

always
inspiring more...

symrise 

Sharing Values

Ressourcen schaffen durch Kreislauf- wirtschaft

Unternehmensbericht
2022

KONZERNKENNZAHLEN		2018	2019 ¹	2020	2021 ²	2022 ³
Geschäft						
Umsatz	in Mio. €	3.154	3.408	3.520	3.826	4.618
EBITDA	in Mio. €	631	701	742	814	922
EBITDA-Marge	in%	20,0	20,6	21,1	21,3	20,0
EBIT	in Mio. €	434	472	488	559	630
EBIT-Marge	in%	13,8	13,8	13,8	14,6	13,6
Konzerngewinn	in Mio. €	275	296	307	375	406
Bilanzsumme (31.12.)	in Mio. €	4.920	5.953	5.940	6.673	7.783
Eigenkapitalquote (31.12.)	in%	39,5	41,3	39,8	48,7	46,4
Investitionen (ohne M&A)	in Mio. €	226	182	159	174	270
Nettoverschuldung (inkl. Rückstellungen für Pensionen und ähnliche Verpflichtungen (31.12.))	in Mio. €	1.893	2.222	2.029	1.964	2.692
Forschungs- und Entwicklungsaufwendungen	in Mio. €	200	213	212	221	254
Operativer Cashflow	in Mio. €	442	547	636	522	360
Kapitalmarkt						
Ausgegebene Aktien zum Bilanzstichtag	in Mio. Stück	129,8	135,4	135,4	139,8	139,8
Kurs zum Geschäftsjahresende (Xetra® Schlusskurs)	in €	64,50	93,80	108,40	130,30	101,7
Marktkapitalisierung zum Geschäftsjahresende	in Mio. €	8.373	12.703	14.680	18.212	14.208
Ergebnis je Aktie	in €	2,12	2,20	2,27	2,74	2,91
Dividende je Aktie	in €	0,90	0,95	0,97	1,02	1,05 ⁴

1 Zahlen bereinigt um Transaktions-, Integrationskosten sowie einmalige Bewertungseffekte im Zusammenhang mit Unternehmenskäufen sowie angepasst aufgrund finalisierter Kaufpreisallokation für ADF/IDF

2 Zahlen angepasst aufgrund finalisierter Kaufpreisallokation für Giraffe Foods
3 Ohne Wertminderung des assoziierten Unternehmens Swedencare
4 Vorschlag

UNSERE FÜNF ZIELDIMENSIONEN		2020	2021	2022	Ziel 2025
Geschäft					
Organisches Umsatzwachstum	in%	2,7	9,6	11,4	5 – 7 (CAGR) ⁷
EBITDA-Marge ¹	in%	21,1	21,3	20,0	20 – 23
Footprint (Umwelt)					
Verbesserung der Öko-Effizienz der Treibhausgas-Emissionen (Scope 1+2) ²	in%	13,0	11,3	10,4	6,6 p. a.
Verringerung der absoluten Treibhausgasemissionen (Scope 3)	in%		4,0	6,6	3,0 p. a.
Verbesserung der Öko-Effizienz des Chemischen Sauerstoffbedarfs im Abwasser ²	in%	-22,6	34,8	11,2	4,0 p. a.
Verbesserung der Öko-Effizienz der Sensitiven Abfälle ²	in%	19,8	2,2	3,8	4,0 p. a.
Wassernutzung ³	in%	-3,1	7,2	-4,3	-3,0 p. a.
Innovation					
Umsatz mit neuen Produktentwicklungen ⁴	in%	15,4	16,7	15,1	> 15,0
Sourcing (Beschaffung)					
Lieferanten nach Nachhaltigkeitskriterien bewertet ⁵	in%	67	73	87	100
Nachhaltiger Bezug strategischer biologischer Rohstoffe	in%	72	84	88	100
Care (Mitarbeiter)					
Frauenquote erste Führungsebene	in%	28	20	16	30
Frauenquote zweite Führungsebene	in%	42	38	37	45
Unfallhäufigkeit	MAQ ⁶	3,0	3,8	2,8	< 1,5

1 2022 ohne Wertminderung des assoziierten Unternehmens Swedencare

2 Alle Werte bezogen auf die Wertschöpfung

3 An Produktionsstätten in Regionen mit Wasserstress (=Ägypten, Indien, Mexiko, Spanien, Chile)

4 Bezogen auf die Markteinführung in den vergangenen drei Jahren

5 Basierend auf 80% (bis 2021) bzw. 90% (ab 2022) des Einkaufsvolumens

6 MAQ = Arbeitsunfälle (> 1 Ausfalltag) x 1 Mio. / Arbeitsstunden;
ab 2025 branchenführende Arbeitssicherheit

7 CAGR: Compound Annual Growth Rate = durchschnittliche jährliche Wachstumsrate

Nur wer eine Idee vom Ende aus denkt, kann nachhaltige Lösungen für die Zukunft entwickeln. Für uns ist das Alltag. Wir setzen täglich von der Forschung und Entwicklung über den Rohstoffeinkauf bis zur Produktion auf innovative und effiziente Kreisläufe – und wenn das nicht möglich ist, versuchen wir sämtliche Materialien werthaltig einzusetzen und ihnen ein zweites Leben zu geben. So können wir Produkte mit einem möglichst kleinen ökologischen Fußabdruck herstellen und damit das Leben von Millionen Konsumenten weltweit bereichern.



Über Symrise

Symrise wächst seit Jahren kräftig und profitabel – weil wir weit vorausdenken und unseren Kunden nachhaltige und innovative Lösungen für eine gesunde Ernährung und moderne Körperpflege anbieten. Wir erschließen uns neue Geschäftsfelder und verbinden unsere traditionellen Stärken rund um Duft und Aroma mit den Trends, die morgen und übermorgen die Bedürfnisse und Wünsche der Konsumenten bestimmen.

Unsere integrierte Unternehmensstrategie bringt unsere wirtschaftlichen Ambitionen in Einklang mit unserer Verantwortung für Natur und biologische Vielfalt, Umwelt und Klima, Mensch und Tier. Unsere langfristig orientierte Wertschöpfung kommt allen Stakeholdern des Unternehmens zugute.

7.783

Bilanzsumme in Mio. €

4.618

Umsatz in Mio. €

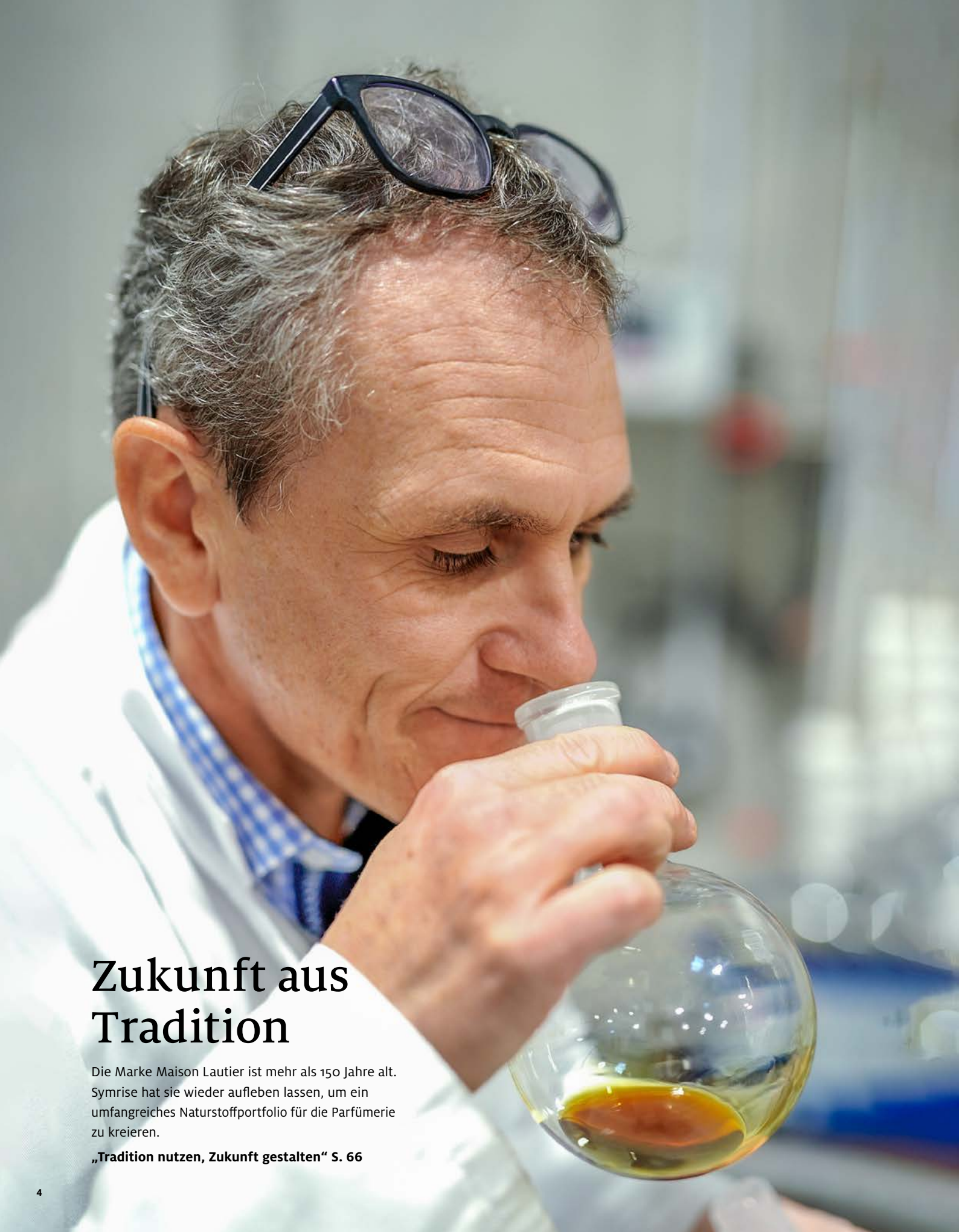
922

EBITDA in Mio. €¹

406

Konzerngewinn in Mio. €¹

¹ Ohne Wertminderung des assoziierten Unternehmens Swedencare



Zukunft aus Tradition

Die Marke Maison Lautier ist mehr als 150 Jahre alt. Symrise hat sie wieder aufleben lassen, um ein umfangreiches Naturstoffportfolio für die Parfümerie zu kreieren.

„Tradition nutzen, Zukunft gestalten“ S. 66

Synergieeffekte nutzen

Symrise hat in Frankreich die beiden Dufthersteller Groupe Néroli und SFA Romani gekauft, deren 200 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter sich in vielen Bereichen perfekt ergänzen.

„Zusammen statt gegeneinander“ S. 72





Nachhaltige Vielfalt

In den USA kauft Symrise natürliche Minzöle,
die dort nachhaltig hergestellt werden.
Sie sorgen für vielfältige Geschmacksprofile.

„Erfrischung pur“ S. 42





Hibiskus im Trend

Symrise kauft als erstes Unternehmen der Branche nachhaltig angebauten Hibiskus ein. Der Rohstoff liegt bei Lebensmitteln seit einiger Zeit stark im Trend.

„Die tiefrote Schönheit“ S. 50



Einzigartige Zutat

Um Duftmischungen besonders unverwechselbar zu machen, entwickelt Symrise sogenannte Captives. Die patentierten Inhaltsstoffe sorgen auch dafür, dass Kompositionen nicht kopiert werden können.

„Die Einzigartigen“ S. 78

Das Ei im Kreislauf

In den Niederlanden nutzt Symrise für Tierfütterzutaten sämtliche Bestandteile von Eiern, die in Brütereien nicht verwendet werden können. Ein wichtiger Beitrag zur Kreislaufwirtschaft.

„Ei-Experten“ S. 58





Inhalts- verzeichnis

14 Editorial des Vorstands

Unser Unternehmen

18 Unser Unternehmen
25 Sharing Values
26 Unser Purpose
28 Unsere integrierte Unternehmensstrategie
32 Nachhaltigkeit messbar machen
34 Erfolgsbilanz 2022 und Ziele 2025

Magazin

38 Interview mit Dr. Heinz-Jürgen Bertram
42 Erfrischung pur
50 Die tiefrote Schönheit
52 3x3 – Innovativ, wirksam – und nachhaltig
54 Positiv in die Zukunft
58 Ei-Experten
64 3x3 – Partnerschaften als Erfolgsgarant
66 Traditionen nutzen, Zukunft gestalten
72 Zusammen statt gegeneinander
76 3x3 – Nachhaltig in die Zukunft
78 Die Einzigartigen
84 Nachhaltigkeit als Kern des Handelns

Nachhaltigkeit & Verantwortung

90 Highlights 2022
91 Publikationen zur Nachhaltigkeit 2022
92 Ratings & Rankings 2022
94 Nachhaltigkeitsmanagement
96 Unsere wesentlichen Themen
98 Ziele und Management unserer Nachhaltigkeitsthemen
102 Wesentlichkeit im Fokus: Klimaschutz & -anpassung
104 Wesentlichkeit im Fokus: Umweltschutz & Biodiversität
106 Wesentlichkeit im Fokus: Rohstoffnutzung & Kreislaufösungen
108 Wesentlichkeit im Fokus: Beschaffung & Menschenrechte

Aus dem Konzernlagebericht & aus dem Konzernabschluss

112 Kurzporträt Symrise
113 Highlights 2022
114 Aus dem Konzernlagebericht
132 Wirtschaftsbericht
139 Prognosebericht
141 Konzerngewinn- und -verlustrechnung
142 Konzernbilanz

144 Impressum

Symrise Berichterstattung 2022



UNTERNEHMENSBERICHT

Über unser Unternehmen –
Fakten, Reportagen, Einblicke



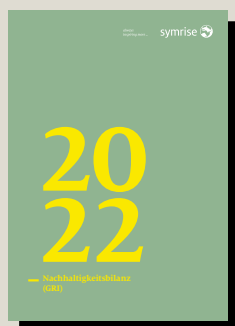
FINANZBERICHT

Konzernlagebericht –
Konzernabschluss (IFRS) –
Corporate Governance



EINZELABSCHLUSS

Lagebericht und Jahresabschluss
(HGB) der Symrise AG



GRI BILANZ (PDF)

Nachhaltigkeitsberichterstattung
einschließlich des gesonderten
nichtfinanziellen Berichts gemäß
§ 289b HGB



VERGÜTUNGSBERICHT

für das Geschäftsjahr 2022
gemäß § 162 AktG



UNTERNEHMENSBERICHT UND VERKÜRZTER FINANZBERICHT

Online unter:

www.symrise.com/de/unternehmensbericht/2022/

Liebe Leser, liebe Freunde von Symrise!

■ Vor 13 Jahren haben wir zum ersten Mal eine Nachhaltigkeitsstrategie veröffentlicht, die wir ständig weiterentwickeln. Wir beweisen seitdem, dass wir nachhaltig und wirtschaftlich zugleich handeln können, und konnten so im Jahr 2022 unseren Umsatz zum 17. Mal in Folge steigern. Ebenso wichtig wie unsere derzeitige Situation ist uns aber auch, dass wir die Zukunft im Blick halten. Wir müssen die Grundlagen unseres Geschäfts, das von der Natur und ihrer biologischen Vielfalt abhängig ist, schützen und bewahren. Unsere Ziele sind klar gesetzt: Wir wollen im Jahr 2030 klimapositiv werden und so unseren Beitrag für ein nachhaltiges Wirtschaften leisten.

Ein Grundbaustein dafür ist die Kreislaufwirtschaft. In diesem Jahr steht sie auch im Mittelpunkt unserer Geschichten in diesem Unternehmensbericht. Wir setzen schon seit jeher auf die verschiedenen Formen der ganzheitlichen Verwertung unserer Rohstoffe. Außerdem nutzen wir die werthaltigen Materialien aus vielen Prozessen, die ansonsten weggeworfen werden würden – die sogenannten Seitenströme. Dazu gehören etwa Öle aus den Schalen der Orangensaftproduktion oder Nebenprodukte der Papierindustrie, aus denen wir Duftstoffe produzieren. Ein anderes Beispiel: Aus Eiern, die in der menschlichen Ernährung nicht verwendet werden, stellen wir wichtige Bestandteile für Heimtierfutter her.

Zu dieser nachhaltigen Herangehensweise, die sich durch sämtliche Prozesse zieht, gehört auch, dass wir unser Geschäftsmodell in den vergangenen Jahren diversifiziert und damit krisenunabhängiger gemacht haben. Bis 2028 wollen wir die Hälfte unseres Umsatzes in Geschäftsfeldern erzielen, die nicht zu unserem klassischen Aromen- und Düfteportfolio gehören. Wir setzen außerdem weiterhin auf unsere breite regionale Präsenz und Kundenbasis. Damit begegnen wir den großen Herausforderungen dieser Jahre erfolgreich: Trotz des Krieges in der Ukraine, trotz knapper Rohstoffe, verlangsamter Lieferketten, enorm angestiegener Energiekosten und hoher Inflation haben wir wieder eine EBITDA-Marge¹ von 20 % erreicht.

In dem sehr volatilen Marktumfeld haben sich unsere einzelnen Bereiche weiterhin sehr positiv entwickelt. So ist die Nachfrage nach Heimtiernahrung stark gestiegen, was unserem Geschäftsbereich Pet Food ein hohes, zweistelliges Wachstum bescherte. Deswegen bauen wir dort auch unsere Kapazitäten in China, Nordamerika, Brasilien und Frankreich aus und haben mit den Übernahmen von Schaffelaarbos und Wing Pet Food für noch mehr Breite und Tiefe im Portfolio gesorgt. Das Segment Taste, Nutrition & Health, zu dem die Heimtiernahrung gehört, ist ebenfalls gut gewachsen, auch weil etwa im Geschäftsbereich Food & Beverage die Umsätze steigen. Die Menschen unternehmen wieder mehr in ihrer Freizeit, der Außer-Haus-Verzehr nimmt zu.

Im Segment Scent & Care haben wir unsere Angebotspalette durch Zukäufe der Unternehmen Groupe Nérolis und SFA Romani in Südfrankreich deutlich gestärkt. Wir werden hier viele Synergieeffekte nutzen können, indem die rund 200 Beschäftigten eng mit unserer Marke Maison Lautier und unseren anderen

¹ Ohne Wertminderung des assoziierten Unternehmens Swedencare



von links nach rechts:

Dr. Jörn Andreas, Vorstand Scent & Care // **Dr. Stephanie Coßmann**, Vorstand für das Ressort Personal & Recht und Arbeitsdirektorin // **Dr. Heinz-Jürgen Bertram**, Vorsitzender des Vorstands // **Dr. Jean-Yves Parisot**, Vorstand Taste, Nutrition & Health // **Olaf Klinger**, Vorstand Finanzen

Duftexperten zusammenarbeiten. Hier und auch im Bereich Cosmetic Ingredients sind die Umsätze im vergangenen Jahr dynamisch gestiegen.

Wichtige Neuigkeiten gibt es auch aus unserem Vorstand, den wir um zwei Mitglieder erweitert haben. Der Grund dafür: Als stark wachsender Konzern müssen wir unsere Ressourcen an allen Stellen möglichst optimal verteilen, um die vielen anstehenden Aufgaben bestmöglich erledigen zu können. Dr. Jörn Andreas, der bisher den Geschäftsbereich Cosmetic Ingredients bei Symrise geleitet hat, wird das Segment Scent & Care übernehmen, das zuvor vom Vorstandsvorsitzenden Dr. Heinz-Jürgen Bertram kommissarisch geführt wurde. Dr. Jörn Andreas hat schon verschiedene Führungspositionen bei Symrise innegehabt und zahlreiche Merger & Acquisitions

sowie strategische Initiativen verantwortet. Die erfahrene Managerin Dr. Stephanie Coßmann wird das Ressort Personal & Recht übernehmen, das wir neu geschaffen haben. Sie war zuvor als Mitglied des Vorstands und als Arbeitsdirektorin bei der Lanxess AG beschäftigt. Mit ihnen und allen unseren Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern, die unsere nachhaltigen, sicheren und maßgeschneiderten Produkte entwickeln, werden wir weiterhin für Lebensqualität, für Schönheit und für Wohlbefinden sorgen – und unsere weiterhin engen partnerschaftlichen Beziehungen zu allen übrigen Stakeholdern unseres Unternehmens stärken. Wie wir das umsetzen, können Sie hier im Unternehmensbericht 2022 an vielen Stellen lesen.

Ihr Vorstand der Symrise AG



Unser Unternehmen

18 Unser Unternehmen — 25 Sharing Values — 26 Unser Purpose —
28 Unsere integrierte Unternehmensstrategie — 32 Nachhaltigkeit
messbar machen — 34 Erfolgsbilanz 2022 und Ziele 2025

Unser Unternehmen

Die Produkte von Symrise schaffen begeisternde Geschmacks- und Dufterlebnisse, verbessern die Eigenschaften von Nahrungsmitteln und tragen zu Gesundheit und Wohlbefinden bei – in rund 150 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 35.000 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 Babyernährung.

Die Ursprünge unseres Unternehmens reichen zurück bis in das Jahr 1874. Seither hat sich Symrise mit einem aktuellen Marktanteil von 12% 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 über 12.000 Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern und mit weltweit mehr als 100 Standorten für über 6.000 Kunden in rund 150 Ländern tätig.

Symrise wächst 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 zwei Segmenten Taste, Nutrition & Health 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.

Unsere Wirkung

Symrise denkt mehrdimensional und in Kreisläufen. Wir berücksichtigen Wechselwirkungen und Zusammenhänge zwischen Geschäft, Umwelt und Gesellschaft. Die erfolgreiche Entwicklung unseres Unternehmens soll allen Stakeholdern zugutekommen.



Geschäft

- Steigerung des Unternehmenswerts für die Aktionäre
- Zuverlässiger Schuldendienst an die Fremdkapitalgeber
- Finanzierung zukunftsorientierter Investitionen durch einen starken Cashflow



Footprint

- Beitrag zum Klimaschutz
- Schonung der Umwelt und natürlicher Ressourcen
- Erhalt der Biodiversität
- Nachhaltigkeit in den Lieferketten



Innovation

- Treiber von Innovation und Fortschritt
- Beschleunigung der digitalen Transformation



Produkte und Produktlösungen

- Verbesserung der Wettbewerbsfähigkeit unserer Kunden durch innovative und kreative Produkte und Lösungen
- Ausweitung des Anteils nachhaltig erzeugter Produkte
- Erschließung neuer Märkte, Marktsegmente und Anwendungen



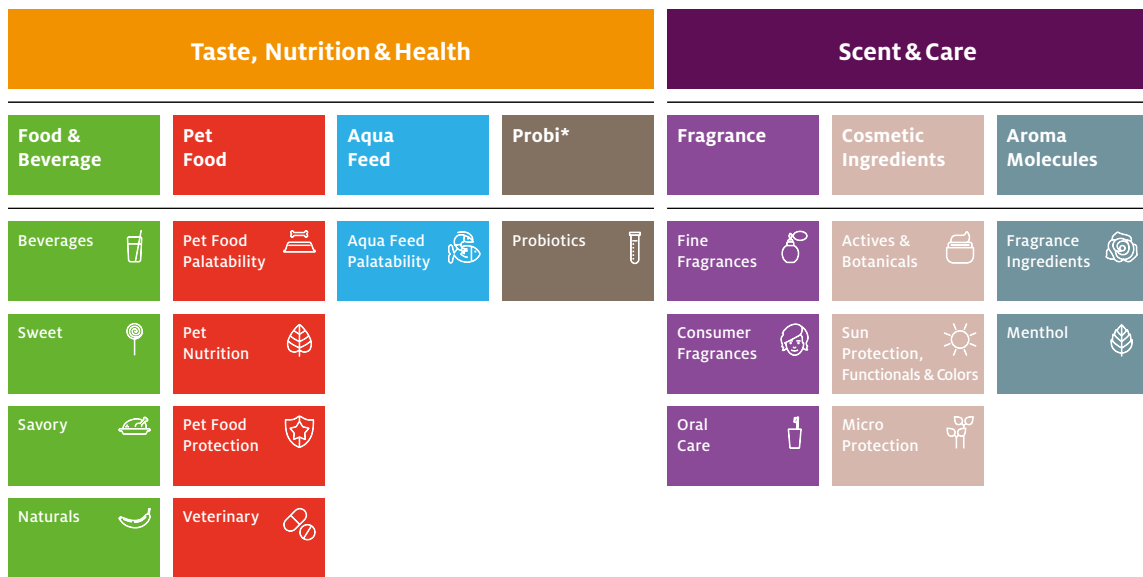
Care

- Sicherung und Ausbau attraktiver Arbeitsplätze für unsere Mitarbeiter
- Investitionen in die Aus- und Weiterbildung junger Menschen
- Verbesserung der Lebensverhältnisse in den Anbauländern
- Spenden und Sponsoring für soziale Projekte weltweit

Unsere Ressourcen

	GESCHÄFT	<p>Eigenkapital:</p> <p>3.610 Mio. €</p>	<p>Fremdkapital:</p> <p>2.393 Mio. €</p>	<p>Investitionen in Sachanlagen und immaterielle Vermögensgegenstände (ohne Akquisitionen):</p> <p>270 Mio. €</p>
	FOOTPRINT	<p>Energieverbrauch:</p> <p>7.342</p> <p>Terajoule</p>	<p>Wasserverbrauch:</p> <p>8.304</p> <p>Tausend m³</p>	<p>Lieferanten von Symrise sparen</p> <p>340 Mio. €</p> <p>durch Maßnahmen zur Emissionsreduktion</p>
	INNOVATION	<p>Aufwand für Forschung und Entwicklung:</p> <p>254 Mio. €</p>	<p>Anzahl Mitarbeiter im Bereich Forschung und Entwicklung:</p> <p>1.828</p>	<p>Forschungsk Kooperationen:</p> <p>> 50</p>
	SOURCING	<p>2.102</p> <p>Mio. € Einkaufsvolumen</p>	<p>Rund</p> <p>10.000</p> <p>natürliche und synthetische Rohstoffe aus über 100 Ländern</p>	<p>87 %</p> <p>Anteil der Hauptlieferanten basierend auf 90 % des Einkaufsvolumens, die nach Nachhaltigkeitskriterien bewertet wurden</p>
	CARE	<p>Anzahl Mitarbeiter:</p> <p>Über</p> <p>12.000</p>	<p>Mitarbeiter aus über</p> <p>60</p> <p>Heimnationen bilden das Symrise Team</p>	<p>Anteil von Frauen:</p> <p>16% erste Führungsebene</p> <p>37% zweite Führungsebene</p>

Unsere Anwendungsbereiche



* Mehrheitsbeteiligung an dem schwedischen Unternehmen Probi AB

Geschmack, Ernährung, Gesundheit und Wohlbefinden ebenso wie Duft, Pflege und gutes Aussehen – dafür bietet Symrise nachhaltige Lösungen auf Basis natürlicher Ausgangsstoffe.

Die Spannweite unserer Aktivitäten eröffnet Wachstumschancen, stabilisiert den Geschäftsverlauf und verleiht Symrise ein unverwechselbares Profil. Mit Engagement und Kreativität entwickeln wir innovative Konzepte für die Produkte unserer Kunden, die den Wunsch der Konsumenten weltweit nach Natürlichkeit, Rückverfolgbarkeit

der Inhaltsstoffe, neuen Geschmacks- und Dufterlebnissen sowie nach Nachhaltigkeit und gesundheitsfördernder Wirkung erfüllen. Die Segmente Taste, Nutrition & Health sowie Scent & Care bündeln unsere Kompetenzen. So sind wir in der Lage, unseren Kunden noch umfassendere Produktlösungen anzubieten, Synergien bei der Forschung und maßgeschneiderten Produktentwicklung zu heben und die Nutzung der natürlichen Inhaltsstoffe im Sinne der Kreislaufwirtschaft zu optimieren. Für unsere Kunden, die Konsumenten und die Umwelt schaffen wir so einen greifbaren Mehrwert.

Unsere Wertschöpfung

2018 – 2022 in T €

Sonstige Vorleistungen

2.762.254

Abschreibungen

1.197.583

Materialaufwand

8.079.443

Umsatzerlöse
18.317.284
Sonstige Erträge
334.768

Wertschöpfung

6.612.772

Entstehung

an Kreditgeber

3,8 %

an den Staat

14,4 %

an Aktionäre
und das
Unternehmen

25,1 %

Wertschöpfung
6.612.772

an Mitarbeiter

56,7 %

Verwendung

UNSERE WERTSCHÖPFUNG / UNSERE ERGEBNISSE

Symrise erwirtschaftete allein in den vergangenen fünf Jahren 2018 bis 2022 bei kumulierten Umsatzerlösen von 18,3 Mrd. € eine Wertschöpfung von insgesamt 6,6 Mrd. €. Wir nehmen vielfältige Ressourcen in Anspruch, um im Rahmen unseres bewährten und zukunftsorientierten Geschäftsmodells Wert für zahlreiche Stakeholder-Gruppen zu schaffen. 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 Mitarbeiter sowie für gesellschaftliche Belange. Wir wollen unsere Wertschöpfung kontinuierlich steigern und unserer Verantwortung für Umwelt und Gesellschaft weiterhin gerecht werden.

Unsere Ergebnisse

GESCHÄFT



Umsatz:

4.618 Mio. €

EBITDA¹:

922 Mio. €

Konzerngewinn¹:

406 Mio. €

Kohlendioxidemissionen:

294.392

Tonnen – Scope 1

0

Tonnen – Scope 2

1.566.239

Tonnen – Scope 3

Abwasser:

4.730

Tausend m³

Gesamtabwassermenge

7.499

Tonnen Chemischer

Sauerstoffbedarf (CSB)

Sensitive Abfälle:

18.316

Tonnen

FOOTPRINT



71

Anzahl der eingereichten Patente

15,1 %

des Umsatzes entfallen auf neue Produktentwicklungen³

INNOVATION



Rund

35.000

Produkte für über 6.000 Kunden in mehr als 150 Ländern

85 %

unserer Zulieferer² berichten betriebliche Treibhausgas-Emissionen

90 %

unserer Zulieferer² integrieren den Schutz der Ressource Wasser in ihre Strategie und langfristigen Geschäftsziele

PRODUKTE UND PRODUKT-LÖSUNGEN



48 %

Anteil von Frauen an den Beförderungen

35 %

unserer Mitarbeiter sind 10 Jahre oder länger für Symrise tätig

110

ins Ausland entsandte Mitarbeiter sichern unseren globalen Kompetenztransfer

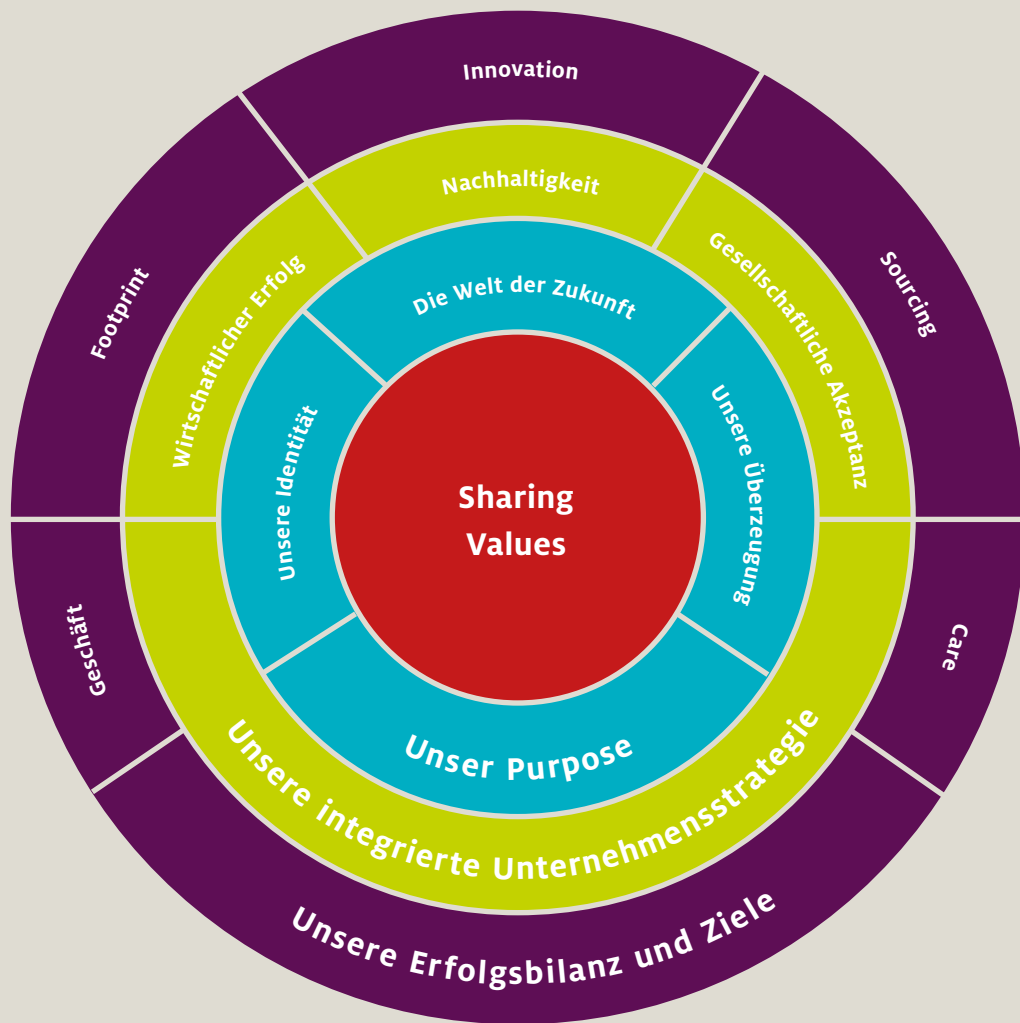
CARE



¹ Ohne Wertminderung des assoziierten Unternehmens Swedencare

² Anteil bezogen auf unsere im Berichtsjahr als strategisch definierten Lieferanten, die am CDP-Supply Chain Programm teilgenommen haben.

³ Bezogen auf die Markteinführung in den vergangenen drei Jahren



Sharing Values

Gemeinsame Werte bilden bei Symrise die Grundlage für gemeinsame Ziele: Streben nach wirtschaftlichem Erfolg, verknüpft mit aktiv wahrgenommener Verantwortung für Umwelt und Klima, Mitarbeiter und Gesellschaft. Nachhaltigkeit ist integraler Bestandteil unseres Geschäftsmodells. Unsere langfristig orientierte Wertschöpfung kommt allen Stakeholdern des Unternehmens zugute.

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



Kreativität: Der Innovationstreiber, mit dem wir unseren Claim *always inspiring more ...* mit Leben erfüllen.



Exzellenz: Herausragende Leistungen für Kunden, Konsumenten und Märkte.



Nachhaltigkeit: Wir alle tragen Verantwortung für die Welt, in der wir leben.



Engagement: Wir fördern und fordern unsere Mitarbeiter, schätzen eigenverantwortliches Handeln und betrachten unsere Mitarbeiter und ihre Vielfalt als Schlüssel zum Erfolg.



Integrität: Vertrauen und Ehrlichkeit sind bei uns Grundlage der Zusammenarbeit – im Umgang miteinander und mit allen Stakeholdern.



Mehrwert: Intelligente Zusatznutzen und integrierte Leistungen für unsere Kunden, attraktive und gesunde Produktlösungen für Verbraucher und nachhaltiges Wachstum für Symrise.

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 Unternehmensstrategie integriert wirtschaftliche Ambitionen und die vier Stoßrichtungen unseres Engagements für Nachhaltigkeit – Footprint, Innovation, Sourcing, Care. So verringern wir Risiken, eröffnen uns Wachstumschancen und sichern die Zukunft unseres Unternehmens.

Wir entwickeln nachhaltige Produkte, die für Lebensqualität, Schönheit und Wohlbefinden sorgen.

Wir wissen um unsere Verantwortung für eine zukunftsgerichtete Welt – und stellen uns dieser Aufgabe mit unternehmerischem Geist, Innovationskraft und Optimismus.

Symrise – always inspiring more



Unser Purpose



Unsere Identität Das sind wir

Produkte, die die Sinne ansprechen.

Zutaten für die Ernährung von Mensch und Tier, die gesund, nahrhaft und schmackhaft sind.

Parfümkompositionen und Kosmetiklösungen, die mit innovativen und aktiven Inhaltsstoffen einen Mehrwert bieten.

Dafür blicken wir in die Zukunft, schauen auf Trends und auf das, was unsere Kunden und die Konsumenten wünschen. Wir erweitern fortwährend unser Portfolio und bündeln Wissen. Unseren wirtschaftlichen Erfolg sichern wir, indem wir langfristig tragfähige Lösungen entwickeln und dabei die Umwelt im Blick haben.

Und darauf sind wir stolz:

Auf unser internationales, in allen Belangen diverses Team, das sich auf allen Kontinenten und in den Märkten auskennt und sich mit unternehmerischem Geist und visionären Ideen engagiert.

Auf die 10.000 Rohstoffe, die wir rund um die Welt in enger Partnerschaft mit den Produzenten herstellen lassen und – wo möglich und sinnvoll – rückwärts in unsere eigene Wertschöpfungskette integrieren.

Auf unsere Prozesse, die wissenschaftlich und wirtschaftlich exzellent sind.

Auf unsere rund 35.000 innovativen Produkte, die renommierten Marken einen unverwechselbaren Charakter und Mehrwert bieten.

Und natürlich auf unser Engagement für mehr Klimaschutz, Biodiversität und soziale Gerechtigkeit. Denn nachhaltiges Handeln ist für uns nicht nur eine Pflicht, sondern unser Anspruch an ein erfolgreiches Wirken.

Die Welt der Zukunft Das bewegt uns alle

Die Menschen möchten sicher und verlässlich ihre Grundbedürfnisse stillen, sie müssen essen und trinken, wollen sich pflegen und genießen. Aber: Wir haben nur endliche Ressourcen.

Die Wirtschaft ist zudem global – und doch hat sie an vielen Stellen regionale und sogar lokale Besonderheiten. Dazu trägt auch in hohem Maße die Digitalisierung bei. Sie macht vieles übersichtlicher und individueller, sorgt für eine hohe Geschwindigkeit, der sich auch die Unternehmen mit ihren Prozessen stellen müssen.

Nicht zuletzt wandeln sich auch die Wünsche der Konsumenten in hohem Tempo. Eine Lösung für alle funktioniert schon lange nicht mehr. Die Menschen fordern Produkte, die möglichst wenig Einfluss auf die Umwelt nehmen und gleichzeitig positiv auf das Lebensumfeld wirken.

Unsere Überzeugung So denken und handeln wir

Wir müssen als Team über die gesamte Wertschöpfungskette zusammenarbeiten. Das gilt für uns bei Symrise, wo wir geschäftsbereichsübergreifend kooperieren, gemeinsam Potenziale heben und nachhaltig produzieren.

Bei unseren Partnern machen wir da keinen Unterschied. Mit unseren Zulieferern und Kunden arbeiten wir vertrauensvoll und auf Augenhöhe zusammen, um unsere gemeinsamen Ziele zu erreichen. Dabei haben wir die Menschen – die Konsumenten – im Blick. Sie sagen uns, was sie möchten, und wir liefern die besten Lösungen.

Unser Handeln hat dabei immer den Kern unseres Geschäftsmodells im Blick: Wir wollen nachhaltig dafür sorgen, dass die biologische Vielfalt geschützt wird. Gleichzeitig stellen wir uns unserer sozialen Verantwortung für Mensch und Tier. Denn nur so können wir auch weiterhin erfolgreich sein.

Unsere integrierte Unternehmensstrategie

Wirtschaftlicher Erfolg, Nachhaltigkeit und gesellschaftliche Akzeptanz sind untrennbar miteinander verbunden. Davon sind wir überzeugt. Aus diesem Grund haben wir Nachhaltigkeit bei Symrise zum integralen Bestandteil unserer Unternehmensstrategie gemacht. Ziel ist, den Unternehmenswert kontinuierlich zu steigern und Risiken zu minimieren. So stärken wir die Zukunftsfähigkeit unseres Unternehmens.

■ Symrise hat sich zum Ziel gesetzt, seinen Umsatz bis 2025 auf 5,5 Mrd. bis 6 Mrd. € zu steigern. Zugleich lebt die Menschheit – im November 2022 hat die Weltbevölkerung die 8-Milliarden-Marke überschritten – beispielsweise im Hinblick auf Klima, Umwelt und Ressourcenverbrauch über ihre Verhältnisse. Wie geht das zusammen? Die Lösung kann nur sein, unsere ökonomischen Aktivitäten vom Verbrauch endlicher Ressourcen zu entkoppeln. Wir wenden daher die Prinzipien der Circular Economy, wo immer möglich, auf unser Rohstoff- und Produktportfolio an: Reststoffe und Umweltverschmutzung beseitigen, nicht erneuerbare Ressourcen in Kreisläufen zirkulieren lassen, erneuerbare Ressourcen nachhaltig gewinnen und die Natur gleichzeitig regenerieren. Symrise nutzt die Prinzipien der Kreislaufwirtschaft auf allen Ebenen der Wertschöpfung. Das beginnt bei der Beschaffung, für die Symrise eine Responsible-Sourcing-Strategie entwickelt hat, die alle Schritte der Lieferkette umfasst und neben ökologischen Aspekten vor allem auch die Achtung der Menschenrechte berücksichtigt.

Das Geschäftsmodell von Symrise basiert auf der Vielfalt der Natur. Unsere rund 35.000 Produkte stellen wir auf der Basis von rund 10.000 zum Großteil natürlichen Rohstoffen wie Vanille, Zitrusprodukten oder Blüten- und Pflanzenmaterialien her. Die Natur ist für uns Quelle von Inspiration und Innovation. Symrise engagiert sich daher seit jeher für den Schutz der Biodiversität. Weit darüber hinaus streben wir an, unsere Nachhaltigkeitsleistung entlang der gesamten Wertschöpfungskette zu steigern. Einen Meilenstein unseres Nachhaltigkeitskonzepts haben wir 2020 mit dem Ziel gesetzt, ab 2030 klimapositiv zu arbeiten: Die unternehmerischen Aktivitäten von Symrise sollen ab diesem Zeitpunkt dazu

beitragen, mehr Treibhausgas-Emissionen zu vermeiden oder aus der Atmosphäre zu binden, als wir durch unsere betriebliche Tätigkeit ausstoßen.

Die integrierte Unternehmensstrategie von Symrise orientiert sich an den nachhaltigen Entwicklungszielen der Vereinten Nationen und verknüpft unsere wirtschaftlichen Ambitionen mit den vier Stoßrichtungen unseres Engagements für Nachhaltigkeit:



Umwelt / Klima:

Minimierung unseres ökologischen Fußabdrucks



Innovation:

Maximierung des ökologischen Mehrwerts unserer Produkte



Beschaffung:

Maximierung der Nachhaltigkeit unserer Lieferkette



Mitarbeiter / Gesellschaft:

Schaffen bleibender Werte für alle Stakeholder

Aspekte der Nachhaltigkeit fließen auf allen Ebenen in die Entscheidungsfindung ein und sind auch ein wesentlicher Faktor bei der Festlegung der Vorstandsvergütung. Unsere im Sommer 2022 durchgeführte, turnusmäßige Wesentlichkeitsanalyse, die Experteninterviews, eine Onlinebefragung der Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter sowie ausführliche Diskussionen mit dem Management umfasste, bestätigt diesen Kurs: Die Themen „Klimaschutz und Anpassung an den Klimawandel“, „Rohstoffnutzung und Kreislaufwirtschaft“, „Umweltschutz und Biodiversität“ sowie „Beschaffung und Menschenrechte“ sind für Symrise von herausragender Bedeutung. Weitere Informationen zu dieser Wesentlichkeitsanalyse finden sich im Kapitel „Nachhaltigkeit und Verantwortung“.

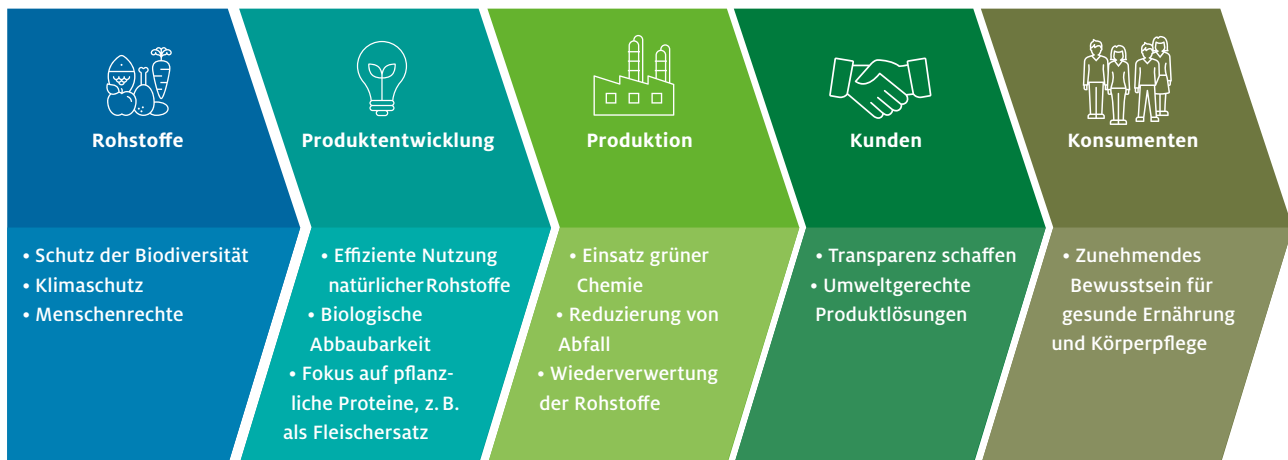
In wirtschaftlicher Dimension setzt Symrise auf die drei Treiber Wachstum, Effizienz und Portfolio. Um Marktanteile hinzugewinnen, wollen wir ein überdurchschnittliches organisches Umsatzwachstum von 5% bis 7% (CAGR) erreichen. Ein Hebel ist dabei ein frühzeitiges und nachdrückliches Engagement in den wachstumsstarken Schwellenländern: Symrise ist beispielsweise seit 1956 in Brasilien vertreten, seit 1982 in China und seit 1994 in Indien. Zudem wollen wir die Zusammenarbeit mit unseren Kunden weiter vertiefen, indem wir unsere breite Produktpalette noch gezielter an sie herantragen. Darüber hinaus stellen wir sicher, dass wir in unseren Kernkompetenzen Innovationsführer bleiben. Zur Untermauerung seines

Wachstumskurses hat Symrise 2022 Investitionen in Sachanlagen und immaterielle Vermögensgegenstände (ohne Akquisitionen) von 270 Mio. € getätigt. 2023 setzt Symrise Projekte in den USA, China, Australien, Mexiko und in den Niederlanden zum Ausbau des Bereichs Pet Food um, plant den Neubau einer Flüssigaromen-Produktion in Holzminden, erweitert Produktionsanlagen in Spanien und errichtet einen Sprühturm zur Pulverproduktion in Mexiko.

Die Maßnahmen zur Steigerung der Effizienz dienen dem Ziel, dauerhaft zu den profitabelsten Unternehmen der Branche zu gehören. Sie betreffen vor allem die Verbesserung interner Prozesse und die Optimierung des Rohstoffportfolios. Bei der Verbesserung interner Prozesse reicht die Bandbreite von der konzernweiten Bündelung von Beschaffungsvorgängen über die Lagerhaltung und das Forderungsmanagement bis hin zum verstärkten Einsatz Künstlicher Intelligenz (KI) in der Forschung und Entwicklung. Bei der Optimierung des Rohstoffportfolios geht es um eine Reduzierung der Zahl der verwendeten Rohstoffe, eine verbesserte Ausbeute und den Ausbau der Rückwärtsintegration bei strategischen Rohstoffen, auch zur Absicherung einer rückverfolgbaren, zuverlässigen und qualitativ gleichbleibenden Versorgung. Die Rückwärtsintegration ermöglicht darüber hinaus ein langfristiges angelegtes soziales Engagement in den Anbaugebieten von beispielsweise Vanille, Zitrusfrüchten oder Patschuli.

INTEGRIERTE UNTERNEHMENSSTRATEGIE VON SYMRISE

Nachhaltigkeit entlang der Wertschöpfungskette



Mit den Aktivitäten entlang unserer Wertschöpfungskette sind Auswirkungen und besondere Einflussbereiche auf ausgewählte globale Nachhaltigkeitsziele (SDGs) verbunden. Unsere Unternehmensstrategie ist an diesen, für Symrise wesentlichen SDGs (SDG 8, 13, 14, 15, 17) ausgerichtet. Für weitere Informationen zu unserem Beitrag zu den SDGs, siehe Kapitel „Nachhaltigkeit & Verantwortung“ ab Seite 88 sowie unsere Corporate Website.

EINE STELLSCHRAUBE – MEHRDIMENSIONALE WIRKUNG

Ein Beispiel von vielen



Bei unserer integrierten Unternehmensstrategie gehen Maßnahmen zur Steigerung der Effizienz vielfach Hand in Hand mit einem erhöhten Beitrag zur Nachhaltigkeit. Die effiziente Nutzung natürlicher Rohstoffe beispielsweise wirkt sich sowohl positiv auf unsere Profitabilität als auch auf die Umwelteffekte unserer Aktivitäten aus.

Welche Bedürfnisse und Wünsche werden unsere Kunden und die Konsumenten weltweit morgen und übermorgen haben? Bei welchen Produkten können wir aufgrund unserer Innovationskraft und Kompetenz für nachhaltige Produktlösungen überdurchschnittliche Margen realisieren? Welche Geschäftsfelder rechts und links der traditionellen Duftstoff- und Aromenindustrie eröffnen neue Wachstumspotenziale? Diese Fragen adressiert die dritte Säule unserer integrierten Unternehmensstrategie: die kontinuierliche Optimierung unseres Geschäftsportfolios. Während die angestammten Märkte von Flavors und Fragrances sehr solide um durchschnittlich 3% bis 4% im Jahr wachsen, expandiert zum Beispiel der Markt für Heimtierernährung um jährlich 7% bis 8%. Als erstes Unternehmen der Branche hat Symrise schon vor Jahren begonnen, in benachbarte Geschäftsfelder vorzustoßen. Heute erzielen wir bereits mehr als 30% unseres Umsatzes in neuen Geschäftsbereichen. Diesen Anteil wollen wir in den nächsten Jahren auf 50% steigern –



Schaffelaarbo is einer der führenden Hersteller nachhaltig gewonnener Proteine aus Eiern, die in Heimtierernährung eingesetzt werden.

zugunsten von Wachstum und Profitabilität. Ergänzende Akquisitionen und Partnerschaften untermauern diesen Expansionspfad, wie beispielsweise die Übernahme von Schaffelaarbos, einem führenden Hersteller nachhaltig gewonnener Proteine aus Eiern für Heimtiernahrung, oder der Erwerb von Wing Pet Food, der uns einen erweiterten Zugang zu Kunden in der Region Asien / Pazifik bietet.

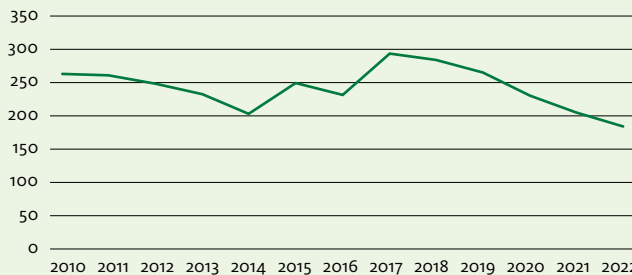
Eine strategische Weichenstellung der Jahre 2021/2022 zahlt auf alle drei Elemente ein – Wachstum, Effizienz und Portfolio. Durch Bündelung unserer Kräfte im Segment Taste, Nutrition & Health können wir unseren Kunden ein noch umfangreicheres Nutzenversprechen anbieten und zugleich einen höheren Mehrwert für Symrise erzielen. Die Schonung von Ressourcen durch Verwertung aller Stoffströme spielt dabei ebenfalls eine große Rolle. Unser „One road to market“-Ansatz ist letztlich kundengetrieben und schafft ein ganzheitliches Angebot mit besonderem Fokus auf Gesundheit. So baut Symrise seine Einzigartigkeit weiter aus. Wir wollen weltweiter Marktführer in den Bereichen Lebensmittel, Getränke und Heimtiernahrung werden.

Unsere integrierte Unternehmensstrategie verbindet dynamisches Wachstum, anhaltend hohe Profitabilität und eine kontinuierliche, greifbare Verbesserung unserer Nachhaltigkeitsleistung. Auch die Kernfunktion der Unternehmensfinanzierung schließt Aspekte der Nachhaltigkeit ein: Nach Vereinbarung einer revolving Kreditlinie über 500 Mio. € mit spezifischer Nachhaltigkeitskomponente im Mai 2021 schloss Symrise im April 2022 seinen ersten ESG-linked Schuldschein über 750 Mio. € ab. Diese nachhaltigen Finanzinstrumente im Sinne von „Green Finance“ dienen der Finanzierung strategischer Wachstumsinitiativen. Wachstum, Profitabilität und Nachhaltigkeit – dieser Dreiklang bestimmt die Zukunft unseres Unternehmens.

Unternehmensstrategie über Umsatzwachstum und EBITDA-Marge hinaus: Symrise hat seine nichtfinanziellen Key Performance Indicators fest im Blick.

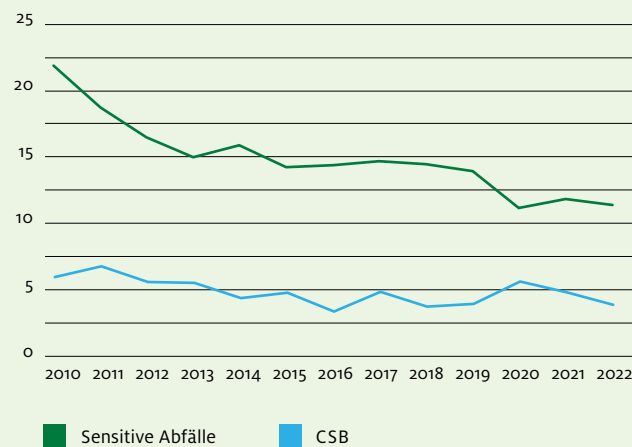
TREIBHAUSGAS-EMISSIONEN

CO₂ (t) / Mio. € Wertschöpfung



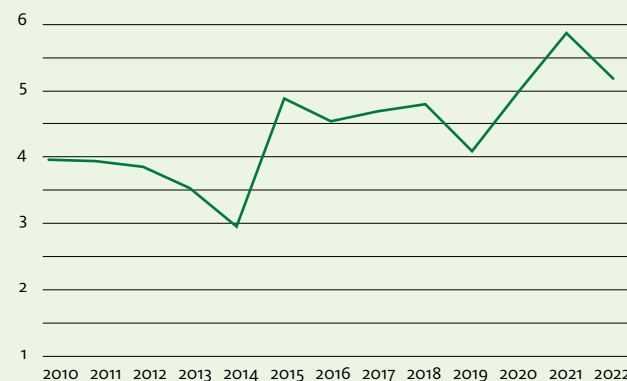
SENSITIVE ABFÄLLE UND CHEMISCHER SAUERSTOFFBEDARF

(t) / Mio. € Wertschöpfung



WASSERVERBRAUCH

(m³) / Mio. € Wertschöpfung



Nachhaltigkeit messbar machen

Mit der EU-Taxonomie führt die Europäische Union ein neues Klassifizierungssystem ein, das ökologisch nachhaltige Geschäftsaktivitäten definiert. Unternehmen müssen ab 2022 für zwei, ab 2023 dann für insgesamt sechs Umweltziele belegen, wie sie diese zum Beispiel in ihren Produktionstechnologien oder Investitionen berücksichtigen. Hierbei spielen nicht nur Umwelt -, sondern auch soziale Themen eine Rolle. Symrise ist auf die komplette Taxonomie gut vorbereitet.

Was bedeutet Nachhaltigkeit im wirtschaftlichen Kontext konkret – und was nicht? Wie können die eigenen Tätigkeiten daraufhin beurteilt werden, welche Investitionen, etwa in neue Werke oder Produkte, nachhaltig sind? Diese Fragen stellen sich Unternehmen schon länger. Die EU-Taxonomie – der Begriff steht für ein einheitliches Klassifikationsverfahren – soll die Antwort darauf sein. Sie ist Teil des „European Green Deals“, mit dessen Hilfe die EU bis 2050 zum ersten klimaneutralen Wirtschaftsraum der Welt werden soll. Mit ihrer Hilfe sollen private und öffentliche Investitionen so gelenkt werden, dass sie die Transformation zu einer nachhaltigen Wirtschaft finanzieren.

Für Symrise ist die EU-Taxonomie ein guter Ansatz dafür. „Mit ihren genauen Definitionen bietet sie einen konkreten Fahrplan, wie die Wirtschaft in Europa nachhaltiger werden kann“, sagt Bernhard Kott, Chief Sustainability Officer bei Symrise. Dabei ist die Entwicklung der Taxonomie noch lange nicht abgeschlossen. Die EU hat bisher sechs übergeordnete Umweltziele festgelegt, von denen nur die ersten beiden mit genauen Kriterien versehen wurden:

1. Klimaschutz
2. Anpassung an den Klimawandel
3. Nachhaltige Nutzung und Schutz von Wasser- und Meeresressourcen
4. Übergang zu einer Kreislaufwirtschaft
5. Vermeidung und Verminderung der Umweltverschmutzung
6. Schutz und Wiederherstellung der Biodiversität und der Ökosysteme

Weitere Umweltziele werden in den kommenden Jahren folgen, ebenso eine Sozialtaxonomie mit Zielen etwa in den Bereichen Bildung und Gesundheit. Erst dann werden alle Nachhaltigkeitsthemen, die Symrise unter seinen Säulen Footprint, Sourcing, Innovation und Care zusammenfasst, von der Taxonomie abgedeckt sein.

Taxonomiefähig versus taxonomiekonform

Für die Taxonomie müssen Unternehmen zunächst angeben, ob sie generell taxonomiefähige Wirtschaftsaktivitäten haben. Taxonomiefähig bedeutet, dass eine Tätigkeit potenziell am meisten zu der Verwirklichung der sechs Umweltziele beiträgt. Danach ist zu prüfen, ob diese Tätigkeit wirklich taxonomiekonform, also nach den Kriterien ökologisch nachhaltig ist. Dafür müssen drei zentrale Grundsätze erfüllt sein:



1. **Wesentlicher Beitrag:** Die Unternehmen müssen auf Basis vorgegebener technischer Kriterien zu mindestens einem der Umweltziele einen wesentlichen und messbaren Beitrag leisten.
2. **Keine erhebliche Beeinträchtigung:** Das „Do-No-Significant-Harm“-Prinzip (DNSH) gilt für jedes Ziel mit Blick auf die jeweils fünf anderen – Klimaschutz soll beispielsweise nicht zulasten des Artenschutzes gehen.
3. **Soziale Mindeststandards:** Schon bevor die Sozialtaxonomie verabschiedet wird, soll sichergestellt werden, dass die taxonomiefähigen Aktivitäten keine sozialen Mindeststandards verletzen – wie die OECD-Leitlinien für Multinationale Unternehmen oder die UN-Leitprinzipien für Wirtschaft und Menschenrechte.

Einfluss auf Symrise

Für Symrise ist die EU-Taxonomie zwar aufwändig, passt aber zu den Aktivitäten des Unternehmens. „Transparenz ist für Symrise eine Selbstverständlichkeit“, sagt Nachhaltigkeitschef Bernhard Kott. „Wir berichten seit mehr als zehn Jahren nach allen relevanten Standards, die wir als Leitlinie und als Lernfeld sehen, über unsere Nachhaltigkeitsleistung.“ Eine einheitliche Definition, unter welchen Bedingungen Wirtschaftsaktivitäten als nachhaltig gelten, betrachtet Symrise daher als sinnvoll und hilfreich. „Die Fachwelt hat sich lange Jahre darüber beklagt, dass es keine klaren Definitionen für nachhaltiges Handeln gibt“, sagt Kott. „Die Taxonomie schafft nun mehr Vergleichbarkeit. Gute Nachhaltigkeitsleistungen werden besser sichtbar und Greenwashing schwieriger. Das Regelwerk sehen wir zudem als Chance, uns selbst weiterzuentwickeln.“

Integration der EU-Taxonomie und Ergebnisse

In dem Regelwerk sind nur die Aktivitäten gelistet, die potentiell den größten Beitrag zu den sechs EU-Umweltzielen leisten können. Für Symrise stehen dort 2 % an taxonomiefähigen Umsätzen oder 8 % an taxonomiefähigen Investitionsausgaben in den Büchern. Das sagt aber wenig über die Nachhaltigkeit des Konzerns aus. „Interessanter ist für uns die Differenz zwischen Taxonomiefähigkeit und -konformität“, sagt Bernhard Kott: „Ist sie gering, spricht dies für ein vergleichsweise hohes Maß an Umweltverträglichkeit der Geschäfts- und Investitionstätigkeit.“ Ein Grund dafür, warum bei Symrise diese Differenz eher klein ist: Das Unternehmen setzt zum Beispiel beim Umweltmanagementsystem

auf den Standard ISO 14001 und nutzt mit SMETA einen Audit Standard der Organisation Sedex, um die Einhaltung der Vorgaben zu Menschenrechten, Umwelt, Gesundheit, Arbeitssicherheit und Geschäftsethik aufzuzeigen.

Im Geschäftsjahr 2022 waren rund 2 % des Jahresumsatzes und 3 % der Betriebsausgaben von Symrise taxonomiefähig und -konform. Von den getätigten Investitionsausgaben (CapEx) waren 8 % taxonomiefähig und 6 % taxonomiekonform (ausführliche Informationen siehe in der Nachhaltigkeitsbilanz 2022, S. 88 ff.). Sie unterstützten alle das Umweltziel 1, „Klimaschutz“. „Durch unsere tiefe Integration der Taxonomiestandards in allen Bereichen versuchen wir, unsere Aktivitäten so gut wie möglich nachhaltig messbar und transparent zu gestalten. Das wird sich auch in Zukunft positiv widerspiegeln“, ist Kott sicher. „Vor allem die Umweltziele ‚Übergang zu einer Kreislaufwirtschaft‘ und ‚Schutz und Wiederherstellung der Biodiversität und der Ökosysteme‘ haben für uns eine hohe Relevanz.“

	Anteil taxonomiefähig	Anteil taxonomiekonform
Umsatz	2%	2%
Investitionsausgaben (CapEx)	8%	6%
Betriebsausgaben (OpEx)	3%	3%

Erfolgsbilanz 2022 und Ziele 2025

Symrise verfolgt eine integrierte Unternehmensstrategie, die nachhaltiges Handeln und wirtschaftlichen Erfolg eng miteinander verknüpft. Dafür müssen wir unsere Prozesse so gestalten, dass sie möglichst geringe Auswirkungen auf die Umwelt haben. Wir werden zudem unserer sozialen Verantwortung für Mitarbeiter und Gesellschaft gerecht. Nur so kann unser Unternehmen auch in Zukunft erfolgreich sein.

■ Ein weiteres Krisenjahr: So lässt sich 2022 wohl am besten beschreiben. Russlands Angriffskrieg auf die Ukraine, steigende Inflation und hohe Energiepreise, die immer noch nicht überwundene Covid-19-Pandemie, Volatilität und Unsicherheit prägten die Weltwirtschaft. Trotz all dieser Herausforderungen haben wir auch im Jahr 2022 wieder unsere Ziele erreicht. Gemeinsam haben unsere über 12.000 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter rund um die Welt einen Umsatz von 4.618 Mio. € erzielt und diesen damit organisch um 11,4 % gesteigert. Auch unsere EBITDA-Marge¹ liegt mit 20 % in unserem Zielkorridor. Damit gehören wir wie in den Vorjahren zu den profitabelsten Unternehmen der Branche.

Gleichzeitig arbeiten wir auch sehr nachhaltig. Wir schützen weltweit die Natur und ihre biologische Vielfalt, indem wir verantwortungsvoll Rohstoffe einkaufen und diese nachhaltig verarbeiten, zunehmend mit Methoden der Kreislaufwirtschaft. So schützen wir gleichzeitig die Grundlagen unseres Geschäfts. In unseren fünf Zieldimensionen erfüllen wir überall die Vorgaben für die nichtfinanzielle Unternehmensberichterstattung, die das CSR-Richtlinie-Umsetzungs-

11,4 %

organisches Wachstum konnte Symrise im Jahr 2022 verbuchen.

gesetz vorschreibt (siehe Kapitel Nachhaltigkeit & Verantwortung ab Seite 88 sowie www.symrise.com/de/nachhaltigkeit).

Unsere langfristigen Ziele werden wir auf allen Ebenen erreichen. Grundlage dafür ist unsere integrierte Unternehmensstrategie. Im Jahr 2025 wollen wir bei einem jährlichen Wachstum von 5 % bis 7 % einen Umsatz von 5,5 Mrd. bis 6,0 Mrd. € erzielen. Dabei werden wir ständig effizienter und reduzieren unsere Treibhausgas-Emissionen soweit, dass wir im Jahr 2030 als Gesamtunternehmen klimapositiv sind.

¹ Ohne Wertminderung des assoziierten Unternehmens Swedencare



GESCHÄFT

ERFOLGSBILANZ 2022	ANMERKUNGEN	ZIELE 2025	ANMERKUNGEN
11,4 % organisches Umsatzwachstum	Wir haben unser Ziel und die Prognose übertroffen.	5 % – 7 % CAGR	Wir wollen schneller wachsen als der Markt insgesamt. So gewinnen wir Marktanteile hinzu und vergrößern den Abstand zu kleineren Wettbewerbern.
20 % EBITDA-Marge ⁶	Wir haben unser Ziel erreicht und gehören weiterhin zu den profitabelsten Unternehmen der Branche.	20 % – 23 %	Wir verbessern unsere Profitabilität durch kontinuierliche Effizienzsteigerungen und Optimierung des Produktmix.



FOOTPRINT

10,4 % Verbesserung der Öko-Effizienz der Treibhausgas-Emissionen (Scope 1 + 2) ¹	Wir sind voll auf Kurs in Richtung unserer Ziele 2025 und 2030.	Unser Ziel für 2020, die Ökoeffizienz der Treibhausgasemissionen um 33% gegenüber 2010 zu verbessern, haben wir vorzeitig erreicht. Nun wollen wir die Öko-Effizienz der Emissionen bis 2025 um mehr als 60% gegenüber 2016 steigern. ¹	Bis 2030 wollen wir klimapositiv sein, vor allem durch die Steigerung der Energie- und Prozesseffizienz an unseren Produktionsstandorten und durch die Unterstützung hochwertiger und zertifizierter Klimaschutz-Projekte.
6,6 % Verringerung der absoluten Treibhausgas-emissionen (Scope 3)	Wir konnten die Emissionen von unseren Rohstoffen erheblich senken.	Wir haben die Scope 3 Treibhausgas-Emissionen zwischen 2016 und 2022 um rund 40% reduzieren können. Nun wollen wir die absoluten Emissionen bis 2025 um 15% gegenüber 2020 senken.	Wir wollen die Treibhausgas-Emissionen entlang unserer Wertschöpfungskette reduzieren – durch Prozessoptimierungen und mit Hilfe unserer Lieferanten und Kunden.
11,2 % Verbesserung der Öko-Effizienz des Chemischen Sauerstoffbedarfs im Abwasser ¹	Wir haben den Zielwert von 4% im Jahr 2022 deutlich übertroffen.	Verbesserung der Öko-Effizienz des Chemischen Sauerstoffbedarfs im Abwasser um jährlich 4% bis 2025 bzw. um insgesamt 60% bezogen auf das Basisjahr 2010. ¹	Wir steigern die Ausbeute unserer Produkte, indem wir unsere Prozesse auf nachhaltige Verfahren umstellen.
3,8 % Verbesserung der Öko-Effizienz der Sensitiven Abfälle ¹	Durch Produktionssteigerungen an den größten Standorten und Anpassung des Produktportfolios an die Kundenbedürfnisse ist der Anteil an sensitiven Abfällen gestiegen.	Verbesserung der Öko-Effizienz der Sensitiven Abfälle um jährlich 4% bis 2025 bzw. um insgesamt 60% bezogen auf das Basisjahr 2010. ¹	Wir werden bis 2025 ausschließlich nachhaltige Verpackungsmaterialien verwenden und über 95% des verwendeten Plastiks wiederverwerten, wo immer möglich.
4,3 % Verringerung der Wassernutzung von Gebieten mit Wasserstress ⁵	In Mexiko sind Initiativen gestartet worden und der Wasserbedarf konnte um 40% im Vergleich zum Vorjahr verringert werden.	Reduzierung der Wassernutzung aller Produktionsstätten in wasserarmen Regionen um 15% (2018 – 2025).	Wir reduzieren kontinuierlich unsere Wassernutzung, indem wir wassersparende Technologien einsetzen und das Bewusstsein für einen geringeren Verbrauch im Unternehmen schärfen.



INNOVATION

15,1 % Umsatz mit neuen Produktentwicklungen ²	Wir haben unseren Zielwert von > 15% zum wiederholten Mal übertroffen.	Wir entwickeln jährlich neue Produkte unter Berücksichtigung von nachhaltigen Kriterien, die einen Umsatzanteil von mehr als 15% der letzten drei Jahre ausmachen.	Vernetzung der breit gefächerten Kompetenzfelder Taste, Nutrition & Health sowie Scent & Care
---	--	--	---



SOURCING

87 % unserer Lieferanten (90% des Einkaufsvolumens) nach Nachhaltigkeitskriterien bewertet ³	Im Hinblick auf das Lieferkettengesetz haben wir den Anteil an Lieferanten, die an nachhaltigen Kriterien gemessen werden, erhöht.	100% unserer Lieferanten (90% des Einkaufsvolumens) werden nach Nachhaltigkeitskriterien bewertet. ³	In Vorbereitung auf das Lieferkettensorgfaltspflichtengesetz bewerten wir frühzeitig unsere Lieferanten.
88 % der strategischen biologischen Rohstoffe aus nachhaltigen Quellen bezogen	Durch Intensivierung unserer Rückwärtsintegration konnten wir unsere Leistung in diesem Bereich verbessern.	100% nachhaltiger Bezug aller strategischen biologischen Rohstoffe bis 2025	Wir streben Nachhaltigkeit in der Lieferkette an, indem wir unsere Rückwärtsintegration weiter stärken, die Zusammenarbeit mit Lieferanten intensivieren und gemeinsame Lieferkettens-Projekte und -Programme anstoßen.



CARE

16 % Frauenquote erste Führungsebene	In Lateinamerika und Asien sind Initiativen zu Diversity initiiert worden.	Frauenquote auf der ersten Führungsebene bis 2025 auf 30% anheben.	Wir setzen auf eine starke Führung mit vielfältigen Qualitäten und bieten Frauen gute Aufstiegsmöglichkeiten.
37 % Frauenquote zweite Führungsebene		Frauenquote auf der zweiten Führungsebene bis 2025 auf 45% anheben.	Wir fördern die Karriereentwicklung von Frauen und schaffen Freiraum für die Vereinbarkeit von Beruf und Familie.
2,8 MAQ ⁴ Unfallhäufigkeit	Dank unserer Symsafe Aktivitäten konnte die MAQ-Quote reduziert werden.	Branchenführende Arbeitssicherheit <1,5 MAQ	Kontinuierliche Umsetzung einer Null-Unfall-Kultur durch unternehmensweite Initiativen und Schulungen. Wir haben 2021 das Projekt Symsafe gestartet, das zur Steigerung der Arbeitssicherheit beitragen soll.

1 Alle Werte bezogen auf die Wertschöpfung
 2 Bezogen auf die Markteinführung in den vergangenen drei Jahren
 3 Environment, Labor, Human Rights, Health & Safety, Business Integrity, Ethics, Sustainable Procurement
 4 MAQ = Arbeitsunfälle (> 1 Ausfalltag) x 1 Mio./Arbeitsstunden
 5 An Produktionsstätten in Regionen mit Wasserstress (= Ägypten, Indien, Mexiko, Spanien, Chile)
 6 Ohne Wertminderung des assoziierten Unternehmens Swedencare



Magazin

38 Interview mit Dr. Heinz-Jürgen Bertram — 42 Erfrischung pur
— 50 Die tiefrote Schönheit — 52 3 x 3 – Innovativ, wirksam –
und nachhaltig — 54 Positiv in die Zukunft — 58 Ei-Experten —
64 3 x 3 – Partnerschaften als Erfolgsgarant — 66 Traditionen nutzen,
Zukunft gestalten — 72 Zusammen statt gegeneinander —
76 3 x 3 – Nachhaltig in die Zukunft — 78 Die Einzigartigen
— 84 Nachhaltigkeit als Kern des Handelns

Ressourcen schaffen durch *Kreislauf- wirtschaft*

Zum 17. Mal in Folge ist Symrise gewachsen, das Geschäftsjahr 2022 war trotz großer Herausforderungen erfolgreich. Eine Grundlage dafür ist die langfristige Konzernstrategie, die auf den Säulen Wachstum, Portfolio und Effizienz beruht, sagt Dr. Heinz-Jürgen Bertram im Interview. Das Unternehmen setzt diese Strategie mit vielen Projekten um, erklärt der Vorstandsvorsitzende – etwa indem es geschickt Unternehmen zukaufte, neue Geschäftsfelder zusätzlich zu den etablierten Bereichen identifizierte und bei immer mehr Rohstoffen und Produktentwicklungen auf die nachhaltige und effiziente Kreislaufwirtschaft setzte.

GUTE UNTERNEHMENSFÜHRUNG

20%

EBITDA-Marge¹ erzielte Symrise im Jahr 2022.

4.618

Mio. €

Umsatz hat Symrise 2022 erwirtschaftet.

11,4%

organisches Umsatzwachstum erreichte Symrise im Jahr 2022.

Herr Dr. Bertram, 2022 war ein weiteres Jahr der Krisen, mit dem Angriffskrieg Russlands auf die Ukraine, mit steigender Inflation und steigenden Energiepreisen – und den immer noch spürbaren Folgen der Covid-19-Pandemie. Wie hat sich Symrise behauptet?

Bei einem Umsatz von 4.618 Mio. € haben wir in einem schwierigen Umfeld eine EBITDA-Marge¹ von 20 % erreicht. Was für uns ebenso wichtig ist: Wir sind weiter organisch und stärker als der Wettbewerb gewachsen, mit einer Quote von 11,4 %. So bewegen wir uns mit Zuversicht auf unsere Mittelfristziele bis 2025 zu: Bis dahin wollen wir jährlich um 5 % bis 7 % wachsen, bei einer Profitabilität von 20 % bis 23 %. Zum Ablauf des Geschäftsjahres 2025 wollen wir dann einen Umsatz von 5,5 Mrd. bis 6,0 Mrd. € erzielen.

¹ Ohne Wertminderung des assoziierten Unternehmens Swedencare

Sie sprechen das Wachstum an als eine der drei Säulen Ihrer Strategie neben dem Portfolio und der Effizienz. Welche Bedingungen müssen erfüllt sein, damit der Konzern vernünftig wachsen kann?

Schauen wir zunächst auf die Märkte: Wir haben zum Beispiel in den Emerging Markets unsere Umsätze nach Plan auf mehr als 40 % gesteigert – dort wollen wir 50 % erreichen. Außerdem haben wir unsere Kundenbasis insgesamt verbreitert, wobei wir unser langfristiges Ziel nicht aus den Augen verlieren: Wir wollen auch weiterhin ein ausgeglichenes Portfolio mit jeweils einem Drittel global, regional und lokal tätigen Kunden haben, die wir von unseren rund 100 Standorten weltweit bedienen. Interessant für unsere Kunden und uns sind neue Vertriebswege, wie der Onlinehandel, der stetig an Bedeutung zunimmt.

Zum Wachstum gehörten bei Symrise in den vergangenen Jahren zahlreiche Akquisitionen. Haben Sie auch im Jahr 2022 neue Unternehmens-teile erworben?

Wir suchen immer nach Chancen in dynamisch wachsenden Segmenten. Im vergangenen Jahr haben wir zwar vor allem auf organisches Wachstum gesetzt. Dennoch haben wir uns an den richtigen Stellen verstärkt, etwa bei der Feinparfümerie, die nach dem Einbruch in der Covid-19-Pandemie wieder zweistellig wächst. In Südfrankreich in der Nähe von Grasse, der Welthauptstadt der Parfümherstellung, haben wir die beiden Unternehmen Groupe Nérolé und SFA Romani gekauft (siehe Seite 72). Deren zusammen rund 200 Mitarbeiter werden in Zukunft unter dem gemeinsamen Namen SFA Nérolé firmieren. Die beiden ehemaligen Wettbewerber werden enorme Synergien heben können. Sie entwickeln und produzieren Duftkompositionen für Abnehmer weltweit – von feinsten Parfüms bis zu Haushaltsprodukten. Im Jahr 2022 haben sie zusammen rund 40 Mio. € umgesetzt. Sie bringen zudem enormes Know-how ein, das wir mit unserer wiederbelebten Marke Maison Lautier verbinden werden, für die wir am selben Standort nur ein paar Hundert Meter entfernt eine neue Fabrik bauen werden (siehe Seite 66).

Eine weitere Säule ist das Portfolio von Symrise, das Sie in den vergangenen Jahren stark ausgebaut haben, vor allem in der Breite und außerhalb der angestammten Geschäftsfelder Aromen und Düfte. Haben Sie hier schon Ihre Ziele erreicht?

Im Jahr 2008 haben wir 10 % unseres Umsatzes in neuen Geschäftsbereichen erzielt, heute sind es mehr als 30 %. Wir haben im Jahr 2015 mit dem Kauf von Diana diesen Transformationsprozess angestoßen, dem mittlerweile die gesamte Branche folgt. Diese Strategie werden wir auch weiterverfolgen. Bis 2025 wollen wir mehr als 40 % des Geschäfts außerhalb der klassischen Bereiche machen. Damit stellen wir uns gut für die Zukunft auf, weil wir unabhängiger von einzelnen Geschäftsfeldern werden und gleichzeitig die interdisziplinäre Zusammenarbeit im Konzern zu starken Synergien führen wird.

Welche Maßnahmen ergreifen Sie, um das Portfolio zu erweitern?

Wir haben zum Beispiel das niederländische Unternehmen Schaffelaarbos gekauft. Es stellt aus Seitenströmen der Eierproduktion Produkte für die Heimtierindustrie her. Die ergänzen unser Portfolio von Nutrios, der Ernährungsmarke von Symrise Pet Food (siehe Seite 58). So haben wir unsere Kompetenzen erfolgreich erweitert und unsere führende Position im Bereich Heimtierfutter gestärkt. Dort werden wir unsere Produktion auch weiterhin stark ausbauen und mittelfristig 1,5 Mrd. € Umsatz anpeilen. Dafür wollen wir auch in dem Bereich der Tiergesundheit wachsen – dabei hilft uns unsere Beteiligung an der Firma Swedencare.

Haben Sie solche ehrgeizigen Pläne auch in anderen Teilen des Portfolios?

Im Bereich Cosmetic Ingredients wollen wir unseren Umsatzkurs weiter beschleunigt fortführen. Hier werden wir vor allem mit Innovationen punkten und unser Geschäftsmodell auch auf dekorative Kosmetik ausweiten. Beim Thema Consumer Health werden wir weiterhin das Mikrobiom erforschen – also die Ansammlungen von Mikroorganismen, die für jede Körperregion unterschiedlich sind, um jeweils passende Pre-, Pro- und Postbiotika zu entwickeln.



Dr. Heinz-Jürgen Bertram setzt im gesamten Rohstoff- und Produktportfolio auf die Circular Economy. Der Vorstandsvorsitzende von Symrise will Rohstoffe möglichst vollständig nutzen, um effizient mit natürlichen Ressourcen umzugehen.

Die dritte Säule Ihrer Strategie ist die Effizienz. Wie wollen Sie Symrise in diesem Bereich verbessern?

Im Konzern kaufen wir über die Geschäftsbereiche hinweg etwa 10.000 Rohstoffe ein. Wenn wir die Beschaffung insofern verbessern, dass wir noch stärker bereichsübergreifend denken, können wir deutlich effizienter werden. Gleichzeitig wollen wir unsere Rohstoffe nach höchsten Nachhaltigkeitsstandards beschaffen. Hierbei geht es um weit mehr als nur um gute Qualitäten. In diesem gesamten Prozess wird der Aspekt der Biodiversität eine wichtige Rolle spielen. Wir betreiben die Rückwärtsintegration weiter und arbeiten eng mit Partnern entlang der Wertschöpfungskette zusammen.

Blieben wir noch kurz beim Thema Effizienz. Sie haben Ende Januar den Vorstand um zwei Mitglieder erweitert. Was war der Grund für diese Entscheidung?

■ Für unsere Größe und die Aufgaben, die wir vor uns haben, war es an der Zeit, dass wir unseren Vorstand vergrößern. Ich habe zum Beispiel neben der Arbeit als Vorstandsvorsitzender kommissarisch auch das Segment Scent & Care geführt, was von Anfang an nur auf eine begrenzte Zeit angelegt war. Wir haben als neuen Vorstand für diesen Bereich eine wunderbare interne Lösung gefunden. Dr. Jörn Andreas, der bisher den Geschäftsbereich Cosmetic Ingredients bei Symrise geleitet hat, wird übernehmen. Der promovierte Wirtschaftswissenschaftler hat schon eine ganze Reihe von Führungspositionen bei uns besetzt und unter anderem zahlreiche Merger & Akquisitions und strategische Initiativen verantwortet. Für das neu geschaffene Ressort Personal & Recht, das immer wichtiger wird, haben wir die erfahrene Managerin Stephanie Coßmann zum Vorstand berufen. Die promovierte Juristin war zuletzt als Mitglied des Vorstands und Arbeitsdirektorin bei der Lanxess AG tätig.

Zeit und Arbeitskraft sind knappe Güter, und Rohstoffe sind es auch. Sie setzen deswegen immer häufiger auch auf die Circular Economy, der aktuelle Unternehmensberichts trägt den Titel „Ressourcen schaffen durch Kreislaufwirtschaft“. Warum steht diese Herangehensweise so im Fokus?

■ In unserem gesamten Rohstoff- und Produktportfolio können wir die Prinzipien der Circular Economy verfolgen. Es gibt so viele Rohstoffprozesse, in denen werthaltige Materialien bisher einfach nicht verwendet werden. Wir wollen aber Rohstoffe möglichst komplett verbrauchen und damit deutlich effizienter mit unseren natürlichen Ressourcen umgehen. Damit vermeiden wir an vielen Stellen auch das klassische Recycling. Diese innovativen Konzepte sind übrigens von Beginn an Teil unserer DNA. Als 1874 die beiden Chemiker Wilhelm Haarmann und Ferdinand Tiemann zum ersten Mal synthetisches Vanillin aus dem Rindensaft von Nadelhölzern hergestellt haben, verwendeten sie schon einen Rohstoff, den sonst niemand benötigte. Heute würden wir das mit dem Begriff des werthaltigen Upcyclings beschreiben. Als Haarmann dann 1875 sein Unternehmen gründete, legte er einen Grundstein für das heutige Symrise.



Für unsere Größe und die Aufgaben, die wir vor uns haben, war es an der Zeit, dass wir unseren Vorstand vergrößern.



Wie setzen Sie die Circular Economy heute um?

■ Wir nutzen die Prinzipien der Kreislaufwirtschaft an vielen Stellen. In dem Segment Taste, Nutrition & Health mit dem bereits erwähnten Kauf von Schaffelaarbos. Ähnliche Geschäftsmodelle setzen wir dort erfolgreich mit Nebenströmen aus der Fleischproduktion um. Ein anderes Beispiel: Mit innovativen Methoden nutzen wir im Bereich Scent & Care auch Seitenströme aus der Orangen- oder Zuckerrohrverarbeitung. Daraus entstehen bei uns unter anderem viele Produkte, die erneuerbar und biologisch abbaubar sind (siehe Seite 78). Das ist aber noch nicht alles. Duft- und Wirkstoffe haben den Vorteil, dass sie als patentierter Baustein Duftkompositionen unverwechselbar machen und damit auch vor Nachahmern schützen.

Nachhaltige Prozesse bleiben also ein entscheidender Bestandteil Ihrer Strategie?

■ Absolut, wir setzen an vielen Stellen im Konzern auf nachhaltige Ansätze. Diese tragen dazu bei, dass wir fortwährend unsere CO₂-Emissionen verringern. So können wir bis zum Jahr 2030 bei Versorgung und Verbrauch von Energie klimapositiv und bis 2045 in der gesamten Lieferkette klimaneutral werden (siehe Seite 54). Auf diese Weise können wir unser Erfolgsrezept fortschreiben, mit nachhaltigen Geschäftsprozessen, die gut für Menschen und Tiere, Klima und Umwelt sind und gleichzeitig wirtschaftlichen Erfolg garantieren.



Erfrischung *pur*





Die Minzfelder im Nordwesten der USA sind ein Paradies für Insekten.



»
**Natürliche
Minze kann
eine große
geschmack-
liche Vielfalt
erzeugen.**

«

Arnold Machinek,
Symrise Flavorist

Symrise liefert Tausende Minzprodukte als Kühl- und Geschmacksstoff, vor allem für Zahnpasta und andere Mundpflege-mittel, aber auch für Süßspeisen und Getränke. Neben naturidentischem L-Menthol und L-Carvon sowie einer Vielzahl von Mintderivaten, wie z. B. Kühlwirkstoffe, die allesamt einer rückwärtsintegrierten Produktion entspringen und Symrise die Weltmarktführerschaft in Oral Care eingebracht haben, verwendet das Unternehmen auch natürliche Mintöle. Diese werden nachhaltig von Partnern in den USA angebaut und verarbeitet und sorgen für vielfältige Geschmacksprofile. Einblicke in die Minz-industrie bei einem Besuch im Zentrum des Bundesstaates Washington.

BIODIVERSITÄT UND INNOVATION UND ENTWICKLUNG



■ Auf den ersten Blick sehen die Felder wenig vielversprechend aus. Sie erstrecken sich über wenige Hundert Meter, auf ihnen stehen dicht an dicht kleine, gerade einmal 40, 50 Zentimeter hohe Pflanzen. Geht man allerdings näher heran, sieht man Hunderte Bienen, die über den grünen Blättern und hellrosa Blüten summen – ein Paradies für Insekten. Ein wohlriechendes dazu, denn sobald die Hand die Pflanzen streift, riecht es intensiv und frisch nach – Kaugummi. Auf dem Feld in der Nähe des Örtchens Royal City im US-Bundesstaat Washington wird Spearmint – grüne Minze – angebaut, die neben den bekannten Kaustreifen auch viele andere Produkte aromatisiert.

Aus den verschiedenen Minzsorten hier und auf weiteren Hunderten Feldern im Nordwesten der USA in den Bundesstaaten Washington, Oregon, Idaho, Nevada und Kalifornien, werden ätherische Öle gewonnen. Die nutzt Symrise für eine ganze Reihe von Produkten: für Süßigkeiten und Kosmetikartikel, vor allem aber für Mundpflegeprodukte. „Die natürliche Minze kann eine große geschmackliche Vielfalt erzeugen“, sagt Arnold Machinek, während er eines der Blätter umdreht und auf die kleinen Flüssigkeitsbläschen zeigt, in denen das Öl steckt. „Der Rohstoff ist wirklich faszinierend“, erklärt der Symrise Flavorist, „und hier können wir uns von Grüner Minze über Pfefferminze bis zur Ackerminze alle für uns wichtigen Sorten anschauen.“

Der erfahrene Mitarbeiter machte Ende der 1970er-Jahre seine Lehre als Chemielaborant und arbeitet seitdem bei Symrise. Gerade steht er auf dem dritten Feld, das er heute besucht. Auf einer Rundreise trifft er verschiedene Zulieferer im Nordwesten der USA. Er fährt zu Landwirten, die die Minze anbauen, und zu Unternehmen, die diese verarbeiten und so die wertvollen Mintöle für Symrise produzieren. Das Erleben auf dem Feld ist für ihn wichtig, um das Produkt, mit dem er täglich arbeitet, besser zu verstehen. „Bei ätherischen Ölen geht es oft um Fehlnoten, also die Gerüche, die wir nicht im Produkt haben wollen“, sagt Machinek. Sie stören die Harmonie eines Geschmacks. Oft entstehen solche Noten schon auf dem Feld, wo trotz bester Pflege neben der Minze andere Pflanzen wachsen können, die eigene ätherische Stoffe in der Destillation mit einbringen. Hier in Royal City ist Machinek zufrieden, der Rohstoff sieht sehr gut aus.

Mit ihm unterwegs ist auch Markus Diekmann. Er ist als globaler Einkäufer für Symrise neben Minze für ein Dutzend weitere Naturstoffe zuständig. „Wie bei jedem Rohstoff ist es auch hier wichtig, nicht nur von einer Quelle abhängig zu sein“, sagt Diekmann.

So besuchen die beiden Symrise Mitarbeiter gleich drei Firmen, die das Unternehmen beliefern: RCB International in Oregon, Labbeemint in Washington – und Norwest Ingredients, mit dessen Gründern, den Brüdern Terry und Jeff Cochran, Markus Diekmann hier auf dem Feld in Washington steht. „Für mich ist so ein Besuch ein bedeutender Bestandteil meiner Arbeit“, sagt der Einkäufer. „Ich muss die Firmen sehen und die Menschen kennenlernen – und ich muss auch technisch verstehen, wie die Prozesse funktionieren, vom Feld über das Labor bis in die Produktion.“ Nur so bekommt Diekmann die Einblicke, die ihm dann bei der Erweiterung des Portfolios oder auch bei den Preisverhandlungen helfen.

Während die Sonne an diesem heißen Tag hoch am Himmel steht, erläutert Jeff Cochran den beiden Symrise Experten, wie der Minzanbau funktioniert. Der ältere der beiden Cochran-Brüder führt auch einen landwirtschaftlichen Betrieb, Jet Farms, dessen Feld die Gruppe gerade anschaut. Es brauche immenses Erfahrungswissen, um vernünftige und qualitativ hochwertige Ernten zu erzielen, sagt er. Wenn ein neues Feld gepflanzt werden soll, nehmen die Landwirte etwa 20, 30 Zentimeter lange Wurzelstöcke aus einem anderen neuen Feld und bringen diese in kleine Stücke geschnitten aus. „Die Minze schlägt neue Wurzeln, die danach für vier bis fünf Jahre für Pflanzen sorgen“, sagt Cochran. Um langfristig anbauen zu können, setzen die Landwirte auf eine Fruchtfolge etwa mit Kartoffeln oder Möhren. Acht bis zehn Jahre müssen die Felder minzfrei sein, auch um Krankheiten zu vermeiden. „Wir tauschen unsere Anbauflächen mit unseren Nachbarn, um das zu gewährleisten“, sagt Cochran. Seit über 40 Jahren hat er sich auf den Minzanbau konzentriert, daneben produziert er aber auch Kartoffeln, Bohnen und Heu.



Terry Cochran (mi.) zeigt Markus Diekmann (li.) von Symrise den Destillationsprozess im „Mint Tub“.

Im ersten Jahr nach der Anpflanzung kann einmal geerntet werden, in den Jahren danach dann zweimal. Dabei geht es nicht nur um die erzeugte Menge. „Wenn wir zweimal schneiden, hat die Minze einen geringeren Anteil an Menthofuran“, sagt Cochran. Der Rohstoff funktioniert dann gut in Mundpflegeanwendungen. Bei einem Einzelschnitt hingegen steigt der Menthofuran-Anteil. Das daraus gewonnene Mintöl eignet sich besser für Süßigkeiten, weil es süßer, erdiger und ölig schmeckt.

Die Pflanzen sind ausreichend gewachsen, es ist seit Tagen knochentrocken – die Ernte kann heute beginnen. Zunächst fährt eine Maschine über das Feld, die die Pflanzen abschneidet und in langen Reihen zusammenfasst. Die Minze wird danach je nach Außentemperatur zwischen zwei und drei Tagen auf dem Feld liegen. „Sie muss erst trocknen, weil wir sonst bei der Destillation viel mehr Hitze bräuchten“, erklärt Terry Cochran. Er leitet Norwest Ingredients, das er 1998 gemeinsam mit seinem Bruder gründete.

Die Minze liegt den beiden im Blut, schon ihr Vater baute die Pflanze an. „Die Minze ist etwas Besonderes. Sie braucht nicht so viel Platz wie Mais oder Weizen, aber sie benötigt viel Wissen, auch in der Verarbeitung“, sagt Terry Cochran. In den kommenden Tagen wird eine weitere Maschine die Pflanzenteile auf dem Feld kleinschneiden und in die sogenannten „Mint Tubs“ laden, die auf den ersten Blick wie übliche Lkw-Aufbauten aussehen. Sie sind aber eine Spezialanfertigung, mit der die Minze direkt in der Nähe der Felder destilliert werden kann. Terry Cochran führt die Gruppe auf einen Schotterplatz in der Nähe, auf dem einige Tubs stehen. „Wir versorgen die Destillationsanlage mit Dampf, der die Pflanzenteile rund anderthalb Stunden lang erhitzt“, beschreibt er den Prozess. Der Wasserdampf extrahiert das ätherische Öl aus der Pflanze, beim anschließenden Kondensieren trennen sich Wasser und Öl. „Die Überreste verwenden wir, um noch nachhaltiger zu werden“, sagt Cochran. „Die Landwirte streuen sie entweder als Bodendünger auf die Felder oder mischen sie in einigen Regionen auch dem Viehfutter bei“.



»»

**Minze ist etwas
Besonderes.
Sie braucht nicht
so viel Platz wie
Mais oder Weizen,
aber sie benötigt
viel Wissen.**

««

Terry Cochran,
Leiter Norwest Ingredients

Bei der Minzernte schneidet eine Maschine die Pflanzen und legt sie in langen Reihen ab.



Markus Diekmann ist als Einkäufer von Symrise unter anderem für Minzöle zuständig.

Norwest Ingredients bezieht etwa 5 % des Öls von Jet Farms, den Rest kauft es bei rund 80 Landwirten in den USA und Kanada sowie in Indien ein. Alle Öle werden im Labor von David Beaver analysiert. Der Chemiker und Forschungsleiter kennt die Unterschiede genau, er riecht schon kleinste Veränderungen in den Destillaten, die er zudem mit Analysegeräten wie etwa dem Gaschromatographen untersucht. „Die Öle sind oft unterschiedlich. Die Böden, die Wasserversorgung oder die Sonneneinstrahlung beeinflussen sie stark“, sagt der 55-jährige, der seit 16 Jahren bei Norwest Ingredients arbeitet.

Seine Aufgabe ist es unter anderem, gemeinsam mit den Technikern im Unternehmen dafür zu sorgen, dass die Qualitäten immer gleichbleiben. „Unsere Kunden machen uns klare Vorgaben, damit sie ihr spezielles Mintöl bekommen, das sich vom Wettbewerb unterscheidet.“ Gleichzeitig arbeitet er auch mit Hochschulen zusammen, um zum Beispiel die Minzpflanzen zu erforschen. „Wir können so vielleicht höhere Ernten erzielen oder die Resistenz der Pflanzen etwa gegen Pilze steigern.“ Das Unternehmen, das unter anderem Sedex-zertifiziert ist, verbessert zudem ständig seine Prozesse, um nachhaltiger wirtschaften zu können. Ein Drittel der Mintöle, die Norwest Ingredients liefert, sind zum Beispiel schon jetzt von der renommierten Sustainable Agriculture Initiative Platform (SAI Platform) FSA-verifiziert, auf Gold- und Silberriveau – die Zertifizierung erwartet Symrise zukünftig von allen Lieferanten. Unabhängige Experten haben dafür unter anderem die Pflanzengesundheit, das Wasser- und Energiemanagement, die biologische Vielfalt sowie die Arbeitsbedingungen in den landwirtschaftlichen Betrieben geprüft.

Für die Qualität steht auch Chad Greenfield ein, der die Produktion bei Norwest Ingredients leitet. Auch für ihn ist Mintöl nicht gleich Mintöl. Der 40-jährige Chemiker nimmt zwei Spearmint-Proben in die Hand und riecht an ihnen. „Die Destillate haben ganz eigene Charakteristika, die wir hier bei uns zu den Mischungen zusammenbringen, die unsere Kunden wünschen.“ Auch Symrise macht Norwest Ingredients bestimmte Vorgaben, die sich wiederum auf Produkte für die eigenen Kunden auswirken. Die Qualität und der Geschmack müssen immer gleich sein, damit auch die Endprodukte den Verbrauchern immer wieder dasselbe Erlebnis bieten.

Arnold Machinek ist zufrieden mit dem, was er sieht – und riecht. Minzsorten unterscheiden sich voneinander stark in ihren Profilen, sagt er, aber auch sortengleiche Öle können anders schmecken. „Das ist ähnlich wie beim Wein: Dieselbe Rebe kann



Die Destillate haben ganz eigene Charakteristika, die wir hier bei uns zu Mischungen zusammenbringen.



Chad Greenfield,
Leiter Produktion Norwest Ingredients

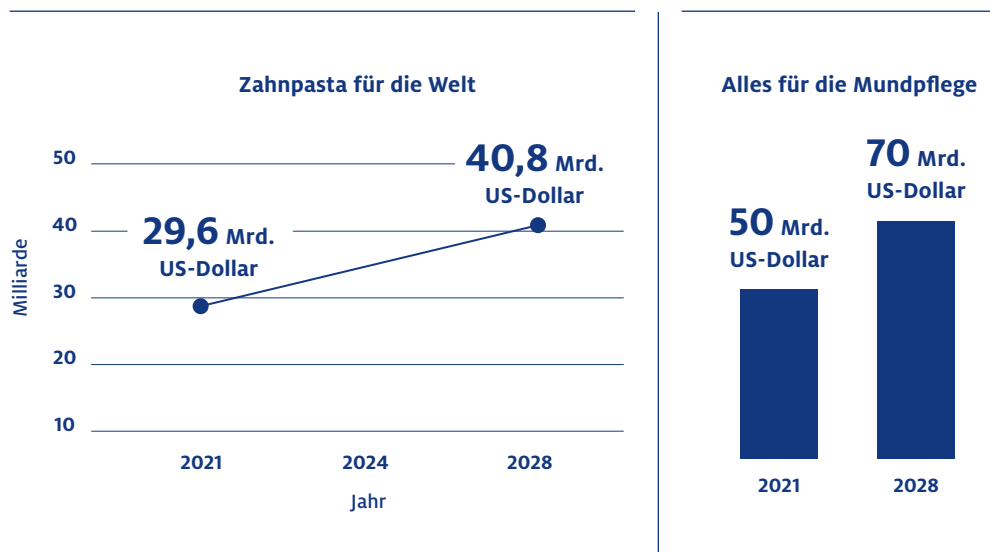
je nach Anbauort und Verarbeitung ganz unterschiedliche Weine produzieren.“ Je nach Anteil von Menthofuran etwa ist der Geschmack voller, andere Bestandteile bringen mehr Frische, beschreibt Machinek. Das spiegelt sich auch im enorm breit gefächerten Minz-Portfolio von Symrise wider. „Mehr als ein Dutzend unterschiedliche Mintöle kauft Symrise ein“, sagt Markus Diekmann. Insgesamt vertreibt das Unternehmen rund 2.000 Minz-Rezepturen. „Deswegen benötigen wir die gesamte Bandbreite der Minzaromen, von den sehr wichtigen naturidentischen bis hin zu den natürlichen Spezialitäten wie von diesem Feld hier in den USA“, ergänzt Arnold Machinek.

MENTHOL: DAS WICHTIGSTE EINZELPRODUKT

Symrise ist Weltmarktführer bei Mentholen und Derivaten, die es an rund 500 Kunden liefert, von globalen Konzernen bis zu mittelständischen Unternehmen. Diese stellen damit Mundpflegeprodukte wie Zahnpasta und Mundwasser, Süßigkeiten und Kaugummis oder Duschgels und andere Kosmetikprodukte her. Außerdem setzt die Pharmaindustrie Menthol wegen der kühlenden, durchblutungsfördernden und schmerzlindernden Wirkung in Medikamenten ein.

Das Menthol gewinnt Symrise durch ein Verfahren, das das Unternehmen vor fast 50 Jahren selbst entwickelt hat. In dem Prozess wird startend mit dem Rohstoff Thymol in der letzten Veredelungsstufe l-Menthol von d-Menthol getrennt. Das l-Menthol entspricht rein chemisch fast komplett dem Öl aus der *Mentha Arvensis* – der Acker-Minze – und kann wie dieses verwendet werden.

In dem Verfahren, das mittlerweile abwasserfrei funktioniert, werden an verschiedenen Stellen Zwischenprodukte wie das d-Menthol wieder in den Prozess zurückgeführt. Diese Form der Kreislaufwirtschaft verbessert die Ausbeute und verringert die Menge der Abfallprodukte. Menthol ist eines der bedeutendsten Einzelprodukte im Portfolio von Symrise und wird in Holzminden in Deutschland und in Bushy Park in den USA hergestellt. Dort erfolgt der Kristallisationsprozess, der schließlich dem Menthol seine Form gibt, inzwischen lösemittelfrei. Zudem wurden durch eine Kraft-Wärme-Kopplungsanlage in Bushy Park die CO₂-Emissionen pro Jahr um 800 bis 1.000 Tonnen reduziert.



1% – 1,5%

Minz-Aroma stecken in einer Zahnpasta.

Die tiefrote Schönheit

Als erstes Unternehmen der Branche kauft Symrise Hibiskus ein, der eine Nachhaltigkeits-Verifizierung erhalten hat. In enger Zusammenarbeit mit dem Zulieferer und den Landwirten sorgt das Unternehmen für eine nachhaltige Wertschöpfungskette für den Rohstoff, der als Trendzutat für Lebensmittel gilt.

GESELLSCHAFT UND GUTE UNTERNEHMENSFÜHRUNG





■ Mit heißem Wasser aufgegossen entfaltet die Hibiskusblüte einen süß-säuerlichen Geschmack, ähnlich der Preiselbeere, und die Flüssigkeit bekommt eine tiefrote Farbe. Neben Geschmack und Aussehen verleiht die Blüte dem Tee noch andere Eigenschaften: Er soll auch den Blutdruck senken, hat einen hohen Vitamin-C-Anteil und wird in der Volksmedizin gerne bei Erkältungen oder Kreislaufbeschwerden eingesetzt. Nun findet das Malvengewächs, von dem es mehrere Hundert Arten gibt, längst nicht mehr nur im Tee Verwendung. Vor allem in Europa genießen die Verbraucher Speisen und Getränke mit Hibiskus, der zu einem der zehn wichtigsten Lebensmitteltrends für das Jahr 2022 gezählt wird, etwa in Milchprodukten, Backwaren, Schokoladenkonfekt, Soßen und vor allem in innovativen Getränken.

Für Symrise spielt der Rohstoff schon lange eine wichtige Rolle. Hibiskus stammt ursprünglich aus Asien, mittlerweile wächst er rund um die Welt in tropischen und subtropischen Regionen. Das Unternehmen bezieht Hibiskus aus der ägyptischen Region Assuan, wo es seit über 25 Jahren mit dem Partner El Mahaba zusammenarbeitet. „Wir haben dank der langjährigen Kooperation einen direkten Zugriff auf Rohstoffe und können diese so dauerhaft, sicher verfügbar und in hoher Qualität bekommen“, sagt Rania Elmy, Senior Purchasing Manager.

Nun hat der Konzern gemeinsam mit dem Zulieferer einen weiteren wichtigen Schritt gemacht. Als erstes Unternehmen seiner Branche kauft Symrise Hibiskus ein, den die SAI-FSA (Sustainable Agriculture Initiative Plattform-Farm Sustainability Assessment) auf Gold-Level verifiziert hat. Hinter der SAI Plattform steckt ein Zusammenschluss vieler großer Unternehmen und Organisationen, die sich gemeinsam für eine bessere Landwirtschaft einsetzen. Um die Verifizierung zu behalten, werden die Anbaubetriebe jedes Jahr von unabhängigen Dritten überprüft.

Symrise arbeitet gemeinsam mit El Mahaba daran, ein Netzwerk von Bauern zu stärken. Dafür fördert es nachhaltige landwirtschaftliche Praktiken im Anbau und der Verarbeitung von Rohstoffen. „Unser Schwerpunkt liegt auf den Arbeitsbedingungen und dem nachhaltigen Umgang mit Wasser und Boden. Zusätzlich versuchen wir, den Wasserverbrauch in unserem Unternehmen zu reduzieren“, sagt Wassim Salib, Globaler Prozessmanager bei Symrise, Ägypten. „Indem wir die Ressourcen schonen, tragen wir auch zum Klimaschutz bei.“ Der Hibiskus-Anbau ist somit ein weiterer Baustein zum Unternehmensziel, bis 2025 alle strategischen biologischen Rohstoffe ausschließlich nachhaltig zu beziehen.



Unser Schwerpunkt liegt auf den Arbeitsbedingungen und dem nachhaltigen Umgang mit Wasser und Boden.



Wassim Salib,
Globaler Prozessmanager bei Symrise, Ägypten



Innovativ, wirksam – und nachhaltig



LÉA SCHMIDT,
GLOBAL PRODUCT MANAGER BU
ACTIVES & BOTANICALS

Bestimmte Stämme von Lactobacillus-Bakterien fördern die Darmgesundheit als Probiotika in Nahrungsergänzungsmitteln. Die Bakterien werden fermentiert, das heißt, sie werden in einem Fermentationsmedium gezogen. Dieses wird am Ende des Prozesses in der Regel entsorgt. Dieses Nebenprodukt enthält aber viele Mikronährstoffe, von denen die Haut profitieren kann. Gemeinsam mit dem schwedischen Biotechnologie-Unternehmen Probi, mit dem wir bei Symrise schon seit 2012 kooperieren, haben wir eine Möglichkeit gefunden, diese Fermentationsbrühe als Grundlage für einen neuen kosmetischen Inhaltsstoff zu nutzen. So machen wir aus einem auf den ersten Blick wertlosen Nebenprodukt etwas sehr Werthaltiges.

»

Wir machen aus einem auf den ersten Blick wertlosen Nebenprodukt etwas sehr Werthaltiges.

«

Ergebnis unserer gemeinsamen Arbeit ist SymFerment®. Der kosmetische Inhaltsstoff spendet Feuchtigkeit für die Haut, glättet diese und stärkt auch die Hautbarriere, indem er sie mit Mikronährstoffen wie Aminosäuren, Proteinen, Mineralien und organischen Säuren versorgt. Die Wirkung haben wir in einer In-vivo-Studie belegt. Hersteller von Kosmetika können SymFerment® in einer ganzen Reihe von Anwendungen verarbeiten, von der Gesichts- und Körperpflege bis hin zu Dermokosmetika.

**MAREK BUSCH,
JUNIOR PRODUCT MANAGER, BUSINESS UNIT
SUN PROTECTION & FUNCTIONALS & COLORS**

■ In vielen Kosmetika wie Gesichtscremes oder Sonnenschutz werden Silikone verwendet, die die Haut geschmeidig wirken lassen. Die synthetischen Inhaltsstoffe sind allerdings nicht biologisch abbaubar. Symrise arbeitet deswegen seit längerem an nachhaltigen Alternativen mit vergleichbaren sensorischen Wirkungen. Eine Alternative ist SymMollient® S green, ein gesättigter Wachsester aus natürlich gewonnener Nonansäure und Cetearylalkohol, das sich wie Silikon-Derivate anfühlt. Der Inhaltsstoff schmilzt bei Hauttemperatur und erzeugt ein seidiges, nicht fettiges Gefühl. Er kann außerdem in Cremes eingesetzt werden, die Haut mit Feuchtigkeit versorgen sollen, in denen SymMollient® S green in In-vivo-Studien nachweislich den Feuchtigkeitsgehalt erhöht.

Ein weiterer wichtiger Einsatzbereich sind Sonnenschutzprodukte. Die Haut vor UV-Strahlen zu schützen, wird immer wichtiger, wenn man sich die steigenden Hautkrebs-Diagnosen weltweit anschaut. Damit mehr Verbraucher Sonnenschutzprodukte anwenden, kommt es neben deren Funktion aber auch darauf an, dass sie ein angenehmes Hautgefühl erzeugen. SymMollient® S green sorgt genau dafür: Tests haben ergeben, dass das sensorische Profil einer Emulsion, in der SymMollient® S grün und SymMollient® PDCC anstelle von Silikonen eingesetzt werden, die gleiche Glätte und Verteilbarkeit wie die ursprüngliche Emulsion gewährleisten.



**MARIE BOURGEAY,
GLOBAL PRODUCT MANAGER**

■ Hydrolite® 5 green erhöht in klassischen bis grünen Formulierungen, in leichten bis reichhaltigen Texturen die Leistung von Wirkstoffen. Es versorgt die Haut mit Feuchtigkeit, bietet Vorteile bei der Haarpflege, verbessert das sensorische Profil von Formulierungen und den Produktschutz. Der multifunktionale Inhaltsstoff besteht zu 100% aus biobasiertem Kohlenstoff und wird in einem patentierten Verfahren aus Bagasse hergestellt, einem Nebenprodukt des Zuckerrohrs, das auf ethische und verantwortungsvolle Weise gewonnen wird. Wir bieten zudem die Nebenprodukte des Hydrolite® 5 green-Prozesses als neue Inhaltsstoffe für die Kosmetikindustrie an oder recyceln diese. Hydrolite® 5 green verursacht weniger CO₂-Emissionen als das Vorgängerprodukt Hydrolite® 5. Es ist zudem biologisch leicht abbaubar und erneuerbar, COSMOS- und NATRUE- zugelassen und kann in Natur- und Biokosmetik verwendet werden.

»

Hydrolite® 5 green erhöht in klassischen bis grünen Formulierungen, in leichten bis reichhaltigen Texturen die Leistung von Wirkstoffen.

«

Positiv

in die

Zukunft

Im Jahr 2010 formulierte Symrise eine Klimastrategie – als eines der ersten Unternehmen weltweit. Die selbst gesetzten Ziele erreichte das Unternehmen seitdem immer früher als geplant. Sich auf Erfolgen auszuruhen, ist aber keine Option: 2030 will der Konzern klimapositiv sein.

GUTE UNTERNEHMENSFÜHRUNG, KLIMA

Als Symrise vor gut zwölf Jahren zum ersten Mal eine Klimastrategie veröffentlichte, klang diese recht ambitioniert: Bis 2020 wollte der Konzern sich so aufstellen, dass er 33 % seines CO₂-Ausstoßes einsparen würde. Dieses Ziel erreichte Symrise schon 2016. Ein Jahr später formulierte das Unternehmen neue, noch ambitioniertere Ziele: Als erstes Unternehmen in der Branche richtete sich Symrise damals auf Science Based Targets aus. Diese Ziele stehen im Einklang mit den neuesten klimawissenschaftlichen Erkenntnissen und schaffen so ein wissenschaftliches Fundament, um die Ziele des Pariser Abkommens zu erreichen: die Erderwärmung zu begrenzen. „Unsere Pläne haben wir im Februar 2022 dann nochmal erneuert und von der Science Based Target Initiative bestätigen lassen, mit dem höchstmöglichen Ambitionslevel“, erklärt Dr. Helmut Frieden, VP Corporate Sustainability bei Symrise. Bei den sogenannten Scope-1- und Scope-2-Emissionen orientiere sich Symrise daran, das Unter-1,5-Grad-Ziel zu erreichen. Scope 1 umfasst alle Emissionen, die unmittelbar durch die Produktion entstehen, Scope 2 beinhaltet die beschafften Energien und die dadurch verursachten Emissionen. Bei den Treibhausgasen in der vor- und nachgelagerten Lieferkette spricht man von Scope-3-Emissionen, wie z. B. die Beschaffung von Rohstoffen, Transport, Geschäftsreisen und die Abfallentsorgung. Hier strebe das Unternehmen das Unter-2-Grad-Ziel an. „Im Scope 1 und 2 wollen wir im Jahr 2030 klimapositiv werden. Wir werden also dazu beitragen, mehr Treibhausgasemissionen aus der Atmosphäre zu binden, als wir durch unsere Geschäftstätigkeit erzeugen. Beim Scope 3 wollen wir die Emissionen um 30 % verringern“, sagt Frieden. Klimaschutz sei schließlich auch wichtig für das Geschäftsmodell von Symrise: „Mehr als 80 % unserer Rohstoffe stammen aus der Natur. Auch aus wirtschaftlicher Sicht ist es also wichtig, dass wir uns um das Klima und die Biodiversität kümmern.“

»

**Mehr als 80 %
unserer Rohstoffe
stammen aus der
Natur. Auch aus
wirtschaftlicher
Sicht ist es also
wichtig, dass wir
uns um das Klima
und die Biodiver-
sität kümmern.**

«

Dr. Helmut Frieden,
VP Corporate Sustainability

Symrise bündelt die weltweiten Klimaaktivitäten in der Firmenzentrale in Deutschland. Gleichzeitig finden viele Aktivitäten an allen Standorten rund um die Erde statt. In Holzminden arbeitet eine eigene Steuerungsgruppe daran, wie das Unternehmen in den beiden Werken dort den CO₂-Ausstoß reduzieren kann. Durch veränderte Verfahren bei der Entsorgung und Aufarbeitung von Reststoffen zum Beispiel sollen 25.000 Tonnen CO₂ jährlich eingespart werden. Aufforstungsprojekte in Brasilien neutralisieren mehr als 12.000 Tonnen CO₂ und kompensieren so Emissionen im Zusammenhang mit den Verpackungen der Lieferanten. Diese und weitere Projekte werden ab Ende April 2023 im gesamten Konzern eingeführt.



Parallel dazu läuft im Segment Taste, Nutrition & Health das Low-Carbon-Projekt. „Seit drei Jahren setzen wir in Übereinstimmung mit den Klimaschutzzielen von Symrise unseren Fahrplan um, mit dem wir die CO₂-Emissionen reduzieren wollen“, erklärt Marie Le Henaff, Nachhaltigkeitsdirektorin des Segments. „Dieser beruht auf drei wesentlichen Säulen: Wir kartieren die Treibhausgase und führen Aktionspläne ein, um die Emissionen in den Industrieanlagen zu reduzieren, berechnen den CO₂-Fußabdruck von Produkten und wenden ein Ökodesign von Fertigprodukten an, wobei wir die Lieferanten einbeziehen.“

Da Symrise vor allem im Bereich der Tiernahrung wächst, wurden dort alle neuen Anlagen seit 2020 nach den anerkannten Standards LEED oder BREEAM gebaut und zertifiziert. „Sie sind ein guter Hebel, um bis zu ein Drittel weniger CO₂ zu emittieren als bei einem herkömmlich konzipierten Gebäude“, sagt Thierry Lenice, der als Low Carbon Transition Manager den Übergang zur nachhaltigen Produktion überwacht. In den vergangenen zwei Jahren hat Symrise in Kolumbien, China und Brasilien neue Werke nach LEED-/BREEAM-Standards errichtet.

Gleichzeitig modernisiert Symrise ältere Produktionsstandorte, indem es auf Aktionspläne setzt, die Emissionen reduzieren helfen. In der Business Unit Naturals aus der Division Food und Beverage werden von 2020 bis 2023 mehr als 3.000 Tonnen Treibhausgase pro Jahr eingespart. Das Unternehmen stellte dafür die Heizkessel von Gas auf Holz um, optimierte die Kühlanlagen und verbesserte die Wärmerückgewinnung. Das Segment reduziert den CO₂-Ausstoß zudem in anderen Bereichen. Es optimiert

»

Wir kartieren die Treibhausgase und führen Aktionspläne ein, um die Emissionen in den Industrieanlagen zu reduzieren.

«

Marie Le Henaff,
Nachhaltigkeitsdirektorin Taste, Nutrition & Health



zum Beispiel die Verpackungen, die es verwendet, und schafft nachhaltigere Lösungen für den Transport. Nicht zuletzt erarbeiten die Mitarbeiter auch eigene Projekte, um mehr Bewusstsein für Nachhaltigkeit zu schaffen. „Wir wollen die Ergebnisse schließlich konzernweit teilen, damit wir voneinander lernen können. So können wir gemeinsam noch nachhaltiger werden“, sagt Marie Le Henaff.

Außerdem wird das Taste, Nutrition & Health-Segment in den kommenden Jahren den CO₂-Fußabdruck seines gesamten Portfolios bewerten, das mehr als zehntausend Produkte umfasst. „Dabei konzentriert sich unser Team derzeit auf eine bestimmte Produktpalette und arbeitet parallel dazu an Ökodesign-Matrix-Tools und robusten Rohstoffdatenbanken“, erklärt Marie Le Henaff.

Dabei entstand die „Low-Carbon“-Produktpalette für die Pet Food Division, die Symrise auf der Interzoo 2022 vorstellte. Die 14 Produkte, die sowohl für Katzen als auch für Hunde geeignet sind, zeigten eine gute CO₂-Bilanz, sagt Aurélie de Ratuld, CSR Global Manager für den Bereich Pet Food. Im Jahr 2023 werden 14 weitere neue Produkte auf den französischen Markt kommen, die ältere Produkte ersetzen und damit 1.300 Tonnen CO₂ pro Jahr weniger verursachen. Insgesamt können die Emissionen durch Ökodesign um durchschnittlich 30%, in manchen Fällen sogar um bis zu 70%, gesenkt werden.

Das Pet-Food-Werk in Kolumbien hat Symrise nach den LEED-Standards gebaut.



E

I

-



E

X

P

E

R

T

E

N

Im Jahr 2022 hat Symrise das niederländische Unternehmen Schaffelaarbos gekauft, das aus Seitenströmen der Eierproduktion Produkte für die Heimtierindustrie herstellt. Diese getrockneten Eiprodukte enthalten wertvolle Proteine und Fette für das Wachstum und bestimmte bioaktive Verbindungen, die sich auf die Gesundheit der Tiere auswirken. Die rund 50 Mitarbeiter der Firma haben dafür eine funktionierende Kreislaufwirtschaft aufgebaut, in der nachhaltig genutzte Rohstoffe werthaltig verarbeitet werden. Die Produkte ergänzen das Portfolio von Nutrios, der Ernährungsmarke von Symrise Pet Food.

INNOVATION UND ENTWICKLUNG

■ In großen Brütereien legen Hühner täglich Eier, aus denen Küken schlüpfen, die als Legehennen an Bauern verkauft werden. Für die Betriebe gibt es allerdings eine Unwägbarkeit: Knapp zehn bis 15 % der Zehntausenden von Eiern, die dort produziert werden, enthalten keine Embryos. Sie können also weder zu Legehennen gezogen werden noch können die Brütereien, die Hühner für den Fleischmarkt liefern, die unbefruchteten Eier verwenden. Hier kommt Schaffelaarbos ins Spiel. Das niederländische Unternehmen nutzt die Eier, um aus ihnen unter anderem wertvolle Bestandteile für Tierfutter zu gewinnen.

Symrise hat das Unternehmen im holländischen Barneveld, das 1953 als Hühnerbrütereie gegründet wurde und seit rund 40 Jahren auf dem Markt der Eiweiße tätig ist, im Jahr 2022 gekauft. Das Unternehmen passt gut in das Portfolio Heimtierernährung des Konzerns – und es setzt ebenso wie viele andere Geschäftseinheiten von Symrise auf die Kreislaufwirtschaft: Die Eier, die Schaffelaarbos nutzt, sind nicht für den menschlichen Verzehr freigegeben – stattdessen werden sie als Seitenstrom durch einen gut durchdachten Prozess weiterverarbeitet, anstatt entsorgt zu werden.



Wie das funktioniert, zeigt René Valks. Der Vertriebs- und Marketingmanager führt durch die blitzsauberen Hallen des Werks, das knapp 20 Kilometer östlich der Stadt Amersfoort liegt. Hier werden täglich Hunderttausende Eier verarbeitet. „Wir kaufen diese von mehr als 100 Zulieferern, von England und Skandinavien bis Italien, von Ungarn und Polen bis in die Niederlande“, sagt René Valks. Er steht vor einer Reihe von silbernen Tanks, in denen passen 1.000 Liter – das sind etwa 18.000 zerbrochene Eier. Sie sind immer noch frisch, weil sie gleich beim Zulieferer konserviert und gekühlt wurden. Das muss sein, weil sonst mikrobiologische Prozesse starten und die Eier verderben könnten.

In der Fabrik von Schaffelaarbos trennt eine Presse Schalen vom flüssigen Ei, also dem Eigelb und Eiweiß. Die unterschiedlichen Wege der Verarbeitung zeigt René Valks. Er führt dabei durch ein Werk, in dem kaum jemand zu sehen ist. Von den 50 Mitarbeitern – rund die Hälfte sind Fahrer – sind einige täglich in der Produktion beschäftigt. Die Prozesse laufen fast vollautomatisch. Der Evaporator erhitzt die flüssigen Eier so weit, dass sie rund die Hälfte ihres Wassergehalts verlieren. So entsteht eine zähflüssige Masse, die anschließend in einer Sprühtrocknungsanlage, die über vier Stockwerke reicht, erhitzt und zerstäubt wird. „Am Ende des Prozesses haben wir unterschiedliche Produkte, zum Beispiel kleine Pellets, die nur noch etwa 6 % Feuchtigkeit enthalten, oder auch ein feines Pulver“, erklärt René Valks, der seit 2017 im Unternehmen ist.



Gemeinsam mit seiner Kollegin Nienke Bosma schaut er sich anschließend in einem anderen Hallenteil das Ergebnis an. „Mit unseren Produkten aus den Eiern liefern wir interessante Zutaten für die Tierfutterproduktion“, sagt die Forschungs- und Entwicklungs-Managerin von Schaffelaarbos. Sie greift in einen Sack und nimmt eine Handvoll hellgelben Pulvers heraus. „Die Eier haben ganz unterschiedliche Bestandteile, die im Tierfutter eine große Wirkung haben – zum Beispiel für Haustiere wie Hunde und Katzen“, erzählt sie. Eigelb etwa beinhaltet Immunglobuline, die gegen Krankheiten auslösende Bakterien wie Salmonellen oder Escherichia Coli wirken, oder auch Cholesterin, das Jungtieren in der Wachstumsphase hilft. Im Eiweiß hingegen befinden sich zum Beispiel das Protein Ovotransferrin und das Enzym Lysozym, die ebenfalls zur Tiergesundheit beitragen.

Auf den Säcken ist das Logo von Nutrios zu sehen, der Marke von Symrise für das Tierfutterportfolio. Dahinter steht eine intensive Zusammenarbeit im Konzern, sagt Nienke Bosma. „Wir haben wöchentliche Videokonferenzen mit Kollegen aus anderen Forschungs- und Entwicklungsabteilungen im Konzern und teilen unser Wissen.“ Dabei geht es zum Beispiel darum, die Produkte zu verbessern und die Seitenströme noch besser auszunutzen.

Gemeinsam mit René Valks geht Nienke Bosma anschließend ins Lager, in dem auch die anderen Produkte des Unternehmens zu finden sind. Auf großen Paletten liegen runde Objekte, etwa fußballgroß und mit einem Loch in der Mitte. „Das sind Picksteine, die aus den Eierschalen hergestellt werden“, erklärt Nienke Bosma. Die Picksteine werden in Hühnerställen aufgestellt, damit können die Tiere auf natürliche Weise ihre Schnäbel kurz halten. Zudem produziert Schaffelaarbos aus den Eierschalen verschiedene Pulver, die wiederum als Bestandteil von Jungtierfutter als Kalzium-Quelle eingesetzt werden.



Picksteine aus Eierschalen helfen Hühnern, ihre Schnäbel kurz zu halten.



Mit unseren Produkten aus Eiern leisten wir einen wichtigen Beitrag für die Gesundheit von Tieren.



Nienke Bosma,
Forschungs- und Entwicklungs-Managerin bei Schaffelaarbos





René Valks und Nienke Bosma überprüfen in der Produktion gemeinsam die verschiedenen Endprodukte.



»

In einer Tierfuttermischung sind bis zu 30 % Eiproteine.

«

René Valks,
Vertriebs- und Marketingmanager bei Schaffelarboos



Die Produkte von Schaffelaarbos sind gefragt. Das Unternehmen wird im Jahr 2023 weiter wachsen und rund 80 Tierfutterhersteller hauptsächlich in Europa beliefern. Ein Fünftel der Produktion geht nach Asien, vor allem nach Thailand und Japan. Die Kunden nutzen die Erzeugnisse von Schaffelaarbos in Hunderten, wenn nicht sogar Tausenden Endprodukten, sagt Rene Valks. „Wir liefern Ei-Proteine, die haben einen Anteil von ein bis fünf, manchmal auch bis zu 30 % in einer Futtermischung.“ Der Markt wird ständig größer, Schaffelaarbos profitiert von mehreren Trends: Die Weltbevölkerung wächst, und immer mehr Menschen haben Haustiere, die sie besonders gut ernähren wollen. Zudem steigt der Anteil der Vegetarier weltweit, die oft auch ihre Hunde und Katzen ohne Fleisch- oder Fischprodukte füttern wollen. „Unsere Produkte mit Ei bieten dafür eine gute Protein-Alternative, die dazu rein natürlich ist und so mit einem Clean Label ausgezeichnet werden kann“, sagt René Valks.

Auch auf der Rohstoffseite steht das Tierwohl immer stärker im Vordergrund. Die Brütereien für Legehennen etwa können männliche Küken augenscheinlich nicht weiterverkaufen. Wurden die einen Tag alten Hühner früher oft einfach getötet, kann das heute durch moderne Diagnoseverfahren verhindert werden. „Die Eier werden nach neun bis 13 Tagen mit verschiedenen Technologien untersucht, um das Geschlecht der Embryos festzustellen“, erklärt Nienke Bosma. „Die ‚männlichen‘ Eier werden aussortiert und wir können sie auch in hochwertige Proteinbestandteile für Haustiere umwandeln.“ Die Forschung schreitet voran, bald wird es möglich sein, das Geschlecht der Embryos noch früher, schon nach drei Tagen, zu bestimmen.



Nutrios ist die Symrise Marke für das Tierfutterportfolio.

Schaffelaarbos leistet so einen Beitrag für mehr Tierwohl und vergrößert dabei auch seine Rohstoffbasis. Das Unternehmen arbeitet zudem gemeinsam in einem Konsortium mit Hochschulen, anderen Verarbeitungsbetrieben, Zulieferern und Kunden daran, die Klassifizierung von Rohstoffen zu aktualisieren. Wenn zum Beispiel Küken in Brütereien geschlüpft sind, dürfen die übrig gebliebenen Schalen laut aktueller Gesetzgebung nicht weiterverwendet werden. „Wir möchten eine sichere Wertschöpfungskette für Nebenströme mit ernährungsphysiologischem Potenzial entwickeln, mit der Garantie, dass diese keine Risiken für die Tiergesundheit darstellen“, sagt Nienke Bosma. „Anschließend können wir sie besser verwerten, hohe Abfallkosten für die Brütereien vermeiden und eine vollständige Kreislaufwirtschaft in unserem Lieferkettenmodell erreichen.“

In einem weiteren Projekt arbeitet Schaffelaarbos daran, das Enzym Lysozym, das aus einem speziellen Eiweiß-Seitenstrom stammt, zu extrahieren. Dieses kann die Tiergesundheit positiv beeinflussen. „Das Enzym kann als natürliches Antibiotikum bestimmte Bakterien zerstören“, erklärt Nienke Bosma, die für die staatliche geförderte Forschung mit dem holländischen Unternehmen Bioseutica zusammenarbeitet. Auch von diesem Projekt können die anderen Symrise Marken profitieren, macht sie klar. „Wir lernen und profitieren an vielen Stellen voneinander.“





Partnerschaften als Erfolgsgarant



**LYNNE MILLAR,
EINKAUFSDIRECTORIN BEI PERNOD RICARD**

■ Für eines unserer besonders wichtigen Produkte benötigen wir das volle Aroma der Kokosnuss. Diese beziehen wir über unseren verlässlichen Partner Symrise von den Philippinen, wo der Anbau der Kokosnuss eine wichtige Einkommensquelle für 20 % der Menschen ist. In den vergangenen Jahren allerdings haben fallende Preise für die Frucht der Kokospalme dazu geführt, dass die Bauern und ihre Familien immer weniger Geld für ihren Lebensunterhalt verdienen konnten. Dazu hat auch der Mangel an modernen Anbau- und Erntetechniken beigetragen sowie der fehlende direkte Marktzugang.

Im Jahr 2020 haben wir deswegen gemeinsam mit Symrise und der GIZ ein develoPPP-Projekt gestartet, das sich zunächst für vier Jahre für den Schutz der Natur und der Biodiversität sowie bessere Lebensgrundlagen der kleinen Bauerngemeinschaften einsetzt. Dafür vermitteln wir in Schulungen gemeinsam mit qualifizierten Partnern vor Ort sichere Arbeitspraktiken, landwirtschaftliche Betriebsführung und die Diversifizierung des Anbaus. Wir gehen innovative Wege, um langfristig eine nachhaltige Landwirtschaft zu fördern, von der die Menschen profitieren. Die ersten Erfolge sind schon zu sehen: Auf drei Demonstrationsfarmen bauen die Landwirte nicht nur Kokosnüsse an, sondern auch schnell wachsende Gemüse wie Auberginen, Saubohnen und Chilischoten, um die Abhängigkeit von einer Frucht zu verhindern. Bis 2024 wollen wir dazu beitragen, das Einkommen von 500 Kokosnussbauern um durchschnittlich 15 % zu steigern, den jährlichen Ertrag der Farm um 20 %. Außerdem wollen wir den Zugang zu Wasser und sanitären Einrichtungen verbessern, um die gesamten Lebensgrundlagen auf ein höheres Niveau zu heben und die Communitys zu stärken.

**MARK BIRCH,
NACHHALTIGKEITSDIREKTOR BEI SYMRISE**

■ Symrise kauft weltweit natürliche Rohstoffe ein, aus denen Zehntausende von Produkten hergestellt werden. Damit entsteht eine große Verantwortung für Natur und für die Menschen, die in den jeweiligen Ländern in der Lieferkette arbeiten. Mit vielen starken Partnern arbeiten wir deswegen seit Jahren daran, die Lebens- und Arbeitsverhältnisse von Landwirten und ihren Communitys zu verbessern, im Einklang mit dem 17. Ziel der Sustainable Development Goals der Vereinten Nationen. Es beschreibt das nachhaltige Wirtschaften gemeinsam mit starken Partnern, von dem vor allem die Bauern in Entwicklungsregionen profitieren.

Dafür kooperieren wir an vielen Stellen eng mit der Gesellschaft für Internationale Zusammenarbeit (GIZ) GmbH, ein erfahrener Partner in der internationalen Entwicklungszusammenarbeit. Gemeinsam setzen wir verschiedene Projekte im Rahmen des Public Private Partnership Programmes (develoPPP-Programm) um, mit dem das Bundesministerium für wirtschaftliche Zusammenarbeit und Entwicklung (BMZ) nachhaltige Unternehmensinitiativen in Entwicklungs- und Schwellenländern fördert. Ein Schwerpunkt dabei sind zum Beispiel die „Bridging the Gap“-Aktivitäten – also nachhaltige Entwicklungspartnerschaften zwischen Zulieferern, Bauern, Symrise und unseren Kunden. Wir schaffen hier nachhaltige, widerstandsfähige Agrar- und Ernährungssysteme, setzen uns für alle Landwirte einschließlich Klein- und Kleinstbauern in unseren Lieferketten ein und befähigen diese, ein Einkommen für ihre Familien zu erreichen. Dabei engagieren wir uns für alle Bauern, die an unseren Programmen teilnehmen, gleichermaßen, egal wie klein ihre Betriebe auch sind – und das schaffen wir nur mit unseren Partnern gemeinsam.



**SOPHIE GRUNZE,
PROJEKTMANAGERIN FÜR DAS DEVELOPPP-
PROGRAMM DER DEUTSCHEN GESELLSCHAFT FÜR
INTERNATIONALE ZUSAMMENARBEIT (GIZ) GMBH**

■ Mit Symrise arbeiten wir schon seit dem Jahr 2010 vertrauensvoll zusammen. Den Anfang haben wir auf Madagaskar gemacht. Dort haben wir damals 500 Bauern geholfen, ihre Lebensumstände zu verbessern und ihr Einkommen zu steigern.

Seitdem haben wir auf Madagaskar gemeinsam immer neue Projekte gestartet, von denen mittlerweile 7.000 Menschen profitieren. Wir bilden sie mit Methoden für nachhaltigen landwirtschaftlichen Anbau und das geschäftliche und finanzielle Management aus und unterstützen sie bei der Diversifizierung ihres Einkommens. Dazu unterstützen wir auf Madagaskar seit dem Jahr 2013 mit Symrise und Unilever die Dorfgemeinschaften. Wir sind zudem gemeinsame Partnerschaften mit nationalen und internationalen NGOs eingegangen, zum Beispiel mit Save The Children, um unsere ganzheitliche Herangehensweise zu komplettieren.

Neben der Förderung nachhaltiger landwirtschaftlicher Praktiken haben wir gemeinsam eine lokale Krankenversicherung etabliert und uns für die Rechte von Kindern und die Berufsausbildung von Jugendlichen eingesetzt. Auf diese Weise können wir die Resilienz der Gemeinschaften für die Zukunft steigern.

Madagaskar steht dabei übrigens für eine ganze Reihe von anderen Projekten, mit denen wir gemeinsam mit Symrise Bauern und ihre Familien in Brasilien, Indien und auf den Philippinen unterstützen – und das war erst der Anfang.

**Traditionen
*nutzen,***

**Zukunft
*gestalten***



Im südfranzösischen Grasse lässt Symrise die mehr als 150 Jahre alte Marke Maison Lautier wieder aufleben. Dafür baut das Unternehmen eine eigene Fabrik und geht enge Kooperationen mit Landwirten ein, in der Region, aber auch weltweit. So soll in den kommenden Jahren ein umfangreiches Naturstoffportfolio entstehen, das die Duftstoffe, die in Holzminden und auf Madagaskar hergestellt werden, ergänzt.

INNOVATION UND ENTWICKLUNG

Die Saison ist schon lange vorüber. Weil es aber lange warm war, ist auf dem Rosenfeld von Floriane und Albin Coulomb noch genau eine Blüte zu finden. Der Duft der Centifolia, so heißt die Rosensorte, lässt erahnen, welche Wirkung es hat, wenn der gesamte, 2,3 Hektar große Acker in voller Blüte steht. Die Rose riecht intensiv, ein wenig süßlich, und gehört zu der Region rund um Grasse wie kaum eine andere Pflanze. Hier, im weltweiten Zentrum der Duftproduktion, in der schon im 16. Jahrhundert Parfüms hergestellt wurden, hat das Ehepaar Coulomb im Jahr 2021 mit der Rosenproduktion begonnen.

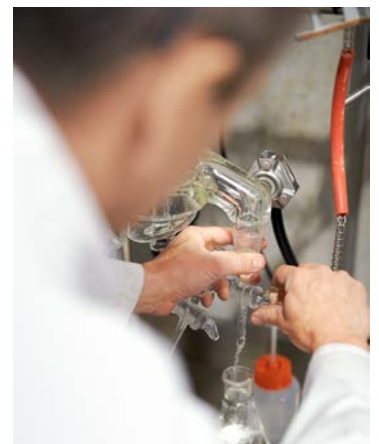
Albin Coulomb hat als Jugendlicher eine Ausbildung zum Landwirt gemacht. Danach war der heute 36-Jährige in anderen Jobs tätig, genau wie seine Frau. Nun wollen die dreifachen Eltern in der Branche arbeiten, in der schon Albin Coulombs Großvater und Urgroßvater tätig waren, als Rohstoff-Lieferanten für die Duftindustrie von Grasse. „Ich finde den Anbau spannend, weil wir ein großartiges, traditionsreiches Produkt anbieten können“, sagt der Landwirt, der in einem großen Garten neben seinem Haus auch Jasmin anbaut. Die beiden Pflanzen gehören seit Jahrhunderten zum Grundstock der Parfümerie, ihre Öle werden teuer gehandelt und in zig berühmten Parfüms eingesetzt. Floriane und Albin Coulomb stecken viel Zeit in ihren neuen Beruf, um die besten Produkte zu erzeugen: Sie pflanzen neue Rosenstöcke, in den nächsten zwei Jahren insgesamt 12.000. Was rundherum wächst, pflügen sie unter, um den Boden zu düngen – und sie verzichten auf Pestizide, weil das gesamte Feld bio-zertifiziert ist. Dann ernten sie, ungefähr ein halbes Kilogramm Blüten pro Pflanze.

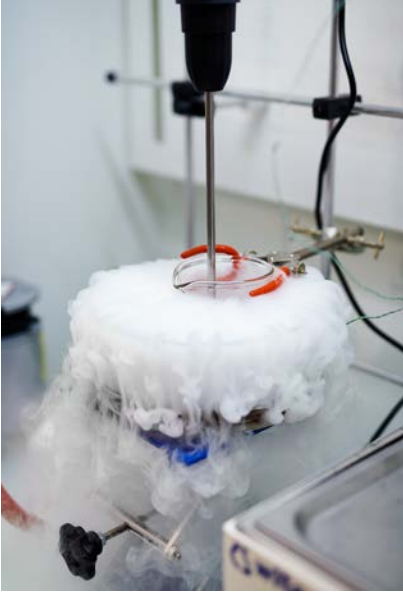
Camille Quintin lässt sich die Fortschritte auf dem Feld des Ehepaars gerne erklären. Der Manager ist für die gesamte Lieferkette verantwortlich, die Symrise gerade unter der Marke Maison Lautier aufbaut. Das Unternehmen hat den renommierten Namen seit mehr als 20 Jahren im Portfolio, ohne ihn zu nutzen. Das ändert sich nun, Symrise füllt die Tradition von zwei Jahrhunderten Duftproduktion mit neuem Leben. Einen Beitrag dazu leisten die Rosenblüten von dem Feld, das Camille Quintin heute besucht. „Wir wollen langfristige Partnerschaften mit lokalen Landwirten aufbauen und so auch die Vielfalt an Blumen und Pflanzen in unserer Region fördern“, sagt der Manager.

Die Rohstoffe aus der Region werden eine der Grundlagen für das neue Werk sein, das der Konzern in den kommenden Jahren 30 Minuten entfernt vom Rosenfeld des Ehepaars Coulomb für Maison Lautier baut. Dort, nahe der Gemeinde Saint-Cézaire-sur-Siagne, wird Symrise ganz besondere Produkte herstellen: Duftstoffe, die ausschließlich aus natürlichen Quellen stammen. Sie bilden die Produktlinie „Artisan“ von Maison Lautier (siehe Kasten auf Seite 71). Insgesamt sollen unter dieser Marke in Zukunft rund 50 Duftstoffe vermarktet werden.



Im Labor von Maison Lautier arbeitet Dominique Maubant (im Hintergrund) mit einem Praktikanten daran, Duftstoffe aus natürlichen Rohstoffen zu entwickeln.





Dominique Maubant (rechtes Bild) hat sich auf Naturstoffe spezialisiert, für die er verschiedene Verfahren anwendet.



»

Mit Technologien wie ‚Cold Treatment‘ oder ‚Symtrap[®]‘, die Symrise entwickelt hat, habe ich noch nicht gearbeitet. Das finde ich sehr interessant.

«

Dominique Maubant,
Chemiker



Wir wollen langfristige Partnerschaften mit lokalen Landwirten aufbauen und so auch die Vielfalt an Blumen und Pflanzen in unserer Region fördern.



Camille Quintin,
Manager



Bis das Portfolio komplett ist, bleibt noch viel zu tun. Dominique Maubant analysiert schon seit Monaten neue Duftstoffe. Der erfahrene Chemiker, der seit über 25 Jahren in Grasse arbeitet, hat sich auf Naturstoffe spezialisiert. Er war unter anderem in der Destillation beschäftigt, in der Qualitätskontrolle und in der Forschung, entwickelte Absolues und Concretes. Sein Wechsel zu Symrise hat auch mit Neugierde zu tun, sagt er. „Mit Technologien wie ‚Cold Treatment‘ oder ‚Symtrap®‘, die Symrise entwickelt hat, habe ich noch nicht gearbeitet. Das finde ich sehr interessant.“ Naturstoffe sind komplex, das macht Dominique Maubant klar, während er verschiedene Patschuli-Öle destilliert: „Wir müssen die richtigen Duftprofile treffen. Schon kleine Abweichungen sorgen dafür, dass diese später in der Komposition nicht mehr funktionieren.“

Anschließend steigt er die Treppe hinauf, zu den eingerichteten Büros. Dort trifft er auf Camille Quintin, der vom Rosenfeld zurückgekehrt ist. Auch der Manager kennt sich mit den Rohstoffen sehr gut aus, er war mehrere Jahre für Symrise unter anderem in Madagaskar tätig. Die beiden Experten schauen sich gemeinsam regelmäßig Materialien an. Heute sind es Harze, unter anderem Myrrhe und Opopanax aus Somalia. „Für uns ist es wichtig, die richtigen Lieferanten zu finden, die uns zuverlässig und qualitativ hochwertig versorgen“, erklärt Quintin. Der Prozess dafür ist aufwändig: Vielversprechende Rohstoffe werden nach den Versuchen in Dominique Maubants Labor zum Beispiel nach Holzminden geschickt; auch die Kollegen von SFA Romani beteiligen sich an der Qualitätskontrolle.





Camille Quintin (vo.) und Dominique Maubant diskutieren über verschiedene Rohstoffe und Herstellverfahren.

Die Zusammenarbeit im Konzern ist gut, und sie soll dabei helfen, dass Maison Lautier in den kommenden Jahren ein umfangreiches Portfolio aufbauen kann. Die Kunden stammen zunächst aus der Parfümbranche. „Wir wollen unser Angebot aber auf den gesamten Bereich Scent & Care ausweiten“, sagt Camille Quintin. Diese Breite spiegelt sich auch in Rohstoffen wie den Harzen aus Somalia oder den Rohstoffen aus Madagaskar wider. Gleichzeitig nimmt Maison Lautier einen Trend auf, der die gesamte Branche erfasst hat. „Die Kunden legen Wert darauf, dass die Duftstoffe regional produziert werden, das gilt auch für Frankreich, wo es traditionell viele Parfümhersteller gibt“, sagt Quintin. Mit Grasse hat das Unternehmen den idealen Standort: „In der gesamten Region herrscht ein einzigartiges Klima für typische Parfümpflanzen und -blumen – und es gibt eine lange Tradition und Kompetenz in der Parfümerie, die für maßgeschneiderte Produkte sorgt.“

MAISON LAUTIER: BESTE DUFTSTOFFE AUS ALLER WELT

Als der Handschuhmacher François Rancé im Jahr 1795 im südfranzösischen Grasse damit begann, mit Duftstoffen aus Blumen und anderen Pflanzen zu handeln, wusste er nicht, wie erfolgreich das von ihm gegründete Unternehmen werden sollte. Über viele Jahre, sogar Jahrhunderte, lief das Geschäft hervorragend. Die Marke Maison Lautier, die sich im 19. Jahrhundert daraus entwickelte, wurde sogar zu einer der bekanntesten in der Duftstoffindustrie. Nun hat Symrise sie wiederbelebt und erneuert, mit einem Standort in der Nähe von Grasse und mit einer weltumspannenden hochqualitativen Rohstoffbasis, die im engen Kontakt mit den Erzeugern entsteht.

Unter der neuen Marke gibt es drei Produktlinien. In Grasse ist die „Artisan“-Linie angesiedelt, die als Rohstoffe Pflanzen und Blumen vor allem aus der Region, aber auch aus weltweiten Quellen verwendet. Für die „Madagaskar“-Linie nutzt Symrise die engen Kontakte zu der afrikanischen Insel, die mit dem Rohstoff Vanille schon seit 15 Jahren bestehen. Die Wertschöpfungskette von der Pflanze bis zum ätherischen Öl ist rückwärtsintegriert. Symrise übernimmt also vorgelagerte Fertigungsschritte und arbeitet dafür eng mit lokalen Kleinbauern zusammen, die davon auf vielen Ebenen profitieren – etwa durch Bildungs- und Gesundheitsangebote und beim Aufbau einer nachhaltigen und erfolgreichen Landwirtschaft.

Die Linie „Supernature“ vereint die besten Rohstoffe aus der Natur mit Prozessinnovationen. Sie setzt zum Beispiel auf innovative Beschaffungs- und Bearbeitungstechniken sowie Upcycling, um Materialien zu gewinnen, etwa aus Seitenströmen der Lebensmittelproduktion. Eine erste Kollektion mit Rohstoffen aus allen drei Linien stellte Symrise schon im Sommer 2022 auf dem World Perfumery Congress in Miami, Florida, vor. Dazu gehörten zum Beispiel Vanille, Geranie und Mandarine aus Madagaskar, Erdbeere, Apfel und Cranberry aus der Supernature-Reihe und Iris, Sandelholz, Jasmin und Boya für die Artisan-Reihe.

Zusammen *statt* gegeneinander

In Südfrankreich hat Symrise die beiden Unternehmen Groupe Nérolí und SFA Romani übernommen. Die insgesamt 200 Mitarbeiter arbeiten jetzt in vielen Bereichen komplementär zusammen, vom Einkauf über die Entwicklung bis hin zum Kontakt mit Kunden. Eine Geschichte darüber, wie zwischen ehemaligen Wettbewerbern enorme Synergien entstehen.

GUTE UNTERNEHMENSFÜHRUNG, INNOVATION UND ENTWICKLUNG

Estelle Barbots Arbeitsplatz liegt in einer wunderschönen Gegend in der französischen Provence, nur zehn Kilometer entfernt von der französischen Hauptstadt des Parfüms, Grasse. Aus ihrem Fenster sieht sie bewaldete Hügel, in der Ferne sind Berge mit weißen Schneespitzen zu erkennen. Sie arbeitet dort, wo andere Urlaub machen. Damit nicht genug, denn ihre Arbeit lässt die Parfümeurin jeden Tag an weit entfernte Orte reisen. Sie entwickelt Düfte, die später in Algerien und Saudi-Arabien, in Ghana und Dubai, in Südafrika und Bahrain eingesetzt werden – und dafür muss sie die Geschmäcker der Kundinnen und Kunden im Mittleren Osten und in Afrika sehr genau kennen. „In den afrikanischen Ländern möchten die Menschen vor allem kraftvolle, nicht sehr süße Düfte, die Fougère-Noten wie Lavendel, Bergamotte und Geranium, florale Noten wie Orangenblüten oder auch Moschusnoten enthalten“, sagt Estelle Barbot, während sie an ihrem Schreibtisch ein paar Duftrezepte ausdruckt. „Im Mittleren Osten hingegen sind Noten wie Adlerholz oder Oudh gefragt, das aus Agarholzharz gewonnen wird. Sie sollen die Persönlichkeit unterstreichen.“



Die Chemikerin, die vor ihrem Studium an der renommierten Schule für Parfümeure ISIPCA in Paris gelernt hat, ist Mitarbeiterin der Groupe Néroli. Das Unternehmen entstand aus einem Zusammenschluss der beiden Parfümhäuser Créations & Parfums und Floressence und hat seinen Sitz in einem kleinen Industriegebiet mitten in der grünen Landschaft der Provence. Der Ort hat sich über die Jahrzehnte zu einem Schwerpunkt der Duftproduktion entwickelt, mit mehreren Wettbewerbern direkt nebeneinander. Ein weiterer davon ist der Dufthersteller SFA Romani. Im Jahr 2022 hat Symrise diesen und die Groupe Néroli übernommen. Nun arbeiten die insgesamt rund 200 Mitarbeiter der ehemaligen Wettbewerber unter dem Namen SFA Néroli eng zusammen – und können dadurch enorme Synergien schaffen. Gemeinsam entwickeln sie Duftkompositionen für feinste Parfüms. Mehr als 70.000 Rezepturen bringen die beiden Unternehmen in den Zusammenschluss ein, die sie aus mehr als 1.200 Rohstoffen mischen.

Wie die jeweils andere Seite arbeitet, werden die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter nun sukzessive voneinander lernen. Estelle Barbot zum Beispiel freut sich darauf, gemeinsam mit den Kollegen von SFA Romani zusammenzuarbeiten. „Sie sitzen ja nur ein paar Minuten entfernt und nun können wir uns eng austauschen, unser Wissen teilen und auch unsere Herangehensweisen an Kundenprojekte miteinander abgleichen“, sagt sie.



**Nun können wir
uns eng aus-
tauschen und
unser Wissen
teilen.**



Estelle Barbot,
Chemikerin bei Groupe Néroli

Der Weg von der Groupe Néroli zu SFA Romani ist tatsächlich kurz. Es geht über zwei Straßen und schon steht man im Büro von Yann Mabile. Der ehemalige Geschäftsführer von SFA Romani führt nun den Vertrieb des neuen Unternehmens für die Regionen Afrika, Nord- und Südamerika sowie Teile von Europa. Er hat viele Gespräche mit seinen alten und den neuen Kollegen geführt, und er weiß, wo und wie sich die ehemals starken Konkurrenten besonders gut ergänzen.

Zum Beispiel hinsichtlich der Märkte: Zwar bearbeiteten beide Unternehmen die ganze Welt, hatten aber Schwerpunkte. Während die Groupe Néroli stark im Mittleren Osten und Afrika aktiv war, hatte SFA Romani in Zentralamerika viele Kunden und vor allem in Italien starke Wurzeln – dorthin kamen die Gründer des Unternehmens, die die Marke zur stärksten im Land aufgebaut haben. Auch bei der Anzahl der Kunden gibt es große Unterschiede. „Wir hatten mit SFA Romani rund 400 bis 500 Unternehmen, mit denen wir zusammengearbeitet haben, während die Kollegen der Groupe Néroli eher eine selektivere Kundenliste führten“, sagt Yann.

Bei den Rohstoffen werden die beiden Unternehmen in Zukunft eng zusammenarbeiten. „Wir haben Parfümeure aus beiden Unternehmen das Portfolio analysieren lassen“, sagt Gabriel Ramos. Er ist wie Yann Mabile für den Vertrieb zuständig, für Asien und den Mittleren Osten etwa, also die Bereiche, die sein Kollege nicht abdeckt. Gemeinsam mit weiteren Kollegen bilden sie das Team, das die ehemaligen Wettbewerber enger zusammenbringen soll. „Beim Einkauf werden wir überall dort, wo es möglich ist, auf die gleichen Rohstofflieferanten setzen. Gleichzeitig werden wir den Mitarbeitern ermöglichen, individuell die Spezialitäten einzusetzen, die sie für ihre Kompositionen benötigen“, so Gabriel Ramos.

SFA Romani bediente vor allem Nischenmarken, bei denen die Qualität und die Kreativität im Vordergrund stehen. Feinparfümerie machte 80 % des Umsatzes aus. „Dabei haben wir nie Kompromisse gemacht“, beschreibt Yann Mabile die Herangehensweise. Um die Kunden zu erreichen, hat das Unternehmen ein Vertriebsnetzwerk in 80 Ländern rund um die Welt aufgebaut. So war es, obwohl es vergleichsweise klein war, früh auf internationalen Messen unterwegs. Die Groupe Néroli hingegen war eher spezialisiert auf größere Volumina. Sie machte aus, dass die Reaktionszeiten auf die Wünsche der Kunden sehr kurz waren. „Wir können viel davon lernen, auch was die Arbeit in den Laboren angeht“, sagt Yann Mabile.



Teil von Symrise zu sein, bringt auch Prestige mit sich. Die Kunden nehmen das sehr wohlwollend auf.



Yann Mabile,
Vertriebsmanager bei SFA Romani

Auf diese Unterschiede wollen die Beteiligten in Zukunft bei ihrer Zusammenarbeit setzen. „Wir können jetzt von kleinen Abnehmern bis zu den größten Konzernen der Welt alle Kunden beliefern, mit Mengen von wenigen Kilogramm eines Parfüms bis zu mehreren Tonnen“, sagt Gabriel Ramos. Natürlich sorgen vor allem die großen Projekte für profitables Wachstum, aber auch aus kleinen, innovativen Ideen kann etwas Großes werden, das machen die beiden Manager klar.

Neben den neuen Partnern wird auch Symrise von dem Kauf profitieren. Die Anbindung an die Wiege der Parfümerie in Grasse mit dem dazugehörigen Savoir Faire – also dem Fachwissen –, die vielen Rohstoffe, der Zugang zu Duftkompositionen und Kunden weltweit, all das passt gut in die Konzern-Strategie: Ein gut durchmischtes Portfolio von lokalen, regionalen und globalen Kunden rund um die Welt zu haben. „Gleichzeitig kauft Symrise damit auch das Vertrauen, das wir hier in Frankreich aufgebaut haben“, sagt Yann Mabile. Für die beiden ehemaligen Konkurrenten eröffnet die Zugehörigkeit zu dem großen Konzern neue Möglichkeiten, so der Manager: „Wir können zum Beispiel auf die Größe von Symrise zurückgreifen, das gibt uns bessere Zugänge zu Anbietern.“

Die Mitarbeiter von SFA Néroli können auch direkt auf die Rohstoffe zugreifen, die Symrise herstellt, und auf die Captives, also die patentgeschützten Bestandteile, die dafür sorgen, dass Parfümmischungen einzigartig sind. „Wir gewinnen dadurch an Vielfalt und erhöhen auch unsere Versorgungssicherheit, weil wir durch die enge Anbindung an Symrise immer beliefert werden“, sagt Yann Mabile. Auch die Effizienz des neuen Mutterkonzerns werde sich positiv auswirken. „Teil von Symrise zu sein, bringt auch Prestige mit sich“, so der Manager. „Die Kunden nehmen das sehr wohlwollend auf. Gleichzeitig sorgen wir alle gemeinsam für mehr Diversität und Pluralität im Konzern. Das kann unsere Kreativität nur weiterbringen.“

»

Wir können jetzt von kleinen Abnehmern bis zu den größten Konzernen der Welt alle Kunden beliefern.

«

Gabriel Ramos,
Vertriebsmanager bei SFA Romani





Nachhaltig in die Zukunft



**DORIS GATTERMANN,
DIRECTOR CORPORATE SUSTAINABILITY**

■ Symrise nutzt rund 10.000 unterschiedliche Rohstoffe und Materialien aus aller Welt, die von Tausenden kleinen und großen Firmen geliefert werden. Um unsere Nachhaltigkeitsziele zu erreichen, nehmen die Beschaffung dieser Güter und die Auswahl der Lieferanten deswegen eine enorm wichtige Rolle für uns ein. Es geht um den Schutz von Klima und Umwelt und die Einhaltung von Menschenrechten – wir müssen alle Stakeholder des Konzerns im Blick haben.

Dafür stehen wir seit Jahrzehnten ein, denn Transparenz ist uns wichtig. Mit dem Lieferkettensorgfaltspflichtengesetz (LKSG), das in Deutschland für Symrise ab 2023 verpflichtend einzuhalten ist, haben wir nun umfangreiche Pflichten auferlegt bekommen. Diese wollen wir gerne einhalten, um die Lieferkettentransparenz zu erhöhen, Menschen- und Umweltschutz zu stärken und zugleich unsere Unternehmensinteressen zu berücksichtigen. Außerdem können wir auch die Anforderungen unserer Kunden an die Nachhaltigkeit im Produkt erfüllen, etwa bezüglich des CO₂-Ausstoßes, der Herkunfts- und Anbau- oder Produktionspraktiken oder des Wasserverbrauchs.

Wir prüfen dafür mittlerweile alle unsere Lieferanten auf soziale und Umweltrisiken, was hohen Aufwand bedeutet. Das liegt unter anderem daran, dass wir wegen unserer Akquisitionen der vergangenen Jahre in den verschiedenen Unternehmensteilen sehr unterschiedliche IT-Systeme nutzen. Als Corporate-Sustainability-Team, das konzernübergreifend tätig ist, haben wir gemeinsam mit unserer IT-Abteilung, dem Responsible Sourcing Steering Committee und unserem Serviceprovider Atos eine smarte und zeitgemäße Lösung gefunden. Damit stellen wir genau diese Transparenz her, die wir in den kommenden Monaten weiter ausbauen werden und die uns maßgeblich helfen wird, die Anforderungen des LKSG umzusetzen.

**SASCHA LIESE,
DIRECTOR CORPORATE SUSTAINABILITY**

Der Verlust von biologischer Vielfalt, Ökosystemleistungen und Naturkapital setzt sich weltweit weiter fort, weil die wachsende Weltbevölkerung und sich wandelnde Konsummuster den Klimawandel, die Umweltverschmutzung, den Verlust von Ökosystemen oder auch die Übernutzung natürlicher Ressourcen verstärken. Die 15. Vertragsstaatenkonferenz der UN-Konvention zur biologischen Vielfalt hat Ende 2022 deswegen einen neuen strategischen Plan definiert: das Kunming-Montreal Global Biodiversity Framework. Es soll helfen, die Risiken zu verringern, die sich durch den Verlust von biologischer Vielfalt und Naturkapital für Gesellschaft und Wirtschaft ergeben.

Die Vertragsstaaten sollen nun bis 2030 vier strategische Ziele zum Erhalt von Biodiversität und Natur sowie 23 Einzelziele umsetzen. Die Wirtschaft – und damit wir als Symrise – wird dabei als wichtiger Akteur gesehen: zum Beispiel, wenn es darum geht, nachhaltige Bewirtschaftungspraktiken in Land- und Forstwirtschaft sowie Fischerei und Aquakultur fördern, Pflanzenmaterial aus Wildsammlungen nachhaltig zu nutzen oder die Vorteile aus der Nutzung biologischer Ressourcen mit den Ursprungsländern gerecht zu verteilen.

Wir als Unternehmen sind zudem gefordert, die Auswirkungen unserer Geschäftstätigkeit zu messen, zu bewerten und transparent über damit einhergehende Risiken zu berichten und relevante Umweltinformationen bereitzustellen, damit Konsumenten nachhaltigere Kaufentscheidungen treffen können. Dazu engagieren wir uns als Mitglied in einschlägigen Multi-Stakeholder-Dialogen zum Thema Natur und Biodiversität, zum Beispiel im World Business Council for Sustainable Development, wo wir gemeinsam mit anderen Unternehmen daran arbeiten, diese Anforderungen zu operationalisieren und zügig umsetzen.



**JASPER HÖLZCHEN,
CORPORATE SUSTAINABILITY MANAGER**

Die EU hat sich mit dem „European Green Deal“ Ende 2019 vorgenommen, die Netto-Emissionen von Treibhausgasen bis 2050 auf null zu reduzieren und damit klimaneutral zu werden. Die EU-Taxonomie soll zu diesem Ziel beitragen, indem sie dabei hilft, Investitionen in als nachhaltig klassifizierte Wirtschaftstätigkeiten zu lenken. Die Berichterstattung nach EU-Taxonomie wird ab dem Geschäftsjahr 2022 für bestimmte Unternehmen verpflichtend und muss ab dem Geschäftsjahr 2024 Teil der integrierten Berichterstattung sein.

Die Grundlagen dafür haben wir bei Symrise schon im Jahr 2010 gelegt, denn seitdem berichten wir auch über unsere Nachhaltigkeitsziele und -kennzahlen. Dennoch ist für uns der Schritt zur Berichterstattung nach den Vorgaben zur EU-Taxonomie kein kleiner, weil die Anforderungen hoch sind. Wir arbeiten deswegen fortlaufend daran, uns zu verbessern. Dafür integrieren wir zum Beispiel das Thema Nachhaltigkeit tiefgreifender auf allen Ebenen unserer IT-Landschaft, berücksichtigen es bei Entscheidungsprozessen stärker und wollen noch transparenter über unseren ökologischen Fußabdruck Auskunft geben.

Im Sinne der EU-Taxonomie und unseres konzernweiten Selbstanspruches achten wir dementsprechend bei all unseren Entscheidungen darauf, den Umweltschutz in allen Bereichen sicherzustellen und lassen uns daran auch gerne messen.

Die Einzig- artigen



Symrise arbeitet jedes Jahr an Hunderten von Riechstoffkombinationen für Parfüms, Shampoos, Haushaltsreiniger oder Waschmittel. Ein entscheidender Bestandteil sind patentierte Duftbausteine, die sogenannten Captives. Diese neuen Verbindungen müssen seit jeher olfaktorisch unverwechselbar sein, zudem erneuerbar und nachhaltig. Sie können aus Seitenströmen anderer Branchen stammen und sollten zudem biologisch abbaubar sein. Vor allem aber müssen sie intensiv genug sein, um einer Komposition auch in kleinster Dosierung ihren Stempel aufzudrücken. Damit schützen sie die gesamte Duftkomposition und sichern nachhaltig den Geschäftserfolg von Symrise.

INNOVATION UND ENTWICKLUNG





Laborleiter Dr. Philip Kraft setzt bei der Entwicklung von Captives auch auf die Kreislaufwirtschaft.



0,001%

Spicatanate®
entfalten bereits
große Wirkung
in Parfümöl.

»

In Jacksonville zum Beispiel nutzen wir Seitenströme aus der Papierindustrie, in denen wir Bausteine finden, die attraktiv für Parfümeure sind.

«

Dr. Philip Kraft,
Laborleiter

Wer sich mit Parfüms beschäftigt, ist nicht an der „Pacollection“ des spanischen Modeschöpfers Paco Rabanne vorbeigekommen, insbesondere an dem Unisex-Duft „Crazy Me“. Dieser riecht nach Mimose und Wasabi, dem japanischen Meerrettich. Entwickelt hat ihn die Symrise Senior-Parfümeurin Aliénor Massenet, die den Wasabi-Akkord gezielt um die Verbindung Spicatanate® aufgebaut hat. Dessen Geruch erinnert in Reinform, man mag es kaum glauben, neben Krauseminze (*Mentha spicata* L., woher auch der Name stammt) auch an Knoblauch oder Zwiebel. Allerdings macht genau das seine Stärke aus: In der Kombination mit anderen Stoffen gibt er Kompositionen Fülle, Frische und Fruchtigkeit – und hier die Schärfe von Wasabi. Der Ursprung von Spicatanate® ist ebenfalls etwas Besonderes. Die Verbindung wurde aus Seitenströmen der Orangensaftindustrie entwickelt – genauer gesagt aus den Schalen der Früchte. Mit einem Anteil von gerade einmal 0,001% im Parfümöl entfaltet es bereits große Wirkung.

Verbindungen wie Spicatanate® heißen in der Fachsprache Captives. Für Symrise sind sie besonders wichtig. „Die meisten Duftstoffe, die wir in unseren Formulierungen an die Kunden verkaufen, sind Commodity-Produkte. Die Bestandteile liegen offen, jeder könnte sie nutzen und die Verbindungen auf dem Markt kaufen oder sogar selbst herstellen“, erklärt Sarah Maria Kollenberg. Captives hingegen

sind Duftstoffe, die nur Symrise entwickelt und patentiert hat und damit für 20 Jahre auch als einziges Unternehmen einsetzen darf. „Ein ganzes Parfüm, das wir entwickelt haben, ist dann geschützt, wenn wir mit dem Captive eine Note eingebracht haben, die für Symrise charakteristisch und nicht einfach mit anderen Kombinationen nachzubilden ist“, sagt Sarah Maria Kollenberg, die als Director New Ingredients Management die Prozesse begleitet, optimiert und die Bewertung der Verbindungen im Konzern vorantreibt.

Manche der Captives haben dabei eine sehr hohe Effizienz. Sie werden im Promillebereich eingesetzt, um Düfte zu verfeinern. Andere können aber auch als Füller 10% bis 20% der Mischung einnehmen und für Volumen sorgen. Captives sind Reinstoffe, im Gegensatz etwa zu ätherischen Ölen aus der Natur. Sie werden heute nach Möglichkeit durch komplexe Prozesse nach den Prinzipien der Grünen Chemie aus Seitenströmen anderer Branchen gewonnen. Spicatanate® etwa stammt aus D-Limonen, einem Abfallstoff aus der Orangensaftproduktion. Pearadise®, das nach Birne riecht, wurde aus Nebenströmen von fermentiertem Mais entwickelt. Und Rohsulfat-Terpentinöl, das bei der Papierproduktion als natürlicher Bestandteil von Pinienholz anfällt, ist das Startmaterial für eine neue Symrise Verbindung, die kurz vor dem Abschluss der Entwicklung steht. Es bringt mit einem kienig-krautig-grünen Duft eine weitere Facette in das Portfolio nachhaltiger Captives von Symrise.

In
50%

aller Duftkompositionen setzt Symrise Captives ein.

Die Entwicklung von Captives hat mehrere Grundlagen, die bei Symrise schon traditionell verortet sind. „Wie schon ganz am Anfang unserer Unternehmensgeschichte geht es oft darum, Alternativen zu teuren oder seltenen Stoffen zu finden“, spielt Dr. Nikolas Bugdahn auf die Erfindung des Vanillins an, durch das viele Menschen erstmals den Geschmack von Vanille kennenlernten. Zudem wird die Forschung von den Technologien inspiriert, die Symrise einsetzt, sagt der Leiter der Syntheselabore, in denen die Captives entstehen. „In Jacksonville zum Beispiel nutzen wir Seitenströme aus der Papierindustrie, in denen wir Bausteine finden, die attraktiv für Parfümeure sind“, ergänzt Laborleiter Dr. Philip Kraft, der damit auch auf die Aspekte der Kreislaufwirtschaft anspielt. Mit deren Hilfe werden zunächst eher wertlose Abfallstoffe zu werthaltigen Produkten. Eine weitere Motivation: Captives können auch Trends in der Parfümerie setzen, indem sie biologisch nicht abbaubare oder nicht erneuerbare Riechstoffe ablösen.

Das bedeutet eine Menge Arbeit. Die Entwicklung dauert – wenn es schnell geht – mindestens drei Jahre, oft sind es aber eher sechs bis sieben. Am Anfang steht immer das Syntheselabor. Die Chemiker schauen sich mehrere Hundert Moleküle an und bewerten diese. „Aus einem strukturierten Prozess entstehen so drei bis vier neue Moleküle pro Jahr“, sagt Laborleiterin Franziska Elterlein. Das klingt erst einmal nicht viel, allerdings werden die Captives in Hunderten bis Tausenden Rezepten eingesetzt, vom Shampoo über Waschmittel bis hin zur Feinparfümerie.

„Wir planen unsere Forschung, lesen Patentliteratur, überlegen uns gemeinsam, welche chemischen Strukturen Sinn ergeben“, erklärt Philip Kraft, der seit mehr als 25 Jahren Erfahrung in der Forschung und Entwicklung hat. „Dazu müssen wir immer auch die Kosten im Blick behalten. Die Synthese ist ein aufwändiger Prozess und funktioniert nicht unbedingt immer auf Anhieb.“ Gleichzeitig kann der Designprozess auch Überraschungen bereithalten. „Man kann vor der Synthese nicht genau wissen, wie ein Stoff riechen wird. Daher arbeiten wir auch mit Versuch und Irrtum, um neue Ideen zu bekommen“, ergänzt Franziska Elterlein. Beim Entwicklungsprozess kommt es immer wieder auch auf die Zusammenarbeit im Konzern an. „Wir lassen die Verbindungen zum Beispiel von unseren Kollegen in der Analytik untersuchen“, sagt Philip Kraft. Bestimmte NebenkompONENTEN sind für den Hauptgeruch verantwortlich, weil ihre Schwellenwerte niedriger sind als die der Hauptkomponenten. Die Stoffe müssen deswegen aufwändig genau analysiert werden, damit auch die richtige Verbindung patentiert wird.



Dr. Nikolas Bugdahn leitet die Syntheselabore bei Symrise, in denen die Captives entstehen.



Laborleiterin Dr. Franziska Elterlein und ihre Kollegen entwickeln etwa drei bis vier neue Captives pro Jahr.



»
Die Synthese ist ein aufwändiger Prozess und funktioniert nicht unbedingt immer auf Anhieb.

«

Dr. Franziska Elterlein,
Laborleiterin



»
**Es ist unser
strategisches Ziel,
mit den Captives
unsere Produkte
zu schützen.**

«

Sarah Maria Kollenberg,
Director New Ingredients Management

Ist die Verbindung gefunden, wird sie bei der ersten Evaluierung zunächst in zehnpromiger Verdünnung als Reinstoff, anschließend in Anwendungen wie Duftmischungen oder Cremes gerochen. „Diejenigen, die etwa zu schwach oder sogar unangenehm in der Komposition riechen, entwickeln wir natürlich nicht weiter“, sagt Nikolas Bugdahn. Nach der olfaktorischen Bewertung wird eine Preisabschätzung gegeben, um zu ermitteln, mit welchem Kosten-Nutzen-Verhältnis die Riechstoffe effektiv in einer Komposition eingesetzt werden können. Außerdem werden die Riechstoffe auf ihre Erneuerbarkeit und Bioabbaubarkeit geprüft. Kurz vor Schluss des Prozesses, wenn von den Hunderten entwickelten Verbindungen gerade einmal noch etwa 20 übrig sind, werden die Parfümeure im Konzern intensiv einbezogen. Neben den Experten in Holzminden, von denen einige auch schon zuvor beteiligt waren, bekommen nun 15 Parfümeure in der ganzen Welt, von Singapur über São Paulo und New York bis nach Paris, die Captives zugeschickt. „Dazu gehören auch Anwendungsbeispiele etwa in Duftmischungen und in verschiedenen Dosierungen“, erzählt Sarah Maria Kollenberg.

Die durch das globale Parfümeurs-Team favorisierten Stoffe untersuchen Toxikologen dann eingehend daraufhin, ob sie eventuell negative Effekte auf Mensch oder Natur besitzen, die im Design der Verbindungen noch nicht berücksichtigt wurden. Durch eine Vielzahl von Tests werden Daten über den Stoff und seine Wirkung gesammelt, um Registrierungen in Ländern und Regionen anhand hoher Standards durchführen zu können. Ganz zum Schluss überlegt sich das Team gemeinsam mit der Fertigung, wie das Captive im großen Maßstab produziert werden kann. „Auch das ist nicht einfach, weil manche Stoffe in der Massenproduktion zum Beispiel andere olfaktorische Ergebnisse bringen“, sagt Philip Kraft.



Das Team evaluiert die Moleküle in einer olfaktorischen Analyse.

Wenn die Verbindungen alle Prüfungen bestanden haben, werden sie in den verschiedenen Geschäftseinheiten vorgestellt, um über den Launch als Captive oder Spezialität zu entscheiden. Parallel zu diesen Schritten läuft der Prozess der Patentierung. Interessant ist auch, dass nicht jeder entwickelte Stoff als Captive ins Portfolio aufgenommen wird. „Für manche sehen wir oder die Geschäftseinheiten noch keinen Bedarf“, sagt Nikolas Bugdahn. Manche Erfolgsgeschichten schreiben sich erst später. Die Verbindung Lilybelle® etwa, die wie Spicatanate® aus D-Limonen gewonnen wird, lag mehrere Jahrzehnte im Archiv. „Die Kollegen haben es vor fast 40 Jahren entwickelt, es aber nicht weiterverfolgt, weil es auf einer fünfstufigen Synthese beruhte“, erklärt Philip Kraft. „Diese war damals noch nicht umsetzbar.“ Heute ist sie das, und die Verbindung mit der floralen Maiglöckchen-Note wird erfolgreich als Spezialität von Symrise vertrieben und in einfachen Haushaltsreinigern und hochklassigen Parfüms gleichermaßen eingesetzt.

Die Prozesse sind aufwändig, aber sie lohnen sich. Das sieht man auch daran, dass Symrise die Anzahl der Captives und deren Nutzung kontinuierlich steigert. Als „Symrise Signatur“ wurden sie Anfang 2018 noch in 7% aller Formulierungen eingesetzt – mittlerweile findet man sie in über 50%. „Es ist unser strategisches Ziel, mit den Captives unsere Produkte zu schützen“, sagt Sarah Maria Kollenberg. „Daran arbeiten unsere Synthese-Labore und das Team New Ingredients Management mit Hochdruck.“

Sarah Maria Kollenberg begleitet als Director New Ingredients Management die Prozesse.

15

Experten in der ganzen Welt bekommen die Captives zugeschickt.

Nachhaltigkeit als Kern des Handelns

Der Schutz des Klimas und der Umwelt, soziales Engagement und eine gute Unternehmensführung ziehen sich bei Symrise durch die gesamte Wertschöpfungskette. Das Unternehmen hat bereits seit dem Börsengang 2006 einen strukturierten Prozess aufgesetzt, den es immer weiter verfeinert, erklärt Chief Sustainability Officer Bernhard Kott im Interview. Mit klar definierten Prioritäten, zusammen mit starken Partnern und mit viel Engagement der Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter will Symrise seine ambitionierten Ziele erreichen.

GESELLSCHAFT, KLIMA, BIODIVERSITÄT



Chief Sustainability Officer Bernhard Kott sieht Nachhaltigkeit als integralen Bestandteil der Unternehmensstrategie.

Herr Kott, die Vereinten Nationen haben 17 Ziele für eine nachhaltige Entwicklung festgelegt – die Sustainable Development Goals, kurz SDGs – an denen sich auch Symrise orientiert. Können Sie alle diese Ziele gleichermaßen angehen oder müssen Sie Prioritäten setzen?

Zunächst einmal sind wirtschaftlicher Erfolg, Nachhaltigkeit und gesellschaftliche Akzeptanz bei uns untrennbar miteinander verbunden. Nachhaltigkeit ist ein integraler Bestandteil der Unternehmensstrategie, den wir in allen Prozessen berücksichtigen und stärken. Wir arbeiten deshalb daran, sämtliche SDGs entlang unserer Wertschöpfungskette und transparent für unsere Stakeholder zu erfüllen. Aber natürlich müssen wir auch an einigen Stellen unsere Ressourcen bündeln und uns auf bestimmte Prozesse und Projekte konzentrieren. Alles andere wäre nicht effizient.

Auf welcher Grundlage entscheiden Sie, wo Sie welche Ressourcen einsetzen und worauf Sie besonderen Wert legen?

Wir haben einen strukturierten Prozess gestartet, um unsere Prioritäten auch richtig setzen zu können. Dabei stellen wir die SDGs in den Vordergrund und haben systematisch unsere Ambitionen formuliert, die auch eine Relevanz für unser Geschäft haben. Denn nur, wenn wir den wirtschaftlichen Erfolg mit den Nachhaltigkeitsbemühungen verbinden, können wir etwas erreichen. Dazu wollen wir erstens unseren CO₂-Fußabdruck entlang der Wertschöpfungskette minimieren, zweitens bei der Rohstoffbeschaffung die Nachhaltigkeit unseres Portfolios maximieren, um einen positiveren Einfluss auf Soziales und Umwelt zu haben, und drittens unter dem Begriff „Care“ die Lebensbedingungen unserer Stakeholder verbessern. Darunter haben wir wiederum eine ganze Reihe konkreter Ziele formuliert.

Wie beziehen Sie in diesen Prozess die Stakeholder mit ein?

Mit einer Wesentlichkeitsanalyse haben wir die für uns bedeutenden Nachhaltigkeitsthemen herausgefunden, indem wir uns die drei oben genannten Bereiche intensiv angeschaut haben. Dafür haben wir unter anderem 1.300 Mitarbeiter und Experten, darunter Kunden, Investoren oder Lieferanten befragt. Die Schlüsselfrage war: Was sind die Hauptauswirkungen unserer Geschäftstätigkeit auf Umwelt, Natur und die Gesellschaft?

Was war das Ergebnis?

In der Analyse haben wir vier Top-Prioritäten identifiziert: Klimaschutz und Anpassung an den Klimawandel, Beschaffungspraktiken und Menschenrechte, Rohstoffe und Kreislaufwirtschaft sowie Umweltschutz und Biodiversität.

Wie füllen Sie diese im Einzelnen?

Beim Thema „Klimaschutz und Anpassung an den Klimawandel“ verfolgen wir zum Beispiel das Ziel, unsere Treibhausmissionen im Scope 1 und 2 so zu verringern, dass wir im Jahr 2030 in diesem Bereich klimapositiv sind. Dazu gehören Energien wie Öl und Gas, die Energiedienstleister an uns liefern, und der Strom, den wir selbst erzeugen oder von Stromlieferanten beziehen. Schon seit 2020 nutzen wir übrigens nur noch Strom aus erneuerbaren Quellen. Beim Scope 3, der die Emissionen umfasst, die etwa bei der Rohstoffherzeugung oder beim Transport entstehen, wollen wir dann im Vergleich zu 2020 die Effizienz um 30 % bis 2025 gesteigert haben. Dafür haben wir einen Low Carbon Transition Plan entwickelt, den wir mit vielen Projekten angehen. Unsere Ziele sind von der Science Based Targets Initiative mit dem höchsten Ambitionsgrad anerkannt (siehe auch Seite 54). So wollen wir bis 2045 in der gesamten Lieferkette klimaneutral sein, inklusive der durch Lieferanten erzeugten Rohstoffe.

Beim Scope 3 hängt Ihr Erfolg ja auch davon ab, was Ihre Zulieferer tun. Wie können Sie dort Einfluss nehmen?

■ Mit allen unseren Hauptlieferanten sind wir ständig im Gespräch darüber, wie sie sich unseren ehrgeizigen Science Based Targets annähern können. 87% von ihnen haben mittlerweile eigene Klimaschutzziele ausgegeben. Auch bei unseren kleineren Zulieferern haben wir die ESG-Kriterien im Blick, also die Bereiche Umwelt (Environmental), Soziales (Social) und verantwortungsvolle Unternehmensführung (Governance).

Damit kommen wir zum Thema „Beschaffungspraktiken und Menschenrechte“. Wie ist der Stand da?

■ Seit Anfang 2023 gilt das deutsche Lieferkettengesetz, dessen Vorgaben wir ab diesem Jahr erfüllen müssen. Anfang 2024 müssen wir über unsere Risiken und Abhilfemaßnahmen berichten. Wir übernehmen aber jetzt schon die Verantwortung für unsere Zulieferer, etwa bei der Achtung international anerkannter Menschenrechte und bestimmter Umweltstandards. Das ist nicht trivial, wenn wir sehen, dass wir mit mehr als 15.000 direkten und indirekten Lieferanten weltweit zusammenarbeiten. Gegen Ende 2023 erwarten wir noch das Lieferkettengesetz auf EU-Ebene, das wahrscheinlich noch strengere Vorgaben enthält und spätestens nach zwei Jahren in nationales Recht umgewandelt werden muss. Bereits 2021 haben wir damit begonnen, einen systematischen Prozess einzuführen, um die Menschenrechts- und Umweltrisiken unserer Lieferanten identifizieren zu können, und gleich zu Anfang letzten Jahres hat der Vorstand die Grundsatzerklärung zu Menschenrechten veröffentlicht. Weiterhin haben wir Mitte des letzten Jahres eine Richtlinie zur verantwortungsvollen Beschaffung und den Verhaltenskodex für Lieferanten veröffentlicht.

Sie haben außerdem das Amt eines Menschenrechtsbeauftragten im Konzern eingeführt.

■ Bereits im April 2021 hat unser „Responsible Sourcing Steering Committee“ (RSSC) seine Arbeit aufgenommen, in dem unser Corporate Sustainability Team mit den Einkaufsleitern der Segmente und deren Nachhaltigkeitsleitern die Vorgaben des Lieferkettensorgfaltspflichtengesetzes umsetzen. Die vom Vorstand neu berufene Funktion des Menschenrechtsbeauftragten überwacht die Umsetzung des Riskmanagements zu unseren Lieferanten sowie die eingeleiteten Abhilfe- und Präventionsmaßnahmen. Darüber hinaus hat der Menschenrechtsbeauftragte einen Beschwerdemechanismus installiert, über den externe Interessenvertreter anonym Meldungen in Bezug auf Menschenrechte und Umwelt an das Sustainability Office richten können, ohne Repressalien befürchten zu müssen.

Beim dritten Punkt „Rohstoffe und Kreislaufwirtschaft“ geht es auch um den Einkauf von Produkten. Wie kommt es zu dem Fokus auf die Kreislaufwirtschaft?

■ Sie ist schon länger einer der Kerne unseres Geschäftsmodells, wir haben nur nie so viel darüber gesprochen. Wir setzen auf Circular Economy in unserem gesamten Rohstoff- und

Produktportfolio, indem wir Rohstoffe möglichst zu 100% verbrauchen, Reststoffe vermeiden oder Materialien wieder in Produktionsprozesse zurückführen und so wertschätzen – und Recyclingkosten vermeiden. Bei einem Drittel unserer Duftkompositionen zum Beispiel basieren die Inhaltsstoffe auf Holz, das wir auf diese Weise nutzen. Die Kreislaufwirtschaft wird entscheidend sein, um die Klima- und Umweltziele zu erreichen. Denn es ist ganz klar: Wir verbrauchen zu viele Rohstoffe, wir muten der Erde zu viele Abfälle zu – und wir nutzen das, was sie uns bietet, nicht einmal vollständig. In der Lebensmittelindustrie etwa geht ein Drittel der globalen Agrarproduktion heute entlang der Nahrungskette verloren oder wird verschwendet. 50% der globalen Treibhausgasemissionen und 90% des Verlusts der Artenvielfalt werden zudem durch die Rohstoffförderung und -verarbeitung verursacht.

Ihre Ziele werden ergänzt um den letzten Punkt: Umweltschutz und Biodiversität. Wie wollen Sie hier weiter vorankommen?

■ Symrise hat sich schon im Jahr 2010 eine Klimastrategie gegeben, die uns in allen Bereichen nachhaltiger machen sollte. Wir haben uns also gut positioniert. Damit das so bleibt, stellen wir uns vielen Zertifizierungen, richten uns an den Science Based Targets aus und berichten transparent über unsere Nachhaltigkeitsaktivitäten. Außerdem beteiligen wir uns an Initiativen. Ein Beispiel dafür: Eder Ramos, unser Globaler Präsident für den Bereich Fragrance, ist im Juni 2022 zum ehrenamtlichen Vorsitzenden der Union for Ethical BioTrade (UEBT) gewählt worden, die als internationale gemeinnützige Organisation die verantwortungsvolle Beschaffung von natürlichen Rohstoffen fördert. Hier können wir uns also aktiv einbringen. Ein weiteres Beispiel: Wir integrieren mittlerweile naturbezogene Risiken und Chancen in unsere Entscheidungsfindung, wie sie die internationale Task Force on Nature-related Financial Disclosure vorgibt.

Anfang 2023 kam die Nachricht, dass Symrise beim jährlichen Nachhaltigkeits-Rating der renommierten gemeinnützigen Organisation CDP – dem früheren Carbon Disclosure Project – erneut Bestnoten erreicht hat. Wie wichtig sind solche Auszeichnungen?

■ Wir freuen uns immer wieder sehr darüber, weil sie zeigen, dass unsere engagierte Arbeit Früchte trägt. Symrise erhielt dreimal die Note A im jährlichen Nachhaltigkeits-Rating von CDP. Wir erhielten die Bewertung für den Schutz von Klima, Wasser und Wald. Basierend auf den Daten des CDP aus dem 2022er Programm gehört Symrise zu den 13 Unternehmen, die drei Mal die Note „A“ erhielten – von insgesamt 18.700 teilnehmenden Unternehmen weltweit. Damit konnte Symrise zum dritten Mal in Folge die strengen Nachhaltigkeitskriterien erfüllen und an die Auszeichnungen der Vorjahre anknüpfen. Wir sind also weiterhin auf einem sehr guten Weg, den wir gemeinsam mit unseren Mitarbeiterinnen, Mitarbeitern und Partnern weiter gehen werden.



**Wir wollen bis
2045 in der gesam-
ten Lieferkette
klimaneutral sein,
inklusive der
durch Lieferanten
erzeugten Rohstoffe.**



Bernhard Kott,
CSO bei Symrise



03

Nachhaltigkeit & Verantwortung

90 Highlights 2022 — 91 Publikationen zur Nachhaltigkeit 2022 —
92 Ratings & Rankings 2022 — 94 Nachhaltigkeitsmanagement
— 96 Unsere wesentlichen Themen — 98 Ziele und Management
unserer Nachhaltigkeitsthemen — 102 Klimaschutz & -anpassung —
104 Umweltschutz & Biodiversität — 106 Rohstoffnutzung &
Kreisauflösungen — 108 Beschaffung & Menschenrechte

Mit unserer Nachhaltigkeitsberichterstattung erfüllen wir die Richtlinien der Global Reporting Initiative (GRI) in der Fassung der „GRI Standards“ (2021) inklusive aller Updates der vergangenen Jahre.

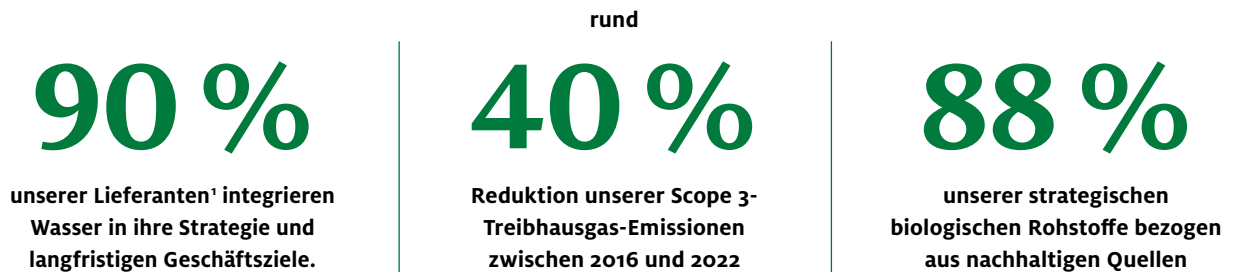
Als aktives Mitglied des Global Compacts leiten uns sowohl deren universelle Prinzipien für eine verantwortungsvolle Unternehmensführung als auch die nachhaltigen Entwicklungsziele der Vereinten Nationen – die Sustainable Development Goals (SDGs). Zu deren Erreichung tragen wir aktiv bei – entlang unserer gesamten Wertschöpfungsketten von der Rohstoffgewinnung und Produktentwicklung bis hin zu unseren Kundenbeziehungen.

Unser nachhaltiges Wirken erfolgt entlang dieser Wertschöpfungsstufen und unserer wesentlichen Themen. Die vier Themen, bei denen wir eine besondere Verantwortung, aber auch einen großen Einflussbereich haben, stehen im Fokus des folgenden Kapitels. Nachhaltige Partnerschaften und der Dialog mit unseren Mitarbeitern und Stakeholdern sind

dabei unsere zentrale Ausgangsbasis und unser Ansporn. Die folgenden Seiten bilden in diesem Sinne die Perspektiven einiger interner Gesprächspartner auf unsere in der Wesentlichkeitsanalyse identifizierten Themen und die damit einhergehenden größten Herausforderungen ab.

Alle quantitativen und qualitativen Transparenzinformatio- nen, unseren strategischen Ansatz sowie die Management- konzepte 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.

Highlights 2022



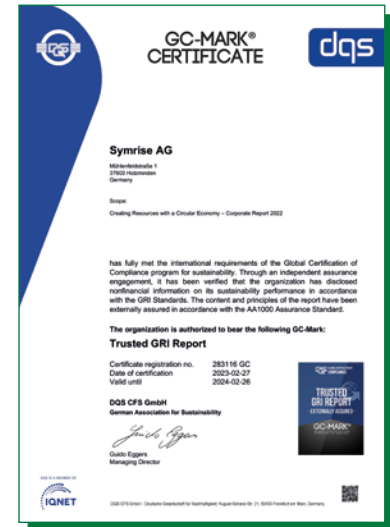
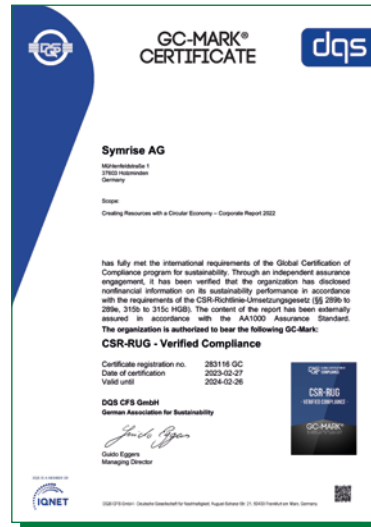
NEUE PARTNERSCHAFTEN 2022

Beitritt zu und Unterzeichnung von folgenden neuen Initiativen, Commitments und partnerschaftlichen Allianzen

- Renewable Carbon Initiative
- Low Carbon Transition Project
- ProSpecieRara

¹ Anteil bezogen auf unsere im Berichtsjahr als strategisch definierten Lieferanten, die am CDP Supply Chain Programm teilgenommen haben.

Publikationen zur Nachhaltigkeit 2022



Fokus Unternehmensbericht

- Integrierte Unternehmensstrategie
- Zentrale nichtfinanzielle Steuerungskennzahlen
- Nachhaltigkeitsmanagement im Überblick
- Fokus auf wesentliche Themen und Sustainable Development Goals (SDG)
- Nachhaltigkeitsrankings & -ratings

Fokus Nachhaltigkeitsbilanz

- Alle Kennzahlen und Informationen gemäß GRI Standards
- Nichtfinanzieller Bericht gemäß § 289b Abs. 3 HGB
- Fortschrittsmitteilung für den Global Compact
- SFDR Index mit „Principal Adverse Impact“-Kennzahlen
- TCFD-Index mit Verweisen in den CDP-Fragebögen
- SASB-Index zu abgedeckten Berichtsanforderungen
- Erklärung zur EU-Taxonomie

Erhältlich unter:

www.symrise.com/de/unternehmensbericht/2022/de/nachhaltigkeit-verantwortung/nachhaltigkeitsbilanz.html



Auf unserer Website stellen wir außerdem den kompletten CDP-Fragebogen 2022 von Symrise zur Verfügung. Dort finden sich auch sämtliche Symrise Policies zum Download.

www.symrise.com/de/nachhaltigkeit/reports-policies-standards-audits/#cdpberichterstattung

Gut bewertet

Auch im Jahr 2022 wurde Symrise wieder in mehreren externen Ratings und Rankings für seine Nachhaltigkeitsstrategie und -maßnahmen ausgezeichnet. Eine Auswahl zeigt, in welchen Bereichen das Unternehmen ganz vorne mit dabei ist.

ISS ESG



Verbessert zum Vorjahr

■ Rund 10.000 überwiegend börsennotierte Unternehmen werden jährlich von der international führenden Ratingagentur ISS ESG bewertet – die Abkürzung steht für Environmental, Social und Governance. Im aktuellen Rating verbesserte sich Symrise Mitte 2022 vom Status Prime C+ auf B-. Damit liegt das Unternehmen unter den besten 10% seiner Branche.

Sustainalytics



ESG-Leistung gut bewertet

■ Das Unternehmen Sustainalytics bewertet Firmen weltweit danach, welche Risiken deren ökologischen, sozialen und Corporate-Governance-Anstrengungen drohen. Symrise erreichte dabei Platz 25 von 540 Unternehmen im Bereich Chemie.

Global ESG Monitor



Erster im Ranking

■ Der Global ESG Monitor hat die nichtfinanzielle Berichterstattung in 625 ESG-Berichten von 350 globalen, börsennotierten Konzernen analysiert. Die deutschen Unternehmen liegen insgesamt an der Spitze – und unter diesen nimmt wiederum Symrise den ersten Platz im Ranking ein.

Carbon Disclosure Project



Eines von 13 – aus 18.700

■ Die gemeinnützige Organisation Carbon Disclosure Project (CDP) zeichnet bei ihrem jährlichen Nachhaltigkeitsrating Unternehmen aus, die sich in den Kategorien Klima, Wasser und Wald besonders hervortun. Symrise hat im Jahr 2022 wieder in allen drei Bereichen die höchste Auszeichnung A erreicht und steht damit als weltweit eines von nur 13 Unternehmen auf der sogenannten Triple-A-List. Insgesamt wurden 18.700 Unternehmen beurteilt.

Purpose Readiness Index

Zukunftsfähig und nachhaltig

■ Für den Globeone Purpose Readiness Index (PRI) bewerten mehr als 4.300 Konsumenten rund 130 Organisationen dazu, ob sie zukunftsfähig, authentisch, verantwortungsvoll und nachhaltig handeln und wirken. Im Index hat Symrise Platz 24 von 112 belegt und ist mit einem Score von 67,9 besser als der Durchschnitt der Pharma- und Chemiebranche, der bei 64,6 Punkten lag.

**DQS**

Gewinner in der Kategorie „Biodiversität“

■ Sechs von 60 nominierten Unternehmen erhielten im Jahr 2022 den Sustainability Heroes-Award, den die Deutsche Gesellschaft für Qualität (DGQ) und die Deutsche Gesellschaft für Nachhaltigkeit (DQS) gemeinsam in sechs Kategorien vergeben. Symrise überzeugte als Gewinner in der Kategorie „Biodiversität“, für deren Erhalt das Unternehmen gemeinsam mit den Stakeholdern aus Wirtschaft, Wissenschaft und Gesellschaft eintritt.

**Science Based Targets-Initiative**

Höchste Standards erfüllt

■ Das Carbon Disclosure Project (CDP), das United Nations Global Compact, das World Resources Institute und der World Wide Fund for Nature haben die Science Based Targets-Initiative begründet, der sich mittlerweile mehr als 1.000 Unternehmen angeschlossen haben. Gemeinsam wollen sie wissenschaftlich fundierte Klimaziele setzen. Eine Kommission der Initiative überprüft regelmäßig, ob die Unternehmen dazu beitragen, den weltweiten Temperaturanstieg einzudämmen. Symrise erfüllt erneut den höchsten Standard der SBTi.

**BSB Innovation Awards**

Fünf Preise im Bereich Kosmetik

■ Bei den renommierten europäischen BSB Innovation Awards hat Symrise 2022 fünf Preise gewonnen. Unter anderem wurde der kosmetische Inhaltsstoff SymHair® Thermo zum innovativsten Naturprodukt in der Haarpflege gewählt. Die App Track4Trust™ wurde ausgezeichnet, weil sich mit ihr die Herkunft von Inhaltsstoffen benutzerfreundlich und innovativ nachverfolgen lässt. Und der kosmetische Inhaltsstoff Crinipan® PMC green wurde zum Gewinner in der Kategorie Umwelt gekürt.



Nachhaltigkeitsmanagement

Nachhaltigkeit ist ein integraler Bestandteil des Geschäftsmodells, der Unternehmensstrategie und des Unternehmenszwecks von Symrise. Letztlich basiert unsere Geschäftstätigkeit auf der verantwortungsvollen Nutzung und damit Bewahrung natürlicher Ressourcen und der Vielfalt der Natur.

Geschäftsgrundlage Nachhaltigkeit

Unsere Geschäftsprozesse folgen in weiten Bereichen den Prinzipien der Kreislaufwirtschaft. Die für Symrise maßgeblichen Nachhaltigkeitsaspekte bündeln wir in den vier Säulen Umweltschutz (Footprint), nachhaltige Innovation (Innovation), Rohstoffbeschaffung (Sourcing) sowie Mitarbeiter und Gesellschaft (Care). Für jede Säule sind konkrete Ziele bis 2025 hinterlegt (siehe S. 35). Sie stehen in unmittelbarem Bezug zu unseren wesentlichen Themen und leiten sich unter anderem aus den Sustainable Development Goals (SDGs) der Vereinten Nationen ab. Durch diesen umfassenden Ansatz verbindet unser Geschäftsmodell wirtschaftlichen Erfolg mit nachhaltiger Unternehmensführung und gesellschaftlicher Akzeptanz.

Alle sind gefordert

Nachhaltigkeit ist bei Symrise Angelegenheit aller Mitarbeiter. Jeder ist gefordert, im eigenen Tätigkeits- und Verantwortungsbereich permanent die Arbeitsabläufe auf beispielsweise Effizienz, Sicherheit und sparsamen Ressourceneinsatz hin zu überprüfen und Ideen für Verbesserungen zu entwickeln. Ein globales Netzwerk von mehr als 150 Nachhaltigkeitsbotschaftern (Sustainability Ambassadors) treibt an den Unternehmensstandorten gezielte Initiativen zum Energie- und Abfallmanagement, Klima-, Wasser- und Umweltschutz sowie zu Arbeitssicherheit und Gesundheit voran. Die Führungskräfte stehen in der Verantwortung, das Thema Nachhaltigkeit in ihren Teams zu operationalisieren und konkrete Ziele zu

setzen. Nachhaltigkeitsziele sind auch Bestandteil der individuellen Zielvorgaben für alle Führungskräfte einschließlich der Mitglieder des Vorstands. So treiben wir unseren Nachhaltigkeitsansatz in allen Unternehmensbereichen konsequent voran. Das globale und geschäftsbereichsübergreifende Symrise Sustainability Board sorgt für die Integration unserer Nachhaltigkeitsprinzipien in die Kernprozesse: Unter dem Vorsitz des Chief Sustainability Officers (CSO) kommen mehrmals jährlich Vertreter des Managements aus Geschäftsbereichen und Stabsabteilungen 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 Taste, Nutrition & Health sowie Scent & Care und je einen Vertreter der Stabsabteilungen Personal, Finanzen / Investor Relations, Corporate Communications und Corporate Sustainability benannt. Außerdem wurde mit Blick auf das 2023 in Kraft tretende Lieferkettensorgfaltspflichten-gesetz (LkSG) auch der Leiter des Responsible Sourcing Steering Committees in das Sustainability Board aufgenommen. Die direkte Verantwortung für die Strategie liegt beim Vorstandsvorsitzenden der Symrise AG, dem kontinuierlich über den Fortschritt aller Nachhaltigkeitsaktivitäten berichtet wird.

SYMRISE SUSTAINABILITY ORGANISATION

Im Dialog mit Stakeholdern und Ratingagenturen

Symrise erfährt vielfältige externe Anerkennung für sein Engagement im Bereich Nachhaltigkeit. So haben wir 2022 im dritten Jahr zufolge von der Deutschen Gesellschaft für Nachhaltigkeit einen der „Sustainability Heroes Awards“ verliehen bekommen und wir erreichten 2022 bei CDP ebenfalls zum dritten Mal in Folge die Bestnoten A in den Kategorien Klima, Wasser und Wald. 2022 haben wir im „Purpose Readiness Index“ mit einem Score von 67,9 den durchschnittlichen Wert unserer Branche Chemistry & Pharma übertroffen und haben einen guten 24. Platz von insgesamt 112 bewerteten Unternehmen erreicht. Das macht uns stolz und spornt uns an, unsere Nachhaltigkeitsaktivitäten weiter zu intensivieren. Zugleich wachsen aber auch die Herausforderungen unaufhörlich, wie die zunehmend negativen Folgen der Klimakrise, der Biodiversitätsverlust, ein verantwortungsvoller Umgang mit Ressourcen oder auch die gravierenden Auswirkungen der weltweiten Covid-19-Pandemie und des Angriffskriegs von Russland in der Ukraine. Symrise sucht den Dialog mit allen relevanten Stakeholder-Gruppen, um aktuelle Entwicklungen zu diskutieren und die Anforderungen der verschiedenen Anspruchsgruppen an eine nachhaltige Unternehmensführung aufzunehmen. Beispiele hierfür sind die verschiedenen Komitees des WBCSD, die weltweiten Verbände IFRA und IOFI oder Initiativen wie OP2B und die Allianz für Entwicklung und Klima.

Ein besonders enger Informationsaustausch besteht mit den Aktionären des Unternehmens, mit Investoren, Stimmrechtsvertretern und Ratingagenturen im Bereich Nachhaltigkeit. Bei der Kommunikation unserer ESG-Performance an Investoren verfügen vor allem die Ratingagenturen MSCI, Sustainalytics und ISS ESG über eine hohe Qualität und einen hohen Wirkungsgrad für unser Unternehmen. Darüber hinaus wird unsere Nachhaltigkeitsleistung regelmäßig von international anerkannten Institutionen wie CDP, EcoVadis oder SEDEX bewertet. Sowohl Kunden als auch Investoren sind an einer kontinuierlichen Weiterentwicklung unserer Nachhaltigkeitsberichterstattung interessiert, um die Transparenz unserer Geschäftsprozesse zu erhöhen und die Chancen und Risiken unserer Geschäftstätigkeit noch besser einschätzen zu können.

Chief Executive Officer

Chief Sustainability Officer

Sustainability Board



Dr. Heinz-Jürgen Bertram,
CEO



Bernhard Kott,
CSO



Gaëlle Bathany,
Cosmetic Ingredients
Marketing &
Sustainability



Mark Birch,
Sustainability Taste,
Nutrition & Health



Dr. Stephanie
Coßmann, Human
Resources & Legal



Dr. Marcus Eh,
Sustainability Aroma
Molecules



Tobias Erfurth,
Investor Relations



Dr. Helmut Frieden,
Corporate
Sustainability



Doris Gattermann,
Corporate
Sustainability



Marie Le Henaff,
Sustainability Taste,
Nutrition & Health



Jasper Hölzchen,
Corporate
Sustainability



Michael Klamm,
Global Procurement,
Scent & Care



Sascha Liese,
Corporate
Sustainability



Friedrich-Wilhelm
Micus, Corporate
Communications



Dr. Philippa Smith,
Sustainability
Scent & Care

Weltweit über 150 Sustainability
Ambassadors

Über 12.000 Mitarbeiterinnen und
Mitarbeiter in mehr als 40 Ländern

Unsere wesentlichen Themen

Mit dem umfassenden Update unserer Wesentlichkeitsanalyse schärfen wir die strategischen Prioritäten unseres Nachhaltigkeitsmanagements. Ganz oben auf der Agenda: Klimaschutz, Kreislaufwirtschaft, Biodiversität und Menschenrechte.

Im Berichtsjahr 2022 haben wir unsere Wesentlichkeitsanalyse in einem umfangreichen Analyseprozess, bestehend aus mehreren Onlinebefragungen und qualitativen Interviews mit zentralen Stakeholdern, aktualisiert.

In diesem Zuge wurden Themenbezeichnungen und -inhalte, wo sinnvoll, überarbeitet und neu geclustert. Beispielsweise wurde das Thema „Schutz der Biodiversität“ in „Umweltschutz & Biodiversität“ erweitert oder die zuvor separat bewerteten Themen „Nachhaltige Partnerschaften“ und „Unterstützung lokaler Gemeinschaften“ wurden mit Blick auf inhaltliche Trennschärfe zu „Partner & Gemeinschaften“ zusammengefasst. „Attraktivität als Arbeitgeber“ wurde in angrenzende Themen integriert. Das Management von Klimarisiken durch Symrise wird mit dem Thema „Klimaschutz & -anpassung“ nun – über die Bekämpfung der Klimakrise hinaus – explizit adressiert.

Mit den über 30 Interviews von Führungskräften, Vorstandsmitgliedern und Experten verschiedener Stakeholder-Gruppen – Investoren, Kunden, NGOs, Wissenschaft, Politik und Verbände – wurde die qualitative Aussagekraft der diesjährigen Analyse damit noch einmal gesteigert.

Im Ergebnis wurden die vier Themen „Klimaschutz & -anpassung“, „Umweltschutz & Biodiversität“, „Rohstoffnutzung & Kreislaufösungen“ sowie „Beschaffung & Menschenrechte“ als die Themen für Symrise mit der höchsten Wesentlichkeit und damit strategisch prioritärer Relevanz identifiziert. Die vier erstgenannten Themen wurden dabei sowohl hinsichtlich ihrer Geschäftsrelevanz als auch in der Auswirkungsperspektive am höchsten bewertet. Mitarbeiter und Management eint dabei der inhaltliche Fokus. Das Thema „Klimaschutz und -anpassung“ ist stakeholderübergreifend das wesentlichste Thema. Von Experten wurde ebenfalls das Thema „Partner & Gemeinschaften“ als zentraler Hebel für Symrise benannt, um gemeinsam mit Partnern einen positiven Einfluss über das eigene Unternehmen hinaus und damit Strahlkraft und Multiplikatorenwirkung auf die Branche zu entfalten. Vonseiten des Managements wurde vor allem die Bedeutung der Themen „Produktinnovation und -design“ sowie „Produktqualität und -sicherheit“ für die Wertschöpfung des Unternehmens betont.

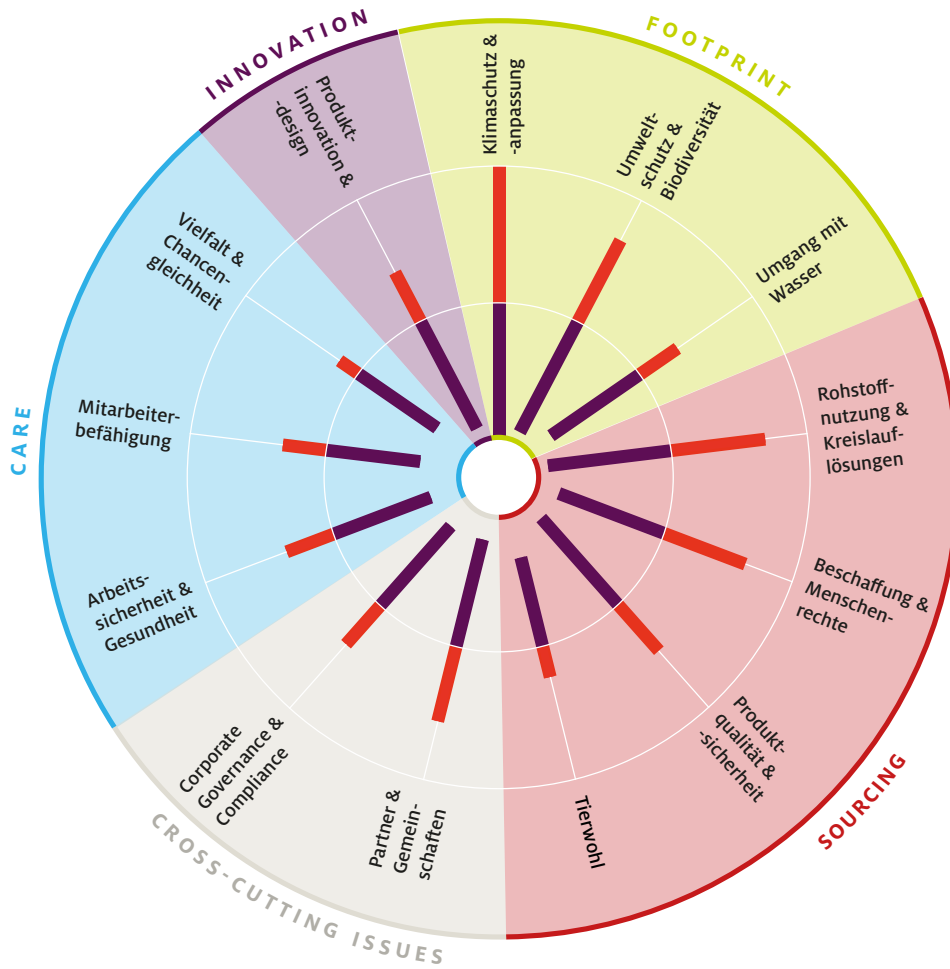
Im Vergleich zur letzten Wesentlichkeitsanalyse aus dem Jahr 2019 unterstreichen diese Ergebnisse wiederholt den Nachhaltigkeitsfokus von Symrise im Bereich „Footprint & Sourcing“ – mit dem

»

Die Ergebnisse unserer Wesentlichkeitsanalyse bringen unser strategisches Nachhaltigkeitsverständnis auf den Punkt: Klima, Biodiversität, Kreislaufwirtschaft und Menschenrechte haben für Symrise höchste Priorität.

«

Bernhard Kott,
Chief Sustainability Officer Symrise



■ Geschäftsrelevanz
■ Auswirkungen auf Umwelt und Gesellschaft



Symrise kann Lieferanten positiv beeinflussen, klimarelevante Maßnahmen zu implementieren.



Dr. Helmut Frieden,
 VP Corporate Sustainability

Unterschied, dass Klima dieses Jahr klar an erster Stelle steht. Biodiversität rückt außerdem zum ersten Mal unter die Top 4 Themen von Symrise auf. Der „Umgang mit Wasser“ sowie „Corporate Governance & Compliance“ verlieren in diesem Jahr vergleichsweise an Bedeutung. Mit Blick auf die höher bewerteten Produktthemen aus Sicht des Managements mag Letzteres als die fortlaufende Verlagerung des Schwerpunkts von Nachhaltigkeit – von der allgemeinen Governance und einem spezifischen Umweltmanagement hin zur ganzheitlicheren Transformation von Produkt und Kerngeschäft – interpretiert werden.

Die Ergebnisse der Wesentlichkeitsanalyse wurden abschließend im Sustainability Board diskutiert und validiert. Diese stecken damit zugleich den Rahmen für unsere Nachhaltigkeitsberichterstattung (Nachhaltigkeitsbericht und Unternehmensbericht) in Vorbereitung auf die CSRD ab.

Ziele und Management unserer Nachhaltigkeitsthemen



Eine ausführliche Beschreibung unserer Managementansätze mit Zielen und Maßnahmenbeschreibungen zu allen Nachhaltigkeitsthemen finden Sie in unserer Online-Nachhaltigkeitsbilanz unter:

www.symrise.com/de/unternehmensbericht/2022/de/nachhaltigkeit-verantwortung/nachhaltigkeitsbilanz.html

- ↑ Verbesserung
- Gleichbleibend
- ↓ Verschlechterung

1 Alle Werte bezogen auf die Wertschöpfung
 2 Bezogen auf die Markteinführung in den vergangenen drei Jahren
 3 Basierend auf 90 % (bis 2025) des Einkaufsvolumens
 4 Environment, Labor, Human Rights, Health&Safety, Business Integrity, Ethics, Sustainable Procurement
 5 Anteil bezogen auf unsere im Berichtsjahr als strategisch definierten Lieferanten, die am CDP Supply Chain Programm teilgenommen haben.

THEMA	AUSGEWÄHLTE ZIELE
Klimaschutz & -anpassung	Ab 2030 wird Symrise klimapositiv sein.
Rohstoffnutzung & Kreislaufösungen	Bis 2025 Verbesserung der Öko-Effizienz des chemischen Sauerstoffbedarfs (CSB) im Abwasser sowie unserer Sensitiven Abfälle um 4 % jährlich bis 2025, bzw. um insgesamt 60 % gegenüber 2010. ¹
Umweltschutz & Biodiversität	Nachhaltige Beschaffung aller strategischen biologischen Rohstoffe bis 2025.
Beschaffung & Menschenrechte	Bis 2025 den Anteil unser Lieferanten ³ , die nach Nachhaltigkeitskriterien ⁴ bewertet sind, auf 100 % steigern. Nachhaltige Beschaffung aller strategischen biologischen Rohstoffe bis 2025.
Partnerschaften & Gemeinschaften	Gewährleistung und Steigerung von Vertrauen, Wissenstransfer und Synergien zwischen den eigenen Unternehmen und NGOs, Lieferanten, politischen Institutionen und Partnern vor Ort. Erhalt und Ausbau des partnerschaftlichen Engagements mit den lokalen Partnern und Gemeinschaften vor Ort.
Produktqualität & -sicherheit	Erhalt des hohen Niveaus des Produktsicherheitsmanagements .
Produktinnovation & -design	Jährliche Entwicklung neuer Produkte unter Berücksichtigung nachhaltiger Kriterien, die einen Umsatzanteil von mehr als 15 % der letzten drei Jahre ausmachen.

ZIELERREICHUNG 2022	FORTSCHRITT ZU 2021	MANAGEMENT-METHODE	WERTSCHÖPFUNG	SDGS
<p>Reduktion der Scope 3 Treibhausgas-Emissionen zwischen 2016 bis 2022 um rund 40%. Nun wollen wir die absoluten Emissionen bis 2025 um 15% gegenüber 2020 senken.</p> <p>85% unserer Lieferanten⁵ berichten THG-Emissionen.</p>	↑	TCFD-Commitment, CDP Climate Change	<p>Produktentwicklung & Herstellungsverfahren</p> <p>Kunden & Konsumenten</p>	
<p>Die Effizienz des chemischen Sauerstoffbedarfs im Abwasser¹ hat sich im Berichtsjahr um 11,2% erhöht.</p> <p>Durch Produktionssteigerungen an den größten Standorten und Anpassung des Produktportfolios an die Kundenbedürfnisse ist der Anteil an sensiblen Abfällen gestiegen.</p>	↓	Green-Chemistry Ansatz, Rückgewinnung durch patentiertes Symtrap® Verfahren	<p>Rohstoffe</p> <p>Produkte & Herstellungsverfahren</p>	
<p>Nachhaltiger Bezug von 88% unserer strategischen biologischen Rohstoffe im Jahr 2022.</p>	↑	<p>Nachhaltiges Lieferkettenmanagement, Rohstoffzertifizierungen, Rückwärtsintegration, CDP Forest</p> <p>Engagement in diversen internationalen (Branchen-)Initiativen</p>	Rohstoffe	
<p>87% unserer Lieferanten³ nach Nachhaltigkeitskriterien⁴ bewertet.</p> <p>Nachhaltiger Bezug von 88% unserer strategischen biologischen Rohstoffe im Jahr 2022.</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.); das Lieferkettensorgfaltspflichtengesetz wird die Bewertung der Lieferanten zu Nachhaltigkeitskriterien in 2023 auf nahezu 100 % treiben</p> <p>Interne und externe Audits sowie Zertifizierungen; Lieferantenbewertungen (SEDEX / EcoVadis) und Lieferantenaudits</p>	<p>Rohstoffe</p> <p>Produktentwicklung & Herstellungsverfahren</p>	
<p>Weiterführung langfristiger Projektpartnerschaften.</p> <p>2022 Beitritt zu neuen Initiativen: beispielweise Renewable Carbon Initiative, Low Carbon Transition Project.</p> <p>Bedarfsorientierte Unterstützung lokaler Gemeinschaften (karitativ, sozial) an Orten, aus denen Symrise seine strategischen Rohstoffe bezieht.</p>	→	<p>Engagement in diversen internationalen Branchenkooperationen, Partnerschaften und wettbewerbsfähigen Ansätzen</p> <p>Bedarfsprüfungen auf Standortebene</p>	<p>Rohstoffe</p> <p>Produktentwicklung & Herstellungsverfahren</p> <p>Kunden & Konsumenten</p>	
<p>Keine signifikanten Vorfälle hinsichtlich Produktsicherheit im Jahr 2022.</p>	→	Interne und externe Audits; Sicherheitszertifizierungen	<p>Produktentwicklung & Herstellungsverfahren</p> <p>Kunden & Konsumenten</p>	
<p>Mit 15,1% Umsatz aus neuen Produktentwicklungen² haben wir unseren Zielwert im Berichtsjahr zum wiederholten Mal übertroffen.</p> <p>Der Zielwert von >15% wurde wiederholt übertroffen. 2022 fällt dieser jedoch niedriger aus als der überdurchschnittlich hohe Vorjahreswert von 16,7%.</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>Produktentwicklung & Herstellungsverfahren</p> <p>Kunden & Konsumenten</p>	

Ziele und Management unserer Nachhaltigkeitsthemen

THEMA	AUSGEWÄHLTE ZIELE
Corporate Governance & Compliance	<p>Bis 2025 planen wir eine globale Steuerquote von überdurchschnittlichen 25 % – 27 %.</p> <p>Sicherstellung, dass alle Symrise Standorte nach geltenden Standards auditiert werden.</p>
Arbeitssicherheit & Gesundheit	<p>„Null Unfallkultur“ und Reduktion der Unfallhäufigkeit auf MAQ⁷ < 1,5 bis 2025.</p> <p>Erhalt des hohen Niveaus des Sicherheitsmanagementsystems der Anlagen.</p>
Umgang mit Wasser	<p>Reduzierung der Wassernutzung⁸ aller Produktionsstätten in wasserarmen Regionen um 15 % bis 2025.</p>
Mitarbeiterbefähigung	<p>Erhalt und Ausbau standortübergreifender Weiterbildungen und Förderung der Mitarbeiter.</p>
Vielfalt & Chancengleichheit	<p>Bis 2025 Anteil von Frauen auf der ersten globalen Führungsebene unterhalb des Vorstands mindestens 30 %, auf der zweiten globalen Führungsebene mindestens 45 %. Langfristiges Ziel eines Frauenanteils von 20 % im Vorstand.</p> <p>Erhalt und Steigerung der Standortattraktivität, Etablierung von Symrise als „employer of choice“.</p>
Tierwohl	<p>Sicherstellung des Tierwohl-Standards in unserer Lieferkette.</p> <p>Bis 2026 Bezug von 100 % unserer huhnbasieren Rohstoffe in Europa aus nachhaltigen Quellen.</p>

5 Anteil bezogen auf unsere im Berichtsjahr als strategisch definierten Lieferanten, die am CDP Supply Chain Programm teilgenommen haben.

6 Mitarbeiterzahl (Kopfzahl, nicht FTE), ohne Leiharbeitnehmer und Auszubildende sowie Trainees und ohne Probi zum 31.12. des Berichtsjahres. Aufgrund von Rundungen können geringfügige Abweichungen entstehen.

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

8 Produktionsstätten in Regionen mit Wasserstress (=Ägypten, Indien, Mexico, Spanien, Chile)

ZIELERREICHUNG 2022	FORTSCHRITT ZU 2021	MANAGEMENT-METHODE	WERTSCHÖPFUNG	SDGS
<p>2022 betrug unsere effektive Konzernsteuerquote 32,6 % aufgrund der Wertminderung der Beteiligung an Swedencare AB. Ohne den Swedencare-Effekt hätte der Steuersatz bei 25,2 % gelegen.</p> <p>100 % der Symrise Standorte nach geltenden Standards auditiert.</p>	↓	<p>Weiterentwicklung des integrierten Managementsystems (IMS), externe Zertifizierungen, interne und externe Auditierungen</p>	<p>Rohstoffe</p> <p>Produktentwicklung & Herstellungsverfahren</p> <p>Kunden & Konsumenten</p>	  
<p>Regelmäßige Management Safety Besuche der globalen Führungskräfte.</p> <p>Dank unserer Symsafe Aktivitäten konnte die MAQ-Quote reduziert werden: auf 2,8 MAQ⁷ Unfallhäufigkeit.</p> <p>Im Jahr 2022 kam es zu einem Brand im Colonel's Island Standort in den USA. Es wurde niemand verletzt.</p>	↑	<p>Sicherheitsbesuche des Managements, ISO 45001, Prüfungen sowohl intern wie extern, kontinuierliche Sicherheits-schulungen</p> <p>Interne und externe Audits, Zertifizierungen und Inspektionen</p>	<p>Produktentwicklung & Herstellungsverfahren</p>	
<p>Die Wassernutzung der Standorte in Regionen mit Wasserstress⁸ verringerte sich um 4,3 %. In Mexiko – einer Region, die in den letzten Jahren mit schwerem Wassermangel zu kämpfen hatte – konnten durch Projekte wie die Erschließung alternativer Wasserquellen, verbesserte Rohrleitungen für Kondensattanks oder die Speicherung und Wiederaufbereitung fast 40 % Wasser im Vergleich zum Vorjahr eingespart werden.</p> <p>90 % unserer Lieferanten⁵ integrieren Wasser in ihre Strategie und langfristigen Geschäftsziele.</p>	↑	<p>Symrise Water Policy, jährliches CDP Water Disclosure</p>	<p>Rohstoffe</p> <p>Produktentwicklung & Herstellungsverfahren</p>	 
<p>Regelmäßige Schulungs- & Weiterbildungsmöglichkeiten für alle Mitarbeiter.</p> <p>Im Jahr 2022: im Schnitt 14 Stunden pro Mitarbeiter Face-to-face-Lernen via Symrise Lernplattform.</p>	→	<p>Talentmanagement und Personalentwicklung, Mitarbeiterrekrutierung</p>	<p>Produktentwicklung & Herstellungsverfahren</p>	
<p>Von 11.504 Mitarbeitern⁶ waren 2022 weltweit 4.371 weiblich. Dies entspricht einem Anteil von 39,8 %.</p> <p>Der Anteil von Frauen auf der ersten Managementebene unterhalb des Vorstands betrug im Jahr 2022 16 %, auf der zweiten Managementebene 37 %.</p> <p>In Lateinamerika und Asien sind Initiativen zu Diversity initiiert worden.</p>	↓	<p>Integriertes Managementsystem, Talentmanagement, Mitarbeiterrekrutierung</p> <p>Engagement am Standort, Mitarbeiterrekrutierung</p>	<p>Produktentwicklung & Herstellungsverfahren</p>	
<p>2020 Formulierung einer Richtlinie zum Umgang mit Tierversuchen.</p>	→	<p>Tierwohl Policy, Engagement mit Partnern für internationale Tierwohl-Standards, Lieferantenqualifizierung, Lieferantenbewertungen und -audits, Rückverfolgbarkeit</p>	<p>Rohstoffe</p>	

Wesentlichkeit im Fokus: Klimaschutz & -anpassung

Die Klimakrise ist die Bedrohung unserer Zeit. Klimaschutz und -anpassung sind einerseits eine erhebliche Herausforderung, andererseits eine große Chance. Einer, der dieses Thema intern vorantreibt, ist Dr. Helmut Frieden – Vice President Corporate Sustainability bei Symrise. Der Notwendigkeit unternehmerischen Klimaschutzes und der Symrise Net Zero Strategie ist er sich bewusst – und weiß zugleich um die größten Aufgaben auf dem Weg dorthin.

Inwiefern gehen Sie das Thema Klimaschutz und Anpassung an die Klimakrise bei Symrise konkret an?

„Wir definieren kontinuierlich neue Klimaschutzmaßnahmen und schärfen unsere Ziele. Seit 2017 lassen wir unsere Klimaziele von der Science Based Targets Initiative (SBTi) wissenschaftlich prüfen und genehmigen, d. h. extern validieren, ob diese im Einklang mit dem Ziel stehen, den Temperaturanstieg durch den Treibhauseffekt auf 1,5° C zu begrenzen. Damit gehörte Symrise zu den weltweit ersten 100 SBTi-zertifizierten Unternehmen und ist erstes SBTi-Mitglied seiner Branche. Die derzeitigen Ziele sind klar: Bis 2030 wollen wir hinsichtlich unserer Scope 1 und 2-Emissionen klimapositiv werden – also weniger Emissionen ausstoßen, als wir verbrauchen.“

Und unsere Scope 3-Emissionen wollen wir um 30 % reduzieren, sodass wir unseren Beitrag zur Erreichung der Klimaziele des Pariser Abkommens bis 2045 leisten.“

Was ist die größte Herausforderung für Symrise auf dem Weg zu Net Zero?

„Bei den Scope 3-Emissionen haben wir es mit fast 1,6 Mio. Tonnen CO₂-Emissionen zu berücksichtigen. Diese zu senken, ist eine enorme Anstrengung. Deswegen nehmen wir am CDP Supply Chain-Programm teil, durch das unsere Lieferanten beim Offenlegen ihrer Umweltziele und -daten unterstützt werden. Hier liegt für uns die größte Herausforderung, die wir kurzfristig bis 2030 und langfristig bis 2045 zu bewältigen haben: die Zahl unserer Lieferanten im CDP Supply Chain-Programm auszuweiten und deren Datenqualität zu verbessern.“

Wie integrieren Sie Klimaschutz in Ihre Unternehmensstrategie?

„Seit 2021 haben wir KPIs (Key Performance Indicators) zu Klima und Nachhaltigkeit in die Vorstandsvergütung integriert. So incentivieren und verankern wir die Reduktion unserer Emissionen sowie Klimaschutz- und Nachhaltigkeitsmaßnahmen in den persönlichen Zielen des Vorstands. Dadurch wird die Integration von Klimaschutz in unsere Unternehmensstrategie rund: Wir definieren zuerst Ziele und KPIs, ergreifen dementsprechende Maßnahmen und starten Programme – und machen deren Fortschritt und Erfolg für den Vorstand auch monetär relevant. Diese Implementierung hat unser Aufsichtsrat explizit gewünscht und auch Investoren fordern das immer mehr.“

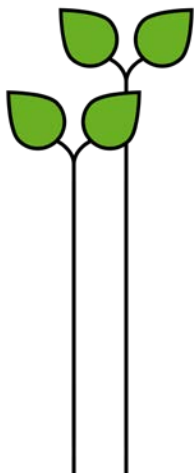
»

Seit 2017 prüft die Science Based Targets Initiative die Klimaziele der Symrise AG. 2022 wurden diese zuletzt mit dem höchsten Ambitionsniveau bestätigt.

«

Wie schärfen Sie das Bewusstsein für Klimaschutz bei Ihren Mitarbeitern, sodass sie zu wichtigen Multiplikatoren werden?

„In unserer Nachhaltigkeitsorganisation haben wir 150 Ambassadors – sogenannte Nachhaltigkeitsbotschafter – festgelegt. Diese fungieren einerseits als Sprachrohr für Nachhaltigkeitsthemen Top-down und andererseits als Ideenvermittlung, Bottom-up. So sorgen wir dafür, dass wichtige Themen durch die Ambassadors an alle Mitarbeiter getragen und von ihnen verinnerlicht werden. Und die Ambassadors nehmen Ideen von den Mitarbeitern auf und transportieren sie weiter – ins Ideenmanagement. So beispielsweise erfolgreich geschehen bei der Reduktion der Heiztemperaturen ab Herbst oder effizienten Beleuchtungssystemen: Darauf haben wir viel positives Feedback und Zuspruch erfahren. Die Mitarbeiter übertragen den Gedanken wiederum auf das persönliche Handeln – sie fragen sich dann vielleicht, wie sie zu Hause mit den eigenen Heiztemperaturen oder Beleuchtungen umgehen.“



Seit 2021 sind KPIs zu Klimaschutz und Nachhaltigkeit in den persönlichen Zielen des Vorstands von Symrise verankert.



Dr. Helmut Frieden,
VP Corporate Sustainability

Wesentlichkeit im Fokus: Umweltschutz & Biodiversität

Symrise bezieht über 80 % seiner Rohstoffe aus der Natur. Mit der Klimakrise geht ein enormer Biodiversitätsverlust einher – er beeinflusst unser Kerngeschäft also unmittelbar. Bei Symrise verantworten Eder Ramos, Präsident des Bereichs Fragrance und Vorsitzender des UEBT, und Sascha Liese, Director Corporate Sustainability und Biodiversitätsexperte, das Thema natürliche Vielfalt.

Wie und warum will Symrise Vorreiter beim Schutz der biologischen Vielfalt werden?

■ **Sascha Liese:** „Einerseits, weil Kunden, Investoren, Konsumenten, zivilgesellschaftliche Organisationen und zunehmend auch der Gesetzgeber von Unternehmen wie Symrise erwarten, betriebliche Auswirkungen auf Biodiversität und Ökosysteme möglichst zu vermeiden oder zu minimieren. Andererseits, weil unser Geschäftsmodell seit jeher eng mit Biodiversität und Ökosystemen verknüpft ist und wir die Schatzkammer der Natur auch in Zukunft nachhaltig nutzen wollen.“

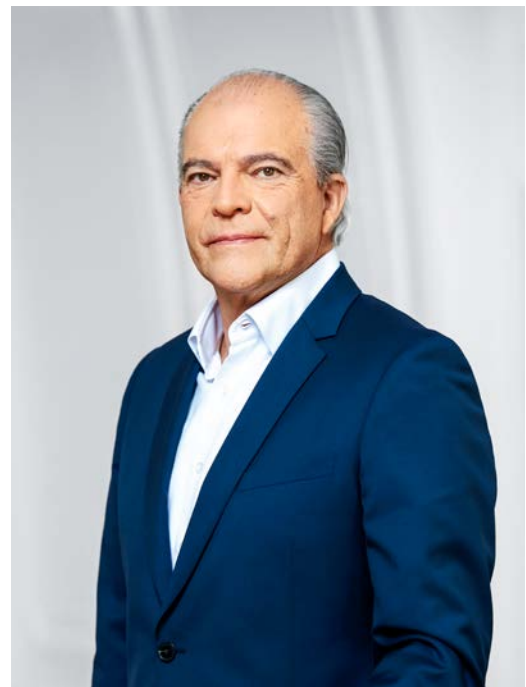
»

Es ist von entscheidender Bedeutung, dass wir als Unternehmen in diesen schwierigen Zeiten unsere Prinzipien und Interessen an eine nachhaltige Rohstoffbeschaffung und Nutzung zum Wohle von Mensch und Natur durchsetzen.

«

Eder Ramos,
Präsident des Bereichs Fragrance und Vorsitzender des UEBT

Die Union for Ethical BioTrade (UEBT) ist eine internationale gemeinnützige Organisation, die die verantwortungsvolle Beschaffung von natürlichen Rohstoffen fördert. Ziel der UEBT ist es, die Mitgliedsunternehmen bei ihren Verpflichtungen und Bemühungen zu unterstützen und zu verifizieren. Nachdem Symrise bereits langjähriges UEBT-Mitglied ist, repräsentiert Eder Ramos als Vorsitzender seit Juni 2022 den Vorstand der UEBT nach außen.



■ **Eder Ramos:** „Für mich als Leiter der Fragrance Division bedeutet Biodiversität eine unschätzbare Rohstoff- sowie Inspirationsquelle für die Kreation einzigartiger Duftkompositionen. Es liegt also in unserem Interesse, dass wir unseren Teil zum Schutz der Biodiversität beitragen und dass wir ihre Bestandteile nachhaltig nutzen.“

Deshalb hat Symrise sich auch das globale Ziel gesetzt, eine zunehmende Anzahl strategisch wichtiger biologischer Rohstoffe aus verifiziert nachhaltigen Quellen zu beziehen. Dabei arbeiten wir eng mit ausgewählten Kunden, Lieferanten und Nichtregierungsorganisationen wie der UEBT zusammen, die uns dabei helfen, ethische und ökologische Standards in unseren Lieferketten zu etablieren.“

Wo liegen für Symrise die größten Handlungsbedarfe und Herausforderungen beim Thema Biodiversität?

ER: „Wir haben eine Kombination von Herausforderungen. Ökonomisch, z. B. steigende Rohstoffpreise und angespannte Logistikketten. Sozial, z. B. Demografie, Migration und Menschenrechte. Ökologisch, z. B. Klimakrise, Wasserknappheit, Bodenerosion, Umweltverschmutzung und deren negative Folgen für die Produktivkraft der Ökosysteme in den Herkunftsländern unserer natürlichen Rohstoffe. Deswegen ist es von entscheidender Bedeutung, dass wir als Unternehmen in diesen schwierigen Zeiten unsere Prinzipien und Interessen an eine nachhaltige Rohstoffbeschaffung und Nutzung zum Wohle von Mensch und Natur durchsetzen.“

Welche Herausforderungen, aber auch Chancen sehen Sie darin, die Auswirkung Ihres Unternehmens auf die natürliche Vielfalt messbar(er) zu machen?

SL: „Das Problem ist, dass es nicht den einen Biodiversitätsindikator gibt, mit dem man die biologische Vielfalt messen kann und dass wir positive oder negative Biodiversitätsveränderungen vor Ort als indirekte Folge betrieblicher Entscheidungen meistens nicht direkt messen können. Was wir heute schon gut messen, bewerten und in Entscheidungsfindungsprozessen berücksichtigen können, ist beispielsweise der Erhaltungszustand von Arten und Populationen, aus denen wir unsere Rohstoffe gewinnen, oder auch die ökologische Integrität von Anbauregionen. Ebenso der ökologische Fußabdruck von Rohstoffen und Produkten – wobei wir zukünftig neben CO₂ auch Wasserverbrauch, Landnutzung oder biologische Abbaubarkeit in den Blick nehmen. Ein wichtiger Punkt ist außerdem die direkte und indirekte Bewertung der Nachhaltigkeit oder Nichtnachhaltigkeit land- oder forstwirtschaftlicher Anbaumethoden, z. B. auf Basis von Zertifizierungen, Lieferantenauskünften oder Vor-Ort-Audits durch verlässliche Partner mit Biodiversitätsexpertise, wie zum Beispiel die UEFT. All dies hilft uns dabei, Nachhaltigkeitsrisiken frühzeitig erkennen und Bewältigungsmaßnahmen einleiten zu können.“



» Wir wollen die Schatzkammer der Natur auch in Zukunft nachhaltig nutzen. «

Sascha Liese,
Director Corporate Sustainability
und Biodiversitätsexperte

Wie bereitet sich Symrise auf mögliche Rohstoffengpässe vor und wie will das Unternehmen Rohstoffe in Zukunft nachhaltiger nutzen?

ER: „Hinsichtlich kritischer Rohstoffe: In die Lieferkette investieren, ein bestimmtes Material aus Nachhaltigkeitsgründen nicht mehr verwenden – was wir in der Vergangenheit auch schon gemacht haben –, nach Alternativen in der Natur suchen oder in die Natur investieren. Natürlich kann man auch die Lieferantenbasis verbreitern, aus mehr Ländern beziehen und bereits am Anfang der Produktentwicklung durch grüne Chemie und ein nachhaltiges Produktdesign vermeiden, kritische Ressourcen zu verwenden. Es bestehen also viele verschiedene Maßnahmen, die helfen können, den Druck auf Natur, Ökosysteme und biologische Vielfalt zu mindern oder gar positive Auswirkungen für Mensch und Natur zu kreieren.“

Wesentlichkeit im Fokus: Rohstoffnutzung & Kreislaufösungen

Natürliche Rohstoffe sind die Basis unserer Produkte, aber meist nur begrenzt verfügbar. Deswegen müssen unsere Lieferketten und die Beschaffung von Rohstoffen resilienter, unsere Materialkreisläufe geschlossen werden. Michael Klamm, Senior Vice President, Global Procurement, Scent & Care bei Symrise, erläutert, welche Verantwortung wir im Wettrennen um Ressourcen, dem sogenannten „race of resources“, tragen und wie Symrise stetig an nachhaltigerer Ressourcennutzung arbeitet.

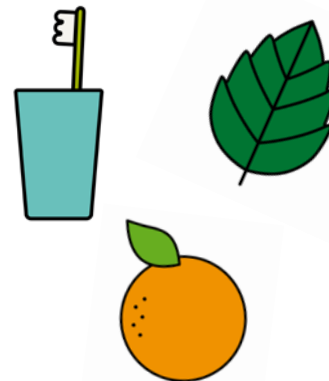
Wo sehen Sie Symrise im „race of resources“ positioniert?

„Symrise ist als Unternehmen in diesem Wettlauf sicherlich gut aufgestellt. Ich spreche jedoch immer nur für den Bereich Scent & Care, und da gibt es natürlich einige Berührungspunkte mit erneuerbaren Ressourcen. Die Rohmaterialien und die Produkte, die wir zum Beispiel in Nordamerika verwenden und herstellen, stammen aus natürlichen, erneuerbaren Ressourcen. Ein Beispiel: Wir produzieren künstliche Minze – unter anderem für Zahnpasta – aus einem Beiprodukt der Orangensaftproduktion, nämlich den Ölen aus den Orangenschalen. Somit tragen wir zur Ressourcenschonung bei.“

»

Der überarbeitete Responsible Sourcing and Supplier Code of Conduct ist seit 2022 neue Richtschnur für Lieferanten und die nachhaltige Beschaffung bei Symrise.

«



Wie gehen Sie bei Symrise die Herausforderung nachhaltiger Ressourcennutzung konkret an?

„Für uns ist klar, dass der Anteil der Produkte aus nachhaltigen Ressourcen weiter wachsen soll. Wir haben ein Ingenieursteam, das ständig den Output bei unseren Crude Sulfate Turpentine (CST)-Lieferanten optimiert, sodass wir die Mengen dieser Ressourcen erhöhen können. Rohes Sulfat-Terpentin, ein natürliches Öl, das aus Nadelholz gewonnen wird, ist einer der größten Rohstoffe, die wir bei Scent & Care einkaufen – daher sehen wir hier besonderes Optimierungspotenzial. Außerdem unterstützen wir Projekte in verschiedenen Bereichen der Welt, wo wir mit Landwirten vor Ort zusammenarbeiten, um deren Prozesse hin zu natürlichen Produkten zu verbessern. Auch andere Lieferanten befähigen wir und tauschen uns mit ihnen eng dazu aus, mehr nachhaltige Produkte als Rohmaterialien zu verwenden.“



Der Einkaufsbereich Scent & Care von Symrise steigerte 2022 den Anteil seiner Lieferanten, die nach Nachhaltigkeitskriterien bewertet werden, auf 93 %.



Michael Klamm,
Senior Vice President, Global Procurement, Scent & Care

Wie integrieren Sie das Thema in die Unternehmensstrategie?

„Unser Ziel ist es, den Anteil unserer Lieferanten, die nach Nachhaltigkeitskriterien bewertet sind – basierend auf 90 % des Einkaufsvolumens – bis 2025 auf 100 % zu steigern. Im Scent & Care-Bereich haben wir es bereits zu 93 % erfüllt. Das gesamte Unternehmen allerdings noch nicht. Deswegen haben wir in 2022 eine überarbeitete und sehr detaillierte Policy, den Responsible Sourcing and Supplier Code of Conduct, veröffentlicht. Die Einhaltung dieser Guidelines fordern wir von unseren Lieferanten ein. Das ist gleichzeitig eine Vorbereitung für das Lieferkettensorgfaltspflichtengesetz (LkSG), das ab Januar 2023 greift.“

Die Nachhaltigkeitsleistung Ihrer Kunden kann verbessert werden, indem Sie Verpackungen optimieren und nachhaltiger gestalten, Vernichtungen vermeiden und Lieferungen zusammenlegen. Wie gehen Sie diese Punkte bereits an?

„Wenn möglich, kaufen wir permanent in den größten Verpackungen oder in Massenware ein und versuchen stetig zu optimieren: Beispielsweise bekommen wir in der Woche verschiedene Lieferungen von einem Lieferanten, die wir konsolidieren. Wir machen diese Konsolidierungen, wo immer wir können. Auch die Fracht oder die Lieferungen für unsere Kunden optimieren wir fortlaufend.“



Wesentlichkeit im Fokus: Beschaffung & Menschenrechte

Unsere Lieferketten sind komplex und weit verzweigt. Umso wichtiger ist es, Rahmenbedingungen für nachhaltige Beschaffung und Schutz der Menschenrechte klar zu definieren. Im Gespräch erläutert Frau Gattermann, Director Corporate Sustainability und Mitglied des Responsible Steering Committee, wie diese Leitplanken konkret aussehen und wie Symrise aktuellen Herausforderungen begegnet.

Wie geht Symrise mit der zweifachen Herausforderung um, die Menschenrechte zu achten und zugleich eine möglichst umweltschonende Beschaffung von Materialien sicherzustellen?

„Innerhalb unserer umfangreichen Lieferketten – wir kaufen mehr als 10.000 Rohstoffe ein – ist es eine Herausforderung, vollständige Transparenz und Nachverfolgbarkeit sicherzustellen. Das LkSG umfasst neben Rohstofflieferanten auch alle eigenen Betriebsstätten und sogenannten „indirect spend“-Lieferketten – was Komplexität und Umfang zusätzlich erhöht.“

»

Mehr Transparenz in den vorgelagerten Lieferketten und bei indirekten Beschaffungsausgaben, abseits von Rohstoffen, als besondere Herausforderung und Chance.

«

Symrise hat u. a. einen Due Diligence-Ansatz etabliert, um über verschiedene Prüfungsstufen hinweg mehr Informationen über die Geschäftspraktiken unserer Lieferanten zu erhalten – auch vor dem Hintergrund der jeweils länder- und sektorspezifischen Risiken. Bereits vor Lieferantenaufnahme fragen wir Geschäftspraktiken, Richtlinien zu Antidiskriminierung, Kinderarbeit, Arbeitnehmerrechten und -schutz sowie Informationen zu Umweltaspekten ab. Wird das ermittelte Risiko hoch eingeschätzt, schließen wir weitere Bewertungen an, bis hin zu einem Audit vor Ort. Vor Aufnahme einer Geschäftstätigkeit erwarten wir die Zusicherung der Einhaltung unseres Lieferantenkodex, in dem wir explizit unsere Erwartungen an Lieferanten beschreiben.“

Wie kann ein divisionsübergreifender Ansatz von Symrise mit Blick auf das LkSG aussehen?

Was können die verschiedenen Segmente dabei voneinander lernen?

„Grundsätzlich bezieht sich unsere nachhaltige Beschaffung und unser Managementansatz auf die Lieferanten und ist segmentunabhängig. Aber die Erfahrungen aus den Segmenten und den operativen Einkaufsbereichen sind sehr wertvoll, da sie aufgrund ihrer engen Beziehungen zu und Erfahrungen mit den Geschäftspartnern auch vor Ort die Rahmenbedingungen, die möglicherweise zu Risiken führen, besser verstehen (Root Cause). So können gezielter Präventions- oder Mitigierungsmaßnahmen erarbeitet werden. Außerdem sind die Segmente im direkten Kontakt zum Lieferanten und können über ihre langjährige Beziehung Probleme direkt ansprechen oder gemeinsam nach Verbesserungslösungen suchen.“

In welchen Bereichen Ihrer Lieferkette bestehen noch die größten Herausforderungen? Wie gehen Sie diese an?

„Zum einen wollen wir mehr Transparenz in den vorgelagerten Lieferketten herstellen, also bei den Lieferanten unserer Lieferanten. Das hängt vor allem von der guten Zusammenarbeit und einem starken Vertrauensverhältnis mit den Lieferanten ab. Zum anderen muss mehr Transparenz in den sogenannten „indirekten Beschaffungsausgaben“ geschaffen werden. Das sind alle Einkäufe, die wichtig sind, um ein Unternehmen am Laufen zu halten, aber nicht direkt in das Produkt eingehen. Mit den Kollegen aus dem Technischen Einkauf arbeiten wir derzeit an neuen und pragmatischen Lösungen zur Überprüfung von Service-Anbietern verschiedenster Sektoren – auch in enger Zusammenarbeit mit Sedex. Gemeinsam kommen wir bei diesen Themen schnell viel weiter als allein.“

Wie kann Symrise durch die Förderung der Nachhaltigkeitsleistung anderer seine nachhaltige Wirkung über das Unternehmen hinaus noch weiter steigern?

„Potenzial liegt zum einen in der Lieferanten-Kunden-Beziehung: Wenn beide Seiten daran interessiert sind, längerfristig zusammenzuarbeiten und zu wachsen, ist die Bereitschaft der Lieferanten, etwas zu verbessern, ein Vorteil für beide Seiten. Denn nicht nur für uns ist es von Vorteil, wenn unsere Produkte und die Mitarbeiter in den entsprechenden Lieferketten weniger risikobehaftet sind, sondern auch der Lieferant selbst wird dadurch ein interessanter Partner für weitere Kunden. Zum anderen liegt Potenzial beim Thema Scope 3-Emissionen: Den größten Klimaeintrag haben wir über unsere Produkte. Deswegen arbeiten wir daran, auch unsere nachgelagerten Lieferketten bei unseren Reduktionsplänen mit einzubeziehen, sodass wir dort noch mehr bewirken können.“

Nehmen Sie bereits Einfluss auf Lieferanten, um sie zur Umsetzung klimarelevanter Maßnahmen zu bewegen?

„Wir arbeiten mit dem CDP Supply Chain-Programm und laden jedes Jahr erneut weitere Lieferanten aus unserem Portfolio ein, um auch sie zu Reduktionszielen und zur Offenlegung dieser zu be-

»

2022 waren 226 Lieferanten von Symrise Teil des CDP Supply Chain-Programms. Das ist ein Anstieg von knapp 40 % zum Vorjahr.

«

Doris Gattermann,
Director Corporate Sustainability



wegen. Außerdem versuchen wir, durch unsere Bridging The Gap-Projekte – wo wir mit ausgewählten Lieferanten in einem Multi-Stakeholder-Engagement arbeiten – nachhaltige Produkte und Anbaupraktiken in der Landwirtschaft durch Trainings der Farmer sowie durch die Einbindung der Communities vor Ort zu etablieren.“



04

Aus dem

Konzernlagebericht & Konzernabschluss

112 Kurzporträt Symrise — 113 Highlights 2022 — 114 Aus dem Konzern-
lagebericht — 132 Wirtschaftsbericht — 139 Prognosebericht
— 141 Konzerngewinn- und -verlustrechnung — 142 Konzernbilanz

Kurzporträt Symrise

always inspiring more ...

SEGMENTE



GESCHÄFTSBEREICHE

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.

Dynamisches Umsatzwachstum
2006 – 2022 CAGR 8,6%

Hochprofitabel
EBITDA-Marge 2006 – 2022 zwischen 19% und 22%

Über **12.000 Mitarbeiter**
in über 40 Ländern

Über **6.000 Kunden**
in mehr als 150 Ländern

WERTSCHÖPFUNGSKETTE VON SYMRISE

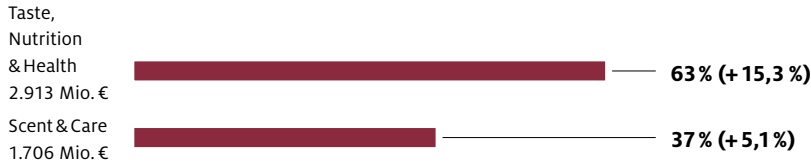


Highlights 2022

Zweistelliges organisches Wachstum

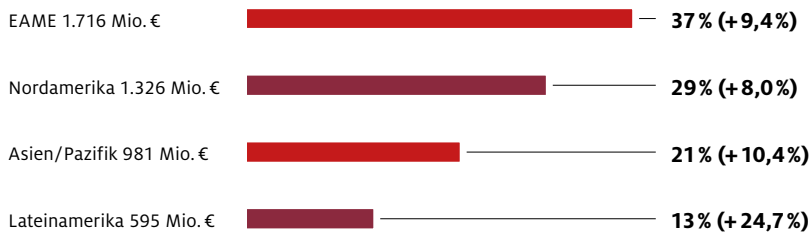
UMSATZ NACH SEGMENTEN

in % vom Konzernumsatz bzw. organisches Umsatzwachstum in %



UMSATZ NACH REGIONEN

in % vom Konzernumsatz bzw. organisches Umsatzwachstum in %



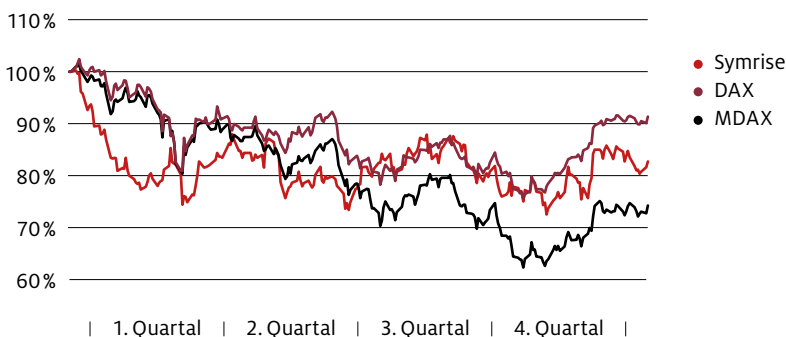
EBITDA¹ (-MARGEN) SEGMENTE

in % vom Umsatz



KURSENTWICKLUNG

der Symrise Aktie 2022



Umsatz
4.618 Mio. €
Organisches Wachstum
11,4%

EBITDA¹
922 Mio. €
EBITDA-Marge 20,0%

EBIT¹
630 Mio. €
EBIT-Marge 13,6%

Konzerngewinn¹
406 Mio. €

Ergebnis je Aktie¹
2,91 €

Dividendenvorschlag
1,05 €
je Aktie

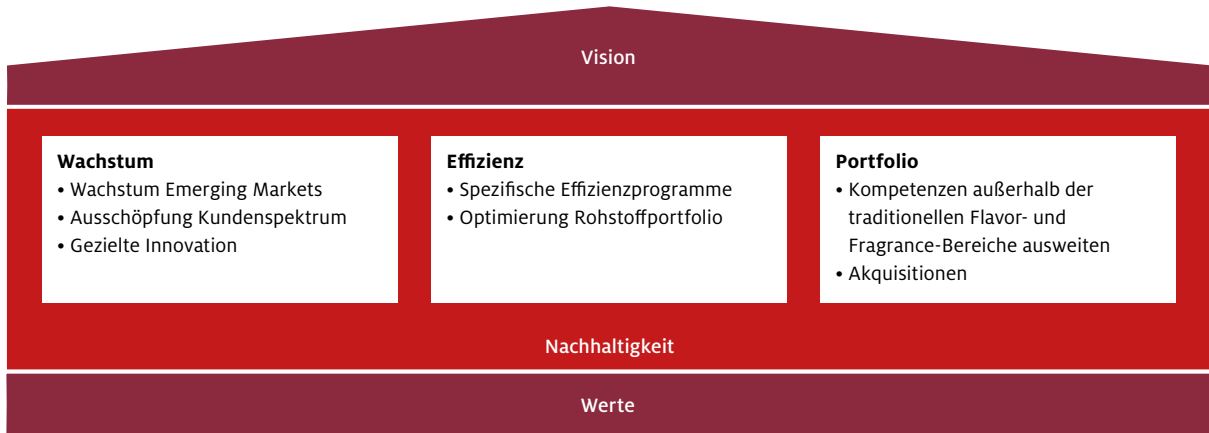
Marktkapitalisierung
14,2 Mrd. €

per 31.12.2022

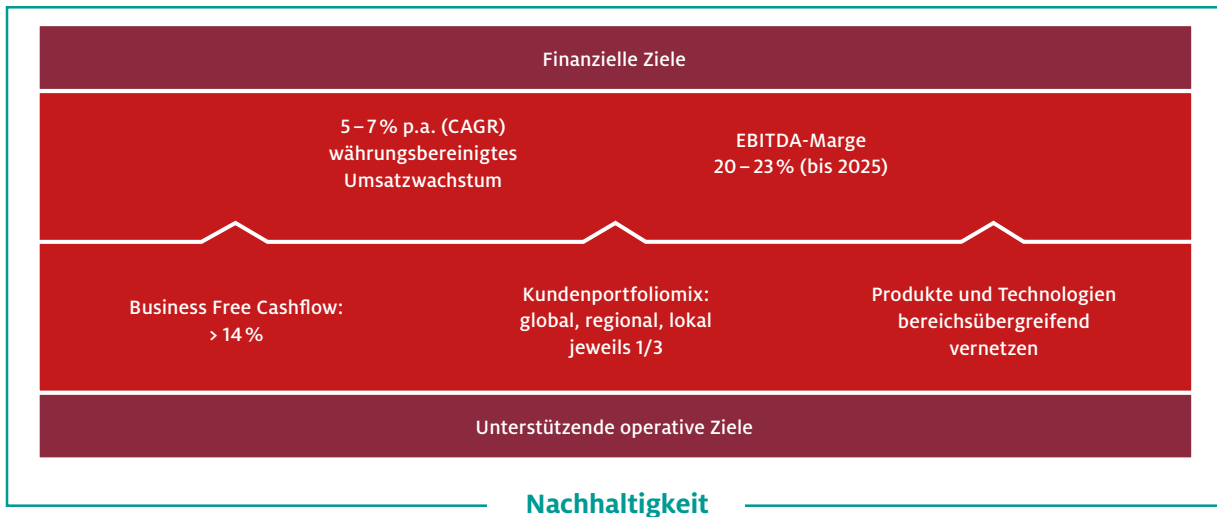
¹ Ohne Wertminderung des assoziierten Unternehmens Swedencare

Grundlagen des Symrise Konzerns

STRATEGIE



ZIELE



UNSERE NACHHALTIGKEITSAGENDA



FOOTPRINT

Minimierung unseres ökologischen Fußabdrucks entlang der gesamten Wertschöpfungskette



INNOVATION

Maximierung des sozialen und ökologischen Mehrwerts unserer Produkte



SOURCING

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



CARE

Schaffen bleibender Werte für unsere Mitarbeiter und unsere Standortgemeinden

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 4,6 Mrd. € im Geschäftsjahr 2022 und einem Marktanteil von rund 12 % gehört das Unternehmen zu den weltweit führenden Anbietern. 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 in Frankfurt/Main notiert und zählt mit einer Marktkapitalisierung per Jahresultimo 2022 von rund 14 Mrd. € seit September 2021 zu den im DAX® geführten Unternehmen. Der Streubesitz der Aktie beläuft sich auf rund 95 %.

Die Verantwortung für das operative Geschäft liegt in den Segmenten Taste, Nutrition & Health sowie Scent & Care.

Das Segment Taste, Nutrition & Health beinhaltet die Geschäftsbereiche Food & Beverage, Pet Food sowie die beiden kleineren Einheiten Aqua Feed und Probi. Das Segment Scent & Care umfasst die Geschäftsbereiche Fragrance, Cosmetic Ingredients und Aroma Molecules.

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

Das Corporate Center des Konzerns erfüllt die Zentralfunktionen Accounting, Controlling, Steuern, Treasury, Unternehmenskommunikation/Sustainability sowie Investor Relations, Recht, Personal (HR), Group Compliance, Interne Revision und Information Technology (IT). 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 2.584 Mitarbeiter in den Funktionen Forschung, Entwicklung, Produktion, Marketing, Vertrieb sowie im Corporate Center. Regionale Hauptsitze unterhält Symrise in Deutschland (Holzminden), den USA (Teterboro, New Jersey), Brasilien (São Paulo) und Singapur. Wichtige Standorte für Produktionsanlagen und Entwicklungszentren befinden sich in Deutschland, Frankreich, Madagaskar, Brasilien, Mexiko, Singapur, China, Indien, Japan und den USA. Eigene Vertriebsniederlassungen unterhält Symrise in über 40 Ländern.

Standorte weltweit 2022



- Firmensitz
- Regionale Hauptsitze
- Standorte Symrise

LEITUNG UND KONTROLLE

Symrise ist eine Aktiengesellschaft nach deutschem Recht mit einer dualen Führungsstruktur, bestehend aus Vorstand und Aufsichtsrat.

Der Vorstand der Symrise AG bestand zum Bilanzstichtag aus drei Mitgliedern: Dr. Heinz-Jürgen Bertram (Vorsitzender des Vorstands), Olaf Klinger (Vorstand Finanzen & IT) und Dr. Jean-Yves Parisot (Vorstand Taste, Nutrition & Health). Mit Wirkung zum 1. Februar 2023 wurde der Vorstand mit Dr. Jörn Andreas (Vorstand Scent & Care) und Dr. Stephanie Coßmann (Vorstand Personal & Recht) auf fünf Personen erweitert.

Der Vorstand leitet die Gesellschaft eigenverantwortlich mit dem vorrangigen Ziel, den Unternehmenswert nachhaltig zu steigern.

Dem Aufsichtsrat der Symrise AG gehören zwölf Mitglieder an. Er überwacht und berät den Vorstand bei der Leitung des Unternehmens und erörtert regelmäßig Geschäftsentwicklung, Planung, Strategie und Risiken mit dem Vorstand. Gemäß dem deutschen Mitbestimmungsgesetz ist der Aufsichtsrat der Symrise AG paritätisch mit Vertretern der Anteilseigner und der Arbeitnehmer besetzt. Der Aufsichtsrat hat zur Effizienzsteigerung seiner Arbeit vier Ausschüsse gebildet.

Aufsichtsrat

Vorsitzender: Michael König

Vorstandsvorsitzender

Dr. Heinz-Jürgen Bertram

Vorstand
Scent & Care

Dr. Jörn Andreas

Vorstand
Personal & Recht

Dr. Stephanie Coßmann

Vorstand
Finanzen & IT

Olaf Klinger

Vorstand Taste,
Nutrition & Health

Dr. Jean-Yves Parisot

Einzelheiten zur Zusammenarbeit von Vorstand und Aufsichtsrat und zur Corporate Governance bei Symrise werden im Bericht des Aufsichtsrats und in der Erklärung zur Unternehmensführung dargestellt.

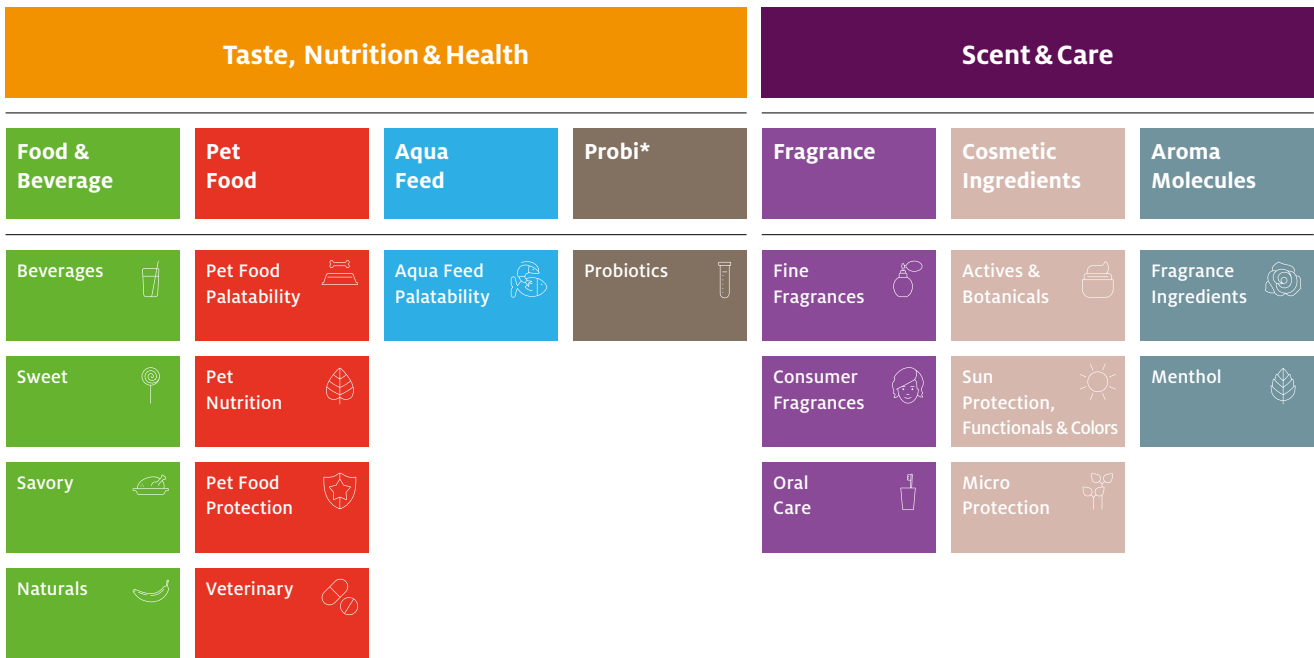
GESCHÄFTSTÄTIGKEIT UND PRODUKTE

Wertschöpfungskette von Symrise

Symrise stellt rund 35.000 Produkte auf der Basis von rund 10.000 zum Großteil natürlichen Rohstoffen wie Vanille, Zitrusprodukten oder Blüten- und Pflanzenmaterialien her. Die Wertschöpfungskette der zwei Segmente erstreckt sich über die Forschung und Entwicklung, Einkauf, Produktion und den Vertrieb der Produkte und Lösungen. Natürliche Zutaten, Aromen, Parfümöle und Wirkstoffe sind in der Regel zentrale funktionale Bestandteile der Endprodukte der Kunden von Symrise und spielen bei der Kaufentscheidung der Konsumenten häufig eine entscheidende Rolle. Neben den typischen Produkteigenschaften wie Duft und Geschmack besteht die Wertschöpfung von Symrise in der Entwicklung von Produk-

ten mit Zusatznutzen. Beispiele für eine Kombination von Lebensmittelzutaten und Parfümölen mit weiteren innovativen Bestandteilen sind unter anderem Aromen, 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 die Kunden von Symrise in der Lage, sich im rasch wandelnden Konsumgütermarkt mit ihren maßgeschneiderten Endprodukten von Wettbewerbern zu differenzieren. Die Basis der Produktentwicklung bildet die in erheblichem Umfang betriebene Forschung & Entwicklung (F & E) im Unternehmen, die durch ein weit verzweigtes externes Netzwerk von Partnerschaften mit Forschungsinstituten und wissenschaftlichen Einrichtungen ergänzt wird. Angesichts unterschiedlichster regionaler sensorischer Vorlieben ist auch eine umfangreiche Konsumentenforschung zentraler Bestandteil der F & E-Aktivitäten von Symrise.



* Mehrheitsbeteiligung an dem schwedischen Unternehmen Probi AB

UNTERNEHMENSSTRUKTUR

Zu den Kunden von Symrise 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 verschiedenen Produktlösungen erfolgt in eigenen Fertigungsanlagen. Für den Bezug wichtiger Rohmaterialien bestehen zum Teil längerfristige Lieferverträge. Symrise steht im engen Kontakt mit seinen Lieferanten und setzt einheitliche Standards fest, um die gleichbleibende Qualität seiner Ausgangsstoffe zu gewährleisten.

Taste, Nutrition & Health

Das Segment Taste, Nutrition & Health verfügt über Standorte in 40 Ländern und vertreibt seine rund 19.000 Produkte in 147 Ländern. Taste, Nutrition & Health verfolgt das Ziel, das Leben besser und gesünder zu machen. Das Segment nutzt sein kombiniertes Know-how sowie seine wissenschaftliche Forschung, um Kunden und Partnern nachhaltige und naturbasierte Lösungen in den Bereichen Geschmack, Ernährung und Gesundheit anzubieten. Symrise bietet Zutaten aus verantwortungsvoller Beschaffung, die mit schonenden, eigenentwickelten Prozessen, IP und differenzierten Technologien behandelt werden, um schmackhafte, nährnde und gesunde Produkte zu schaffen. Mit mehr als 100 Standorten in über 40 Ländern bedient das Segment die Märkte der Lebensmittel- und Getränkeindustrie sowie Produzenten von Heimtiernahrung und Fischfutter.

Taste: Der Geschmack von Produkten genießt für Verbraucher nach wie vor einen hohen Stellenwert. Die von Symrise angebotenen hochwertigen Inhaltsstoffe ermöglichen den Konsumenten ganzheitliche, authentische und intensive Geschmackserlebnisse.

Nutrition: Verbraucher sind auf der Suche nach einer ausgewogenen Ernährung; Symrise liefert spezielle Nährstoffe, um das Nährwertprofil der endgültigen Rezepte zu verbessern.

Health: Die Verbraucher sind sich immer mehr bewusst, dass Lebensmittel auch zur Verbesserung ihrer Gesundheit beitragen. Symrise schlägt spezifische aktive Lösungen für relevante gesundheitliche Vorteile vor.

Das Segment gliedert sich in die beiden Kernbereiche Food & Beverage und Pet Food sowie die beiden kleineren Einheiten Aqua Feed und Probi.

Food & Beverage: In enger Zusammenarbeit mit Lebensmittelproduzenten entwickelt die Division Geschmackslösungen und differenzierte Zutaten, die den Bedürfnissen der Verbraucher nach Natürlichkeit und unverwechselbaren Erlebnissen entsprechen. Dabei liefert der Geschäftsbereich sowohl einzelne Tonalitäten als auch Komplettlösungen für die Verwendung im Endprodukt, die neben dem eigentlichen Geschmack weitere funktionale Inhaltsstoffe zum Geschmacksschutz sowie zur Förderung der Gesundheit enthalten können. Das Angebot des Geschäftsbereichs Food & Beverage umfasst mehr als 14.000 Produkte, die in vier Anwendungsbereichen vermarktet werden.



Beverages: Mit der globalen Expertise für nicht-alkoholische und alkoholische Getränke berät und unterstützt Symrise die internationale Getränkeindustrie. Die authentischen und innovativen Geschmackslösungen von Symrise kommen in Erfrischungsgetränken, Saftgetränken, Tee- und Kaffeeprodukten, Spirituosen und fermentierten Getränken zum Einsatz.



Sweet: Symrise kreiert innovative Geschmackslösungen für Süßigkeiten, Schokolade, Kaugummi, Backwaren, Müsli, Eis und Milch sowie Milchalternativen.



Savory: Die von Symrise entwickelten herzhaften Aromen werden in zwei Hauptkategorien verwendet: In der Kategorie „Culinary“ für Suppen, Saucen, Fertiggerichte, Instant-Nudeln und Fleischprodukte und in der Kategorie „Snack Food“ mit Gewürzen für Snacks. In beiden Kategorien kann sich Symrise auf seine Kerngeschmackskompetenz bei Fleisch und Gemüse verlassen, die sich durch moderne Lebensmitteltechnologie und -forschung sowie Nachhaltigkeit auszeichnet. Darüber hinaus bietet Symrise differenzierte Geschmacks-, Ernährungs- und Gesundheitslösungen für das wachsende Marktsegment alternativer Proteinprodukte.



Naturals: Der Geschäftsbereich bietet eine breite Palette innovativer, natürlicher und nachhaltiger Inhaltsstoffe für die oben genannten Anwendungsbereiche, darunter Produkte für Babynahrung und Nahrungsergänzungsmittel. Die hauseigenen Agronomen wählen die Rohstoffe sorgfältig aus und wen-

den verantwortungsvolle Beschaffungspraktiken an, um die besten natürlichen Eigenschaften von konventionellem und biologischem Obst, Gemüse, Fleisch, Meeresfrüchten, Vanille und Pflanzen zu erhalten. Mit schonenden, industriellen Verarbeitungsmethoden und technologischem Know-how werden standardisierte Clean-Label-Zutaten für Lebensmittel bereitgestellt, die Sicherheit, höchste Qualität und Rückverfolgbarkeit entlang der gesamten Wertschöpfungskette gewährleisten. So können Symrise-Kunden ihre Produkte hinsichtlich Geschmacksleistung, gesundheitlichem Nutzen, sensorischen Eigenschaften und Haltbarkeit optimieren. Diana food™ und IDF® sind Portfoliomarken der Geschäftseinheit Food & Beverage Naturals.

Pet Food: Der Geschäftsbereich bietet nachhaltige, hochwertige Lösungen für Produzenten von Tiernahrung weltweit, die das Wohlbefinden von Haustieren und die Zufriedenheit ihrer Besitzer verbessern. Dazu zählen zahlreiche Produktlösungen und Dienstleistungen für die Geschmacks- und Akzeptanzverbesserung, die Nahrungsmittelsicherheit von Heimtiernahrung sowie für die Tiergesundheit. Der Geschäftsbereich umfasst vier Geschäftsbereiche: Pet Food Palatability (Schmackhaftigkeit von Tiernahrung), Pet Nutrition (Tiernahrung), Pet Food Protection (Tiernahrungsmittelschutz) und Veterinary (Veterinärmedizin). Nach der Idee „je näher, desto besser“ bedient Pet Food seine Kunden von mehr als 30 Standorten rund um den Globus. Um die Futterakzeptanz, das Fressverhalten und die Interaktionen zwischen Haustierbesitzern und Haustieren zu erforschen, unterhält die Abteilung vier Expertenzentren mit rund 1.100 eigenen Hunden und Katzen.

Aqua Feed: Das Leistungsspektrum des Anwendungsbereichs Aqua Feed umfasst nachhaltige Inhaltsstoffe und Dienstleistungen, die es den Herstellern von Fischfutter ermöglichen, leistungsfähige und zuverlässige Lösungen für Fisch- und Garnelenfarmen zu entwickeln. Dabei stützt sich der Anwendungsbereich auf ein globales Netzwerk von Wissenschafts- und Technologieexperten.

Probi: Das schwedische Unternehmen Probi, an dem Symrise eine Mehrheitsbeteiligung hält, entwickelt, produziert und vermarktet wirksame Probiotika für Nahrungsergänzungsmittel und funktionale Nahrungsmittel. Probi ist spezialisiert auf den Umgang mit lebenden Bakterienkulturen, von der Forschung und Entwicklung bis hin zum Produktionsprozess. Damit wird die gesundheitsfördernde Wirkung von Probiotika einer breiten Öffentlichkeit zugänglich gemacht.

Des Weiteren unterhält das Segment noch eine sogenannte Business Incubation Group (BIG). Dieser Inkubator zielt darauf ab, bestehende und neue Geschäftsideen zu erforschen, zu fördern, zu beschleunigen und somit das Wachstum des Segments zu unterstützen und für die Zukunft vorzubereiten. Aktuell umfasst der Inkubator Einheiten, die an Zuckerreduktion, Lebensmittelschutz oder der konsequenten Nutzung von Nebenströmen forschen.

Scent & Care

Das Segment Scent & Care verfügt über Standorte in mehr als 30 Ländern und vertreibt seine mehr als 16.000 Produkte in 128 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, „ein besseres Leben durch Duft“ zu vermitteln. Der Geschäftsbereich beschäftigt hochtalentiertere und anerkannte Parfümeure verschiedener Nationalitäten, die in 13 Kreativzentren auf der ganzen Welt arbeiten. Sie kombinieren aromatische Rohmaterialien wie Aromachemikalien und ätherische Öle zu komplexen Duftkompositionen (Parfümölen). Das Kreativ- und Kompositionsgeschäft von Symrise 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 Dufterfahrungen. Zusätzlich hat Symrise in 2022 unter der Marke Lautier sein Angebot an qualitativ hochwertigen natürlichen Inhaltsstoffen für seine Feinparfümerie ausgebaut.



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 Haarbiologie miteinander zu verbinden. Basierend auf intensiver Konsumentenforschung versteht der Geschäftsbereich die Bedürfnisse moderner 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 35 Innovationspreisen für neue Wirkstoffe ausgezeichnet wurde. Im gleichen Zeitraum wurden 136 Patentanmeldungen eingereicht, davon allein 26 im Jahr 2022.

Aroma Molecules: Der Geschäftsbereich umfasst die Anwendungsgebiete Menthol und Fragrance Ingredients. Im Anwendungsgebiet 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 terpenbasierte Produkte angeboten, 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), der laut neuen

Berechnungen des Marktforschungsinstituts IAL Consultants (13. Ausgabe, September 2022) von 28,6 Mrd. € im Jahr 2021 auf 31,2 Mrd. € im Jahr 2022 angewachsen ist. Zudem ist das Unternehmen mit den Geschäftsbereichen Cosmetic Ingredients und Aroma Molecules auf dem Markt für Aromachemikalien und kosmetische Inhaltsstoffe aktiv, dessen Größe nach Berichten von IAL (3. Ausgabe, Dezember 2022) von 7,5 Mrd. € im Jahr 2021 auf 7,8 Mrd. € im Jahr 2022 angestiegen ist. Diese Märkte werden – zusammengefasst – auch als AFF-Markt bezeichnet, der danach 39,0 Mrd. € groß wäre. Langfristig wächst dieser Markt um etwa 3 % bis 4 %. Im Jahr 2022 erreichte das Wachstum des relevanten Marktes allerdings etwa 8 %, bedingt jedoch durch die inflationsbedingten Preiseffekte in annähernd gleicher Höhe.

Weltweit sind mehr als 500 Unternehmen am für Symrise relevanten Markt aktiv, wobei die vier größten Anbieter – inklusive Symrise – zusammen einen Marktanteil von 64 % 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.

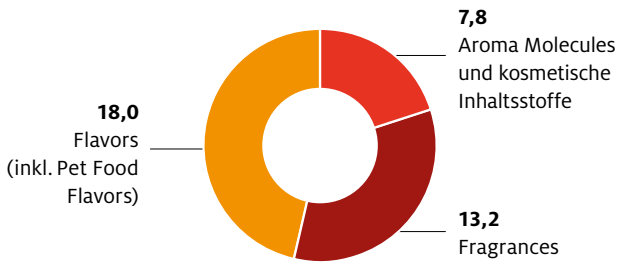
Neben den unterschiedlichen lokalen Konsumentenvorlieben und Verhaltensweisen wird die Nachfrage nach Endprodukten, in denen die Produkte von Symrise zum Einsatz kommen, von weiteren Faktoren beeinflusst: Die Nachfrageentwicklung nach Produkten, die Duft- und Geschmacksstoffe beziehungsweise kosmetische 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 39 Mrd. € beträgt der Marktanteil von Symrise, gemessen am Umsatz des Jahres 2022,

Marktgröße relevanter AFF-Markt 2022

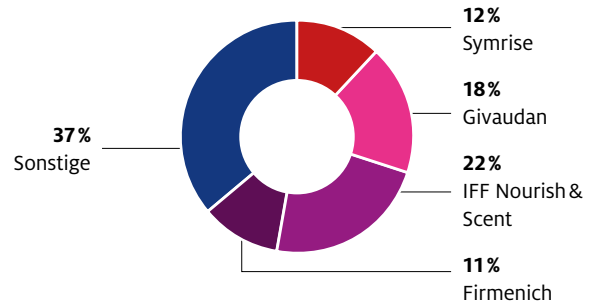
in Mrd. € (insgesamt etwa 39 Mrd. €)



Quellen: IAL FLA&FRA-Bericht (13. Ausgabe September 2022), IAL AC/AM-Bericht (3. Ausgabe Dezember 2022), IAL CI-Bericht (3. Ausgabe Dezember 2022)

Marktanteile AFF-Markt 2022

in % (Marktgröße etwa 39 Mrd. €)



Quellen: Unternehmensdaten und eigene Schätzungen

rund 12%. Symrise hat die klassischen Geschäftssegmente um zusätzliche Anwendungen erweitert: Bei Scent & Care beispielsweise um kosmetische Wirkstoffe, bei Taste, Nutrition & Health um Heimtiernahrung. Auf Basis dieser komplexeren Produktlösungen kann eine höhere Wertschöpfung erreicht werden. In Teilmärkten wie 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 Marktsegmenten nimmt Symrise eine weltweit führende Stellung ein, wie beispielsweise bei der Komposition von Mint- und Vanillearomen. Des Weiteren zählt Symrise zu den führenden Unternehmen bei der Herstellung von natur-

identischem L-Menthol und hält auch eine Spitzenposition im Bereich der UV-Sonnenschutzfilter, der Fragrance Ingredients und bei Baby- und Heimtiernahrung.

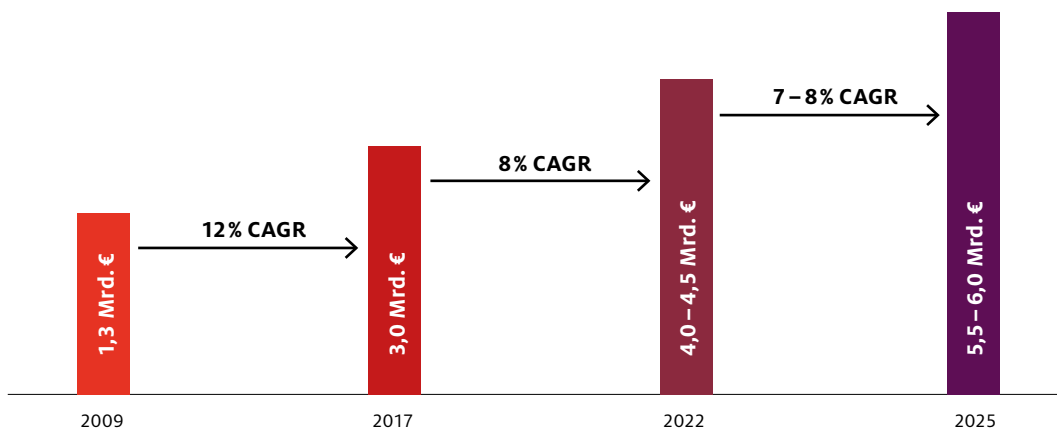
ZIELE UND STRATEGIE

ZIELE

Symrise will langfristig seine Marktposition stärken und die Unabhängigkeit von Symrise sichern. Zugleich ist sich Symrise seiner Verantwortung für Umwelt, Mitarbeiter und Gesellschaft bewusst. Symrise beabsichtigt, seine Nachhaltigkeitsleistung in den Themenfeldern „Footprint“, „Innovation“, „Sourcing“ und „Care“ zu steigern und somit Risiken für das Unternehmen zu verringern und den wirtschaftlichen Erfolg zu fördern.

Ziele bis 2025

Umsatz in Mrd. €



- **Marktposition:** Der Umsatz von Symrise soll organisch langfristig mit 5 % bis 7 % im Jahr (CAGR¹) wachsen, und damit schneller als der Markt, der im Durchschnitt jährlich etwa 3 % bis 4 % zulegt. Auf diese Weise wird Symrise schrittweise den Abstand zu den kleineren Wettbewerbern vergrößern und Marktanteile hinzugewinnen.
- **Wertorientierung:** Symrise möchte dauerhaft zu den profitabelsten Unternehmen der Branche gehören. Der Konzern strebt eine durchschnittliche EBITDA-Marge von 20 % bis 23 % an.

Die Zielerreichung wird im Kapitel Unternehmensentwicklung näher beschrieben. Symrise beteiligt seine Aktionäre angemessen am Unternehmenserfolg. Die 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 des Konzerns dauerhaft zu steigern und Risiken zu minimieren. So macht Symrise Nachhaltigkeit zu einem festen Bestandteil seines Geschäftsmodells und zu einem klaren Wettbewerbsvorteil. Ziel ist eine vollständig integrierte Unternehmensstrategie.

- **Wachstum:** Symrise verstärkt weltweit die Zusammenarbeit mit seinen strategischen Kunden und baut sein Geschäft in den Schwellenländern weiter aus. Der Konzern stellt sicher, dass er in seinen Kernkompetenzen Innovationsführer ist. So sichert er sein Wachstum.
- **Effizienz:** Symrise verbessert ständig seine Prozesse und konzentriert sich auf Produkte mit hoher Wertschöpfung. Durch die Rückwärtsintegration bei Schlüsselrohstoffen sichert Symrise sich gleichbleibend hohe Qualitäten in ausreichender Menge und zu fest verhandelten Lieferbedingungen. Symrise handelt in allen Bereichen kostenbewusst. So sichert der Konzern seine Profitabilität.
- **Portfolio:** Symrise schärft sein Produktportfolio und erschließt neue Märkte und angrenzende Geschäftstätigkeiten. Der Konzern baut seine Expertise außerhalb des traditionellen Geschäfts mit Aromen und Duftstoffen weiter aus. So sichert er seine herausragende Marktposition.

Symrise wächst aus eigener Kraft. Wo es sinnvoll ist, tätigt der Konzern zudem ergänzende Akquisitionen oder geht strate-

gische Partnerschaften zur Produktentwicklung ein. Gleichzeitig möchte Symrise gewährleisten, dass der Konzern 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. So strebt das Unternehmen langfristig ein durchschnittliches organisches Umsatzwachstum zwischen 5 % und 7 % im Jahr an (CAGR¹). Als Indikator für die Profitabilität des Unternehmens dient die EBITDA-Marge, für die Symrise einen strategischen Zielwert von 20 % bis 23 % (bis 2025) definiert hat. 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 Konzerns zu stärken. Symrise strebt an, den Business Free Cashflow, der sich aus EBITDA, Investitionen (inklusive Cash-Effekte aus Leasing) und Veränderungen im Working Capital zusammensetzt, kontinuierlich zu steigern. Die Steigerung des Unternehmenswerts ist im Vergütungssystem des Vorstands und ausgewählter Führungskräfte berücksichtigt. Zudem legt Symrise großen Wert auf die finanzielle Stabilität des Konzerns. Der Fokus der Unternehmenssteuerung liegt auf diesen finanziellen Steuerungsgrößen. Nichtfinanzielle Steuerungsgrößen in den Bereichen Umwelt, Beschaffung, Mitarbeiter und Innovation werden im Unternehmensbericht gesondert ausgewiesen. Weitere Informationen zu den nichtfinanziellen Steuerungsgrößen finden sich im gesonderten nichtfinanziellen Bericht gemäß § 289b HGB, der auf der Internetseite der Symrise AG veröffentlicht ist. Die Adresse lautet: <https://symrise.com/de/unternehmensbericht/2022/de/nachhaltigkeit-verantwortung/nachhaltigkeitsbilanz.html>.

FORSCHUNG UND ENTWICKLUNG

LEITLINIEN

In der Forschung & Entwicklung (F & E) verfolgt Symrise das strategische Ziel, die einzelnen Bausteine der Produktentwicklung wie Markt- und Konsumentenforschung, Grundlagenforschung sowie Kreation im gesamten Konzern zu vernetzen. In dem Segment Taste, Nutrition & Health werden neue Entwicklungsimpulse durch einen sogenannten Inkubator-Ansatz gezielt gefördert. Neue Produkte und Technologien werden frühzeitig durch eine enge Anbindung der F & E an Business Units, Sales, Marketing, Einkauf und Fertigung/Produktion sowie Qualitätssicherung und Fragestellungen im regulatorischen Bereich auf Umsetzbarkeit, Digitalisierung, Nachhaltigkeitsaspekte und Rentabilität geprüft. Strategische Forschungs-

¹ CAGR: Compound Annual Growth Rate = durchschnittliche jährliche Wachstumsrate

felder liegen im Bereich nachhaltiger Verfahren und Produkte, wie zum Beispiel „Grüner Chemie“, der vermehrten Anfrage nach Parfümerieinhaltsstoffen auf Basis nachwachsender Rohstoffe sowie dem Bereich der Geschmacksoptimierung (Taste Balancing), der sensorischen Optimierung von Zubereitungen auf der Basis von pflanzlichem Protein sowie der Entwicklung von nachhaltigen, ressourcenschonenden Herstellungsverfahren. Wesentliche Forschungsergebnisse 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 Entscheidungsfiltern organisiert und unternehmensweit etabliert. Dabei werden mehr und mehr Elemente des agilen Projektmanagements genutzt. In diesem Zusammenhang wird in dem Segment Taste, Nutrition & Health ein einheitliches Projektmanagementsystem für alle Teilbereiche eingeführt. Für jedes Projekt bei TN&H und S&C 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) regelmäßig bewertet und entsprechend priorisiert. Dabei wurde im Jahr 2022 auch der Bereich faire Nutzung von Biodiversität gemäß den Regeln des Nagoya-Protokolls weiterentwickelt. Ein Zukunftsfeld ist die Nutzbarmachung alter Sorten an sich bekannter Agrarrohstoffe, um den Erhalt und die Erweiterung der Biodiversität zu unterstützen. Symrise ist zudem aktives Mitglied des OP2B-Konsortiums verschiedener Industrieunternehmen. Die zwei 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 und die Ressourceneffizienz zu verbessern. Weltweit bestehen mehrere F & E-Zentren, um so die regionalen Aktivitäten der Segmente optimal zu unterstützen. Die Forschung des Segments Scent & Care, insbesondere die Zentren für die Entwicklung und die Anwendungstechnik, befinden sich in Holzminden (Deutschland), Teterboro (USA), Singapur, Shanghai (China), Tokio (Japan), Chennai und Mumbai (Indien), Paris (Frankreich), Antananarivo (Madagaskar), São Paulo (Brasilien) und Cuautitlán (Mexiko). Des Weiteren ist

am Standort in São Paulo ein Haarforschungszentrum lokalisiert. Darüber hinaus betreibt der Geschäftsbereich Cosmetic Ingredients hautbiologische Grundlagenforschung an innovativen Hautmodellen und treibt dadurch die präklinische Entwicklung neuer kosmetischer Aktivstoffe voran. Im Segment Taste, Nutrition & Health sind die F & E-Aktivitäten entsprechend der Geschäftsbereiche Food & Beverage, Pet Food sowie der Business Incubation Group (B.I.G.) organisiert. Der größte Teil der F & E-Aktivitäten dieses Segments ist in Holzminden (Deutschland), Teterboro (USA), Singapur, Shanghai (China), Tokio (Japan), Paris (Frankreich), Rennes (Frankreich), Elven (Frankreich), São Paulo (Brasilien) und Lund (Schweden) 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 Klima (BMWK) – über den Forschungskreis der Ernährungsindustrie (FEI)/Arbeitskreis der industriellen Forschung (AiF) –, die Europäische Union (EU, Horizont 2020), TKI (Top consortium for Knowledge and Innovation, Niederlande), das Bundesministerium für Ernährung und Landwirtschaft (BMEL), die Gesellschaft für Internationale Zusammenarbeit (GIZ), das französische Crédit d'impôt recherche (CIR) oder andere öffentliche und private Fördereinrichtungen unterstützt werden. Dabei spielen Themen in folgenden Bereichen eine wesentliche Rolle: Nachhaltigkeit, Aufbau von Kulturen und Züchtung von Pflanzen mit besonderen geschmacklichen Eigenschaften, Erschließung und sensorische Verbesserung pflanzlicher Proteine, Rohstoff sourcing und biotechnologische Prozessierung, Verbesserung sowie gesundheitlicher Mehrwert von Lebensmittelinhaltsstoffen, Technologien und nachhaltige Inhaltsstoffe für Parfümöle und Mundhygiene. Symrise ist der von der Universität Wageningen gegründeten „Sustainable Food Initiative“ (SFI) beigetreten, in der verschiedene Universitäten und Industrieunternehmen gemeinsam im Bereich „Zukünftige und nachhaltige Nahrungsmittelproduktion“ forschen.

Wesentliche Forschungs Kooperationen

Partner	Ziel der Kooperation
CDL for Taste Research/Universität Wien	Systematische Untersuchung von physikochemischen und physiologischen Eigenschaften von Stoffen, die in der Lage sind, den Süßgeschmack zu beeinflussen
SweetTea (Universität Bonn, Hochschule Osnabrück, Fachhochschule Erfurt)	Inkulturnahme und Züchtung von pflanzlichen Rohstoffen für den Bereich süßmodulierender Geschmacks- und Aromenlösungen, gefördert durch das BMEL
SustainVanil (u.a. Hochschule Osnabrück, div. Partner)	Grundlagen der Indoor-Kultivierung von Vanille, Verständnis und Optimierung des Blütenbildungsprozess, biologische Bekämpfung von Schadpilzen und der dadurch verursachten Erkrankungen der Vanillepflanze (gefördert durch das BMBF)
Optimierung Proteinzusammensetzung/Sättigung	Ermittlung der Grundlagen zur Optimierung der Proteinzusammensetzung von Kartoffel- und Erbsenproteinhydrolysaten bezüglich der Bitterkeit und Regulation der Sättigung (AiF)
Extraktion mittels NADES	Extraktive Gewinnung funktioneller Lebensmittelinhaltsstoffe mittels Natural Deep Eutectic Solvents (AiF)
SynBio4Flav (div. Partner, u.a. Universität Greifswald)	Entwicklung von Co-Fermentationsprozessen zur Gewinnung von Flavonoiden (gefördert durch die EU, Horizon 2020)
RapeQ (div. Partner, u.a. Technische Universität München)	Verbesserung des Geschmacks von Rapsprotein durch Züchtung, Prozessierung und gezielte Maskierung (gefördert durch das BMBF)
Kartoffeleiweiß	Identifizierung und Behebung von Fehlnoten (AiF)
Proteinhaltige Erfrischungsgetränke	Darstellung von wohlschmeckenden proteinhaltigen Erfrischungsgetränken (AiF)
Geschmacksoptimierung für Fleischersatzprodukte (div. Partner, WUR)	Geschmackliche Verbesserung von Fleischersatzprodukten (gefördert durch TKI (Top consortium for Knowledge and Innovation), Niederlande; Sektor: TKI Agri&Food)
In4Food (div. Partner, MRI, Fraunhofer)	Erprobung von Indoor Farming Systemen für die Herstellung von pflanzlichen Rohstoffen für funktionelle Anwendungen
Pulses (div. Partner, u.a. Wageningen University Research)	Verbesserung des Geschmacks von Hülsenfrucht-Proteinen (gefördert durch TKI (Top consortium for Knowledge and Innovation), Niederlande; Sektor: TKI Agri&Food)
Encap4HEalth (TU Berlin, div. Partner)	Neue Materialien und Prozesse sowie Innovationsaustausch im Bereich Verkapselung von bioaktiven Inhaltsstoffen (gefördert durch die EU, Horizon 2020 RISE Programm)
King's College, London, UK	Erforschung der Regulierung des Glukose-Stoffwechsels beim Menschen durch den Apfel-extrakt 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

SCHWERPUNKTE

Im Segment Taste, Nutrition & Health erfolgt die Umsetzung der Research- und Technology-Strategie auf der Basis verschiedener Forschungsplattformen. Mit besonderem Fokus auf Nachhaltigkeitsaspekten wird eine große Zahl von Themenschwerpunkten bearbeitet. Im Geschäftsbereich Food & Beverage sind beispielhaft zu nennen: die Entwicklung und Adaption von neuen, schonenden sowie umweltfreundlichen Trenntechnologien (Selective Enrichment Technologies Flavors SETFlavors®) und die Erweiterung und Erarbeitung der Rohstoffquellen für nachhaltige und natürliche Produktlösungen für die Symrise Code of Nature®-Plattform, die vor allem für gesunde Lebensmittelkonzepte eingesetzt werden, die Weiterentwicklung natürlicher und nachhaltiger 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. Dabei wurde 2022 weiterhin ein besonderer Fokus auf die Herausforderung der Geschmacksverbesserung von pflanzlichen Proteinen als Fleischersatz oder in Molkereiprodukten gelegt. Ein weiterer Fokus liegt auf der Zuckerreduktion in Getränken und Milchprodukten sowie würzigen Anwendungen. In diesem Zusammenhang wurden für ausgewählte pflanzliche Rohstoffe für die Produktplattform Taste Balancing die Sortenauswahl und neue Kultivierungsverfahren für eine nachhaltige Supply Chain erarbeitet und etabliert. Ein weiterer Schwerpunkt der Forschungsarbeiten im Segment Taste, Nutrition & Health liegt auf der Entwicklung und Anwendung moderner digitaler Werkzeuge für die schnelle und zielgerichtete Entwicklung von Aromenlösungen für ausgewählte Lebensmittelanwendungen. In diesem Zusammenhang ist das von Symrise entwickelte ProtiScan™-Verfahren zur Erfassung der Aromafreisetzung aus innovativen Lebensmittelzubereitungen mit pflanzlichem Protein zu nennen. Dieses Verfahren ermöglicht eine deutliche Verkürzung der Projektentwicklungszeiten und bildet eine gute Basis für IT-basierte Entwicklungskonzepte. Daneben wird an der kontinuierlichen Verbesserung der Produktsicherheit sowie der zielgerichteten Optimierung der Nutzung von Aromalösungen für die Anwendung in zuckerreduzierten und pflanzenproteinbasierten Lebensmitteln gearbeitet. Ein besonderer Schwerpunkt wurde in den letzten Jahren auf die Entwicklung von digitalen Vorhersagewerkzeugen für die Unterstützung der Aromenentwicklung und Kreation gelegt. Ein wesentlicher Teil dieser Arbeiten wurde in diesem Jahr fertiggestellt und unter dem Oberbegriff PropheSY zusammengefasst.

Im Geschäftsbereich Pet Food wurde der Standort Elven mit modernsten Extrusionsanlagen ausgestattet, um immer leistungsfähigere und sicherere Produkte zu entwickeln. Außerdem wurde das VIDEKA®-Labor in Elven für die EAME-Kundenbetreuung bei Haltbarkeitsstudien, Forschung und Entwicklung sowie analytischen Anforderungen konzipiert. Dieses Labor dient der Durchführung von Haltbarkeitsstudien von Heimtierfutter und Tierpflegepräparaten mit modernsten analytischen Instrumenten.

Im Aqua-Geschäft lag ein wichtiger Schwerpunkt der Produktentwicklung auf der Verwertung von Garnelenschalen als Rohstoffe oder funktionale Inhaltsstoffe. Die Projekte zur Entwicklung und Anwendung von Geschmacksverstärkern für fleischfressende Fischarten wurden fortgesetzt.

Probi und Naturals haben gemeinsam ein Projekt zur Entwicklung neuer symbiotischer Produkte gestartet, die lebende Mikroorganismen und aus Früchten extrahierte Polyphenole enthalten.

Das Segment Scent & Care konzentriert sich bei seiner F & E-Strategie auf Rohstoffe und Technologien entsprechend der strategischen Forschungsfelder Efficiency, Sustainability & Naturals, Health und Emotion. Des Weiteren spielen in der Parfümerie die Gesichtspunkte der „Grünen Chemie“ eine bedeutende Rolle. Dabei werden Produkte auf Basis natürlicher und nachwachsender Rohstoffe gewonnen. So konnte mit dem Garden Lab über das SymTrap®-Verfahren ein disruptiver Ansatz verfolgt werden, um auch Gerüche von Gemüse für die Parfümerie zugänglich zu machen. Die SymTrap®-Plattform wurde mit weiteren Produkten auch 2022 ausgebaut. Im Bereich der Extraktion aus natürlichen Rohstoffen wurden neue Qualitäten entwickelt und in die Parfümeriepalette aufgenommen. Durch die Gründung von La Maison Lautier wird die Palette für natürliche Rohstoffe verstärkt ausgebaut, was seitens der F & E unterstützt wird. Darüber hinaus wurden neue und nachhaltige Captives entwickelt, wie beispielweise Paradise®, das auf Basis biotechnologisch gewonnener Rohstoffe und mittels „Grüner Chemie“ hergestellt wird. Mit Flowerpool® wurde ein Captive entwickelt, das den Geruch nach weißer Blüte und nach Reinheit enthält. Diviniris ist ein nach Iris riechendes Captive mit samtigen Noten. Weiterhin wird nach preiswerten Parfümerierohstoffen geforscht. Auch seine Neofresh-Plattform hat Symrise um Natural Neofresh® erweitert, um den Anspruch des Kunden an nachhaltige Produkte aus nachwachsenden Rohstoffen zu erfüllen. Durch den Zusatz von Substanzgemischen insbesondere für Fine Fragrances wird unseren Mitbewerbern die Möglichkeit deutlich er-

schwert, unsere Parfümöle zu analysieren und nachzumachen. Die neue Technologie Cryptosym® wurde seitens einiger Kunden sehr gut aufgenommen.

Durch die Kombination der Expertise von Symrise in der Duftstoffentwicklung mit der von Pet Food wurde die Produktkategorie speziell für Hunde und Katzen weiterentwickelt.

Die Vermarktung bioabbaubarer Kapseln Symcap BG® hat bei einigen Kunden hohes Interesse für Weichspüler hervorgerufen. Die Forschung für Kapseln für Duftöle geht jetzt zu veganen Kapseln mit verbesserter Wirkung auch für andere Anwendungsbereiche.

Im Bereich Oral Care wurde ein neues Produkt entwickelt, das biotechnologische Verfahren mit dem Wissen über probiotische Wirkstoffe kombiniert. Die Forschung wurde in Bezug auf neue Kühlwirkstoffe für Mundwasser und Zahnpasta sowie Produkte für Oral Health intensiviert.

Insgesamt bestehen 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 die Leistungsfähigkeit von Symrise und für einen kontinuierlichen Innovationsprozess. Neu entwickelte Technologien unterstützen das Verständnis von Parfümölen im Hinblick auf langanhaltende Dufterlebnisse und

Blooming-Effekte. Im Geschäftsbereich Cosmetic Ingredients befasst sich eine interdisziplinäre Forschergruppe von Zell-, Molekular- und Mikrobiologen mit dem menschlichen Mikrobiom. Der neue Forschungsbereich untersucht den Nutzen und die Risiken der Wechselwirkungen zwischen Mensch und Mikroorganismen und unterstützt wissenschaftlich sowie bereichsübergreifend bei der Entwicklung neuer Produkte für die Haut-, Kopfhaut- und Mundpflege oder im Bereich Ernährung. Erste Produkte und Produktkonzepte wurden bereits am Markt eingeführt. Des Weiteren war es möglich, durch intensive Analysen an gesunden Probanden zu zeigen, dass sowohl multifunktionale Wirkstoffe als auch moderne UV-Filter keinen Einfluss auf das Mikrobiom aufweisen. Zudem wurde das Portfolio der biotischen Inhaltsstoffe um das Produkt SymFerment™ erweitert. Dabei handelt es sich um ein postbiotisches Produkt mit hautfeuchtigkeitserhöhenden Eigenschaften. Für die Herstellung wird ein Nebenstrom der Probiotika-Produktion von speziellen Laktobazillen genutzt, der reich an Mikronährstoffen ist.

PATENTE UND AUSZEICHNUNGEN

Die Zahl eingereicherter Patente – 71 Neuanmeldungen im Jahr 2022 – wird zur Messung der Innovationsergebnisse und -qualität herangezogen und dient der Evaluierung der globalen Abdeckung und Wettbewerbskraft.

Im Jahr 2022 wurde die Symrise Forschung wie bereits in den vergangenen Jahren für ihre hohe Innovationskraft mit Auszeichnungen bedacht. So erhielt Symrise einen europäischen BSB Innovation Award für SymFerment™ als innovativen Kosmetikrohstoff in der Kategorie Rohmaterialien Sektion Mois-

Kernfunktionen der Forschung & Entwicklung bei Symrise



turization/Barrier. Hierbei handelt es sich um ein Postbiotikum, das aus dem Nebenprodukt der Probiotika-Produktion gewonnen wird und nachweislich die Hautfeuchtigkeit erhöht. Das Produkt wurde 2022 in den Markt eingeführt. Ebenfalls 2022 auf den Markt gebracht wurde SymHair® Thermo, ein Produkt, das Kohlenhydrate verschiedener Kettenlängen vereint und dadurch insbesondere hinsichtlich thermischer Schädigungen von Haar einen hervorragenden Schutz aufweist. Neben den guten Aktivitätsdaten war die BSB Innovation Award Jury auch von der Zusammensetzung des Produktes mit Inhaltsstoffen natürlichen Ursprungs überzeugt und hat das Produkt mit einem Award in der Kategorie natürliche Rohstoffe innerhalb des Segments Hair Care Actives ausgezeichnet. Das bereits 2021 auf den Markt gebrachte Produkt Hydrolite® 7 green wurde aufgrund des innovativen und nachhaltigen Technologieansatzes erneut mit einem Preis bedacht, dem BSB Innovation Award in dem Segment Functionals der Kategorie „Raw Materials“. Bei Hydrolite® 7 green handelt es sich um einen multifunktionalen Kosmetikrohstoff, der basierend auf den Prinzipien der Grünen Chemie hergestellt wird, in einer breiten Produktpalette einsetzbar ist und sich insbesondere durch seine Eigenschaft als Verstärker von Antioxidantien und Lösungsvermittler sowie zur Verbesserung des Produktschutzes auszeichnet.

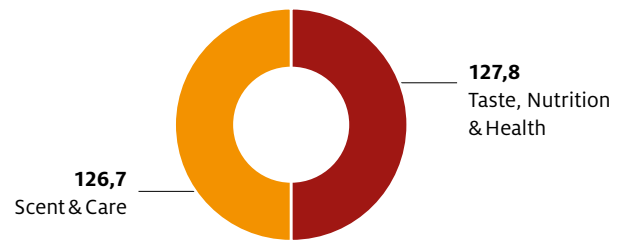
FORSCHUNGS- UND ENTWICKLUNGS-AUFWAND

Die Gesamtaufwendungen für F & E beliefen sich im Geschäftsjahr 2022 auf 254 Mio. € (2021: 221 Mio. €); dies entspricht einem Anteil von 5,5 % am Umsatz (2021: 5,8 %). Die Ausgaben für F & E lagen im Berichtsjahr 15,3 % über dem Niveau des Vorjahres und haben sich somit überproportional zum ursprüng-

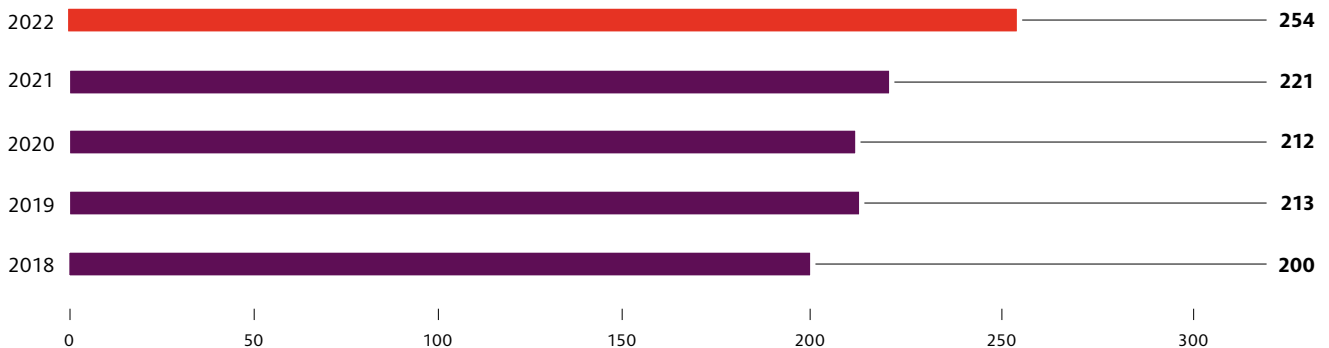
lich geplanten Umsatz entwickelt. Aufgrund der positiven Umsatzentwicklung hat sich der Anteil am Umsatz jedoch entsprechend verwässert. Symrise strebt an, den Anteil der F&E-Ausgaben vom Umsatz zukünftig wieder auf das Niveau der Vorjahre zurückzuführen, um die Innovationskraft weiter zu stärken.

Die Aktivierungsquote bei den Forschungs- und Entwicklungsleistungen blieb 2022 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 2022 nach Segmenten in Mio. €



F & E-Aufwand 2018–2022 in Mio. €



MITARBEITER

STRUKTUR DER BELEGSCHAFT

Der Symrise Konzern beschäftigte zum 31. Dezember 2022 weltweit 12.043 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter (ohne Trainees und Auszubildende). Im Vergleich zum Vorjahresresultato (31. Dezember 2021: 11.151 Mitarbeiter) entspricht dies einem Anstieg um 892 Mitarbeiter. Die Zahl der Auszubildenden und Trainees lag mit 209 jungen Menschen deutlich über dem Vorjahreswert von 125.

PERSONALSTRATEGIE

Eine nachhaltige Personalstrategie ist Teil unserer Unternehmensstrategie: Sie vermittelt Ziele und schafft gemeinsam gelebte Werte. Dazu gehören zum Beispiel die Förderung von Vielfalt in der Belegschaft (sogenannte Diversität), die Unterstützung junger Familien, die Förderung der Vereinbarkeit von Beruf und Privatleben. Die Ausgestaltung und Umsetzung unserer personalpolitischen strategischen Zielsetzungen obliegt dem Personalbereich mit seiner Human Capital-Strategie. Derzeit entwickeln wir weitere Konzepte, um Vielfalt noch gezielter zu fördern.

Die demografische Entwicklung in zahlreichen Ländern in Richtung einer alternden Gesellschaft und eine Durchmischung der Bevölkerung und damit der arbeitenden Belegschaft durch Menschen aus anderen Kulturen und Bildungssystemen verändern in vielfältiger Weise unsere Lebens- und Ar-

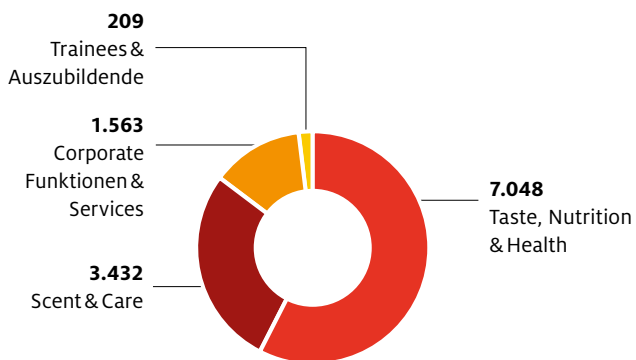
beitswelten. Allein in der Symrise Organisation arbeiten Menschen aus über 60 Nationen. Für uns als globales Unternehmen liegt in der Vielfalt ein Mehrwert kreativer und innovativer Zusammenarbeit in diversen Teams. Chancengleichheit ist dabei wichtiger denn je, die Förderung von Vielfalt zentral für den Unternehmenserfolg. Die Förderung von Diversität ist außerdem unerlässlich, um unseren Bedarf an Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern jetzt und in Zukunft zu gewährleisten.

Mithilfe konkreter Maßnahmen setzen wir unser Diversitätsbekenntnis in die Tat um. Dazu zählen zum Beispiel die Unterstützung junger Familien durch Bereitstellung von Kindergartenplätzen, die Ausweitung unserer globalen Working from Home Policy, die Ausbildung, Entsendung und Integration von Fachkräften aus dem Ausland nach Deutschland sowie Initiativen zum Thema „Unconscious Bias“ – Schulungen.

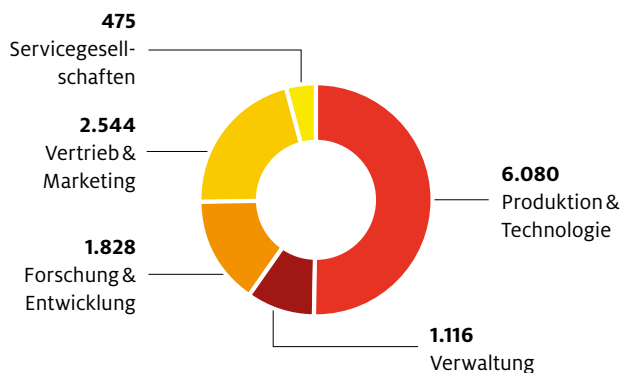
Konzernstrategische Entwicklung von Führungskräften und Mitarbeitern

Symrise hat weltweit einen digitalen Karriereentwicklungs- und Nachfolgeplanungsprozess für die ersten beiden Managementebenen sowie verschiedene Fokusgruppen wie beispielsweise Flavoristen und Key Account Manager aufgesetzt. Ziel dieses segmentübergreifenden Programms ist, die berufsbezogenen Kompetenzen der Mitarbeiter zu schärfen und weiterzuentwickeln, Talente zu identifizieren und für die Übernahme von Verantwortung in Schlüsselpositionen bei Symrise

Anzahl der Mitarbeiter nach Segmenten



Anzahl der Mitarbeiter nach Funktionen



vorzubereiten. Gleichzeitig stellt das Unternehmen über die Talententwicklung eine effektive Planung der Nachfolge in geschäftskritischen Positionen sicher. Im Einzelnen konzentriert sich der Prozess auf die Ableitung unternehmensweiter Trainings- und Entwicklungsprioritäten, die Identifizierung von Talenten und die Entwicklung durch Talentkonferenzen mit Führungskräften sowie die Nachfolgeplanung für geschäftskritische Schlüsselpositionen. Dazu gehört unter anderem die

- Erfassung des konzernweiten Kompetenz-Entwicklungs-Bedarfs zur Erreichung der strategischen Ziele
- Identifikation der Top-Talente und deren individueller Entwicklungsmaßnahmen
- Nominierung von Top-Talenten für strategische Entwicklungsprogramme, zum Beispiel das Leadership Accelerator Programm
- Robuste Nachfolgeplanung auf den geschäftskritischen Positionen

Im Jahr 2022 lag der Fokus auf der Weiterführung der bereits gestarteten Gespräche und Entwicklungsmaßnahmen. Für die Ebenen Board-1 und -2 wurden Nachfolgeplanungsgespräche geführt. Darüber hinaus standen weiterhin individuelle Entwicklungspläne auf der Karriereplattform zur Verfügung.

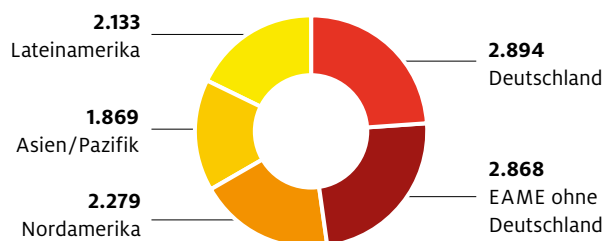
Symrise hat im Geschäftsjahr 2022 außerdem den Themenbereich „Modernes und digitales Lernen“ weiter ausgebaut. Den Mitarbeitern wurde ein neues, weltweit verfügbares „Lern-Management System“ (LMS) sowie eine Digitale Lernplattform („Skillsoft“) zur Verfügung gestellt. Weltweit wurden auf der Skillsoft Plattform mittlerweile über 2.600 Stunden gelernt. Die Plattform wird international gut angenommen. Der Fokus lag auf Themen wie Führung, „Creating a positive work culture“ und „Professional improvement“.

Nach Ende der Corona Pandemie ist im Jahr 2022 gleichzeitig die Nachfrage nach „Face-to-Face-Trainings“ gestiegen. Zudem wurden auch verstärkt intern entwickelte eLearnings wahrgenommen.

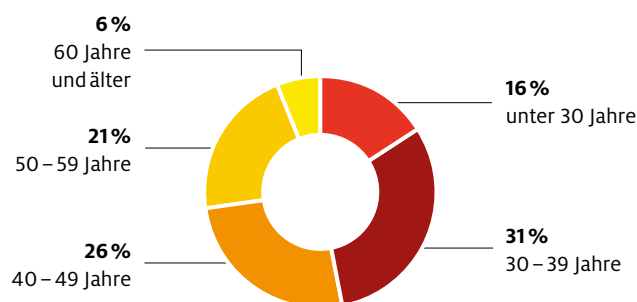
Konzernstrategische Entwicklung von weiblichen Führungskräften

Neben der Steigerung der Diversität in Bezug auf andere Kulturen legen wir auch großen Wert darauf, auf allen Führungsebenen die kompetentesten Frauen und Männer einzusetzen. Frauen sind bislang in Führungspositionen noch seltener vertreten als Männer. Symrise hat sich ambitionierte Ziele gesetzt, dies langfristig und dauerhaft zu verändern. Symrise hat daher, als Teil seiner Personalstrategie, ein besonderes Augenmerk auf die Karrieren von Frauen gelegt.

Anzahl der Mitarbeiter nach Regionen



Altersstruktur der Belegschaft in %



Um die Potenziale von Frauen bei Symrise besser einzusetzen, verfolgt das Unternehmen eine Strategie, um die Karrieren seiner weiblichen Beschäftigten voranzubringen. Im Jahr 2022 wurden verschiedene erfolgreiche Entwicklungs-Workshops für weibliche Potenzialträger in Deutschland und Frankreich pilotiert, mit dem Ziel, diese weltweit auszurollen. Des Weiteren ist geplant, diese Workshops im Rahmen eines „Female Leadership Accelerator Programms“ zu integrieren. Dazu gehörten auch ein Mentoring-Programm und die gezielte Einstellung von Frauen bei gleicher Qualifikation.

Vergütungsgerechtigkeit für Frauen und Männer

Im Jahr 2021 hat Symrise an seinem größten Standort in Deutschland mit den Mitarbeitern eine geschlechtsspezifische Analyse der Entgelte von Mitarbeitern und Mitarbeiterinnen vorgenommen. In der tiefgehenden Equal Pay-Studie wurden vergleichbare Tätigkeitsgruppen gebildet und Entgeltunterschiede vor dem Hintergrund analysiert, ob hier mögliche Diskriminierungen vorliegen. Hierzu wurden Aspekte wie Betriebszugehörigkeit, Alter, Schul- und Berufsausbildung sowie Anforderungsniveau und berufliche Stellung herangezogen.

Als Ergebnis hat sich gezeigt, dass die durchschnittliche Vergütung der Frauen von der durchschnittlichen Vergütung von Männern nicht signifikant abweicht. Der unbereinigte Equal Pay Gap liegt bei 1,2%. Die verbleibenden, nicht signifikanten

Unterschiede beruhen auf produktionspezifischen Entgeltbestandteilen wie Erschwerniszulagen, auf tätigkeitsbezogenen Entgelten wie Vorarbeiter- oder Meisterzulagen oder sind durch unterschiedliche tarifliche Entgeltstufen für kaufmännische oder technische Berufe vorgegeben.

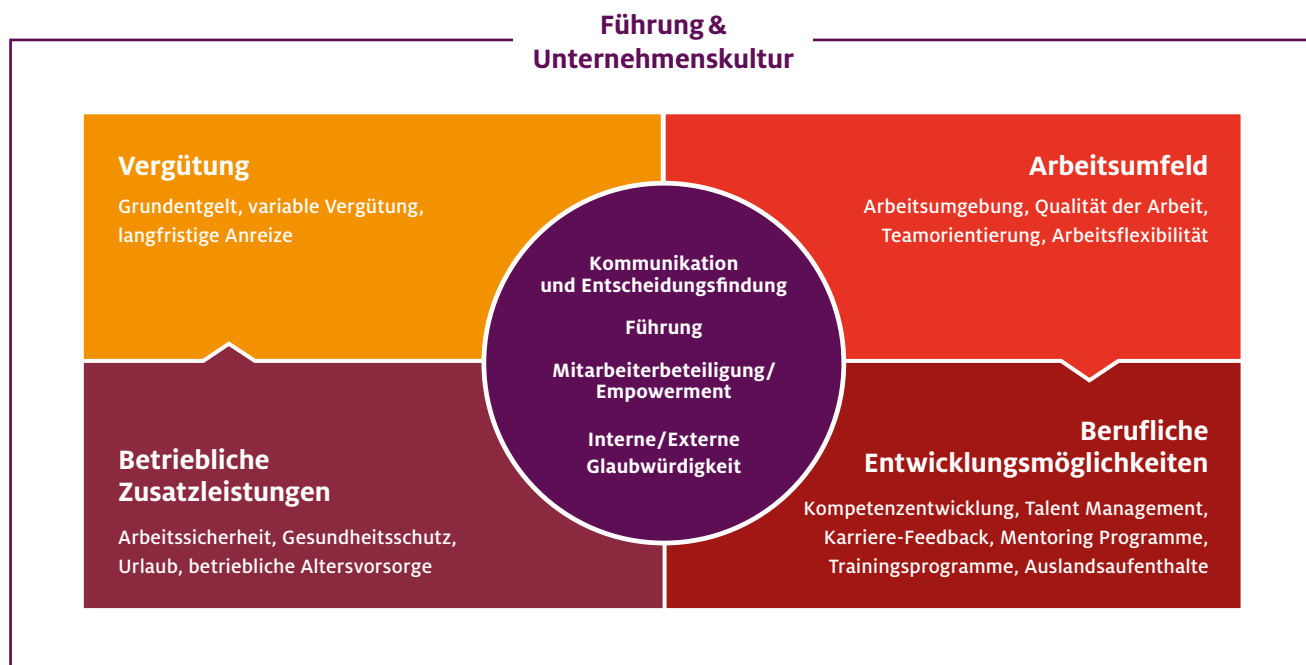
Das gemeinnützige FPI Fair Pay Innovation Lab hat Symrise im Berichtsjahr 2021 für seine faire Bezahlung ausgezeichnet. Diese Auszeichnung hat zwei Jahre Gültigkeit und wird, bei Bedarf, im nächsten Jahr erneut durchgeführt.

Aus- und Weiterbildung

Für Symrise besitzt die Ausbildung junger Menschen einen besonderen Stellenwert, wie auch mehrfache Auszeichnungen bei Unternehmensvergleichen in den vergangenen vier Jahren belegen. Zum einen rekrutiert Symrise qualifizierte junge Menschen, die das Unternehmen zielgerichtet vor dem Hintergrund seiner Unternehmensbedarfe ausbildet. Zum anderen erfüllt Symrise mit diesem Engagement einen gesamtgesellschaftlichen Auftrag gegenüber der nachfolgenden Generation.

Zum 31. Dezember 2022 waren an den deutschen Standorten insgesamt 126 Auszubildende und Trainees beschäftigt.

Die Ausbildung dauert je nach Berufsbild etwa zwei bis drei Jahre. Alle Auszubildenden werden nach Abschluss der Aus-



bildung zumindest zeitweise übernommen, wenn sie die Mindestanforderungen an den Ausbildungserfolg erfüllen. Mit dem Investment in die Ausbildung deckt Symrise den Bedarf an zukünftigen Fachkräften sowohl in der chemischen Produktion und in den Laboren als auch in den kaufmännischen Funktionen, im Marketing, im IT-Bereich und im Vertrieb.

Seine Ausbildungskapazitäten hat Symrise so ausgerichtet, dass jährlich etwa 45 junge Menschen ihre Ausbildung bei Symrise beginnen können. 25 davon werden in chemisch-technischen Berufen ausgebildet, weitere etwa 10 in technischen Berufen und in der Logistik sowie 12 junge Menschen in kaufmännischen/informationstechnischen Berufen. Über die Erstausbildung hinaus eröffnet Symrise Perspektiven durch ein duales Studium im kaufmännischen Bereich (fünf Mitarbeiter pro Jahrgang/insgesamt 15 auf dem Weg zum Bachelor of Business Administration). Aufgrund des inzwischen spürbaren Fachkräftemangels hat Symrise weitere Berufsfelder in das Ausbildungsspektrum aufgenommen. 2022 hat in Braunschweig der dritte Jahrgang der Fachkraft für Lebensmitteltechnik die Ausbildung aufgenommen, in Nördlingen werden regelmäßig Destillateure/innen ausgebildet und in Holzminden wird seit 2022 die Ausbildung Fachinformatiker/in angeboten. So wirkt Symrise konsequent dem demografischen Wandel im Unternehmen entgegen. Ferner bereitet Symrise in Kooperation mit der Kreisvolkshochschule Holzminden einen zweiten Jahrgang der Ausbildungsmaßnahme Produktionsfachkraft Chemie ab August 2023 vor, um mit den Fachkräften die Mischbetriebe zu verstärken.

Grundsätzlich bietet Symrise in allen seinen Regionen reichhaltige Schulungsprogramme an. Im Jahr 2022 lag der Fokus auf eLearning und wurde mittels eines 12-monatigen „Learning Nugget“ Kalenders gesteuert. Neben den allgemeinen Trainingsinhalten qualifiziert Symrise seine Mitarbeiter außerdem auch durch Einsätze im Ausland.

In einer eigenen Flavoristen- und Parfümeursschule bildet Symrise kontinuierlich Experten aus, die in einem Zeitraum von rund drei Jahren Rohmaterialien und deren Anwendungsmöglichkeiten in den Produkten von Symrise erlernen und danach sehr erfolgreich in der Produktentwicklung eingesetzt werden können. Darüber hinaus bestehen für unsere Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter vielfältige Möglichkeiten, in Kooperation mit Hochschulen, Akademien und Instituten berufsbegleitend einen Bachelor- oder Masterstudiengang bis hin zur Promotion zu absolvieren.

Vergütung und Tarifverträge

Symrise vergütet seine tariflichen Mitarbeiter grundsätzlich auf der Basis von Entgelttarifverträgen, die mit der jeweils zuständigen Gewerkschaft abgeschlossen wurden. Für die Mitarbeiter im außertariflichen Bereich besteht ein Job Grade Konzept, das die Rollen und Positionen im außertariflichen Bereich nach klaren Prinzipien und nach objektiven Kriterien ordnet. Jede erstmalige Eingruppierung oder spätere Umgruppierung unterliegt der Überprüfung durch den Betriebsrat. So stellt der Konzern nach dem Vier-Augen-Prinzip sicher, dass Geschlechtsunterschiede keine Rolle bei der Festlegung der Vergütung spielen.

In Deutschland orientiert sich Symrise an den Entgelterhöhungen der chemischen Industrie.

Im Jahr 2022 fanden die regulär anstehenden Tarifverhandlungen zu unseren Entgelttarifverträgen statt. Im Rahmen erfolgreicher Verhandlungen konnte ein an die wirtschaftlichen Herausforderungen von Unternehmen und Mitarbeitenden angepasster Entgelttarifvertrag mit einer Laufzeit von 1,5 Jahren abgeschlossen werden.

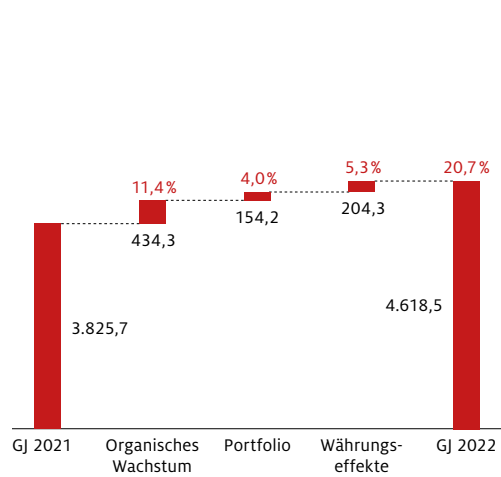
Im Mai 2022 erhielten alle Mitarbeitenden in Vollzeit in Deutschland eine Einmalzahlung von 1.400 €. Im Dezember 2022 hat Symrise an alle Mitarbeitenden in Deutschland einen sogenannten Inflationsausgleich in Höhe von 1.500 € netto gezahlt. Gehaltserhöhungen wurden zudem ab dem 1. Januar sowie ab dem 1. Juli 2023 verhandelt. Eine weitere Inflationsausgleichszahlung in Höhe von 1.500 € ist für Ende 2023/Anfang 2024 vorgesehen.

Darüber hinaus wird Symrise seine Mitarbeiter im Tarifbereich in Deutschland wie bisher auch am Unternehmenserfolg beteiligen. Die mögliche an die EBITDA Marge geknüpfte Erfolgsbeteiligung wurde für das Jahr 2023 und 2024 ebenfalls erhöht.

Im außertariflichen Bereich gelten für unsere Führungskräfte mit globaler oder regionaler Verantwortung weltweit gesonderte Global Performance Bonus-Pläne. Diese unterstützen das Erreichen der gesetzten Unternehmensziele durch eine ergebnis- und leistungsorientierte variable Vergütung. Außerdem werden unsere Mitarbeiter im Bereich der Kreation ebenfalls in dieses Führungs- und Incentive-System einbezogen.

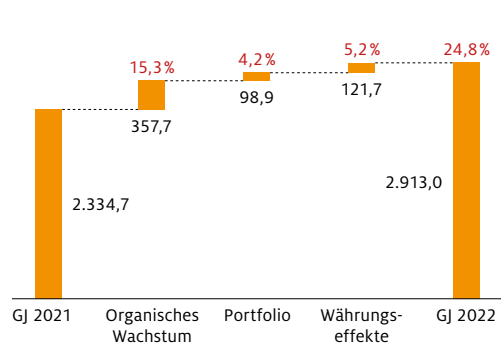
Wirtschaftsbericht

KONZERN Umsatz in Mio. €



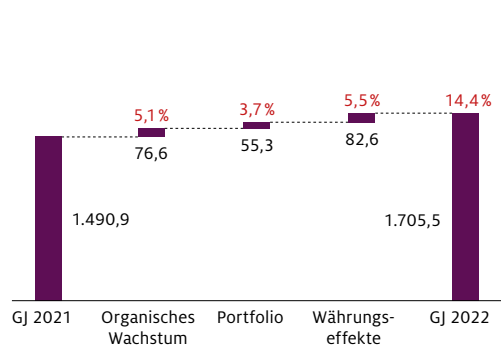
in Mio. €	GJ 2021	GJ 2022 ¹	Veränderung in %
Bruttoergebnis vom Umsatz	1.478,8	1.702,1	15,1
EBITDA	813,6	921,5	13,3
EBITDA-Marge in %	21,3	20,0	-
EBIT	559,0	630,1	12,7
EBIT-Marge in %	14,6	13,6	-
Abschreibungen auf Sachanlagen	140,5	164,6	17,2
Abschreibungen auf immat. VG	114,1	126,8	11,1
Finanzergebnis	-42,8	-72,9	70,4
Ergebnis vor Ertragsteuern	516,2	557,2	8,0
Konzerngewinn ²	374,9	406,1	8,3
Ergebnis je Aktie ³ in €	2,74	2,91	6,0
Forschungs- & Entwicklungsaufwand	220,7	254,5	15,3
Investitionen	173,7	270,1	55,5
Business Free Cashflow in % vom Umsatz	12,7	6,5	-

TASTE, NUTRITION & HEALTH Umsatz in Mio. €



in Mio. €	GJ 2021	GJ 2022 ¹	Veränderung in %
EBITDA	531,1	630,5	18,7
EBITDA-Marge in %	22,7	21,6	-
EBIT	357,9	430,2	20,2
EBIT-Marge in %	15,3	14,8	-

SCENT & CARE Umsatz in Mio. €



in Mio. €	GJ 2021	GJ 2022	Veränderung in %
EBITDA	282,6	291,0	3,0
EBITDA-Marge in %	19,0	17,1	-
EBIT	201,1	199,9	-0,6
EBIT-Marge in %	13,5	11,7	-

¹ Ohne Wertminderung des assoziierten Unternehmens Swedencare

² Entfällt auf die Aktionäre der Symrise AG

³ Unverwässert

Anzahl Aktien ab 21. September 2021 bei 139.772.054; gewichteter Durchschnitt des Gesamtjahres 2021 bei 136.633.677

UNTERNEHMENSENTWICKLUNG IM ÜBERBLICK WICHTIGE EREIGNISSE

Trotz herausfordernder politischer und wirtschaftlicher Rahmenbedingungen gelang es Symrise, im Geschäftsjahr 2022 seine Strategie unbeirrt umzusetzen. Die Nachwirkungen der Corona-Pandemie, infolge derer es zu Unterbrechungen von Lieferketten und Knappheiten auf den Beschaffungsmärkten kam, sowie der Krieg in der Ukraine haben sich bislang nur gering auf die Geschäftsentwicklung von Symrise ausgewirkt. Die anhaltend hohe Inflation hingegen hat zu teils deutlichen Kostensteigerungen bei Symrise geführt, die durch eine konsequente Umsetzung von Preiserhöhungen weitgehend kompensiert werden konnten.

Anfang des Jahres hat Symrise die 2021 akquirierte Produktionsstätte für Duftstoffe in Granada, Spanien, erweitert. In einem ersten Schritt wurde eine gezielte Investition für multifunktionale kosmetische Inhaltsstoffe getätigt. Symrise trägt mit der Investition dem globalen Marktwachstum insbesondere bei 1,2-Alkandiol-Produkten Rechnung. Die 1,2-Alkandiol-Produktpalette von Symrise besteht aus einer Reihe von multifunktionalen Inhaltsstoffen, die zunehmend in Körperpflegeprodukten eingesetzt werden. Mit der kürzlich in Betrieb genommenen Produktionslinie stellt der Standort nun sowohl kosmetische Inhaltsstoffe als auch eine breite Palette von Duftstoffen aus nachwachsenden Rohstoffen her.

Im April hat Symrise auf der Pariser Kosmetikmesse in-cosmetics mit SymHair® Thermo einen neuartigen natürlichen Inhaltsstoff vorgestellt. Dieser schützt das Haar vor Hitze und kann gleichzeitig den Einsatz von thermischen Styling-Geräten wie Lockenstäben verkürzen. Das Unternehmen hat damit eine nachhaltige Alternative zu bisher genutzten synthetischen Silikonen entwickelt. SymHair® Thermo eignet sich unter anderem für den Einsatz in Shampoos, Spülungen sowie für auf dem Kopf und im Haar verbleibenden Pflegeprodukten. Das Produkt hat zudem den ersten Preis der BSB Innovation Awards in der Kategorie „Natürliche Produkte & Rohstoffe“ gewonnen.

Im Juni ist der Geschäftsbereich Cosmetic Ingredients eine strategische Partnerschaft mit dem deutschen Biotech-Unternehmen evoxx technologies eingegangen. Die Partner wollen biotechnologische Prozesse für Inhaltsstoffe entwickeln, die sich in Körperpflege-Anwendungen einsetzen lassen. Im Zuge der Partnerschaft bringt evoxx seine Expertise in der Forschung und Entwicklung sowie seine weltweit führende Rolle in der Herstellung von Enzymen und Probiotika ein. Symrise steuert sein Wissen und seine Fähigkeiten in der Entwicklung innovativer und nachhaltiger kosmetischer Inhaltsstoffe bei. Im Ergebnis erhalten Verbraucher innovative Pflegeprodukte, die ihre Wünsche nach wirksamen und verantwortungsvollen Inhaltsstoffen erfüllen.

Zielerreichung 2022

Umsatzwachstum (währungsbereinigt)	Ziel zu Beginn des Geschäftsjahres	5 – 7 %	Erreichter Wert	11,4 % ¹
EBITDA-Marge		um die 21 %		20,0 % ²
Nettoverschuldung (inkl. Rückstellungen für Pensionen und ähnliche Verpflichtungen sowie Leasingverbindlichkeiten) / EBITDA (Ohne Akquisitionen)		zwischen 2,5 und 2,7		2,9 ²
Business Free Cashflow		um die 14 %		6,5 % ²

¹ Organisches Wachstum ² Ohne Wertminderung des assoziierten Unternehmens Swedencare

Ende Juni 2022 hat Symrise auf dem World Perfumery Congress (WPC) in Miami die erweiterte KI- Lösung „Philyra“ präsentiert. Philyra, deren Name aus der griechischen Mythologie stammt und für „Begleitung der Kreation“ steht, bereichert die kreative Arbeit von Parfümeuren nun auch mit nachhaltigen Facetten. Gemeinsam mit IBM Research hat Symrise in den vergangenen Jahren an der Evolution seiner kognitiven Kreativität auf Basis künstlicher Intelligenz in der Parfümerie gearbeitet. Philyra 2.0 ermöglicht den gezielten Einsatz umweltfreundlicher und nachwachsender Rohstoffe, mit denen Parfümeure innovative Duftkreationen schaffen können. Damit untermauert Symrise erneut seine Rolle als digitaler Vorreiter der Branche.

Im Dezember hat das Segment Taste, Nutrition & Health ein Vier-Jahres-Forschungskonsortium mit der niederländischen Universität & Forschungsinstitut Wageningen und anderen Industriepartnern gegründet. Ziel der Kooperation ist die Entwicklung von Fleischalternativen mit besserer sensorischer Qualität. Die Partner wollen insbesondere die Faktoren für die Geschmacksfreigabe von Fleischalternativen untersuchen. Verbraucher greifen heutzutage vermehrt zu pflanzenbasierten Varianten beliebter fleischbasierter Produkte. Während der Markt stark wächst, bietet er weiter viel Potenzial, weitere Produkte zu entwickeln. Die Forschung soll der Lebensmittelindustrie Erkenntnisse liefern, um schmackhaftere Alternativen zu Fleischprodukten kreieren zu können – ein entscheidender Schritt auf dem Weg zu einer nachhaltigeren Ernährung mit mehr pflanzlichen Produkten.

Im Zuge seines zielgerichteten Portfoliomanagements war Symrise auch im Geschäftsjahr 2022 auf dem Markt für Firmenübernahmen und -verkäufe aktiv.

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

Der Symrise Konzern erzielte im Geschäftsjahr 2022 einen Umsatz von 4.618 Mio. €. Im Vergleich zum Vorjahr stiegen die Erlöse um 20,7 % in Berichtswährung. Ohne Berücksichtigung von Portfolio-Effekten beträgt das organische Umsatzwachstum 11,4 %. Das Ergebnis vor Zinsen, Steuern, Abschreibungen auf Sachanlagen und auf immaterielle Vermögenswerte (EBITDA¹) belief sich auf 922 Mio. € und lag damit deutlich über dem Vorjahreswert von 814 Mio. €. Dies entspricht einer Marge bezogen auf den Umsatz von 20,0 % (2021: 21,3 %).

Der auf die Aktionäre der Symrise AG entfallende Konzerngewinn beträgt 280 Mio. € und liegt infolge der nicht-zahlungs-

wirksamen Wertminderung des assoziierten Unternehmens Swedencare 95 Mio. € unter dem Wert des Vorjahres. Ohne die Wertminderung für Swedencare hätte der auf die Aktionäre der Symrise AG entfallende Konzerngewinn 406 Mio. € betragen. Das Ergebnis je Aktie beträgt 2,00 €. Ohne den Swedencare-Effekt hätte das Ergebnis je Aktie 2,91 € betragen (2021: 2,74 €).

Vor dem Hintergrund der insgesamt guten Geschäftsentwicklung wird der Vorstand der Symrise AG in Abstimmung mit dem Aufsichtsrat der Hauptversammlung am 10. Mai 2023 vorschlagen, die Dividende von 1,02 € im Vorjahr auf 1,05 € je Aktie für das Geschäftsjahr 2022 anzuheben.

VERGLEICH DES TATSÄCHLICHEN MIT DEM PROGNOSTIZIERTEN GESCHÄFTSVERLAUF

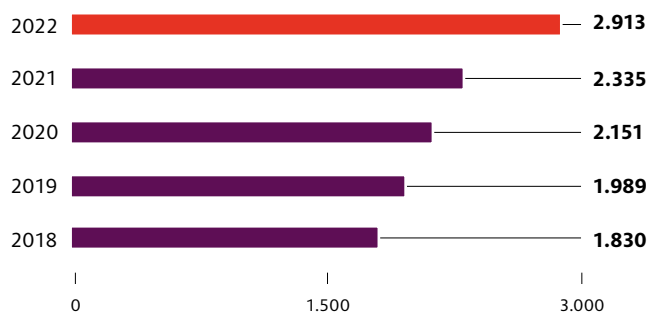
Zu Beginn des Geschäftsjahres 2022 hatte Symrise sich das Ziel gesetzt, ein organisches Umsatzwachstum von 5 % bis 7 % und damit merklich über dem Marktwachstum (ca. 3 % bis 4 %) anzustreben. Vor dem Hintergrund der guten Geschäftsentwicklung wurde die Umsatzerwartung für das Gesamtjahr zunächst auf deutlich über 7 %, im weiteren Verlauf auf über 10 % erhöht. Im Jahr 2022 lag das Wachstum des für Symrise relevanten Marktes nach eigenen Schätzungen bei etwa 8 %, vor allem durch inflationsbedingte Preiseffekte.

Für 2022 hatte Symrise, trotz spürbar steigender Rohstoffpreise, eine EBITDA-Marge von um die 21 % erwartet. Die Verschuldung, gemessen anhand der Kennzahl Nettoverschuldung (inklusive Rückstellungen für Pensionen und ähnliche Verpflichtungen sowie Leasingverbindlichkeiten) zu EBITDA, sollte in der Spanne von 2,5 bis 2,7 liegen. Für den Business Free Cashflow hatte Symrise sich zum Beginn des Geschäftsjahres 2022 einen Wert von 14 % bezogen auf den Umsatz als Ziel gesetzt. Im Laufe des Geschäftsjahres wurde der Zielwert für 2022 für den Business Free Cashflow auf 8 % bis 10 % angepasst.

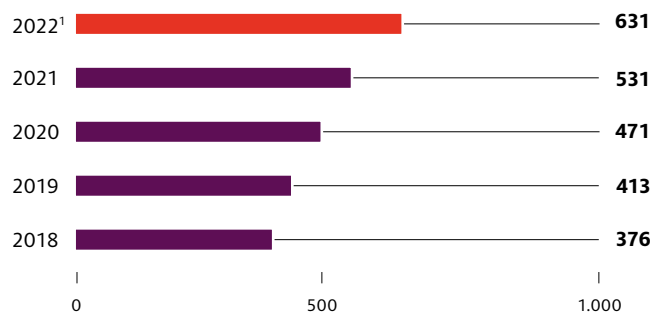
Mit einem Umsatzanstieg von 11,4 % (ohne Berücksichtigung von Portfolio- und Währungseffekten) hat Symrise das Umsatzziel im Jahr 2022 deutlich übertroffen. Darüber hinaus konnte Symrise ebenfalls das ambitionierte Unternehmensziel aus dem Jahr 2019 (4,0–4,5 Mrd. € Umsatz im Jahr 2022) übertreffen. Die EBITDA-Marge¹ liegt mit 20,0 % leicht unter dem für 2022 erwarteten Wert. Die Nettoverschuldung liegt mit dem 2,9-fachen EBITDA¹ infolge der getätigten Akquisitionen und dem Aufbau von Working Capital zur Sicherstellung der Lieferfähigkeit über dem für 2022 erwarteten Wert. Der Business Free Cashflow¹ lag zum Stichtag bei 6,5 %. Aufgrund des starken Umsatzwachstums im Berichtsjahr sowie eines

¹ Ohne Wertminderung des assoziierten Unternehmens Swedencare

Segment Taste, Nutrition & Health Umsatz in Mio. €



Segment Taste, Nutrition & Health EBITDA in Mio. €



Aufbaus von Sicherheitsbeständen zur Sicherstellung der Lieferfähigkeit konnte Symrise das hier gesetzte Ziel nicht erreichen.

ENTWICKLUNG IN DEN SEGMENTEN UND REGIONEN

SEGMENT TASTE, NUTRITION & HEALTH

Das Segment Taste, Nutrition & Health verzeichnete 2022 eine weitere Wiederbelebung des Konsumentenverhaltens aufgrund des Fortschritts in der Bekämpfung der Corona-Pandemie. Des Weiteren wirkten sich die durchgeführten Preissteigerungen positiv auf die Umsatzentwicklung des Segments aus. Unter Berücksichtigung von Portfolio- und Wechselkurseffekten belief sich der Umsatz in Berichtswährung auf 2.913 Mio. €. Gegenüber dem Vorjahr entspricht dies einem Anstieg um 24,8%. Der positive Nettoeffekt aus den Akquisitionen von Giraffe Foods Inc. (Mississauga/ON), Schaffelaarbos B.V. (Barneveld/Niederlande) und Wing Biotechnology Co., Ltd. (Shanghai/China) sowie den umsatzreduzierenden Veräußerungen des Velcorin®- und Farbengeschäfts betrug insgesamt rund 99 Mio. €. Ohne Berücksichtigung von Währungs- und Portfolioeffekten erzielte das Segment einen organischen Zuwachs um 15,3%.

Der Geschäftsbereich Food & Beverage erreichte in allen Regionen ein hohes ein- bis niedriges zweistelliges prozentuales Umsatzwachstum. Besonders die anhaltend hohe Nachfrage nach Getränken und würzigen Produkten sorgte in den entsprechenden Anwendungsbereichen regionsübergreifend für hohe Wachstumsraten. Das Süßwarengeschäft verzeichnete ein leichtes Umsatzwachstum und auch der Anwendungsbereich Naturals trug mit einem einstelligen Wachstum zum Umsatzanstieg bei.

Das Pet Food-Geschäft setzte sein starkes Wachstum im Vergleich zum bereits hervorragenden Vorjahr fort. Die Entwicklung des Geschäftsbereichs profitierte von einer steigenden Haustierpopulation und infolgedessen einem hohen Bedarf an Tiernahrung. Der Geschäftsbereich erzielte in allen Regionen ein starkes, prozentual zweistelliges organisches Umsatzwachstum.

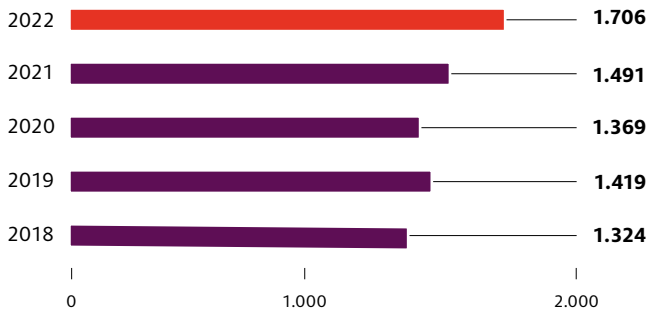
Die Umsatzentwicklung im Anwendungsbereich Aqua Feed war von der weiterhin geringen Nachfrage für Futterlösungen im Aquafarming beeinflusst. Die Umsätze blieben leicht unter denen des Vorjahres.

Das Geschäft mit Probiotika, zu dem die Mehrheitsbeteiligung am schwedischen Unternehmen Probi AB (Lund/Schweden) gehört, konnte das Niveau des starken Vorjahres nicht halten und verzeichnete einen leichten Umsatzrückgang.

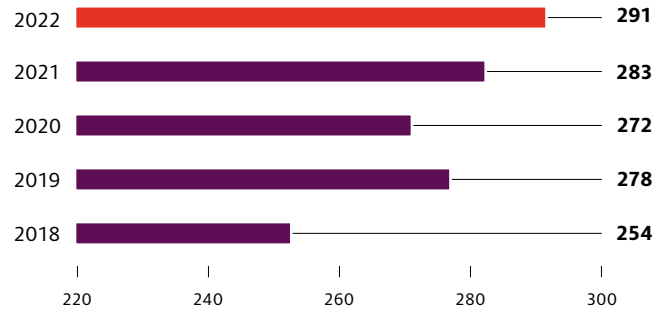
EBITDA Taste, Nutrition & Health: Das EBITDA¹ des Segments Taste, Nutrition & Health betrug im Berichtsjahr 631 Mio. € und lag damit deutlich über dem Wert des Vorjahres (2021: 531 Mio. €). Die EBITDA-Marge¹ in Höhe von 21,6% erreichte vor allem aufgrund gestiegener Rohstoff- und Energiepreise nicht das Niveau des Vorjahres (2021: 22,7%).

¹ Ohne Wertminderung des assoziierten Unternehmens Swedencare

Segment Scent & Care Umsatz in Mio. €



Segment Scent & Care EBITDA in Mio. €



SEGMENT SCENT & CARE

Im Geschäftsjahr 2022 erzielte das **Segment Scent & Care** einen Umsatz von 1.706 Mio. €. Im Vorjahresvergleich entspricht dies einem Zuwachs um 14,4 %. Ohne Berücksichtigung von Portfolio- und Währungseffekten belief sich das organische Umsatzwachstum auf 5,1 %. Die Portfolioeffekte aus der Übernahme des Fragrance und Aroma Chemicals Geschäft von Sensient Technologies C.V. (Elburg, Niederlande) sowie den Akquisitionen von Neroli Invest DL (Groupe Nérolí) und Essence Ciel mit dem Tochterunternehmen SFA Romani (Romani), beide mit Sitz in Saint-Cézaire-sur-Siagne/Frankreich, trugen insgesamt mit rund 55 Mio. € zum Umsatz des Segments bei.

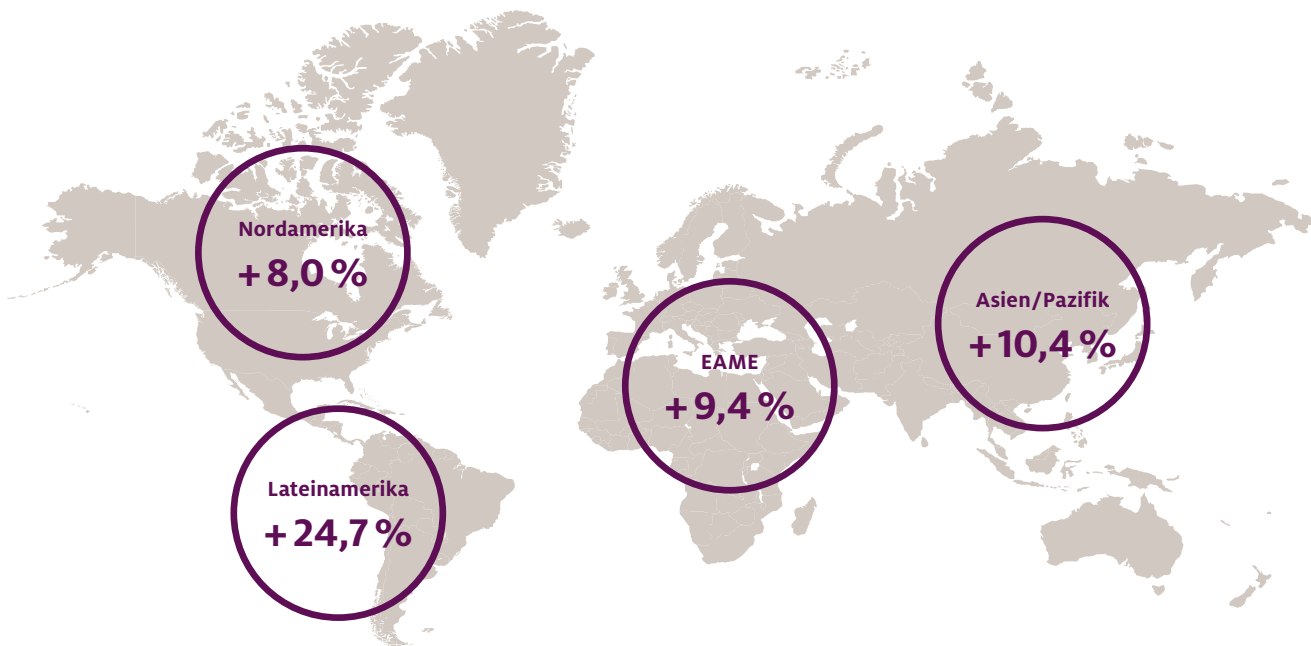
Der Geschäftsbereich Fragrance verbuchte ein solides einstelliges prozentuales organisches Wachstum und profitierte insbesondere von einer starken Nachfrage im Anwendungsbereich der Feinparfümerie. Dieser entwickelte sich sehr dynamisch und erzielte nach einem starken Vorjahr erneut prozentual zweistellige organische Zuwächse. Besonders ausgeprägt waren die Steigerungsraten in den Regionen Lateinamerika und EAME. Die Umsatzentwicklung in den Anwendungsbereichen Consumer Fragrance und Oral Care verlief nicht zufriedenstellend. Diese Entwicklung war hauptsächlich getrieben durch den Abbau von Lagerbeständen auf Seiten der Kunden, die nach coronabedingt starken Vorjahren zum Normalniveau zurückkehrten.

Die Umsatzentwicklung im Geschäftsbereich Aroma Molecules verlief im vergangenen Geschäftsjahr verhalten. Im Anwendungsbereich Menthol konnte ein organisches Wachstum im einstelligen Prozentbereich erzielt werden. Insbesondere die Region Nordamerika konnte hier hohe Zuwächse erzielen. Die Nachfrage nach Duftstoffen hingegen gestaltete sich schwächer als erwartet und führte organisch zu einem Umsatzrückgang.

Der Geschäftsbereich Cosmetic Ingredients entwickelte sich weiterhin sehr dynamisch und profitierte von einer starken Nachfrage nach hochwertigen Kosmetikprodukten. Alle Anwendungsbereiche und Regionen trugen zur Geschäftsentwicklung bei. Besonders der hohe Bedarf an Sonnenschutzprodukten sowie Produkten mit aktiven kosmetischen Wirkstoffen führte zu hohen organischen Zuwächsen im zweistelligen prozentualen Bereich.

EBITDA Scent & Care: Scent & Care erwirtschaftete 2022 mit 291 Mio. € ein um 3,0 % höheres EBITDA als im Vorjahr (2021: 283 Mio. €). Die EBITDA-Marge belief sich vor allem aufgrund stark gestiegener Rohstoff- und Energiepreise auf 17,1 %, nach 19,0 % im Jahr 2021.

Entwicklung in den Regionen (organisches Umsatzwachstum)



ENTWICKLUNG IN DEN REGIONEN

Das Geschäft in der Region EAME entwickelte sich erfreulich und nahm im Vorjahresvergleich organisch um 9,4 % zu. In Nordamerika konnte der Umsatz organisch um 8,0 % gesteigert werden. Die Region Asien/Pazifik erreichte im Vorjahresvergleich ein hohes organisches Umsatzwachstum von 10,4 %. Die Umsatzentwicklung in Lateinamerika verlief dynamisch und verzeichnete einen organischen Zuwachs von 24,7 % im Vergleich zum Vorjahr.

ERTRAGSLAGE

ENTWICKLUNG WESENTLICHER POSTEN DER GEWINN- UND VERLUSTRECHNUNG

Die Ergebnisentwicklung im Geschäftsjahr 2022 blieb trotz der dynamischen Umsatzentwicklung unter den Erwartungen. Die Herstellungskosten erhöhten sich leicht überproportional zum Umsatz, vor allem aufgrund gestiegener Rohstoff- als auch Fertigungskosten. Gestiegene Logistik- und Energiekosten sowie Kostensteigerungen infolge der allgemeinen inflationä-

ren Entwicklungen belasteten das Bruttoergebnis. Die Bruttomarge betrug im Berichtsjahr 36,9 % und lag damit um 1,8 Prozentpunkte unterhalb des Vorjahresniveaus (38,7 %). Der Anteil der Vertriebskosten am Konzernumsatz lag wie im Vorjahr bei 14,7 %. Die F & E-Quote reduzierte sich im Vorjahresvergleich von 5,8 % auf 5,5 % des Umsatzes, vor allem aufgrund des starken Umsatzwachstums. Der Verwaltungskostenanteil am Konzernumsatz reduzierte sich von 5,8 % im Vorjahr auf 5,6 % im Berichtsjahr.

Der Anstieg bei den sonstigen betrieblichen Erträgen ist vor allem auf positive Sondereffekte im Zusammenhang mit der Veräußerung des Velcorin®-Geschäfts sowie aus dem Teilverkauf des Selleriegeschäfts in Nordamerika in Höhe von jeweils rund 18 Mio. € zurückzuführen. Des Weiteren sind im Geschäftsjahr 2022 einmalige Kosten im Zusammenhang mit dem Erwerb und der Veräußerung von Unternehmen bzw. Unternehmensteilen in Höhe von 9,3 Mio. € angefallen.

Im Verlauf der zweiten Geschäftsjahreshälfte 2022 verzeichnete der Börsenkurs des assoziierten Unternehmens Swedencare AB, Malmö/Schweden, einen spürbaren Rückgang. In einer daraufhin von Symrise durchgeführten Werthaltigkeitsprüfung ergab sich eine Wertminderung in Höhe von 126 Mio. €, die als „Wertminderung auf at equity bilanzierte Unternehmen“ innerhalb des operativen Ergebnisses erfasst wurde¹. Aus Gründen der Vergleichbarkeit wird die Ertragslage im Folgenden ohne diese Wertminderung dargestellt.

Als Folge des starken Umsatzwachstums konnte das Unternehmen das EBITDA² in Höhe von 922 Mio. € im Vergleich zum Vorjahr (2021: 814 Mio. €) deutlich steigern. Die EBITDA²-Marge lag mit 20,0% unter dem Vorjahreswert von 21,3%.

¹ Weitere Details zur Wertminderung bei Swedencare finden sich im Anhang des Finanzberichts unter TZ 21

² Ohne Wertminderung des assoziierten Unternehmens Swedencare

Prognosebericht

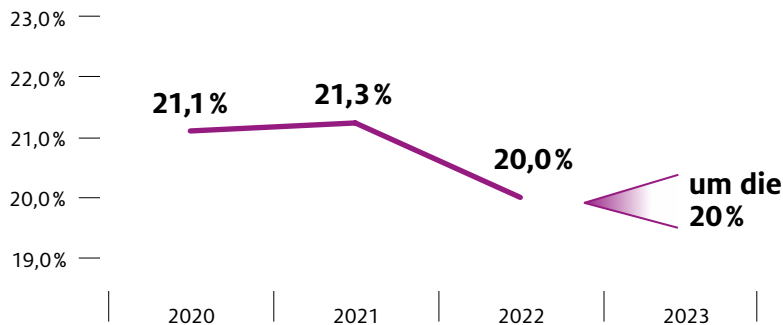
GRUNDLAGEN

Globales
Wirtschaftswachstum
2,9%

Marktwachstum
3 – 4%

Rohstoffpreise
moderat steigend

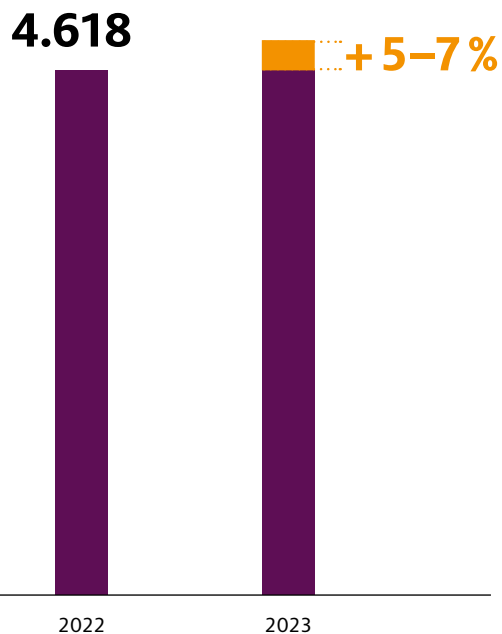
EBITDA-MARGE



1 Bereinigt um Transaktions- und Integrationskosten im Zusammenhang mit Unternehmenskäufen und angepasst aufgrund finalisierter Kaufpreisallokation für ADF/IDF.

ORGANISCHES UMSATZWACHSTUM

in Mio. €



ERWARTUNGEN

Business Free Cashflow
in Relation zum Umsatz

~ 12% in 2023
mittelfristig 14%

Nettoverschuldung/
(inkl. Pensionen und ähnliche Verpflichtungen
sowie Leasingverbindlichkeiten)

EBITDA
2,5 – 2,7

Investitionen
in Relation zum Umsatz

~ 6%

KÜNFTIGE UNTERNEHMENSENTWICKLUNG

Für das Jahr 2023 bekräftigt Symrise seine langfristigen Wachstums- und Profitabilitätsziele. Der Konzern geht weiterhin davon aus, schneller zu wachsen als der relevante Markt. Das prognostizierte langfristige Wachstum nach IAL Consultants beträgt etwa 3 % bis 4 % weltweit. Für den Konzern gilt unverändert die langfristige Wachstumserwartung von 5 % bis 7 % (CAGR), die auch im Jahr 2023 erreicht werden soll. Bis Ende 2025 strebt das Unternehmen einen Umsatz von 5,5 Mrd. € bis 6,0 Mrd. € an.

Zur weiteren Steigerung des Ergebnisses und Sicherung der Profitabilität wird der Konzern weiterhin Preissteigerungen mit seinen Kunden umsetzen. Darüber hinaus 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 moderat steigender Rohstoffkosten geht der Konzern für 2023 von einer EBITDA-Marge von rund 20 % am unteren Ende des angestrebten Korridors aus. Mittelfristig strebt der Konzern eine EBITDA-Marge in der Bandbreite von 20 % bis 23 % an. Der Quotient aus Nettoverschuldung (inklusive Rückstellungen für Pensionen und ähnliche Verpflichtungen sowie Leasingverbindlichkeiten) zu EBITDA soll Ende 2023 zwischen 2,5 und 2,7 liegen. Für den Business Free Cashflow strebt der Konzern für 2023 eine Quote bezogen auf den Umsatz von rund 12 % an. Mittelfristig wird eine Quote von 14 % angestrebt.

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 der Strategie sind unverändert. Sie stehen für die weitere Verbesserung der Wettbewerbsfähigkeit und den nachhaltigen Ausbau des 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 des traditionellen Geschäfts mit 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

In T€	2021	2022
Umsatzerlöse	3.825.691	4.618.476
Herstellungskosten	- 2.346.860	- 2.916.399
Bruttoergebnis vom Umsatz	1.478.831	1.702.077
Vertriebskosten	- 563.715	- 680.623
Forschungs- und Entwicklungsaufwendungen	- 220.742	- 254.487
Verwaltungskosten	- 220.995	- 257.915
Sonstige betriebliche Erträge	85.796	113.947
Sonstige betriebliche Aufwendungen	- 4.936	- 5.754
Ergebnis aus at equity bilanzierten Unternehmen	4.716	12.858
Wertminderung auf at equity bilanzierte Unternehmen	0	- 126.126
Betriebsergebnis/EBIT	558.955	503.977
Finanzerträge	3.681	8.727
Finanzaufwendungen	- 46.444	- 81.591
Finanzergebnis	- 42.763	- 72.864
Ergebnis vor Ertragsteuern	516.192	431.113
Ertragsteuern	- 131.160	- 140.417
Konzerngewinn	385.032	290.696
davon entfällt auf Aktionäre der Symrise AG	374.924	280.007
davon entfällt auf nicht beherrschende Anteile	10.108	10.689
Ergebnis je Aktie (in €)		
unverwässert	2,74	2,00
verwässert	2,70	2,00

Konzernbilanz

In T€	31. Dezember 2021 angepasst*	31. Dezember 2022
VERMÖGENSWERTE		
Kurzfristige Vermögenswerte		
Zahlungsmittel und kurzfristige Einlagen	453.808	314.857
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	729.846	856.035
Vorräte	989.768	1.327.559
Übrige Vermögenswerte und Forderungen	107.804	137.570
Tatsächliche Ertragsteuerforderungen	46.357	47.820
Zur Veräußerung gehaltene Vermögenswerte	4.434	0
	2.332.017	2.683.841
Langfristige Vermögenswerte		
Immaterielle Vermögenswerte	2.507.671	2.900.001
Sachanlagen	1.323.525	1.565.887
Übrige Vermögenswerte und Forderungen	292.620	54.699
Anteile an at equity bilanzierten Unternehmen	114.629	521.025
Latente Steueransprüche	102.725	57.510
	4.341.170	5.099.122
AKTIVA	6.673.187	7.782.963

* Bezüglich der Details zur Anpassung wird auf TZ 2.1 des Anhangs verwiesen.

Hinweis: Der Anhang ist separat im Finanzbericht zu finden.

Konzernbilanz

In T€	31. Dezember 2021 angepasst*	31. Dezember 2022
VERBINDLICHKEITEN		
Kurzfristige Verbindlichkeiten		
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	412.786	529.605
Finanzverbindlichkeiten	353.743	27.040
Leasingverbindlichkeiten	21.800	27.167
Sonstige Rückstellungen	12.139	14.636
Übrige Verbindlichkeiten	261.522	274.813
Tatsächliche Ertragsteuerverbindlichkeiten	81.162	98.055
Verbindlichkeiten im Zusammenhang mit zur Veräußerung gehaltenen Vermögenswerten	2.218	0
	1.145.370	971.316
Langfristige Verbindlichkeiten		
Finanzverbindlichkeiten	1.342.124	2.365.598
Leasingverbindlichkeiten	83.060	127.610
Sonstige Rückstellungen	35.162	29.118
Rückstellungen für Pensionen und ähnliche Verpflichtungen	617.183	459.446
Übrige Verbindlichkeiten	6.983	6.567
Latente Steuerverbindlichkeiten	190.801	212.877
	2.275.313	3.201.216
SUMME VERBINDLICHKEITEN	3.420.683	4.172.532
EIGENKAPITAL		
Gezeichnetes Kapital	139.772	139.772
Kapitalrücklage	2.180.722	2.180.722
Rücklage für Neubewertungen (Pensionen)	- 212.006	- 92.444
Kumulierte Währungskursdifferenzen	- 248.569	- 67.477
Gewinnrücklagen	1.286.247	1.388.368
Sonstige Rücklagen	41.982	2.431
Eigenkapital der Aktionäre der Symrise AG	3.188.148	3.551.372
Nicht beherrschende Anteile	64.356	59.059
SUMME EIGENKAPITAL	3.252.504	3.610.431
PASSIVA	6.673.187	7.782.963

* Bezüglich der Details zur Anpassung wird auf TZ 2.1 des Anhangs verwiesen.

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

akzente kommunikation und beratung GmbH, München

Konzept, Design & Umsetzung

3st kommunikation, Mainz

Reportagen

Marc-Stefan Andres, Münster

Fotografie

Abdul Sameer, Pexels
Brass Monkey, Unsplash
Dirk Heine – Heine Warnecke Design
Jassim Shanavas, Unsplash
Nikolaus Urban
Renting C, Unsplash
Tobias Weinhold, Unsplash

Satz

3st kommunikation, Mainz

Druck

Gutenberg Beuys Feindruckerei GmbH, Hannover/Langenhagen

Veröffentlichungsdatum dieses Berichts

8. März 2023

Symrise online

www.symrise.com/de
www.symrise.com/de/unternehmensbericht/2022/de/nachhaltigkeit-verantwortung/nachhaltigkeitsbilanz.html
www.symrise.com/de/investoren
www.symrise.com/de/unternehmensbericht/2022/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.

Redaktioneller Hinweis

Wenn Begriffe wie Kunde oder Mitarbeiter verwendet werden, sind selbstverständlich alle Geschlechter angesprochen. Um die Lesefreundlichkeit zu erhöhen, verzichten wir auf die Nennung jeder einzelnen Form.



www.symrise.com