen für unterschiedliche Anwendungsbereiche arbeiten, insbesondere für Getränke, Süßigkeiten und würzige Lebensmittel, sowie an Inhaltsstoffen für Kosmetika und Düfte. Unser Ziel: Kundenwünsche und Marktanforderungen lokal und effizient in die Produktentwicklung einbeziehen.

10

WELTWEIT NACHHALTIG ERZEUGTER STROM

Symrise tritt der globalen Initiative RE100 bei. Damit verpflichten wir uns, bis 2025 den von uns weltweit benötigten Strom vollständig aus erneuerbaren Quellen zu beziehen. RE100 ist eine globale Initiative von mehr als 190 großen und namhaften Unternehmen aus unterschiedlichen Branchen. Symrise betreibt in mehr als 40 Ländern Produktionsanlagen, Entwicklungszentren, Labore und Büros. Der Energieverbrauch unseres Unternehmens lag 2019 bei 5.590 Terajoule. Mit der Mitgliedschaft bei RE100 und der Umsetzung der Ziele dieser Initiative leistet Symrise einen wesentlichen Beitrag zum Klimaschutz, der sich als weiterer Baustein in unsere bereits langjährig verfolgte und mehrdimensionale Nachhaltigkeitsstrategie einfügt.

SYMRISE INVESTIERT IN INDONESIA

Mit einer Bevölkerung von über 264 Millionen Einwohnern ist Indonesien ein wichtiger Absatzmarkt in Südostasien, aber auch eine Quelle vielfältiger natürlicher Rohstoffe wie Patschuli oder Nelken. Symrise investiert insgesamt rund 3 Mio. € in die Erweiterung des Innovationszentrums in der indonesischen Hauptstadt Jakarta und unterstreicht damit die Bedeutung und das große Potenzial dieses Schlüsselmarkts. In der modernen Einrichtung entwickelt Symrise kreative Lösungen für Düfte, Kosmetika, Lebensmittel und Getränke.

3 Mio. €

hat Symrise in die Erweiterung des Innovationszentrums in der indonesischen Hauptstadt Jakarta investiert.

11

NEUES KREATIVZENTRUM IN ÄGYPTEN

Symrise baut seinen Standort in Kairo aus, der uns Nähe zu den Kunden und Märkten in Afrika und im Nahen Osten bietet. Neue Entwicklungs- und Anwendungslabore für die Kategorien Getränke, Süßwaren, Milchprodukte, Kulinarik und Snacks sind mit modernster Technik ausgestattet. Das Kreativzentrum ermöglicht die Entwicklung maßgeschneiderter Produkte und Anwendungen sowie die Anpassung bestehender Erzeugnisse für die regionalen Märkte. So können wir unser Geschäft noch besser auf unsere Kunden ausrichten.



VERTIEFTE ZUSAMMENARBEIT MIT SCHLÜSSELKUNDEN

Mit der Einrichtung eines Innovationslabors direkt am Standort eines Schlüsselkunden – im Unilever Foods Innovation Center – geht Symrise neue Wege bei der Produktentwicklung. Hinzu kommt eine enge Zusammenarbeit mit der Forschungseinrichtung Wageningen University & Research, die ebenfalls auf dem Food-Campus im niederländischen Wageningen angesiedelt ist. Der Wissensaustausch mit Kunden und der Wissenschaft an einem gemeinsamen Standort soll sich zu einem Erfolgsmodell entwickeln. Mit diesem integrierten Ansatz können sich die Unternehmen optimal verzahnen und gemeinsam kreativ und effizient neue Produkte entwickeln, unterstützt von der wissenschaftlichen Expertise hervorragender Lebensmittelforscher.

UNTER DEN BESTEN CEOS DER WELT

Jährlich erstellt die US-Zeitschrift Harvard Business Manager auf Grundlage von Analysen der französischen Wirtschaftshochschule INSEAD und zweier ESG-Forschungseinrichtungen eine Rangliste der weltweit besten CEOs. Fünf deutsche Manager finden sich 2019 auf dieser Liste der Top-100 – darunter Dr. Heinz-Jürgen Bertram, der CEO von Symrise, auf Platz 35. Neben finanzwirtschaftlichen Kennzahlen werden bei der Bewertung auch zunehmend Indikatoren für die Nachhaltigkeitsleistung der Unternehmen herangezogen. Symrise ist in beiden Bereichen stark.

12

KLIMASCHUTZ UND ENTWICKLUNG

Klimapolitik ist eng mit Entwicklungspolitik verknüpft, weil die Menschen in den Entwicklungs- und Schwellenländern besonders unter den Folgen des Klimawandels leiden. Aus diesem Grund hat das Bundesministerium für wirtschaftliche Zusammenarbeit und Entwicklung (BMZ) im Herbst 2018 eine Allianz für Entwicklung und Klima gegründet. Die Aktivitäten der Bündnispartner – ganz überwiegend Unternehmen und Verbände des Privatsektors – sind freiwillig, gehen über bestehende CO₂-Minderungspflichten hinaus und erfolgen über Mitwirkung an qualitativ hochwertigen Projekten in Entwicklungs- und Schwellenländern im Sinne der UN-Nachhaltigkeitsagenda 2030. Symrise ist dieser Allianz beigetreten, weil die Verbindung von Klimaschutz- und Entwicklungszielen überzeugt.





Magazin

Unsere Geschichten sind so vielfältig wie die Welt von Symrise: Von Südafrika über Indonesien bis nach England, von der nachhaltigen Rohstoffbeschaffung bis zur Künstlichen Intelligenz. Wir zeigen detailreich und spannend, wie Symrise wirtschaftlichen Erfolg und verantwortliches Handeln in Einklang bringt.

- 30 Interview mit Dr. Bertram
- 37 The perfect fit
- 38 Die bittersüße Alleskönnerin
- 46 Chancen säen
- 48 Erfolgsstory Hanf
- 50 Second life
- 52 Kleine Blüte – große Wirkung
- 64 Prädikat: wertvoll
- 68 Interview mit Dr. Natzel
- 72 Ökologisch optimiert
- 76 Der Lösung auf der Spur
- 80 Partner mit Geschmack
- 86 Düfte aus Big Data

Starke Wurzeln, neue Wege



Die Basis ist gelegt. Nun kann Symrise seine Ressourcen und Kompetenzen immer wieder neu kombinieren, um erfolgreich und nachhaltig zugleich am Markt zu agieren. Nach einem erfolgreichen Geschäftsjahr 2019, in dem Symrise zum 14. Mal in Folge gewachsen ist, blickt Dr. Heinz-Jürgen Bertram deswegen erwartungsvoll in die Zukunft. Der Vorstandsvorsitzende von Symrise ist sicher: Sie hält spannende und innovative Projekte bereit, die das Unternehmen weiter nach vorne bringen werden.

Herr Dr. Bertram, „Starke Wurzeln, neue Wege“ lautet das Motto dieses Unternehmensberichts. Was bedeutet das für Symrise?

In unserer DNA ist es angelegt, innovativ zu sein, aus der eigenen Welt auszubrechen und Neues zu erobern – das haben schon unsere Vorgänger vor fast 150 Jahren gemacht. Wir führen das fort, wachsen mit Verstand, bauen auf unsere Kompetenzen auf und erschließen uns gleichzeitig neue Geschäftsfelder und Technologien. Das heißt, wir suchen immer nach Schritten, die wir auf Grundlage unseres Fundaments und unserer angestammten Stärken machen können und die uns weiterbringen. Wir sind nicht umsonst die Mitbegründer unserer Industrie – und diese lange Geschichte wollen wir auch weiterhin dynamisch gestalten.

Blicken wir einmal kurz auf die Zahlen: Hat der Ansatz funktioniert?

Wir haben wieder unsere Ziele erreicht, indem wir mit 3.408 Mio. € einen Umsatzrekord erzielt haben. Viel wichtiger noch: Mit einem EBITDA(N) von 707 Mio. € und einer Umsatzrendite von 20,8% zeigen wir, dass wir ein sehr gesundes Unternehmen sind. Gleichzeitig belegt die durchschnittliche jährliche Wachstumsrate unseres Umsatzes seit dem Börsengang 2006, die bei gut 8% liegt, dass wir schneller als der Wettbewerb wachsen und dass unsere Entscheidungen sich als richtig erweisen. Der Markt liegt im Schnitt bei nur 3 bis 4% – und diese Prozentpunkte stellen einen großen Unterschied dar.

3.408

Mio. € Umsatzrekord 2019



„Mittlerweile erzielen wir ein Drittel unserer Umsätze außerhalb der angestammten Geschäftsfelder. Man muss ganz klar sagen: Nur mit Aromen und Düften kann man in unserer Industrie auf Dauer nicht erfolgreich sein.“

Was machen Sie anders als andere Unternehmen?

Schon vor Jahren haben wir damit angefangen, unser Portfolio zu diversifizieren – als eine von drei Säulen unserer Langfriststrategie neben Wachstum und Effizienz. Wir haben unser klassisches Aromen- und Duftgeschäft, das für unsere DNA steht, um verwandte Felder erweitert. Diese bieten uns ganz neue Märkte und verbreitern unsere Angebotspalette. Das beginnt bei der Identifikation und der Beschaffung neuer Rohstoffe und der immer stärker vernetzten Forschung und Entwicklung zwischen unseren Geschäftsbereichen, geht über die Auslastung der Produktionsanlagen und endet noch lange nicht beim Marketing und Vertrieb. Mittlerweile erzielen wir ein Drittel unserer Umsätze außerhalb der angestammten Geschäftsfelder. Man muss ganz klar sagen: Nur mit Aromen und Düften kann man in unserer Industrie auf Dauer nicht mehr erfolgreich sein.

Das Wachstum, das diese Entwicklung vorantreibt, ist eine weitere Säule Ihrer Strategie.

Wie sind Sie vorgegangen, damit es gesund und auch nachhaltig ist?

In den vergangenen elf Jahren haben wir unseren Umsatz von 1,3 Mrd. € (2008) auf 3,4 Mrd. € (2019) gesteigert. Dafür haben wir drei Hebel genutzt. Wir sind erstens im Schnitt zwischen 5 und 6% organisch gewachsen, 1 bis 2% durch die genannten Veränderungen in unserem Geschäftsmodell oder auch durch Kapazitätserweiterungen und 1 bis 3% durch ausgewählte Akquisitionen.

Kann es dabei nicht passieren, dass man seine Wurzeln vergisst?

Das kann es, aber wir achten sehr darauf, dass das nicht passiert. Wir haben eine Vision, mit der wir ein neues Rollenmodell für unsere Industrie geprägt haben. Durch viele Projekte bei der Rückwärtsintegration von Rohstoffen – hier im Unternehmensbericht ist zum Beispiel unser Engagement in Südafrika oder Indonesien beschrieben – gehen wir genau dorthin, wo alles beginnt: Zu den Bauern, mit denen wir an immer mehr Stellen eng zusammenarbeiten, um nachhaltige Wege in der Rohstoffversorgung zu finden. Die Menschen profitieren genauso davon wie die Umwelt oder

707

Mio. €
EBITDA(N) 2019

wir, weil wir rückverfolgbare, qualitativ hochwertige Naturstoffe bekommen. Das war gerade im vergangenen Jahr besonders wichtig, in dem es an vielen Stellen Engpässe gab. Ein weiteres Beispiel dafür ist unser Engagement in den USA, wo wir mit der im Jahr 2017 übernommenen Pinova nachwachsende Rohstoffe aus der Natur für die Duftstoffherstellung nutzen.

Die Orientierung an die Ursprungsorte ist aber nicht alles, oder?

Nein, wir schaffen für unsere Kunden zum Beispiel auch große Vorteile in unserer Forschung und Entwicklung. Oft arbeiten wir gemeinsam an Projekten, die sehr passgenau entwickelt werden. Unser Ziel dabei ist, dass wir die entscheidenden Zutaten für Produkte für die ganze Familie liefern, die die Menschen Tag und Nacht begleiten. Dafür haben wir unser Portfolio stark erweitert und so auch neue Wachstumskanäle eröffnet. Nun wollen wir die Früchte dieser Arbeit ernten und gleichzeitig, um im Bild zu bleiben, die Felder für die Zukunft neu bestellen.

Wenn wir die Veränderungen im Konzern betrachten: Wie entscheiden Sie sich dafür, welche neuen Wege Sie gehen?

Alle unsere Geschäftsbereiche sollen einen Wertbeitrag liefern, der in der Summe unseren angestrebten Korridor bei der Umsatzrendite ermöglicht. Es gibt manche Geschäftsfelder, die sich eher im unteren Bereich bewegen und damit eine gute Basis legen. Andere überschreiten die Grenze nach oben, haben aber vielleicht – aktuell noch – geringe Umsätze. Schauen wir uns die letzte große Akquisition an, können wir sehr gut ablesen, warum wir uns dort engagiert haben: Das amerikanische Unternehmen ADF/IDF, das wir 2019 gekauft haben, produziert Ei- und Hühnerprodukte. Wir sehen immense Synergieeffekte etwa bei Marktzugängen oder beim Technologietransfer. Außerdem wird ADF/IDF von Anfang an positiv zum Umsatz und auch zum Gewinn beitragen. Wir werden deswegen weiterhin aktiv den Markt scannen, um nach weiteren sinnvollen Ergänzungen zu schauen. Dazu gehören insbesondere die Akquisitionen, die in unser Portfolio passen, zum Beispiel im Bereich Nutrition oder auch bei Duftstoffen.


Wie wichtig ist dabei das Thema Nachhaltigkeit für Symrise?

Es ist seit Jahren ein integraler Bestandteil unserer Strategie, weil wir nur so langfristig erfolgreich sein können und gleichzeitig natürlich die positiven Entwicklungen in der Welt mitbegleiten wollen. Die angesprochene Rückwärtsintegration und die damit verbundenen sozialen und ökologischen Effekte in den rohstoffreichen Ländern sind nur ein wichtiger Baustein dafür. Wir adressieren zudem auch alle Nachhaltigkeitsziele, die die Vereinten Nationen ausgesprochen haben. Auch beim Thema Klimaschutz wollen wir eine Vorreiterrolle einnehmen. So wollen wir ab dem Jahr 2030 klimapositiv wirtschaften. Abzulesen ist unser Erfolg zum Beispiel auch daran, dass wir in den Jahren 2012 und 2018 als erstes Großunternehmen überhaupt zwei Mal den Deutschen Nachhaltigkeitspreis gewinnen konnten.

Welche Trends haben Sie erkannt, die Sie in den kommenden Jahren mit vorantreiben wollen?

Wir schauen uns natürlich Megatrends wie die Urbanisierung, Digitalisierung oder den Wunsch nach natürlicher und gesunder Ernährung oder nachhaltigen Pflegeprodukten an und antworten darauf. Einige Beispiele, die wir auch hier im Unternehmensbericht näher beschreiben: Wir waren die ersten, die mit Hilfe von Künstlicher Intelligenz in Zusammenarbeit mit einem Kunden Parfüms bis zur Marktreife entwickelt haben. Wir setzen stark auf die Kreislaufwirtschaft, um keine Rohstoffe zu verschwenden, oder wir entwickeln mit Hilfe der Grünen Chemie Innovationen insbesondere auf der Prozessseite. Unser chemisch hergestelltes Menthol produzieren wir ohne Rückstände und nutzen dabei die Rohstoffe so effizient, bis sie verbraucht sind. Gleichzeitig gehen wir weiter zur Nutzung von erneuerbaren Rohstoffen aus der Natur über. Den Trend zur Natürlichkeit haben wir im Aromenbereich in unserem Code of Nature festgeschrieben: Mit der Plattform bieten wir unseren Kunden die bestmöglichen Lösungen, die den authentischen Geschmack der Natur in die Produkte überführen. Gleichzeitig beantworten wir die großen gesundheitlichen Herausforderungen, wie man zum Beispiel wohlschmeckende Produkte mit weniger Salz, Zucker oder Fett herstellen kann.



A photograph of a person wearing a white shirt, standing in a field of tall, green and yellow grass. The background shows a cloudy sky and a distant horizon. The text is overlaid on a light beige rectangular background.

„Nachhaltigkeit ist seit Jahren ein integraler Bestandteil unserer Strategie, weil wir nur so langfristig erfolgreich sein können und gleichzeitig natürlich die positiven Entwicklungen in der Welt mitbegleiten wollen.“

Schauen wir einmal auf die Absatzseite: Ihre eigene Zielvorgabe war es, jeweils zur Hälfte auf den etablierten bzw. wachsenden Märkten Ihr Geld zu verdienen.

Das haben wir noch nicht ganz erreicht, momentan überwiegen noch leicht die reifen Märkte, was auch daran liegt, dass unsere Akquisitionen meistens dort stattfinden – und damit auch die Umsätze in diesen Ländern naturgemäß stärker steigen. Aber wir arbeiten mit Hochdruck in den Schwellenländern, wo wir immer ähnlich vorgehen: Wir eröffnen Verkaufsbüros, bahnen Geschäfte an, versorgen diese mit Produkten aus Nachbarländern, bauen dann eigene Produktionen und erweitern die Kapazitäten immer dann, wenn es nötig ist. Um einmal die Bandbreite zu zeigen: In Asien haben wir eine Organisation in Vietnam aufgebaut. Dazu investieren wir weiter in Indien oder Indonesien, wo wir in Jakarta unser neues Forschungszentrum eröffnet haben, oder nehmen im zweiten Quartal in China für 50 Mio. € ein neues Werk in Betrieb. In Südamerika haben wir ein weiteres spannendes Beispiel: Für Diana Petfood errichten wir in Kolumbien eine Green Factory, in der alle benötigten Energieformen wie Strom, Dampf oder Wasser nach Nachhaltigkeitsgesichtspunkten eingesetzt werden.

Wie entwickelt sich dazu parallel die Kundenstruktur?

So, wie sie es soll: Wir haben ein gesundes Verhältnis von lokal, regional bis zu den global aktiven Kunden. Wir sind bei fast allen für uns wichtigen Markenfeldern als Zulieferer gelistet, wobei wir dabei darauf hinarbeiten, diese Kunden in möglichst vielen Segmenten beliefern zu können. Da spielen uns natürlich unser breites Portfolio und die vielfache Nutzung der Ausgangsmaterialien in die Karten.

Das Wachstum ist hoch, die Maßnahmen greifen, wo soll es hingehen?

Symrise wird dynamisch bleiben, mit einer weiterhin hohen Wachstumsrate, die wir allein organisch auf 5 bis 7% steigern wollen. Unsere Profitabilität soll ebenfalls wachsen, wir wollen durch den verbesserten Portfoliomix langfristig auf 20 bis 23% operative Marge kommen. Unsere Investitionen, die höher als der Industrieschnitt sind, wollen wir auf 4 bis 5% zurückführen. Unsere Zielvorgabe liegt dennoch hoch: Bis 2025 wollen wir unseren Umsatz von 2018 noch einmal verdoppeln und damit bei 5,5 bis 6 Mrd. € liegen.

„Bis 2025 wollen wir unseren Umsatz von 2018 noch einmal verdoppeln und damit bei 5,5 bis 6 Mrd. € liegen.“

THE PERFECT FIT



Mit dem Kauf des Unternehmens ADF/IDF hat Symrise sein Geschäft im Segment Nutrition ausgebaut. Die US-Amerikaner liefern einen robusten Beitrag zu Umsatz und Gewinn – und sie bieten Produkte auf Basis natürlicher Rohstoffe aus Hühnern und Eiern, die sich hervorragend mit den Angeboten von Symrise Nutrition kombinieren lassen.



Die Strategie ist klar formuliert: Symrise akquiriert andere Unternehmen nur dann, wenn sie erstens das Portfolio des Konzerns ergänzen oder erweitern und zweitens so gesund sind, dass sie direkt oder zumindest sehr schnell dabei helfen, die ehrgeizigen Umsatz- und vor allem Gewinnziele des Konzerns zu erreichen. Mit dem Kauf von ADF/IDF, den Symrise Ende 2019 abschloss, wurde diese Maßgabe voll erfüllt: Das US-amerikanische Unternehmen verstärkt das Angebot im Segment Nutrition und erzielt gleichzeitig bei einem Jahresumsatz von 220 Millionen US-Dollar eine EBITDA-Marge von rund 23 % in einem schnell wachsenden Markt. Symrise kauft den neuen Partner, dessen Name in Langform American Dehydrated Foods/International Dehydrated Foods lautet, für 900 Millionen US-Dollar. Finanziert wird das Geschäft durch Fremd- und Eigenkapital.

Mit Hauptsitz in Springfield, Missouri, entwickelt und produziert ADF/IDF Proteinspezialitäten, die auf Fleisch- und Ei-Produkten basieren. Die rund 470 Mitarbeiter bedienen so mehrere Märkte, für die sie die Synergien nutzen, die sich beim Verarbeiten der Rohstoffe ergeben. Im Fokus stehen Hühner und Eier, aus denen die Experten in den USA Bestandteile für Heimtierfutter und für Lebensmittel fertigen. Die Angebotspalette passt hervorragend zu den Produkten von Diana Food, Diana Pet Food, Diana Aqua und zur Ausrichtung von Symrise: ADF/IDF nutzt ausschließlich natürliche Rohstoffe, die nachhaltig verwendet werden. So entstehen schmackhafte und ernährungsphysiologische Lösungen aus nachhaltigen Quellen. Diese kann Symrise Herstellern von Lebensmitteln, Haustierfutter und Aquafood anbieten, die wiederum zu Gesundheit und Wohlbefinden von Verbrauchern beitragen können.

Die Kunden, die sich auf stabile Lieferketten verlassen können, waren beim Kauf sowieso ein wichtiger Faktor: Ein Argument für das Unternehmen, das 1978 gegründet wurde, war dessen starke Position im US-amerikanischen Markt. Symrise kann so seine globale Präsenz ausbauen. ADF/IDF profitiert hingegen von den breiten Ressourcen von Symrise rund um die Welt.



Die
bittersüße
Alles-
könnerin

Die Welt der Zitrusfrüchte ist so vielfältig wie ihre Nutzung in Speisen und Getränken, in Kosmetikartikeln, Haushaltsreinigern oder Parfüms. Orangen, Zitronen, Limetten, Mandarinen oder Bergamotten liefern Frische, Süße oder Bitterkeit, sind für das tragende Aroma und auch für den gewissen Geschmack oder Duft verantwortlich. Für Symrise wird die Grapefruit immer wichtiger. Auch wenn sie mengenmäßig einen der kleineren Anteile am Zitrusportfolio ausmacht, wächst dieser Anteil überproportional stark.

Eine Herausforderung an ihr ist allerdings, dass es in Florida – einem der wichtigsten Anbaugebiete – Probleme mit der Versorgung gibt. So haben Krankheiten wie das Citrus Greening und schwere Hurrikane ganze Ernten vernichtet. In den vergangenen Jahren hat sich so die Ernteleistung bei 10 bis 15 % der Menge eingependelt, die noch vor 20 Jahren erreicht wurde.

Deshalb hat sich Symrise nach Alternativen umgesehen und ist in Südafrika fündig geworden. In der Provinz KwaZulu-Natal kauft das Unternehmen hochqualitative Rohstoffe ein und fördert mit Projekten und einer engen Zusammenarbeit mit Zulieferern und Landwirten gleichzeitig eine nachhaltige Entwicklung in der Region.

„Wir haben weltweit alleine ungefähr 200 Grapefruit-Aromen und -Mischungen im Angebot, aus denen Hunderte von Produkten entstehen.“

Thelumusa Mkhonza,
Technical Managerin Symrise Südafrika



Thelumusa Mkhonza, Technical Managerin in der Getränkeentwicklung bei Symrise Südafrika, diskutiert mit Gysbert Potgieter, Technischer Leiter beim Fruchtproduzent Nkwaleni Processors, die Qualität der Früchte.

Grapefruits, so weit das Auge reicht. Stephan Räker ist beeindruckt, der Blick von einer Anhöhe im Nkwaleni-Tal zeigt, wie sehr sich die Region entwickelt hat. Das Tal liegt eine Stunde nördlich der Millionenstadt Durban an der Ostküste Südafrikas. „Vor zehn Jahren lag der Weltmarktanteil der Region bei Grapefruits nicht mal bei 10 %. Heute sind es 30 %“, sagt der Global Competence Director Citrus von Symrise. Räker evaluiert zusammen mit den verantwortlichen Einkäufern die Produzenten von Zitrusölen, -säften und -konzentrat auf allen Kontinenten, um die Produkte anschließend für den gesamten Symrise Konzern verfügbar zu machen. Hier, in der Provinz KwaZulu-Natal, macht er sich gemeinsam mit Thelumusa Mkhonza ein Bild von den Plantagen und den Produktionsanlagen. Auch die Technical Managerin in der Getränkeentwicklung bei Symrise Südafrika setzt auf den direkten Kontakt zu den Erzeugern, um die Rohstoffe und ihre Erzeugung besser kennenzulernen. „Das ist wichtig, weil wir so einen ganz anderen Bezug zu unseren Produkten bekommen“, sagt Thelumusa Mkhonza. „Wir haben weltweit alleine ungefähr 200 Grapefruit-Aromen und -Mischungen im Angebot, aus denen Hunderte von Produkten entstehen – zum Beispiel isotonische Sportdrinks, Bier-Mischgetränke, Limonaden oder aromatisierte Wasser.“ Im Nkwaleni-Tal interessiert die studierte Lebensmitteltechnologin vor allem die weiße Grapefruit-Sorte Marsh. Im Gegensatz zur pinken Variante, die zumeist in den Supermärkten weltweit erhältlich ist, schmeckt sie etwas bitterer und herber.

Die beiden Symrise Zitrusexperten besuchen die Intathakusa-Farm, wo die Arbeiter gerade mitten bei der Ernte sind. Es ist laut, die Pflücker unterhalten sich über die Baumreihen hinweg und füllen die weißen Säcke in kurzer Zeit. Thelumusa Mkhonza unterhält sich mit den Arbeitern über die Grapefruit. „Es ist sehr spannend, die Rohstoffe frisch von den Bäumen zu verkosten“, sagt sie, während sie eine reife Frucht pflückt, mit einem Messer in zwei Hälften schneidet und probiert. „Für uns ist die Qualität der Grapefruit sehr wichtig, weil diese auch den Geschmack bestimmt, der für uns entscheidend ist.“





G

Gemeinsam mit ihrem Mann Sibusio und den Mitarbeitern sorgt Smangele Gumedede für die hohe Qualität ihrer Produkte.

Die Farm ist dafür ein guter Partner. Sie wurde schon mehrfach als Betrieb des Jahres in der Region ausgezeichnet. Die Chefin, Smangele Gumedede, hat sogar einen Preis als beste weibliche Entrepreneurin gewonnen. Im Jahr 2007 startete sie gemeinsam mit ihrem Mann Sibusio das Unternehmen. Seitdem produzieren sie Zitrusfrüchte, Zuckerrohr und Gemüse und verkaufen es in alle Welt. „Für uns ist die größte Herausforderung das Klima“, sagt die 57-Jährige. Die Bäuerin wischt sich den Schweiß von der Stirn, die von einem breitkrepigen Hut beschattet wird. Es ist Mittag, und das Thermometer zeigt schon wieder um die 35 Grad Celsius. „Es hat in den letzten Jahren wenig geregnet, wir müssen deswegen auf künstliche Bewässerung zurückgreifen“, ergänzt ihr Mann, dessen Vater schon mit Ochsenkraft Felder bestellt hatte. Die beiden teilen sich die Arbeit: Er ist vor allem auf den Plantagen unterwegs, sie leitet die Firma vom Büro aus. Der Grapefruit-Anbau lohnt sich für sie und viele andere Farmer in der Umgebung, die schon von Zuckerrohr auf Zitrusfrüchte umgestellt haben. Die meisten Früchte, auch die der Gumedes, landen in den Supermärkten, zum Beispiel in Japan und Europa. Die Bauern sind aber auch froh, dass ihre Produkte, die sich für den Frischemarkt nicht eignen, alternativ in die Saftproduktion gehen können. „Das ist gut, weil wir damit nicht so abhängig von nur einem Abnehmer sind“, sagt Sibusio Gumedede.

Smangele Gumedede ist erfolgreiche Unternehmerin und baut seit 2007 Grapefruits an.



Wenn man die beiden zwischen den schnurgerade wachsenden Reihen ihrer Grapefruit-Bäume beobachtet, merkt man schnell, wie wichtig ihnen die Arbeit ist. Sie scherzen mit den Pflückern, die seit Jahren für sie tätig sind – zum Teil fest, zum Teil saisonal angestellt. Immer wieder suchen sich die Gumedes eine Frucht vom Baum, riechen an der Schale, testen den Geschmack. „Wir essen jeden Tag mindestens eine Grapefruit“, antwortet Smangele Gumedede auf die Frage, ob sie die Früchte überhaupt noch mag. Ihr ist das wichtig, sie identifiziert sich mit ihrer Arbeit und mit der Farm. „Die Geschäfte laufen gut, die Nachfrage steigt. Das macht uns sehr zufrieden.“

NACHWUCHSMANGEL ALS GROSSE HERAUSFORDERUNG

Für Gysbert Potgieter, der den Symrise Mitarbeitern die Farmen zeigt, stellt das Bauernpaar ein Paradebeispiel dar. „Man muss schon sehr genau wissen, was man tut, weil das Klima und die Böden hier einzigartig sind – und man braucht Geduld“, sagt der technische Leiter des Fruchtverarbeiters Nkwaleni Processors, der Symrise seit Jahren mit Zitrusfrucht-Konzentraten und -Ölen beliefert. Die Fabrik ist etwas Besonderes, sie gehört zur einen Hälfte unterschiedlichen Landwirten aus der Region, zur anderen Hälfte der Böcker Gruppe aus dem deutschen Buxtehude, die die Abläufe steuert.

Für Potgieter ist der Branchennachwuchs bei den Bauern eine große Herausforderung: Viele junge Leute wollen lieber in den Städten arbeiten, als die harte landwirtschaftliche Arbeit auf sich zu nehmen. (Mehr zur Generationenkluft in der Landwirtschaft auf Seite 46). „Die Zitrusindustrie lag hier am Boden. Zululand ist nicht die einfachste Region, um ein gutes Leben zu führen“, sagt Potgieter. „Wir haben eine sehr hohe Arbeitslosigkeit, die höchste Infektionsrate mit HIV und die meisten Familien sind von nur einem Geldverdiener abhängig. Der muss manchmal für ein Dutzend Familienmitglieder sorgen.“

Der intensive Grapefruit-Anbau stellt für ihn eine Chance dar, etwas Langfristiges zu schaffen. Er setzt dabei auf Menschen, die bisher gar nicht unbedingt an eine Farm gedacht haben. „Durch die gerade stattfindende Landreform in Südafrika können viele Menschen Grundstücke erhalten, auf denen sie etwas pflanzen können – so sind schon Hunderte von Hektar mit Grapefruit-Bäumen entstanden.“ Allerdings haben viele der Neubauern wenig Ahnung von den Methoden guter landwirtschaftlicher Praxis. „An dieser Stelle wollen wir helfen: mit Landwirtschafts-Know-how, mit Wissen über Regularien und Gesetze oder mit Vertriebsmöglichkeiten“, erklärt Potgieter. Das Unternehmen möchte dafür einen alten Hof, der der Böcker Group gehört, in eine Demonstrationsfarm umwandeln, parallel soll dort eine Trainingsakademie entstehen. In dieser können die Bauern von den Grundlagen des Farmings bis zum Marketing und Management alles lernen, was sie für die eigene Landwirtschaft benötigen.



Täglich werden bei Nkwaleni Processors tonnenweise frische Früchte angeliefert, die anschließend zu Saft und Ölen verarbeitet werden.

G

Gysbert Potgieter, Technischer Leiter des Fruchtverarbeiters Nkwaleni Processors, ist immer nah am Produkt.





A

Auf die Frische und die Qualität kommt es an.



Die per Lastwagen angelieferten Früchte...



werden unter den wachsamen Augen der Mitarbeiter abgeladen...



und direkt per Förderband in die Verarbeitung transportiert.

LEBENSGRUNDLAGEN DER DORFGEMEINSCHAFTEN VERBESSERN

An dem Akademie-Projekt beteiligt sich auch Symrise, das zudem Experten entsenden wird, die den Nachwuchsbauern die Endprodukte und die besonderen Anforderungen an die Rohstoffe erklären. „Wir wollen als starker Partner dabei helfen, die Lebensgrundlagen der Dorfgemeinschaften hier zu verbessern“, sagt Stephan Räker. „So können wir dafür sorgen, dass die Produkte eine gleichbleibende hohe Qualität aufweisen und wir verlässlich unsere natürlichen Rohstoffe einkaufen können.“ „Das Engagement von Symrise passt sehr gut zu uns“, sagt auch Gysbert Potgieter. „Wir teilen dieselben Ansichten, wenn es um Nachhaltigkeit geht.“

Auf dem Weg von den Plantagen zum Werk von Nkwaleni Processors hält der Manager immer wieder an, zeigt Thelumusa Mkhonza und Stephan Räker verlassene Plantagen, aber eben auch gut funktionierende Farmen. Als die Gruppe bei der Fabrik ankommt, stehen schon Lkw vor dem Tor. Während der Erntezeit kommen täglich von morgens bis abends die Bauern und bringen ihre Orangen, Zitronen und eben auch Grapefruits. „Wir überprüfen die Früchte direkt auf ihre Qualität und Frische. Wenn sie sofort nach der Ernte bei uns ankommen, sind sie noch schön fest und der Saftgehalt ist hoch“, sagt Gysbert Potgieter. „Mit jedem Tag reduziert sich dieser um 5 %.“

Mit seinen Gästen von Symrise eilt er durch die Produktion, zeigt, wie die Früchte vom Lastwagen in eine kleine Grube kullern und von dort direkt per Förderband in eine Waschanlage transportiert werden. Anschließend wird der Saft ausgepresst und per Hitze durch vier Verdampfungsschritte konzentriert. „Der Fruchtsaft hat danach nur noch ein Viertel des Gewichts. So müssen wir weniger Material durch die Welt schicken und reduzieren den CO₂-Ausstoß“, begründet Potgieter den Prozess. An einer anderen Stelle der kleinen Fabrik wird das Öl aus den Schalen in einer Zentrifuge gewonnen.

SYMTRAP®-TECHNOLOGIE SORGT FÜR NACHHALTIGE NUTZUNG

Am letzten Schritt in der Verarbeitung ist Symrise wiederum direkt beteiligt. Das Wasser, das beim Konzentrationsprozess übrig bleibt, trägt einen großen Teil des Aromas mit sich. Um dieses zu nutzen, hat das Unternehmen die in Holzminden entwickelte SymTrap® Technologie installiert – übrigens als erste Anlage in ganz Afrika. Mit ihr werden die Geschmacksstoffe aus den sogenannten Wasserphasen, also den wässrigen Bestandteilen des Saftes, gewonnen. „Ein wichtiger Nebeneffekt ist, dass wir das so gereinigte Wasser danach wieder als Brauchwasser nutzen können, um die Früchte zu waschen“, sagt Gysbert Potgieter. „Das ist gut für die Umwelt und spart uns zudem Entsorgungskosten.“

Für Stephan Räker ist die enge Zusammenarbeit mit Nkwaleni Processors wichtig. „Wir müssen uns immer darauf verlassen können, dass Anbau, Ernte und Verarbeitung unseren Standards entsprechen.“ Das wird auch von außen überprüft: Der Lieferant stellt sich zum Beispiel regelmäßig den Audits der unabhängigen Sustainability Initiative of South Africa (SIZA), deren Richtlinien denen der internationalen SAI Plattform entsprechen. Die tiefgehenden Diskussionen, die zur gesamten Prozesskette zu führen sind, funktionieren am besten in einer engen Partnerschaft, macht Räker klar. Dazu gehören auch großes Vertrauen und Verlässlichkeit. Symrise nimmt zum Beispiel einen Großteil der Öle ab, die Nkwaleni Processors produzieren – im Gegenzug wird das Unternehmen in die Produktentwicklung bei dem südafrikanischen Verarbeiter, aber auch bei der Landwirtschaft eng eingebunden.

Die direkte Verknüpfung mit den Bauern über deren Anteile an der Fabrik ist für Potgieter ein großer Vorteil. „Das führt dazu, dass wir immer genügend Rohstoffe und die Farmer gleichzeitig ein starkes Mitspracherecht haben, wenn es um unsere Entscheidungen geht.“ Der kurze Draht sorgt dafür, dass die Spezifikationen genauer eingehalten werden können, weil zum Beispiel die Menge der Bewässerung oder die Erntezeitpunkte besprochen werden. Damit kann Symrise spezifische Kundenanforderungen genau erfüllen. „Langfristig können wir auch unseren Bedarf an bestimmten Fruchtsorten oder Qualitäten mitbeeinflussen“, sagt Räker. „Dadurch haben wir viel mehr Flexibilität, unsere natürlichen Rohstoffe hochqualitativ und nachhaltig in unser Portfolio zu integrieren.“

„Wir müssen uns immer darauf verlassen können, dass Anbau, Ernte und Verarbeitung unseren Standards entsprechen.“

Stephan Räker,
Global Competence Director Citrus von Symrise

**MEHR ZU DIESEM
THEMA UNTER:**



CITRUS.SYMRISE.COM





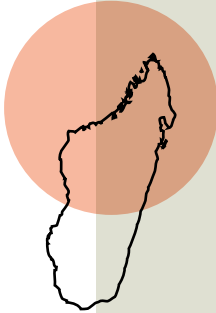
Die Grapefruit ist ein Hybrid aus einer süßen Orange und einer Pampelmuse. Sie vereint Fruchtigkeit mit leichter Bitterkeit, was den Geschmack der beliebten Frühstücksfrucht so besonders macht. Sie ist reich an Vitamin C und antioxidanten Substanzen. Ihr Name stammt daher, dass die Früchte wie Trauben in einer Art Dolde zusammen am Baum hängen.

Hauptanbaugebiete sind China und die USA. In Südafrika werden mehrere Sorten geerntet, von den weißen Sorten Marsh und Duncan bis zu den roten Star Ruby und Red Ruby. Manche der Plantagen stammen schon aus den 1970er Jahren und produzieren immer noch einmal pro Jahr Früchte. Neupflanzungen benötigen fünf bis acht Jahre bis zur ersten kommerziellen Ernte. Dabei ist es momentan nicht einfach, überhaupt Setzlinge zu bekommen, für die es lange Wartezeiten gibt.

Chancen säen

Mit Landwirtschaft den Lebensunterhalt zu verdienen, ist in vielen Regionen der Welt ein hartes Brot. Auch deswegen fehlen weltweit junge Menschen, die die Farmen ihrer Eltern weiterführen wollen. Oft ziehen die potenziellen Nachwuchskräfte in die Metropolen und kleineren Städte und suchen sich dort andere Jobs. Gerade in wenig entwickelten Volkswirtschaften wird das zum großen Problem: Die Bevölkerung in den landwirtschaftlich geprägten Dörfern schwindet und damit auch das Know-how, das von einer Generation zur nächsten weitergegeben wird. In den vergangenen Jahren hat sich die Entwicklung verschärft, weshalb zahlreiche Programme gestartet wurden, um neue Kräfte zu gewinnen. „In Wertschöpfungsketten, wo Symrise einen bedeutsamen Beitrag leisten kann, setzen wir uns für den Wissenstransfer zwischen den Generationen ein“, stellt Heinrich Schaper, Vorstand Flavor, die Bedeutung des Engagements heraus. „Damit schaffen wir neue Chancen für die Landwirtschaft, die uns wiederum Zugang zu natürlichen und hochwertigen Produkten bringt.“ Neben der geplanten Akademie in der Grapefruit-Provinz KwaZulu-Natal in Südafrika (Seite 42) verdeutlichen das weitere Initiativen, zum Beispiel in Madagaskar, Brasilien, Indien und auf den Philippinen.

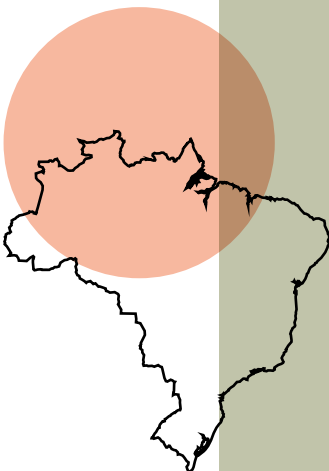
Madagaskar



Am Anfang stand die Idee, die Produktivität und die Qualität zu verbessern. Daraus entstand eine umfassende Nachhaltigkeitsinitiative, die ganz aktuell mit einem gemeinsamen Projekt mit der Deutschen Gesellschaft für Internationale Zusammenarbeit (GIZ), Unilever, Save The Children und Kellogg's weitergeführt wird, bei dem junge Menschen im Fokus stehen. Die Rückwärtsintegration der Vanille in die Symrise Wertschöpfungskette hat sich in Madagaskar zu einem sozialen Engagement entwickelt, das in der Welt der nachhaltigen Entwicklungsarbeit einzigartig ist. Grundsätzlich geht es darum, hochqualitative Schoten zu erwerben, die rückverfolgbar und ökologisch angebaut sind, um damit die Kundenwünsche bestmöglich erfüllen zu können. In der SAVA-Region im Norden des Inselstaats hat Symrise aber gleichzeitig auch die Landwirtschaft auf eine neue Stufe gehoben.

Das Unternehmen hat die Lebensbedingungen der Bauern verbessert, indem es zum Beispiel die Gesundheitsversorgung ausgebaut hat. Viele weitere Maßnahmen sorgen dafür, dass rund 8.000 Farmer in 75 Dorfgemeinschaften ihren Job besser machen können. So zieht die Branche immer mehr junge Arbeitskräfte an. Symrise zeigt mit Demonstrationsfeldern und an speziellen Schulen nachhaltige landwirtschaftliche Praktiken, unterstützt 12.000 Schüler in der Region, aus der 80% der Vanille-Ernte weltweit kommen, bei der Grundlagenbildung und 75 Grundschulen sowie eine große Anzahl von Lehrern. Ein weiterer wichtiger Punkt: Durch Coaching, aber auch das Bereitstellen von Setzlingen etwa für Nelken, Ingwer oder Vetiver können die Landwirte ihr Einkommen diversifizieren. Diese Erfahrungen bringt Symrise nun gemeinsam mit der GIZ und Unternehmenspartnern in weitere Projekte ein: nicht nur in Madagaskar, sondern zum Beispiel auch in Indien oder auf den Philippinen. So werden mehr als 31.000 Farmer mit einem rund 40-prozentigen Anteil von Frauen und jungen Menschen fit für die Zukunft gemacht.

Brasilien



Es gibt kaum eine Region auf der Welt mit einer solch hohen Biodiversität wie das Amazonas-Gebiet in Brasilien. Gleichzeitig ist diese Vielfalt, die für das Weltklima und für das Leben der Menschen im Regenwald so wichtig ist, in Gefahr. Um eine positive Entwicklung mit anzuschieben, hat sich Symrise im Jahr 2015 in Benevides, einer Stadt im Bundesstaat Pará, angesiedelt. Das Unternehmen hat auf diese Weise Arbeitsplätze geschaffen und gleichzeitig die Nachfrage für nachhaltig produziertes Gemüse und Obst für die lokalen Produzenten erhöht. Mittlerweile profitieren mehr als 2.000 Familien davon.

Auf diese Weise fördert Symrise eine gesamte Branche, die auch in dieser Region mit immer schlechteren Arbeitsverhältnissen kämpft. Bei dem sozio-biodiversen Ansatz, der Natur und Menschen gleichzeitig unterstützt, arbeitet das Unternehmen mit der Deutschen Gesellschaft für Internationale Zusammenarbeit (GIZ) und dem größten brasilianischen Naturkosmetikkonzern Natura Cosméticos zusammen. Gemeinsam schaffen die Partner ein System, das mehr Jobs für die Einheimischen und eine ökologische und vor allem auch faire Nutzung der natürlichen Ressourcen bietet. In Zahlen sieht das so aus: Im September 2020 sollen 80% der beteiligten 14 Genossenschaften von der UEBT (Union for Ethical BioTrade) zertifiziert sein, das durchschnittliche Einkommen aller Kooperativen wird um 20% steigen.



Für Symrise ist Hanf ein spannender Rohstoff.



Erfolgsstory Hanf

Für den amerikanischen Kosmetikhersteller Kiehl's, der zum L'Oréal Konzern gehört, hat Symrise im August 2019 einen „Hanftag“ organisiert. Das Event, das sich vor allem an Lifestyle- und Kosmetikblogger richtete, vermittelte allerdings nicht nur die Markenbotschaft des Kunden aus den USA. Es zeigte auch, wie der immer wichtiger werdende Rohstoff nachhaltig angebaut und verarbeitet werden kann.



Beim Hanftag konnten die Besucher in einem Zelt die Produkte testen.

Die Hanfsorte Finola eignet sich hervorragend für Kosmetikprodukte.



Ein Produkt von Symrise: 100 % ökologisches Hanföl.

Allein die Szenerie ist durchaus besonders: Ein Gruppe junger Social-Media-Influencer aus den USA und Großbritannien fährt gemeinsam mit einem Retrobus zu einem Hanffeld in Dassel-Deitersen in Südniedersachsen. Dort ausgestiegen, sprechen die Kosmetik- und Lifestyle-Blogger mit Bio-Landwirt Kilian Henne, mit Symrise Forschern und Marketing-Experten sowie mit Symrise CEO Dr. Heinz-Jürgen Bertram. Außerdem mit auf dem Feld dabei: eine Reihe von Mitarbeitern des amerikanischen Kosmetik-Herstellers Kiehl's. Das Event feiert unter dem Namen „Hanftag“ den Launch der Kiehl's Produkte auf Basis von Hanföl. Die Influencer machen Videos und Fotos und zeigen sich tief beeindruckt von der hier wachsenden Sorte Finola. Sie ist für die industrielle Verwendung geeignet und enthält nicht die Substanz Tetrahydrocannabinol, deren Einsatz in Kosmetika in den meisten Ländern verboten ist.

ROHSTOFF HANF IM TREND

Der Hanftag war auch für Irina Deloire speziell: „Für mich war es der Höhepunkt unserer Hanf-Reise, an der wir geschäftsbereichsübergreifend gearbeitet haben.“ Die Französin, die für Symrise in Paris als Global Account Director im Bereich Cosmetic Ingredients tätig ist, hat in den vergangenen Jahren die Erfolgsgeschichte mitentwickelt. Den Anfang hatten im Jahr 2016 die Kollegen aus der Marktforschung gemacht. Sie identifizierten den Rohstoff als starken Trend. Anschließend analysierten Kollegen aus verschiedenen Abteilungen, wo das Material im Cosmetic Ingredients-Portfolio einzusetzen wäre. „Wir haben außerdem die Regionen ausgelotet, aus denen wir den Rohstoff beziehen könnten, und dabei besonders auf den Wasserverbrauch, den Einfluss auf den Boden und andere ökologische Parameter geschaut“, sagt Irina Deloire, die auch Mitglied im Sustainability Board im Segment Scent & Care ist.

Die enge Zusammenarbeit mit Kiehl's hat der Kunde selbst initiiert. Die Firma aus New York hatte Symrise angesprochen, weil sie für ihre Produktlinien mehr Produkte aus traditionellen und authentischen Zutaten

Bio

Aus den Samen des nachhaltig angebauten Hanfs wird das Öl gewonnen.



wollte. „Hanföl wurde schon vor Jahrhunderten wegen seiner guten Wirkung auf die Haut genutzt. Für uns passte das gut zusammen“, sagt Marek Münstermann, Director Global Product Management Botanicals & Colors im Bereich Cosmetic Ingredients. „Wir haben Kiehl's deswegen gerne bei der Verbreitung ihrer Markenbotschaft unterstützt, zu der auch die Nachhaltigkeit und Nachverfolgbarkeit der Rohstoffe gehört.“

Für den Symrise Manager ist Hanf ein spannender Rohstoff. Bauern können die Pflanze auf vielen Böden anbauen, weil sie relativ anspruchslos ist und ohne Dünger auskommt – was wiederum die Bio-Zertifizierung erleichtert. Ideale Standortbedingungen sind zum Beispiel in Deutschland zu finden, wo der Hauptteil des Rohstoffs herkommt, den Symrise nutzt.

DIE BIODIVERSITÄT VERGRÖßERN

Obendrein ist Hanf sehr bienenfreundlich, also fördert er die Biodiversität. Und weil die komplette Pflanze genutzt werden kann, ist ihr Anbau sehr nachhaltig. Symrise verkauft das Öl, das aus den Samen kalt gepresst wird, vor allem an die Kosmetikbranche. Es ist reich an Fettsäuren, wirkt antioxidierend und dient als Schutz für empfindliche Haut. „Wir arbeiten daran, den Presskuchen, der bei der Ölgewinnung übrig bleibt, ebenfalls zu verwerten“, sagt Marek Münstermann. Oft wird dieser heute noch als Viehfutter genutzt. „Er beinhaltet aber viele Proteine, die bei der Produktion von vegetarischen Fleischprodukten oder in Kosmetika eingesetzt werden können.“ Außerdem produziert Symrise daraus einen wässrigen Hanfextrakt für kosmetische Anwendungen.

Die Produktpalette soll mit weiteren Marken vergrößert werden. „Wir wollen unser Hanföl in viele spannende Kosmetika einbringen“, sagt Irina Deloire. „Darüber hinaus setzen wir zusätzliche Studien und Versuche auf, um die Wirkungsweise des Hanfs besser zu verstehen.“ Marek Münstermann sieht die wachsende Bedeutung ebenso wie seine Kollegin: „Der vielseitige Rohstoff wird uns noch viele neue Möglichkeiten eröffnen.“

Second

Symrise hat im Werk in Jacksonville/Florida als erstes Unternehmen in der Duft- und Aromaindustrie das Sulfacid-Verfahren eingeführt. Es entschwefelt die Prozessabgase und wandelt diese in Schwefelsäure um, die direkt in der Produktion am Standort weiterverwendet oder verkauft werden kann. Mehr als 99 % der flüchtigen Schwefelkomponenten werden so entfernt. Die Umwelt profitiert – und Symrise spart auch noch deutlich Kosten ein.

GEREINIGTES
RESTGAS

Life



Mehr als

99 %

der flüchtigen Schwefel-
verbindungen
werden ausgefiltert.



Bei der Herstellung von Pinenen, die Symrise für die Produktion von Duftstoffen aus Pinienholz gewinnt, entstehen Schwefelkomponenten. Diese sollten nicht in die Umwelt gelangen, weil sie zum Beispiel für den „sauren Regen“ sorgen. Deshalb werden die Schadstoffe in vielen alten Produktionsanlagen durch Abgaswäscher herausgezogen, die teuer sind, hohe Folgekosten haben und eine zusätzliche Abfallentsorgung erfordern.

Symrise wendet nun im Werk in Jacksonville, Florida, ein Verfahren an, das in der Branche bisher noch nicht genutzt wurde: die Sulfacid-Methode. Dabei entzieht ein Katalysator den Abgasen auf der Basis von Aktivkohle unter Zugabe von Wasser und Sauerstoff das Schwefeldioxid, das in Schwefelsäure um-

gewandelt wird. Diese bringt Symrise in weitere Verfahren ein, unter anderem in die Herstellung von Dihydromyrcenol – ein Duftstoff, den das Unternehmen als einziges aus erneuerbaren Rohstoffen in den USA produziert.

Mit dem Sulfacid-Verfahren verkleinert Symrise seinen ökologischen Fußabdruck erheblich. Die Innovation, die das Unternehmen gemeinsam mit dem Technologieanbieter Carbon Process & Plant Engineering S.A. eingeführt hat, ist ein gutes Investment in Grüne Technologien und zeigt das Engagement von Symrise für Nachhaltigkeit und eine funktionierende und gleichzeitig Kosten sparende wie Nutzen bringende Kreislaufwirtschaft.



Kleine Blüte –

Die Nelke ist vielseitig einsetzbar: In Indien gehört das Gewürz fast in jedes Curry, in Europa oder in den USA wird es zumeist in der Weihnachtszeit für Fleischgerichte, Kekse und warme Getränke genutzt und in einigen Gebieten Afrikas aromatisiert es Reisgerichte. In der Aromatherapie ist das Öl der Nelke ebenfalls beliebt und in weiten Teilen der Welt hat es schon vor Jahrhunderten bei Zahnschmerzen geholfen. Dort, im Oral Care-Bereich, spielt es auch für Symrise eine große Rolle. Vor allem in Asien gibt es kaum ein Zahnpflege-Produkt ohne Eugenol, den Hauptbestandteil des Nelkenöls.

Das Produkt kauft Symrise vor allem in Indonesien ein. Dort, auf der Insel Sulawesi, hat das Unternehmen die Lieferkette eng mit den Farmern und dem Zulieferer Van Aroma vernetzt. Gemeinsam wurde ein Prozess entwickelt, der den Nelkenanbau ressourcenschonender gestalten soll.

große Wirkung



Ätherische Öle haben

250 - 500

Einzelbestandteile



Bei der Nelke sind es nur

50 - 150



Die wichtigste Komponente ist
das Eugenol mit einem Anteil zwischen

60 und 85 %





Sandeep Tekriwal

MITEIGENTÜMER & CEO VON VAN AROMA
AUS INDONESIEN

~~~~~

**„Vor mehr  
als zehn  
Jahren  
haben wir an-  
gefangen,  
auf Sulawesi  
Patschuli  
zu kaufen  
und zu  
verarbeiten.“**

~~~~~

Vor mehr als zehn Jahren haben wir angefangen, auf Sulawesi Patschuli zu kaufen und zu verarbeiten. Auf unseren vielen Reisen über die Insel fiel uns auf, dass es sehr viele Nelkenplantagen gibt, aber kaum jemand die Blätter und die Stängel destilliert. Die Blütenknospen wurden verkauft, die restlichen Pflanzenteile selten genutzt. Wir haben dann im Kleinen angefangen und mit den ersten Bauern darüber gesprochen, dass sie auch die Blätter des Nelkenbaumes verwerten und damit ihr Einkommen steigern können. Mittlerweile destillieren wir alle Bestandteile, zum Beispiel auch den Nelkenblütenstaub, der bei der Reinigung übrigbleibt.

Um das Projekt möglichst nachhaltig anzulegen, haben wir zwei Ideen verfolgt. Zum einen haben wir in unserer Fabrik in Kolaka die Destillation ausgeweitet und können nun deutlich mehr Nelkenrohstoffe verarbeiten. Zum anderen haben wir angefangen, den Bauern per Kredit Destillations-equipment zu finanzieren und ihnen den Betrieb direkt vor Ort zu erklären. Dabei arbeiten wir auch eng mit Symrise als einem unserer wichtigen Kunden zusammen – ein weiteres Beispiel für unsere engen Partnerschaften hier auf Sulawesi. Mittlerweile sammeln rund 300 Landwirte die Blätter, drei haben eigene Destillieren. Für sie hat sich das Projekt schnell rentiert: Sie haben die Kredite innerhalb eines halben bis ganzen Jahres abbezahlt. Und auch wir haben natürlich etwas davon: Gute, nachhaltige, nachvollziehbare und sicher verfügbare Nelkenprodukte, die wir gerade auch durch die Kooperation mit Symrise weltweit verfügbar machen können.

Hamzah Toto und Supriyadi

NELKENBAUERN AUS INDUHA/SULAWESI

Wir pflanzen, pflegen und ernten unsere Nelkenbäume schon viele Jahre. Die Pflanze gibt uns ein sicheres Einkommen, um unsere Familien zu ernähren. Wir haben acht bzw. zehn Hektar, auf denen Nelken wachsen – pro Hektar sind das ungefähr 200 Bäume. Weil die Pflanzen zu unterschiedlichen Zeitpunkten blühen, müssen unsere Arbeiter und wir wieder und wieder mit unseren Bambusholzleitern bis ganz nach oben klettern und bei jeder Blüte entscheiden, ob der Erntezeitpunkt gekommen ist.

Das ist eine aufwändige Arbeit, die sich aber lohnt, weil wir meistens einen guten Preis erzielen. In den vergangenen Jahren haben die Preise allerdings stark geschwankt, was uns immer wieder Probleme bereitet hat. Wir sind deswegen sehr froh, dass wir unsere Einkommensmöglichkeiten verbreitern können. Als Van Aroma kam und uns vorschlug, auch die Blätter zu sammeln, haben wir allerdings erst einmal vorsichtig reagiert, weil das sehr viel Zusatzarbeit bedeutet hätte. Sie haben uns demonstriert, wie wir dafür Netze einsetzen können. Dadurch wurde es einfacher und wir merkten, dass wir wirklich etwas davon haben. Außerdem haben wir mit Hilfe von Van Aroma eine Destille angeschafft, was sich schon nach kurzer Zeit bezahlt gemacht hat. Wir können nun unsere Ernte selbst weiterverarbeiten.



200

Nelkenbäume wachsen
auf einem Hektar Fläche








Annie Chan, Qinyi Phua, Alice Leong

FLAVORISTINNEN IM BEREICH
ORAL CARE BEI SYMRISE ASIA PACIFIC


Wir drei haben als Flavoristinnen wahrscheinlich schon mehrere Hundert Entwürfe für Zahnpasta und Mundwasser entwickelt. Denn das Thema ist komplex: Wir müssen genau verstehen, was unsere Kunden und damit auch die Konsumenten in den verschiedenen Regionen und Ländern wollen. Die Kreation basiert auf den Leitlinien der Kunden und der Marktforschung, die wir gemeinsam mit dem Marketing erarbeiten.

Für die Entwicklung müssen wir aber nicht nur den Geschmack und die Funktionsweisen der Rohstoffe kennen, sondern auch verstehen, wie sich diese in verschiedenen Anwendungen verhalten. Außerdem muss auch der Preis stimmen, damit unsere Kunden bereit sind, unsere Kompositionen zu kaufen. Da wir schon traditionell viele natürliche Produkte verwenden, ist das eine besonders große Herausforderung.

Das Öl aus Nelkenblüten und -blättern und das Eugenol sind für uns essenzielle Rohstoffe, die in wirklich fast jeder unserer Rezepturen dabei sind. Sie geben im Zahnpflege-Bereich zum Beispiel ein gutes Mundgefühl, wirken antibakteriell und antioxidierend. In vielen asiatischen Ländern steht ihr Geschmack deswegen auch für Zahngesundheit. In Ländern wie Sri Lanka, Indien oder Thailand darf dieser ruhig sehr scharf sein, in China und Indonesien dient er eher als eine Art Booster für Frische in der Komposition.



„Wir müssen genau verstehen, was unsere Kunden und damit auch die Konsumenten in den verschiedenen Regionen und Ländern wollen.“



Ramkumar Venkataraman


VICE PRESIDENT PURCHASING ASIA PACIFIC,
SCENT & CARE BEI SYMRISE IN SINGAPUR

Im Bereich Oral Care gehören die aus der Nelke extrahierten Öle zu den wichtigsten Naturstoffen – dazu zählen vor allem das Eugenol, aber zunehmend auch die Blüten- oder Blätteröle. Sie sind ein Grundbaustein für fast alle Produkte, die wir in weiten Teilen Asiens verkaufen. Deswegen ist für uns eine transparente und nachhaltige Wertschöpfungskette auch bei diesem Rohstoff besonders wichtig.

Als unser langjähriger Lieferant Van Aroma, von dem wir neben Nelkenprodukten auch Patschuli- und Citronella-Öle beziehen, mit der Idee für ein gemeinsames Projekt auf uns zukam, waren wir sofort begeistert. Auch uns geht es um eine ganzheitliche Entwicklung: Wir wollen die Bauern auf Sulawesi für die Zukunft stärken, damit sie stetig Geld verdienen können, die natürlichen Rohstoffe nachhaltig wachsen und wir gleichzeitig eine sichere Rohstoffquelle haben.

Symrise und Van Aroma haben dazu gemeinsam mehrere Schritte unternommen. Zunächst haben wir den ersten Bauern gezeigt, wie sie mit Netzen unter ihren Bäumen die wertvollen Blätter sammeln können, die sie vorher haben liegen lassen. Dieses Training haben wir auf mehrere Communities ausgeweitet. Dann haben wir uns die Produktion vorgenommen: Wir investieren in die technische Ausbildung der Menschen, damit sie mit eigenen

„Wir wollen die Bauern auf Sulawesi für die Zukunft stärken, damit sie stetig Geld verdienen können, die natürlichen Rohstoffe nachhaltig wachsen und wir gleichzeitig eine sichere Rohstoffquelle haben.“



Destillationen die Nelken, aber auch viele andere Produkte, weiterverarbeiten und so über das ganze Jahr verteilt Geld verdienen. Das Engagement direkt in den Dörfern hat auch den zusätzlichen Vorteil, dass die Landwirte uns wahrnehmen – und so eine langfristige Zusammenarbeit entstehen kann.






Clair Mok


MARKETING ORAL CARE BEI SYMRISE ASIA PACIFIC IN SINGAPUR

Im Marketing schauen wir genau hin, was die Verbraucher mögen und welche Trends es gibt. Wir treffen auf dieser Grundlage auch die Entscheidung, wie stark wir manche Ingredienzien im Endprodukt sichtbar machen. Wenn wir zum Beispiel eine neue Zahnpasta entwickeln und die Nelke ein Hauptbestandteil des Geschmacks, aber auch für die Funktion ist, raten wir unseren Kunden, die Blüten auch auf den Verpackungen zu zeigen. Es geht immer auch um Emotionen, um das Bekannte, Vertraute. Dazu kommt, und das wird immer wichtiger, der Aspekt der Natürlichkeit.

Es ist interessant, wie unterschiedlich ein Rohstoff wahrgenommen wird. Die Nelke polarisiert. Sie gilt auf manchen Märkten als Element für würziges Essen, auf anderen wird sie eher bei Süßigkeiten oder in Getränken verwendet. Wenn die Nelke aus dem Bereich des Essens bekannt ist, ist es ein großer Schritt zur Zahnpflege. Das Gewürz steht dann ja eher für einen warmen, scharfen Eintopf und weniger für Frische, Hygiene und gesunde Zähne. In anderen Regionen ist die Nelke hingegen genau dafür bekannt: Sie gilt als anti-bakteriell und anti-oxidant, ist gut für das Zahnfleisch und sorgt für weiße Zähne.



„Die Nelke polarisiert. Sie gilt auf manchen Märkten als Element für würziges Essen, auf anderen wird sie eher bei Süßigkeiten oder in Getränken verwendet.“



Dirk Schwannecke

VICE PRESIDENT ORAL CARE ASIA PACIFIC
BEI SYMRISE IN SINGAPUR

Der Markt für Zahnpflege-Produkte in der Region Asia Pacific wächst jährlich um rund 8 %, im Jahr 2024 soll er bis zu 31,5 Mrd. US-Dollar betragen. Zahnpasta, Mundwasser, Zahnseide oder auch Zahnpulver, das vor allem in Bangladesch benutzt wird, sind also ein spannendes Feld für uns. Das Wachstum beruht oft auf neuen Produkten, so liegen zum Beispiel gerade Holzkohle und eine Vielfalt anderer Naturstoffe als Aromakonzeppte im Trend. Die Nelke bleibt aber einer der Hauptbestandteile.

Das Eugenol, das der geschmackgebende Hauptbestandteil der Nelke ist, ist einer der 20 wichtigsten Stoffe in Asien im Oral Care-Bereich – neben Menthol, Anethol, Minzölen verschiedener Herkunft oder Eukalyptol. Die Nelke ist dabei aber etwas ganz Besonderes, weil sie je nach Land anders wahrgenommen wird. In Japan und China spielt sie nur eine kleine Rolle. In Süd- und Südostasien sind in 40 bis 60 % der Oral Care-Produkte Nelkenbuketts zu finden, im Spice Belt in Indien, Sri Lanka oder Indonesien zum Beispiel. Aber selbst innerhalb der Länder gibt es noch Unterschiede: In Indien zum Beispiel herrscht ein großes Nord-Süd-Gefälle.



Geschätzt gibt es

30

Millionen Nelkenbäume
auf Sulawesi



**„Die Nelke ist
etwas ganz
Besonderes,
weil sie je nach
Land anders
wahrgenom-
men wird.“**






I Made Karyana

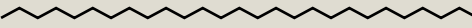
BAUER AUS LADONGI/SULAWESI

Vor 40 Jahren ist unsere Familie mit 200 anderen von Bali nach Sulawesi umgesiedelt worden. Der Grund dafür war ein drohender Vulkanausbruch des Mount Agung direkt in der Nähe unseres Heimatdorfs. Wir erhielten ein Grundstück, ein Haus und Essen für zwei Jahre. Mittlerweile sind wir hier auf 300 Familien gewachsen, die unsere balinesische Kultur in unserem Tempel, aber auch zum Beispiel durch den Baustil unserer Häuser am Leben erhalten.

Meine Eltern haben damals wie viele Familien begonnen, ihre Landwirtschaft einzurichten und zum Beispiel Kakao, Pfeffer und Reis anzubauen. Nelkenbäume gab es hier nur vereinzelt. Erst durch Van Aroma haben wir erfahren, wie wertvoll die Pflanze ist. Ich bin zwar eigentlich Englisch-Lehrer an der High School, aber ich habe mich dazu entschieden, die neue Herausforderung anzugehen und neben meiner Arbeit auch in die Landwirtschaft zu investieren. Van Aroma und Symrise helfen uns in dem Projekt dabei, dass wir unsere Bäume richtig anpflanzen, gut ernten und schließlich auch unsere eigene Destillation einrichten und immer weiter optimieren können. Wenn wir Probleme haben, unterstützen die Firmen uns. Wir sind uns sicher, dass wir mit dem neuen Geschäft unsere Dorfgemeinschaft weiter ausbauen und gesund erhalten können.



„Van Aroma und Symrise helfen uns in dem Projekt dabei, dass wir unsere Bäume richtig anpflanzen, gut ernten und schließlich auch unsere eigene Destillation einrichten und immer weiter optimieren können.“



Siddhartha Chatterjee

SENIOR FLAVORIST IM BEREICH FLAVOR
BEI SYMRISE ASIA PACIFIC

Wir setzen in der Aromenentwicklung und -produktion 2.500 bis 2.600 Rohstoffe ein. Die Nelke ist dabei eine wichtige Komponente, die je nach Region ganz unterschiedlich zum Einsatz kommt. In Indien und Sri Lanka zum Beispiel in Marsala-Tees, in Indonesien bei Gewürzzubereitungen für Fleisch und in China in Kräuter-Drinks. In vielen Kompositionen erzeugt sie den Körper oder gibt die Würzigkeit. Wir nutzen sie zum Beispiel, um Aromen wie TuttiFrutti, Banane und Kirsche herzustellen. Auch in Cola ist der Geschmack essenziell, neben Zitrusölen und Vanille.

In der Flavor-Kreation haben wir das Eugenol, aber auch Blätter- oder Blütenöle im Gebrauch. Je nach Anwendungszweck können wir aus den vielen Varianten wählen, um die Mischungen komplexer zu machen. Wir setzen dabei auf natürliche Öle, weil diese authentischer sind und der Trend hier in der Region Asia Pacific wie überall zu mehr Natürlichkeit geht. Die Verwendung hängt auch von den Preisen und der Verfügbarkeit ab. Deswegen freuen wir uns immer, wenn neue nachhaltige Rohstoffquellen erschlossen werden.

~~~~~  
**2.500**  
bis  
**2.600**

Rohstoffe werden in der Aromenentwicklung und -produktion eingesetzt

~~~~~  
**„Wir
setzen auf
natürliche
Öle.“**





Norbert Braun

VICE PRESIDENT INNOVATION & QC SCENT & CARE
BEI SYMRISE IN SINGAPUR

In der Parfümerie spielt die Nelke eine unscheinbare, aber wichtige Rolle. Sie darf dort wegen ihrer Intensität auf keinen Fall beherrschend und manchmal auch nicht einmal merkbar sein. Deswegen hat sie dort meist nur einen Anteil von ein bis zehn Promille an den Duftkompositionen. Sie ist aber in der richtigen Dosierung unverzichtbar und schwierig zu ersetzen.

Die Nelke ist auch wissenschaftlich eine interessante Pflanze: In der Regel haben ätherische Öle 250 bis 500 Einzelbestandteile, bei ihr sind es nur 50 bis 150 – und die Hauptkomponente ist das Eugenol. Es nimmt einen Anteil zwischen 60 und 85% ein, je nach dem, ob man die Blüten, Blätter oder Blütenstiele destilliert.

Das Eugenol ist für uns zwar der Schlüsselbestandteil, aber wir schauen als Forscher auch auf andere Komponenten, um neue interessante Rohstoffe für unsere Parfümeure zu finden. Ätherische Öle sind immer wieder Inspirationen für Düfte und Aromen, die dann in der Zahnpflege, aber auch in Parfüms, Shampoos, Duschgels oder Haushaltsreinigern eingesetzt werden können. Dafür arbeiten wir auch eng mit Van Aroma zusammen.

Ein Beispiel dafür ist die Humulen-Fraktion aus der Nelke, die hauptsächlich aus α -Humulen und β -Caryophyllen besteht. Diese Terpene werden bisher kaum genutzt – und wir fragen uns, wie und ob wir diese verwenden können. Das könnte in spannenden neuen Duftnoten resultieren und wäre auch sehr nachhaltig, weil wir die Pflanzen noch konsequenter verarbeiten würden. Um das zu testen, habe ich von meiner letzten Reise nach Indonesien auch Nelkenblütenstaub und getrocknete Blütenblätter mitgebracht. Bisher verwerten wir die Öle, die aus ihnen entstehen, noch nicht. Aber nun kann ich im Labor Versuche damit machen. Für mich sind diese Trips auch deswegen so unheimlich spannend.

**„Die Nelke ist
in der richtigen
Dosierung
unverzichtbar und
schwierig
zu ersetzen.“**

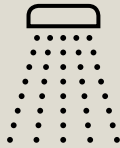




Für eine Oral-Care-Komposition
werden im Schnitt

15 – 30

Rohstoffe verwendet



In einem Arbeitsgang entstehen bei Symrise in
Singapur 25 bis 7.000 Kilogramm Oral-Care-Aromenmischung.



Diese wird zu einem Anteil von 1 – 1,3 %
einer Zahnpasta beigegeben.

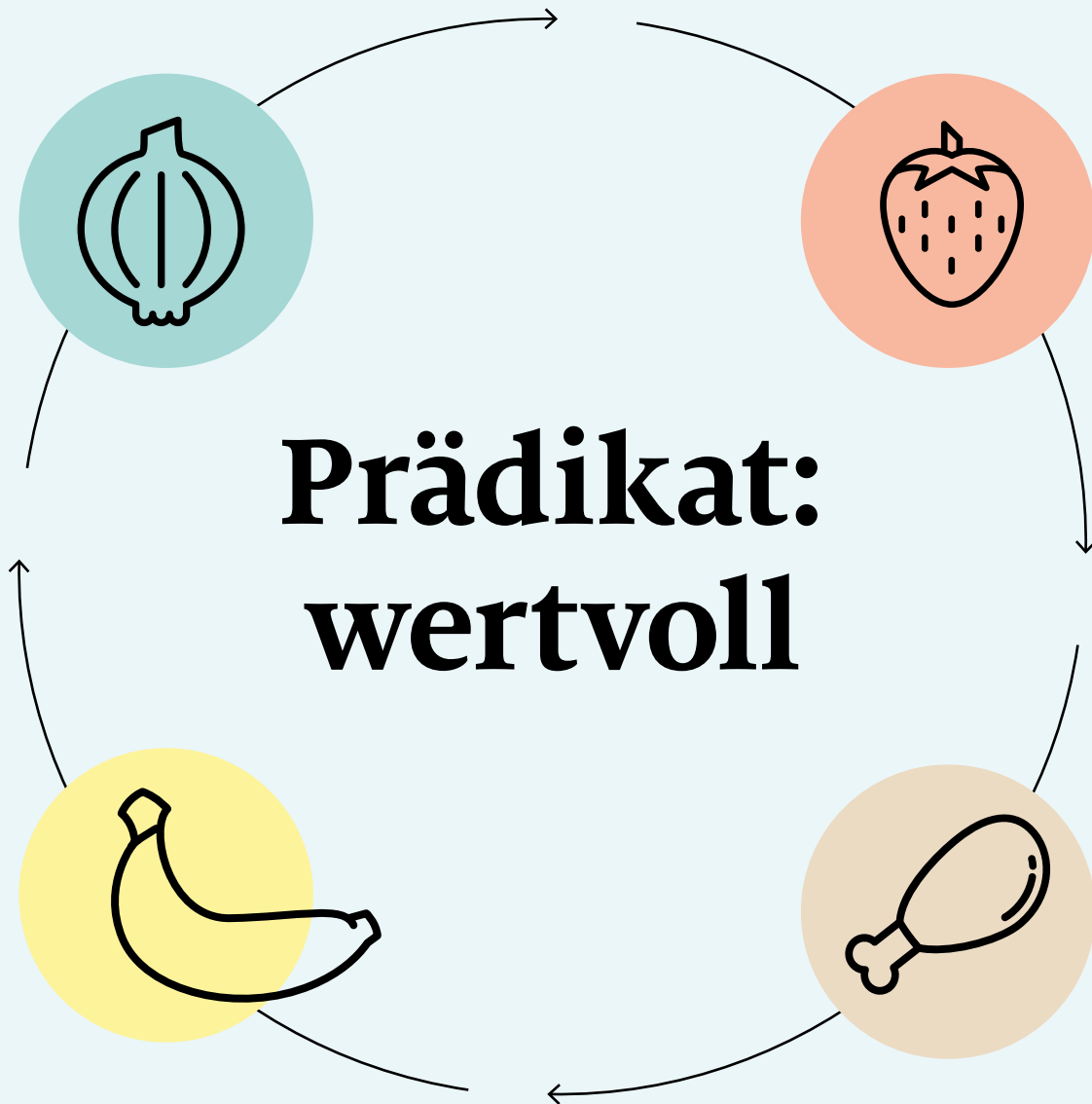


Zwei Tonnen Aroma reichen – bei einem Anteil von 1% – also für

**200 Tonnen
Zahnpasta**

Bei einer 150 Gramm schweren Tube werden so also ungefähr
1,3 Mio. Einzelpackungen Zahnpasta aromatisiert





Symrise nutzt immer öfter Seitenströme aus verschiedenen Rohstoffverarbeitungen, um werthaltige Produkte zu entwickeln. Über alle Geschäftsbereiche hinweg entstehen so Ansätze oder fertige Prozesse der Circular Economy, die für eine bessere Ausnutzung der Materialien und damit für mehr Nachhaltigkeit sorgen.

Ohne den variantenreichen Geschmack von Hühnchen ist die Welt der Kulinarik kaum vorstellbar. Das Fleisch wird frittiert und gekocht, gebraten und gebacken, in seinen hunderten Zubereitungsformen sorgt es in den unterschiedlichen Küchen schon seit Jahrtausenden für kreative und immer wieder überraschende Gerichte. Auch für Symrise bietet das Huhn eine große Bandbreite an Einsatzmöglichkeiten. Im Segment Nutrition entstehen viele Produkte, die auf dem natürlichen Rohstoff beruhen: Brühen, Pulver und gereinigte Fette reichern Tausende von Lebensmitteln an, sorgen für das gewünschte Mundgefühl oder auch den Geschmack von Fleisch und Umami.

Die Natürlichkeit wird durch eine konsequente Nachhaltigkeit ergänzt. Ein Kern des Symrise Segments Nutrition ist es, sogenannte Seitenströme zu nutzen. Zum Beispiel Bananen, deren Form nicht den Anforderungen des Handels entspricht, oder auch Teile von Hühnern, die in der Lebensmittelproduktion übrigbleiben.

Die wertvollen Rohstoffe werden anschließend mit Technologien wie Hydrolyse, Kochen oder Trocknen verarbeitet. „Wir sind damit auf einem guten Niveau, das wir nun aber steigern, um noch nachhaltiger zu werden“, sagt Marie Le Henaff, Global Sustainability-Managerin bei Symrise Nutrition. Nach dem Konzept der Kreislaufwirtschaft hat das Team um ihren Kollegen Thierry Lenice Ideen entwickelt, den Rohstoff Huhn noch ganzheitlicher zu nutzen. Der Manager, der bei Diana die Plattform leitet, die die Seitenströme erschließen soll, hat sich zum Beispiel die Knochen und Flüssigkeiten vorgenommen, die bei der Produktion anfallen. Aus ihnen entstehen wertvolle Produkte für andere Marktbereiche.



INNOVATIV WERTHALTIGES SCHAFFEN

Die Kreislaufwirtschaft, wie sie Diana beim Hühnchen anwendet, hat in den vergangenen Jahren in der globalen Wirtschaft immer mehr an Bedeutung gewonnen; das Konzept zieht sich durch den gesamten Konzern. Symrise nutzt dabei im Industrie-Maßstab Ressourcen so weit wie möglich, findet Nutzungsarten, die es vorher nicht gab.

Das Unternehmen antwortet damit auf die großen Herausforderungen, vor denen die Erde steht – vom Klimawandel über den Verlust der Artenvielfalt bis hin zur Ernährung einer ständig wachsenden Zahl von Menschen. Mit der Kreislaufwirtschaft arbeitet das Unternehmen unter anderem daran, die Verluste zu minimieren, die in der Lebensmittelproduktion bei rund einem Drittel der eingesetzten Rohstoffe liegen. Und nicht zuletzt ist dieser nachhaltige Schritt auch ein lukratives Geschäftsmodell. Neben innovativen Erlösmodellen können zudem auch neue Kundengruppen angesprochen werden.

Im Segment Nutrition, zu dem Diana (Food, Pet Food und Aqua) oder die unlängst akquirierte ADF/IDF gehören, stellen die Produkte aus Seitenströmen schon heute einen großen Teil des Umsatzes dar. Rund 40 verschiedene, wenig genutzte Materialien aus Lebensmittelproduktionen wurden hier identifiziert; neben den Hühnerknochen werden Bananenschalen, Erdbeersamen und ausgepresste Zwiebeln genutzt, die bei der Extraktion und Konzentration übrigbleiben. Die Produkte, die dabei entstehen, werden darüber hinaus nicht nur im Nahrungsmittelbereich eingesetzt. Ein Öl aus Erdbeersamen wird zum Beispiel im Unternehmensbereich Cosmetic Ingredients in Produkten getestet. Die geschäftsbereichsübergreifende Arbeit wird in den kommenden Jahren weiter ausgebaut.

DOPPELTE NUTZUNG BEI SCENT & CARE

Im Segment Scent & Care spielt die Kreislaufwirtschaft ebenfalls eine große Rolle. Weil bestimmte kosmetische Wirkstoffe geruchlos sein sollen, bleiben bei der Aufreinigung der Rohstoffe wertvolle Materialien übrig. Um diese konsequenter zu verwerten, suchen die Forscher und Entwickler an vielen Stellen nach neuen Lösungen. So gibt es Versuche mit Stoffen aus der Butter- und Pflanzenölproduktion in Brasilien oder auch mit dem Blütenwasser aus der Produktion ätherischer Öle, um Stoffe für die Duftproduktion zu finden.

Sehr weit sind die Experten schon beim Ingwer, der aus Madagaskar stammt, zu 100 % nachverfolgbar und bio-zertifiziert ist. „Wir setzen ein „grünes“ Lösungsmittel ein: überkritisches Kohlenstoffdioxid, das wie ein Gas durch Feststoffe fließen und Materialien wie eine Flüssigkeit auflösen kann. Damit extrahieren wir aus der Ingwerwurzel zwei Produkte“, beschreibt Benoît Join das Vorgehen. „So erhalten wir einen Wirkstoff mit kosmetischen Eigenschaften, der unter dem Namen SymVital® Mada unsere Produktpalette bereichert, sowie einen Extrakt mit einem starken Ingwergeruch, der wie ein essenzielles Öl eingesetzt werden kann.“ Der Prozess geht aber noch weiter, erklärt der Director Natural Ingredients und Oral Care Innovation aus dem Segment Scent & Care. Nach der Extraktion kann die entstehende Biomasse, die die Fasern aus den Wurzeln enthält, weiter für Kosmetikanwendungen verwendet werden. „Der Ingwer bedeutet für die Bauern, die früher vor allem Vanille angebaut haben, zudem eine Diversifizierung ihres Einkommens“, benennt Join die weiteren Vorteile. „Durch die doppelte Nutzung wird das Material natürlich noch werthaltiger für alle Seiten.“



EIGENENTWICKLUNG SYMTRAP®

Mit einem einzigartigen Verfahren, das Symrise selbst entwickelt hat, erreicht das Segment Flavor die Ziele der Kreislaufwirtschaft. Schon Anfang der 2000er-Jahre hat das Unternehmen die SymTrap®-Technologie entwickelt, die deutlich mehr Aroma aus Früchten gewinnt als es zuvor möglich gewesen war. Die im Jahr 2008 patentierte Innovation nutzt die Seitenströme aus der Fruchterverarbeitung. Aus mehreren hundert Kilogramm Ausgangsmaterial entsteht ein Kilogramm des hochkonzentrierten Aromas, was auch aus Gewichtsgründen beim Transport eine große Rolle für mehr Nachhaltigkeit spielt.

Ein gutes Beispiel ist die Aromengewinnung für Softdrinks aus Orangen, für die die Symrise Technologie eingesetzt wird. „Bei der Konzentration des Saftes bleibt eine hocharomatische Flüssigkeit übrig, die sogenannte Wasserphase, die früher entsorgt oder als Brauchwasser für die Reinigung der Früchte genutzt wurde“, erklärt Romy Weytens, Flavor Sustainable Sourcing and Sustainability Leader APAC. „Mit SymTrap® werden daraus Aromamoleküle gewonnen, die nicht nur besonders geschmackvoll sind, sondern in den Aromakompositionen auch einen großen Beitrag zur Natürlichkeit des Produktes liefern.“ Bei dem Prozess aus der „Grünen Chemie“ setzt Symrise auf eine ausgeklügelte Reihenfolge von energieeffizienten Adsorptions- und Desorptionsverfahren, die zugleich sehr schonend sind. „Das ist besonders wichtig“, sagt Romy Weytens. „Wir können so auch Wirkstoffe gewinnen, die bei höheren Temperaturen zerstört werden. SymTrap® trägt so zu einer umfassenden Verwertung der Rohstoffe bei, deren Bestandteile wir für viele Produkte einsetzen können.“



„Der Ingwer bedeutet für die Bauern, die früher vor allem Vanille angebaut haben, zudem eine Diversifizierung ihres Einkommens. Durch die doppelte Nutzung wird das Material natürlich noch werthaltiger für alle Seiten.“

Benoît Join,
Director Natural Ingredients and Oral Care Innovation
bei Symrise

100%

Ingwer aus Madagaskar
ist zu 100 % nachverfolgbar
und bio-zertifiziert.



„SymTrap® trägt zu einer umfassenden Verwertung der Rohstoffe bei, deren Bestandteile wir für viele Produkte einsetzen können.“

Romy Weytens,
Flavor Sustainable Sourcing and
Sustainability Leader APAC



Talente- Management im Wandel

In einer sich schnell verändernden und globalisierten Welt wird es für Unternehmen immer herausfordernder, die passenden Mitarbeiter zu finden, weiterzubilden und auch an sich zu binden. Dr. Iñigo Natzel, Leiter Personalwesen, erklärt, wie Symrise dieser Entwicklung mit einem digital unterstützten Talent-Management-Prozess begegnet.

Herr Dr. Natzel, die Welt wandelt sich rasant.

Was bedeutet das für die Personalentwicklung bei Symrise?

Mehr als je zuvor müssen wir die Bedürfnisse des Unternehmens, aber auch die unserer aktuellen und künftigen Mitarbeiter in den Blick nehmen. Und das als globaler Konzern, der in den unterschiedlichen Regionen ganz verschiedene Arbeitsmarktbedingungen vorfindet.

Können Sie ein Beispiel nennen?

Die Generation Y etwa, die zwischen 1980 und 1995 geboren wurde, bringt oft einen anderen Anspruch an das Unternehmen mit in den Job. Die jüngeren Leute, die nun auch in Führungspositionen kommen, wollen in Unternehmen arbeiten, auf die sie stolz sein können – vor allem wenn es um Nachhaltigkeit geht. Außerdem setzen sie auf eine Work-Life-Balance, die sich von den älteren Kollegen unterscheidet.







„Die jüngeren Leute, die nun auch in Führungspositionen kommen, wollen in Unternehmen arbeiten, auf die sie stolz sein können – vor allem wenn es um Nachhaltigkeit geht.“

Dr. Inigo Natzel,
Leiter Personalwesen bei Symrise

Wie haben sich die Bedürfnisse verschoben?

Die Menschen wollen, dass verstärkt soziale oder ökologische Themen in ihrem Beruf eine Rolle spielen. Symrise hat sich Nachhaltigkeit ja schon lange als wichtiges strategisches Ziel gesetzt. Das macht uns attraktiv. Wir haben verlängerte Elternzeiten oder an einigen Standorten Kindergärten und Horte zur Nachmittagsbetreuung der Schulkinder eingeführt. So ermöglichen wir eine lebensphasengerechte Gestaltung der Arbeit. Das gilt auch für Mütter und Väter, die sich nach der Kinderphase wieder auf den Beruf fokussieren möchten. Für unsere zukünftigen Führungskräfte peilen wir im Übrigen die Zielmarke „40% Frauen“ an. Viele Kollegen möchten darüber hinaus in Teilzeit oder auch mal von zu Hause aus arbeiten: Laut Studien halten 69% der Millennials eine regelmäßige Anwesenheit im Büro für nicht mehr zeitgemäß. Schon in 15 Jahren werden 75% unserer Mitarbeiter aus dieser Generation stammen. Das müssen wir auch in unserer Personalstrategie berücksichtigen. Ein anderes Thema ist die sinkende Bindung der Mitarbeiter zum Unternehmen.

Gilt das nur für die Generation Y?

Ja, 43% von ihnen erwarten, dass sie ihren Job innerhalb von zwei Jahren bei uns intern wechseln. Ähnliche Zahlen gelten übrigens schon länger für asiatische Länder, ganz unabhängig von

der Generation. Die Mitarbeiter suchen oft schon nach relativ kurzer Zeit neue Herausforderungen und wechseln öfter die Unternehmen, um schneller Karriere zu machen. Außerdem wollen sie in innovativen Teams arbeiten.

Bieten Sie das alles?

Wir sind ganz zufrieden, wie es uns bisher gelingt. Die Fluktuationsrate – eine Kennzahl, mit der wir die Zufriedenheit unserer Mitarbeiter messen – liegt in Asien gerade mal bei 7 bis 9 %. Das ist besser als der Durchschnitt in der Industrie. Dafür tun wir aber auch viel. Wir sind ein weltweit wahrgenommener „Employer of Choice“, der attraktiv für Talente ist.

Sie sprachen zu Beginn auch die Bedürfnisse des Unternehmens an. Welchen Einfluss haben diese auf Ihre Arbeit?

Zunächst müssen wir wissen, was unsere Organisation benötigt. Dafür legen wir Mitarbeiterprofile an, die zum Beispiel für unsere globalen Kunden, beim Rohstoffeinkauf oder bei Jobs in den Emerging Markets benötigt werden. Wir bringen also die Entwicklung des Unternehmens mit den Anforderungen an die Mitarbeiter zusammen. Um das zu kombinieren, haben wir einen globalen, standardisierten Talent-Management-Prozess gestartet, unterstützt von einer IT-Plattform für den gesamten Konzern. Wir setzen dabei auf eine durchgängig digitalisierte Plattform – wobei die Technik kein Selbstzweck ist, sondern die Effizienz und Nachhaltigkeit sichert. Entscheidend sind die Prozesse, mit denen wir für unsere internen Kunden die bestmöglichen Kollegen für den jeweiligen Job finden oder aktuelle Mitarbeiter durch Entwicklungsmaßnahmen immer wieder von neuem fit für die Herausforderungen machen.

Wie stellen Sie sicher, dass die Mitarbeiter die Anforderungen erfüllen können?

Einen wichtigen ersten Schritt legen wir schon in der Ausbildung, bei der wir kontinuierlich rund 145 Azubis auf den Job vorbereiten und 25 junge Menschen in berufsbegleitenden Studiengängen unterstützen. Auch das Lernen im Job steht im Fokus. Wir verbreitern dazu für viele Kollegen die Tätigkeiten, damit sie in anderen Bereichen Erfahrungen sammeln, und entsenden rund 125 Kollegen an Standorte rund um die Welt. Das Lernen findet so nicht mehr nur in klassischen Weiterbildungstrainings statt, sondern zu über 70 % in Projekten. Nicht zuletzt geben wir vielen Mitarbeitern mehr Verantwortung. Im Jahr 2019 haben wir beispielsweise rund 450 Beschäftigte befördert. 47 % davon waren Frauen, was bei einem Frauenanteil an der Belegschaft von 39 % unser starkes Bemühen für mehr Diversität auch in den Führungsebenen zeigt.

450

Beschäftigte wurden 2019 bei Symrise befördert.

Können Sie bei rund 10.000 Mitarbeitern im Blick behalten, wie sich jeder Einzelne im Job verhält?

Wir analysieren die Kompetenzen unserer Mitarbeiter regelmäßig und richten sie – wenn nötig – neu aus. Gleichzeitig unterstützen wir die Kollegen beim Erfüllen ihrer Berufswünsche. Das machen wir auf verschiedene Weise. Unsere Führungskräfte geben regelmäßig Feedback zu den Ergebnissen, aber auch zur Art und Weise, wie jemand seine Arbeit leistet. Die Vergangenheit gibt leider noch keine Aussage dazu, wie die künftige Karriere verlaufen wird. Die Potenziale müssen wir daher zum Beispiel darüber einschätzen, wie lernbereit unsere Mitarbeiter sind.

Das heißt?

Wir schauen auf verschiedene Fähigkeiten, bei denen es vor allem um die Lernagilität geht – etwa in Bezug auf die Beweglichkeit, sich zu wandeln oder auch mit Menschen umzugehen. Es geht immer darum, herauszufinden, was ein Mensch erreichen kann, nicht was er schon erreicht hat. Dazu clustern wir in unserem jährlichen Talent-Review-Prozess unsere Belegschaft. Dabei sind alle Gruppen wichtig und werden auf ihren spezifischen Entwicklungsbedarf hin gefördert. Denn eines ist klar: Wir brauchen eine hohe Diversität bei unseren Mitarbeitern. Von jüngeren Berufsanfängern bis zu erfahrenen Führungskräften, von Kollegen, die solide ihren Job machen, bis zu sogenannten High Potentials. Dabei sind wir auf einem guten Weg, der aber noch lange nicht zu Ende ist.

Ökologisch optimiert

Symrise schaut sich in allen Geschäftsfeldern die gesamte Ökobilanz an: von der Entstehung der Rohstoffe über den Einkauf, die Forschung und Entwicklung bis zur Produktion und Logistik. Wie dieser Prozess strukturiert anzugehen ist, zeigt ein Beispiel von Diana Pet Food. Der Anwendungsbereich setzt dafür eine selbst entwickelte Eco-Design-Matrix ein, mit der die Umweltpformance von Produkten entlang der Wertschöpfungskette analysiert, bewertet und optimiert werden kann.

Allein in Europa besitzen 80 Millionen Haushalte mindestens eine Katze oder einen Hund, die jährlich rund 8,5 Millionen Tonnen Tierfutter fressen. Diese Zahlen sind beeindruckend, sie zeigen aber auch, wie wichtig es ist, sämtliche Bestandteile der Tiernahrung nachhaltig zu erzeugen. Das hat auch die Europäische Kommission zum Thema gemacht: Eine Arbeitsgruppe entwickelt eine Methodik, um den Product Environment Footprint (PEF) von Heimtierfutterprodukten zu bewerten. Ähnlich wie der Nutri-Score – ein System, das die Nährwerte von Lebensmitteln kennzeichnet – soll ein sogenannter Environmental Score auf freiwilliger Basis auf Verpackungen angewandt werden, der den Verbrauchern zeigt, wie ökologisch das Futter entlang der Wertschöpfungskette hergestellt wurde.

Diana Pet Food setzt schon heute stark auf Nachhaltigkeit – alleine deswegen, weil das Unternehmen als Rohstoffe vor allem Nebenprodukte aus der Lebensmittelproduktion nutzt, die von Menschen nicht gegessen werden und ansonsten weggeworfen würden. Nun geht das Unternehmen einen Schritt weiter: „Wir haben ein System entwickelt, das den PEF-Richtlinien folgt und mit dem eine Lebenszyklusanalyse unserer Produkte durchgeführt werden kann“, sagt Aurélie de Ratuld, Nachhaltigkeitsmanagerin bei Diana Pet Food.



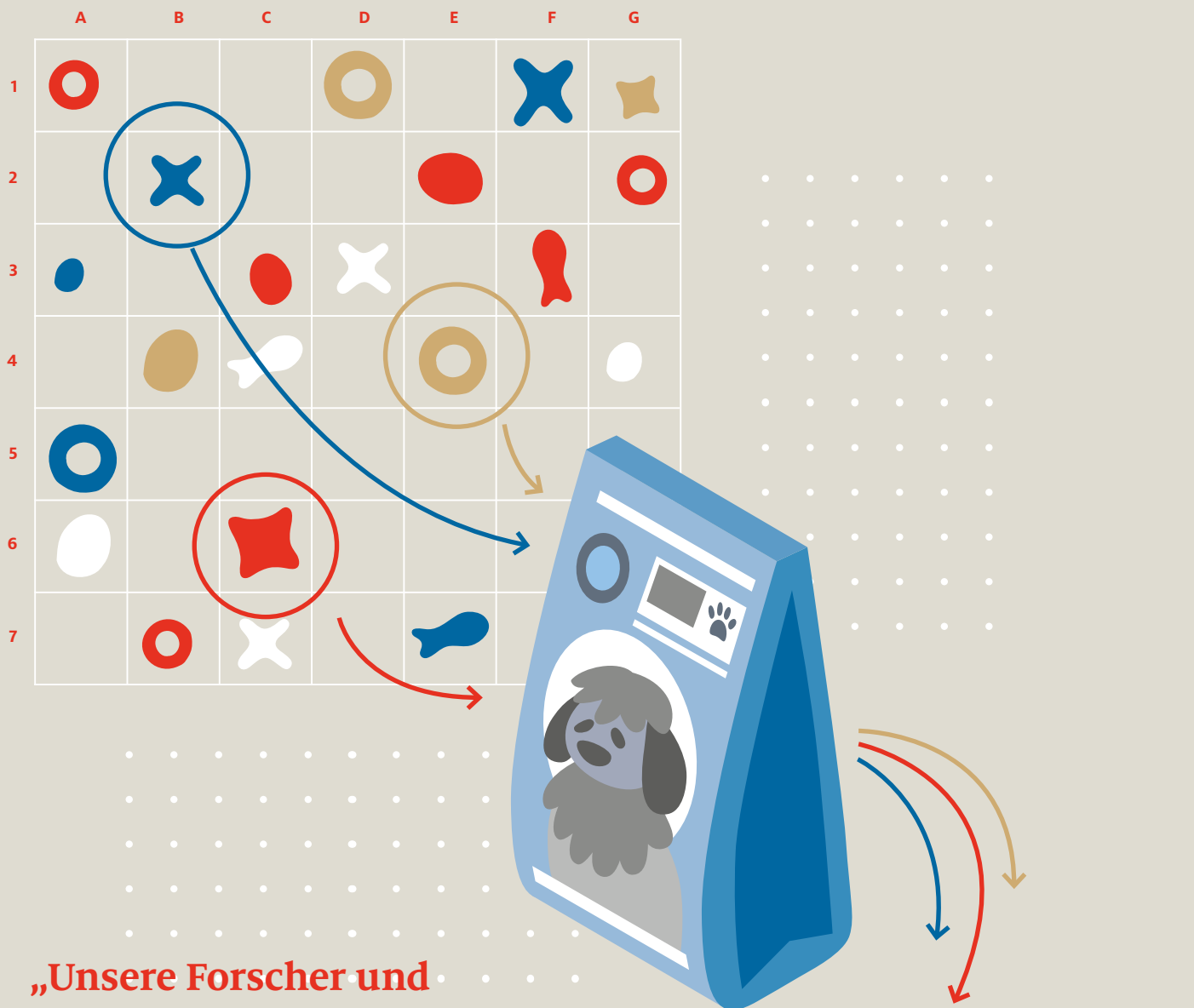
80

Millionen Haushalte in Europa besitzen mindestens einen Hund oder eine Katze.

„Wir haben ein System entwickelt, das den PEF-Richtlinien folgt und mit dem eine Lebenszyklusanalyse unserer Produkte durchgeführt werden kann.“

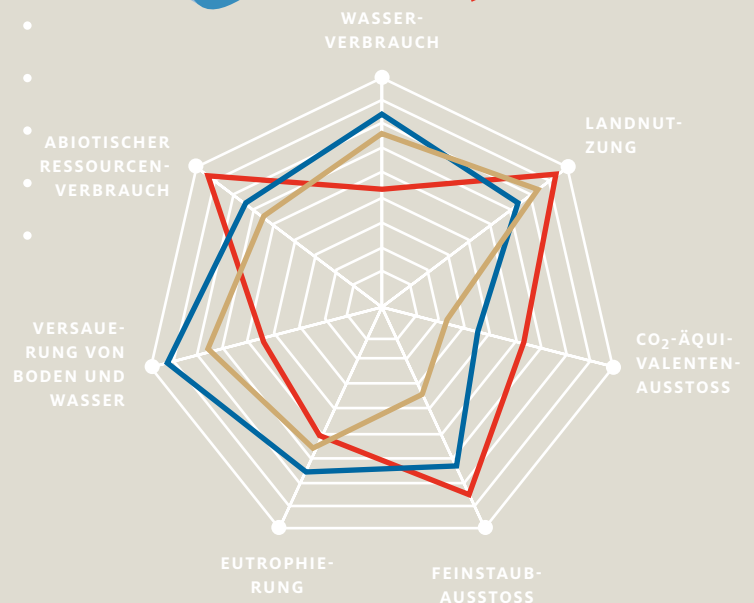
Aurélie de Ratuld,
Nachhaltigkeitsmanagerin bei Diana Pet Food





„Unsere Forscher und Produktentwickler können sich nun entscheiden, eines der Produkte neu zu eco-designen. Dabei helfen die vielen Informationen, welche die Datenbank bereithält, den ökologischen Fußabdruck des Produkts zu verbessern.“

Aurélie de Ratuld,
Nachhaltigkeitsmanagerin bei Diana Pet Food



SIEBEN UMWELTFAKTOREN IM BLICK

Das Tool – Eco-Design-Matrix genannt – beinhaltet das gesamte Produktportfolio, inklusive fast aller Rohstoffe samt ihrer Umweltauswirkung entlang der Wertschöpfungskette. Aurélie de Ratuld erklärt die Funktionsweise anhand eines Beispiels. „Nehmen wir an, ein Kollege in Argentinien möchte drei verschiedene Stoffe miteinander vergleichen, die die Palatibilität eines Hundefutters fördern, also das Futter schmackhafter für das Tier machen.“ Der Mitarbeiter klickt dazu in dem übersichtlichen System die drei Substanzen an und bekommt eine vergleichende Analyse mit einem Netzdiagramm, das sieben Faktoren aufführt: den Wasserverbrauch, Landnutzung, den CO₂-Äquivalenten- und den Feinstaub-Ausstoß, die Eutrophierung – also die Anreicherung mit Nährstoffen im Ökosystem, die Versauerung von Boden und Wasser und den abiotischen Ressourcenverbrauch, zu dem etwa die Nutzung von Mineralien und fossilen Brennstoffen gehört.

„Unsere Forscher und Produktentwickler können sich nun entscheiden, eines der Produkte neu zu eco-designen. Dabei helfen die vielen Informationen, welche die Datenbank bereithält, den ökologischen Fußabdruck des Produkts zu verbessern“, sagt Aurélie de Ratuld. „Sie können feststellen, an welchem Teil der Wertschöpfungskette welcher Umwelteinfluss auftritt.“ In dem Fallbeispiel stellt der Kollege fest, dass 80 % der Umweltauswirkung bei der Rohstoffbeschaffung auftreten. Es gibt nun mehrere Optionen, dies zu verbessern, indem mit den lokalen Produzenten daran gearbeitet wird oder die Rohmaterialien und Ingredienzien, der Einkaufsprozess oder die Transporte und die Verpackung der Materialien angepasst werden.

Im nächsten Schritt wird das Planungstool angepasst und der Computer verknüpft die Ergebnisse zu einem Modell, das alle Einzelschritte simulieren kann. „Wir wissen über unsere Rohstoffe und Produkte sehr gut Bescheid. Mit Hilfe des Programms und der vielen Parameter, die wir einstellen können, haben wir nun die Möglichkeit, die besten Kombinationen zu finden“,

500

Produkte verkauft
Diana Pet Food
weltweit.



sagt Aurélie de Ratuld. Dazu gehört, unterschiedliche Verpackungsarten auszuprobieren oder – wie im Beispiel mit dem Produkt in Argentinien – eine möglichst nahe Bezugsquelle zu finden. Eine Möglichkeit bestünde darin, den Prozess direkt in der neuen nachhaltigen Fabrik von Diana Pet Food in Kolumbien zu starten, um die Umweltperformance in der Produktionsphase zu verbessern und näher bei den Kunden zu sein. Als letzten Schritt im Prozess vergleicht der Produktentwickler seinen simulierten Entwurf mit bisherigen Produkten. Wenn das neue Produkt eine geringere Umweltauswirkung hat, kann es als beste Option in Produktion gehen.

VERBRAUCHER SCHÄTZEN NACHHALTIGKEIT

Das Potenzial der Eco-Design-Matrix ist groß, da Diana Pet Food weltweit rund 500 Produkte verkauft. „Momentan stehen wir im engen Austausch mit unseren Kunden zu den Möglichkeiten für neue Partnerschaften, die auf Grundlage unseres Eco-Design-Ansatzes entstehen können. Dafür schlagen wir neue Produktauswahlen vor, die die Kunden überzeugen sollen.“ Zudem arbeitet Diana Pet Food intern proaktiv daran, die Umweltperformance des gesamten Portfolios zu verbessern, um der Heimtierfutterbranche etwas Neues zu bieten: Eco-designte Produkte, welche die Palatibilität steigern.

Das Verfahren ist aufwändig, aber es lohnt sich. „Wir können uns als Akteur des Wandels zeigen und die Branche mit unserem Engagement anführen“, beschreibt Aurélie de Ratuld die Vorteile. Mit der Eco-Design-Matrix hat das Unternehmen einen Prozess initiiert, der auf Dauer die Nachhaltigkeit steigern wird. „Letztendlich wissen das auch die Verbraucher zu schätzen“, sagt die Expertin. Bei einer unveröffentlichten Umfrage, die das Unternehmen unter 224 französischen Katzen- und Hundehaltern gemacht hat, haben 85 % gesagt, dass sie an einem Umweltscore auf der Verpackung interessiert wären. „Für uns ist das neben den Vorteilen für die Umwelt auch ein eindeutiges Argument, um uns im Wettbewerb hervorzuheben.“

Der Lösung auf der Spur

Die Symrise Tochtergesellschaft Tesium plant von Holzminden aus neue Produktionsanlagen oder Umbauten für alle Symrise Standorte weltweit. Dabei setzen die Planer immer auf nachhaltige Lösungen und höchstmögliche Effizienz. Und da kein Projekt dem anderen gleicht, wächst mit jedem Plan auch der interne Wissensschatz.

Ohne Wolfgang Töws und seine Kollegen könnte Symrise nicht so wachsen, wie es das Unternehmen in den vergangenen Jahren getan hat. Der Projekt-Ingenieur von der Konzerntochtergesellschaft Tesium plant in seinem Büro in Holzminden Produktionsanlagen für die weltweiten Standorte des Konzerns. Die Arbeit ist hochkomplex, da sie von zahlreichen Spezialisten koordiniert werden muss – manchmal sind rund 30 Kollegen an einer Planung beteiligt. Die Gründe dafür: Bei internationalen Projekten werden oft andere technische Vorschriften und Gesetze angewendet, außerdem kommen abweichende kulturelle Prägungen der Menschen hinzu, die ein Vorhaben aufwändiger machen können.

Aber auch in der täglichen Arbeit sind die Herausforderungen groß. Wenn die Ingenieure zum Beispiel bestehende Fabriken erweitern müssen, haben sie oft nur begrenzten Bauraum zur Verfügung. Die Mitarbeiter nutzen dazu ein 3D-CAD-Programm, in das detailgenau hineingezoomt werden kann. Hier können auch dreidimensionale Scans der freien Bauplätze oder auch bestehender Anlagen eingepflegt werden.

Für die ganz besonderen Aufgaben reist Wolfgang Töws zudem auch rund um die Welt. „Wir haben zum Beispiel im Jahr 2019 die Kapazitäten des Menthol-Werks in Bushy Park in den USA verdoppelt und ich war selbstverständlich auch für mehrere Wochen vor Ort“, sagt der diplomierte Verfahrenstechniker, der seit Anfang 2001 bei Symrise tätig ist. „Unsere Aufgabe ist es, bei solchen Großprojekten die Fäden zusammen mit den Kollegen vor Ort in der Hand zu halten, die Mitarbeiter zu steuern und dafür zu sorgen, dass die technische Umsetzung perfekt gelingt.“

Der erfahrene Ingenieur ist einer von insgesamt 270 Mitarbeitern bei Tesium. Im Laufe seiner Karriere hat er an den verschiedenen Standorten von Symrise weltweit die lokalen Kollegen unterstützt. Er wendet dabei das Know-how an, das Tesium über Jahrzehnte für die Planung und den Bau der Anlagen aufgebaut hat. Aspekte wie Nachhaltigkeit, Energieversorgung, Anlagensicherheit, Instandhaltung oder Entsorgung hat das Unternehmen immer im Blick.

EINZIGARTIGE PROZESSE

Die Mitarbeiter von Tesium sind vor allem bei den komplexeren Anlagen gefragt. „Jedes Segment ist bei uns für seine eigenen Werke verantwortlich und kann

270

Mitarbeiter arbeiten bei Tesium.



„Unsere Aufgabe ist es, bei [...] Großprojekten die Fäden zusammen mit den Kollegen vor Ort in der Hand zu halten, die Mitarbeiter zu steuern und dafür zu sorgen, dass die technische Umsetzung perfekt gelingt.“

Wolfgang Töws,
Projektingenieur bei Tesium

„Eine gute Vorbereitung ist essenziell für uns.“

Andreas Knebel,
Verfahrensingenieur bei Tesium



„Jedes Segment ist bei uns für seine eigenen Werke verantwortlich und kann deswegen den Bau selbstständig vergeben.“

Carsten Teiwes,
Geschäftsführer von Tesium



Die Mitarbeiter von Tesium nutzen ein 3D-CAD-Programm, in dem zum Beispiel ganze Anlagen in einer dreidimensionalen Ansicht analysiert werden können.



Im Jahr 2019 wurden die Kapazitäten des Menthol-Werks in Bushy Park in den USA verdoppelt.



deswegen den Bau selbstständig vergeben“, sagt Carsten Teiwes. Im Gegensatz zum Aromen- oder Parfümeriebereich, in dem Rohstoffe vor allem extrahiert, sprühgetrocknet oder gemischt werden, benötigt der Bereich Chemische Produktion aufwändigere Anlagen, erklärt der Geschäftsführer von Tesium, der auch gleichzeitig die Infrastruktur am Standort Holzminden verantwortet. „Die Stoffe, die Symrise entwickelt und produziert, hat oft keine andere Firma in dieser Form im Portfolio. Deswegen wollen wir nicht nur die Entwicklung selbst vorantreiben, sondern auch die Produktionsprozesse optimieren und schützen, um diese Exklusivität zu sichern“, sagt Teiwes. „Auch deswegen übernehmen wir bestimmte Aufträge selbst.“ Ein weiterer wichtiger Punkt: Die Kosten für die Planung können bei einem eingespielten Prozess signifikant gesenkt werden.

Tesium baut die Großproduktionen nach dem Vorbild der Pilotanlagen, die in den Laboren erprobt wurden. Dabei geht die Unternehmenstochter in drei großen Schritten vor. Die Verfahreningenieure entwerfen die Fließbilder, versehen sie mit Reaktoren, Heizungen, Pumpen und Destillationen. „Anschließend setzen Mitarbeiter diese noch ‚grobem‘ Entwürfe um. Sie platzieren die Rohrleitungen, Messgeräte und alles weitere technische Equipment“, erklärt Teiwes. Im letzten Schritt bringt ein technischer Zeichner die Details ein, damit schließlich Schlosser auf der Baustelle die Rohre zusammenschweißen können. Der Aufwand ist groß: In manchen Anlagen werden auch mal 1.200 verschiedene Rohrleitungen geplant und verbaut. Sämtliche Planungsschritte werden dabei am Computer umgesetzt. „Wir erstellen einen digitalen Zwilling, der die Anlage dokumentieren kann und alle Infos bis ins kleinste Detail liefert“, sagt Teiwes, der die Digitalisierung im Unternehmen vorantreibt. Tesium ist darüber hinaus in der Lage, mit einer entsprechenden Simulationssoftware Prozesse in den Anlagen zu simulieren.

Neben den Ingenieuren schickt Tesium mittlerweile auch Mitarbeiter aus den Werkstätten in die Ferne, die darauf achten, dass die komplexen Pläne gut umgesetzt werden. Gleichzeitig bildet das Unternehmen lokale Mitarbeiter weiter, die immer mehr Aufgaben selbst übernehmen können. „Das Teamwork funktioniert bei uns auch interkontinental“, sagt Teiwes, der selbst zwölf Jahre in Mexiko und Venezuela gearbeitet hat. „Anders geht es auch nicht, weil wir immer stark auf die Kollegen vor Ort angewiesen sind. Sie haben das verfahrensspezifische Know-how.“

Rund

30

Mitarbeiter können an der Planung eines Projekts beteiligt sein.

JEDER STANDORT HAT SEINEN WISSENS-SCHATZ

Dass das gegenseitige Lernen wichtig ist, bestätigt Andreas Knebel, der bei Tesium die gesamte Anlagenplanung leitet. Der Verfahreningenieur, der seit 2001 im Unternehmen arbeitet, war in den vergangenen Jahren mehrfach in den USA. Seine nächste Aufgabe ist, dort auf Colonel Island ein Werk zu optimieren, das Symrise durch den Kauf des US-Unternehmens Pinova miterworben hat. „Den Prozess, mit dem dort aus Pinienholz nachhaltig ein wichtiger Duftstoff gewonnen wird, hatten wir vorher so noch nicht im Portfolio. Wir haben also viel vom Wissen der Kollegen profitiert, die sich seit Jahren mit den Verfahren beschäftigen.“


Zum Vorgehen gehört zum Beispiel auch, sich gemeinsam an der Anlage die Details anzuschauen und im Kleinen zu verbessern. Wenn Extraktions-, Destillations- und Mischprozesse aufeinanderfolgen, kann man etwa durch kleine Temperatur- oder Druckänderungen enorm viel erreichen. „Gemeinsam haben wir bei einem dieser Termine auch das Verfahren verändert, was den gesamten Prozess nachhaltiger macht und die Ausbeute vergrößert.“ Manchmal ist das gar nicht so einfach: In anderen Ländern werden andere Maße oder auch unterschiedliche Bauteile genutzt, worauf sich die Kollegen bei Tesium einstellen müssen. „Eine gute Vorbereitung ist essenziell für uns“, macht Knebel klar.

Dieses Wissen transferiert Tesium für Symrise auch auf Werke an anderen Standorten und macht so den Konzern insgesamt effizienter. Das Unternehmen hat zum Beispiel den Aufbau der Infrastruktur im Werk im chinesischen Nantong begleitet, dort nachhaltige Lösungen für die Abluft- und Abwasserbehandlung installiert. „Unsere Expertise war dort gefragt, ebenso wie in Russland, wo sich Tesium bei einem Flavor-Projekt um die Automatisierung und Steuerung gekümmert hat.“

Für die drei Mitarbeiter von Tesium sind die Ausflüge in die globale Struktur von Symrise also ein absolutes Muss. „Das Unternehmen wird immer internationaler“, sagt Carsten Teiwes. „Für uns bedeutet das, dass wir das Know-how sicher in den gesamten Konzern tragen müssen und gleichzeitig ständig auf dem neuesten Stand bleiben, was dort passiert. Und das kann man am besten, wenn man sich direkt an den jeweiligen Orten mit den lokalen Experten austauscht.“

A close-up photograph of several dark, wrinkled vanilla beans scattered on a light-colored wooden surface. The beans are the central focus, with some in sharp focus and others blurred in the background. The text 'Partner mit Geschmack' is overlaid in the center in a white, serif font.

Partner mit Geschmack



Im Projekt „Vanilla For Change“ arbeitet Symrise eng mit dem Kunden Unilever und verschiedenen Nichtregierungsorganisationen zusammen. Von dem Engagement für nachhaltige Rohstoffe und Vanille-Bauern in Madagaskar profitieren nun auch Jugendliche in England. Einblicke in ein Großprojekt, das seit 15 Jahren als Vorbild für einen partnerschaftlichen, sozialen und ökologischen Rohstoffeinkauf steht.

Ian Maskell (li.) von Unilever und Gérald Delettre von Symrise haben für das Projekt Vanilla For Change eng zusammengearbeitet.



„Das Projekt macht uns stolz, weil wir so unseren direkten Einfluss auf die Produktion eines sehr nachhaltigen Rohstoffs zeigen können.“

Gérald Delettre,
Symrise



Der 17. Mai 2019 war ein besonderer Tag für Symrise. In ganz England war auf den Werbemedien der Eiscreme-Marke Wall's das rot-weiße Unternehmenslogo mit Drache und Kolibri zu sehen, direkt neben den Markenzeichen der Nichtregierungsorganisationen ME to WE und Save The Children – selten zuvor war Symrise als Zulieferer direkt für den Konsumenten sichtbar. Der Grund für die Premiere: Wall's, ein Tochterunternehmen von Unilever, nutzt in verschiedenen Sorten nachhaltige Vanille-Extrakte aus Madagaskar, die unter dem Namen „Vanilla For Change“ verkauft werden. Das Projekt hat Symrise gemeinsam mit Unilever und den beiden NGOs ins Leben gerufen.

„Das Projekt macht uns stolz, weil wir so unseren direkten Einfluss auf die Produktion eines sehr nachhaltigen Rohstoffs zeigen können. Außerdem können wir uns hervorragend im Umfeld dieser Marken positionieren, mit denen wir dieselben Werte teilen“, sagt Gérald Delettre, der bei Symrise den Kunden Unilever betreut und das Projekt gemeinsam mit Ian Maskell vorangetrieben hat. Dieser ist Vice President Global Brand Development bei Unilever und verantwortet den Bereich Eiscreme. Er teilt die Begeisterung: „Es ist auch für uns eine kleine Revolution, den Konsumenten einen unserer Zulieferer auf diese Weise vorzustellen. Aber ohne diesen fantastischen Partner könnten wir so eine Arbeit gar nicht leisten“, sagt Maskell, der ein riesiges und vielfältiges Geschäft führt.



Vanille steht weltweit
immer unter den

Top 3

Geschmacksrichtungen

Jährlich wird rund
um die Erde Eiscreme
im Wert von

69 Mrd. €

verkauft

Durch Vanilla For Change profitieren
in Madagaskar

40.000

Menschen in 76 Dörfern von Kranken-
versicherungen, Finanzbildung und beruflichen
Trainingsmöglichkeiten

Unilever ist der weltgrößte
Hersteller von Eiscreme,
mit einem Marktanteil von

19,1 %

„Es ist auch für uns eine kleine Revolution, den Konsumenten einen unserer Zulieferer auf diese Weise vorzustellen. Aber ohne diesen fantastischen Partner könnten wir so eine Arbeit gar nicht leisten.“

Ian Maskell,
Vice President Global Brand Development bei Unilever

DER STARTSCHUSS

Bis die Kampagne startete, vergingen einige Jahre. Die ersten Spuren von „Vanilla For Change“ finden sich im Jahr 2014, als sich die beiden Unternehmen entschlossen, unterstützt von der Gesellschaft für Internationale Zusammenarbeit (GIZ), die Lebensverhältnisse der Vanille-Bauern auf Madagaskar und ihrer Familien zu verbessern. Richtig los ging es ein Jahr später: Ian Maskell sah bei einem Besuch in der SAVA-Region, wie sich Symrise auf der Insel für die Dorfgemeinschaften engagiert. Der Aufenthalt wirkte wie ein Katalysator. „Wir waren sehr beeindruckt von der Arbeit, die Symrise dort leistet“, sagt Maskell. „Für mich persönlich war es das erste Mal, dass ich mit einer Firma zusammengearbeitet habe, die sich so für einen spezifischen Rohstoff und die Menschen dahinter engagiert hat.“

Wall's entschloss sich, das Projekt zu unterstützen. „Die Menschen auf Madagaskar haben mit so vielen Problemen zu kämpfen – mit einem schlechten Bildungssystem, mit starker Armut als zwölftärmstes Land der Erde, mit Korruption und einer schlechten Gesundheitsversorgung. Das ist sehr berührend, wenn man aus einem westlichen Land kommt und unser Leben kennt.“ Gleichzeitig sei es offensichtlich gewesen, wie stolz die Menschen trotz aller Nöte auf ihr Produkt waren, wenn sie zum Beispiel die Plantagen zeigten, die oft weit weg von den Häusern liegen.

Einen besonders starken Eindruck haben auf den Unilever-Manager die Kinder gemacht. Die Bedingungen etwa in den Schulen, die unzureichenden Lehrmaterialien, die fehlenden Klassenräume: „Das alles hat uns gezeigt, wo wir auch ansetzen und großen Einfluss nehmen können“, erinnert sich Ian Maskell. „Wir haben dann damals die NGO Save The Children angesprochen, die bisher auf Madagaskar gar nicht tätig war.“ Gemeinsam entstand so ein Projekt, von dem mittlerweile 7.000 Farmer und ihre Familien profitieren – insgesamt sind das rund 40.000 Menschen. „Wir fördern ihre Widerstandskraft gegen viele Probleme, damit sie ein besseres Leben führen können“, beschreibt Gérald Delettre.

Das fängt bei der sozialen Sicherheit an, wie etwa der Finanzierung einer Krankenschwester, die die Bauern auch in den entlegensten Gegenden besuchen kann, und setzt sich fort über die Unterstützung eines kleinen Hospitals oder die Ausstattung der Schulen. Die Menschen bekommen zudem Reis gestellt – der Hauptbestandteil der täglichen Ernährung. So haben sie in den Phasen, wenn ihre Ernten noch nicht verkauft werden können, weiterhin genug zu essen. Darüber hinaus hat Symrise ein System aufgebaut, das die Farmer bei ihrer Arbeit unterstützt. Junge Leute können eine Landwirtschaftsakademie besuchen, Experten, die von Symrise finanziert werden, helfen, den Anbau und die Ernten zu verbessern.

Der Besuch in Madagaskar zeigte Unilever-Manager Ian Maskell, wo die Unternehmen mit ihrem Engagement am besten ansetzen sollten.



Pilar Pedrinelli von der Rainforest Alliance hat Vanilla For Change mitentwickelt, als sie noch bei Unilever arbeitete. Für Gérald Delettre von Symrise hilft das nachhaltige Projekt allen Beteiligten immens.



STARKE PARTNER

„Unsere Teams arbeiten sehr eng mit den Partnern zusammen, zum Beispiel auch dabei, die Bedingungen für Biozertifikate zu erfüllen“, sagt Delettre. Einer dieser Partner ist die Rainforest Alliance, für die Pilar Pedrinelli als Public Engagement Managerin arbeitet. Die engagierte junge Frau hatte eine interessante Rolle bei Vanilla For Change, das sie als Mitarbeiterin bei Unilever mitentwickelt hatte. Im Herbst 2019 war sie dann zur NGO gewechselt, was auch mit ihren Erfahrungen auf Madagaskar zu tun hatte. „Wir haben dort für Vanilla For Change Aktionen organisiert, zum Beispiel ein Fußballturnier zwischen verschiedenen Dörfern, bei dem die Spieler das Logo der Kampagne auf dem Rücken trugen“, erinnert sich Pilar Pedrinelli. „Das hat mich damals sehr berührt, weil ich merkte, was wir als Unternehmen für einen Einfluss haben können.“ Nachdem Vanilla For Change gestartet war, hatte sie sich überlegt, wie sie noch direkter an solchen Projekten mitarbeiten könnte. Der Wechsel zu einer Nichtregierungsorganisation passte als nächster Schritt genau dazu. „Ich kann hier Dinge einbringen, die ich in dem global engagierten Unternehmen Unilever gelernt habe – und auch weiter mit dem Konzern und anderen Partnern zusammenarbeiten.“



Egal, auf welcher Seite man steht: Partnerschaften sind für sie der Schlüssel zum Erfolg. „Nur wer kooperiert, kann erfolgreich sein“, sagt die Managerin, die auf das Nachhaltigkeitsziel 17 der Vereinten Nationen verweist, nach dem globale partnerschaftliche Zusammenarbeit zu einer nachhaltigen Entwicklung führen soll. „Unsere Arbeit würde ohne Unternehmen wie Symrise gar nicht funktionieren. Wir brauchen den Einfluss, ihre Unterstützung der Communities“, sagt Pilar Pedrinelli. Bei der Rainforest Alliance wird die Managerin sich nun zunächst auf andere Bereiche fokussieren, um die Arbeit der NGO weiter in der Öffentlichkeit bekannt zu machen. Die Vanille hat sie aber dennoch weiterhin im Blick. „Ein Teil des Engagements von Symrise ist zum Beispiel, die Bauern dabei zu unterstützen, ihre Landwirtschaft mit neuen Produkten zu diversifizieren, so ihr Einkommen zu sichern und gleichzeitig die Umwelt zu schützen. Das ist ein sehr guter Ansatz“, sagt sie. Denkbar sei es etwa, diese Rohstoffe ebenfalls zu zertifizieren oder bei den Projekten von Anfang an dabei zu sein.

VON MADAGASKAR IN DIE WELT

Für Pilar Pedrinelli ist die Arbeit, die auf Madagaskar geleistet wird, ein riesiger Schritt, um den Menschen dabei zu helfen, ihre Lebensverhältnisse zu verbessern. „Wir haben uns damals aber auch überlegt, wie wir Vanilla For Change auf der ganzen Welt sichtbar machen können und wie wir andere Menschen dazu bringen, das Engagement so zu sehen, wie wir es wahrnehmen“, erinnert sie sich. Ein geeigneter Partner dafür war die Nichtregierungsorganisation ME to WE aus Kanada, die auch in England tätig ist. Sie motiviert junge Menschen, sich für ihre Communities zu engagieren, insgesamt sind schon 100.000 Jugendliche dabei. „ME to WE war genau der richtige Partner, um unsere Geschichte zu kommunizieren. Wir konnten gemeinsam eine einfache Botschaft transportieren“, sagt Ian Maskell von Unilever: „Mit unserem Engagement schieben wir einen Wandel an, von dem junge Menschen in Madagaskar und in Großbritannien profitieren.“

Der Unilever Manager blickt auch in anderer Hinsicht in die Zukunft. „Wir überlegen, wie wir Vanilla For Change auch auf andere Eismarken ausweiten können“, sagt Ian Maskell. Aber damit nicht genug: „Das Projekt war eine Art Wendepunkt für uns, wie wir mit Zulieferern zusammenarbeiten wollen und können. Wir werden auch den Einkauf weiterer Rohstoffe auf diese Weise nachhaltiger gestalten – und dafür haben wir von Vanilla For Change sehr viel gelernt.“

„Unsere Teams arbeiten sehr eng mit den Partnern zusammen, zum Beispiel auch dabei, die Bedingungen für Biozertifikate zu erfüllen.“

Gérald Delettre,
Symrise

„Unsere Arbeit würde ohne Unternehmen wie Symrise gar nicht funktionieren. Wir brauchen den Einfluss, ihre Unterstützung der Communities.“

Pilar Pedrinelli,
Public Engagement Managerin,
Rainforest Alliance

Düfte

aus

Big

Data



Gemeinsam mit IBM hat Symrise eine Methode entwickelt, die Parfümeuren bei der Duftkreation hilft. Mit Hilfe von Algorithmen und Künstlicher Intelligenz werden die Formeln, die in der Datenbank des Duftherstellers gespeichert sind, analysiert und weiterentwickelt. Die ersten Ergebnisse des Projektes „Philyra“: Zwei Parfüme für den brasilianischen Kosmetikriesen O Boticário.

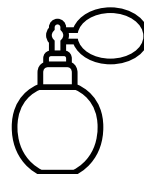
Die Parfümeurinnen und Parfümeure von Symrise müssen nicht nur einen besonderen Geruchssinn haben, besonders kreativ sein und die Welt der Düfte hervorragend kennen. Sie brauchen auch viel Geduld. Um die Komposition zu finden, die den feinen Unterschied bedeutet, durchlaufen sie oft zahlreiche Versuche, fügen Zutaten hinzu oder verändern ihre Menge. Das heißt etwa, sie müssen die Zusammensetzung variieren und dabei noch darauf achten, dass manche Duftmoleküle in einer Seife ganz anders als in einem Waschmittel oder einem teuren Parfüm reagieren. Einen Teil dieser Arbeit übernimmt nun Philyra – eine digitale Helferin, mit der Symrise die Duftentwicklung der Zukunft verändern wird.

MILLIONENSCHATZ

Entstanden ist das Projekt aus dem Programm Future Generation, für das Symrise Nachwuchsführungskräfte aus dem gesamten Konzern zusammenbringt. In kleinen Teams entwickeln diese geschäftsbereichsübergreifend Projekte mit strategischer Bedeutung weiter. Ein Bereich betraf das Thema Big Data: Wie kann Symrise die vielen Daten, die in den Geschäftsfeldern erhoben und ausgewertet werden könnten, besser nutzen? Die jungen Führungskräfte diskutierten diese Frage mit verschiedenen Zulieferern, mit denen das Unternehmen im Bereich Digitalisierung zusammenarbeitet. Gemeinsam mit IBM entstand schließlich die Idee, Düfte mit Hilfe von Künstlicher Intelligenz automatisiert zu kreieren.

„Wir haben rund zwei Millionen Formeln für Duftmischungen in unserem System, von denen eine Vielzahl in den vergangenen Jahren auch an die Kunden verkauft wurden. Diese Daten sind ein wahrer Schatz, wenn man sie zu nutzen weiß.“

Christian Schepers,
Manager im Global Business Support
in der Fragrance Division von Symrise



Das klingt zunächst einfach, ist aber in der Praxis hochkomplex. „Wir haben rund zwei Millionen Formeln für Duftmischungen in unserem System, von denen eine Vielzahl in den vergangenen Jahren auch an die Kunden verkauft wurden“, beschreibt Christian Schepers die Dimensionen. Der Manager im Global Business Support in der Fragrance Division von Symrise begleitet das Projekt federführend. „Diese Daten sind ein wahrer Schatz, wenn man sie zu nutzen weiß.“

Dabei spielen die Duftrezepte höchst unterschiedliche Rollen. Manche gehören zu den „Ikonen in der Welt des Parfüms“, wie es Schepers nennt, die von Beginn immer wieder unverändert verkauft werden. Andere dagegen sind schnelllebig. Jedes Jahr kommen alleine Hunderte neue Düfte auf den Markt, von Weihnachtseditionen bei Parfüms bis zu jahreszeitlichen Mischungen für Waschmittel oder Shampoos, für die Tausende von Entwürfen angefertigt werden müssen, um das richtige Produkt zu finden. „Unser erster Ansatz war daher, dass die Digitalisierung uns dabei helfen kann, diese immer kürzer werdenden Produktzyklen überhaupt abzudecken und die Entwicklung effizienter zu machen.“

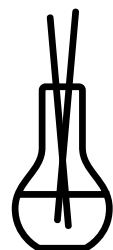
AUCH RECHNER MÜSSEN LERNEN

Das Verfahren basiert auf Algorithmen, die zunächst von den Programmierern, zunehmend aber auch durch Künstliche Intelligenz gefüttert und verbessert werden sollen. IBM bekam dafür sämtliche Rezepturen verschlüsselt übermittelt, ohne Klarnamen der Produkte oder Rohstoffe. „Die Mischungen sind unser Kapital, dass wir nicht aus dem Haus geben wollen“, begründet Christian Schepers diesen Schritt. Die Algorithmen wurden anschließend so programmiert, dass sie – sehr vereinfacht formuliert – den Aufbau eines Duftes analysieren, die Anwendungsfelder, unterschiedlichen Märkte und Verkaufszahlen einbeziehen und schließ-

lich auf dieser Grundlage neue Düfte entwerfen konnten. „Wir haben so zum Beispiel den Duft für ein Waschmittel in Lateinamerika zur Frühlingszeit eingegeben. Das System hat dann auf Knopfdruck in einer Sekunde 50.000 bis 70.000 Formeln gefunden und diejenigen herausgefiltert, die die höchste Erfolgswahrscheinlichkeit haben“, sagt Schepers. Ganz so glatt liefen die meisten Versuche allerdings nicht. „Die ersten Proben waren meilenweit davon entfernt, zu funktionieren. Wir haben die Algorithmen danach immer weiter verfeinert.“ Ein Duft, erinnert sich Schepers, roch zwar gut, war aber für die Verwendung in einer Duftkerze gemischt. Auch die Art der Applikation musste also einbezogen werden, ebenso wie Dutzende anderer Parameter.

ERSTE MEILENSTEINE

Die ersten Produkte, die so auf den Markt kamen, waren zwei Parfüme für den brasilianischen Hersteller O Boticário, die weltweite Nummer 3 in der Branche. „Es war für uns sehr wichtig, einen so großen Partner dafür zu gewinnen, um dem innovativen Ansatz noch mehr Aufmerksamkeit zu verschaffen“, sagt Schepers. Mit Hilfe von Philyra startete das Projekt im Januar 2018. Die marktreifen Produkte wurden auf dem World Perfumery Congress in Nizza im Juni 2018 präsentiert und gingen in Brasilien im Juni 2019 in den Verkauf. Der automatisierten Kreation gehört die Zukunft, unter anderem beim Thema regulatorische Ansprüche. Wenn etwa in einem Teil der Welt eine Zutat aus regulatorischen Gründen nicht mehr erlaubt ist, wird sie im Rezept ausgetauscht. Meistens gibt es aber keine 1:1-Alternativen. „Wir müssen dann oft mehrere Ingredienzien in die Formeln einbauen, um das gewünschte Ziel zu erreichen. Das ist sehr zeitaufwändig“, macht Christian Schepers klar. „Die Künstliche Intelligenz wird so ein Teil der Werkzeuge unserer Parfümeure“, sagt der Manager. „Sie können so ihre kreative Kraft, ihren Einfallsreichtum und ihre Inspirationen noch besser einbringen als zuvor.“





50.000 —
70.000

Formeln für Duftmischungen kann die Künstliche Intelligenz in einer Sekunde errechnen, die anschließend auf ihre Erfolgswahrscheinlichkeit überprüft werden müssen.





Nachhaltigkeit und Verantwortung

Mit unserer Nachhaltigkeitsberichterstattung erfüllen wir die Richtlinien der Global Reporting Initiative (GRI) in der Fassung der „GRI Standards“ (2016) inklusive der jüngsten Updates ausgewählter Indikatoren aus dem Jahr 2018.

Wir folgen dabei dem höchsten Anwendungslevel „In Übereinstimmung – Umfassend“ und legen damit zu allen wesentlichen Themen vollständig Rechenschaft ab. Als aktives Mitglied des Global Compacts leiten uns zudem deren universelle Prinzipien für eine verantwortungsvolle Unternehmensführung als auch die nachhaltigen Entwicklungsziele der Vereinten Nationen – die Sustainable Development Goals (SDGs). Zu deren Erreichung tragen wir aktiv bei – entlang unserer gesamten Wertschöpfungskette von der Rohstoffgewinnung und Produktentwicklung bis hin zu unseren Kundenbeziehungen. Unser nachhaltiges Wirken entlang dieser Wertschöpfungsstufen steht im Fokus des folgenden Kapitels.

Alle quantitativen und qualitativen Transparenzinformationen, unseren strategischen Ansatz sowie die Managementkonzepte unserer wesentlichen Themen haben wir in unsere Nachhaltigkeitsbilanz nach GRI integriert und erfüllen damit die Anforderungen des CSR-Richtlinie-Umsetzungsgesetzes (CSR-RUG) gemäß § 289b Abs. 3 HGB. Alle Informationen wurden gemäß dem AA1000 Assurance Standard einer externen Prüfung unterzogen.

- 92 Publikationen zur Nachhaltigkeit 2019
- 93 Highlights 2019
- 94 Unsere wesentlichen Themen
- 96 Ziele und Management unserer Nachhaltigkeitsthemen
- 100 Nachhaltigkeit entlang der Wertschöpfungskette
- 104 Rohstoffe
- 106 Produktentwicklung & Herstellungsverfahren
- 110 Kunden & Konsumenten

Publikationen zur Nachhaltigkeit 2019

UNTERNEHMENSBERICHT



NACHHALTIGKEITSBILANZ



FOKUS

- Integrierte Unternehmensstrategie
- Zentrale nichtfinanzielle Steuerungskennzahlen
- Nachhaltigkeitsmanagement und wesentliche Themen im Überblick
- Beitrag zu den Sustainable Development Goals (SDG) entlang der Wertschöpfungskette

FOKUS

- Alle Kennzahlen und Informationen gemäß GRI Standards
- Gesonderter Nichtfinanzieller Bericht gemäß § 289b Abs. 3 HGB
- Fortschrittsmitteilung für den Global Compact

Zu finden unter
ub2019.symrise.de/nachhaltigkeit/nachhaltigkeitsbilanz

Highlights 2019

STEIGERUNG DER ÖKO-EFFIZIENZ*

52 **68** **51**

CO₂-Reduktion
von 2010–2019
in %

CSB**-Reduktion
von 2010–2019
in %

Reduktion sensibler
Abfälle von 2010–2019
in %

ARBEITSSICHERHEIT

36

MAQ***-Reduktion von 2013–2019
Zielerreichung
in %

NACHHALTIGKEIT IN DER LIEFERKETTE

100

Anteil der Hauptlieferanten basierend auf
Einkaufsvolumen nach Nachhaltigkeitskriterien
bewertet in %

PARTNERSCHAFTEN 2019



Beitritt Allianz für Entwicklung und Klima



One Planet Business for Biodiversity (OP2B)



RE100 Initiative

* Alle Werte bezogen auf 1m€ Wertschöpfung

** CSB = Chemischer Sauerstoffbedarf

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

Unsere wesentlichen Themen

UMFASSENDE WESENTLICHKEITSANALYSE

Im Berichtsjahr 2019 haben wir unsere Wesentlichkeitsanalyse im Rahmen einer breit angelegten Onlinebefragung kombiniert mit einer qualitativen Befragung unserer Stakeholder via Experteninterviews – von Investoren und Kunden über NGOs, Wissenschaft und Politik bis hin zu unseren Mitarbeitern und unserem Vorstand – aktualisiert.

Die Bezeichnungen und Inhalte der wesentlichen Themen haben wir in diesem Zuge – wo sinnvoll – überarbeitet. So wurde beispielsweise das Thema „Compliance“ zu „Good Corporate Governance & Compliance“ umbenannt. Die zuvor separat bewerteten Themen „Nachhaltige Forstwirtschaft“, „Nachhaltige Landwirtschaft & Aquakultur“ und „Biodiversität“ wurden aufgrund von inhaltlichen Überschneidungen zu „Schutz der Biodiversität“ zusammengefasst. „Exzellenz in der Supply Chain“ wurde in angrenzende Themen integriert. Die Klimaschutzaktivitäten von Symrise werden mit dem Thema „Klimaschutz und Emissionsreduzierung“ nun, über die Reduzierung von Emissionen hinaus, explizit adressiert.

„Bei Symrise dreht sich im Prinzip alles um Rohstoffe [...]. Hier effizient, sparsam, verlustarm etc. zu agieren schon die Umwelt und stützt die Wirtschaftlichkeit.“

Symrise Mitarbeiter

„Die größten gesellschaftlichen und ökologischen Herausforderungen [...] sind der Klimawandel, das Lieferantenmanagement und die zunehmende Komplexität der Lieferketten.“

Nachhaltigkeitsexperte

Die verschiedenen Befragungen fanden im Zeitraum von Juni bis August 2019 statt und lieferten uns Erkenntnisse bezüglich der Erwartungen unserer Stakeholder, der Relevanz der Nachhaltigkeitsthemen für unser Geschäft sowie hinsichtlich der Auswirkungen, die Symrise durch seine Geschäftstätigkeit auf Mensch, Umwelt und Gesellschaft besitzt. Insgesamt wurden hierfür über 1.500 vollständig beendete Onlinefragebögen sowie knapp 30 durchgeführte qualitative Experteninterviews ausgewertet.

Die Themen „Verantwortungsvolle Beschaffung“, „Klimaschutz und Emissionsreduzierung“ und „Verantwortungsvolle Rohstoffnutzung“ wurden dabei stakeholderübergreifend als die drei zentralen Fokusthemen identifiziert. Die Abhängigkeit von natürlichen Rohstoffen im ‚race of resources‘ sowie die Bedeutung unternehmerischer Klimaschutzaktivitäten wurde auch von externen Experten in qualitativen Interviews hervorgehoben.



* Nachhaltige Partnerschaften, Good Corporate Governance & Compliance bilden die Grundlage all unserer wesentlichen Themen, der Geschäftstätigkeit von Symrise und all unserer Aktivitäten.

Über unsere Nachhaltigkeitsleistungen und Kennzahlen legen wir in unserer Online-Nachhaltigkeitsbilanz umfangreich Rechenschaft ab: ub2019.symrise.de/nachhaltigkeit/nachhaltigkeitsbilanz

Das im Vorjahr höchstbewertete Thema „Einhaltung der Menschenrechte“ bleibt von großer Bedeutung – in diesem Jahr jedoch vielmehr in einem Bewertungsradius mit anderen prominent bewerteten Themen aus den Nachhaltigkeitssäulen „Innovation“ und „Fußabdruck“ sowie den übergeordneten strategischen Querschnittsthemen „Good Corporate Governance“ und „Nachhaltige Partnerschaften“. Partnerschaftliche Kollaboration und

Transparenz wurden generell sowohl aus interner als auch aus externer Perspektive als entscheidende Treiber für Nachhaltigkeit eingeschätzt.

Die Ergebnisse wurden abschließend im Sustainability Board diskutiert und validiert. Für alle wesentlichen Themen im Überblick, deren Definition, Ziel, Zielerreichung und Managementmethode, siehe die Übersichtstabelle auf S. 96.

Ziele und Management unserer Nachhaltigkeitsthemen

THEMA	DEFINITION	AUSGEWÄHLTE ZIELE
VERANTWORTUNGSVOLLE BESCHAFFUNG	Transparenz über die Herkunft von Rohstoffen, Auditierung der Lieferanten nach Umwelt- und Sozialstandards zur Gewährleistung fairer Arbeitsbedingungen und Umweltschutz in der gesamten Wertschöpfungskette.	Bis 2025 den Anteil von Hauptlieferanten, die nach Nachhaltigkeitskriterien bewertet wurden, auf 100 % steigern.
KLIMASCHUTZ UND EMISSIONSREDUZIERUNG	Reduktion von Klima-Emissionen, Lärm- und Geruchsemissionen sowie des Energieverbrauchs und verstärkter Einsatz erneuerbarer Energien.	Ab 2030 wird Symrise klimapositiv sein.
VERANTWORTUNGSVOLLE ROHSTOFFNUTZUNG	Effiziente und sparsame Nutzung endlicher Rohstoffe, Fokus auf nachwachsende, erneuerbare Rohstoffe.	Bis 2025 Verringerung des chemischen Sauerstoffbedarfs im Wasser sowie unserer sensitiven Abfälle jeweils um 60 % gegenüber 2010.
GOOD CORPORATE GOVERNANCE & COMPLIANCE	Einhaltung von Gesetzen, Richtlinien und internen Regelungen, verantwortungsbewusste Unternehmensleitung, angemessener Umgang mit Risiken.	Bis 2025 planen wir eine globale Steuerquote von überdurchschnittlichen 26–28 % . Sicherstellung, dass alle Symrise Standorte nach geltenden Standards auditiert werden.
NACHHALTIGE PARTNERSCHAFTEN	Etablierung langfristiger Partnerschaften und Austausch zur Stärkung von Nachhaltigkeit.	Gewährleistung und Steigerung von Vertrauen, Wissenstransfer und Synergien zwischen den eigenen Unternehmen und NGOs, Lieferanten, politischen Institutionen und Partnern vor Ort.
INNOVATIVES & NACHHALTIGES PRODUKTDESIGN	Entwicklung umweltfreundlicher und sozialverträglicher Produktinnovationen im Bereich Duft- und Geschmacksstoffe.	Bis 2025 über 12 % unseres Umsatzes mit neuen Produktentwicklungen generieren. Bis 2020 systematische Integration der Anforderungen des Nagoya Protokolls in unsere Forschungs- und Entwicklungstätigkeiten.
VERANTWORTUNGSVOLLER UMGANG MIT WASSER	Schonender und effizienter Umgang mit Wasser insbesondere in Gebieten mit Wasserknappheit.	Steigerung der Wassereffizienz an Produktionsstandorten, die sich in von Wasserstress betroffenen Gebieten befinden.
SCHUTZ DER BIODIVERSITÄT	Förderung biologischer Vielfalt, Minimierung direkter und indirekter Eingriffe in natürliche Ökosysteme, Maßnahmen zum Umweltschutz im Rahmen einer nachhaltigen Landwirtschaft und Aquakultur.	2025 nachhaltiger Bezug unserer strategischen landwirtschaftlichen und aquakulturellen Rohstoffe zu 100 % .
PRODUKTQUALITÄT & -SICHERHEIT	Gewährleistung sicherer und qualitativ hochwertiger Produkte.	Erhalt des hohen Niveaus des Produktsicherheitsmanagements .
EINHALTUNG DER MENSCHENRECHTE	Verpflichtung zur Einhaltung von Sozialstandards im Unternehmen sowie in der gesamten Lieferkette und Maßnahmen zur Erfüllung dieser Standards.	Bis 2025 den Anteil von Hauptlieferanten, die nach Nachhaltigkeitskriterien bewertet wurden, auf 100 % steigern.

ZIELERREICHUNG	MANAGEMENT-METHODE
<p>Alle Hauptlieferanten von Symrise (bezogen auf das Einkaufsvolumen) nach Nachhaltigkeitskriterien bewertet.</p>	<p>Lieferantenbewertungen, -zertifizierungen und -audits; Engagement in int. (Branchen-)Initiativen (SAI, FSC, CDP Supply Chain Program, Rainforest Alliance, RSPO, GIZ, Save The Children, IFFO, etc.)</p>
<p>Erhöhung der Ökoeffizienz bezogen auf die Reduzierung der Treibhausgas-Emissionen (Scope 1 und 2) um 7,2 %.</p>	<p>TCFD-Commitment, CDP Climate Change</p>
<p>Der chemische Sauerstoffbedarf hat sich im Berichtsjahr um 3,2 % erhöht – aufgrund eines stark gestiegenen Produktionsvolumens.</p> <p>Reduzierung der sensitiven Abfälle um 3,9 % im Vergleich zu 2018.</p>	<p>Green-Chemistry Ansatz, Rückgewinnung durch patentiertes SymTrap® Verfahren</p>
<p>2019 betrug unsere globale Steuerquote 27,1 %.</p> <p>100 % der Symrise Standorte nach geltenden Standards auditiert.</p>	<p>Weiterentwicklung des integriertes Managementsystems (IMS), externe Zertifizierungen, Interne und externe Auditierungen</p>
<p>Weiterführung langfristiger Projektpartnerschaften.</p> <p>2019 Beitritt zu neuen Initiativen: beispielsweise Allianz für Entwicklung und Klima; One Planet Business for Biodiversity Initiative.</p>	<p>Engagement in diversen internationalen Branchenkooperationen, Partnerschaften und vorwettbewerblichen Ansätzen</p>
<p>Mit 16,4 % Umsatz aus neuen Produktentwicklungen haben wir unseren Zielwert zum wiederholten Mal übertroffen.</p> <p>Betriebliche Verfahrensanweisungen gemäß EU-Richtlinie 511/2014 für Forschung und Entwicklung sowie weitere relevante Funktionsbereiche implementiert.</p>	<p>Markt- und Trendforschung, Berücksichtigung regulatorischer Anforderungen, Product Sustainability Scorecard, Green Chemistry Ansatz;</p> <p>Integriertes Managementsystem, Nagoya Protokoll Komitee, Nagoya Policy</p>
<p>Der Wasserverbrauch in Produktionsstandorten in Wasserstressgebieten hat sich im Berichtsjahr um 3,2 % erhöht – aufgrund eines Produktionsanstiegs in diesen Ländern von durchschnittlich 15 %.</p>	<p>Symrise Water Policy, CDP Water</p>
<p>2019 wurden strategische biobasierte Rohstoffe aus Landwirtschaft und Aquakultur identifiziert, die bis 2025 aus nachhaltigen Quellen beschafft werden.</p>	<p>Nachhaltiges Lieferkettenmanagement, Rohstoff-zertifizierungen, Rückwärtsintegration, CDP Forest</p> <p>Engagement in diversen internationalen (Branchen-)initiativen</p>
<p>Keine signifikanten Vorfälle hinsichtlich Produktsicherheit im Jahr 2019.</p>	<p>Interne und externe Audits; Sicherheitszertifizierungen</p>
<p>Alle Hauptlieferanten von Symrise (bezogen auf das Einkaufsvolumen) nach Nachhaltigkeitskriterien bewertet.</p>	<p>Interne und externe Audits und Zertifizierungen; Lieferantenbewertungen (SEDEX)</p>

Ziele und Management unserer Nachhaltigkeitsthemen

THEMA	DEFINITION	AUSGEWÄHLTE ZIELE
ARBEITSSICHERHEIT UND GESUNDHEITSSCHUTZ	Einhaltung von Arbeitssicherheitsvorschriften, Maßnahmen zur Vorbeugung von Arbeitsunfällen und arbeitsbedingten Erkrankungen, Förderung der Gesundheit der Mitarbeiter.	„Null Unfallkultur“ und Reduktion der Unfallhäufigkeit auf MAQ < 1,5 bis 2025 .
ANLAGENSICHERHEIT	Vermeidung und Begrenzung schädlicher Auswirkungen der Unternehmensstandorte auf Menschen, Umwelt und Sachwerte durch Einhaltung von Sicherheitsvorschriften.	Erhalt des hohen Niveaus des Sicherheitsmanagementsystems der Anlagen.
MITARBEITERFÖRDERUNG UND -ENTWICKLUNG	Persönliche und fachliche Förderung der Mitarbeiter durch aktives Talentmanagement, Trainings, langfristige Planung der Aus- und Weiterbildung sowie der Personalentwicklung.	Erhalt und Ausbau standortübergreifender Weiterbildungen und Förderung der Mitarbeiter.
VIELFALT UND CHANCEN- GLEICHHEIT	Diversität der Führungskräfte sowie Förderung gleicher Chancen aller Mitarbeiter, faire Vergütung, Inklusion, Maßnahmen zur besseren Vereinbarkeit von Familie und Beruf.	Bis 2025 Anteil von Frauen auf der ersten, globalen Führungsebene unterhalb des Vorstands mindestens 25 % , auf der zweiten, globalen Führungsebene mindestens 40 % .
ATTRAKTIVITÄT ALS ARBEITGEBER	In- und externe Wahrnehmung als attraktiver Arbeitgeber, Maßnahmen zur Förderung der Standortattraktivität.	Erhalt und Steigerung der Standortattraktivität , Etablierung von Symrise als „ employer of choice “.
SCHUTZ DES TIERWOHL	Maßnahmen zum Schutz von Gesundheit und Wohlbefinden von Tieren, artgerechte Haltung, Einhaltung von Gesetzen sowie freiwillige Selbstverpflichtungen.	Sicherstellung von Tierwohl-Standards in unserer Lieferkette. Bis 2023 Bezug von 100 % unserer Huhn-basierten Rohstoffe in den USA und bis 2026 in Europa aus nachhaltigen Quellen.
UNTERSTÜTZUNG LOKALER GEMEINSCHAFTEN	Aktiver Austausch, Investition und Förderung der lokalen Gemeinschaften und Anspruchsgruppen vor Ort.	Erhalt und Ausbau des partnerschaftlichen Engagements mit den lokalen Partnern und Gemeinschaften vor Ort.

Eine ausführliche Beschreibung unserer Managementansätze mit Zielen und Maßnahmenbeschreibungen zu allen Nachhaltigkeitsthemen findet sich in unserer Online-Nachhaltigkeitsbilanz unter ub2019.symrise.de/nachhaltigkeit/nachhaltigkeitsbilanz.

ZIELERREICHUNG	MANAGEMENT-METHODE
Regelmäßige Management Safety Besuche der globalen Führungskräfte.	Sicherheitsbesuche des Managements, ab 2020 ISO 45001, Prüfungen sowohl intern wie extern, kontinuierliche Sicherheitsschulungen
Keine signifikanten Vorfälle in Bezug auf Anlagensicherheit im Jahr 2019.	Interne und externe Audits, Zertifizierungen und Inspektionen
2019: Auszeichnung als Ausbilder , der eine grenzüberschreitende Mobilität in der Berufsausbildung in Europa gezielt fördert.	Talentmanagement und Personalentwicklung, Mitarbeiterrekrutierung
Von 10.340 Mitarbeitern waren 2019 weltweit 4.059 weiblich . Dies entspricht einem Anteil von 38,5% . Der Anteil von Frauen auf der ersten Managementebene unterhalb des Vorstands betrug im Jahr 2019 24% , auf der zweiten Managementebene 41% .	Integriertes Managementsystem, Talentmanagement, Mitarbeiterrekrutierung
2019 wiederholte Auszeichnung von zwei renommierten deutschen Wirtschaftszeitungen als einer der besten Ausbildungsbetriebe im norddeutschen Raum.	Engagement am Standort, Mitarbeiterrekrutierung
Die Einführung unserer Higher Animal Welfare (HAW) Policy in den USA musste aufgrund des Verkaufs einer Geschäftseinheit zurückgestellt werden. Die Auswirkungen durch die neue Akquisition von ADF/IDF auf die HAW Policy kann erst im Jahr 2020 überprüft werden.	Tierwohl Policy, Engagement mit Partnern für internationale Tierwohl-Standards, Lieferantenqualifizierung, Lieferantenbewertungen und -audits, Rückverfolgbarkeit
Bedarfsorientierte Unterstützung lokaler Gemeinschaften (karitativ, sozial) an Orten, aus denen Symrise seine strategischen Rohstoffe bezieht	Bedarfsprüfungen auf Standortebene

Nachhaltigkeit entlang der Wertschöpfungskette

Nachhaltigkeit ist in unserer Unternehmensstrategie verwurzelt und zieht sich durch unsere gesamte Wertschöpfungskette – vom An- und Abbau unserer zentralen Rohstoffe über unsere lokalen Partner und Zulieferer weltweit, die Produktentwicklung und Optimierung unserer Herstellungsverfahren an den Symrise Standorten bis hin zum Vertrieb unserer Produkte an unsere Kunden und Konsumenten weltweit. Im Sinne einer transparent rückverfolgbaren, nachhaltigen Lieferkette haben wir jede einzelne dieser Wertschöpfungsstufen im Blick.



Die 17 globalen Nachhaltigkeitsziele zeichnen den Weg für eine nachhaltige Entwicklung und geben den Rahmen vor, was wir als Unternehmen leisten können und müssen, um auch zukünftig erfolgreich wirtschaften zu können. Aufgrund unserer breiten Aufstellung und unseres vielschichtigen Geschäftsmodells müssen wir letztlich alle Ziele im Blick behalten. Dabei ist uns bewusst, dass wir nicht alle gleichermaßen in Angriff nehmen können, sondern diejenigen in den Fokus rücken müssen, zu denen wir den wirkmächtigsten Beitrag leisten können. Im Jahr 2018 haben wir, auf Basis der SDG-Unterziele, sechs SDGs (8, 12, 13, 14, 15, 17) identifiziert, zu denen wir bei Symrise, gemeinsam mit unseren Partnern, mit Blick auf unsere Geschäftstätigkeit sowie hinsichtlich der Auswirkungen unseres Handelns auf Umwelt und Gesellschaft eine besonders große Wirkung erzielen können – entlang unserer gesamten Wertschöpfungskette.



ROHSTOFFE

Die globale Artenvielfalt ist für Symrise als Quelle von Inspiration und natürlichen Rohstoffen unabdingbar, um stetig neue Aromen, Düfte und weitere Produkte für die Symrise Kundenindustrien zu kreieren. Die Bewahrung der Biodiversität und damit der Schutz natürlicher Lebensräume an Land und unter Wasser stellt deswegen ein essenzielles Anliegen von Symrise dar. Als weltweit tätiges Unternehmen haben wir mit dem nachhaltigen Bezug unserer Rohstoffe, der Bewertung unserer Hauptlieferanten nach Nachhaltigkeitskriterien sowie unserem Engagement in internationalen Initiativen und Partnerschaften für Biodiversität und Lieferkettentransparenz hier einen starken Hebel, zur Erreichung der SDGs 14 und 15 beizutragen. Dabei achten wir nicht zuletzt die Arbeitsbedingungen unserer Mitarbeiter, Partner und Zulieferer, um einen direkten Beitrag gemäß SDG 8 zu einem menschenwürdigen Wirtschaftswachstum zu leisten.





Der Wissenstransfer und die Synergien zwischen dem eigenen Unternehmen, Lieferanten, politischen Institutionen, zivilgesellschaftlichen Akteuren und Partnern vor Ort sind Grundlage der Geschäftstätigkeit von Symrise und somit aller unserer Aktivitäten.



Das Kerngeschäft von Symrise und seine Produkte sind aufs Engste mit nachhaltigen Produktionskreisläufen, der effizienten Nutzung natürlicher Ressourcen, einer umweltgerechten Verwendung von Chemikalien bis hin zu verringerten Abfallmengen durch Vermeidung, Reduzierung, Recycling und Wiederverwendung verbunden. Dabei haben wir – gemeinsam mit unseren Partnern – insbesondere in der Produktentwicklungsphase direkte Einflussmöglichkeiten auf SDG 12. Als produzierendes Unternehmen einer energieintensiven Branche haben wir hier außerdem eine besondere Verantwortung und Hebelwirkung auf SDG 8 und 13 bei der Implementierung von menschenwürdigen Arbeitsbedingungen, umfänglichen Klimaschutzmaßnahmen bis hin zu konkreten CO₂-Einsparquoten in unseren weltweiten (Produktions-)Standorten vor Ort.

Die Erfüllung menschlicher Grundbedürfnisse nach Gesundheit, Ernährung und Wohlbefinden ist das zentrale Anliegen von Symrise. Über unsere nachhaltigen Produktlösungen im Sinne von SDG 12 und 13 (siehe vorherige Wertschöpfungsstufe) haben wir damit Verantwortung und Hebel zugleich – über unsere eigenen Standorte hinaus – zukunftsfähige Konsummuster und Verhaltensweisen unserer Kunden und Konsumenten zu befriedigen aber auch (neu) anzustoßen.



Nachhaltigkeit entlang der Wertschöpfungskette – am Beispiel Vanille

Süß, rauchig, nussig – die natürliche Vanille ist eines der komplexesten Gewürze der Welt, bestehend aus 400 –500 einzelnen aromatischen Komponenten, die den Geschmack und das Aroma der Schoten beeinflussen. Die weltweite Nachfrage nach Vanille steigt von Jahr zu Jahr weiter an, wobei die Nachfrage nach natürlicher Vanille das Angebot übersteigt – Herausforderung und Chance für die Wertschöpfung von Symrise.



ROHSTOFFE



In Madagaskar werden rund 80 % des weltweiten jährlichen Bedarfs an Vanilleschoten produziert – rund 2.000 Tonnen Vanilleschoten ernten die Kleinbauern hier jährlich. Die Vanille-Orchideen müssen dabei auch heute noch aufwändig von Hand bestäubt werden. Die konventionelle Beschaffung von Vanille verläuft über ein weit verzweigtes Netz von Zwischenlieferanten, was eine transparente Verfolgung zum Ursprung der Schoten nahezu unmöglich macht. Symrise macht seit 2006 einen Unterschied: Als einziges Unternehmen der Branche mit lokaler Präsenz im Herzen der globalen Vanille-Produktion, der nordöstlichen SAVA-Region, arbeiten wir vor Ort direkt mit über 7.000 Kleinbauern in 74 Dörfern zusammen. Gemeinsam mit der Gesellschaft für internationale Zusammenarbeit (GIZ) unterstützt Symrise die lokalen Bauern mit Schulungen in Kulturdiversifizierung und Bodenmanagement, Gesundheitsleistungen und beim Aufbau kleinbäuerlicher Kooperativen vor Ort. Insgesamt profitieren knapp 50.000 Menschen in mehr als 70 Dörfern von unserer Arbeit in der Region. Diese direkten Beziehungen schaffen Vertrauen und ermöglichen die Rückverfolgbarkeit der Produkte im Sinne einer nachhaltig integrierten Lieferkette.



PRODUKT-
ENTWICKLUNG

HERSTELLUNGS-
VERFAHREN

Die weltweite Nachfrage nach Vanille übersteigt das natürliche Angebot bei weitem, weshalb synthetisches Vanillin so wichtig ist. Vanillearomen werden dabei durch die Kombination von zwei oder mehr Extrakten oder durch die Mischung von Extrakten mit anderen Rohstoffen, wie beispielsweise Zitronenöl, hergestellt. Symrise produziert jedes Jahr über 4.400 Tonnen solcher Vanille-Aromen. Unsere Expertise reicht dabei von der Extraktion natürlicher Vanille bis zur Herstellung von synthetischem und naturidentischem Vanillin.

Vanille ist außerdem eine Schlüsselkomponente, wenn es darum geht, feinste Duftprofile zu kreieren. Die Zahl der jährlich auf den Markt gebrachten Duftstoffe kann dabei heutzutage bis zu 500 betragen – 1974 waren es noch rund 20 neue Düfte pro Jahr. Unser Team aus Parfümeuren, Gutachtern und Marketingkollegen aktualisiert diese umfassende Symrise Genealogie der Düfte jährlich, welche über Parfüms aber auch funktionelle Duftkreationen für Waschmittel und Deodorants unsere Kunden und Konsumenten erreichen.



KUNDEN

KONSUMENTEN

Um die weltweit unterschiedlichen Verbraucherswünsche zu erfüllen, führt Symrise regionale Insight- und Trendstudien durch. Brasilien ist mit einem Umsatzwachstum von fast 70% innerhalb der letzten fünf Jahre der größte Parfümmarkt der Welt. Die mit 80% größten Märkte für Vanille weltweit sind dagegen die USA, Deutschland und Frankreich. Dort verfeinern die Vanille-Aromen von Symrise eine Vielzahl an Getränken und Lebensmitteln – beispielsweise auch die Wall's Eiscreme-Marken Cornetto, Calippo und Solero. Auf diesen Produkten können Verbraucher in Großbritannien seit dem Frühjahr 2019 über einen QR-Code Informationen zur Herkunft der Vanille einsehen und unterstützen mit dem Kauf zugleich ein gemeinnütziges Projekt (siehe Seite 80).

Für Duft- und Geschmacksstoffe war in den vergangenen Jahren weltweit eine stark gestiegene Nachfrage nach grünen und gesunden Produkten – beispielsweise Rainforest Alliance-, Fairtrade- und Bio-Produkten – und damit nach Gesundheit und Wohlbefinden, Natürlichkeit und Nachhaltigkeit zu verzeichnen.

Rohstoffe

Natürliche Rohstoffe bilden die Basis unserer Produkte und damit einen zentralen Ansatzpunkt unseres Geschäfts. Beim Bezug unserer Rohstoffe sind wir auf eine artenreiche Umwelt sowie auf die Zusammenarbeit und das Vertrauen der lokalen Gemeinschaften und Kleinbauern angewiesen. Wir treten hier aktiv für Austausch und Dialog ein und ermöglichen so nachhaltige Partnerschaften.



Austausch im Zwiebelring

Als Geschmacksträger, Grundstoff oder Gewürz wird die Zwiebel in 95 % aller Saßen, Fertiggerichte, Tiefkühlkost, Fisch- oder Fleischzubereitungen eingesetzt. Symrise verarbeitet sie seit fast 70 Jahren und verwendet ihre Aromenvielfalt als Zwiebel-saftkonzentrat, ätherische Zwiebelöle und weitere Aromen in rund 8 % aller Produkte. Einen Großteil der Zwiebeln bezieht Symrise dabei von Landwirten im Umkreis von 50 Kilometern der Werke, in denen das Gemüse verarbeitet wird – in Deutschland rund um den Unternehmenssitz Holzminden im niedersächsischen Weserbergland. Gemeinsam mit den Landwirten hat Symrise den sogenannten „Zwiebelring“ ins Leben gerufen, in dem in enger Kooperation mit Universitäten, Instituten und Landwirtschaftskammern Anbauversuche mit unterschiedlichen Zwiebelsorten, Pflanzenschutz- und Düngeversuche durchgeführt werden, um deren Einsatz nachhaltig zu optimieren und zu reduzieren. Symrise unterstützt die Landwirte dabei auch mit technologischer Infrastruktur, beispiels-



weise durch ein breites Netzwerk an Wetterstationen auf den Feldern. Die Stationen sollen klimawissenschaftliche Echtzeitdaten bereitstellen, Information zum richtigen Zeitpunkt der Anwendung von Dünge- und Pflanzenschutzmaßnahmen liefern, sowie ein System für ein robustes Ertragsvorhersagemodell aufbauen. Optimierte Verarbeitungsmethoden der Zwiebeln ermöglichen darüber hinaus die Reduzierung von Lebensmittelabfällen durch die Nutzung von Seitenströmen der Pflanze. Die enge Zusammenarbeit bietet außerdem Chancen zur Umsetzung neuer Projekte und Einkommensmöglichkeiten für die Landwirte, zum Beispiel beim jüngsten Anbau der in der Kosmetik- und Lebensmittelbranche zunehmend gefragten Hanf-Pflanze (siehe Seite 48).

Bergamotte und Minze im Dialog

Symrise fördert aktiv den gegenseitigen Austausch von bewährten Arbeitsweisen und Erfahrungen zwischen Landwirten – auch über die spezifische Anbauart und -region hinaus. So haben wir das Familienunternehmen Capua aus Kalabrien, unser Partner bei der Beschaffung der Zitrusfrucht Bergamotte, mit unserem ebenfalls familiengeführten

Unternehmenspartner für Minzöle in Nordamerika, Norwest Ingredients, vernetzt. Die italienischen Partner gaben den Amerikanern dabei insbesondere Einblicke in ihre Aktivitäten im Rahmen der Sustainable Agriculture Initiative Platform (SAI) und ihr Engagement für Biodiversität. Mit derartigem partnerschaftlichem Wissensaustausch leistet Symrise einen aktiven Beitrag für den nachhaltigen Erfolg der nächsten Generation von Landwirten und sichert damit den Zugang zu hochwertigen natürlichen Rohstoffen.

Lernpartnerschaften im Sustainable Alliance Netzwerk

Mit dem Programm „Bridging the Gap“ im Rahmen des UN Global Compact gemeinsam mit der GIZ, Unilever, Save the Children und Kellogg's ermöglicht Symrise Lernpartnerschaften zwischen Lieferanten und Kunden – und damit einmalige direkte Verbindungen über das gesamte Wertschöpfungsnetzwerk hinweg. Diese transparenten Vernetzungen ermöglichen es Symrise, wirkungsvolle Interventionsprogramme mitzugestalten, die die Bedingungen der Landwirte vor Ort direkt verbessern und unse-

ren Kunden die Gewissheit geben, ihre erweiterte Lieferkette durchgängig im Blick zu haben. Konkret soll beispielsweise bis 2023 sichergestellt werden, dass mehr als 70 % unserer Landwirte klimaintelligente landwirtschaftliche Praktiken anwenden, deren Zugang zu Finanzmitteln erleichtert wird sowie Jungunternehmer vor Ort gezielt gefördert werden. Dafür investieren Symrise und seine Projektpartner in den kommenden vier Jahren 10 Mio. € sowie weitere 15.000 € über unsere Mitarbeiter zur Unterstützung von Save the Children in die SAVA-Region in Madagaskar. Diese sogenannte „Quality Assured Chain-of-Custody“ bietet den Kunden einen transparenten Herkunftsnachweis, was Lieferkettenrisiken wie Menschenrechtsverletzungen oder negative Umweltauswirkungen vor Ort mindert.

Branchenübergreifendes Biodiversitätsbündnis

Gemeinsam mit 17 anderen international tätigen Unternehmen gründet Symrise das Bündnis „One Planet Business for Biodiversity“ (OP2B). Die Partner verpflichten sich, gemeinsam umweltschonende landwirtschaftliche Methoden zu entwickeln

und ihre Wertschöpfung so zu verändern, dass die Biodiversität als Grundlage für ein stabiles Agrarsystem in Zeiten globalen Wandels erhalten bleibt. Die Entwicklung regenerativer Anbaumethoden zum Schutz von Böden, eine vielfältigere Sortimentsgestaltung der Nahrungsmittelhersteller zur Förderung bedrohter Nutzpflanzenvarietäten und die Erarbeitung von Strategien zum Erhalt und zur Wiederherstellung bedrohter Ökosysteme stehen im Fokus der Initiative. Diese drei Ziele will das Bündnis bis 2030 erreichen.

Produktentwicklung & Herstellungsverfahren

Eine möglichst klimafreundliche Produktion, der umweltgerechte Einsatz von Chemikalien, ein effizienter Ressourceneinsatz, verringerte Abfallmengen, die Wiederverwendung von Nebenprodukten sowie neue Verpackungslösungen denken wir bei unserer Produktentwicklung und in unseren Herstellungsverfahren aktiv mit. Unsere Product Sustainability Scorecard ermöglicht dabei die Wahl umweltfreundlicher Produktalternativen.



Von der Orangenschale zur Mundpflege

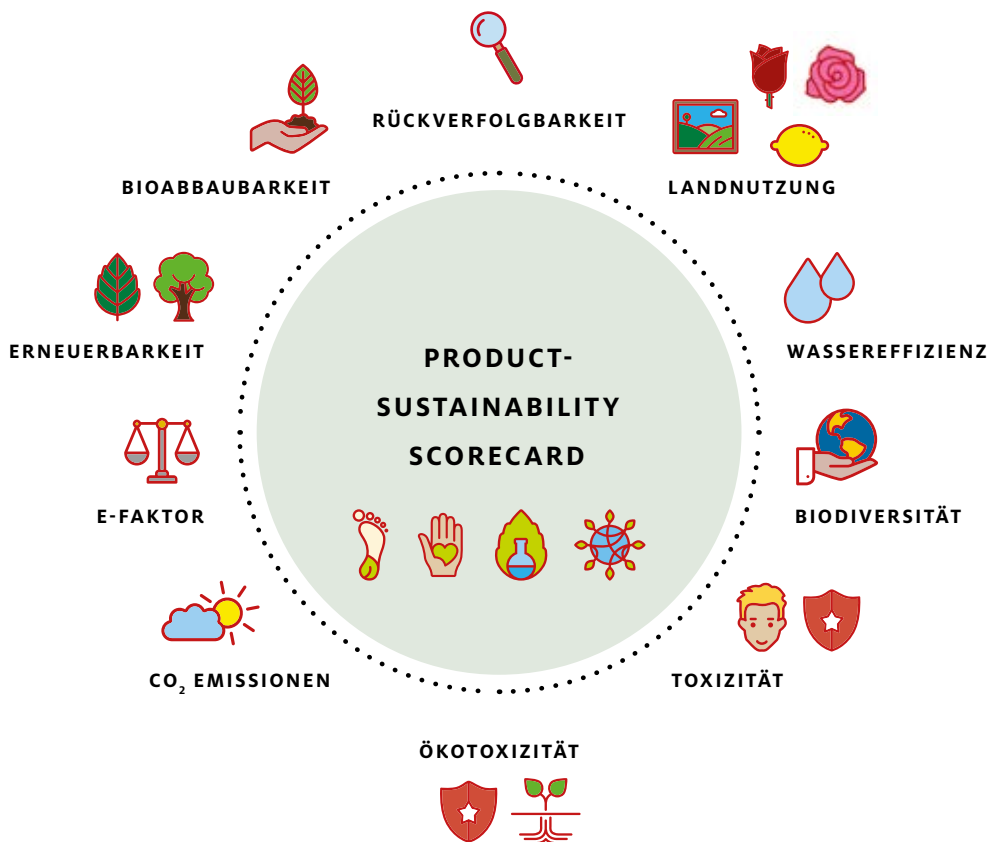
Unser Team in Jacksonville hat ein umweltfreundliches und firmeneigenes Verfahren für die Gewinnung von L-Carvon aus d-Limonen, einem Nebenprodukt, das aus den Orangenschalen der Orangensaftindustrie isoliert wird, entwickelt und patentieren lassen. Unser einzigartiges Verfahren produziert ultrareines L-Carvon, das frei von Chloriden, Stickstoffverbindungen, Lösungsmitteln und toxischen Reagenzien ist. Das erreichen wir durch den Einsatz möglichst umweltfreundlicher Produktionsmethoden. Dabei haben wir ein Verfahren entwickelt, das gegenüber herkömmlichen Methoden jährlich viele Millionen Liter Abwasser vermeidet. Das Endergebnis ist ein Inhaltsstoff, der einer Reihe alltäglicher Mundpflegeprodukte und Süßigkeiten einen erfrischenden, kühlen und minzigen Geschmack verleiht.



Nachhaltigkeit als Produktentscheidung

Mit der „Product Sustainability Scorecard“ erfasst Symrise Nachhaltigkeitsauswirkungen von Rohstoffen und Produkten. Dadurch ermöglichen wir unseren Kunden anhand von zehn Kriterien, im Vergleich der verfügbaren Alternativen, den umweltfreundlichsten Weg einzuschlagen. Anhand der Scorecard lässt sich so am Beispiel Menthol feststellen, dass die synthetische, von Symrise hergestellte Variante, nachhaltig Vorteile mit sich bringt: Angefangen von einer sicheren, klar rück-

verfolgbaren Rohstoffbasis über eine vergleichsweise energieeffiziente und abfallarme Produktion bis hin zur sehr hohen Reinheit und Qualität des Endprodukts. Die „Product Sustainability Scorecard“ veranschaulicht dies auf einen Blick – mit einem besseren Abschneiden des synthetischen Menthols, unter anderem in den Kategorien „Wassereffizienz“, „Rückverfolgbarkeit“, „Landnutzung“ und „Biodiversität“ gegenüber natürlichem Menthol.



Sulfacid®-Technologie im Umlauf

Symrise hat 2019 am US-amerikanischen Produktionsstandort in Jacksonville den Betrieb eines Sulfacid®-Systems aufgenommen – und ist damit der Pionier beim Einsatz dieser Technologie in der Branche. Dabei wird die schwefelhaltige Abluft von einem thermischen Abgasreiniger aufbereitet und so mehr als 99 % der flüchtigen organischen Verbindungen eliminiert. Die entstehenden Produkte kommen dann in anderen Produktionsprozessen

zum Einsatz und unterstützen so das Konzept der Kreislaufwirtschaft. Das System vereint hohe Betriebsleistung und Effizienz mit höchsten Sicherheitsstandards, während es gleichzeitig Wartungs- und Lebenszykluskosten reduziert. Die Technologie ist das Ergebnis einer Kooperation von Symrise und dem Technologieanbieter Carbon Process & Plant Engineering S.A. (CPPE).

Verpackung neu gedacht

Die Logistikexperten von Symotion haben die Aufgabe, dass die rund 30.000 Symrise Erzeugnisse, die die Werkstore in Deutschland verlassen, sicher von der Produktionsstätte zu den Kunden in aller Welt gelangen. Häufig werden die Inhaltsstoffe der Aromen und Düfte sowie die Inhaltsstoffe von Kosmetika als Gefahrgut transportiert: In Stahlfasern, Spezialkanistern oder Kisten. 60 Standardverpackungen und 80 Ausnahmeverpackungen gibt es dafür. Neben der Sicherheit steht auch die Nachhaltigkeit der Verpackungen im Fokus: Um die CO₂-Bilanz zu verringern, versucht das Unternehmen, nachhaltigere Verpackungslösungen durch leichtere, recycelte und umweltfreundliche Materialien zu schaffen. So werden zum Beispiel Intermediate Bulk Container (IBC) eingesetzt. Einige IBC Typen bestehen aus einem Drahtkäfig mit integrierter Kunststoffblase, die bis zu 1.000 Liter fasst. Diese Stahlkäfige können wiederverwendet werden.

KUNDENINFORMATION ZU KUNSTSTOFFVERPACKUNGEN

Symrise kennt und erfüllt alle gesetzlichen Vorschriften für Kunststoffverpackungen. Verglichen mit unserem Produktionsvolumen fällt der Anteil an Kunststoffverpackungen sehr gering aus. Dennoch stellen wir sicher, dass alle unsere Geschäftsstandorte Verpackungen aktiv optimieren und recyceln, ohne die Qualität unserer Produkte zu beeinträchtigen. Die Sicherheit unserer Produkte, die Umwelt und die Einhaltung aller gesetzlichen Bestimmungen stehen dabei immer im Mittelpunkt. Wir prüfen fortlaufend Lösungen, um unsere Umweltbelastung durch Verpackungen zu reduzieren, und wir arbeiten gemeinsam mit unseren Partnerunternehmen an innovativen und nachhaltigen Lösungen. Intern ermutigen wir alle unsere Mitarbeiter, Einwegkunststoffverpackungen an allen Geschäftsstandorten durch umweltfreundliche Alternativen zu ersetzen.



30.000

verschiedene Symrise Erzeugnisse verlassen die Werkstore in Deutschland und werden von Symotion sicher an ihre Bestimmungsorte auf der ganzen Welt gebracht.

Kunden & Konsumenten

Symrise steht in stetiger Interaktion und im Austausch mit seinen Kunden und Konsumenten – nicht zuletzt durch Trendstudien und Befragungen weltweit. Mit innovativen Duft- und Geschmacksstoffen erfüllen wir deren individuelle Bedürfnisse nach Gesundheit, Ernährung und Wohlbefinden sowie Natürlichkeit und Nachhaltigkeit.



Biobasierter Inhaltsstoff für Kosmetika

Die Nachfrage nach natürlichen Inhaltsstoffen in Kosmetika steigt weltweit – ebenso wie die Nachfrage nach multifunktionalen Inhaltsstoffen, da Verbraucher kurze und transparente Zutatenlisten wünschen. Der aus einem Nebenprodukt des Zuckerrohrs produzierte multifunktionale Inhaltsstoff Hydrolite® 5 green besteht zu 100 % aus biobasierten Rohstoffen und bietet den Symrise Kunden damit eine nachhaltige Produktalternative. Die Substanz versorgt die Haut mit Feuchtigkeit, verstärkt die Wirksamkeit vieler Inhaltsstoffe in kosmetischen Formulierungen und verbessert Aussehen, Konsistenz sowie Schutz des Produkts selbst. Im Dezember 2019 wurde der Inhaltsstoff vom United States Department of Agriculture (USDA) als „USDA Certified Biobased Product Label“ zertifiziert. Knapp ein Jahr zuvor war Hydrolite® 5 green erstmals der Öffentlichkeit präsentiert worden.



Geschmacksnoten pflanzlicher Proteine

Kunden und Konsumenten weltweit fragen verstärkt Alternativen für Fleisch und Milchprodukte, also Lebensmittel und Getränke mit alternativen Proteinen nach – aus Überzeugung und aus Gesundheitsgründen. Symrise hat daher Ende des Jahres 2019 seine Palette um Noten für eigene, grüne Produktkategorien mit pflanzlichen Proteinen erweitert. Damit kombinieren wir unser Wissen um alternative Proteinquellen mit unserer Geschmacks-

expertise und unserem Rezepturverständnis sowie umfassenden Konsumentendaten und entwickeln Geschmackslösungen für pflanzenbasierte Lebensmittel und Getränke. Die integrierten Symrise Lösungen balancieren störende Beigeschmäcker aus und lassen pflanzliche Produkte saftig schmecken. Dafür nutzt Symrise natürliche Rohstoffe aus nachhaltiger Beschaffung und setzt auf pure, natürliche Zutaten aus seinem code of nature®-Portfolio.



Halal-Düfte für Hijabistas

Immer mehr muslimische Frauen entscheiden sich bewusst dafür, ihr Haar zu bedecken, entweder bereits als junge Frauen oder zu einem späteren Zeitpunkt. Dieser globale Trend verbreitet sich besonders schnell in Indonesien und kann neben religiösem und kulturellem Hintergrund auch selbstbewusste Entscheidung und Individualität zum Ausdruck bringen. Für die speziellen Bedürf-

nisse kopftuchtragender Frauen startete Symrise 2019 die Entwicklung neuer Düfte: Diese werden in enger Abstimmung mit der Zielgruppe vor Ort, den sogenannten Hijabistas – modebewussten, jungen, social-media-affinen Hijab-Trägerinnen – kreiert und sind darüber hinaus halal, verzichten also auf tierische und bestimmte chemische Inhaltsstoffe.



Aus dem Konzernlagebericht und aus dem Konzernabschluss

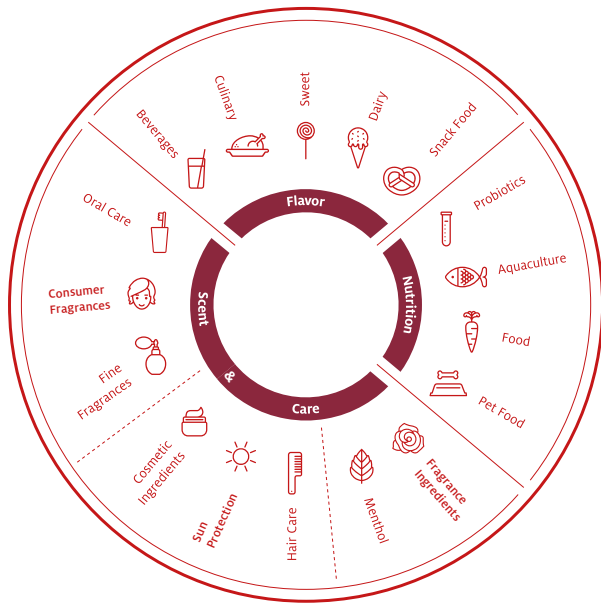
Auszüge aus dem Konzernlagebericht und dem Konzernabschluss 2019 der Symrise AG geben einen Überblick zur wirtschaftlichen Entwicklung und Lage des Unternehmens. Der vollständige Konzernlagebericht und Konzernabschluss sind im Finanzbericht 2019 unter <https://www.symrise.com/de/investoren> enthalten.

114	Kurzporträt Symrise	132	Wirtschaftsbericht
115	Highlights 2019	133	Unternehmensentwicklung
116	Grundlagen des Symrise Konzerns	145	Gesamtaussage zur wirtschaftlichen Lage
117	Struktur und Geschäftstätigkeit	146	Prognosebericht
122	Markt und Wettbewerb	147	Künftige Unternehmensentwicklung
122	Ziele und Strategie	147	Gesamtaussage zur voraussichtlichen Entwicklung des Unternehmens
124	Wertorientierte Steuerung	148	Erklärung zur Unternehmensführung
124	Forschung und Entwicklung	149	Konzerngewinn- und -verlustrechnung
128	Mitarbeiter	150	Konzernbilanz

Kurzporträt Symrise

always inspiring more ...

ANWENDUNGSBEREICHE



Symrise schafft begeisternde Geschmacks- und Duft-erlebnisse und bietet nachhaltige Lösungen für die Nahrungsmittelherstellung auf Basis natürlicher Ausgangsstoffe. Das ist unsere Mission. Mit Engagement und innovativer Kraft 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 zusätzlich gesundheitsfördernde oder pflegende Eigenschaften besitzen. Mit Einfallsreichtum und unternehmerischem Schwung erschließt sich Symrise darüber hinaus zusätzliche Potenziale: Auf kosmetische Grund- und Wirkstoffe, funktionale Inhaltsstoffe, Heimtiernahrung, Aquakulturen oder Probiotika entfällt bereits ein Drittel des Geschäfts. Die Spannweite unserer Aktivitäten eröffnet neue Wachstumschancen, stabilisiert den Geschäftsverlauf und verleiht Symrise ein unverwechselbares Profil.

Dynamisches Umsatzwachstum
2006 – 2019 CAGR 8,2%

Hochprofitabel
EBITDA-Marge 2006 – 2019 zwischen 20% und 22%

Über 10.000 Mitarbeiter
in über 40 Ländern

Über 6.000 Kunden
in rund 160 Ländern

WERTSCHÖPFUNGSKETTE VON SYMRISE

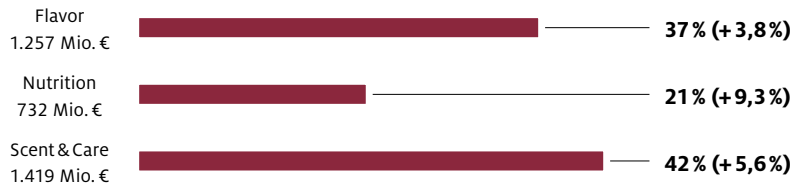


Highlights 2019

Starkes organisches Wachstum bei gesteigerter Profitabilität

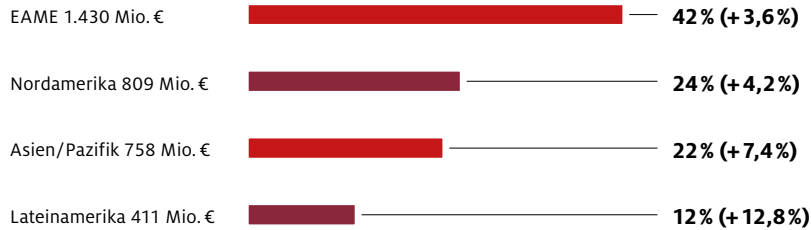
UMSATZ NACH SEGMENTEN

in % vom Konzernumsatz bzw. organisches Umsatzwachstum in %



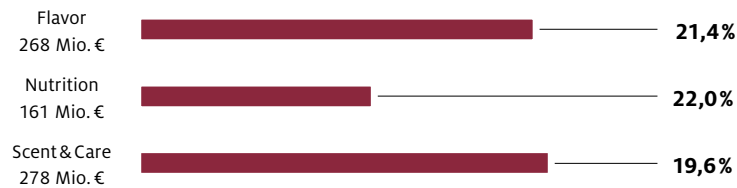
UMSATZ NACH REGIONEN

in % vom Konzernumsatz bzw. organisches Umsatzwachstum in %



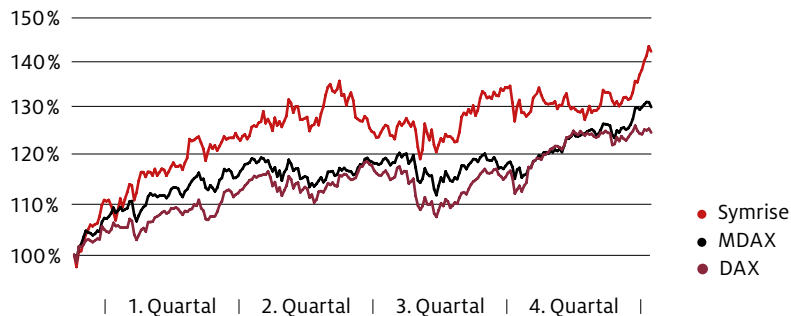
EBITDA(N) (-MARGEN) SEGMENTE

in Mio. € bzw. % vom Umsatz



KURSENTWICKLUNG

der Symrise Aktie 2019



Umsatz
3.408 Mio. €
Organisches Wachstum
5,7%

EBITDA(N)
707 Mio. €
EBITDA(N)-Marge 20,8%

EBIT(N)
481 Mio. €
EBIT(N)-Marge 14,1%

normalisierter
Konzernjahresüberschuss
304 Mio. €

normalisiertes
Ergebnis je Aktie
2,25 €

Dividendenvorschlag
0,95 €
je Aktie

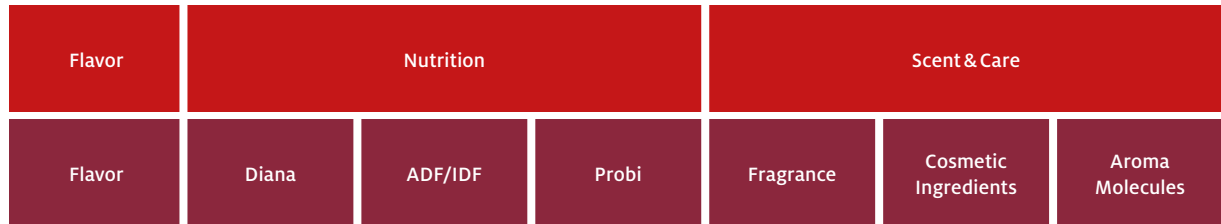
Marktkapitalisierung
12,7 Mrd. €

per 31.12.2019

Grundlagen des Symrise Konzerns

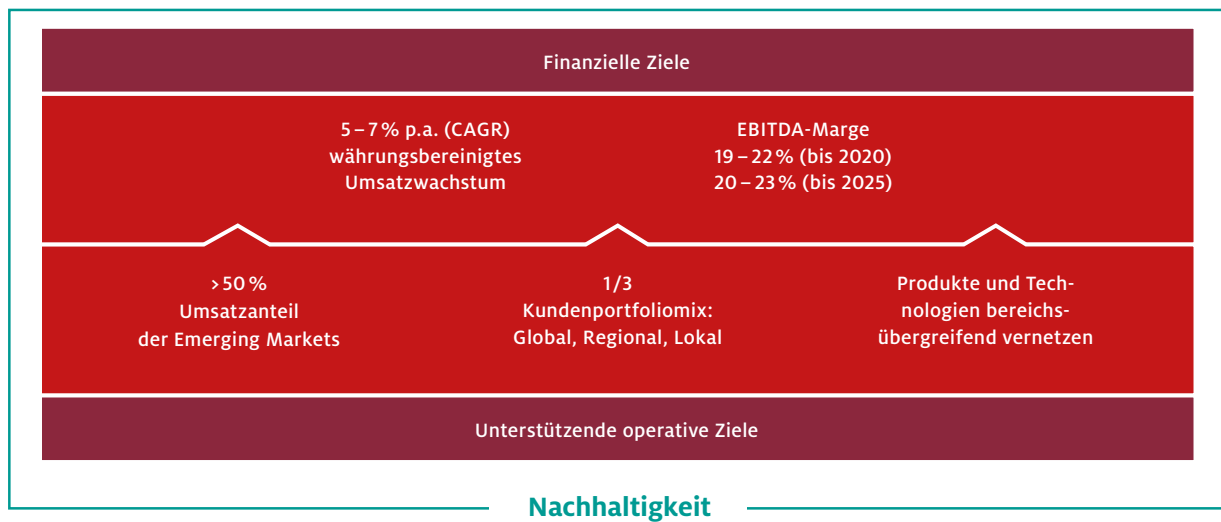
Sharing values: Starke Wurzeln, neue Wege

SEGMENTE

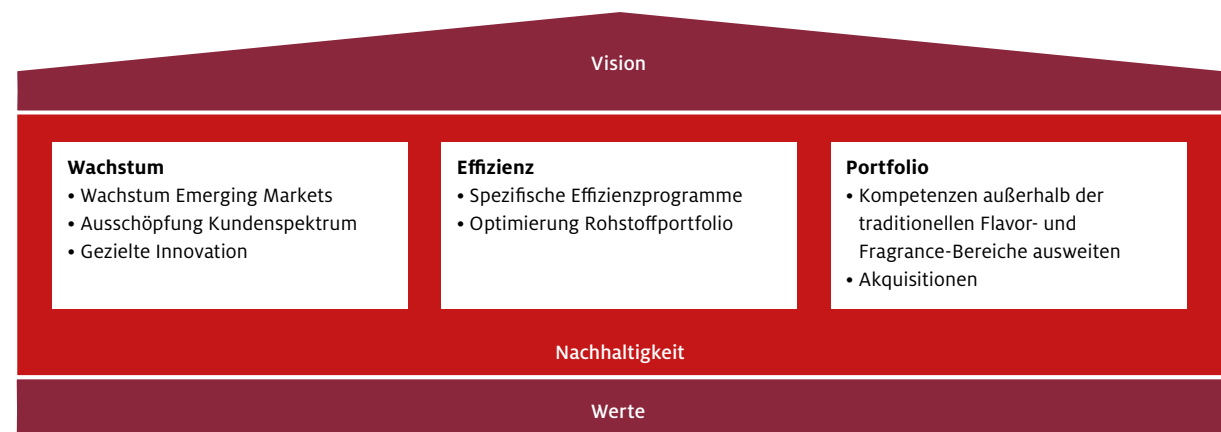


GESCHÄFTSBEREICHE

ZIELE



STRATEGIE



STRUKTUR UND GESCHÄFTSTÄTIGKEIT

UNTERNEHMENSPROFIL

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

Mit einem Umsatz von 3,4 Mrd. € im Geschäftsjahr 2019 und einem Marktanteil von rund 10 % gehört das Unternehmen zu den weltweit führenden Anbietern im Markt für Düfte und Aromen. Der Konzern mit Sitz in Holzminden ist mit mehr als 100 Standorten 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 2019 von rund 12,7 Mrd. € zu den im MDAX® geführten Unternehmen. Der Streubesitz der Aktie beläuft sich auf rund 95 %.

Die Verantwortung für das operative Geschäft liegt in den Segmenten Flavor, Nutrition sowie Scent & Care. Alle Segmente verfügen über Bereiche wie Forschung und Entwicklung, Einkauf, Produktion und Qualitätskontrolle sowie Marketing und Vertrieb. Auf diese Weise können 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.

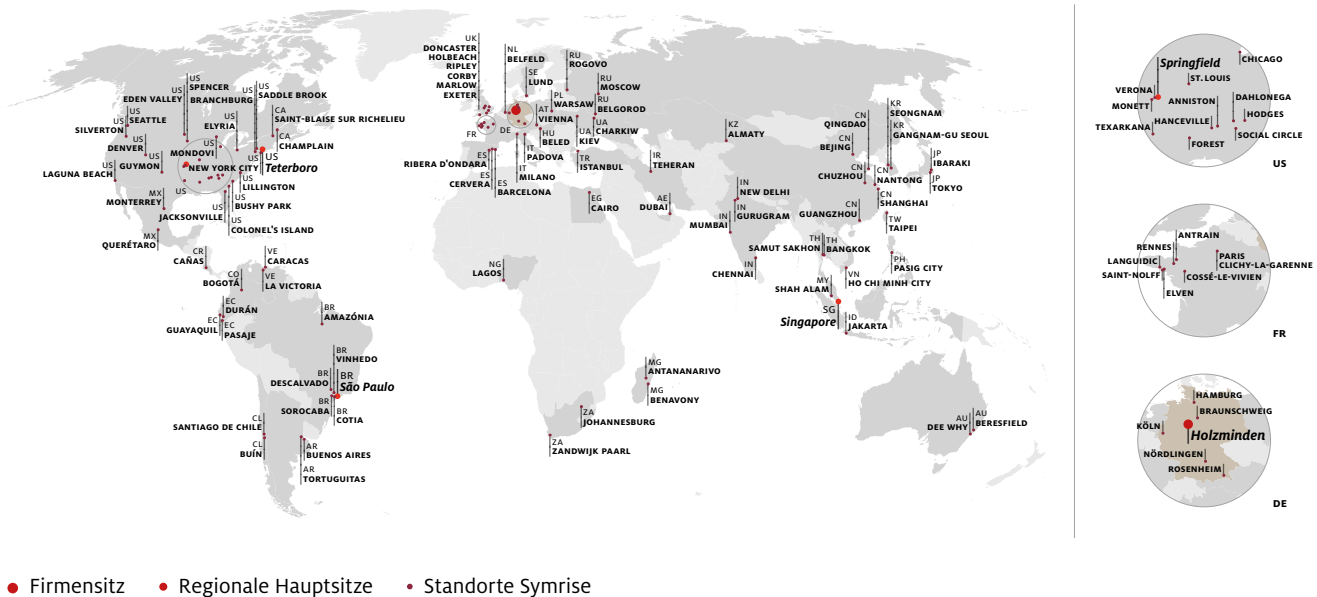
Das Segment Flavor beinhaltet die Anwendungsbereiche Beverages, Savory und Sweet. Das Segment Nutrition besteht aus dem Geschäftsbereich Diana mit den Anwendungsbereichen Food, Pet Food, Aqua und Probi sowie dem im November 2019 erworbenen US-amerikanischen Unternehmen ADF/IDF. Das Segment Scent & Care 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 Accounting, Controlling, Steuern, Treasury, Unternehmenskommunikation sowie Investor Relations, Recht, Personal, Group Compliance, Interne Revision und Information Technology (IT) wahrgenommen werden. Weitere unterstützende Funktionen wie Technik, Energie, Sicherheit und Umwelt sowie Logistik sind in eigenständigen Konzerngesellschaften gebündelt. Diese unterhalten auch Geschäftsbeziehungen zu Kunden außerhalb des Konzerns.

Der Firmensitz der Symrise AG befindet sich in Holzminden. An diesem zugleich größten Standort beschäftigt Symrise 2.448 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.

Standorte weltweit 2019



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 natürlichen Lebensmittelzutaten, Aromen, Parfümöle und Wirkstoffe sind in der Regel zentrale funktionale Bestandteile 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 maß-

geschneiderten 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 sowie Lösungen für die Nahrungsmittelherstellung 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 Angebot des Segments Flavor umfasst mehr als 13.000 Produkte für authentische Geschmackserlebnisse. Die Nahrungsmittel- und Getränkeindustrie in 143 Ländern weltweit nutzt diese zur Herstellung von führenden Verbraucherprodukten. In enger Zusammenarbeit mit Lebensmittelproduzenten entwickelt Symrise differenzierende Aromen, die dem Konsumentenbedürfnis nach Natürlichkeit gerecht werden und den jeweiligen Produkten individuelle Geschmacksnoten verleihen. Symrise liefert dabei sowohl einzelne Tonalitäten als auch Komplettlösungen für die Verwendung im Endprodukt, die neben dem eigentlichen Aroma weitere funktionale Inhaltsstoffe oder verkapselte Produktkomponenten zum Geschmacksschutz enthalten können. Mit Standorten in über 40 Ländern Europas, Asiens, Nord- und Lateinamerikas sowie Afrikas ermöglicht die weltweite Präsenz und Kundennähe ein stets aktuelles Angebot selbst in dynamischen Märkten.

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



Beverages: Mit der globalen Expertise für sowohl nicht-alkoholische als auch alkoholische Getränke berät und unterstützt Symrise die internationale Getränkeindustrie. Die authentischen und innovativen Geschmackslösungen von Symrise setzen dabei neue Standards für Soft Drinks, saftbasierte Getränke, Tee- sowie Kaffeeprodukte, Spirituosen und fermentierte Getränke inklusive Brauereiprodukten. Zudem bietet das Segment Flavor hauseigene Technologien zur ressourcenschonenden Aromengewinnung sowie nachhaltige Beschaffung von Zitrusaromen an.

Flavor	Nutrition	Scent & Care		
Flavor	Diana ADF/IDF Probi*	Fragrance	Cosmetic Ingredients	Aroma Molecules
Beverages 	Food 	Fine Fragrances 	Active Ingredients 	Fragrance Ingredients 
Sweet 	Pet Food 	Consumer Fragrances 	Sun Protection 	Menthol 
Savory 	Aqua 	Oral Care 	Botanicals 	
	ADF/IDF 		Colors 	

* Mehrheitsbeteiligung an dem schwedischen Unternehmen Probi AB



Sweet: Im Anwendungsbereich der süßen Aromen kreiert Symrise innovative Geschmackslösungen für Zucker- und Schokoladenwaren, Kaugummi, Backwaren, Cerealien, Eiscreme und Milchprodukte sowie für den Bereich Health Care.



Savory: Würzige Aromen von Symrise finden in zwei bedeutenden Kategorien Anwendung: Im „Culinary“-Bereich bei Suppen, Saucen, Fertiggerichten, Instant-Nudeln und Fleischprodukten sowie in der „Snackfood“-Kategorie durch Aufstreuwürzungen – sogenannte „Seasonings“ – für Knabberartikel. Für beide Bereiche werden die immer anspruchsvoller werdenden Verbraucherwünsche nach authentischem Geschmack und Natürlichkeit in erfolgreiche Kundenkonzepte umgesetzt. Dabei nutzt Symrise insbesondere seine Geschmacks-Kernkompetenz für Fleisch und Gemüse, die sich durch Lebensmittelforschung auf höchstem Niveau sowie Nachhaltigkeit auszeichnet. Auch für Produkte auf pflanzlicher Proteinbasis bietet Symrise vielfältige Lösungen an.

Allen Produktbereichen gemein ist, dass die Geschmackslösungen auf umfassendem Markt- und Verbraucherverständnis basieren. Trendforschung wird mit hausinterner Expertise kombiniert, um mit schonenden Verfahren relevante Aromen zu entwickeln, die den Verbraucherbedürfnissen gerecht werden, im Einklang mit den jeweiligen Markenwerten stehen und die lokalen gesetzlichen Anforderungen erfüllen. Interdisziplinäre Teams beraten dabei die Kundenunternehmen im engen Dialog. Zudem hebt sich Symrise durch die nachhaltige Rückwärtsintegration seiner Wertschöpfungskette ab, unter anderem für Vanille- und Gemüseextrakte. Die kontinuierliche Zusammenarbeit mit über 7.000 Kleinbauern sowie der Deutschen Gesellschaft für Internationale Zusammenarbeit (GIZ) spielt dabei eine große Rolle. Darüber hinaus leistet Flavor einen wichtigen Beitrag zur Gestaltung eines nachhaltigen Nahrungssystems: So lassen natürliche Aromen gesunde Produkte mit niedrigem Zucker-, Salz- und Fettgehalt wohl schmecken. Auch alternative Proteinprodukte für Konsumenten, die ihren Fleisch- oder Milchkonsum reduzieren möchten, werden durch Geschmackslösungen von Symrise noch köstlicher gemacht.

Seitdem die Firmengründer 1874 durch ihre Vanillin-Synthese den Grundstein der Aromenindustrie legten, hat Symrise Flavor seine Geschmackskompetenz kontinuierlich weiterentwickelt. Umfangreiche Ausbildung, internationaler Aus-

tausch sowie umfassende Investitionen in neueste Technologien zeugen auch 2019 weiterhin davon. Somit bietet der Aromenbereich ein diversifiziertes Produktportfolio verbraucherrelevanter, nachhaltiger Geschmackserlebnisse, das ständig weiterentwickelt wird.

Nutrition

Das Segment Nutrition ist mit mehr als 40 Standorten in 25 Ländern vertreten. Die rund 3.000 Mitarbeiter bedienen Kunden in mehr als 100 Ländern.

Die Produktpalette des Segments Nutrition umfasst natürliche, sensorische Produktlösungen wie Geschmack, Textur, Farbe und Funktionalität und teilt sich in fünf Anwendungsbereiche auf:



Food: Der Anwendungsbereich bietet Lösungen für das Wohlbefinden der Konsumenten für Nahrungsmittel- und Getränkehersteller sowie Produkte für Babynahrung an. Im Anwendungsbereich werden sorgfältig ausgewählte, nachhaltige Rohmaterialien wie Gemüse, Früchte, Fleisch und Meeresfrüchte verarbeitet. Daraus werden hochwertige Erzeugnisse mit Clean-Label-Inhaltsstoffen sowie standardisierte Nahrungsmittel-inhaltsstoffe mit definierten Eigenschaften hinsichtlich Geschmack, Textur oder Farbe hergestellt, die wirkungsvolle und sensorisch interessante Endprodukte schaffen.



Pet Food: Der Anwendungsbereich bietet zahlreiche Produktlösungen und Dienstleistungen für die Geschmacks- und Akzeptanzverbesserung, die Nahrungsmittelsicherheit von Heimtiernahrung sowie für die Tiergesundheit an. Darüber hinaus werden innovative Duft- und Pflegestoffe für die Haustierpflege entwickelt. Zur Erforschung der Futterakzeptanz, des Fressverhaltens und der Wechselbeziehungen zwischen Tierhalter und Haustier unterhält der Anwendungsbereich eigene Hunde- und Katzenpaneele.



Aqua: Der Anwendungsbereich entwickelt und produziert fortschrittliche natürliche und nachhaltige Meeresinhaltsstoffe für Aquakulturen zur Verbesserung der Ernährung und Tiergesundheit in Fisch- und Garnelenfarmen.



ADF/IDF: Mit der Akquisition von ADF/IDF hat das Segment Nutrition im Jahr 2019 seine Position im nordamerikanischen Markt gestärkt und sein Angebot im schnell wachsenden Bereich der Heimtiernahrung sowie bei Geschmacksstoffen und Nahrungsmitteln deutlich ausgeweitet. ADF/IDF ist ein führender Anbieter von Proteinspezialitäten auf Basis von Huhn- und Ei-Produkten für Kunden aus der Heimtiernahrungs- und Lebensmittelbranche sowie für Produzenten von Nahrungsergänzungsmitteln.



Probi: In diesem Bereich sind alle probiotischen Aktivitäten gebündelt, für die vor allem die schwedische Symrise Beteiligung Probi zuständig ist. Probi entwickelt, produziert und vermarktet wirksame Probiotika für Lebensmittel, Getränke sowie Nahrungsergänzungsmittel mit einem gesundheitsfördernden Zusatznutzen.

Darüber hinaus betreibt das Segment Nutrition mit Nova einen Inkubator für innovative Anwendungen in den Bereichen Gesundheit und Ernährung.

Scent & Care

Das Segment Scent & Care verfügt über Standorte in mehr als 30 Ländern und vertreibt seine mehr als 15.000 Produkte in 126 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: Die Zielsetzung des Geschäftsbereichs Fragrance ist es, allen Menschen, die sich mit unseren Fragrance-Aktivitäten beschäftigen, „ein besseres Leben durch Duft“ zu vermitteln. Der Geschäftsbereich beschäftigt mehr als 70 hochtalentierte und anerkannte Parfümeure mit 14 verschiedenen Nationalitäten, die in 11 Kreativzentren auf der ganzen Welt arbeiten. Ihre kombinierte Berufserfahrung addiert sich zu mehr als 1.300 Jahren in der Parfümerie. Sie kombinieren aromatische Rohmaterialien wie Aromachemikalien und ätherische Öle zu komplexen Duftkompositionen (Parfümölen). Unser Kreativ- und Kompositionsgeschäft umfasst die drei globalen Anwendungsbereiche Fine Fragrances, Consumer Fragrances und Oral Care:



Fine Fragrances: In den Kreativzentren des Anwendungsbereichs Fine Fragrances in Paris, New York, Mexiko City, Shanghai, Dubai, São Paulo, Barcelona, Singapur und Mumbai wird moderne Parfümerie gestaltet. Mit einer reichhaltigen Pipeline eigener Duftstoffe schafft Symrise neue, aufregende Duft Erfahrungen.



Consumer Fragrances: Der Anwendungsbereich Consumer Fragrances umfasst Produkte für die Körperpflege und den Haushalt. Mithilfe modernster Technologien verbindet Symrise Funktion und Dufterlebnis.



Oral Care: Der Anwendungsbereich Oral Care deckt ein breites Produktspektrum von Zahnpasta über Mundspülungen bis hin zu Kaugummi ab. Symrise bietet hierfür die gesamte Produktpalette von Mintaromen und deren Vorprodukten an.

Cosmetic Ingredients: Das Portfolio des Geschäftsbereichs Cosmetic Ingredients umfasst aktive Wirkstoffe, moderne Lösungen für die Produktkonservierung, wegweisenden Schutz gegen Sonnenstrahlung und negative Umwelteinflüsse, innovative Inhaltsstoffe für die Haarpflege, inspirierende Pflanzenextrakte, leistungsstarke Functionals und maßgeschneiderte Kosmetikfarben. Der einzigartige Ansatz des Geschäftsbereichs basiert auf mehr als 100 Jahren Erfahrung in der Entwicklung und Vermarktung kosmetischer Rohstoffe. Hinzu kommt seine Fähigkeit, das Beste aus Natur, Wissenschaft, Chemie sowie Haut- und Haarbeologie miteinander zu verbinden. Basierend auf intensiver Konsumentenforschung versteht der Geschäftsbereich die Bedürfnisse von modernen Konsumenten. Die Forschungszentren in Holzminden und im brasilianischen São Paulo arbeiten eng mit den jeweiligen regionalen Teams in Verkauf und Anwendungstechnik zusammen, um den Kunden und Konsumenten passgenaue Lösungen und Produkte für die unterschiedlichen regionalen Anforderungen anzubieten. Der Geschäftsbereich Cosmetic Ingredients ist ein anerkannter Innovationsführer, der in den vergangenen zehn Jahren mit 33 Innovationspreisen für neue Wirkstoffe ausgezeichnet wurde. Im gleichen Zeitraum wurden 99 Patentanmeldungen eingereicht, davon allein 12 im Jahr 2019.

Aroma Molecules: Der Geschäftsbereich umfasst die Anwendungsgebiete Menthol und Fragrance Ingredients. Im Anwen-

dungsgebiet Menthol wird naturidentisches Menthol hergestellt, das insbesondere bei der Herstellung von Zahnpflegeprodukten, Kaugummi und Duschgel verwendet wird. Fragrance Ingredients stellt 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. Des Weiteren werden in diesem Anwendungsgebiet die Aktivitäten des 2016 erworbenen US-Unternehmens Renaissance LLC mit seinen terpenbasierten Produkten geführt, die aus erneuerbaren und nachhaltigen Rohstoffen gewonnen werden.

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 2019 nach Berechnungen des Marktforschungsinstituts IAL Consultants (11. Ausgabe, Juli 2018) auf 27,6 Mrd. € belaufen sollte. Zudem ist das Unternehmen mit den Geschäftsbereichen Cosmetic Ingredients und Aroma Molecules auf dem Markt für Aromachemikalien und kosmetische Inhaltsstoffe aktiv, der nach Berichten von IAL (1. Ausgabe, Dezember 2018) im Berichtsjahr ein Umsatzvolumen von circa 7,4 Mrd. € aufweisen sollte. Die Märkte sind in weiten Teilen durch gemeinsame Trends und Charakteristika gekennzeichnet. Der für Symrise relevante Markt weist damit insgesamt eine Größe von 35,0 Mrd. € auf. Er wächst nach eigenen Schätzungen langfristig durchschnittlich um circa 4 % pro Jahr.

Weltweit sind mehr als 500 Unternehmen am Markt aktiv, wobei die vier größten Anbieter – inklusive Symrise – zusammen einen Marktanteil von 49 % 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.

MARKTPosition VON SYMRISE

Symrise ist eines der größten Unternehmen der AFF-Branche. Bezogen auf den relevanten Markt von 35,0 Mrd. € beträgt der Marktanteil von Symrise, gemessen am Umsatz des Jahres 2019, rund 10 %. 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 AFF-Branche gehören.

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

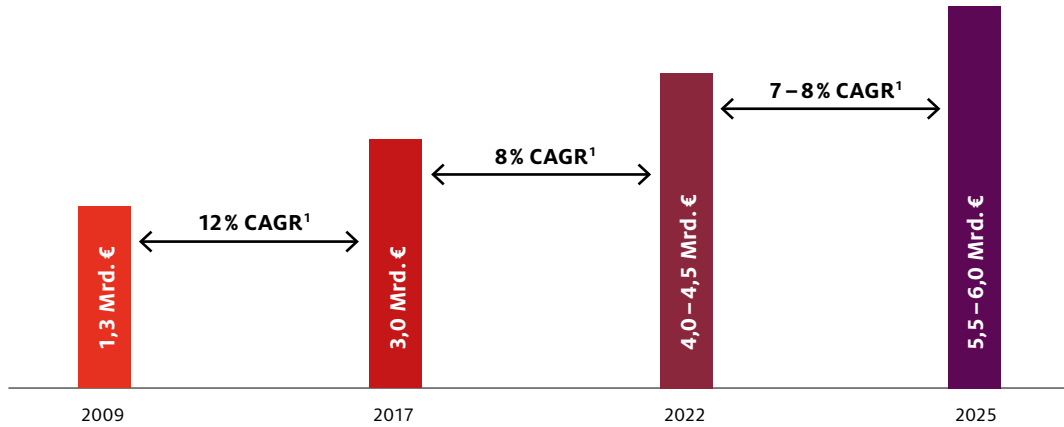
ZIELE UND STRATEGIE

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.

Ziele bis 2025

Umsatz in Mrd. €



- **Marktposition:** Unser Umsatz soll organisch langfristig mit 5 bis 7 % im Jahr (CAGR)¹ wachsen, und damit schneller als der Markt, der im Durchschnitt jährlich circa 4 % 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 durchschnittliche EBITDA-Marge von 19 bis 22 % (bis 2020) beziehungsweise von 20 bis 23 % (bis 2025) 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.

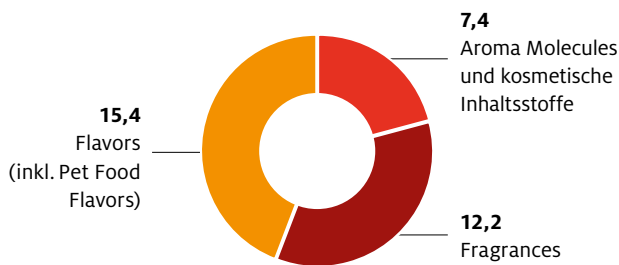
STRATEGIE

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.

¹ CAGR: Compound Annual Growth Rate = durchschnittliche jährliche Wachstumsrate

Marktgröße relevanter AFF-Markt 2019

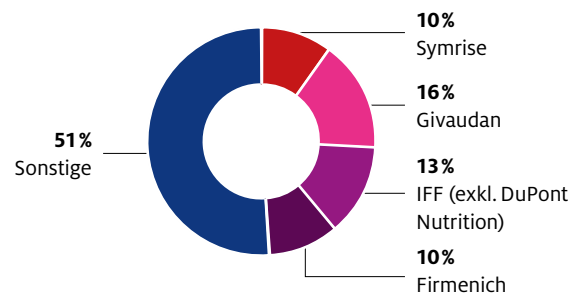
in Mrd. € (insgesamt etwa 35,0 Mrd. €)



Quellen: IAL (11. Ausgabe, FLA & FRA, Juli 2018), IAL (1. Ausgabe, AC/AM und CI, Dezember 2018)

Marktanteile AFF-Markt 2019

in % (Marktvolumen etwa 35,0 Mrd. €)



Quellen: Unternehmensdaten und eigene Schätzungen

So machen wir Nachhaltigkeit zu einem festen Bestandteil unseres Geschäftsmodells und zu einem klaren Wettbewerbsvorteil. 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 die Profitabilität des Unternehmens dient die EBITDA-Marge, für die wir einen strategischen Zielwert von durchschnittlich 19 bis 22 % (bis 2020) beziehungsweise 20 bis 23 % (bis 2025) definiert haben. Die Steigerung des Unternehmenswerts ist im Vergütungssystem des Vorstands und ausgewählter Führungskräfte berücksichtigt. Darüber hinaus hat das Unternehmen den Business Free Cashflow als primäre interne Steuerungsgröße zur Performance-Beurteilung im Jahr 2018 eingeführt, um die Cashflow-Ausrichtung des Unternehmens zu stärken. Wir streben an, den Business Free Cashflow, der sich aus EBITDA, Investitionen und Veränderungen im Working Capital zusammensetzt, kontinuierlich zu steigern. Zudem legen wir großen Wert auf die finanzielle Stabilität des Unternehmens. Der Fokus der Unternehmenssteuerung liegt auf diesen finanziellen Steuerungsgrößen. Nicht-finanzielle Steuerungsgrößen in den Bereichen Umwelt, Beschaffung, Mitarbeiter und Innovation weisen wir in unserem Unternehmensbericht

gesondert aus. Weitere Informationen zu den nicht-finanziellen Steuerungsgrößen finden sich im Kapitel Nachhaltigkeit und Verantwortung sowie im gesonderten nicht-finanziellen Bericht gemäß § 289b HGB, der auf der Internetseite der Symrise AG veröffentlicht ist. Die Adresse lautet: <https://ub2019.symrise.de/nachhaltigkeit/nachhaltigkeitsbilanz>.

FORSCHUNG UND ENTWICKLUNG

LEITLINIEN

In der Forschung & Entwicklung (F & E) verfolgt Symrise das strategische Ziel, die einzelnen Bausteine der Produktentwicklung wie Markt- und Konsumentenforschung, F & E sowie Kreation im gesamten Konzern zu vernetzen. 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, Digitalisierung, Nachhaltigkeitsaspekte und Rentabilität geprüft. Strategische Forschungsfelder wie Taste Modulation oder die geschmackliche Optimierung von Zubereitungen auf der Basis von pflanzlichem Protein werden durch ein stringentes IP-Management, wie beispielsweise Schutzrechte, abgesichert. Des Weiteren sind alle F & E-Aktivitäten an den Leitlinien globale Megatrends, Konsumentenbedarf, Kundenanforderungen, Natürlichkeit und Authentizität, Nachhaltigkeit, Digitalisierung, Innovation und Kosteneffizienz ausgerichtet.

ORGANISATION

Der Innovationsprozess bei Symrise ist von der Idee bis zum marktfähigen Produkt nach einem einheitlichen Stufenmodell mit Entscheidungsfiltren organisiert und unternehmensweit etabliert. Dabei werden mehr und mehr Elemente des agilen Projektmanagements genutzt. Für jedes Projekt liegt ein Business-Plan vor, der eine genaue Projektbeschreibung inklusive der Projektkosten und des Ressourceneinsatzes enthält. Die Forschungs- und Entwicklungsprojekte werden auch anhand von Kriterien aus den vier Säulen der Nachhaltigkeitsstrategie (FISC)¹ regelmäßig bewertet und entsprechend priorisiert. Dabei wurde im Jahr 2019 vor allem auch der Bereich faire Nutzung von Biodiversität gemäß den Regeln des Nagoya-Protokolls weiterentwickelt. Die drei Segmente von Symrise verfolgen aufgrund der unterschiedlichen spezifischen Anforderungen der Märkte und Kunden eigene F & E-Aktivitäten. Gleichzeitig wird darauf geachtet, Technologien, Verfahren und Erkenntnisse für alle Segmente verfügbar zu machen, um Synergien zu erzielen. Weltweit bestehen mehrere F & E-Zent-

¹ Weitere Informationen zu den vier Säulen der Nachhaltigkeitsstrategie finden sich im Kapitel Nachhaltigkeit und Verantwortung.

ren, um so die regionalen Aktivitäten der Segmente optimal zu unterstützen. Die Forschung der Segmente Scent & Care und Flavor, insbesondere die Zentren für die Entwicklung und die Anwendungstechnik, befinden sich in Holzminden (Deutschland), Teterboro (USA), Singapur, Shanghai (China), Tokio (Japan), Chennai (Indien), Paris (Frankreich), Antananarivo (Madagaskar), São Paulo (Brasilien) und Cuautitlan (Mexiko). Des Weiteren wurde am Standort in São Paulo ein Haarforschungszentrum eingerichtet. Darüber hinaus hat der Geschäftsbereich Cosmetic Ingredients seine Kernkompetenzen durch die Akquisition der Firma Cotech, Padua, Italien, um hochinnovative Hautmodelle für die hautbiologische Grundlagenforschung und für die Entwicklung neuer kosmetischer Aktivstoffe erweitert. Im Segment Nutrition sind die F & E-Aktivitäten entsprechend der Anwendungsbereiche Food, Pet Food, Aqua und Probi organisiert. Der größte Teil der F & E-Aktivitäten des Segments ist in Frankreich angesiedelt.

EXTERNE KOOPERATIONEN

Externe Kooperationen und Netzwerke (Open Innovation) bringen in erheblichem Maße zusätzliche Ansätze und Ideen in den Entwicklungsprozess ein. Neben Ideen aus der Open Innovation unterhält Symrise ein enges, globales Projekt Netzwerk mit industriellen, institutionellen und akademischen Partnern, das alle Stufen des Innovationsprozesses von der Grundlagenforschung bis zu Marketingkonzepten einschließt.

Symrise wirkt an zahlreichen wissenschaftlichen Forschungsprojekten mit, die durch das Bundesministerium für Bildung und Forschung (BMBF), das Bundesministerium für Wirtschaft und Klimaschutz (BMWi) – über den Forschungsbereich der Ernährungsindustrie (FEI)/Arbeitskreis der industriellen Forschung (AiF) –, die Europäische Union (EC, Horizont 2020), das Bundesministerium für Ernährung und Landwirtschaft (BMEL), die Gesellschaft für Internationale Zusammenarbeit (GIZ), das französische Cré-

Wesentliche Forschungsk Kooperationen

Partner	Ziel der Kooperation
CDL for Taste Research/Universität Wien	Systematische Untersuchung von physikochemischen und physiologischen Eigenschaften von süßen Stoffen
SweeTea (Universität Bonn, Hochschule Osnabrück, Fachhochschule Erfurt)	Inkulturnahme und Züchtung von pflanzlichen Rohstoffen für den Bereich süßmodulierender Geschmacks- und Aromenlösungen, gefördert durch das BMEL
SimLeap (Charité, Berlin; Bicoll, München; Universität Wien)	Identifizierung von neuen Geschmacksmodulierern durch Data Mining aus alten chinesischen Rezepten in Kombination mit Mitteln der zellkultur- und sensorik-getriebenen Geschmacksanalyse, gefördert durch das BMBF
SynBio4Flav (div. Partner, u.a. Universität Greifswald)	Entwicklung von Co-Fermentationsprozessen zur Gewinnung von Flavonoiden
RapeQ (div. Partner, u.a. Technische Universität München)	Verbesserung des Geschmacks von Rapsprotein durch Züchtung, Prozessierung und gezielte Maskierung (gefördert durch das BMBF)
King's College, London, UK	Erforschung der Regulierung des Glukose-Stoffwechsels beim Menschen durch den von Diana entwickelten Apfelextrakt Polyphenol (Applin™) in Zusammenarbeit mit dem Institut Diabetes & Nutritional Sciences am King's College
Leibniz-Institut für Katalyse (LIKAT), Rostock	Entwicklung einer biobasierten Variante von Pentylenglykol (Hydrolite® 5) basierend auf natürlichen Seitenströmen, die bei der Zuckerproduktion aus Zuckerrohr anfallen
Institut Charles Violette, Universität Lille, Frankreich	Untersuchung des Potenzials von Fisch-Hydrolysaten für die Regulierung des energetischen Gleichgewichts der physiologischen Körperfunktionen (Homöostase)
Arbeitsgemeinschaft Booster (LEMAR, Institut Européen de la Mer, Nutrineuro, INRA, Abyss ingrédients und Chancerelle)	Entwicklung bioaktiver Substanzen aus Fisch-Nebenprodukten für ein gesundes Altern von Menschen und Heimtieren
ONIRIS Flaveur	Entwicklung innovativer Analysemethoden für volatile Komponenten zur Akzeptanzverbesserung von Hundefutter
Institute for Food and Agricultural Research and Technology (IRTA), Barcelona, Spanien	Erforschung der Wirkung diätätischer Proteinhydrolysate auf den Energie-, Fett- und Protein-Stoffwechsel des europäischen Wolfsbarschs
Laval University/ Institute of Nutrition & Functional Foods, Québec, Kanada	Untersuchung des probiotischen Einflusses von Polyphenolen aus Früchten und Gemüse, Entwicklung synergetischer Kombinationen probiotischer Polyphenole und Bakterien zur Modulierung der Biozönose der inneren Organe

dit impot recherche (CIR) oder andere öffentliche und private Fördereinrichtungen unterstützt werden. Dabei spielen Themen in folgenden Bereichen eine wesentliche Rolle: Nachhaltigkeit, gezielte Erschließung von Informationsquellen über die Wirkung pflanzlicher Rohstoffe, Aufbau von Kulturen und Züchtung von Pflanzen mit besonderen geschmacklichen Eigenschaften, Rohstoffsourcing und biotechnologische Prozessierung, Verbesserung sowie gesundheitlicher Mehrwert von Lebensmittelinhaltsstoffen. Zudem nehmen Vertreter von Symrise an zahlreichen internationalen, wissenschaftlichen Veranstaltungen teil und präsentieren aktuelle Forschungsarbeiten, um das Netzwerk des Unternehmens innerhalb der Scientific Community weiter auszubauen und neueste wissenschaftliche Anregungen und Informationen aufzunehmen. So haben Forscher aus dem Segment Flavor ihre Ergebnisse bei dem internationalen Flavor-Symposium zu Datamining und zum geschmacklichen Rebalancing von zuckerreduzierten Produkten vorgestellt.

SCHWERPUNKTE

Das Segment **Scent & Care** konzentriert sich bei seiner F & E-Strategie auf fünf Forschungsplattformen in den Bereichen kosmetische Inhaltsstoffe, Verkapselungs- und Freisetzungssysteme für die Parfümerie, Grüne Chemie für nachhaltige Produkte, Schlechtgeruchsmanagement und Mundpflege. Unterstützende Plattformen in den Bereichen sensorischer und analytischer Forschung, Rohstoffe und Seitenströme aus nachwachsenden Quellen, Performance und Rezeptorforschung bilden die Basis für unsere Leistungsfähigkeit und für einen kontinuierlichen Innovationsprozess. Neu entwickelte Technologien unterstützen das Verständnis von Parfümölen im Hinblick auf langanhaltende Dufterlebnisse und Blooming

Effekte. Bei der Entwicklung von Pet Care Produkten profitieren wir von der Zusammenarbeit zwischen der Sensorik innerhalb des Schlechtgeruchsmanagements und dem Segment Nutrition. Durch die wachsende Bevölkerung in großen Städten spielt das Thema Anti-Pollution eine immer bedeutendere Rolle. Auch hier profitieren wir durch die enge Zusammenarbeit verschiedener Gruppen in der Fragrance und Cosmetic Ingredients Forschung. Für bestimmte kulturelle Eigenheiten werden neue Anforderungen an Parfümöle gestellt, wie beispielsweise der Bedarf an alkoholfreien Parfümölen für Fine Fragrances. Die Aroma Molecules Forschung hat Canapur® für pharmazeutische Anwendungen entwickelt. Der maßgebliche Vorteil der synthetischen Herstellung von Cannabidiol (CBD) liegt in der konstanten Produktqualität im Vergleich zu CBD aus nachwachsenden Quellen. Im Geschäftsbereich Cosmetic Ingredients wurde eine interdisziplinäre Forschergruppe, bestehend aus Zell-, Molekular- und Mikrobiologen, neu etabliert, die sich mit dem menschlichen Mikrobiom befasst. Dieser neue Forschungsbereich dient dem tieferen Verständnis von Nutzen und Risiken der Wechselwirkung zwischen Mensch und Mikroorganismen und wird bereichsübergreifend bei der Entwicklung neuer Produkte nicht nur für die Haut- und Kopfhautpflege, sondern auch für die Mundpflege oder im Bereich Ernährung wissenschaftlich unterstützen.

Im Segment **Flavor** wird auf der Basis verschiedener Technologieplattformen und mit besonderem Fokus auf Nachhaltigkeitsaspekten eine große Zahl von Themenschwerpunkten bearbeitet. Beispielhaft sind zu nennen: die Entwicklung von neuen Trenntechnologien und die Erweiterung der Rohstoffquellen für nachhaltige und natürliche Produktlösungen für die Symrise Code of Nature® Plattform, die vor allem für gesun-

Kernfunktionen der Forschung & Entwicklung bei Symrise



de Lebensmittelkonzepte eingesetzt werden, natürliche und nachhaltige Rohstoffe für Geschmackslösungen, die zur sensorisch bevorzugten Reformulierung von zucker-, salz- und fettreduzierten Lebensmittelkonzepten führen, sowie die Entwicklung von energieeffizienten und lösungsmittelarmen Methoden zur Aufkonzentration, ausgehend von pflanzlichen Rohstoffen. Ein weiterer Schwerpunkt der Forschungsarbeiten im Segment Flavor liegt auf der Entwicklung und Anwendung moderner digitaler Werkzeuge für die schnelle und zielgerichtete Entwicklung von Aromenlösungen für ausgewählte Lebensmittelanwendungen. Daneben arbeitet Flavor an der kontinuierlichen Erhöhung der Sicherheit und der positiven gesundheitlichen Wirkung von Aromalösungen.

Das Segment **Nutrition** ist ebenfalls stark wissenschaftsgetrieben und innovationsorientiert. Rund 10% der Mitarbeiter des Segments sind in der Forschung und Entwicklung tätig und befassen sich im Wesentlichen mit dem Aspekt der Gesundheitsförderung durch die Ernährung. Verbraucher suchen zunehmend nach Produkten, denen sie vertrauen können und die auf verantwortungsvolle Weise aus einfachen, nachvollziehbaren Zutaten hergestellt werden. Dies erfordert auch neue Wege bei der Verwendung natürlicher Rohstoffe. In Zusammenarbeit mit Kollegen aus anderen Symrise Anwendungsbereichen werden neue Technologien entwickelt und implementiert, die wichtige Herstellungsprozesse transformieren.

PATENTE UND AUSZEICHNUNGEN

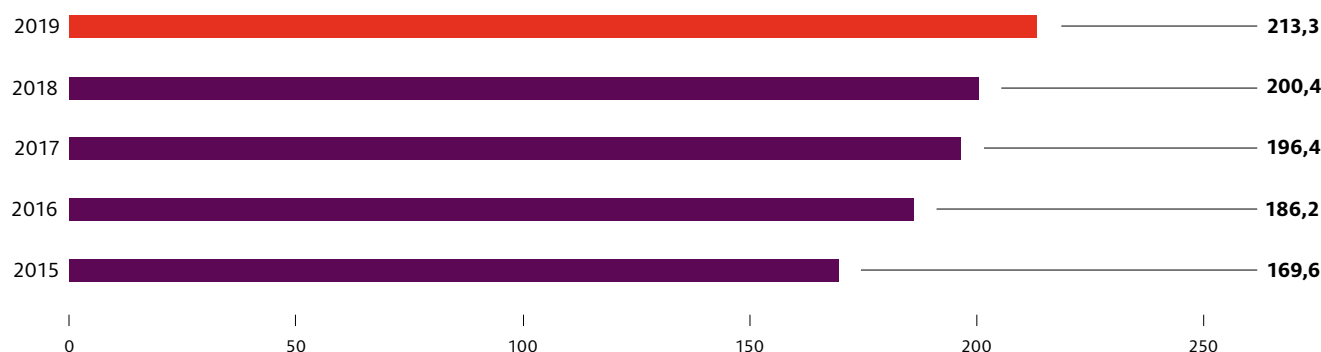
Neben einer hohen Zahl eingereicherter Patente – 45 Neuanmeldungen im Jahr 2019 – wird zur Messung der Innovationsergebnisse und -qualität eine externe IP- (Intellectual Property) Bewertung mit einbezogen. Der Patent Asset Index™ von Patentsight® dient der Evaluierung der globalen Abdeckung und Wettbewerbskraft.

Auch 2019 wurde die Symrise Forschung wie bereits in den vergangenen Jahren bei internationalen Messen für ihre hohe Innovationskraft mit Preisen bedacht. So erhielt Symrise einen europäischen BSB Oskar und einen Innovationspreis bei der lateinamerikanischen In Cosmetics in São Paulo, Brasilien, für „SymReboot™ L19“. Hierbei handelt es sich um ein neues, nachhaltiges, probiotikabasiertes Produkt zur Pflege von empfindlicher Haut, das in enger Zusammenarbeit mit Probi entwickelt wurde. Daneben wurde Hydrolite® 5 Green, ein nachhaltig produzierter, multifunktionaler Inhaltsstoff, bei der diesjährigen PCHi Kosmetikmesse in Guangzhou, China, mit einem Innovationspreis bedacht.

FORSCHUNGS- UND ENTWICKLUNGS-AUFWAND

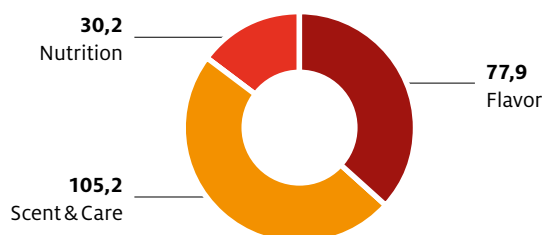
Die Gesamtaufwendungen für F & E beliefen sich im Geschäftsjahr 2019 auf 213 Mio. € (Vorjahr: 200 Mio. €); dies entspricht einem Anteil von 6,3% am Umsatz (Vorjahr: 6,4%). Die Ausgaben für F & E sollen sich auch zukünftig auf diesem Niveau bewegen, um die Innovationskraft von Symrise weiter zu stärken.

F & E-Aufwand 2019 in Mio. €



Die Aktivierungsquote bei den Forschungs- und Entwicklungsleistungen blieb 2019 wie im Vorjahr unwesentlich, da die Bedingungen für eine Aktivierung in der Regel erst zum Ende eines Projekts erfüllt sind, sodass ein Großteil der angefallenen Entwicklungsaufwendungen ergebniswirksam erfasst wird.

F & E-Aufwand 2019 nach Segmenten in Mio. €



MITARBEITER

STRUKTUR DER BELEGSCHAFT

Der Symrise Konzern beschäftigte zum 31. Dezember 2019 weltweit 10.264 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter (ohne Trainees und Auszubildende). Im Vergleich zum Vorjahresultimo (31. Dezember 2018: 9.647 Mitarbeiter) entspricht dies einem Anstieg um 617 Mitarbeiter. Am größten war die Erhöhung der Mitarbeiterzahl im Segment Nutrition (+488 Mitarbeiter), vor allem bedingt durch die Akquisition von ADF/IDF. Die Zahl der Auszubildenden und Trainees lag mit 137 jungen Menschen leicht unter dem Vorjahreswert von 140.

Die demografische Entwicklung unserer Belegschaft wird von uns kontinuierlich 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 2022 bei etwa 1 bis 2% der Belegschaft. 37% der Mitarbeiter des Symrise Konzerns sind bereits zehn Jahre oder länger für das Unternehmen tätig, in Deutschland sind es sogar 60%. Die Fluktuationsrate unserer Mitarbeiter blieb an unseren deutschen Standorten auch im Jahr 2019 mit 2,2% auf sehr niedrigem Niveau, weltweit belief sie sich auf 5,6%.

PERSONALSTRATEGIE

Mit unserer Personalstrategie unterstützen wir gleichzeitig das Wachstum von Symrise, stellen sicher, dass die benötigten Kompetenzen für unsere Segmente zur Verfügung stehen, und bilden unsere Kernprozesse des Personalmanagements auf einer effizienten digitalen Basis weltweit ab.

Führung und Führungskräfte-Entwicklung

Das Jahr 2019 war durch die Einführung eines weltweit standardisierten, digitalen Ergebnis- und Leistungsbeurteilungsprozesses sowie durch die Vorbereitung der Neueinführung unseres Tools zur Unterstützung des Karriereentwicklungs- und Nachfolgeplanungsprozesses geprägt.

Karriereentwicklung und Nachfolgeplanung

Weltweit haben wir rund 370 Schlüsselpositionen definiert, die für eine kontinuierliche Geschäftsentwicklung kritisch sind. Um auf unerwartete Ereignisse vorbereitet zu sein, führen wir einmal jährlich eine Nachfolgeplanung speziell für diese Positionen durch. Dabei verknüpfen wir diese mit den Karriereentwicklungswünschen unserer Mitarbeiter, um ihnen Perspektiven zu bieten. Symrise verfolgt damit das Prinzip der Besetzung von Schlüsselpositionen von innen. Um den Prozess bei Symrise gruppenübergreifend und weltweit standardisiert zu implementieren, bedienen wir uns einer geeigneten Softwarelösung, die wir 2019 neu gestaltet und in einem Pilotprojekt ausgerollt haben.

Vergütungsgerechtigkeit für Frauen und Männer bei Symrise

Symrise vergütet seine Mitarbeiter auf der Basis von Entgelttarifverträgen, die mit der jeweils zuständigen Gewerkschaft abgeschlossen wurden. Jede erstmalige Eingruppierung oder spätere Umgruppierung unterliegt der Überprüfung durch den Betriebsrat. So stellen wir nach dem Vier-Augen-Prinzip sicher, dass Geschlechtsunterschiede keine Rolle bei der Festlegung der Vergütung spielen. Im Jahr 2019 haben wir an unseren großen Standorten eine geschlechtsspezifische Analyse der Entgelte von Mitarbeitern und Mitarbeiterinnen vorgenommen. Am Beispiel unseres Standorts Deutschland mit den meisten Mitarbeitern zeigt sich, dass die durchschnittliche Vergütung der Frauen von der durchschnittlichen Vergütung von Männern nicht signifikant abweicht (statistisch nicht signifikante Unterschiede von weniger als 2%). Dabei haben wir die persönliche Entscheidung jedes Einzelnen, in Teilzeit zu arbeiten, rechnerisch bereinigt. Die verbleibenden, nicht signifikanten Unterschiede beruhen auf produktionsspezifischen Entgeltbestandteilen wie Erschwerniszulagen, auf tätigkeitsbezogenen Entgelten wie Vorarbeiter- oder Meisterzulagen

oder sind durch unterschiedliche, tarifliche Entgelt-niveaus für kaufmännische oder technische Berufe vorgegeben. Insgesamt haben wir zwei Anfragen von Mitarbeiterinnen zur Überprüfung ihrer Vergütung nach dem Entgelttransparenzgesetz erhalten. In keinem Fall lag eine geschlechtsspezifische Diskriminierung vor.

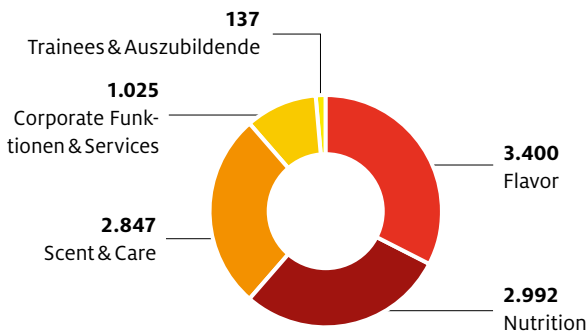
Aus- und Weiterbildung

Für Symrise besitzt die Ausbildung junger Menschen einen besonderen Stellenwert. Zum einen rekrutieren wir auf diese Weise qualifizierte junge Menschen, die wir zielgerichtet vor dem Hintergrund unserer Unternehmensbedarfe ausbilden.

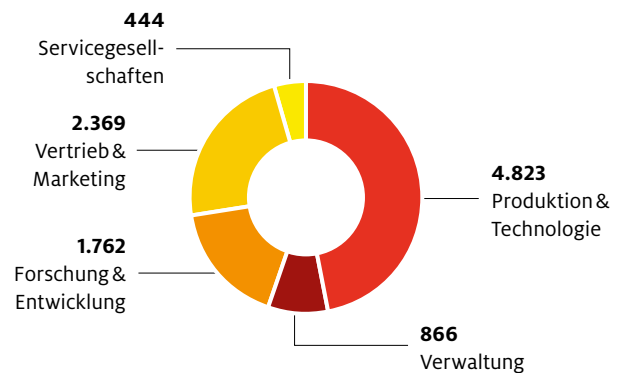
Zum anderen erfüllen wir damit einen gesamtgesellschaftlichen Auftrag gegenüber der nachfolgenden Generation. Zum 31. Dezember 2019 waren an unseren deutschen Standorten insgesamt 137 Auszubildende und Trainees beschäftigt. Das entspricht einer Ausbildungsquote von rund 5,0 %.

Die Ausbildung dauert je nach Berufsbild etwa zwei bis drei Jahre. Alle Auszubildenden werden nach Abschluss der Ausbildung zumindest zeitweise übernommen, wenn sie unsere Mindestanforderungen an den Ausbildungserfolg erfüllen. Mit unserem Investment in die Ausbildung decken wir den Bedarf an zukünftigen Fachkräften sowohl in der chemischen

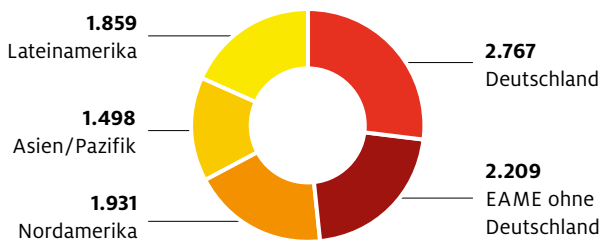
Anzahl der Mitarbeiter nach Segmenten



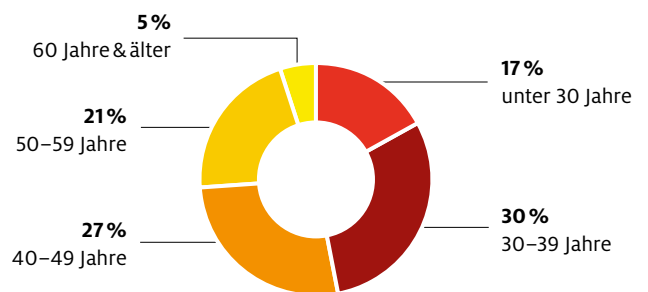
Anzahl der Mitarbeiter nach Funktionen



Anzahl der Mitarbeiter nach Regionen



Altersstruktur der Belegschaft 2019 in %



Produktion und in den Laboren als auch in den kaufmännischen Funktionen, im Marketing und im Vertrieb.

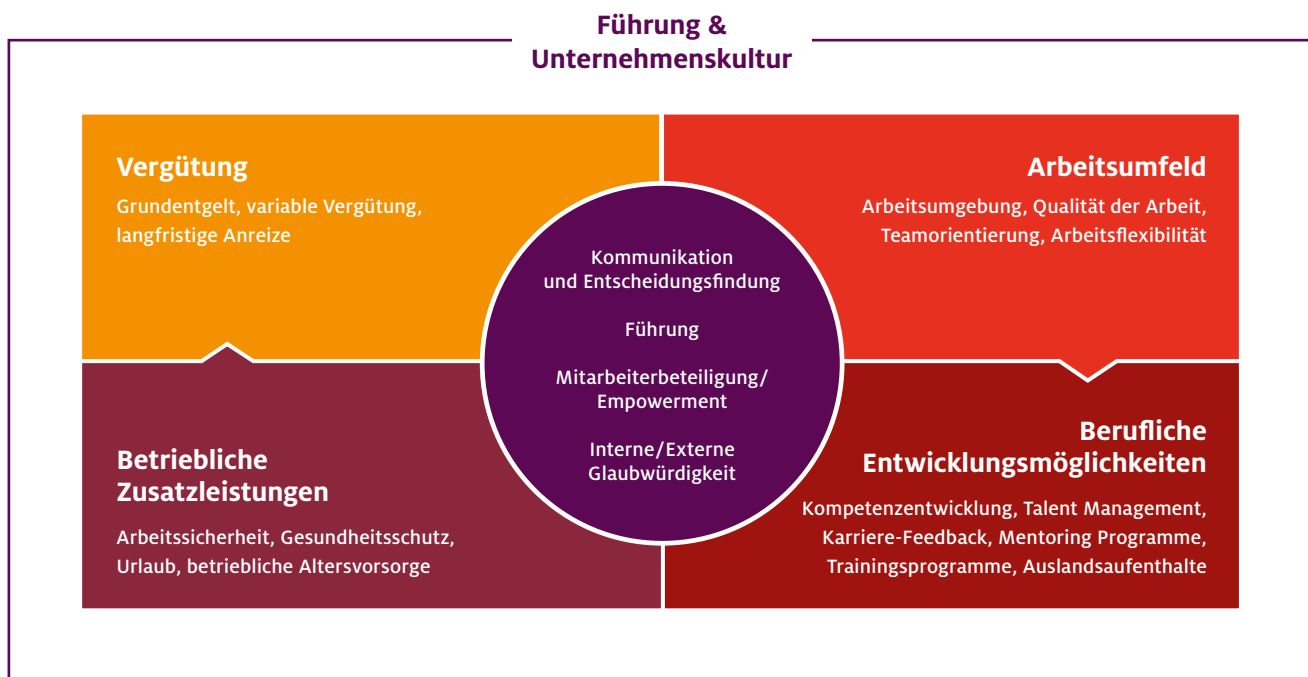
Unsere Ausbildungskapazitäten haben wir so ausgerichtet, dass jährlich etwa 46 junge Menschen ihre Ausbildung bei Symrise beginnen können. 24 davon werden für die chemisch-technischen Berufe ausgebildet, weitere etwa zehn für technische Berufe und Berufe in der Logistik sowie zwölf junge Menschen für die kaufmännischen Berufe. Über die Erstausbildung hinaus eröffnen wir Perspektiven durch ein duales Studium sowohl im kaufmännischen (fünf Mitarbeiter auf dem Weg zum Bachelor of Business Administration) wie auch im chemisch-technischen Bereich (zwei Mitarbeiter auf dem Weg zum Bachelor of Science). Durch unsere Ausbildungsaktivitäten wirken wir konsequent dem demografischen Wandel in unserem Unternehmen entgegen.

Darüber hinaus existieren in allen Regionen umfangreiche Schulungsprogramme. Im Jahr 2019 nahmen rund 7.200 Teilnehmer an internen und externen Trainings teil; weltweit belief sich die Gesamtstundenzahl für Trainings auf rund 37.400 Stunden, sodass jeder Teilnehmer im Durchschnitt 5,2 Stunden Training erhielt. Neben den traditionellen Trainings-

inhalten qualifizieren wir unsere Mitarbeiter auch durch Auslandsentsendungen. 2019 lag die Anzahl an Auslandsentsendungen mit 122 Mitarbeitern, die außerhalb ihres Heimatlandes eingesetzt wurden, auf unverändert hohem Niveau.

In unserer Flavoristen- und Parfümeurs-Schule bilden wir kontinuierlich Experten aus, die in einem Zeitraum von rund drei Jahren Rohmaterialien und deren Anwendungsmöglichkeiten in unseren Produkten erlernen und danach sehr erfolgreich in unserer Produktentwicklung eingesetzt werden können. Darüber hinaus bestehen für unsere Mitarbeiter vielfältige Möglichkeiten, in Kooperation mit Hochschulen, Akademien und Instituten berufsbegleitend einen Bachelor- oder Masterstudiengang bis hin zur Promotion zu absolvieren. Im Jahr 2019 wurden 17 Mitarbeiter von Symrise bei derartigen Weiterqualifizierungsmaßnahmen unterstützt.

Kennzahlen zur Vielfalt	2018	2019
Anteil Frauen an der Gesamtbelegschaft in %	39	39
Anteil Frauen im gesamten Management in %	42	42
Nationalitäten	> 60	> 60



PERSONALMASSNAHMEN

Vergütung und Tarifverträge

In der Vergütungspolitik folgt Symrise weltweit der Logik, dass dort, wo tarifliche Regelungen bestehen, diese angewendet werden. Für rund 60 % unserer Mitarbeiter weltweit bestehen Tarifverträge. Wo keine tariflichen Regelungen gelten, also 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. Dementsprechend erhalten unsere Mitarbeiter ihre nächste Entgelterhöhung im Juli 2020. 2019 wurden die Entgelte nicht angepasst. Bei der Umsetzung dieser Erhöhung für Symrise haben wir unsere wegweisende Standortversicherungs-Vereinbarung berücksichtigt, die mit einer Gültigkeit bis in das Jahr 2020 Abschläge im Entgelt von 0,7 Prozentpunkten gegenüber dem Flächentarifvertrag vorsieht.

Darüber hinaus konnten wir 2019 unseren Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern im Tarifbereich in Deutschland eine Beteiligung am Unternehmenserfolg in Höhe von 300 € bei Vollzeitarbeit (anteilig bei Teilzeitarbeit) gewähren. Leistung soll sich lohnen. Mit dieser Erfolgsbeteiligung wurde die überzeugende Leistung am Standort Deutschland honoriert.

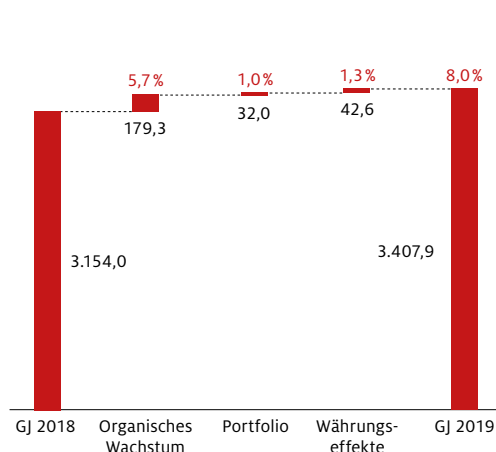
Im außertariflichen Bereich gilt für etwa 120 Führungskräfte mit globaler oder regionaler Verantwortung ein gesonderter sogenannter Global Performance Bonus-Plan, der das Erreichen der gesetzten Unternehmensziele durch eine ergebnis- und leistungsorientierte variable Vergütung sicherstellt. Außerdem werden unsere Mitarbeiter im Bereich der Kreation ebenfalls in dieses Führungs- und Incentive-System einbezogen.

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 über 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 derzeit 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 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.

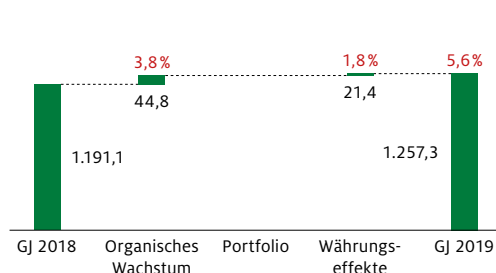
Wirtschaftsbericht

KONZERN Umsatz in Mio. €



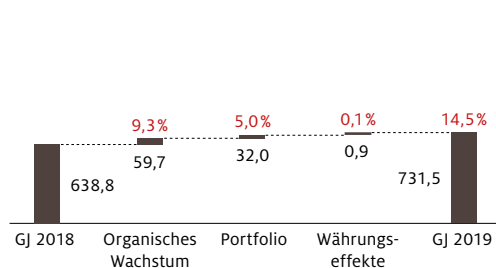
In Mio. €	GJ 2018	GJ 2019 ¹	GJ 2019 normalisiert ^{1,2}	Veränderung in %
Bruttoergebnis vom Umsatz	1.241,5	1.367,1	1.367,1	10,1
EBITDA	630,5	690,9	707,2	12,2
EBITDA-Marge	in %	20,0	20,8	
EBIT	434,0	464,2	480,5	10,7
EBIT-Marge	in %	13,8	14,1	
Abschreibungen auf Sachanlagen	92,4	123,5	123,5	33,6
Abschreibungen auf immat. VG	104,1	103,2	103,2	-0,9
Finanzergebnis	-44,9	-45,8	-55,7	24,0
Ergebnis vor Ertragsteuern	389,0	418,4	424,8	9,2
Jahresüberschuss ³	275,3	298,3	303,5	10,2
Ergebnis je Aktie ⁴	in €	2,12	2,25	6,1
Forschungs- & Entwicklungsaufw.	200,4	213,3	213,3	6,4
Investitionen ⁵	226,1	181,6	181,6	-19,7
Business Free Cashflow in % vom Umsatz ⁶	9,9		14,1	

FLAVOR Umsatz in Mio. €



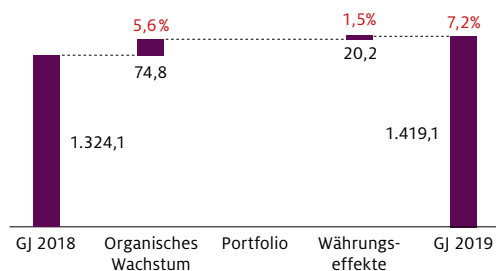
In Mio. €	GJ 2018	GJ 2019 ¹	GJ 2019 normalisiert ^{1,2}	Veränderung in %
EBITDA	243,9	268,5		10,1
EBITDA-Marge	in %	20,5	21,4	
EBIT	193,2	209,4		8,4
EBIT-Marge	in %	16,2	16,7	

NUTRITION Umsatz in Mio. €



In Mio. €	GJ 2018	GJ 2019 ¹	GJ 2019 normalisiert ^{1,2}	Veränderung in %
EBITDA	132,3	144,4	160,7	21,5
EBITDA-Marge	in %	20,7	19,7	22,0
EBIT	49,0	51,5	67,7	38,2
EBIT-Marge	in %	7,7	7,0	9,3

SCENT & CARE Umsatz in Mio. €



In Mio. €	GJ 2018	GJ 2019 ¹	GJ 2019 normalisiert ^{1,2}	Veränderung in %
EBITDA	254,4	278,0		9,3
EBITDA-Marge	in %	19,2	19,6	
EBIT	191,7	203,3		6,0
EBIT-Marge	in %	14,5	14,3	

1 2019 Zahlen inklusive IFRS 16 Effekt

2 Bereinigt um Transaktions- & Integrationskosten im Zusammenhang mit Unternehmenskäufen

3 entfällt auf die Aktionäre der Symrise AG

4 unverwässert

5 ohne neue Leasingverträge

6 Bereinigt um Akquisitions- & IFRS 16 Effekte

UNTERNEHMENSENTWICKLUNG

WICHTIGE EREIGNISSE

Am 1. November 2019 hat Symrise die Unternehmensgruppe ADF/IDF, Springfield, Missouri/USA, übernommen. Die Unternehmensgruppe ist ein führender Anbieter von natürlichen Inhaltsstoffen insbesondere für Heimtiernahrung und Lebensmittel auf Basis von Huhn- und Ei-Produkten. Mit der Akquisition will Symrise seine führende Position bei Heimtiernahrung und sein Know-how mit Produkten, die zur vollwertigen Ernährung beitragen, ausbauen und damit die Aktivitäten im Segment Nutrition erweitern. Im Geschäftsjahr 2019 trug ADF/IDF mit 32 Mio. € zum Konzernumsatz bei.

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

Der Symrise Konzern erzielte im Geschäftsjahr 2019 einen Umsatz von 3.408 Mio. €. Im Vergleich zum Vorjahr stiegen die Erlöse um 8,0% in Berichtswährung. Ohne Berücksichtigung von Portfolio-Effekten beträgt das organische Umsatzwachstum 5,7%. Der Umsatzanteil der Emerging Markets am Gesamtumsatz des Konzerns erreichte 44,3% und lag damit geringfügig über dem Vorjahreswert von 43,2%. Das um Einmaleffekte aus der Akquisition von ADF/IDF bereinigte Ergebnis vor Zinsen, Steuern, Abschreibungen auf Sachanlagen und auf immaterielle Vermögenswerte (EBITDA(N)) belief sich auf 707 Mio. € und lag damit deutlich über dem Vorjahreswert von 631 Mio. € (EBITDA). Dies entspricht einer normalisierten Marge bezogen auf den Umsatz von 20,8% (Vorjahr EBITDA-Marge: 20,0%).

Der um Einmaleffekte aus der ADF/IDF Akquisition bereinigte Jahresüberschuss beträgt 304 Mio. € und liegt damit 28 Mio. € oder 10% über dem Wert des Vorjahres. Das normalisierte Ergebnis je Aktie erhöhte sich um 0,13 € auf 2,25 € (2018: 2,12 €). Der Jahresüberschuss 2019 inklusive Sondereinflüsse beträgt 298 Mio. €, was einem Ergebnis je Aktie von 2,21 € entspricht.

Vor dem Hintergrund dieser positiven Entwicklung wird der Vorstand der Symrise AG in Abstimmung mit dem Aufsichtsrat der Hauptversammlung am 6. Mai 2020 vorschlagen, die Dividende von 0,90 € im Vorjahr auf 0,95 € je Aktie für das Geschäftsjahr 2019 anzuheben.

VERGLEICH DES TATSÄCHLICHEN MIT DEM PROGNOSTIZIERTEN GESCHÄFTSVERLAUF

Zu Beginn des Geschäftsjahres 2019 hatten wir die Erwartung geäußert, dass alle drei Segmente – Flavor, Nutrition und Scent & Care – ein organisches Umsatzwachstum merklich über dem Marktwachstum (von rund 4%) anstreben. Im Laufe des Geschäftsjahres hatten wir die Umsatzerwartung auf 5% bis 7% präzisiert.

Zielerreichung 2019

Umsatzwachstum (währungsbereinigt)	Ziel zu Beginn des Geschäftsjahres	merklich über dem Marktwachstum von 3 bis 4%	Erreichter Wert	5,7%*
EBITDA-Marge		rund 20,0%		20,8%
Nettoverschuldung (inkl. Rückstellungen für Pensionen und ähnliche Verpflichtungen sowie Leasingverbindlichkeiten) / EBITDA (Ohne Akquisitionen)		zwischen 2,5 und 2,8		3,1

* organisches Wachstum ohne ADF / IDF

Für 2019 hatten wir eine EBITDA-Marge von rund 20 % erwartet, unter der Annahme von steigenden Rohstoffkosten und einer Euro-Stärke gegenüber dem US-Dollar. Im Laufe des Geschäftsjahres hatten wir unsere Erwartung zur EBITDA-Marge auf rund 21 % angepasst. Unsere Verschuldung, gemessen anhand der Kennzahl Nettoverschuldung (inklusive Rückstellungen für Pensionen und ähnliche Verpflichtungen sowie seit dem Jahr 2019 einschließlich Leasingverbindlichkeiten) zu EBITDA, sollte ohne Akquisitionen zwischen 2,5 und 2,8 liegen. Mittelfristig streben wir eine Rückkehr in die Verschuldungsbandbreite von 2,0 bis 2,5 an.

Mit einem Umsatzanstieg von 5,7 % (ohne Berücksichtigung von Portfolio- und Währungseffekten) haben wir unser Umsatzziel erreicht. Die EBITDA-Marge von 20,8 % liegt deutlich über dem für 2019 erwarteten Wert. Die Nettoverschuldung übersteigt mit dem 3,1-fachen EBITDA vor allem aufgrund der Akquisition von ADF/IDF unseren Prognosewert. Die Einbeziehung der Leasingverbindlichkeiten hat die Kennzahl um 0,1 erhöht.

ENTWICKLUNG IN DEN SEGMENTEN

Segment Flavor

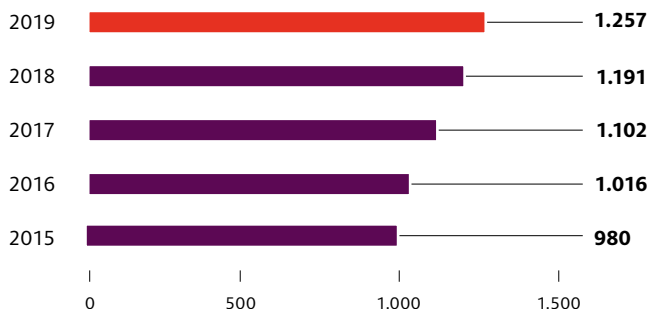
Das Segment Flavor erzielte im Geschäftsjahr 2019 einen Umsatz von 1.257 Mio. €. Im Vorjahresvergleich entspricht dies einem Zuwachs um 5,6 % in Berichtswährung. Bereinigt um Wechselkurseffekte betrug das organische Wachstum 3,8 %. Alle Regionen und Anwendungsbereiche konnten die Umsätze im abgelaufenen Geschäftsjahr steigern.

In der Region Asien/Pazifik war das Wachstum besonders stark ausgeprägt. Hier erzielte das Segment prozentual hohe einstellige organische Zuwächse, vor allem aus Anwendungen für süße Produkte und Aromatisierungen für Getränke. Besonders expansiv zeigten sich die Ländermärkte Indonesien, Malaysia und China.

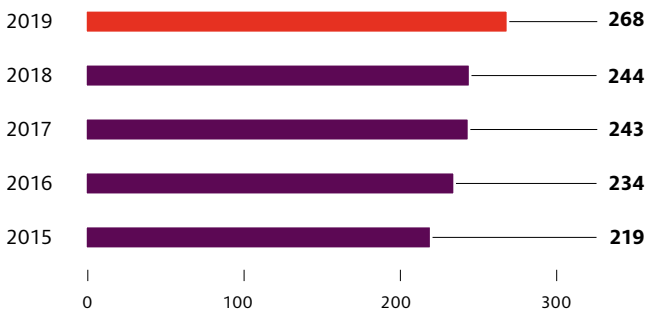
Die Region EAME erzielte ein solides prozentual einstelliges organisches Wachstum mit starken Impulsen aus den Anwendungsbereichen Savory und Beverages. Vor allem die Ländermärkte Russland, Deutschland sowie die Länder des Nahen und Mittleren Ostens zeigten eine hohe Dynamik mit deutlichen, teilweise prozentual zweistelligen Wachstumsraten.

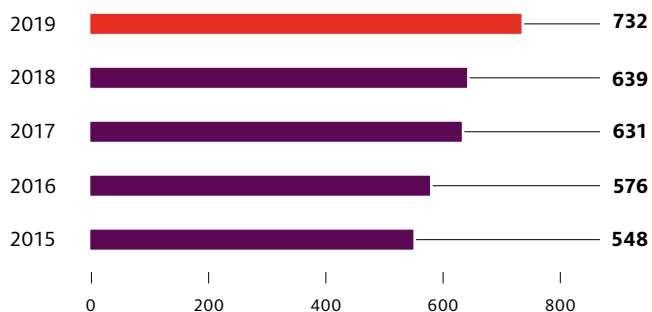
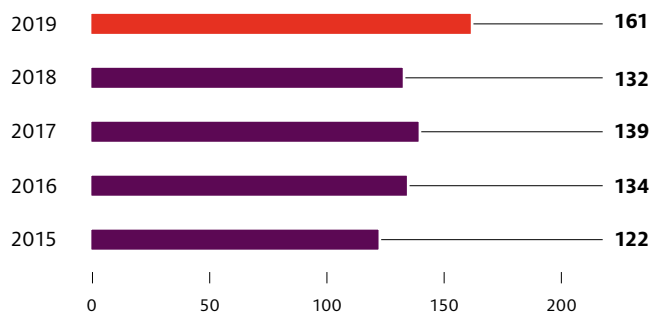
Die Umsatzentwicklung in Nordamerika verlief hingegen verhalten. Währungsbereinigt konnte ein leichtes Wachstum im Vergleich zum Vorjahr erzielt werden. Auch in Nordamerika konnten die Anwendungsbereiche für würzige Produkte und für Getränkearomatisierungen zulegen, wohingegen der Anwendungsbereich für süße Produkte nicht an das hohe Niveau des Vorjahres anknüpfen konnte.

Umsatz Flavor in Mio. €



EBITDA Flavor in Mio. €



Umsatz Nutrition in Mio. €**EBITDA(N) Nutrition** in Mio. €

In der Region Lateinamerika konnte ein moderates organisches Wachstum im einstelligen Prozentbereich erreicht werden. Die im Vergleich zu den Vorjahren schwächere Entwicklung in dieser Region ist vor allem auf den Volumentrückgang eines größeren Geschäfts bei Softdrinks im Anwendungsbereich Beverages zurückzuführen.

Die Anwendungsbereiche Sweet und Savory hingegen erzielten gute, prozentual zweistellige organische Wachstumsraten. In den Ländermärkten Brasilien, Argentinien und Mexiko war das Wachstum besonders ausgeprägt.

EBITDA Flavor: Das EBITDA des Segments Flavor betrug im Berichtsjahr 268 Mio. € und übertraf damit den Wert des Vorjahres (2018: 244 Mio. €) deutlich. Die EBITDA-Marge in Höhe von 21,4 % lag ebenfalls deutlich über dem Niveau des Vorjahres (2018 EBITDA-Marge: 20,5 %). Bereinigt um den IFRS 16 Effekt¹ beträgt die EBITDA-Marge im Jahr 2019 20,7 %.

Segment Nutrition

Im Geschäftsjahr 2019 erzielte das Segment Nutrition einen Umsatz von 732 Mio. €. Im Vorjahresvergleich entspricht dies einem Zuwachs um 14,5 %. Ohne Berücksichtigung von Portfolio- und Währungseffekten belief sich das organische Umsatzwachstum auf 9,3 %.

Die Akquisition von ADF/IDF trug mit 32 Mio. € zum Umsatz des Segments bei.

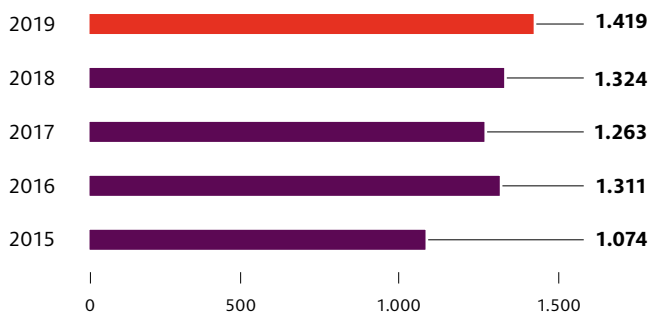
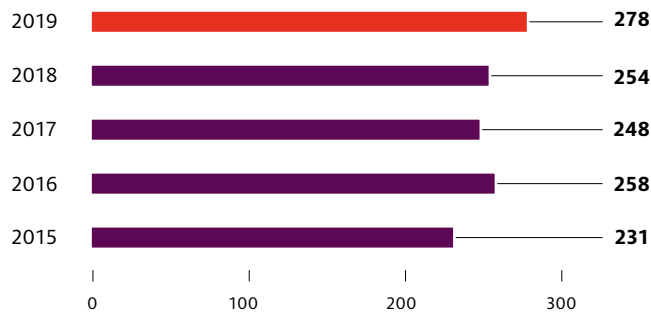
Die größten organischen Wachstumsimpulse kamen aus dem Anwendungsbereich Pet Food, der vor allem in den Regionen Nord- und Lateinamerika ein prozentual zweistelliges Wachstum erreichte. Wesentlicher Wachstumstreiber waren hier unsere globalen und regionalen Kunden.

Erfreulich entwickelte sich auch der Anwendungsbereich Aqua mit prozentual zweistelligen Zuwachsraten, vor allem getrieben durch eine dynamische Entwicklung in der Region EAME.

In den Anwendungsbereichen Food und Probi hingegen verzeichneten wir eine etwas schwächere Nachfrage. Hier entsprachen die Umsätze im Geschäftsjahr 2019 in etwa dem Vorjahreswert.

EBITDA Nutrition: Im Rahmen des Erwerbs der ADF/IDF-Gruppe sind 2019 einmalige Akquisitions- und Integrationskosten in Höhe von 16,3 Mio. € angefallen. Zur besseren Vergleichbarkeit mit dem Vorjahr wird im Folgenden ein um diese einmaligen Effekte bereinigtes Ergebnis (EBITDA(N)) ausgewiesen. Das Segment Nutrition erzielte 2019 ein EBITDA(N) in Höhe von 161 Mio. € und übertraf damit den Wert des Vorjahres (2018: EBITDA 132 Mio. €) deutlich. Die EBITDA(N)-Marge in Höhe von 22,0 % lag ebenfalls erheblich über dem Niveau des Vorjahres (2018 EBITDA-Marge: 20,7 %). Bereinigt um den IFRS 16 Effekt¹ beträgt die EBITDA(N)-Marge im Jahr 2019 21,3 %.

¹ Weitere Informationen zum IFRS 16-Effekt finden sich im Kapitel Ertragslage ab Seite 137.

Umsatz Scent & Care in Mio. €**EBITDA Scent & Care** in Mio. €**Segment Scent & Care**

Das Segment Scent & Care verbuchte im Geschäftsjahr 2019 einen Umsatz von 1.419 Mio. €. Im Vorjahresvergleich entspricht dies einem Zuwachs um 7,2 % in Berichtswährung. Bereinigt um Wechselkurseffekte wuchs das Segment organisch um 5,6 %.

Der Geschäftsbereich Fragrance weitete seine Umsätze im Vergleich zum Vorjahr deutlich aus und erzielte ein hohes prozentual einstelliges organisches Wachstum. Am stärksten expandierte der Anwendungsbereich Fine Fragrances mit prozentual zweistelligen organischen Zuwächsen, vor allem in den Regionen EAME und Lateinamerika. Auch der Anwendungsbereich Consumer Fragrances konnte stark zulegen und erzielte hohe prozentual einstellige Wachstumsraten, ebenfalls vor allem in den Regionen EAME und Lateinamerika. Im Anwendungsbereich Oral Care konnte eine solide organische Umsatzsteigerung im einstelligen Prozentbereich erzielt werden. Dynamisch entwickelte sich die Region Asien/Pazifik mit hohen Zuwächsen in den Ländermärkten China und Vietnam.

Im Geschäftsbereich Cosmetic Ingredients wurde ein gutes, prozentual einstelliges organisches Wachstum erzielt. Die Regionen Lateinamerika, Asien/Pazifik und auch Nordamerika verzeichneten hohe Zuwächse. Insbesondere in den Ländermärkten Kolumbien, China und den USA stiegen die Umsätze deutlich.

Im Geschäftsbereich Aroma Molecules wurde ein moderates organisches Wachstum erzielt. Positive Impulse kamen vor allem aus dem Anwendungsbereich Menthol, der seine Umsätze in allen Regionen ausweitete. Der Anwendungsbereich Fragrance Ingredients hingegen konnte nicht an das hohe Niveau des Vorjahres anknüpfen. Im Vorjahr hatte der Anwendungsbereich durch seine Rückwärtsintegration und die konstante Lieferfähigkeit von der Rohstoffknappheit bei Parfümrohstoffen profitiert.

EBITDA Scent & Care: Scent & Care erwirtschaftete 2019 ein EBITDA von 278 Mio. € und verzeichnete damit einen deutlichen Ergebnisanstieg gegenüber dem Vorjahreswert von 254 Mio. € (+9,3 %). Die EBITDA-Marge belief sich auf 19,6 %, nach 19,2 % im Jahr 2018. Bereinigt um den IFRS 16 Effekt¹ beträgt die EBITDA-Marge im Jahr 2019 19,1 %.

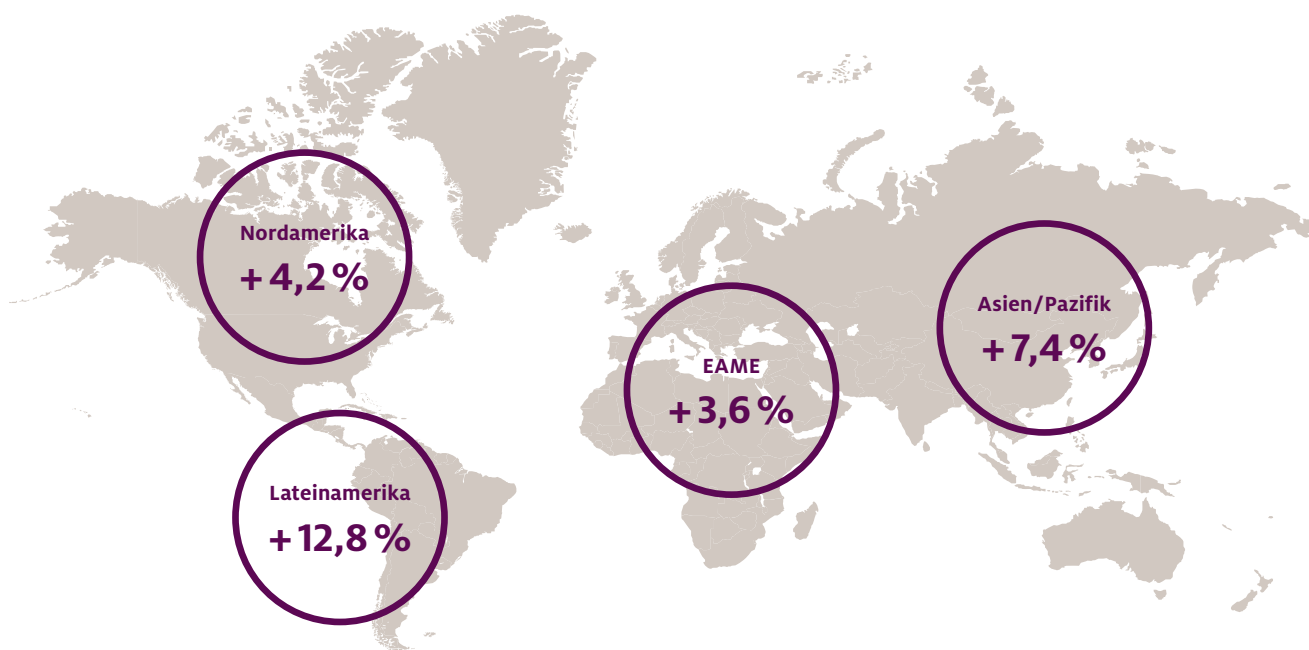
¹ Weitere Informationen zum IFRS 16-Effekt finden sich im Kapitel Ertragslage ab Seite 137.

ENTWICKLUNG IN DEN REGIONEN

Das Geschäft in der Region EAME entwickelte sich erfreulich und nahm im Vorjahresvergleich organisch um 3,6 % zu. In der Region Nordamerika konnte der Umsatz organisch um 4,2 % gesteigert werden. Die Region Asien/Pazifik erreichte im Vorjahresvergleich ein hohes organisches Umsatzwachstum von 7,4 %. Die Umsatzentwicklung in Lateinamerika verlief dynamisch und verzeichnete einen organischen Zuwachs von 12,8 % im Vergleich zum Vorjahr.

ERTRAGSLAGE**Entwicklung wesentlicher Posten der Gewinn- und Verlustrechnung**

Die Ergebnisentwicklung im Geschäftsjahr 2019 war insgesamt gut. Die Herstellungskosten erhöhten sich unterproportional zum Umsatz. Hierzu trug vor allem eine sich normalisierende Situation an den Rohstoffmärkten bei. Im Vorjahr hatte der Ausfall einzelner Lieferanten von Schlüsselrohstoffen vor allem im Segment Scent & Care zu einer Rohstoffknappheit und in der Folge stark steigenden Rohstoffkosten geführt. Die Bruttomarge betrug im Berichtsjahr 40,1 % und lag damit um 0,7 Prozentpunkte über dem Vorjahreswert (39,4 %). Der Anteil der Vertriebskosten am Konzernumsatz belief sich nahezu unverändert auf 15,6 %, nach 15,5 % im Vorjahr. Die F & E-Quote erreichte 6,3 % (Vorjahr: 6,4 %) des Umsatzes. Der Verwaltungskostenanteil am Konzernumsatz belief sich auf 5,5 %, nach 5,2 % im Vorjahr. Der Rückgang in den sonstigen betrieblichen Erträgen ist im Wesentlichen auf eine im Vorjahr gebuchte Steuererstattung in Brasilien sowie geringere erhaltene Subventionen im Berichtsjahr zurückzuführen.

Entwicklung in den Regionen
 (organisches Umsatzwachstum)


Kurzfassung Gewinn- und Verlustrechnung

In Mio. €	2018	2019 normalisiert*	Veränderung in %
Umsatzerlöse	3.154	3.408	8,0
Herstellungskosten	- 1.913	- 2.041	6,7
Bruttoergebnis vom Umsatz	1.241	1.367	10,1
Bruttomarge	in % 39,4	40,1	
Vertriebskosten	- 490	- 530	8,3
Forschungs- und Entwicklungsaufwendungen	- 200	- 213	6,4
Verwaltungskosten	- 165	- 186	12,8
Sonstige betriebliche Erträge	51	46	- 10,3
Sonstige betriebliche Aufwendungen	- 3	- 2	- 28,1
Betriebsergebnis / EBIT(N)	434	481	10,7
Abschreibung auf immaterielle Vermögensgegenstände	104	103	- 0,9
Abschreibung auf Sachanlagen	92	124	33,6
EBITDA(N)	631	707	12,2

* Bereinigt um einmalige, nicht wiederkehrende Akquisitions- und Integrationskosten im Zusammenhang mit dem Erwerb von ADF/IDF

Im Rahmen des Erwerbs der ADF/IDF-Gruppe sind 2019 einmalige Akquisitions- und Integrationskosten in Höhe von 16,3 Mio. € angefallen. Zur besseren Vergleichbarkeit mit dem Vorjahr weisen wir für 2019 ein um diese einmaligen Effekte bereinigtes Ergebnis (EBITDA(N)) aus. Im Rahmen der Akquisition von ADF/IDF hat die US-amerikanische Wettbewerbsbehörde den Verkauf des in den Jahren 2018/19 neu errichteten Nutrition Standortes Banks County verlangt. Aus den bis da-

hin entstandenen Anlaufkosten im Jahr 2019 und der Transaktion im Oktober 2019 ist dem Symrise Konzern kein nennenswerter finanzieller Gewinn oder Verlust entstanden. Die jeweiligen Effekte sind nicht in die Normalisierung eingegangen.

Die Erstanwendung von IFRS 16 wirkte sich in Höhe von 20 Mio. € positiv auf das EBITDA aus.

ÜBERSICHT EBITDA – NORMALISIERT UND BEREINIGT UM IFRS 16-EFFEKT

In Mio. €	Konzern		Flavor		Nutrition		Scent & Care	
	2018	2019	2018	2019	2018	2019	2018	2019
EBITDA	630,5	690,9	243,9	268,5	132,3	144,4	254,4	278,0
einmalige Akquisitions- und Integrationskosten		16,3				16,3		
davon Beratungskosten		9,6				9,6		
davon Abfindungen		1,1				1,1		
davon sonstige Akquisitions- und Integrationskosten		5,7				5,7		
EBITDA(N)	630,5	707,2	243,9	268,5	132,3	160,7	254,4	278,0
EBITDA(N)-Marge	20,0%	20,8%	20,5%	21,4%	20,7%	22,0%	19,2%	19,6%
Erstanwendung IFRS 16		20,0		8,1		4,7		7,2
EBITDA(N) bereinigt um IFRS 16-Effekt	630,5	687,1	243,9	260,4	132,3	155,9	254,4	270,8
EBITDA(N)-Marge bereinigt um IFRS 16-Effekt	20,0%	20,2%	20,5%	20,7%	20,7%	21,3%	19,2%	19,1%

Die EBITDA(N)-Marge lag mit 20,8 % deutlich über dem Vorjahreswert (EBITDA-Marge 2018: 20,0 %). Ohne den IFRS 16-Erstanwendungseffekt hätte die EBITDA(N)-Marge 20,2 % betragen.

Finanzergebnis: Das Finanzergebnis in Höhe von – 46 Mio. € liegt mit 1 Mio. € leicht unter dem Vorjahresergebnis von – 45 Mio. €. Dabei wurde ein positiver Sondereffekt aus der Absicherung zum Kauf von US-Dollar im Zusammenhang mit der Akquisition von ADF/IDF in Höhe von 10 Mio. € teilweise kompensiert durch Finanzaufwendungen aus Wechselkursveränderungen, besonders in Lateinamerika. Darüber hinaus sind erstmals Zinsaufwendungen in Höhe von 3 Mio. € für Leasing im Rahmen von IFRS 16 gebucht worden. Zusätzlich sind Zinsen für die Emission des Schuldscheindarlehens im ersten Quartal und für die vorzeitige Refinanzierung des im Juli fällig gewordenen Eurobonds in Höhe von 2 Mio. € angefallen. Des Weiteren hat sich der Zinsaufwand für Pensionen gegenüber dem Vorjahr um 1 Mio. € erhöht.

Steuern: Im Geschäftsjahr 2019 beliefen sich die Steueraufwendungen auf 113 Mio. € (2018: 109 Mio. €). Der sich ergebende Steuersatz von 27,1 % liegt vor allem durch niedrigere Steuersätze und geänderte Abschreibungsregeln unter dem Wert aus 2018 (28,1 %). Einer ausreichenden steuerlichen Risikoversorge wurde, wie in den Vorjahren auch, im Konzern Rechnung getragen.

Jahresüberschuss und Ergebnis je Aktie: Der auf die Aktionäre der Symrise AG entfallende Jahresüberschuss beträgt 298 Mio. € und liegt damit 23 Mio. € oder 8,4 % über dem Wert des Vorjahres. Das Ergebnis je Aktie erhöhte sich um 0,09 € auf 2,21 € (2018: 2,12 €). Bereinigt um die Einmaleffekte aus dem Erwerb von ADF/IDF beträgt der normalisierte Jahresüberschuss 304 Mio. € und das normalisierte Ergebnis je Aktie 2,25 €.

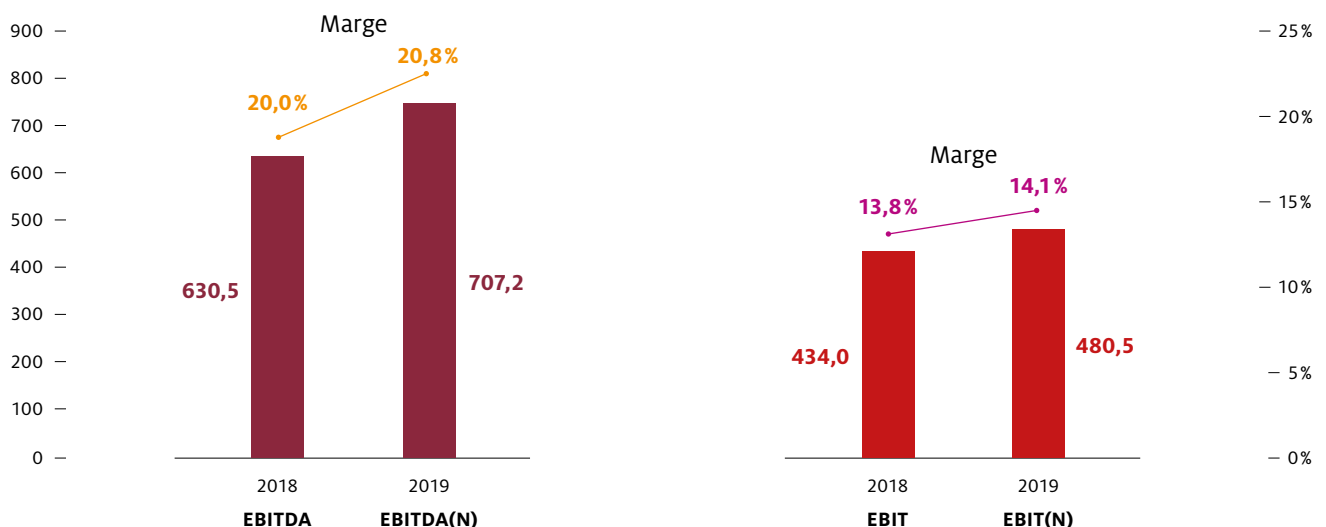
Dividendenvorschlag 2019: Vorstand und Aufsichtsrat der Symrise AG werden der Hauptversammlung am 6. Mai 2020 vorschlagen, eine Dividende von 0,95 € je Aktie für das Geschäftsjahr 2019 auszuschütten.

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.

Ergebnisübersicht in Mio. € / in %



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, sodass Liquiditätsdefizite anderer Konzerneinheiten ohne externe Finanzierungen ausgeglichen werden können und die internen Finanzmittel effizient zum Einsatz kommen. Sofern externe Kreditlinien benötigt werden, sind diese gegebenenfalls durch Garantien der Symrise AG abgesichert. Die Finanzverbindlichkeiten des Konzerns sind unbesichert und teilweise mit Kreditvereinbarungen (Covenants) verbunden, die halbjährlich 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 Grundgeschäfts 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 (einschließlich nicht beherrschender Anteile) von 41,4 % zum 31. Dezember 2019 verfügt Symrise über eine solide Grundlage, um die zukünftige Geschäftsentwicklung nachhaltig voranzutreiben.

Finanzierungsstruktur: Zur Finanzierung der Akquisition der ADF/IDF Gruppe hat Symrise im Januar 2019 einen Vertrag über eine Brückenfinanzierung mit zwei Banken abgeschlossen. Diese Brückenfinanzierung gliederte sich in drei Tranchen, die sukzessive durch langfristige Finanzierungen abgelöst

wurden. So gelang es Symrise, am 8. Februar 2019 eine Kapitalerhöhung im Volumen von rund 400 Mio. € im Rahmen eines Accelerated Bookbuilding-Verfahrens auf dem Kapitalmarkt zu platzieren. Darüber hinaus wurde am 29. März 2019 erfolgreich ein Schuldschein mit Laufzeiten von 5, 7 und 10 Jahren über 250 Mio. € emittiert, in dem hauptsächlich Banken und Sparkassen investiert sind. Der letzte Baustein der Brückenfinanzierung wurde zum Abschluss der Akquisition am 30. Oktober 2019 im Rahmen eines syndizierten Term Loans über 200 Mio. € mit einer Laufzeit von fünf Jahren ausgezahlt. Im zweiten Quartal des Geschäftsjahres hat Symrise erfolgreich einen Eurobond bei institutionellen Investoren am Kapitalmarkt platziert. Er hat ein Volumen von 500 Mio. €, eine Laufzeit von 6,5 Jahren, trägt einen Kupon von 1,25 % und dient der Refinanzierung des im Juli 2019 fällig gewordenen Eurobonds aus dem Jahr 2014. Insgesamt deckt der Symrise Konzern seinen Kapitalbedarf aus dem guten operativen Cashflow sowie über kurz- und langfristige Finanzierungen.

Alle aus den Krediten resultierenden vertraglichen Verpflichtungen (Covenants) sind von Symrise im Geschäftsjahr 2019 eingehalten worden.

Zusätzlich zu dem eingeräumten Rahmenkredit in Höhe von 300 Mio. € bestehen im Konzern bilaterale, fest zugesagte Kreditlinien in Höhe von 82 Mio. €, die kurzfristige Zahlungsbedürfnisse abdecken sollen. Der vereinbarte Zins für den Rahmenkredit bewegt sich auf marktüblichem Niveau.

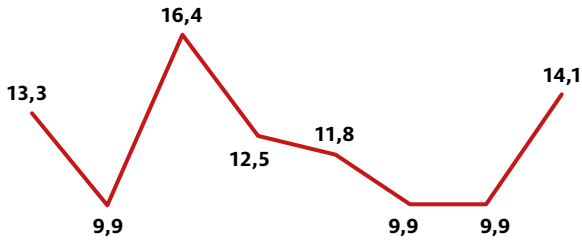
Cashflow- und Liquiditätsanalyse

Übersicht Cashflow

In Mio. €	2018	2019
Operativer Cashflow	442	547
Cashflow aus Investitionstätigkeit	- 239	- 882
Cashflow aus Finanzierungstätigkeit	- 152	498
Liquide Mittel (31.12.)	280	446
Business Free Cashflow	312	476

Sämtliche Zahlungsverpflichtungen konnten im Geschäftsjahr erfüllt werden. Liquiditätspässe bestanden nicht und sind auch in der Zukunft nicht absehbar. Dem Unternehmen stehen ausreichende Linien zur Verfügung, zum Beispiel im Rahmen einer Revolving Credit Facility in Höhe von 300 Mio. €, die zum 31. Dezember 2019 nicht in Anspruch genommen war.

Business Free Cashflow in % vom Umsatz



| 2012 | 2013 | 2014 | 2015 | 2016 | 2017 | 2018 | 2019 |

EBITDA(N)
 - Investitionen
 -/+ Veränderungen im Working Capital
 = Business Free Cashflow

Der operative Cashflow lag über dem Niveau des Vorjahres. Ein geringerer Aufbau von Working Capital sowie ein deutlich gestiegenes Ergebnis sind die Hauptursachen für diese Verbesserung. Darüber hinaus führte die Erstanwendung von IFRS 16 zu einer Umklassifizierung von Leasingaufwendungen in Höhe von 16 Mio. € in den Cashflow aus Finanzierungstätigkeit. Die operative Cashflow-Quote bezogen auf den Umsatz belief sich auf 16,0%.

Der Mittelabfluss aus der Investitionstätigkeit erhöhte sich um 643 Mio. €, im Wesentlichen bedingt durch die Kaufpreiszahlung für die Akquisition von ADF/IDF. Im Geschäftsjahr 2019 fand per Saldo ein Zufluss aus Finanzierungstätigkeit in Höhe von 498 Mio. € statt. Wesentliche Bestandteile sind die 2019 im Zuge der Akquisitionsfinanzierung erfolgte Kapitalerhöhung in Höhe von 400 Mio. € und die Aufnahme des Schuldscheindarlehens in Höhe von 250 Mio. €. Außerdem ist die an die Aktionäre ausgezahlte Dividende für das Geschäftsjahr 2018 in Höhe von 122 Mio. € Bestandteil des Cashflows aus Finanzierungstätigkeit.

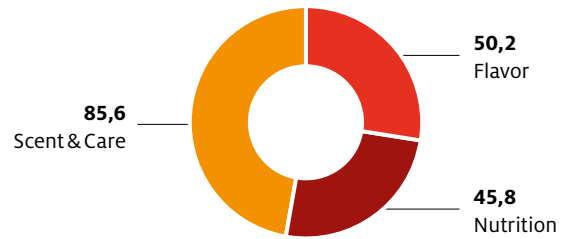
Darüber hinaus hat das Unternehmen den Business Free Cashflow als primär interne Steuerungsgröße zur Performancebeurteilung eingeführt, um die Cashflow-Ausrichtung des Unternehmens zu stärken. Der Business Free Cashflow, der sich aus EBITDA, Investitionen und Veränderungen im Working Capital zusammensetzt, betrug im Geschäftsjahr 2019 476 Mio. €¹ und konnte gegenüber dem Vorjahr um 53 % gesteigert werden.

Investitionen und Akquisitionen

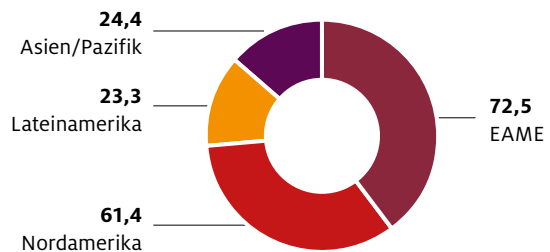
Die Investitionen des Symrise Konzerns in immaterielle Vermögensgegenstände und Sachanlagen beliefen sich im Geschäftsjahr 2019 auf 182 Mio. €, nach 226 Mio. € im Vorjahr.

Für immaterielle Vermögenswerte wurden 26 Mio. € (2018: 15 Mio. €) aufgewendet. Schwerpunkte bildeten hier Investitionen im Bereich Software, vor allem die Vorbereitung der Einführung einer ERP-Software im Segment Nutrition sowie Patente. Investitionen in Sachanlagen wurden im Umfang von rund 156 Mio. € getätigt (Vorjahr: 211 Mio. €). Die größten Investitionsprojekte umfassten die Errichtung des neuen Standorts zur Produktion von Duft- und Geschmacksstoffen in Nantong (China), die Erweiterung der Produktionskapazitäten für Menthol in Charleston (USA), die Modernisierung der Produktion für Terpene Ingredients im Geschäftsbereich Aroma Molecules in Jacksonville (USA), die Erweiterung der Flavor Sprühtrocknungskapazitäten in Branchburg (USA) sowie die Errichtung eines Logistikzentrums in Holzminden.

Investitionen nach Segmenten in Mio. €



Investitionen nach Regionen in Mio. €



¹ Bereinigt um Einmaleffekte aus Akquisitionen und IFRS 16

Alle Projekte wurden aus laufenden Mitteln finanziert. Zum 31. Dezember 2019 hatte der Konzern Verpflichtungen zum Erwerb von Sachanlagen in Höhe von 41 Mio. € (31. Dezember 2018: 72 Mio. €). Im Wesentlichen handelt es sich hierbei um Produktionsanlagen sowie Labor- und Büroausstattung. Die Verpflichtungen sind größtenteils im Laufe des Jahres 2020 fällig.

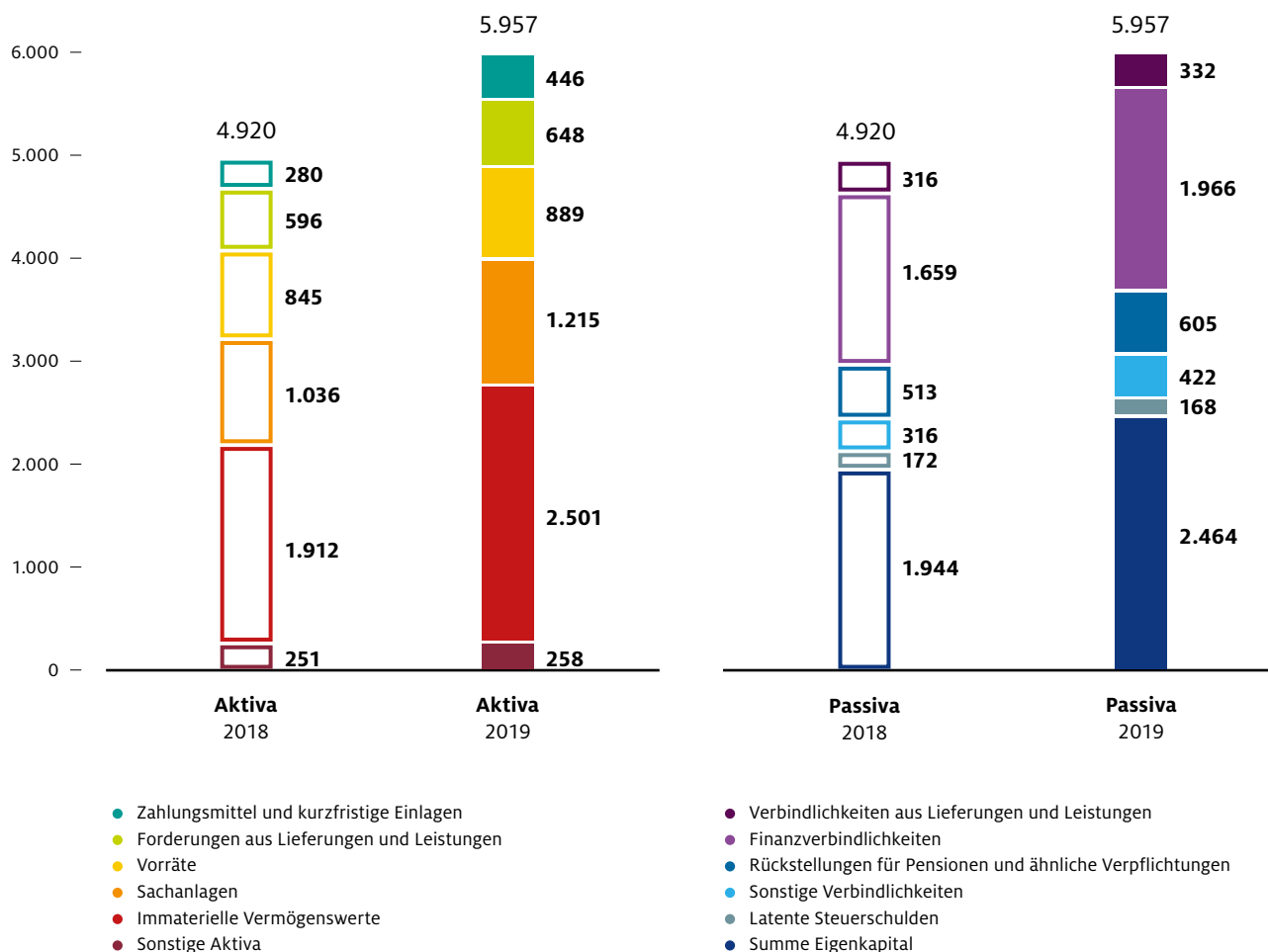
VERMÖGENSLAGE

Ausgewählte Bilanzposten

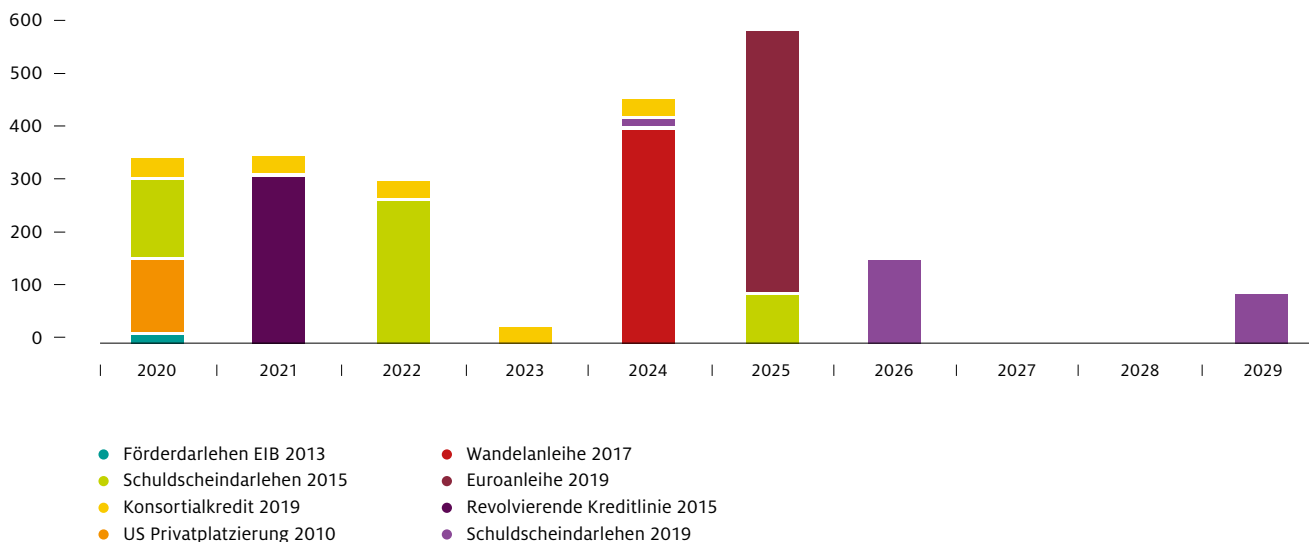
Die Bilanzsumme erhöhte sich zum 31. Dezember 2019 gegenüber dem Vorjahresstichtag um 1.037 Mio. € beziehungsweise 21,1% auf 5.957 Mio. €. Dies resultiert vor allem aus dem mit der Akquisition der ADF/IDF Gruppe erworbenen Nettovermögen einschließlich des erworbenen Geschäfts- oder Firmenwerts. Zum Bilanzstichtag sind aufgrund der zeitlichen Nähe der Transaktion zum Abschlussstichtag die Buchwerte als vorläufige Zeitwerte angesetzt worden.

Auf der Aktivseite ist der Anstieg vorwiegend auf einen höheren Bestand an Zahlungsmitteln, eine investitionsbedingte Zunahme der Sachanlagen sowie auf höhere immaterielle Vermögenswerte im Zusammenhang mit dem Unternehmenserwerb der ADF/IDF Gruppe zurückzuführen.

Bilanzstruktur zum 31. Dezember 2019 in Mio. €



Fälligkeitsprofil zum 31. Dezember 2019



Die Zunahme des Zahlungsmittelbestands ist im Wesentlichen mit einer verbesserten Working Capital Performance sowie dem Zufluss von Zahlungsmitteln aus einem Desinvestment zu erklären.

Die Zugänge bei den Sachanlagen beinhalten Investitionen in Kapazitätserweiterungen in Nantong (China), Charleston und Branchburg (USA) sowie in die Modernisierung der Produktion in Jacksonville (USA).

Der Anstieg der immateriellen Vermögenswerte ist vor allem auf den vorläufig ermittelten Geschäfts- oder Firmenwert aus dem Unternehmenserwerb der ADF/IDF Gruppe zurückzuführen. Neben den Geschäfts- oder Firmenwerten sind in den immateriellen Vermögenswerten Kundenstämme, Markenrechte, Software, Patente und sonstige Rechte sowie Rezepturen und Technologien enthalten. Diese Vermögenswerte resultierten nahezu vollständig aus Unternehmenserwerben.

Der Anstieg der Bilanzsumme ist auf der Passivseite durch höhere Finanzverbindlichkeiten und Pensionsverpflichtungen sowie höheres Eigenkapital bedingt.

Der Tilgung des Eurobonds aus dem Jahr 2014 (500 Mio. €) stehen Zuflüsse aus dem im Geschäftsjahr abgeschlossenen Schulscheindarlehen (250 Mio. €) und dem im Geschäftsjahr ausgegebenen Bond (500 Mio. €) gegenüber.

Die Rückstellungen für Pensionen und ähnliche Verpflichtungen sind aufgrund des um 0,8 Prozentpunkte auf 1,2 % zurückgegangenen Abzinsungssatzes für die in Deutschland gewährten Pensionszusagen gestiegen.

Das Eigenkapital (einschließlich nicht beherrschender Anteile) beläuft sich zum 31. Dezember 2019 auf 2.464 Mio. € (31. Dezember 2018: 1.944 Mio. €). Es hat sich vor allem aufgrund der im Geschäftsjahr durchgeführten Kapitalerhöhung um 400 Mio. € (vor Transaktionskosten) erhöht. Die Eigenkapitalquote ist infolgedessen von 39,5 % auf 41,4 % angestiegen. Für das Geschäftsjahr 2018 wurde im Jahr 2019 eine Dividende von 122 Mio. € ausgeschüttet.

Nettoverschuldung

In Mio. €	2018	2019
Finanzverbindlichkeiten	1.659	1.966
Leasingverbindlichkeiten (nach IFRS 16)	–	96
Zahlungsmittel und kurzfristige Einlagen	– 280	– 446
Nettoverschuldung	1.380	1.617
Rückstellungen für Pensionen und ähnliche Verpflichtungen	513	605
Nettoverschuldung inkl. Rückstellungen für Pensionen und ähnliche Verpflichtungen	1.893	2.222

Insgesamt stiegen die Finanzverbindlichkeiten um 307 Mio. € auf 1.966 Mio. €, vor allem im Zusammenhang mit dem Erwerb von ADF/IDF. Unter Berücksichtigung der Erhöhung der Zahlungsmittel und kurzfristigen Einlagen sowie der erstmaligen Berücksichtigung der Leasingverbindlichkeiten nach IFRS 16 führte dies im Vergleich zum 31. Dezember 2018 zu einer Erhöhung der Nettoverschuldung um 237 Mio. € auf 1.617 Mio. €. Die Nettoverschuldung ergibt sich durch Abzug der Zahlungsmittel und kurzfristigen Einlagen von den Finanzverbindlichkeiten. Als bestandsorientierte, auf Bilanzgrößen basierende Kennzahl gibt sie Auskunft über die effektive Verschuldung des Unternehmens. Zur Berechnung der Kennzahl Nettoverschuldung/EBITDA wird die Nettoverschuldung sowohl mit als auch ohne Pensionsrückstellungen und seit dem Jahr 2019 jeweils einschließlich der Leasingverbindlichkeiten auf das normalisierte EBITDA der letzten zwölf Monate bezogen. Danach ergibt sich für die Relation Nettoverschuldung/EBITDA(N) eine Kennzahl von 2,3 (2018: 2,2).

Aufgrund gestiegener Rückstellungen für Pensionen erhöhte sich der Verschuldungsgrad „Nettoverschuldung einschließlich Rückstellungen für Pensionen und ähnliche Verpflichtungen/EBITDA(N)“ von 3,0 auf 3,1. Die Einbeziehung der Leasingverbindlichkeiten in die Ermittlung der Nettoverschuldungs-Kennzahlen hat beide Kennzahlen jeweils um 0,1 erhöht.

Symrise strebt eine Kapitalstruktur an, die es dem Unternehmen ermöglicht, seinen künftigen potenziellen Finanzierungsbedarf zu angemessenen Bedingungen über die Kapitalmärkte zu decken. Dadurch kann Symrise ein hohes Maß an Unabhängigkeit, Sicherheit und finanzieller Flexibilität gewährleisten. Die ergebnisorientierte Dividendenpolitik des Unternehmens wird fortgesetzt, um die Aktionäre auch in Zukunft angemessen am Unternehmenserfolg beteiligen zu können. Daneben soll sichergestellt sein, dass Akquisitionsvorhaben durch eine solide Finanzierungsstruktur begleitet werden können.

An wesentlichen außerbilanziellen Verpflichtungen bestehen Abnahmeverpflichtungen für Warenbezüge in Höhe von 174 Mio. € (2018: 192 Mio. €) und Verpflichtungen zum Erwerb von Sachanlagen in Höhe von 41 Mio. € (2018: 72 Mio. €).

Die Symrise AG hat mit verschiedenen Dienstleistern Serviceverträge zur Auslagerung der internen Informationstechnologie geschlossen. Die Serviceverträge bestanden teilweise bereits in den Vorjahren. Die verbleibende Gesamtverpflichtung gegenüber diesen Dienstleistern beträgt unter Berücksichtigung von Sonderkündigungsrechten 9 Mio. € (31. Dezember 2018: 25 Mio. €).

Übrige sonstige finanzielle Verpflichtungen beliefen sich am 31. Dezember 2019 auf 12 Mio. € (31. Dezember 2018: 15 Mio. €) und betrafen im Wesentlichen Verpflichtungen aus Berater-, Dienstleistungs- und Kooperationsverträgen (8 Mio. €; 31. Dezember 2018: 8 Mio. €).

KAPITALSTRUKTUR

In Mio. €	2018		2019		Veränderung in %
		in % der Bilanzsumme		in % der Bilanzsumme	
Eigenkapital	1.944	40	2.464	41	+ 26,7
Kurzfristige Verbindlichkeiten	1.218	25	1.143	19	– 6,2
Langfristige Verbindlichkeiten	1.758	35	2.350	39	+ 33,7
Verbindlichkeiten	2.976	60	3.493	59	+ 17,4
Bilanzsumme	4.920	100	5.957	100	+ 21,1

Gesamtaussage zur wirtschaftlichen Lage

Der Vorstand beurteilt die wirtschaftliche Lage des Symrise Konzerns positiv. 2019 konnte der Konzern seinen Umsatz bei anhaltend hoher Profitabilität erneut deutlich steigern. Die Finanzierung des Unternehmens ist mittelfristig gesichert. Die Aktionäre der Symrise AG werden vorbehaltlich des Beschlusses der Hauptversammlung über eine gegenüber dem Vorjahr erhöhte Dividende am Erfolg des Unternehmens teilhaben.

Prognosebericht

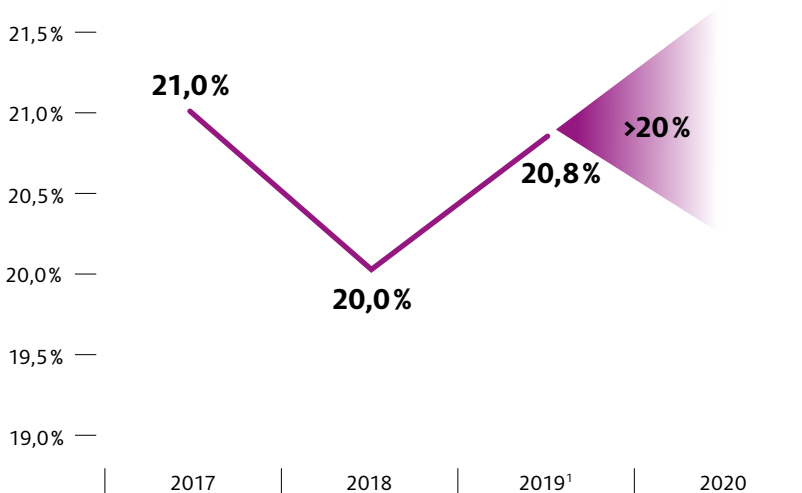
GRUNDLAGEN

Globales
Wirtschaftswachstum
3,3%

Marktwachstum
4%

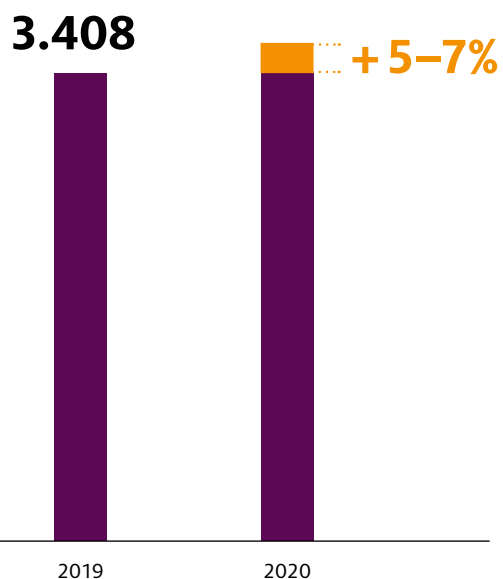
Rohstoffpreise
stabil auf dem
derzeitigen Niveau

EBITDA(N)-MARGE



¹ Bereinigt um Transaktions- und Integrationskosten im Zusammenhang mit Unternehmenskäufen.

ORGANISCHES UMSATZWACHSTUM in Mio. €



ERWARTUNGEN

Business Free Cashflow
% vom Umsatz
> 14%

Nettoverschuldung/
(inkl. Pensionen und ähnliche Verpflichtungen
sowie Leasingverbindlichkeiten)
EBITDA
2,5 – 2,7

Investitionen
% vom Umsatz
5 – 6%

KÜNFTIGE UNTERNEHMENSENTWICKLUNG

Für das Jahr 2020 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 liegt nach eigener Schätzung und Unternehmensdaten für das laufende Jahr bei circa 4 % weltweit. Dabei erwarten alle Segmente, Scent & Care, Flavor und Nutrition, jeweils ein organisches Umsatzwachstum merklich über dem Marktzuwachs. Für den Konzern gilt unverändert die langfristige Wachstumserwartung von 5–7 % (CAGR).

Zur weiteren Steigerung des Ergebnisses werden ein diszipliniertes Kostenmanagement und der Fokus auf margenstarke Geschäfte fortgeführt. Dazu gehören beispielsweise Initiativen zur Reduzierung der Komplexität von Prozessen und Abläufen und die Entwicklung innovativer, nachhaltiger Produkte und Technologien. Unter der Annahme von Rohstoffkosten auf dem gegenwärtigen Niveau und einer konstanten Euro/US-Dollar-Relation geht der Konzern für 2020 aktuell von einer EBITDA-Marge von über 20 % in allen Segmenten aus. Ohne die Effekte aus möglichen Akquisitionen soll der Quotient aus Nettoverschuldung (inklusive Rückstellungen für Pensionen und ähnliche Verpflichtungen sowie Leasingverbindlichkeiten) zu EBITDA Ende 2020 zwischen 2,5 und 2,7 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.

Grundsätzlich will Symrise 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: <https://www.symrise.com/de/erklaerung-zur-unternehmensfuehrung>.

Konzerngewinn- und -verlustrechnung – 1. Januar bis 31. Dezember 2019

In T€	2018	2019
Umsatzerlöse	3.154.032	3.407.854
Herstellungskosten	- 1.912.558	- 2.040.775
Bruttoergebnis vom Umsatz	1.241.474	1.367.079
Vertriebskosten	- 489.941	- 531.526
Forschungs- und Entwicklungsaufwendungen	- 200.441	- 213.349
Verwaltungskosten	- 164.728	- 200.984
Sonstige betriebliche Erträge	50.948	45.587
Sonstige betriebliche Aufwendungen	- 3.340	- 2.400
Ergebnis aus at equity bilanzierten Unternehmen	-	- 221
Betriebsergebnis/EBIT	433.972	464.186
Finanzerträge	6.324	6.147
Finanzaufwendungen	- 51.253	- 51.972
Finanzergebnis	- 44.929	- 45.825
Ergebnis vor Ertragsteuern	389.043	418.361
Ertragsteuern	- 109.356	- 113.224
Jahresüberschuss	279.687	305.137
davon entfällt auf Aktionäre der Symrise AG	275.330	298.308
davon entfällt auf nicht beherrschende Anteile	4.357	6.829
Ergebnis je Aktie (in €)		
unverwässert	2,12	2,21
verwässert	2,08	2,17

Konzernbilanz

In T€	31. Dezember 2018	31. Dezember 2019
VERMÖGENSWERTE		
Kurzfristige Vermögenswerte		
Zahlungsmittel und kurzfristige Einlagen	279.595	445.900
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	596.396	647.675
Vorräte	844.874	889.239
Sonstige Vermögenswerte und Forderungen	81.018	79.445
Übrige finanzielle Vermögenswerte	7.835	11.919
Tatsächliche Ertragsteuerforderungen	25.741	22.480
	1.835.459	2.096.658
Langfristige Vermögenswerte		
Immaterielle Vermögenswerte	1.912.455	2.500.682
Sachanlagen	1.036.093	1.215.010
Sonstige Vermögenswerte und Forderungen	27.054	17.817
Übrige finanzielle Vermögenswerte	22.866	12.473
Anteile an at equity bilanzierten Unternehmen	–	15.396
Latente Steueransprüche	86.452	99.173
	3.084.920	3.860.551
AKTIVA	4.920.379	5.957.209

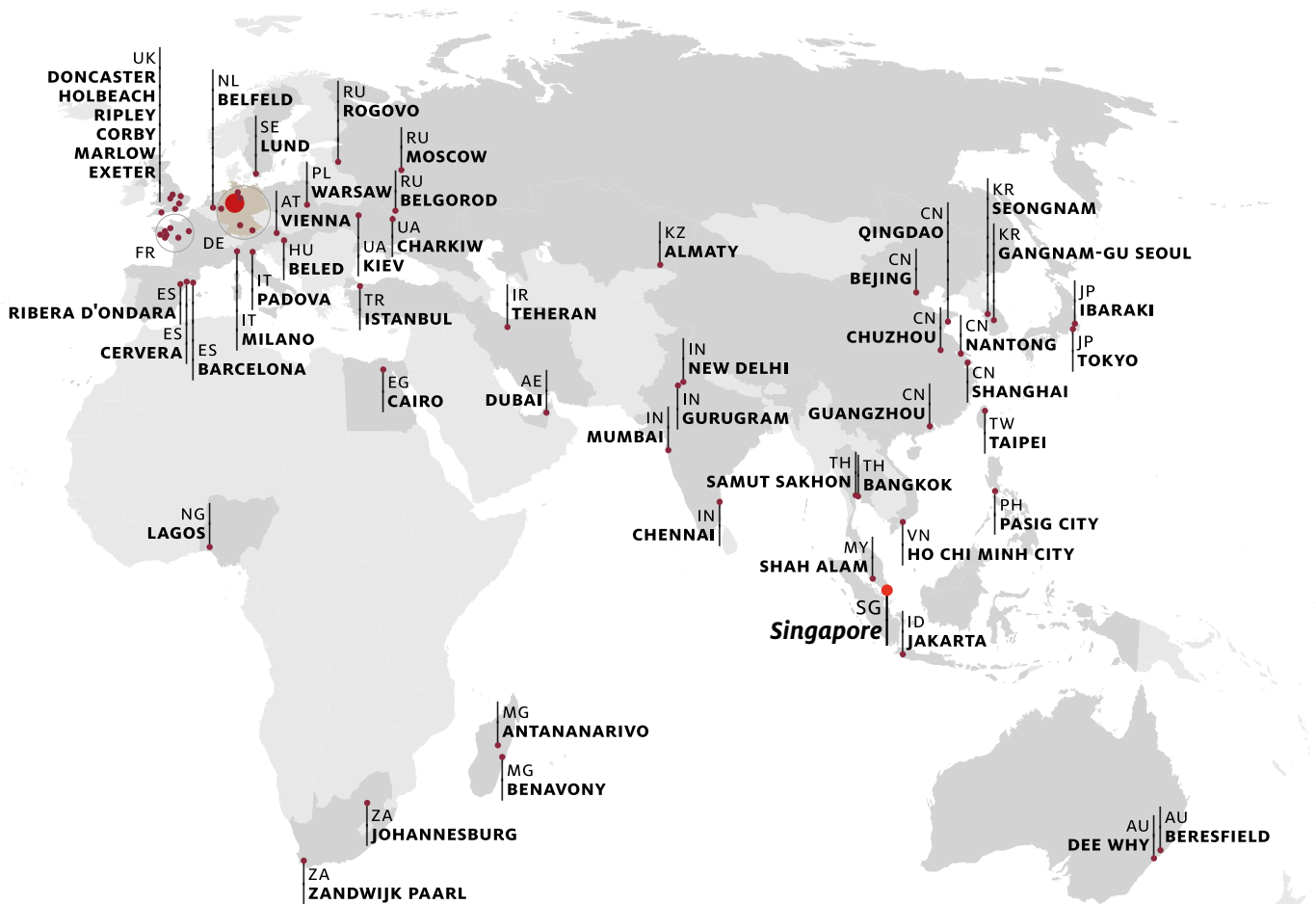
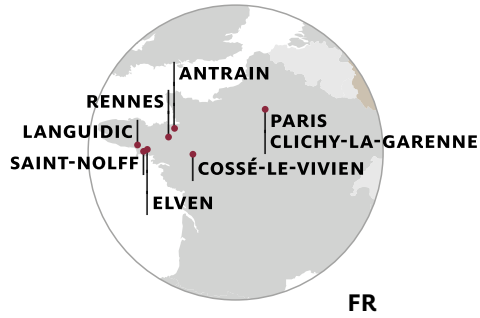
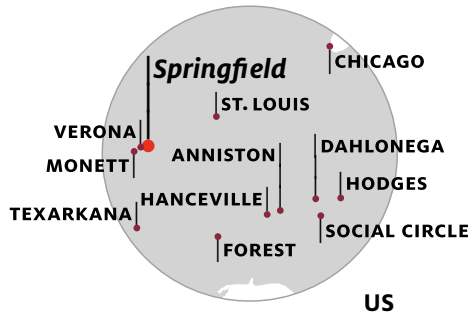
Konzernbilanz

In T€	31. Dezember 2018	31. Dezember 2019
VERBINDLICHKEITEN		
Kurzfristige Verbindlichkeiten		
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	315.806	332.497
Finanzverbindlichkeiten	623.341	503.324
Leasingverbindlichkeiten	652	21.058
Sonstige Verbindlichkeiten	170.073	192.470
Sonstige Rückstellungen	9.577	10.857
Übrige finanzielle Verbindlichkeiten	4.696	3.124
Tatsächliche Ertragsteuerverbindlichkeiten	94.232	79.531
	1.218.377	1.142.861
Langfristige Verbindlichkeiten		
Finanzverbindlichkeiten	1.036.018	1.462.833
Leasingverbindlichkeiten	3.658	75.378
Sonstige Verbindlichkeiten	5.407	5.033
Sonstige Rückstellungen	21.427	29.212
Rückstellungen für Pensionen und ähnliche Verpflichtungen	513.292	604.851
Übrige finanzielle Verbindlichkeiten	2.554	1.597
Latente Steuerverbindlichkeiten	171.975	167.748
Tatsächliche Ertragsteuerverbindlichkeiten	3.263	3.263
	1.757.594	2.349.915
SUMME VERBINDLICHKEITEN	2.975.971	3.492.776
EIGENKAPITAL		
Gezeichnetes Kapital	129.813	135.427
Kapitalrücklage	1.405.085	1.798.030
Rücklage für Neubewertungen (Pensionen)	- 161.694	- 217.187
Kumulierte Währungskursdifferenzen	- 189.413	- 193.991
Bilanzgewinn	705.668	881.696
Sonstige Rücklagen	2.533	3.197
Eigenkapital der Aktionäre der Symrise AG	1.891.992	2.407.172
Nicht beherrschende Anteile	52.416	57.261
SUMME EIGENKAPITAL	1.944.408	2.464.433
PASSIVA	4.920.379	5.957.209

Globale Standorte

- Firmensitz
- Regionale Hauptsitze
- Standorte Symrise





Finanzkalender 2020

28. April 2020

Umsatzentwicklung Januar – März 2020

6. Mai 2020

Hauptversammlung, Holzminden

6. August 2020

Konzernzwischenbericht Januar – Juni 2020

29. Oktober 2020

Umsatzentwicklung Januar – September 2020

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
Getty Images
Matthias Haslauer
Dirk Heine
JWKPEC Photography
Mpho Mokgadi
Agung Parameswara
Raphael Sprenger
Hamish Taylor / Shinerigise Partners Ltd.
Stocksy United

Satz

3st kommunikation, Mainz

Druck

gutenberg beuys feindruckerei gmbh,
Hannover/Langenhagen

Veröffentlichungsdatum dieses Berichts

10. März 2020

Symrise online

www.symrise.com/de
www.symrise.com/de/nachhaltigkeit
www.symrise.com/de/investoren
ub2019.symrise.de

Zukunftsgerichtete Aussagen

Dieser Unternehmensbericht beinhaltet zukunftsgerichtete Aussagen, die auf aktuellen Annahmen und Prognosen der Symrise AG beruhen. Der zukünftige Geschäftsverlauf und die Ergebnisse, die durch die Symrise AG und ihre 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.

