

always
inspiring more...

symrise 

Sharing Values

übermorgen zählt



Unternehmensbericht 2021



Florian Herkner treibt bei Symrise die Entwicklung von veganen und vegetarischen Produkten voran.

(Titel) Eloa Castelucci (li.) und Mariana Martins haben sich bei Symrise in Brasilien für das SymHouse eingesetzt, das Geschäft und Umweltengagement miteinander verbindet.

Übermorgen ist das Gegenteil von Strohfeuer und steht für die langfristige Perspektive, die Besonnenheit und Achtsamkeit, mit der Menschen bei Symrise den Unterschied machen. Die Pandemie hat uns gelehrt, dass es nicht ausreicht, nur an morgen zu denken, sondern darüber hinaus. Übermorgen ist Ausdruck der tiefen Überzeugung, dass Symrise bei all seinen Entscheidungen stets Verantwortung für Umwelt und Gesellschaft übernimmt, weil nur der dauerhafte Erfolg aller zählt.

KONZERNKENNZAHLEN		2017	2018	2019 ¹	2020	2021
Geschäft						
Umsatz	in Mio. €	2.996,3	3.154,0	3.407,9	3.520,5	3.825,7
EBITDA ²	in Mio. €	630,3	630,5	701,4	742,1	813,6
EBITDA-Marge ²	in %	21,0	20,0	20,6	21,1	21,3
EBIT ²	in Mio. €	431,6	434,0	471,6	487,5	559,0
EBIT-Marge ²	in %	14,4	13,8	13,8	13,8	14,6
Konzerngewinn ²	in Mio. €	270,3	275,3	296,2	306,9	374,9
Bilanzsumme (31.12.)	in Mio. €	4.674,6	4.920,4	5.953,1	5.939,8	6.642,7
Eigenkapitalquote (31.12.)	in %	37,8	39,5	41,3	39,8	49,0
Investitionen (ohne M & A)	in Mio. €	204,9	226,1	181,6	158,5	173,7
Nettoverschuldung (inkl. Rückstellungen für Pensionen und ähnliche Verpflichtungen)/EBITDA (31.12.) ²	Verhältnisgröße	3,0	3,0	3,2	2,7	2,4
Forschungs- und Entwicklungsaufwendungen ²	in Mio. €	196,4	200,4	213,4	212,3	220,7
Operativer Cashflow	in Mio. €	396,2	441,8	546,8	635,7	521,6
Kapitalmarkt						
Ausgegebene Aktien zum Bilanzstichtag	in Mio. Stück	129,8	129,8	135,4	135,4	139,8
Kurs zum Geschäftsjahresende (Xetra [®] Schlusskurs)	in €	71,62	64,50	93,80	108,40	130,30
Marktkapitalisierung zum Geschäftsjahresende	in Mio. €	9.297,2	8.372,9	12.703,0	14.680,2	18.212,3
Ergebnis je Aktie ^{2,3}	in €	2,08	2,12	2,20	2,27	2,74
Dividende je Aktie	in €	0,88	0,90	0,95	0,97	1,02 ⁴

1 2019 angepasst um die finalisierte Kaufpreisallokation für ADF / IDF
2 Zahlen für 2019 bereinigt um Transaktions-, Integrationskosten sowie einmalige Bewertungseffekte im Zusammenhang mit Unternehmenskäufen

3 Zahlen für 2021 basierend auf dem gewichteten Durchschnitt der Aktienanzahl des Jahres 2021: 136.633.677 Stück
4 Vorschlag

UNSERE FÜNF ZIELDIMENSIONEN		2019	2020	2021	Ziel 2025
Geschäft					
Organisches Umsatzwachstum	in %	5,7	2,7	9,6	5–7 (CAGR)
EBITDA(N)-Marge ¹	in %	20,6	21,1	21,3	20–23
Footprint (Umwelt)					
Öko-Effizienz der Treibhausgas-Emissionen (Scope 1+2) ²	in %	7,2	13,0	11,3	6,6 p.a.
Öko-Effizienz der Treibhausgas-Emissionen (Scope 3) ²	in %			4,0	3,0 p.a.
Öko-Effizienz des Chemischen Sauerstoffbedarfs im Abwasser ²	in %	–3,2	–22,6	34,8	4,0 p.a.
Öko-Effizienz der Sensitiven Abfälle ²	in %	3,9	19,8	2,2	4,0 p.a.
Wasserverbrauch ³	in %	3,2	–3,1	7,2	–3,0 p.a.
Innovation					
Umsatz mit neuen Produktentwicklungen ⁴	in %	16,4	15,4	16,7	> 15,0
Sourcing (Beschaffung)					
Lieferanten nach Nachhaltigkeitskriterien bewertet ⁵	in %	100	67	73	100
Nachhaltiger Bezug strategischer biologischer Rohstoffe	in %		72	84	100
Care (Mitarbeiter)					
Frauenquote erste Führungsebene	in %	24	28	20	30
Frauenquote zweite Führungsebene	in %	41	42	38	45
Unfallhäufigkeit	MAQ ⁶	4,3	3,0	3,8	< 1,5

1 Zahlen für 2019 bereinigt um Transaktions-, Integrationskosten sowie einmalige Bewertungseffekte im Zusammenhang mit Unternehmenskäufen
2 Alle Werte bezogen auf die Wertschöpfung
3 Produktionsstätten in wasserarmen Regionen (2018 – 2025 Reduzierung um insgesamt 15%)

4 Bezogen auf die Markteinführung in den vergangenen drei Jahren
5 Basierend auf 80% (bis 2020) bzw. 90% (ab 2021) des Einkaufsvolumens
6 MAQ = Arbeitsunfälle (> 1 Ausfalltag) x 1 Mio. / Arbeitsstunden;
ab 2025 branchenführende Arbeitssicherheit

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.



4

Werthaltig

In Indonesien und anderen Ländern bauen Landwirte Nelken an, die bei Symrise wie viele andere Naturstoffe auch nachhaltig verwertet werden.

„Mehrwerte schaffen“ S. 86

Ganzheitlich

Die Mikroorganismen, die im und auf dem Menschen leben, bilden das Mikrobiom. Das komplexe Zusammenspiel hat Symrise für die Produktentwicklung erforscht.

„Der Mensch als Ökosystem“ S. 64

Vielfältig

Von allen Kontinenten bezieht Symrise seine natürlichen Rohstoffe, die anschließend zu Geschmackslösungen verarbeitet werden. Mit entscheidend dafür sind die Flavoristen, die Symrise an einer eigenen Akademie ausbildet.

„Geschmack kann man lernen“ S. 42



Transparent

Symrise bezieht Tausende von natürlichen Rohstoffen aus aller Welt - zum Beispiel Vanille aus Madagaskar. Dort hat das Unternehmen eine rückwärtsintegrierte Wertschöpfungskette aufgebaut: ein Vorbild für viele andere Länder.

„Verantwortungsvolle Beschaffung“ S. 110





Übergreifend

Der Ingwer ist nur einer von vielen natürlichen Rohstoffen, die Symrise in verschiedenen Geschäftsbereichen nutzt. Immer stärker lernen diese voneinander, um Prozesse und Produkte zu verbessern.

„Gemüsevielfalt“ S. 76

Optimiert

Immer mehr Duftstoffe werden biologisch abbaubar und stammen aus natürlichen Quellen. Symrise setzt auch in diesem Bereich neue Verfahren ein, um den gesamten Produktionsprozess nachhaltiger zu machen.

„Alles im Flow“ S. 70



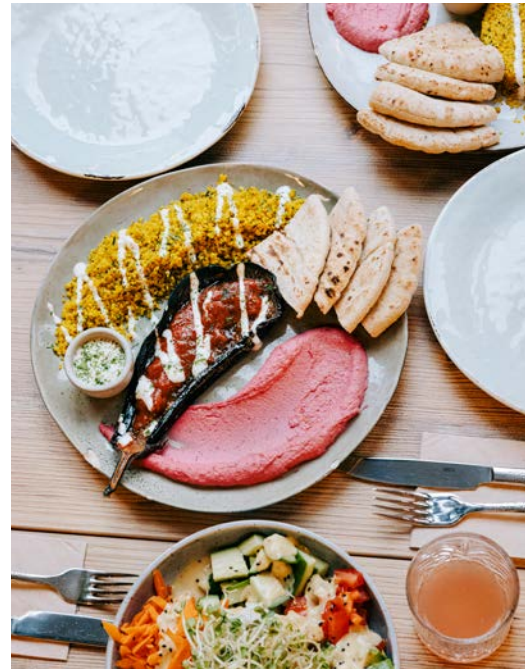


76

Ein Rohstoff, viele Nutzungen: Drei Experten aus verschiedenen Geschäftsbereichen diskutieren über Synergien.

70

Biologisch abbaubare Duftstoffe aus der Natur: Symrise setzt dafür unter anderem auf die Methoden der Grünen Chemie.



50

Weltweiter Wachstumsmarkt: Vegane und vegetarische Alternativen zu Fleisch-, Fisch- und Milchprodukten boomen.

Inhalt



42 In einer eigenen Flavoristenschule bildet Symrise drei Jahre lang Experten aus, die später erfolgreich in der Produktentwicklung arbeiten.



64 Mit speziellen Produkten hat Symrise das Mikrobiom des Menschen in den Blick genommen. Das bietet ungeahnte Möglichkeiten.

15 Editorial des Vorstands

Unser Unternehmen

18 Unser Unternehmen
24 Sharing Values
26 Unser Purpose
28 Unsere integrierte Unternehmensstrategie
32 Erfolgsbilanz 2021 und Ziele 2025

Magazin

36 Interview mit Dr. Heinz-Jürgen Bertram
42 Geschmack kann man lernen
48 Ein Bekenntnis zur Nachhaltigkeit
50 Proteine? Aber ohne Fleisch!
58 3x3 – Nachhaltig in die Zukunft
60 Vielfalt als Schlüssel zum Erfolg
64 Der Mensch als Ökosystem
70 Alles im Flow
74 3x3 – Natürlich und nachhaltig
76 Gemüsevielfalt
82 Nachhaltigkeit wird immer bleiben
86 Mehrwerte schaffen
92 3x3 – Innovative Prozesse
94 Sicher ist sicher

Nachhaltigkeit und Verantwortung

100 Highlights 2021
101 Publikationen zur Nachhaltigkeit 2021
102 Ratings & Rankings 2021
104 Nachhaltigkeitsmanagement
106 Ziele und Management unserer Nachhaltigkeitsthemen
110 Verantwortungsvolle Beschaffung
112 Klimaschutz & Emissionsreduzierung
114 Verantwortungsvolle Rohstoffnutzung

Aus dem Konzernlagebericht und aus dem Konzernabschluss

118 Kurzporträt Symrise
119 Highlights 2021
120 Aus dem Konzernlagebericht
138 Wirtschaftsbericht
143 Prognosebericht
145 Konzerngewinn- und -verlustrechnung
146 Konzernbilanz
148 Impressum

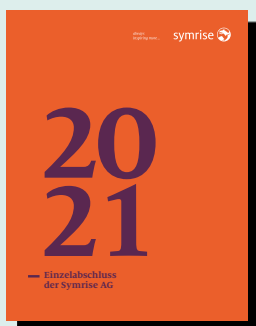
Symrise Berichterstattung 2021



UNTERNEHMENSBERICHT
Über unser Unternehmen –
Fakten, Reportagen, Einblicke



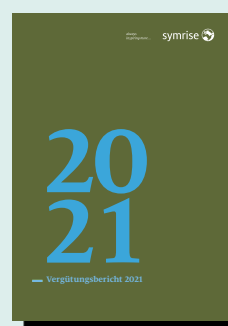
FINANZBERICHT
Konzernlagebericht –
Konzernabschluss (IFRS) –
Corporate Governance



EINZELABSCHLUSS
Lagebericht und Jahresabschluss
(HGB) der Symrise AG



GRI BILANZ (PDF)
Nachhaltigkeitsberichterstattung
einschließlich gesonderter nicht-
finanzieller Bericht gemäß § 289b HGB



VERGÜTUNGSBERICHT
für das Geschäftsjahr 2021
gemäß § 162 AktG



**UNTERNEHMENSBERICHT UND
VERKÜRZTER FINANZBERICHT**

Online unter:
www.symrise.com/de/unternehmensbericht/2021/

Liebe Leser, liebe Freunde von Symrise!

Langfristiges Denken gehört zu den Eckpfeilern der Unternehmensstrategie von Symrise. In einer Welt, die sich schnell und dramatisch verändert, ist das unserer Überzeugung nach eine entscheidende Voraussetzung für eine erfolgreiche Unternehmensentwicklung. Der Klimaschutz, die Erhaltung der natürlichen Ressourcen, verantwortungsbewusstes Leben und Wirtschaften bestimmen immer mehr die gesellschaftliche Agenda. So unterstützt Symrise aktiv die Prinzipien verantwortungsvollen Wirtschaftens des Global Compact der Vereinten Nationen. Zudem rückt die zuverlässige Erfüllung der Grundbedürfnisse der Menschen – beispielsweise bei Ernährung und Gesundheit – verstärkt in den Fokus. Und auch Digitalisierung und Innovation befinden sich auf einem Sprung nach vorne und beeinflussen ganz unmittelbar das Leben jedes Einzelnen. Symrise strebt danach, die Chancen, die in diesen Umbrüchen liegen, entschlossen zu ergreifen und für seine Kunden, Mitarbeiter, Aktionäre und alle weiteren Stakeholder des Unternehmens nutzbar zu machen. Übermorgen zählt.

Symrise unterscheidet sich durch die Breite und Tiefe seines Geschäftsportfolios von Wettbewerbern. Schon vor Jahren haben wir als erstes Unternehmen der Branche begonnen, in neue Geschäftsfelder rechts und links der traditionellen Duftstoff- und Aromenindustrie vorzustoßen und uns zusätzliche Wachstumspotenziale zu erschließen. Eine gezielte Rückwärtsintegration bei strategischen Rohstoffen sichert eine rückverfolgbare, zuverlässige und qualitativ gleichbleibende Versorgung. Um die Synergien unseres Geschäftsportfolios noch stärker zu nutzen, haben wir im April 2021 die beiden Unternehmensbereiche Flavor und Nutrition zu einem neuen Segment Taste, Nutrition & Health zusammengeführt. So sind wir noch besser in der Lage, unseren Kunden integrierte Produktlösungen für Geschmack, Ernährung, Wohlbefinden und Gesundheit anzubieten. Eine gemeinsame Forschungspipeline, eine umfassende Kundenbetreuung und Synergien in der Lieferkette fördern das Wachstum und die Profitabilität unserer Aktivitäten.

Das Geschäftsjahr 2021 war für Symrise reich an Erfolgen. Wir erzielten ein starkes organisches Umsatzwachstum von 9,6%, die EBITDA-Marge erreichte 21,3%. Als Konsequenz unserer langfristigen Wachstumsdynamik stieg die Aktie von Symrise in den deutschen Leitindex DAX® auf. Zudem wurden wir von der renommierten internationalen Organisation CDP für unser Engagement zum Schutz von Klima, Wasser und Wald mit der dreifachen Bestnote AAA ausgezeichnet – als einziges Unternehmen in Deutschland und eines von nur 14 weltweit. Die Leitlinien unseres Unternehmens – unsere Unternehmenswerte, unseren Purpose, unsere integrierte Unternehmensstrategie – ebenso wie die Beschreibung vieler großer und kleiner Projekte, auf denen unser Erfolg aufbaut, finden Sie in unserem Unternehmensbericht 2021.

Beste Grüße

Ihr Vorstand der Symrise AG



Dr. Heinz-Jürgen Bertram
Vorstandsvorsitzender,
Vorstand Scent & Care



Olaf Klinger
Vorstand Finanzen



Dr. Jean-Yves Parisot
Vorstand Taste, Nutrition & Health



1

Unser Unternehmen



- 18 Unser Unternehmen
- 24 Sharing values
- 26 Unser Purpose
- 28 Unsere integrierte Unternehmensstrategie
- 32 Erfolgsbilanz 2021 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 über 150 Ländern weltweit. Konsequente Kundenorientierung, hohe Innovationskraft und die gezielte Expansion in neue Märkte bilden die Grundlagen für unser nachhaltiges, profitables Wachstum.

18

Symrise entwickelt, produziert und vertreibt Duft-, Geschmacks- und Lebensmittelinhaltsstoffe, kosmetische Grund- und Wirkstoffe, funktionale Inhaltsstoffe sowie Produktlösungen für verbesserte Sensorik und Ernährung. Die rund 34.000 Produkte unseres Unternehmens werden zum Großteil auf der Basis natürlicher Rohstoffe wie Vanille, Zitrus, Zwiebeln, Fisch, Fleisch oder Blüten- und Pflanzenmaterialien hergestellt. Unsere Aromen, Wirkstoffe, Parfümöle und sensorischen Lösungen sind in der Regel zentrale funktionale Bestandteile in den Endprodukten unserer Kunden. Zu ihnen gehören Parfüm-, Kosmetik- und Lebensmittelhersteller, die pharmazeutische Industrie sowie Produzenten von Nahrungsergänzungsmitteln, von Heimtierfutter und Babynahrung.

Die Ursprünge unseres Unternehmens reichen zurück bis in das Jahr 1874. Seither hat sich Symrise mit einem aktuellen Marktanteil von 10% zu einem führenden Anbieter im Markt für Geschmacks- und Duftstoffe sowie Nutrition weltweit entwickelt. Eine hohe Innovationskraft und Kreativität, die genaue Kenntnis der Kundenbedürfnisse und der verschiedenen regionalen Konsumentenpräferenzen sowie die gezielte Expansion in aussichtsreiche neue Marktsegmente tragen zum überdurchschnittlichen Wachstum unseres Unternehmens bei. Heute ist Symrise mit über 11.000 Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern und mit weltweit mehr als 100 Standorten für über 6.000 Kunden in über 150 Ländern tätig.

Symrise wächst ganz überwiegend aus eigener Kraft. Wir untermauern die Expansion unserer Geschäftstätigkeit durch gezielte Investitionen in Kapazitätserweiterungen, Forschungs- und Entwicklungszentren, in unser Vertriebsnetz, in die Logistik oder in eine effiziente Energieversorgung. Dadurch wachsen wir seit Jahren schneller als der Markt. Ergänzend erwerben wir attraktive Unternehmen, die zusätzliche Kompetenzen in den Konzern einbringen und uns den Zugang zu neuen Marktsegmenten und Kundengruppen eröffnen, oder gehen strategische Partnerschaften zur Produktentwicklung ein.

Das operative Geschäft des Symrise Konzerns wird von den 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 heute schon an morgen und übermorgen. Und wir denken mehrdimensional und 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

Eigenkapital:

3.252 Mio. €

Fremdkapital:

1.696 Mio. €

Investitionen in Sachanlagen und immaterielle Vermögensgegenstände (ohne Akquisitionen):

174 Mio. €



FOOTPRINT

Energieverbrauch:

7.205

Terajoule

Wasserverbrauch:

6.524

Tausend m³

Lieferanten von Symrise sparen

190 Mio. €

durch Maßnahmen zur Emissionsreduktion



INNOVATION

Aufwand für Forschung und Entwicklung:

221 Mio. €

Anzahl Mitarbeiter im Bereich Forschung und Entwicklung:

1.933

Forschungsk Kooperationen:

> 50



SOURCING

1.660

Mio. € Einkaufsvolumen

Rund

10.000

natürliche und synthetische Rohstoffe aus über 100 Ländern

72,7 %

Anteil der Hauptlieferanten basierend auf 90% des Einkaufsvolumens, die nach Nachhaltigkeitskriterien bewertet wurden



CARE

Anzahl Mitarbeiter:

11.276

(einschließlich Trainees und Auszubildende)

Mitarbeiter aus über

60

Heimnationen bilden das Symrise Team

Anteil von Frauen:

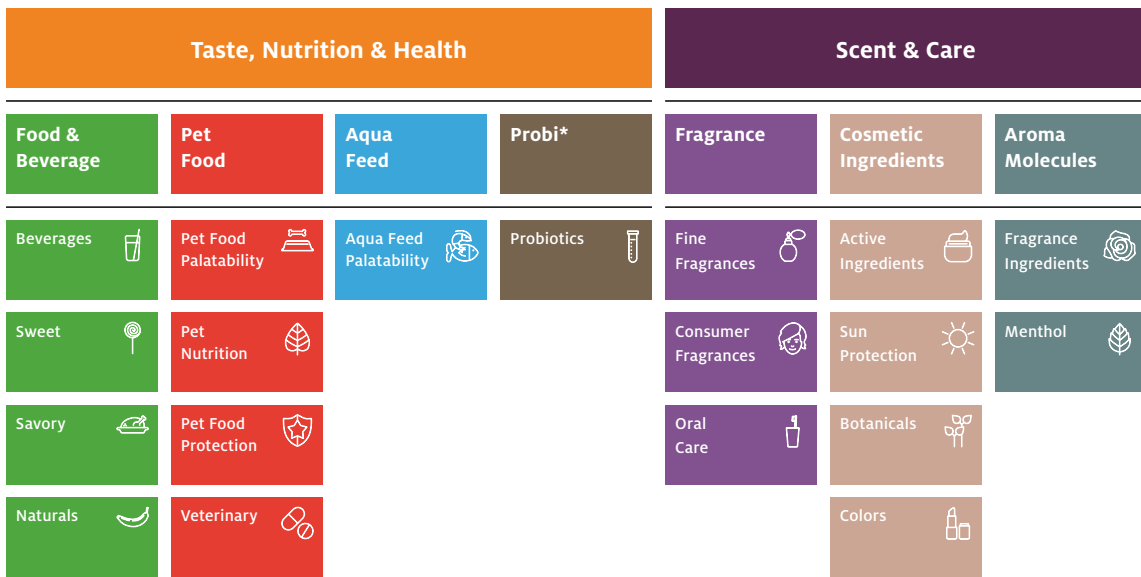
20%

erste Führungsebene

38%

zweite Führungsebene

Unsere Anwendungsbereiche



* Mehrheitsbeteiligung an dem schwedischen Unternehmen Probi AB

UNSERE RESSOURCEN / UNSERE ANWENDUNGSBEREICHE

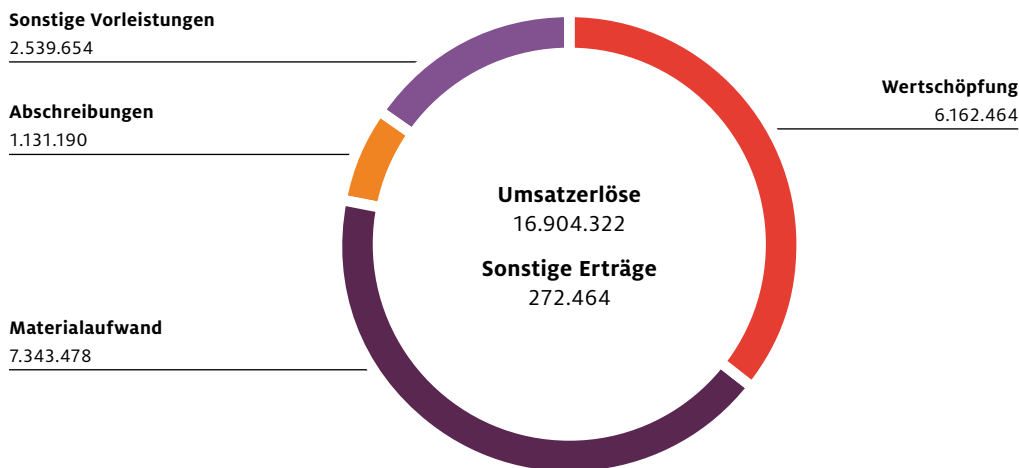
■ Geschmack, Ernährung, Gesundheit und Wohlbefinden ebenso wie Duft, Pflege und gutes Aussehen – dafür bietet Symrise nachhaltige Lösungen auf Basis natürlicher Ausgangsstoffe.

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, Rückverfolg-

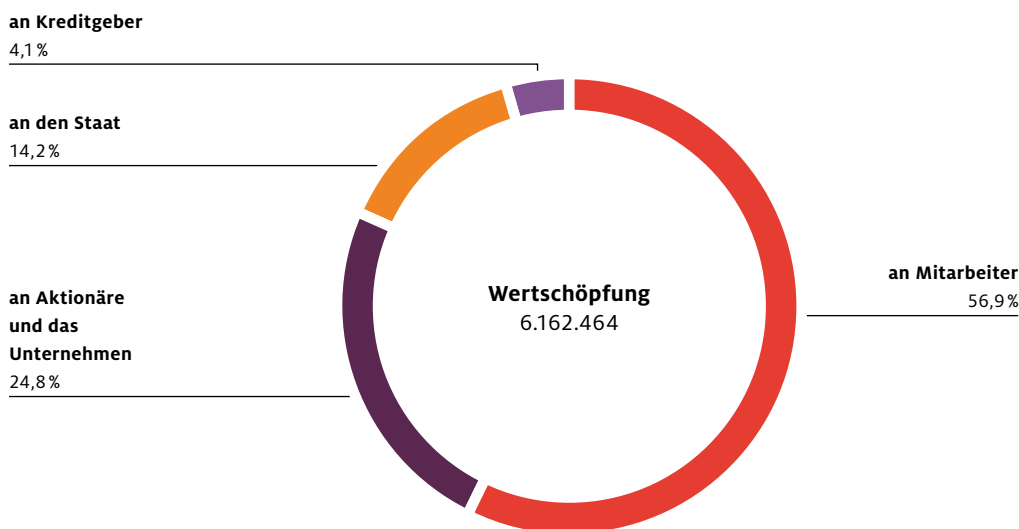
barkeit der Inhaltsstoffe, neuen Geschmacks- und Duft-erlebnissen sowie nach Nachhaltigkeit und gesundheitsfördernder Wirkung erfüllen. Das neu formierte Segment Taste, Nutrition & Health bündelt unsere Kompetenzen. So sind wir in der Lage, unseren Kunden noch umfassendere Produktlösungen anzubieten, 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

2017 – 2021 in T€



Entstehung









Verwendung

UNSERE WERTSCHÖPFUNG / UNSERE ERGEBNISSE

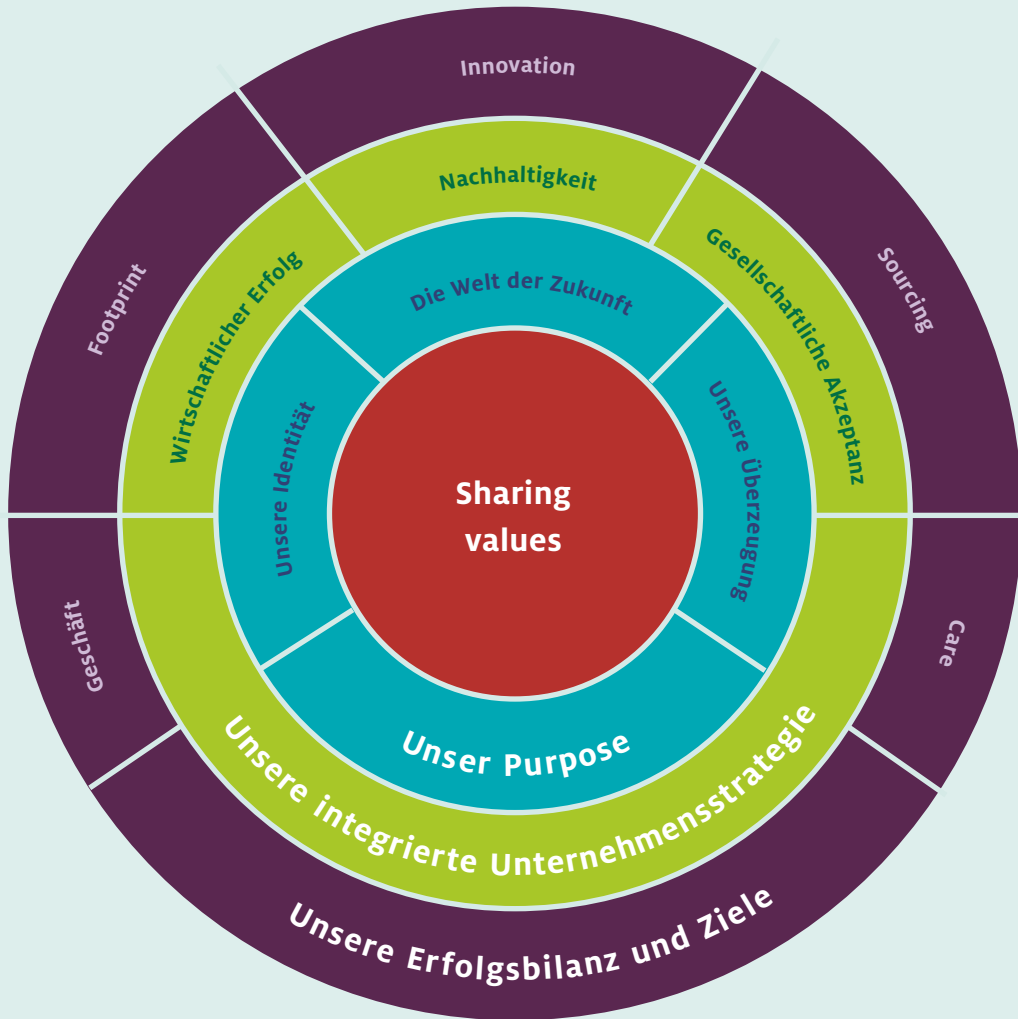
Symrise erwirtschaftete allein in den vergangenen fünf Jahren 2017 bis 2021 bei kumulierten Umsatzerlösen von 16,9 Mrd. € eine Wertschöpfung von insgesamt 6,2 Mrd. €. Wir nehmen vielfältige Ressourcen in Anspruch, um im Rahmen unseres bewährten und zukunftsorientierten Geschäftsmodells Wert für zahlreiche 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

<p>Umsatz:</p> <p>3.826 Mio. €</p>	<p>EBITDA:</p> <p>814 Mio. €</p>	<p>Konzerngewinn:</p> <p>375 Mio. €</p>	<p>GESCHÄFT</p> 
<p>Kohlendioxidemissionen:</p> <p>285.332 Tonnen – Scope 1</p> <p>2.327 Tonnen – Scope 2</p> <p>1.676.583 Tonnen – Scope 3</p>	<p>Abwasser:</p> <p>4.276 Tausend m³ Gesamtabwassermenge</p> <p>5.303 Tonnen Chemischer Sauerstoffbedarf</p>	<p>Sensitive Abfälle:</p> <p>15.393 Tonnen</p>	<p>FOOTPRINT</p> 
	<p>42 Anzahl der eingereichten Patente</p>	<p>16,7 % des Umsatzes entfallen auf neue Produktentwicklungen</p>	<p>INNOVATION</p> 
<p>Rund</p> <p>34.000 Produkte für über 6.000 Kunden in mehr als 150 Ländern</p>	<p>85 % unserer Zulieferer¹ berichten betriebliche Treibhausgas- Emissionen</p>	<p>70 % unserer Zulieferer¹ integrieren den Schutz der Ressource Wasser in ihre Strategie und langfristigen Geschäftsziele</p>	<p>PRODUKTE UND PRODUKT-LÖSUNGEN</p> 
<p>45 % Anteil von Frauen an den Beförderungen</p>	<p>37 % unserer Mitarbeiter sind 10 Jahre oder länger für Symrise tätig</p>	<p>116 ins Ausland entsandte Mitarbeiter sichern unseren globalen Kompetenztransfer</p>	<p>CARE</p> 

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



- Sharing values
- Unser Purpose
- Unsere integrierte Unternehmensstrategie
- Unsere Erfolgsbilanz und Ziele



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 Nutritionslösungen, 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, sichere und maßgeschneiderte Produkte, die für Lebensqualität, für Schönheit und Wohlbefinden sorgen.

26

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 34.000 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.

28

Unternehmen sind in erster Linie wirtschaftliche Veranstaltungen: Sie bedienen die Nachfrage auf verschiedensten Märkten, kombinieren Einsatzfaktoren zur Leistungserstellung, erzielen Gewinne und erfüllen die Renditeanforderungen der Kapitalgeber. Dieses traditionelle Unternehmensverständnis ist grundsätzlich weiterhin richtig, aber unvollständig. Denn: Die zu ernährende Weltbevölkerung nähert sich der 8-Milliarden-Marke, die Auswirkungen der globalen Klimaerwärmung werden immer dramatischer, die natürlichen Ressourcen unseres Planeten unvermindert geplündert. Diesen Herausforderungen müssen wir uns stellen. Das gilt auch für Unternehmen. Sie sind nur dann gesellschaftlich akzeptiert und zukunftsfähig, wenn sie über ihre wirtschaftliche Funktion hinaus eine Nachhaltigkeitsleistung erbringen und damit Teil der Lösung sind – und nicht Teil des Problems.

Das Geschäftsmodell von Symrise basiert auf der Vielfalt der Natur. Unsere rund 34.000 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 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



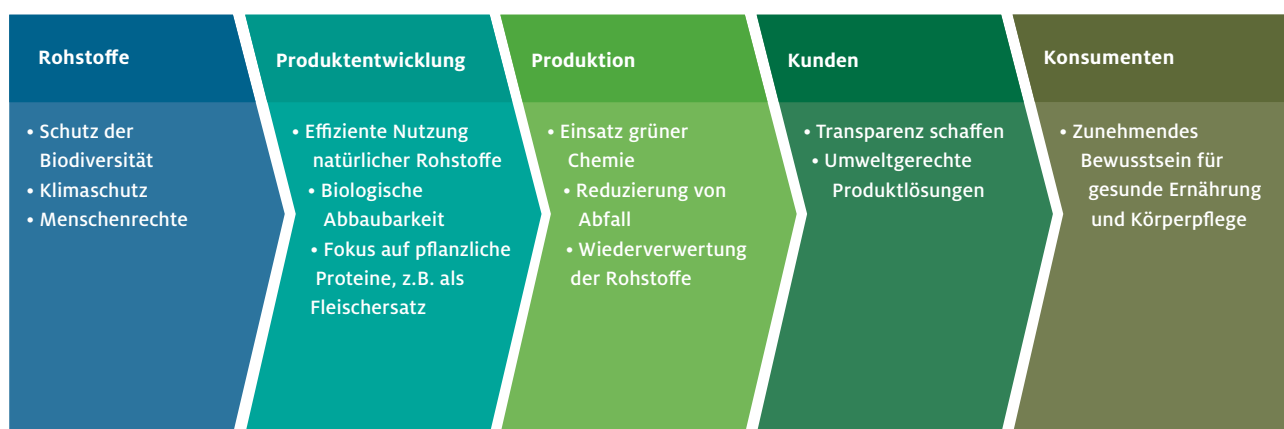
In wirtschaftlicher Dimension setzt Symrise auf die drei Treiber Wachstum, Effizienz und Portfolio. Um Marktanteile hinzugewinnen, wollen wir ein überdurchschnittliches organisches Umsatzwachstum von 5 – 7% (CAGR) erreichen. Ein Hebel ist dabei ein frühzeitiges und nachdrückliches Engagement in den wachstumsstarken 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 2021 Investitionen in Sachanlagen und immaterielle Vermögensgegenstände (ohne Akquisitionen) von 174 Mio. € getätigt. Dazu zählen in China der Bau einer Produktionsanlage im Bereich Heimtiernahrung und eines neuen Entwicklungs- und Anwendungszentrums im Bereich Taste, Nutrition & Health, eine neue Produktionsanlage für Heimtiernahrung in Brasilien sowie der Ausbau der Scent & Care-Aktivitäten in Spanien. Wachstumsinvestitionen, die zugleich der Reduzierung der Treibhausgas-Emissionen dienen, waren die Errichtung neuer Heiz- und

Kühlanlagen bei ADF / IDF in den USA, eines modernen Energiesystems in Frankreich und der Ausbau der Kraft-Wärme-Kopplung am Hauptsitz in Holzminden.

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 & 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 langfristig 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 S. 98 sowie unsere Corporate Website.

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 Flavor und Fragrances sehr solide um durchschnittlich 3 – 4 % im Jahr wachsen, expandiert zum Beispiel der Markt für Heimtiernahrung um jährlich 7 – 8 %. Als erstes Unternehmen der Branche hat Symrise schon vor Jahren begonnen, in benachbarte Geschäftsfelder vorzustoßen. Heute erzielen wir bereits gut 30 % unseres Umsatzes in neuen Geschäftsbereichen. Diesen Anteil wollen wir in den nächsten Jahren auf 50 % steigern – zugunsten von Wachstum und Profitabilität. Ergänzende Akquisitionen

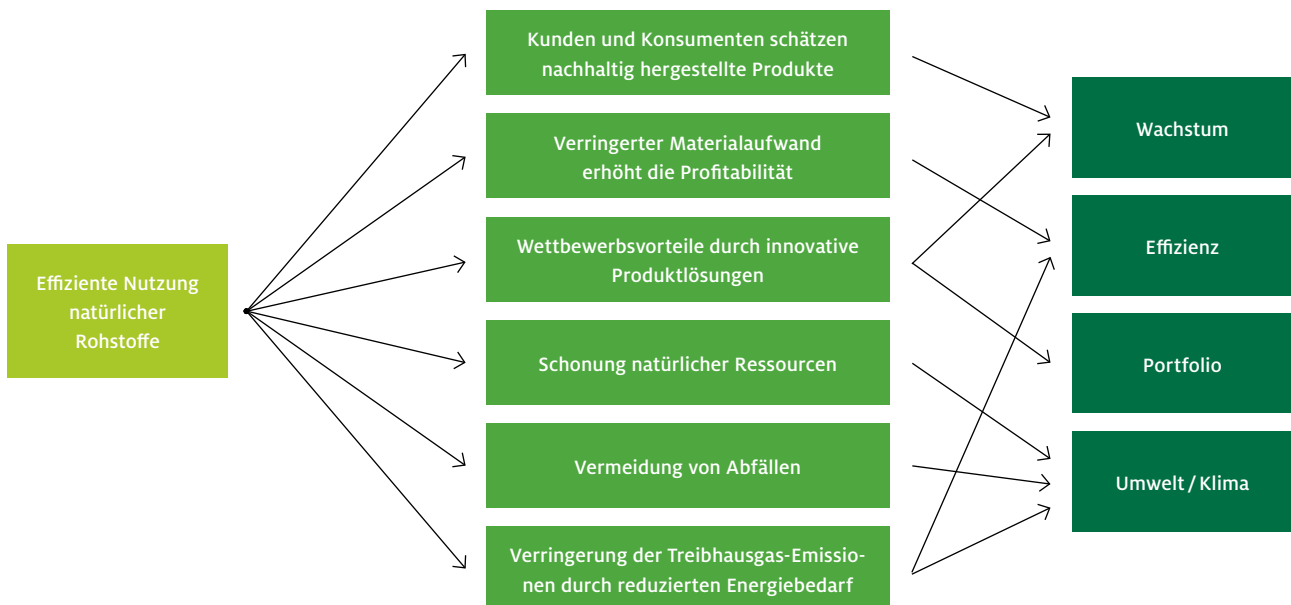


Der Markt für Heimtiernahrung expandiert jährlich um 7 – 8 %.

und Partnerschaften untermauern diesen Expansionspfad, wie beispielsweise im Sommer 2021 die strategische Beteiligung an der Firma Swedencare mit Sitz in Malmö, einem Anbieter von Gesundheitsprodukten und Nahrungsergänzungsmitteln für Heimtiere.

EINE STELLSCHRAUBE – MEHRDIMENSIONALE WIRKUNG

Ein Beispiel von vielen



30%

des Umsatzes werden bereits in neuen Geschäftsbereichen erzielt.

50%

sollen es in den nächsten Jahren werden – zugunsten von Wachstum und Profitabilität.

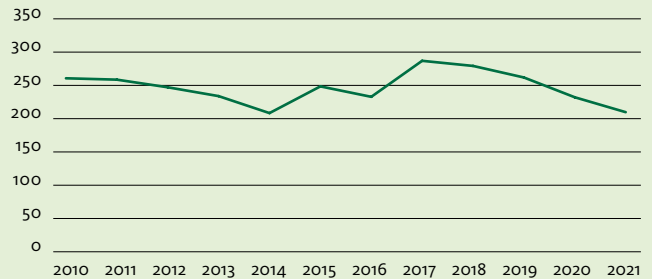
Eine strategische Weichenstellung des Jahres 2021 zählt auf alle drei Elemente ein – Wachstum, Effizienz und Portfolio: Seit April vergangenen Jahres haben wir die beiden Unternehmensbereiche Flavor und Nutrition zu einem neuen Segment Taste, Nutrition & Health unter einheitlicher Leitung gebündelt. Der Fokus liegt auf Produktlösungen, die Geschmack, Ernährung, Wohlbefinden und Gesundheit vereinen – in den Anwendungen Lebensmittel und Getränke, Heimtiernahrung, Aquakulturen und Probiotika. Ausbau der Produktpalette, Fokussierung auf eine gemeinsame Forschungspipeline, eine übergreifend koordinierte Kundenbetreuung und weitere Synergien in der Lieferkette und in der internen Organisation sind die Hebel, die uns unseren Zielen näherbringen.

Unsere integrierte Unternehmensstrategie verbindet dynamisches Wachstum, anhaltend hohe Profitabilität und eine kontinuierliche, greifbare Verbesserung unserer Nachhaltigkeitsleistung. Auch die Kernfunktion der Unternehmensfinanzierung schließt seit Mai 2021 Aspekte der Nachhaltigkeit ein: Erstmals vereinbarte Symrise eine revolutionäre Kreditlinie mit spezifischer Nachhaltigkeitskomponente, deren Zinsmarge in Sinne von „Green Finance“ mit der Reduzierung der Treibhausgas-Emissionen, verantwortungsvollen Beschaffungsprozessen und effizientem Wasserverbrauch verknüpft ist. Die Kreditlinie über 500 Mio. € dient 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.

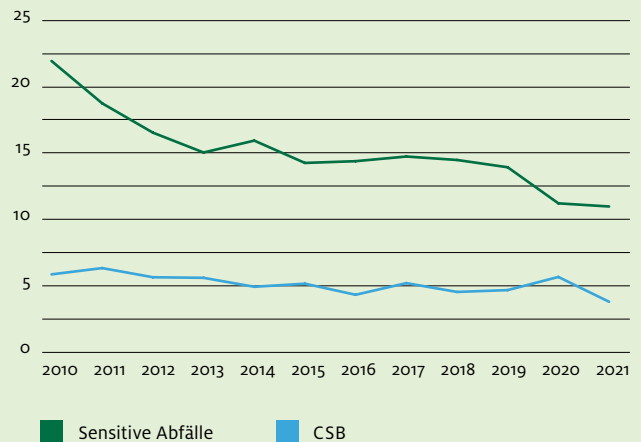
TREIBHAUSGAS-EMISSIONEN

CO₂ (t) / Mio. € Wertschöpfung



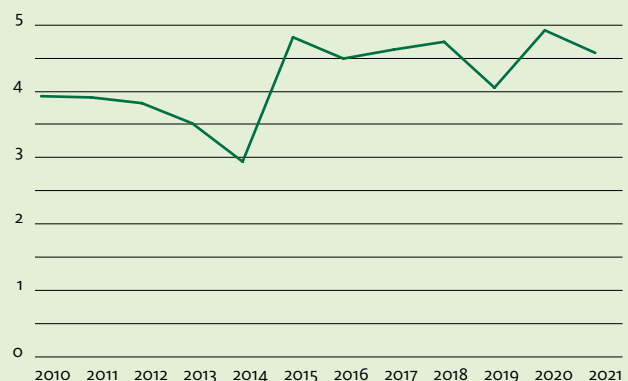
SENSITIVE ABFÄLLE UND CHEMISCHER SAUERSTOFFBEDARF

(t) / Mio. € Wertschöpfung



WASSERVERBRAUCH

(m³) / Mio. € Wertschöpfung



Erfolgsbilanz 2021 und Ziele 2025

Erfolg bedeutet für Symrise mehr als Umsatz und Gewinn. Weil wir langfristig denken, verfolgen wir eine integrierte Unternehmensstrategie und wollen auch einen Beitrag zum Klimaschutz leisten, die Auswirkungen unserer Geschäftstätigkeit auf die Umwelt bestmöglich verringern und unserer sozialen Verantwortung für Mitarbeiter und Gesellschaft gerecht werden. Das bestimmt unseren Erfolg und unsere Ziele.

32

Das Jahr 2021 unterlag zahlreichen Belastungen und Risiken: Die Auswirkungen der Corona-Pandemie hielten die Welt weiter im Griff, Naturkatastrophen verursachten große Schäden und Leid, politische Spannungen nahmen international zu. Auch für Symrise begann das Jahr alles andere als gut: Ende 2020 wurden wir Opfer eines kriminellen Cyber-Angriffs, der bis in das Jahr 2021 hinein zu erheblichen Beeinträchtigungen im Geschäftsverlauf führte. Vor diesem Hintergrund werten wir die geschäftlichen Ergebnisse, die wir 2021 in gemeinsamer Anstrengung aller Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter erzielt haben, als großen Erfolg. Unser Umsatz wuchs organisch um 9,6%, wozu alle Geschäftsbereiche und Regionen beigetragen haben. Mit einer EBITDA-Marge von 21,3% gehört Symrise weiterhin zu den profitabelsten Unternehmen der Branche. Zugleich haben wir unsere Nachhaltigkeitsleistung auf vielfältige Weise

gesteigert. Mit unseren fünf Zieldimensionen decken wir die Vorgaben für die nichtfinanzielle Unternehmensberichterstattung gemäß CSR-Richtlinie-Umsetzungsgesetz ab (siehe Kapitel Nachhaltigkeit & Verantwortung ab Seite 98 sowie www.symrise.com/de/nachhaltigkeit).

Wir sind gut unterwegs, um unsere Ziele für das Jahr 2025 zu erreichen. In allen Bereichen unserer unternehmerischen Tätigkeit sind auf Grundlage unserer integrierten Unternehmensstrategie konkrete Maßnahmen hinterlegt, die wir konsequent umsetzen. Mit einem jährlichen Wachstum von 5 bis 7% wollen wir in die neue Umsatzdimension von 5,5 bis 6,0 Mrd. € vorstoßen. Die Steigerung der Öko-Effizienz der Treibhausgas-Emissionen um 63% bildet einen wichtigen Zwischenschritt zu unserem Ziel für 2030, als Gesamtunternehmen klimapositiv tätig zu sein.



	ERFOLGSBILANZ 2021	ANMERKUNGEN	ZIELE 2025	ANMERKUNGEN
GESCHÄFT	9,6% 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.
	21,3% EBITDA-Marge	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	+11,3% Erhöhung 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 Treibhausgas-Emissionen um 33% gegenüber 2010 zu reduzieren, 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.
	+4,0% Erhöhung der Öko-Effizienz der Treibhausgas-Emissionen (Scope 3) ¹		Wir haben die Scope 3 Treibhausgas-Emissionen zwischen 2016 und 2020 um 36% reduzieren können. Nun wollen wir die Öko-Effizienz der Emissionen bis 2025 um 15% gegenüber 2020 steigern. ¹	Wir wollen die Treibhausgas-Emissionen entlang unserer Wertschöpfungskette reduzieren – durch Prozessoptimierungen und mit Hilfe unserer Lieferanten und Kunden.
	+34,8% Erhöhung der Öko-Effizienz des Chemischen Sauerstoffbedarfs im Abwasser ¹	Am Standort Jacksonville / USA haben wir den CSB nahezu halbiert.	Erhöhung 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.
	+2,2% Erhöhung der Öko-Effizienz der Sensitiven Abfälle ¹	Durch Inbetriebnahme eines zusätzlichen Standorts in China haben wir unser Ziel knapp verfehlt.	Erhöhung 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.
	+7,2% Wasserverbrauch in Ägypten, Indien und Mexiko	Der Wasserverbrauch in wasserarmen Regionen hat sich erhöht, weil das Produktionsvolumen um 13,7% gestiegen ist.	Reduzierung des Wasserverbrauchs aller Produktionsstätten in wasserarmen Regionen um 15% (2018 – 2025).	Wir reduzieren kontinuierlich unseren Wasserverbrauch, indem wir wassersparende Technologien einsetzen und das Bewusstsein für einen geringeren Verbrauch im Unternehmen schärfen.
	16,7% 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	72,7% unserer Lieferanten (90% des Einkaufsvolumens) nach Nachhaltigkeitskriterien bewertet ³		100% unserer Lieferanten (90% des Einkaufsvolumens) werden nach Nachhaltigkeitskriterien bewertet. ³	In Vorbereitung auf das Lieferketten-sorgfaltspflichtengesetz
	83,6% der strategischen biologischen Rohstoffe aus nachhaltigen Quellen bezogen		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 Lieferketten-Projekte und -Programme anstoßen.
CARE	20% Frauenquote erste Führungsebene	Temporärer Rückgang aufgrund der Bildung des neuen Segments Taste, Nutrition & Health, was die absolute Zahl der Führungspositionen verringerte.	Frauenquote auf der ersten Führungsebene bis 2025 auf 30% anheben.	Wir setzen auf eine starke Führung mit vielfältigen Qualitäten und bieten Frauen gute Aufstiegsmöglichkeiten.
	38% 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.
	3,8 MAQ ⁴ Unfallhäufigkeit	MAQ-Quote ist im Jahr angestiegen und das gesetzte Ziel wurde verfehlt.	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



Magazin

- 36 Interview mit Dr. Heinz-Jürgen Bertram
 - 42 Geschmack kann man lernen
 - 48 Ein Bekenntnis zur Nachhaltigkeit
 - 50 Proteine? Aber ohne Fleisch!
 - 58 3 x 3 – Nachhaltig in die Zukunft
 - 60 Vielfalt als Schlüssel zum Erfolg
 - 64 Der Mensch als Ökosystem
 - 70 Alles im Flow
 - 74 3 x 3 – Natürlich und nachhaltig
 - 76 Gemüsevielfalt
- 82 Nachhaltigkeit wird immer bleiben
 - 86 Mehrwerte schaffen
 - 92 3 x 3 – Innovative Prozesse
 - 94 Sicher ist sicher

35

ESG - KRITERIEN

Symrise hat seine ESG-(Environmental, Social, Governance)-Performance als einen wichtigen Erfolgsmaßstab für alle Unternehmensbereiche definiert. Die Geschichten in diesem Magazin decken jeweils einen oder mehrere der Schwerpunkte „Gesellschaft“, „Gute Unternehmensführung“, „Biodiversität“, „Klima“ oder „Innovation und Entwicklung“ ab, die das Unternehmen aus den ESG-Kriterien abgeleitet hat.



übermorgen zählt

Die Geschäftszahlen aus dem Jahr 2021 bestätigen: Symrise liegt auf Kurs und ist zum 16. Mal in Folge gewachsen. Eine langfristige Perspektive soll weiterhin den Erfolg des Unternehmens gewährleisten. Die Grundlagen dafür sind gelegt und der Konzern wird beständig seine Strategie weiterverfolgen, so der Vorstandsvorsitzende Dr. Heinz-Jürgen Bertram.

GUTE UNTERNEHMENSFÜHRUNG



Herr Dr. Bertram, das zweite Covid-19-Jahr liegt hinter uns. Wie ist es Symrise ergangen?

■ Wir haben unseren eingeschlagenen Kurs fortgesetzt und mit einem hervorragenden organischen Wachstum von 9,6% einen Umsatz von 3,8 Mrd. € erzielt. Auch bei unserer EBITDA-Marge haben wir unsere Ziele erreicht, sie lag bei 21,3%. Damit bewegen wir uns immer noch im Rahmen der Mittelfristziele, die wir für 2025 festgelegt haben: Wir wollen um 5 bis 7% wachsen – und damit viel schneller als der angestammte Markt –, bei einer Profitabilität von 20 bis 23% und einem Umsatz von 5,5 bis 6,0 Mrd. € bis zum Ablauf des Geschäftsjahres 2025.

Sie blicken direkt in der ersten Antwort einige Jahre in die Zukunft. Warum?

■ Wenn wir eines in den vergangenen Jahren gelernt haben, dann ist es das: Wir dürfen nicht nur auf den nächsten Tag schauen, sondern müssen langfristig denken, um immer handlungsbereit zu sein. Das Motto unseres diesjährigen Unternehmensberichts soll genau das verdeutlichen: „Übermorgen zählt“ heißt für mich, dass wir gemeinsam mit unseren Kunden

**3,8
Mrd. €**

Umsatz hat Symrise im Geschäftsjahr 2021 erzielt.

und Lieferanten, aber auch mit der Gesellschaft und allen anderen Stakeholdern die Zukunft im Blick haben müssen. Das gilt für unser nachhaltiges Wirtschaften, ohne dass wir die natürlichen Grenzen der Erde überschreiten, und gleichermaßen für das Handeln hier im Konzern, bei dem wir uns auf unsere vielen fähigen Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter verlassen. Nur mit einer langfristigen Perspektive können wir weiterhin wirtschaftlich erfolgreich sein und zu einer besseren Welt für alle beitragen.

Symrise veröffentlicht mit diesem Unternehmensbericht zum ersten Mal einen Unternehmens-Purpose. Warum ist das wichtig für Sie?

Der Purpose – also der tiefere Sinn und Zweck unseres wirtschaftlichen Handelns – hat sich im Unternehmen seit Jahrzehnten entwickelt und immer wieder ein wenig neu definiert. Er war aber immer präsent, in unserer Strategie und in unserem täglichen Handeln. Wir haben also im Grunde mit einem breit angelegten Prozess einmal das zusammengefasst, was wir sind. Und das war eine sehr bedeutsame Maßnahme, weil wir nun alle unsere weiteren Schritte belegbar am Purpose ausrichten können.

Warum haben Sie den Purpose ausgerechnet jetzt entwickelt?

In den vergangenen Jahren haben wir das Portfolio stark erweitert, zum Beispiel mit den Übernahmen von Diana, Renaissance und ADF / IDF. Diese strategischen Entscheidungen haben das Unternehmen geformt. Um das auf einer Ebene zusammenzufassen und um Symrise unseren vielen neuen Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern näher zu bringen, halten wir den Purpose für ein sehr gutes Mittel.

Kommen wir zurück zum Geschäft. Das vergangene Jahr war erfolgreich, aber sicherlich auch wieder unvorhersehbar, oder?

Ja, wir haben zum Beispiel eine sehr hohe Nachfrage nach Produkten für Reisen oder Freizeit gehabt, etwa nach Sonnenschutzprodukten, Parfümerieartikeln, Getränken oder kulinarischen Produkten. Das lag unter anderem an den Fortschritten bei der Bekämpfung der Pandemie. Im Jahr 2020 war das noch ganz anders. Damals war das Segment Nutrition am stärksten gewachsen, vor allem im Bereich Tiernahrung, weil viele Menschen sich gezwungenermaßen während der vielen Beschränkungen weltweit zurückgezogen hatten. Für mich ist daran aber auch ablesbar, dass unsere Strategie funktioniert und sich

die Produkte unseres breiten Portfolios gegenseitig absichern. Seit 2009 haben wir den Produktanteil außerhalb des damaligen Kerngeschäfts rund um Düfte und Aromen von 10 % auf heute über 30 % gesteigert. Bis 2025 wollen wir die Bereiche Ernährung und Pflege – für Mensch und Tier – auf 40 %, bis 2028 sogar auf die Hälfte unseres Umsatzes ausweiten.

Das Portfolio ist neben Wachstum und Effizienz eine von drei Säulen der Unternehmensstrategie. Wie erreichen Sie die damit verbundenen Ziele?

Indem wir uns zum Beispiel intern mit neuen Themen beschäftigen. So haben wir in den vergangenen Jahren verstärkt auf Kooperationen innerhalb des Konzerns gesetzt. Die Geschäftsbereiche arbeiten intensiv an gemeinsamen Projekten, das ist auch im Unternehmensbericht zu sehen. Bei den pflanzenbasierten Alternativen zu Fleisch- und Milchprodukten etwa haben wir konzernweite Teams eingerichtet, um das Entwicklungs-, Produktions-, Markt- und Vertriebs-Know-how des gesamten Unternehmens zu heben. Der Bereich der pflanzenbasierten Nahrungsalternativen ist einer der spannendsten Märkte überhaupt. Er wird bis 2030 um rund 15 bis 25 % jährlich wachsen, der Umsatz weltweit soll dann bei 85 Mrd. € liegen, manche sehen ihn sogar bei bis zu 250 Mrd. €. Mit unseren Produkten für Geschmack, Textur und Mundgefühl können wir da enorm viel beitragen.

Wird es in den kommenden Jahren weitere Akquisitionen geben, die das Portfolio erweitern?

Wir werden weiterhin Zukäufe tätigen oder uns an Unternehmen beteiligen, die einen hohen Wert für uns generieren, vor allem in den Bereichen Gesundheit, Ernährung und Körperpflege. Dabei geht es nicht nur um Umsatz und Gewinn, sondern vor allem auch um Synergien. Zwei Beispiele dafür: Anfang 2022 haben wir das niederländische Unternehmen Schaffelaarbos gekauft, das Proteine für Tiernahrung aus Eiern gewinnt. Es ist einer der Marktführer in diesem Bereich und hilft uns, international im Bereich Pet Nutrition zu expandieren, indem wir es mit unseren Aktivitäten von ADF / IsoNova kombinieren. Das kanadische Unternehmen Giraffe Foods, das wir im Dezember 2021 gekauft haben, stellt Saucen, Dips, Dressings, Sirupe und Getränke für B2B-Kunden her. Wir können mit dem Erwerb unsere Flavor- und Nutrition-Expertise mit der Kenntnis von kundenspezifischen Rezepturen zusammenbringen und so ein führender Anbieter von integrierten Geschmackslösungen in Nordamerika werden. In den kommenden Monaten werden wir noch weitere Akquisitionen tätigen.



»

Nur mit einer langfristigen Perspektive können wir weiterhin wirtschaftlich erfolgreich sein und zu einer besseren Welt für alle beitragen.

«

Dr. Heinz-Jürgen Bertram
Vorstandsvorsitzender

Im Jahr 2020 standen aufgrund der Covid-19-Pandemie die Lieferketten unter extremem Stress. Wie hat sich das Thema im Jahr 2021 für Sie entwickelt?

Die Lieferketten haben sich in vielen Bereichen als sehr fragil gezeigt, was wir aber durch unsere jahrelangen Bemühungen um eine nachhaltige Rückwärtsintegration unserer wichtigsten Rohstoffe ausgleichen konnten. So konnten wir die Produktion laufen lassen, das war sehr zufriedenstellend. Wir müssen dennoch einen Schritt weiterdenken. Der Klimawandel und der Verlust an Biodiversität sowie die zunehmende soziale Ungleichheit haben große Auswirkungen auf Mensch und Umwelt und damit auf unsere Lieferketten. Wir haben daher im Jahr 2021 die Analyse und Bewertung der Umwelt-, Sozial- und Governance-Leistungen (ESG) unserer Lieferanten ausgeweitet.

Wie machen Sie das?

Weil wir viele Prozesse in der Beschaffung nicht allein abbilden können, haben wir uns an gemeinsamen Initiativen für verantwortungsvolle Beschaffung beteiligt. Eine davon ist die Initiative für nachhaltige Agrarlieferketten (INA), in der 34 Organisationen und Unternehmen zusammengekommen sind, um das geplante deutsche Lieferkettengesetz zu bewerben. Dieses ist im Jahr 2021 beschlossen worden, um den Schutz der Menschenrechte entlang globaler Lieferketten zu verbessern. Anfang 2021 haben wir zudem unser „Responsible Sourcing Steering Committee“ (RSSC) gegründet, in dem alle Beschaffungsleiter und Nachhaltigkeitsexperten von Symrise zusammenarbeiten. Gemeinsam wollen wir die Prozesse kontinuierlich verbessern.

Welche Entwicklungen des Marktes sehen Sie, die Symrise helfen werden?

Wir sind seit jeher in der Produktinnovation stark. Das hilft uns dabei, eine immer öfter nachgefragte Leistung anbieten zu können: Die großen Hersteller werden in Zukunft die Entwicklung neuer Produkte häufig nach außen geben, um Ressourcen für andere Zwecke freizusetzen, etwa um ihre E-Commerce-Bereiche auszubauen. Auch das ist eine der Folgen der Covid-19-Krise. Diese Entwicklung bedienen wir mit unseren vielen integrierten Lösungen, bei denen wir unser Know-how aus verschiedenen Bereichen zusammenbringen.

War das auch einer der Gründe, um das neue Segment „Taste, Nutrition & Health“ zu schaffen?

Ja, wir wollen dort die Themen Geschmack und gesunde Ernährung viel enger miteinander verknüpfen. Hinter dem neuen Segment verbergen sich die Bereiche Flavor und Nutrition, auf die Kunden sowieso oft gleichzeitig zugreifen. Mit dem neuen Segment können wir die Kundenwünsche viel besser erfüllen. Neben den Aromen und Nahrungsmitteln gehören dazu zum Beispiel Nahrungsergänzungsmittel, Produkte für die Pharmaindustrie, funktionale Lebensmittel sowie Tierfutter und Produkte für die Tiergesundheit. Der Vorteil des neuen Segmentes ist, dass wir enorme Synergien der verschiedenen Bereiche nutzen können – für Innovationen, für den Kontakt mit den Kunden oder in der Trendforschung.

Am 20. September 2021 ist Symrise in den deutschen Leitindex DAX® aufgestiegen. War das ein großer Tag für Sie?

Natürlich ist das eine Anerkennung für unser Unternehmen, aber wir haben nicht darauf hingearbeitet. Es war eher eine Konsequenz aus unserer Wachstumsdynamik. Für uns bedeutet das erst einmal, dass wir eine viel höhere Aufmerksamkeit bekommen. Wir haben deutlich mehr Anfragen aus den Medien, aber auch von Umfrageinstituten, Unternehmensverbänden, Investoren und Analysten, aus der Wissenschaft oder von NGOs. Dabei müssen wir uns häufiger zu wirtschaftlichen oder gesellschaftlichen Themen positionieren, immer häufiger werden wir als Beispiel für „die Wirtschaft“ genommen. Das ist spannend, erfordert aber einen Mehraufwand. Wir wollen dennoch unsere schmalen Strukturen mit kurzen Entscheidungswegen erhalten, um schnell reagieren zu können. Das hat für uns bisher immer sehr gut funktioniert. Nur so können wir das erreichen, was wir in unserem Purpose festgehalten haben: Unsere Verantwortung für eine lebenswerte, zukunftsgerichtete Welt wahrnehmen und für Menschen und ihre Haustiere nachhaltige, sichere und maßgeschneiderte Produkte entwickeln. So sorgen wir am Ende für Wohlbefinden und Lebensqualität, für Schönheit und Genuss.

**5,5 – 6,0
Mrd. €**

Umsatz – das ist unser Ziel für 2025.
Damit stoßen wir in neue Dimensionen vor.

»

Anfang 2021 haben wir unser „Responsible Sourcing Steering Committee“ (RSSC) gegründet, in dem alle Beschaffungsleiter und Nachhaltigkeitsexperten von Symrise zusammenarbeiten.

«

Dr. Heinz-Jürgen Bertram
Vorstandsvorsitzender



Geschmack kann man lernen

43

Sich den ganzen Tag mit Aromen beschäftigen,
Speisen probieren, riechen, schmecken und die Geschmacks-
eindrücke dann nachempfinden – und das alles in
einer interkulturellen Gruppe mit anderen jungen Menschen:

Die fünf Nachwuchskräfte von Symrise, die in der
Flavor Academy zu Flavoristen ausgebildet werden, erfüllen
sich ihren beruflichen Traum.

INNOVATION UND ENTWICKLUNG

Das erste, was auffällt, wenn sich die Tür zur Flavor Academy öffnet: Es wird gelacht. Und das, wie man nach einigen Minuten merkt, nicht selten. Die fünf 21- bis 31-Jährigen, die hier in den zwei Räumen lernen, haben viel Spaß bei ihrer Ausbildung, auch wenn diese ambitioniert und damit sehr arbeitsreich ist. Zwei von ihnen sind Suttipong Phosuksirikul aus der thailändischen Hauptstadt Bangkok und Diana Salazar aus Mexico City – die anderen drei kommen aus Singapur, Deutschland und den USA.

Suttipong Phosuksirikul und Diana Salazar stehen gerade mit Master-Flavorist Thomas Riess vor einem Labortisch. Sie haben drei Mandarinen durchgeschnitten und riechen immer wieder an den frischen orangen Hälften. „Fruchtig, saftig und schalig, klar“, beschreibt Diana Salazar den Geruch. „Esterig und aldehydig“, ergänzt Suttipong Phosuksirikul. Im nächsten Schritt sollen die beiden Moleküle nennen, mit denen sie das Aroma der Südfrucht nachbilden würden. Sie beginnen mit einer Liste und überlegen gemeinsam, welche Stoffe sie in welchem Verhältnis einbauen würden. Danach nehmen sie die kleinen Glasbehälter mit den jeweiligen Rohstoffen aus dem Regal und setzen sich an die Präzisionswaage. Mit Pipetten tröpfelt Diana Salazar die sieben, acht Zutaten, für die sie sich entschieden haben, in ein Becherglas. Manchmal sind es 0,1 ppm, dann auch mal 10 ppm – also millionstel Teile, die am Ende einen Geschmack ergeben sollen. Sie experimentieren, machen mehrere Versuche und schreiben ihre Erfahrungen auf.

Training für den Nachwuchs

Diese Übung soll den Flavorist Trainees, die alle schon eine qualifizierte Ausbildung hinter sich haben, zeigen, wie komplex Aromen sind. „In der Flavor Academy lernen sie mehr als 500 Stoffe kennen, die sie immer wiedererkennen und anwenden können müssen“, beschreibt Master-Flavorist Thomas Riess, der seit 30 Jahren im Unternehmen arbeitet. Gemeinsam mit 30 bis 40 erfahrenen Kolleginnen und Kollegen leitet er die fünf Nachwuchskräfte an. Das Team leistet für die jungen Leute ein breites Ausbildungsprogramm, vom Flavoristen-Beruf über regulatorische Kenntnisse und Präsentationstechniken bis hin zu Einblicken in die Produktion.



Wir können mit der Flavor Academy ein gleiches Level an Wissen für alle globalen Standorte schaffen und so den Austausch fördern.



Katharina Reichelt
Leiterin der Flavor Academy



Katharina Reichelt hat selbst die Flavor Academy durchlaufen und ist nun für die Ausbildung der Nachwuchskräfte verantwortlich.



Dr. Katharina Reichelt, die selbst vor fast zehn Jahren das Programm durchlief, leitet heute neben der Gruppe der Forschungsflavoristen auch die Flavor Academy. „Die Flavor Academy gibt es seit mehr als 15 Jahren, zuvor wurden die Flavoristen mehr im Training on the Job ausgebildet“, erzählt die promovierte Ernährungswissenschaftlerin von den Anfängen der Academy. Mit dem globalen Wachstum von Symrise wurde immer klarer, dass eine gemeinsame und gebündelte Ausbildung im Segment Taste, Nutrition & Health Sinn ergeben würde. „Wir können mit der Flavor Academy ein gleiches Level an Wissen für alle globalen Standorte schaffen und so den Austausch fördern: mit unserem Stamm-

500

Stoffe lernen
die Schüler in der
Academy kennen.

sitz hier in Holzminden, aber auch untereinander.“ Laut Katharina Reichelt bewerben sich jährlich rund 20 Kandidatinnen und Kandidaten für die Flavor Academy oder werden von ihren Führungskräften auf die Ausbildung hingewiesen.

In einem aufwändigen Assessment Center werden die jungen Leute anschließend geprüft. Relevantes Vorwissen ist eine wichtige Voraussetzung. Sie müssen zum Beispiel als Chemielaboranten ausgebildet sein oder einen Bachelor in Lebensmitteltechnologie, Lebensmittelchemie, Chemie oder Ernährungswissenschaften und mindestens zwei Jahre Berufserfahrung vorweisen können. „Wir brauchen Menschen, die zudem gut kommunizieren können, weil sie später viel mit unseren Kunden zu tun haben werden und vor allem im Team funktionieren müssen“, sagt Reichelt. Außerdem sollten sie sich mit Trends auskennen oder sich zumindest sehr dafür interessieren, das technische Grundlagenwissen haben und natürlich sensorisch fit sein. „Im Assessment Center müssen sie sich zum Beispiel am ersten Tag Gerüche und Geschmäcker einprägen und diese am nächsten Tag wiedererkennen und beschreiben können“, erklärt die erfahrene Flavoristin.



Gemeinsam erreichen die angehenden Flavoristen Hunderte verschiedener Aromen.

46



Diana Salazar beschäftigt sich eingehend mit dem Geschmack und dem Duft vieler verschiedener Produkte.

20

Kandidatinnen und Kandidaten bewerben sich jährlich für die Schule.

»
Guten Geschmack auf wissenschaftlicher Basis zu kreieren, das entspricht mir sehr.
 «

Diana Salazar
 Schülerin

Kreative Lehrjahre

Ab Oktober des jeweiligen Jahres kommen die fünf jungen Leute, die es geschafft haben, nach Holzminden in die Flavor Academy. Dort lernen sie zunächst eine gemeinsame Geschmackssprache, in der sie sich über Aromen und Gerüche unterhalten können. Sie arbeiten dabei mit Begriffen wie „erdig“, „holzig“ oder „karamellig“ und verbinden diese mit Geschmacksnoten, die sie gemeinsam entwickelt haben.

Anschließend machen sie sich mit verschiedenen Rohstoffen vertraut, verkosten und beschreiben diese, von Einzelstoffen wie Vanillin bis zu ätherischen Ölen, Extrakten oder Ester-Verbindungen. Eine weitere Aufgabe ist es, fertige Marktprodukte zu probieren, ihren Geschmack nachzubilden und sich die Vorgehensweise gegenseitig zu erklären. „Es kann später ja sein, dass ein Kunde sagt, das Aroma gefällt mir, aber die Grünnoten passen noch nicht“, nennt Katharina Reichelt ein Beispiel. Gemeinsam muss das Team dann die grünen Noten wie Gras oder Paprika verändern und berücksichtigen, wie diese mit anderen Geschmacksnoten interagieren.

Nach der Grundausbildung, die bis zum Mai des darauffolgenden Jahres geht und mit einer Zwischenprüfung abgeschlossen wird, wechseln die fünf Nachwuchs-Flavoristen zum Training on the Job in ihre Heimatländer. Dort arbeiten sie eng angebunden an einen erfahrenen Flavoristen im Tagesgeschäft mit, wechseln zum Teil noch einmal die Standorte und Geschäftsbereiche und kommen schließlich für ihre Abschlussarbeit – ihr „Meisterstück“ – nach Holzminden zurück. Dieses müssen sie am Ende ihrer zweijährigen Ausbildung abliefern. „Dafür bekommen sie ein Projekt, das dem eines Kunden nachempfunden ist“, erklärt Katharina Reichelt. „Sie erstellen in zweieinhalb Wochen eine Aromakomposition, die verschiedene Vorgaben hat.

Dabei dürfen sie zum Beispiel nur natürliche Rohstoffe verwenden und müssen eine bestimmte Preisvorgabe einhalten.“

Wenn sie die Prüfung bestanden haben, werden sie zunächst zu Junior-Flavoristen ernannt. Nach weiteren zwei Jahren können sie dann zum Flavoristen und nach acht bis zehn Jahren zum Senior- beziehungsweise Master-Flavoristen aufsteigen. „Wir wollen gerne, dass die jungen Leute bei uns Karriere machen“, sagt Katharina Reichelt. „Deswegen setzen wir stark auf junge Talente, die wir schon kennen und die uns dementsprechend auch verbunden sind.“

Mit Leidenschaft im Beruf

Für Diana Salazar ist der Job schon jetzt ein Traum. „Nach einem Praktikum im Labor bei der Getränkeentwicklung habe ich bei Symrise als Assistentin eines Flavoristen gearbeitet und dabei die Arbeit kennengelernt“, erinnert sich die 26-Jährige. Der Beruf verknüpft für sie viele Dinge, die sie liebt: Sie hat Mathematik und Chemie studiert, kocht sehr gerne, vor allem die vielfältigen mexikanischen Gerichte ihrer Heimat. Und sie tanzt und choreographiert. „Guten Geschmack auf wissenschaftlicher Basis zu kreieren, das entspricht mir sehr“, erzählt sie. Ihr Kollege Suttipong Phosuksirikul bekräftigt das mit einem energischen Nicken. Der 31-Jährige stammt aus einer Familie, die ein kleines Restaurant führt. Das Kochen ist ihm also in die Wiege gelegt worden und egal, wo er heute ist: Er probiert immer die lokalen Spezialitäten. Nach seinem Master in Lebensmitteltechnologie und verschiedenen Jobs in der Branche arbeitet er nun seit zweieinhalb Jahren bei Symrise. „Als ich von der Flavor Academy hörte, war ich sofort begeistert“, sagt Suttipong Phosuksirikul. „Die Verbindung aus Wissenschaft und kreativer Küche ist für mich einfach ideal.“



48

Ein Bekenntnis zur Nachhaltigkeit



In Brasilien hat Symrise auf seinem Firmengelände ein Holzhaus gebaut, das direkt an der Grenze zum Regenwald steht. In dem Gebäude, das eine nachhaltige Vision für die Zukunft vermittelt, finden sozial-ökologische Kurse für Schülerinnen und Schüler aus der Umgebung statt.

BIODIVERSITÄT, KLIMA, GESELLSCHAFT

Wer bei Symrise am brasilianischen Standort Granja Viana auf einem der breiten Balkone steht, glaubt kaum, dass er sich nur 20 Kilometer im Westen der 20-Millionen-Stadt São Paulo befindet. Der Blick geht auf den Atlantischen Regenwald, in dem Tausende verschiedene Pflanzen wachsen und sich Hunderte Tierarten tummeln. Das Unternehmen hat hier vor zehn Jahren sein Center of Excellence als Zentrale für Lateinamerika gegründet. Mittlerweile arbeiten 270 Menschen hier.

Mit Blick auf die Zukunft und mit einem nachhaltigen Fokus hat Symrise damals das Grundstück ausgewählt, um Geschäft und Umweltengagement miteinander zu verbinden. So war die Idee, ein Holzhaus auf dem Symrise Gelände zu bauen, das ein einzigartiges Konzept darstellt. Das Gebäude verfügt über Internet, eine IT-Infrastruktur, Sonnenkollektoren für die Energieversorgung und eine Regenwasseranlage. Die Gestaltung des Außengeländes regt zum Dialog mit den Menschen und der Natur an. Es umfasst einen Kräutergarten, in dem die Mitarbeiter ihre Gewürze und Tees ernten können, einen Sinnesgarten, der alle fünf Sinne anspricht, und ein Hotel für einheimische Bienen und geht somit über das herkömmliche Modell der Landschaftsgestaltung und reine Ästhetik hinaus.

Darüber hinaus erfüllt das Haus zwei Zwecke. Beim ersten steht die Sensibilisierung für Umweltfragen im Vordergrund. „Wir haben schon vor ein paar Jahren ein Projekt mit einer Nichtregierungsorganisation (NGO) gestartet, bei dem wir Kindern aus einer Schule in der Nähe die Natur und ihren Schutz nahebringen.

Vor Kurzem haben wir auch das Thema Diversität ins Programm aufgenommen“, sagt Mariana Martins, die für Symrise die Nachhaltigkeitsprojekte in Brasilien verantwortet. „Zum Abschluss der gemeinsamen Arbeit haben wir die Kinder immer zu uns in die Zentrale eingeladen. Nun haben wir dafür einen eigenen Ort, um die sozial-ökologische Bildung zu fördern.“ Seit 2018 hat Symrise so 240 Kinder geschult, die vor allem aus ärmeren Familien stammen.

Der zweite Zweck betrifft die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter des Unternehmens. Rund um das Exzellenzzentrum gibt es wenige Orte, an denen diese Pause an der frischen Luft machen oder sich für Meetings in einer anderen Umgebung treffen können. „Sie können nun das Holzgebäude und den Platz davor für ihre Mittagspause und zum Entspannen nutzen“, sagt Eloa Castelucci, Operations Director Scent & Care und Nachhaltigkeitsbotschafterin bei Symrise. „Außerdem haben wir nun einen weiteren schönen Ort, an dem wir zum Beispiel Trainings veranstalten oder Kunden empfangen können.“

Zum Jahresende 2021 hat das Team einen brasilianischen Künstler eingeladen, um eine Seite des Hauses mit einem Mural zu bemalen. Die Wandbilder sind eine weit verbreitete Kunstform in Brasilien und vermitteln oft auch Botschaften zu wichtigen Themen. „Bei uns geht es um den Umweltschutz“, erklärt Mariana Martins. „So können wir auch schon von weitem zeigen, was wir mit dem Haus bewegen wollen. Außerdem ist Kunst eine Möglichkeit, das Projekt mit allen Sinnen wahrzunehmen und den Mitarbeitern näher zu bringen.“

49



Mariana Martins und Eloa Castelucci (li.) haben sich mit ihrem Team für das Bauprojekt in Brasilien eingesetzt.

Proteine?

Pflanzliche Alternativen zu Fleisch- und Milchprodukten werden in Zukunft noch schmackhafter, besser und günstiger. Ihr Anteil an den weltweiten Lebensmittelverkäufen wird weiter rasant steigen. Symrise hat für den Wachstumsmarkt eine eigene Plattform gegründet, auf der sich die Fachleute über alle Geschäftsbereiche hinweg innerhalb des Unternehmens und mit Experten und Innovatoren von außen verknüpfen.

KLIMA, INNOVATION UND ENTWICKLUNG



Aber ohne Fleisch!



52

Es ist Mittag. Florian Herkner gönnt sich eine kurze Pause bei seinem Besuch auf der Food Ingredients Europe in Frankfurt, der internationalen Messe für Lebensmittelzusatzstoffe. Der Plattform-Manager von Symrise läuft ein paar Schritte, bis er vor einem kleinen Café steht. Drinnen setzt er sich auf einen Fensterplatz, atmet durch und bestellt sich eine Rhabarberschorle. Dann beginnt er über sein aktuelles Hauptthema zu sprechen: alternative Proteine.

Der gelernte Koch erläutert zunächst deren Definition, denn oft werden die vielen verschiedenen Begriffe durcheinandergeworfen: „Es gibt Produkte aus pflanzlichen Rohstoffen, die den Geschmack und die Textur von Fleisch nachbilden, also Lebensmittel, die einfach als Ersatz für Fleischprodukte dienen können, und es gibt Alternativen für Milchprodukte.“ Ein Schnitzel auf Soja- oder Kichererbsenbasis ist etwas anderes als Falafel, die in der arabischen Ursprungsküche seit jeher fleischlos hergestellt werden. Gemeinsam haben alle Varianten, dass sie sich in einigen

»

Bis 2035 hat weltweit jede zehnte Portion Fleisch, Eier und Milchprodukte eine alternative Quelle.

«

Florian Herkner

Head of Global Growth Platform Plant Based

Jahren „aus der Nische in den absoluten Mainstream bewegen werden“, sagt Florian Herkner, der Internationale Betriebswirtschaftslehre studierte und zunächst in einem Rohstoffgroßhandel für die Lebensmittelindustrie arbeitete. „Wir sehen die Entwicklung in den Supermärkten und heimischen Küchen, in den Restaurants und auch in den Fast-Food-Ketten.“

Seine Erfahrung belegt der Österreicher, der seit sechs Jahren bei Symrise arbeitet und zunächst im Vertrieb für Getränkelösungen in Osteuropa tätig war, auch mit Zahlen: „Egal in welche Studie wir schauen, wir sehen ein extremes Wachstum. Bis 2035 hat weltweit jede zehnte Portion Fleisch, Eier und Milchprodukte eine alternative Quelle.“ Der Umsatz mit alternativen Proteinen soll zu diesem Zeitpunkt bei 290 Mrd. USD liegen. In kein anderes Segment im Lebensmittelbereich wird aktuell stärker investiert.

Klimaschutz und Tierwohl als Antriebsfaktoren

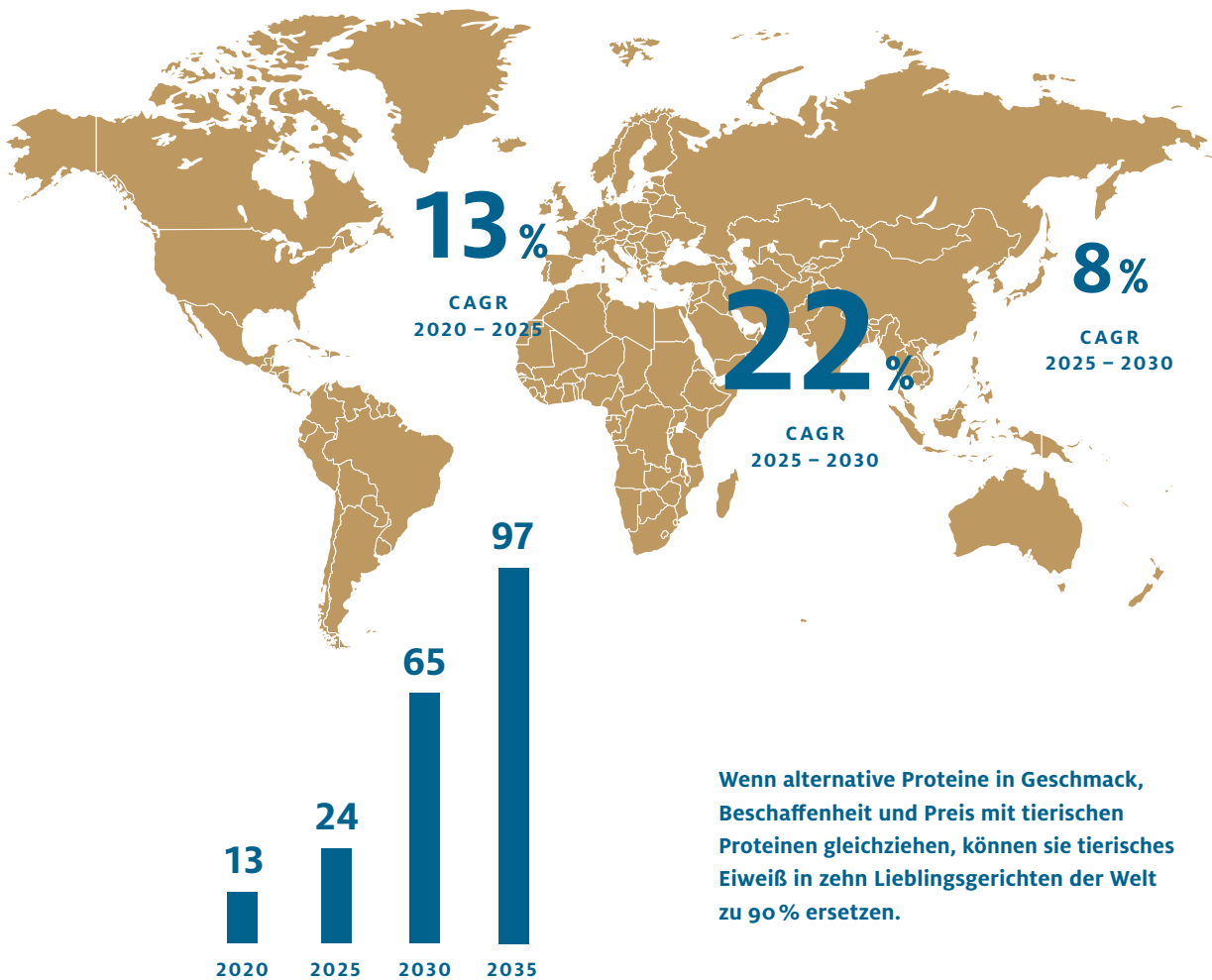
Diese Fakten lässt Florian Herkner sacken und bestellt in dem Café erst einmal etwas: Hausgemachte Falafel, mit roter Beete verfeinerter Hummus und gegrillte Aubergine. Während er es sich schmecken lässt, erzählt er von seiner persönlichen Einstellung zum Essen. „Ich esse Fleisch, aber nur gutes“, sagt der Plattform-Manager, dessen Familie zuhause auf einer wilden Kräuterwiese Schafe hält, so eine eigene

Fleischquelle hat und daraus hausgemachte Wurst herstellt. „Gleichzeitig finde ich die pflanzlichen Alternativen superspannend, wenn sie schmecken. Diese Aubergine hier zum Beispiel reicht mir vollkommen, da brauche ich kein Schnitzel.“

Dieses Denken ist momentan ziemlich weit verbreitet. „Die Sorge um das Klima und das Tierwohl sind wichtige Antriebsfaktoren für die Entwicklung der alternativen pflanzlichen Proteine“, sagt Herkner.

Ein weiterer Treiber ist auch der technische Wandel: „Die Technologien zur Entwicklung vergleichbarer pflanzlicher Produkte verbessern sich zusehends. Sie machen die Fleisch-Alternativen für die breite Verbraucherschicht attraktiver, weil sie den Geschmack, den Geruch und die Konsistenz von Fleisch, Fisch, Meeresfrüchten, Milchprodukten und Eiern nachahmen können.“ Schließlich sinken dann die Kosten soweit, dass sie mit den Preisen von echtem Fleisch vergleichbar sind.

Das Wachstum der Alternativprodukte weltweit

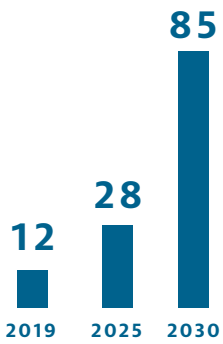


Verzehr von alternativen Proteinen weltweit
in Millionen metrischen Tonnen

Wenn alternative Proteine in Geschmack, Beschaffenheit und Preis mit tierischen Proteinen gleichziehen, können sie tierisches Eiweiß in zehn Lieblingsgerichten der Welt zu 90% ersetzen.



54



Im Jahr 2019 wurden auf dem Plant Based Meat Market weltweit rund 12 Mrd. € umgesetzt. Der Markt wird bis zum Jahr 2025 um rund 15% jährlich wachsen, auf etwa 28 Mrd. €. In den fünf Jahren danach soll es um mindestens 25% pro Jahr nach oben gehen: 2030 soll der Umsatz bei 85 Mrd. € liegen, andere Studien sehen ihn sogar bei bis zu 250 Mrd. €.



Für Symrise arbeitet Florian Herkner deshalb an der Qualität der pflanzlichen Alternativprodukte. Das Ziel ist, innovative Zutaten für morgen zu einem guten Preis aus natürlichen Rohstoffen herzustellen. Ein wichtiger Weg dahin ist für ihn der bereichsübergreifende Austausch. Nachdem er im Juni 2020 als Leiter der Business Incubation Group für die Plattform „Plant based Solutions“ bei Symrise angefangen hatte, rief er ein regelmäßiges Treffen mit 50 Kolleginnen und Kollegen aus vier Weltregionen ins Leben. Einmal im Monat sprechen die Fachleute über die Bereiche Handel, Vertrieb, Technik und die einzelnen Lebensmittelkategorien. Am Tag darauf treffen sich die Technologie-Experten und halten sich über die Forschung, die Neuentwicklungen und die nötige Anwendungstechnik auf dem Laufenden. „Das spart Zeit, führt zu weniger Doppelarbeit und verhindert Silodenken.“

80 % der Verbraucher kaufen immer wieder

Für Symrise bestehen Fleisch- und Milchersatzprodukte im Arbeitsalltag aus vier Ebenen. Die Fachleute wollen erstens die vom Eiweiß stammenden Noten maskieren, zweitens die Textur und das Mundgefühl steuern, drittens eine fleischige oder milchige Note erzeugen und viertens eine Kopfnote wie Vanille oder Grillaromen hinzufügen. Die Herausforderungen sind auf allen Ebenen groß: Bei Basisrohstoffen wie Erbse, Soja oder Mycoprotein, gewonnen aus der Fermentierung eines fadenförmigen Pilzes, müssen die Geschmacksnoten so entwickelt werden, dass die oft geschmeckte Bitterkeit maskiert wird. Gleichzeitig soll ein auf diesen Grundlagen entstehendes Burger-Patty saftig sein und Grillaromen haben. Die Entwickler haben außerdem die Lebensmittelsicherheit zu beachten und Zucker und Salz in den Produkten zu minimieren. Und zu guter Letzt muss es den Verbrauchern schmecken: „80 % der Verbraucher entscheiden sich, wenn sie das Produkt mögen, für einen wiederholten Konsum.“



»
80 % der Verbraucher entscheiden sich, wenn sie das Produkt mögen, für einen wiederholten Konsum.

«

Florian Herkner
 Head of Global Growth Platform Plant Based

Für alle Anforderungen an pflanzliche Ersatzprodukte hält Symrise Lösungen bereit und Florian Herkner ist eine der Schnittstellen. Wenn es noch kein Wissen zu neuen Themen gibt, sucht er nach neuen Partnern. Seine Mittagspause ist nun vorbei, er bezahlt und macht sich auf den Weg zurück zur Messe. Dort wird er Gespräche über Proteinlieferanten wie Mikroalgen und Ackerbohnen führen. „Ich will möglichst viele Entwicklungen kennenlernen, um sie von einem wirtschaftlichen und technischen Standpunkt aus bewerten zu können“, freut sich Florian Herkner und fügt an: „In dieser dynamischen Zeit reicht es nicht, wenn wir das entwickeln, was sich der Kunde gestern gewünscht hat. Wir müssen Antworten haben auf das, was er morgen fragt.“

Kooperationen für mehr Effizienz

**Drei Fragen an Catherine Trillo-Blanco,
Global Growth Platform Manager für
Pflanzenbasierte Lösungen im Symrise
Segment Taste, Nutrition & Health.**

Frau Trillo-Blanco, warum sind Kooperationen für das Wachstumsthema „Alternative Proteine“ so wichtig?

Die Märkte und die Entwicklungen sind so dynamisch, dass wir uns aktiv um neue Partner bemühen, um sichere, strategische Geschäftsbeziehungen einzugehen und neue Technologien und Rohstoffe einzuführen und zu teilen. Wir arbeiten bei Symrise mit Start-ups, großen Unternehmen, Universitäten, Regierungen, Risikokapitalgebern und Unternehmern zusammen, um zukünftige Wachstumspotenziale zu identifizieren, lange bevor sie auf den Markt kommen. Wir bilden dabei Ökosysteme, weil Kollaborationen der Schlüssel in solch einem dynamischen Bereich sind.

Mit welchen Partnern arbeiten Sie bisher zusammen?

Wir haben zum Beispiel eine Kooperation mit dem Forschungsakzelerator New Food Innovation, der Wissenschaftlern, Start-ups und etablierten Lebensmittelherstellern dabei hilft, ihre Innovationen auf den Markt zu bringen. Wir arbeiten auch mit dem Lebensmitteltechnologie-Inkubator Fresh Start aus Israel oder Food Ventures in Singapur zusammen. In Deutschland kooperieren wir mit KitchenTown Berlin, einer Innovationsplattform für Food Start-ups, mit deren Hilfe Ideen und Produkte schnell zur Marktreife gebracht werden können. Das Beste daran ist, dass wir jeden Tag etwas Neues lernen.

Seit Oktober 2021 kooperieren Sie mit der Universität Wageningen. Was passiert in diesem aktuellen Projekt?

Gemeinsam erforschen Symrise und die Wissenschaftler der Universität Hülsenfrüchte und die sensorische Qualität von Fleischalternativen für den optimalen Geschmack und die beste Funktionalität. Derzeit arbeiten wir in zwei Konsortien mit Partnern entlang der gesamten Wertschöpfungskette zusammen – von den Pflanzenzüchtern über die Verarbeiter bis hin zu den Lebensmittelherstellern. Ziel ist es, schmackhafte, nachhaltige und optimale Proteinquellen für den menschlichen Verzehr zu entwickeln, die Verbraucher ansprechen.



Herr Osche, mit Symrise Nutrition arbeiten Sie in der globalen Plattform Plant Based Solutions mit. Was bringen Sie in die Projekte ein?

Bei Symrise haben wir ein großes Portfolio von Gemüse- und Fruchtsaftkonzentraten, -pulvern und -flocken, die die natürlichen Aromen ergänzen. Die Funktionalitäten sind nicht dieselben: Zum Beispiel sollen Geschmacksstoffe oft keine Textur oder Farbe geben oder für ein bestimmtes Mundgefühl sorgen. Bei den Fleischalternativen ist aber genau das gewünscht. Und die Kombination aus natürlichen Zutaten und Geschmacksstoffen kann dies liefern.

Wie können Sie zum Beispiel ein herzhaftes Mundgefühl beeinflussen?

Ein herzhaftes Mundgefühl ist komplex und erfordert mehrere Zutatenebenen. Als Basis schmeckt unser Pilzsaftkonzentrat umami, also herzhaft, würzig und fleischig. Die kulinarische Komplexität erreichen wir mit verschiedenen Zwiebel-, Knoblauch- oder Schalottenprodukten. Wenn wir etwas noch Einzigartigeres suchen, können wir auch Soffritto- oder Mirepoix-Lösungen bieten, die aus verschiedenen zusammen zubereiteten Gemüsen bestehen und sehr bei der Saftigkeit helfen. Außerdem können unsere Produkte die Fehlgeschmäcker von pflanzlichen Proteinen balancieren.

Wie sehen die Entwicklungen der pflanzlichen Alternativen aus, die sowieso schon in den Küchen der Welt genossen werden?

Der Markt ist riesig und wir haben eine ganze Reihe von Lösungen dafür. Ich denke da nur an Paneer, den indischen Frischkäse, der mit Spinat, Cashewnüssen und Gewürzen zubereitet wird, an Kürbiswaffeln, Quinoa-Bowls oder eben auch Tofu-Gerichte oder Falafel. Für alle diese Gerichte können wir die natürlichen Zutaten liefern, indem wir auf unsere breite Palette von mehr als 50 Sorten Gemüse zurückgreifen.



Textur und Mundgefühl ohne tierische Proteine

Drei Fragen an Pierre Osche, Forschungsleiter im Bereich Gemüse im Symrise Segment Taste, Nutrition & Health.

Nachhaltig in die Zukunft



**DR. HELMUT FRIEDEN,
CORPORATE SUSTAINABILITY**

■ Als im Juli 2021 das Sorgfaltspflichtengesetz in Kraft trat, das die Verantwortung deutscher Konzerne für Menschenrechte und Umweltschutz entlang der globalen Lieferkette regelt, waren wir darauf gut vorbereitet. Wir hatten schon im April unser „Responsible Sourcing Steering Committee“ (RSSC) gegründet, in dem unsere Corporate Sustainability-Abteilung gemeinsam mit den Einkaufsleitern der Geschäftsbereiche und deren Nachhaltigkeitsleitern zusammenarbeitet. Das Gremium soll unsere Rohstofflieferanten und die indirekten Zulieferer wie Dienstleister oder Packmittellieferanten auf Chancen und Risiken in Sachen Nachhaltigkeit evaluieren.

»

Im Jahr 2021 haben sich so 60 % der Lieferanten, die wir angeschrieben haben, an den Programmen für den Schutz von Klima, Wasser und Wald beteiligt.

«

Mehr und mehr dieser Unternehmen werden wir zum kollaborativen Austausch von Lieferantendaten in die SEDEX- oder EcoVadis-Plattformen einladen, um einen immer besseren Überblick über deren Nachhaltigkeitswirken zu bekommen. Das RSSC wird darüber hinaus zum Beispiel unsere Rohstofflieferanten weiterhin auffordern, am CDP-Supply-Chain-Programm teilzunehmen – das machen wir schon seit fünf Jahren. Im Jahr 2021 haben sich so 60 % der Lieferanten, die wir angeschrieben haben, an den Programmen für den Schutz von Klima, Wasser und Wald beteiligt. Mehr als 70 % der Zulieferer haben bereits Klimaziele definiert, die damit verbundenen Maßnahmen haben drei Millionen Tonnen CO₂ eingespart.

**DORIS GATTERMANN,
CORPORATE SUSTAINABILITY**

Der Klimawandel schreitet voran und ich bin fest davon überzeugt, dass wir die großen Herausforderungen, vor denen wir alle stehen, nur gemeinsam bewältigen können. Es reicht nämlich nicht, wenn nur einige wenige Menschen perfekt Abfälle vermeiden, alternative Energien nutzen oder bewusst einkaufen, sondern Milliarden müssen sich engagieren, auch wenn sie das vielleicht nicht ganz perfekt machen. Wir dürfen aber nicht auf die eine große Lösung warten, sondern müssen einfach beginnen, wenn auch in kleinen Schritten.

Um diese Vorgehensweise bei Symrise zu unterstützen, haben wir das Ambassador-Netzwerk ins Leben gerufen. Wir sind Gleichgesinnte, die die Passion für das Thema Nachhaltigkeit verbindet – über Geschäftsbereichs- und regionale Grenzen hinweg. Mehr als 150 Kolleginnen und Kollegen beteiligen sich mittlerweile und haben sich selbst verpflichtet, das Thema Nachhaltigkeit anschaulich und begreifbar zu machen. Wir diskutieren, was wir als Beschäftigte von Symrise und auch privat tun können, organisieren Informationsveranstaltungen, starten lokale oder überregionale Projekte rund um die Welt. Ein schönes Projekt ist zum Beispiel unser Kochbuch „Lunch for Change“, für das wir im Rahmen einer Projektwoche rund um den UN Food Day 2020 Kolleginnen und Kollegen aufgerufen haben, ihr bevorzugtes nachhaltiges Rezept einzureichen. In dem Buch finden sich vielfältige köstliche Ideen, die gleichzeitig unser Engagement für mehr Nachhaltigkeit untermauern.



**SASCHA LIESE,
CORPORATE SUSTAINABILITY**

Die Biodiversität – also die Vielfalt der Arten und Ökosysteme – hat für uns gleich zwei wichtige Bedeutungen: Sie ist Inspiration und Vorbild für die Entwicklung von Duftstoffen und Aromen und dient uns auch als reiche Rohstoffquelle. Wir nutzen bei Symrise zum Beispiel wild gesammelte botanische Raritäten aus dem Amazonasregenwald, Duft- und Aromapflanzen aus kleinbäuerlichem Anbau auf Madagaskar oder in Indonesien oder auch zahlreiche Rohstoffe und Seitenströme aus Land- und Forstwirtschaft sowie Fischerei und Aquakultur. 90% unseres diversen Rohstoffportfolios setzen sich aus Materialien zusammen, die ihren Ursprung in natürlichen oder bewirtschafteten Ökosystemen haben. Biodiversität ist also ein Naturkapital für uns, das wichtig für unseren Geschäftserfolg ist.

Um diese Vielfalt zu unterstützen, müssen wir ebenso vielfältige Maßnahmen ergreifen – denn Biodiversität ist im Gegensatz zum Klima hochgradig kontextspezifisch. Während es bei der Wildsammlung von Naturstoffen aus dem Amazonasgebiet darauf ankommt, die Bestände der Wildpopulationen nicht zu übernutzen, müssen wir bei unserem Patschuli-Projekt in Indonesien vor allem die Bodenbiologie und -struktur verbessern, um die Produktivität des Anbausystems zu erhalten. Auf Madagaskar hingegen ist es uns wichtig, Waldflächen wiederaufzuforsten und Bodenerosion zu bekämpfen. Wir haben daraus ein Prinzip gemacht: Rund um den Globus achten wir bei unseren Interventionsprojekten in strategischen Lieferketten darauf, die wesentlichen Risiken für die biologische Vielfalt im lokalen Kontext zu erkennen und maßgeschneiderte Lösungen zu entwickeln, um diese zu bewältigen.

Vielfalt als Schlüssel zum Erfolg

60

Als neue globale HR Leiterin von Symrise erläutert Katharina Dürbaum im Interview, wie sie die Personalstrategie des Konzerns in den kommenden Jahren ausrichten möchte. Das Unternehmen setzt auf Diversität, eine konsequente Nachfolgeplanung und auf neue Wege, um die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter weltweit zu fördern.

GUTE UNTERNEHMENSFÜHRUNG

Frau Dürbaum, Sie sind im Mai 2021 bei Symrise gestartet, im September ist das Unternehmen an der Börse in den DAX® aufgestiegen. Haben sich durch den DAX®-Aufstieg die Anforderungen an die Personalarbeit bei Symrise geändert?

Die Herausforderungen im Personalmanagement sind generell sehr gestiegen. Bei börsennotierten Unternehmen gewinnt zudem der so genannte „soziale Fußabdruck“ zunehmend an Bedeutung, besonders unsere „ESG“-Ziele (Economic, Social, Governance): im Unternehmen selbst, aber auch in Bezug auf Lieferanten und Kunden. Durch unseren Aufstieg in den DAX® steigt zudem das Interesse von Investoren, Proxy Advisern – also den Stimmrechtsberatern von Investoren –, Journalisten und NGOs an den Human-Resources-Themen. Dabei geht es um die Frage, welche Ziele wir mit unserer Unternehmensstrategie verfolgen und umsetzen. Für uns als global tätiges und dynamisch wachsendes Unternehmen stehen dabei Diversität, Chancengleichheit und Zukunftsfähigkeit im Fokus.

Wie definieren Sie für Ihre Arbeit den Begriff Diversität – und wohin wollen Sie diese entwickeln?

Unter Diversität verstehe ich eine Vielfalt, die sich auf mehrere Aspekte bezieht. Ein naheliegender und wichtiger Aspekt ist die Geschlechtervielfalt. Die Einstellung, Entwicklung und Förderung von Frauen auch in Führungspositionen ist für uns ein zentrales Thema. Ebenso entscheidend für unseren Unternehmenserfolg, der durch die Zusammenarbeit in divers zusammengesetzten Teams entsteht, sind aber auch Mitarbeiter und Mitarbeiterinnen aus unterschiedlichen Kulturen und mit verschiedenen Nationalitäten. Darüber hinaus sehe ich den Austausch zwischen den Generationen als eine herausragende Möglichkeit an, gemeinsam aus verschiedenen Perspektiven an unseren jetzigen und zukünftigen Herausforderungen zu arbeiten. Das Leben von Vielfalt bei Symrise ist für mich ein Erfolgsfaktor, der kreative, innovative und nachhaltige Lösungen ermöglicht und gleichzeitig zu einem wertschätzenden lebendigen Miteinander führt.

Wie erleben Sie die Vielfalt bei Symrise und wie fördern Sie diese?

Symrise hat eine unternehmerisch geprägte, offene Unternehmenskultur, die durch Zusammenhalt, länderübergreifende Zusammenarbeit und den Willen zum Erfolg geprägt ist. Unser dynamisches Arbeitsumfeld bietet die Möglichkeit, sich individuell mit seinen verschiedenen Erfahrungen, Denkweisen und Kompetenzen einzubringen. Wir entwickeln zurzeit ein ganzheitliches Konzept, um unsere Vielfalt noch gezielter zu fördern – in allen oben erwähnten Aspekten.

Bei dem Thema Diversität geht es immer auch um Chancengleichheit. Wie gewährleisten Sie diese?

Uns ist es wichtig, allen Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern gleiche Chancen zu geben, zum Beispiel in Bezug auf ihre Karriere- und Entwicklungsmöglichkeiten. Gleichzeitig wollen wir sie fair vergüten. Dies motiviert unsere Beschäftigten und entspricht auch unseren Unternehmenswerten. Das haben wir erst kürzlich für unsere deutschen Standorte bestätigt bekommen: Symrise hat den Universal Fair Pay Check für faire Bezahlung erhalten, den die Nichtregierungsorganisation Fair Pay Innovation Lab unter der Schirmherrschaft von Bundesarbeitsminister Hubertus Heil vergibt. Bei dieser Zertifizierung werden auch verschiedene Diversitätsmerkmale wie Geschlecht oder Alter einbezogen.

Katharina Dürbaum leitet seit Mai 2021 den weltweiten HR-Bereich bei Symrise.



Circa

7.000

der über 11.000 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter arbeiten nicht in Deutschland.

Sie sprechen den Punkt „Alter“ an. Welche Herausforderungen sehen Sie hier?

■ Zum einen geht es um eine inspirierende und wertschätzende Zusammenarbeit in und mit Teams, in denen alle Altersgruppen und Generationen in unserem Unternehmen vertreten sind. Ich sehe hier eine besondere Stärke von Symrise. Denn gegenseitige Anerkennung sowie Austausch von Wissen und Erfahrungen spielen eine große Rolle – in Deutschland, wie auch in anderen Ländern und länderübergreifend.

Zum anderen ist eine strategische Nachfolgeplanung wichtig, die die Dynamik in unserem Unternehmen sowie der sich in Zukunft verändernden Berufsbilder und Verantwortungsbereiche berücksichtigt. Dabei spielt unser Karriereentwicklungsprozess „Grow“ eine wichtige Rolle. Außerdem fördern wir konsequent unsere Talente unabhängig von Herkunft, Geschlecht oder Alter. Der Aufbau und Ausbau von segment- und länderübergreifenden Leadership-Programmen, gezielte Entsendungen oder die Übernahme von neuen oder erweiterten Verantwortungsbereichen sind Beispiele dafür, wie wir unsere Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter erfolgreich persönlich und beruflich weiterentwickeln. Besonders freuen wir uns über den Erfolg unseres qualitativ sehr hochwertigen E-Learning-Tools, das wir in diesem Jahr global eingeführt haben. Es bietet weltweit Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern Weiterbildungsangebote in 30 Sprachen. Das Interesse ist vor allem bei spezifischen Seminaren für Führungskräfte sehr hoch, in denen es um Frauen in Führungspositionen, die Führung von hybrid (im Home-Office und Büro) arbeitenden oder von internationalen Teams mit unterschiedlichen Nationalitäten geht.

Welche Rolle spielt die Ausbildung bei Symrise in diesem Zusammenhang?

■ Sie hat einen sehr hohen Stellenwert für uns, das zeigen auch mehrfache Auszeichnungen bei Unternehmensvergleichen in den vergangenen vier Jahren. Wir rekrutieren auf der einen Seite qualifizierte junge Menschen, die wir auf unseren Bedarf hin ausbilden. Auf der anderen Seite erfüllen wir auch einen gesellschaftlichen Auftrag, indem wir in der Breite Ausbildungsplätze anbieten. 40 Azubis fangen bei uns allein in Deutschland jedes Jahr an, vor allem in chemisch-technischen und technischen, aber auch kaufmännischen Berufen. Außerdem absolvieren bei uns viele Beschäftigte berufsbegleitend Studiengänge.

Seit dem Beginn der Covid-19-Pandemie arbeiten viele Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter in Teilen permanent, in Teilen sporadisch im Home-Office. Wie sehen Sie diese Entwicklung auch mit Blick auf die Zukunft?

■ Es ist ein herausforderndes, komplexes und vor allem auch globales Thema. Da circa 7.000 unserer über 11.000 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter nicht in Deutschland arbeiten, ist eine Abstimmung mit den vielen Ländern, in denen wir tätig sind, sehr wichtig. In Deutschland selbst sieht die Situation so aus: Zwei Drittel aller Beschäftigten am Stammsitz in Holzminden, aber auch in Braunschweig und Nördlingen, müssen täglich präsent sein: vor allem in der Produktion oder im Labor. Es gilt hier, wie auch an unseren Produktionsstätten weltweit, eine ausgewogene Balance zu finden zwischen dem Arbeiten von zu Hause oder „Remote“ und der Arbeit in den Büros, Laboren sowie Produktionen. Wir möchten nicht das Gefühl einer möglichen „Zweiklassengesellschaft“ entstehen lassen. Dafür brauchen wir Lösungen für den Konzern. Wichtig ist auch, dass der persönliche Kontakt zwischen der Führungskraft und ihrem Team sowie zwischen Teammitgliedern untereinander und zu anderen Abteilungen durch die Arbeit im Home-Office nicht verloren geht. Die persönlichen Gespräche, das unmittelbare Erleben der Kolleginnen und Kollegen, der spontane Austausch über Neuigkeiten und Entwicklungen sind für den Aufbau und Erhalt von persönlichen Bindungen sehr wichtig. Die letzten Jahre der Pandemie haben gezeigt, dass eine „Entfremdung“ sogar dazu führen kann, dass Mitarbeiter das Arbeiten für ein Unternehmen als austauschbar empfinden können. Wir werden daher eine Lösung entwickeln, mit der wir aus unserer Sicht die oben genannten Aspekte miteinander in Einklang bringen.



In allen Ländern der Welt wollen wir als Arbeitgeber attraktiv bleiben – auch im Vergleich zu anderen Unternehmen unserer Branche.

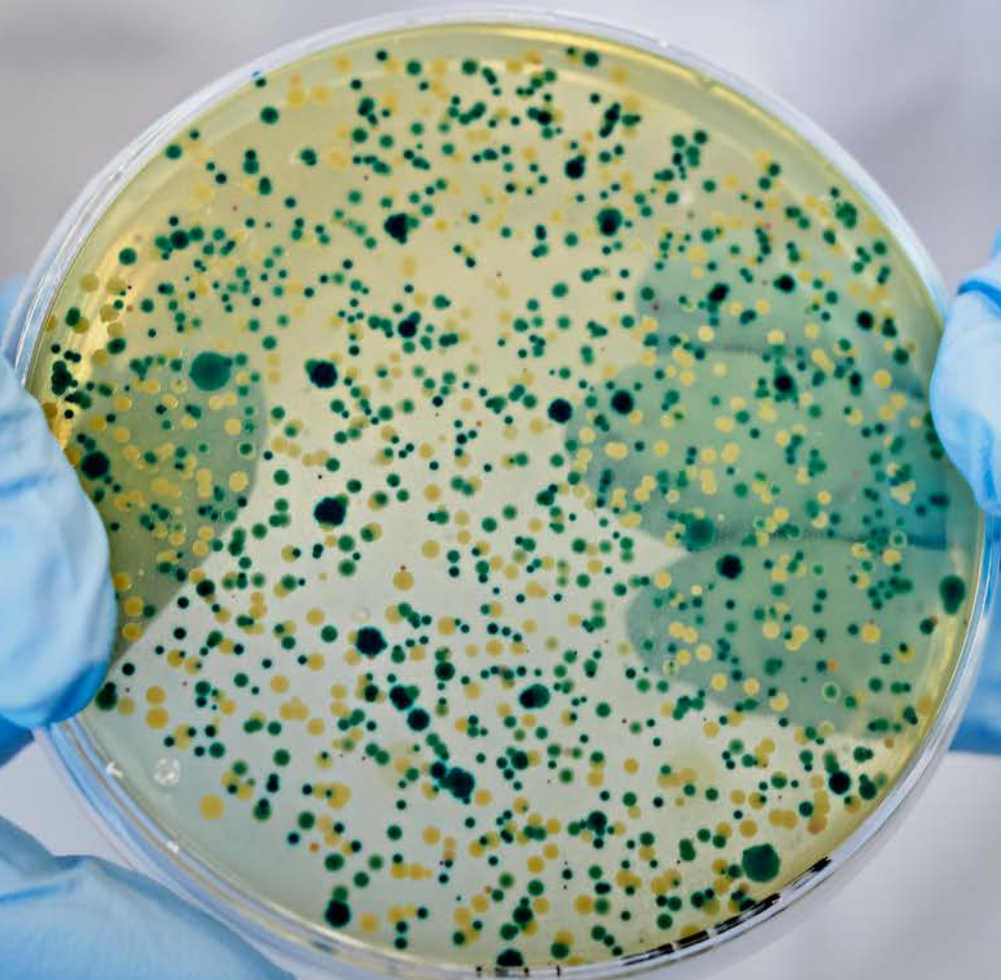


Katharina Dürbaum
Corporate Vice President
Group Human Resources

Welche Themen sind Ihnen für die kommenden Jahre bis 2030 wichtig?

■ Vor allem in den westeuropäischen Ländern der EU, insbesondere Deutschland, müssen wir uns aktiv – schon jetzt und in den nächsten Jahren – mit dem demografischen Wandel beschäftigen. Wie können wir dem extrem eintretenden Arbeits- und Führungskrätemangel begegnen, wenn ganze Generationen in den Ruhestand gehen? In allen Ländern der Welt müssen wir uns fragen, wie wir als Arbeitgeber attraktiv bleiben – auch im Wettbewerb zu anderen Unternehmen. Wir wollen zeigen, was uns einzigartig macht. Dazu gehört neben einer angemessenen Entlohnung, einer fairen wertschätzenden Unternehmenskultur, spannenden Aufgaben und Ent-

wicklungsmöglichkeiten auch ein gutes Ansehen als Unternehmen in der Öffentlichkeit. So freuen wir uns, dass wir in Deutschland bei einer bundesweiten Umfrage in der Bevölkerung, die die Rating- und Rankingagentur ServiceValue in Kooperation mit der renommierten Tageszeitung WELT unternommen hat, zu Deutschlands besten Arbeitgebern 2021 zählen. Wir wollen das lebendige Miteinander und die Vielfalt weiter fördern. Und nicht zuletzt: in unseren weltweiten Führungspositionen eine Parität zwischen den Geschlechtern und vielen Nationalitäten erreichen. Dabei wünsche ich mir, dass wir 2030 über dieses Thema gar nicht mehr viel reden müssen, sondern dass es selbstverständlich geworden ist.



Jeder Mensch ist anders – genauso wie jede Körperregion. Auf der Kopfhaut, im Mundraum oder in den Achselhöhlen leben jeweils bestimmte Ansammlungen von Mikroorganismen – ihre Gesamtheit nennt man Mikrobiom. Um dieses in der Produktentwicklung zum Beispiel für Anti-Schuppen-Shampoos, Mundwasser und Deodorants einzubeziehen, hat Symrise seit einigen Jahren die Forschung in diesem Bereich stark ausgebaut.



Der

Mensch

als

Ökosystem



96

weiße Kunststoffzähnnchen, beschichtet mit Hydroxylapatit – einem natürlichen Bestandteil von Zähnen – sind ein Werkzeug in der Forschung.

■ Zu Versuchsbeginn steht für die Labormitarbeiterin Jessica Grieger eine Aufgabe an, die für den Laien – vorsichtig gesagt – unüblich erscheint. Sie nimmt morgens die Speichelproben einer ganzen Reihe von Symrise Kolleginnen und Kollegen entgegen, die diese zuhause in ein Röhrchen gegeben haben. Erst danach dürfen die freiwilligen Spender und Spenderinnen ihre Zähne putzen. Im Labor für Mikrobiologie in Holzminden mischt Jessica Grieger die Probe und verteilt die Flüssigkeit auf 96 kleine Reaktionsgefäße, die auf einer durchsichtigen Kunststoffplatte angeordnet sind. Als Deckel kommt eine Platte mit 96 weißen Kunststoffzähnnchen drauf, die mit Hydroxylapatit beschichtet sind, einem natürlichen Bestandteil von Zähnen.

Am nächsten Tag wird der Speichel entsorgt. Mittlerweile hat sich auf den Zähnnchen ein Biofilm abgesetzt – eine sichtbare Schleimschicht, die von Mikroorganismen gebildet wurde. Jessica Grieger, die sich nebenberuflich zur Biotechnikerin weitergebildet und auch einen Bachelor of Science in Molekularbiologie abgeschlossen hat, zieht ein Nährmedium in eine Mehrkanal-Pipette. Sie füllt die Substanz vorsichtig und präzise, aber dennoch schnell in die Gefäße auf

einer neuen Platte. Anschließend verschließt sie diese wieder mit demselben Deckel, sodass der Biofilm auf den Zähnnchen weiter genährt werden kann.

Nach zwei Tagen ist die Versuchsvorbereitung fertig. Die ehemals weißen Kunststoffzähnnchen sind leicht gelblich geworden und riechen streng nach dem, was Menschen Mundgeruch nennen. Das alles ist beabsichtigt. „Wir haben mit dem Modell die Mundflora nachempfunden, die aus vielen verschiedenen Mikroorganismen wie Bakterien, Viren und Pilzen besteht“, beschreibt Christin Koch das Verfahren, bei dem schließlich die Wirkung verschiedener Testsubstanzen und Produkte auf Bakterien im Biofilm analysiert wird. Die promovierte Mikrobiologin leitet das Labor, in dem in den vergangenen Jahren ein innovativer Schwerpunkt entwickelt wurde: Die Forschung und Entwicklung von Molekülen, die am sogenannten Mikrobiom ansetzen.

Forschung nahe am Menschen

„Der Mensch hat an vielen Stellen des Körpers eigene kleine Ökosysteme, die sich stark voneinander unterscheiden, die aber in ihrem komplexen und dynamischen Zusammenspiel das große Ökosystem Mensch bilden“, sagt die Wissenschaftlerin, die sich schon in ihrer Promotion mit dem Mikrobiom auseinandergesetzt hat. Die Forschung beschäftigt sich im Bereich der Körperpflegeprodukte traditionell damit, wie sich bestimmte Stoffe auf den Körper und die menschlichen Zellen auswirken, vor allem mit dem Ansatz, bestimmte Bakterien zu töten. Christin Koch hingegen konzentriert sich heute zunehmend auf das Gleichgewicht des menschlichen Mikrobioms.

Dessen Zusammenstellung verändert sich je nach Körperregion. Die Wissenschaftlerin vergleicht diese mit Ökosystemen auf der Erde: „Die Mundhöhle ist vielleicht wie ein Korallenriff, die Kopfhaut wie eine Blumenwiese, die Achselhöhle mit Schweiß und feuchter Haut wie ein üppiger Wald oder die trockene Haut an den Schienbeinen wie eine Wüste.“

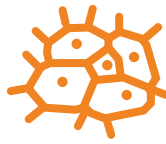
Für die Forschung ist es deshalb wichtig, möglichst zielgenaue Produkte zu entwickeln, die nicht nur in vitro, also im Reagenzglas, sondern auch im echten Leben funktionieren – in vivo, wie es bei den Wissenschaftlern heißt. Die Versuchsplatte mit den Zähnnchen und dem Speichel – also das ex-vivo-Biofilmmodell – zielt ebenso auf diesen Ansatz wie die Schweißmodelle, die das Unternehmen selbst entwickelte. „Dazu werden von unserem externen Kooperationspartner Männer in die Sauna geschickt,



Der menschliche Körper besteht zu fast

70 %

aus Wasser ...



... und aus etwa

3 x 10¹³

menschlichen Zellen.



Noch höher ist die Anzahl der Bakterien. Geschätzt

3,8 x 10¹³

mikrobielle Zellen bevölkern unseren Körper und bilden unser Mikrobiom.

die dort ihren Schweiß sammeln, den wir wiederum in den Versuchen nutzen können“, schildert Christin Koch die Lebensnähe der Forschung.

Dem Mikrobiom wohlgesonnen

Mit den Erkenntnissen aus der Mikrobiomforschung sind Produkte entweder neu- oder weiterentwickelt worden. Ein Beispiel dafür ist Crinipan® PMC Green, das den Pilz Malassezia in seinem Wachstum hemmt. Dieser Pilz wächst auf der Kopfhaut und kann dort für Schuppen sorgen. Dabei ist er auf natürlich vorkommende Fette angewiesen, die er nicht selbst produzieren kann. Das Produkt, das aus erneuerbaren Rohstoffen gewonnen wird, bedient sich eines „Tricks“, wie Christin Koch es nennt: „Malassezia spaltet auf der Kopfhaut vorhandene Fettmoleküle auf, um sich zu ernähren. Diese Enzyme spalten auch unser Crinipan® PMC Green, die antimykotische Caprylsäure wird freigesetzt – ein Anti-Pilz-Mittel.“ Malassezia dezimiert sich also selbst, sodass das Mikrobiom im Gleichgewicht bleibt.

Im Bereich der Deodorants hat Symrise den mikrobiomfreundlichen Stoff SymDeo® B125 entwickelt. Er kann zum Beispiel das stark antimikrobiell wirkende Triclosan ersetzen, das zwar den Geruch von Schweiß verhindert, aber auch nützliche Bakterien tötet. Und zugunsten einer ausgewogenen Mundflora hat das ex-vivo-Biofilm-Modell dabei geholfen, Produkte wie Optafresh® D und SymReboot™ OC / Optabiotics® 24 vom Labor bis zur Marktreife zu bringen. Das erste bekämpft selektiv Bakterien, die für Mundgeruch verantwortlich sind, und verstärkt gleichzeitig die positiv auf das Mundmikrobiom wirkenden Bakterien, während das zweite die Zahnfleischgesundheit unterstützt.



Christin Koch leitet das Labor in Holzminden, das das Mikrobiom erforscht. Symrise kann so neue Wege in der Produktentwicklung gehen.

Dass die Mikrobiomforschung in ihrer heutigen Form möglich ist, verdankt sie vor allem dem technischen Fortschritt. In den Anfängen der 1990er-Jahre gab es zwar die ersten Technologien zur DNA-Sequenzierung des Mikrobioms, allerdings sind diese aus Preisgründen erst seit zehn Jahren in der Breite nutzbar. „Heute können die Labore, denen wir unsere Proben übermitteln, riesige Datenmengen in kürzester Zeit erzeugen und auswerten“, erzählt Christin Koch.

Internationale Vernetzung

Symrise hat in den vergangenen Jahren viel in die Mikrobiomforschung investiert, die auch bereichsübergreifend läuft. Denis Guyonnet von Diana Nova zeigt, wie Polyphenole aus Gemüse und Früchten positiv auf das Darmmikrobiom wirken. Die sekundären Pflanzenstoffe stammen erstens aus Früchten wie Cranberrys, die reich an Polyphenolen sind, zweitens aus den Seitenströmen von Obst und Gemüse, wie zum Beispiel Schalen oder Trester, erklärt der Innovationsmanager. Dabei führt Symrise eine standardisierte Extraktion durch, um ein Produkt mit spezifischen Polyphenolen herzustellen, da sich die einzelnen Polyphenole von Frucht zu Frucht stark unterscheiden.

Denis Guyonnet setzt aber nicht nur auf die Forschung im Konzern. Seine Aufgabe ist es auch, die Wissenschaftlerinnen und Wissenschaftler mit externen Forschenden von Hochschulen zu verknüpfen. Das Projekt mit den Polyphenolen läuft seit 2018 in Kooperation mit der Universität von Laval (INAF) im kanadischen Québec, andere Forschungsinitiativen wurden mit europäischen Experten von Weltrang in den Bereichen Mikrobiologie, Gastroenterologie und Polyphenole gestartet. „Wir arbeiten in zwei Richtungen: Auf der einen Seite wollen wir herausfinden, wie die Polyphenole auf die Pathogene, also die schlechten Bakterien wirken. Auf der anderen Seite wollen wir erforschen, wie sie die guten Bakterien stimulieren“, sagt Denis Guyonnet.

Beide Gruppen von Bakterien spielen eine Rolle bei der Darmgesundheit, so die Erkenntnis des Forschers, der eng mit der Entwicklungsgruppe rund um Christin Koch zusammenarbeitet. „Im Rohzustand können die Polyphenole nicht absorbiert werden. Die Bakterien



Heute können die Labore, denen wir unsere Proben übermitteln, riesige Datenmengen in kürzester Zeit erzeugen und auswerten.



Christin Koch
Leiterin des Labors für Mikrobiologie

im Darm aber können sie in kleine Moleküle spalten und so ihre entzündungshemmenden und antioxidativen Fähigkeiten hervorbringen“, erklärt Denis Guyonnet. Außerdem wirken sie gegen die pathogenen Bakterien. Dabei betont er, dass sich die Mikrobiome der Menschen voneinander unterscheiden und die komplexe Forschung weitere Untersuchungen benötigt. Im Rahmen des fünf Jahre laufenden Programms sollen deswegen nach den vielversprechenden In-vitro-Studien nun bald die klinischen Studien durchgeführt werden.

Gemeinsam mit dem schwedischen Biotechnologie-Unternehmen Probi, an dem Symrise beteiligt ist, forscht er auch an innovativen synbiotischen Produkten, die lebende Mikroorganismen enthalten. „Diese lebendigen Bakterien können dann direkt die Polyphenole aus den Früchten aufspalten und die Wirkstoffe freisetzen“, sagt Denis Guyonnet. Auch dafür arbeitet er wieder mit den Kollegen in Holzminden zusammen. „Wir profitieren von der Expertise im ganzen Konzern – das ist sehr effizient, weil wir nur kurze Wege haben und nach den gleichen Qualitätsstandards arbeiten können. Und wir können auf das breite natürliche Portfolio im ganzen Haus zugreifen, was uns sehr viele Möglichkeiten gibt.“



Alles

70 **im**

Mit Hilfe der Grünen Chemie und hoher Innovationskraft gestalten die Duftexperten von Symrise das Portfolio seit Jahren um: zu biologisch abbaubaren Duftstoffen, die aus Naturprodukten stammen. Am Beispiel des Riechstoffs Dihydromyrcenol ist abzulesen, was dafür nötig ist.

Flow

INNOVATION UND ENTWICKLUNG



Die Bäume nehmen das CO₂ auf und nutzen es für ihr Wachstum.



Die Inhaltsstoffe gelangen zum Beispiel über die Dusche ins Abwassersystem und dann ins Klärwerk. Dort werden sie innerhalb kurzer Zeit biologisch abgebaut und in CO₂ umgewandelt.



In den USA werden Pinien nachhaltig angebaut. Das Holz wird anschließend zu Papierfabriken geliefert, die es zu Zellstoff verarbeiten.



Bei der Zellstoffproduktion entsteht ein Rohsulfat-Terpentinöl, das normalerweise entsorgt werden muss.



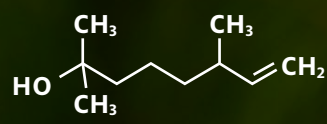
Symrise nutzt das Rohsulfat-Terpentinöl und entschweifelt es.

A / B

Anschließend wird das Material destilliert und in Alpha- und Beta-Pinene aufgespalten.

A + H₂O

Das Alpha-Pinen wird mit Wasserstoff hydriert und in Pinane umgewandelt.



Das Pinan wird in seiner Molekülstruktur umgelagert. Es entsteht Dihydromyrcen, aus dem wiederum Dihydromyrcenol produziert wird: ein biologisch abbaubarer Duftstoff.



Das Dihydromyrcenol setzen Hersteller in Shampoos, Cremes, Parfüms oder Haushaltsreinigern ein.

„Die Aufgabe ist so klar wie herausfordernd“, sagt Johannes Panten. „Wir selbst, die Verbraucher und unsere Kunden, die zum Beispiel Parfüms, Shampoos oder Reinigungsmittel produzieren, wollen zukünftig biologisch abbaubare Duftstoffe“, erklärt der Innovationsscout, der seit 30 Jahren im Konzern arbeitet. „Außerdem sollen sie aus natürlichen Rohstoffquellen stammen. Und das bedeutet eine große Transformation, weil viele Stoffe momentan aus fossilen Ressourcen hergestellt werden.“

Dabei wurden ursprünglich vom Beginn der antiken Parfümerie bis weit ins Mittelalter fast alle Düfte aus der Natur gewonnen, indem man zum Beispiel Blüten von Pflanzen mit verschiedenen Verfahren behandelte. „Im 20. Jahrhundert stellte man dann aber fest, dass die natürlichen Ressourcen für den rasant steigenden Bedarf nicht mehr reichten“, sagt Johannes Panten. Das hatte verschiedene Gründe, wie etwa die Einführung moderner technischer Verfahren für die Reinigung von Wäsche. Die Waschmaschine nahm ihren Siegeszug Mitte des vorigen Jahrhunderts, ausgehend von den USA. Der Bedarf an Grund- und damit auch Geruchsstoffen für Waschpulver stieg signifikant an. Ein weiterer Grund ist der in der Parfümindustrie sehr begehrte Moschusduft, der in fast jedem Parfüm steckt. Dieser wurde früher aus einer Drüse am Bauch des wild lebenden Moschushirsches gewonnen, das Tier musste dafür getötet werden. Aus Tierschutzgründen und nicht zuletzt wegen der Kostenersparnis stieg die Branche auf die synthetischen Stoffe um.

Neuer Ansatz: Grüne Chemie

Das Rad nun wieder zurück zu den natürlichen Rohstoffen zu drehen, ist nicht so einfach. „Bei manchen Stoffen suchen wir uns als Alternative zu den synthetischen Produkten Rohstoffe aus der Natur“, erläutert Panten den Weg. Ebenso nutzt Symrise seit Jahren Restströme aus Produktionsprozessen, in denen Naturstoffe verarbeitet werden. „Wir wenden die Prinzipien der Grünen Chemie an, indem wir Abfall vermeiden und Seitenströme werthaltig machen.“

Ein Beispiel dafür ist Dihydromyrcenol, das auf dem Weltmarkt zu Tausenden Tonnen benötigt wird. Es ist einer der wichtigsten Duftstoffe, riecht zitrus-artig und krautig. Es wird sowohl in Parfüms als auch in Shampoos oder Reinigungsmitteln eingesetzt und entsteht aus einem Nebenprodukt der Papierproduktion. Johannes Panten nimmt einen Filzstift und zeichnet den Prozess auf ein Flipchart. Deutlich vereinfacht natürlich, weil die chemische Wirklichkeit komplexer ist. „Alles startet in den Pinienwäldern



»
Wir wenden die Prinzipien der Grünen Chemie an, in dem wir Abfall vermeiden und Seitenströme werthaltig machen.
 «

Johannes Panten
 Innovationsscout bei Symrise

Nordamerikas, wo das Holz nachhaltig angebaut und dann mit Hilfe des sogenannten Kraft-Prozesses zu Zellstoff für die Papierproduktion verarbeitet wird. Dort entsteht als ein Seitenstrom Rohsulfat-Terpentinöl“, erklärt Panten. Das Symrise Werk in Jacksonville in Florida nutzt diesen Seitenstrom und entfernt den Schwefel, der als Teil eines Lösungsmittels hinzugefügt worden war. Anschließend trennt das Unternehmen das Material u.a. in Alpha- und Beta-Pinene – flüchtige Flüssigkeiten mit terpenartigem Geruch – und wandelt diese durch Hydrierung und Pyrolyse in bioabbaubare Duft- und Aromen-Inhaltsstoffe um: in Linalool, Citronellol, Geraniol – und eben in Dihydromyrcenol.

Der Brückenbauer

Das Produktionsverfahren hat die US-amerikanische Firma Renaissance entwickelt, die seit 2016 zu Symrise gehört. Im Laufe der Jahre hat Symrise den Prozess weiterentwickelt. Dazu hat Johannes Panten zunächst ein Screening durchgeführt, um nicht nur nach den modernsten Prozesstechnologien, sondern auch nach geeigneten externen Partnern zu suchen, die zusammen mit den internen Forschern die Optimierungsarbeiten durchführen können. Einer der Hauptbestandteile seines Jobs ist genau das: Mit Start-ups, Hochschulen, Forschungseinrichtungen oder Zulieferern „als Brückenbauer“, wie er es selbst nennt, in Kontakt zu treten und die besten Lösungen zu finden.

Für die Herstellung des Dihydromyrcenols erweist sich der niederländische Prozessentwickler Innosyn als der richtige Partner. Am Standort Brunswick auf Colonels Island in Georgia hat der Symrise Chemieingenieur Thomas Mikulencak mit seinem Team dann einen neuen Prozess eingeführt, getestet und skaliert. „Wir arbeiten mit einem Verfahren der Flow-Chemie. Das Besondere ist der kontinuierliche Zustrom der Rohstoffe und ebenso andauernde Abfluss der Reaktionsprodukte“, sagt Mikulencak. „Es ist sehr effizient, es entstehen kaum Reststoffe, weil wir das gesamte Startmaterial, das wir einsetzen, auch verarbeiten. Und es funktioniert viel selektiver: Das heißt, dass wir in den Reaktionen punktgenau das Ergebnis erhalten, was wir wollen.“ Außerdem wurden die potenziellen Kapazitäten für die Dihydromyrcenol-Produktion erhöht, Symrise kann mit der Anlage also weiterhin wachsen.

Die Optimierung der Abläufe gestaltete sich nicht einfach, weil die Produktion gleichzeitig weitergehen musste. „Deswegen war es so wichtig, einen starken Partner wie Innosyn an der Seite zu haben, der mit uns im Labor den Prozess so weit entwickelt hatte, dass wir ihn 1:1 umsetzen konnten“, sagt Thomas Mikulencak. In der Chemie muss ein Verfahren sehr gut durchdacht und natürlich auch getestet werden, um das optimale Ergebnis zu erhalten. „Die Flow-Chemie eignet sich dafür besonders gut, weil wir die Reaktionsparameter wie hier zum Beispiel die Temperaturen sehr genau kontrollieren können.“ Der Prozess – auch das macht der Experte klar – ist speziell auf das Dihydromyrcenol zugeschnitten. „Die kleinen Verbesserungen lohnen sich vor allem bei den großen Produktionsmengen“, sagt Thomas Mikulencak. „Aber wir lernen bei jeder neuen oder optimierten Anlage dazu, um auch in Zukunft nachhaltige Prozesse aufzusetzen und ausbauen zu können.“

WAS HEISST BIOLOGISCH ABBAUBAR?

Ein Stoff ist biologisch abbaubar, wenn er nach dem Gebrauch in der Natur nicht akkumuliert, sondern nach einer bestimmten Zeit unter anderem zu CO₂ wird. Das Kohlendioxid nehmen die Pflanzen auf und verwandeln es wieder in Biomasse. Für diesen Vorgang gibt es Vorgaben der OECD, die Symrise bei seiner Produktentwicklung erfüllt. Eine Definition besagt zum Beispiel, dass Stoffe in Parfüms, Haushaltsreinigern oder Shampoos im Abwasser vom Klärschlamm in 28 Tagen zu 60 % abgebaut sein müssen.



73



Der Chemieingenieur Thomas Mikulencak hat mit seinem Team am Standort Brunswick auf Colonels Island in Georgia ein Verfahren der Flow-Chemie weiterentwickelt und eingeführt.

Natürlich und nachhaltig

74



**SHILPA PANICKER,
VICE PRESIDENT GLOBAL ORAL CARE,
SEGMENT SCENT & CARE**

■ Natürliche Minzöle sind einer der Inhaltsstoffe, die wir zum Beispiel für Zahnpasta oder Mundspülungen, Kaugummi oder Süßwaren anbieten. Die Mentha Arvensis-Pflanze die über eine Million Kleinbauern in Uttar Pradesh (Nordindien) anbauen, liefert eines dieser Minzöle. Die Lieferkette dort ist sehr einzigartig. Die Landwirte sind oft auf Zwischenhändler angewiesen und können nicht zuverlässig ein existenzsicherndes Einkommen verdienen.

Mit Mint India haben wir ein transformatives Projekt mit vielen Partnern gestartet, in dem wir unter anderem gemeinsam mit Mars, Tanager und der Deutschen Gesellschaft für Internationale Zusammenarbeit das Leben der Bauern, aber auch die Anbaupraktiken optimieren wollen. Wir nutzen dort unsere vielfältigen Erfahrungen, die wir in unseren Bridging-The-Gap-Projekten in Madagaskar, Brasilien und auf den Philippinen gesammelt haben.

Innerhalb kurzer Zeit profitieren nun bereits 25.250 Farmer von dem Programm. Sie erhalten eine umfassende Schulung über gute landwirtschaftliche Praktiken (GAP) wie Fruchtfolgetechniken oder Wassermanagement – das und viele andere Maßnahmen machen den Anbau deutlich nachhaltiger. Außerdem bekommen die Bauern Zugang zu Verarbeitungs- und Destillationstechniken oder zu Finanzmitteln über Genossenschaften. So konnten sie ihre Produktivität um 34 % und ihr Einkommen sogar um 157 % pro Hektar steigern. Außerdem konnten wir viele Frauen und Jugendliche in die Initiative einbinden, was diese als Individuen stärkt und die Lebensqualität der Familien verbessert. Symrise hat ebenfalls viele Vorteile: Die Lieferkette wird transparent und rückverfolgbar, robust und nachhaltig. Bei unseren führenden Oral Care Kunden ist das Projekt auf großes Interesse gestoßen, zumal die Verbraucher heute etwas für die Umwelt tun wollen und mehr Transparenz darüber verlangen, was in ihren Produkten enthalten ist.

**SUSANNE BORCHERT,
SENIOR GLOBAL MARKETING MANAGER
FÜR AROMA MOLECULES, SCENT & CARE**

■ In sehr vielen Duftkreationen wird der Maiglöckchengeruch als Herznote benötigt. Es ist aber nahezu unmöglich, den Duft der echten Blume einzufangen. Zwar gibt es schon eine große Auswahl von Riechstoffen, die die Charakteristik des Maiglöckchengeruchs abbilden können, aber teilweise mit fehlenden Facetten. Deswegen haben wir ein neues nachhaltiges Duftstoffmolekül namens „Lilybelle®“ entwickelt, das die Vielfalt an Maiglöckchenriechstoffen hervorragend ergänzt. Es kombiniert wässrige, ozonige und grüne Facetten mit einer floralen Maiglöckchennote. Lilybelle® ist Bestandteil vieler Kompositionen, die wiederum in Feinparfums, Körperpflegeprodukten wie Körperlotionen, Duschgels und Seifen oder in Haushalts- und Textilpflegeprodukten eingesetzt werden.

Lilybelle® weist aber nicht nur ein nachgefragtes Profil auf, auch die Herstellung ist besonders. Symrise produziert das Duftmolekül nach den Prinzipien der Grünen Chemie, indem wir nachhaltiges D-Limonen nutzen, das als Nebenprodukt bei der Orangensaftherstellung anfällt. Dabei minimieren mehrere katalytische Schritte den ökologischen Fußabdruck. Das Ergebnis: Lilybelle® hat einen hohen Nachhaltigkeitsfaktor. 83% der Kohlenstoffatome im Molekül stammen aus erneuerbaren Rohstoffen. Zudem ist es leicht biologisch abbaubar, zerfällt in der Umwelt also schnell in harmlose Bestandteile.



**FANNY RAKOTOARIVELLO,
FORSCHUNG UND ENTWICKLUNG IM BEREICH
AROMAPFLANZEN AUF MADAGASKAR**

■ Die Vanille sorgt in der SAVA-Region auf Madagaskar für das Haupteinkommen der Bauern. Sie verdienen damit allerdings oft nicht so viel Geld, dass es das ganze Jahr für ihre Familien ausreicht. Uns war es wichtig, dass wir ihnen helfen, ein regelmäßiges Einkommen zu erzielen: damit sie unabhängig von Geldverleihern werden und ihren Lebensstandard verbessern.

Wir unterstützen deswegen die Bauern, ihren Anbau zu diversifizieren, etwa mit Ingwer, Vetiver, Mandarinen, Patschuli, verschiedenen Pfeffern oder Lorbeer – diese variieren von Gebiet zu Gebiet, je nach Bodenbeschaffenheit und anderen ökologischen Faktoren. Dafür überlassen wir ihnen Setzlinge und Jungpflanzen, bieten Schulungen zu landwirtschaftlichen Techniken, helfen ihnen, die Märkte zu erschließen und stellen die Rückverfolgbarkeit bis zum Bauernhof sowie verschiedene Zertifizierungen wie UEBT, Rainforest Alliance, UTZ, Bio und Fair Trade sicher.

Symrise profitiert ebenfalls davon. Die Bauern können wegen der zusätzlichen Einnahmen aus den anderen Produkten zum Beispiel darauf warten, dass die Vanille die volle Reife erreicht und damit die beste Qualität bietet. Gleichzeitig können wir durch unsere Forschung und Entwicklung vor Ort anhand der vielen verschiedenen Rohstoffe ein nachhaltiges, qualitativ hochwertiges Portfolio zusammenstellen. Da ein großer Teil meiner Arbeit daraus besteht, mit den lokalen Produzenten zu kommunizieren und sie bei den technischen Prozessen zu unterstützen, sehe ich fortwährend, wie beide Seiten davon profitieren.



Beverages

Oral Care

Sweet

**Consumer
Fragrances**

**Fine
Fragrances**

**Fragrance
Ingredients**

**Cosmetic
Ingredients**

Gemüse- vielfalt

77

Symrise verarbeitet Hunderte von natürlichen Rohstoffen zu Aromen, Duftstoffen oder auch Kosmetika.

Um Synergien zwischen den Segmenten zu erzeugen, intensivieren die Expertinnen und Experten seit Jahren die Kommunikation. Ein Dreiergespräch über den Ingwer und seine vielfältigen Anwendungsfelder zeigt, wie Austausch zu neuen Ideen und Know-how-Transfer führen kann.

GUTE UNTERNEHMENSFÜHRUNG, INNOVATION UND ENTWICKLUNG

Als sich die drei Fachleute an den Tisch setzen, greifen sie direkt zu: Sie nehmen sich einige Wurzeln aus dem großen Haufen Ingwer, der in der Mitte liegt, brechen sie durch, riechen daran, probieren kleine Stücke. Für sie ist und bleibt jeder Rohstoff spannend – für alle Sinne. Dabei kommen Maria Reichenbach, Rüdiger Hupe und Benoît Join direkt ins Gespräch. Kein Wunder, haben sie doch – obwohl in drei verschiedenen Abteilungen beschäftigt – viele Schnittstellen, die sie alle nutzen. Etwa in der Forschung, beim Auswerten von Trends oder eben bei den Rohstoffen.

Der Ingwer ist ein gutes Beispiel dafür. Die aromatisch-würzige und scharfe Wurzel wird seit Jahrtausenden als Gewürz und auch als Heilmittel genutzt, etwa in der chinesischen Medizin oder im Mittelalter in Europa. Die natürlichen Kräfte des Ingwers macht sich Maria Reichenbach zunutze, indem sie diese für kosmetische Anwendungen einsetzt. Die Labormanagerin für die Zell- und Molekularbiologie hat ein paar Cremes mitgebracht, die einen Scharfstoffextrakt aus dem Ingwer enthalten. „Für die Schärfe sorgen die beiden Stoffklassen Gingerole und Shogaole, die hier eine Anti-Aging-Wirkung haben“, sagt Maria Reichenbach, während sie eine Probe an ihre beiden Kollegen weiterreicht. „Die beiden Molekülklassen wirken nachweislich antioxidativ und fangen die freien Radikale ab, die durch äußere Einwirkungen entstehen und den menschlichen Zellen schaden können. Außerdem sind sie stark rötungsreduzierend und machen den Kosmetikinhaltsstoff dadurch zu einem wahren multifunktionalen Stoff.“

78

Symrise wendet bei der Produktion eine Extraktion an, bei der CO₂ eingesetzt wird, um eine geruchlose Flüssigkeit zu erzeugen. „Wir brauchen die guten Eigenschaften des Ingwers, wollen aber nicht, dass die Kosmetikprodukte danach riechen“, erklärt die promovierte Biochemikerin. Rüdiger Hupe dagegen hat gerne den gegenteiligen Effekt. Der Flavorist arbeitet seit 15 Jahren bei Symrise und ist nun im Forschungs- und Technologieteam tätig. „Wir nutzen die Scharfstoffextrakte und Ingweröle, um Zuckersüßwaren wie Bonbons zu aromatisieren. Dabei sprechen wir den Geschmackssinn über den Mund und die Nase an“, sagt Rüdiger Hupe. Er hat dafür verschiedene Ingwersorten getestet und ist bei Rohstoffen aus Madagaskar gelandet. „Dort hat unser lokales Team die Wege zu den Bauern über die Vanille-Produktion etabliert. Das ist wichtig, da so die Wurzeln möglichst frisch nach der Ernte verarbeitet werden können, um möglichst viele wichtige Öle und andere Bestandteile zu erhalten.“

Rückwärts integriert

Für Symrise funktioniert der Ingwerekkauf auf Madagaskar wie bei vielen anderen Rohstoffen, die dort angebaut werden: Das Unternehmen hat ihn rückwärts in die Wertschöpfungskette integriert, was bedeutet, Symrise liefert den Bauern seit 2014 vorgezogene keimende Ingwerwurzeln. Aus einem Kilogramm entstehen am Ende der Saison sechs bis sieben Kilogramm, die das Unternehmen wiederum zu einem festen Preis ankauft.



Für die Schärfe sorgen die beiden Stoffklassen Gingerole und Shogaole, die hier eine Anti-Aging-Wirkung haben.



Maria Reichenbach
Labor-Managerin für die Zell- und Molekularbiologie



Aus dem Ingwer nutzt Maria Reichenbach zum Beispiel den Scharfstoffextrakt, der eine Anti-Aging-Wirkung hat.

Cosmetic
Ingredients



80

Die Scharfstoffextrakte und Ingweröle setzt Rüdiger Hupe in verschiedenen Produkten ein, unter anderem in Getränken.

Beverages

Als Director Naturals im Bereich Parfümerie und Oral Care hat Benoît Join einen guten Überblick über natürliche Rohstoffe.



Fragrance
Ingredients



Wir nutzen die Scharfstoffextrakte und Ingweröle, um Zuckersüßwaren wie Bonbons zu aromatisieren. Dabei sprechen wir den Geschmacksinn über den Mund und die Nase an.



Rüdiger Hupe

Flavorist im Forschungs- und Technologie-Team

Das funktioniert deswegen so gut, weil Ingwer in der Küche Madagaskars eine große Rolle spielt, sagt Benoît Join. „Uns hat hier sehr geholfen, dass sowieso jeder den Ingwer im Garten hat. Und es ist genauso wie überall anders auf der Welt: Die Bauern schauen oft erst einmal, was der Nachbar macht, bevor sie etwas Neues ausprobieren,“ erklärt der Director Naturals im Bereich Parfümerie und Oral Care, der sich intensiv mit den natürlichen Rohstoffen auf Madagaskar auseinandersetzt.

Der Ingwer ist nur einer von mehreren Rohstoffen, die Vanillebauern im südostafrikanischen Inselstaat anbauen können, wenn ihr Hauptprodukt gerade keine Saison hat. Ihr Einkommen steigt dadurch. Symrise fördert diese Diversifizierung schon seit Jahren für verschiedene Rohstoffe. Mittlerweile beziehen die verschiedenen Geschäftseinheiten Produkte wie die Wurzeln des Süßgrases Vetiver, die Samen der Tamanu-Frucht, aus der ein pflanzliches Öl gewonnen wird, grünen Pfeffer, rosa Pfefferblätter, Zimtrinde oder rotes Zitronengras. Neben dem sicheren Einkommen für rund 3.000 Bauern und ihre Familien, mit denen Symrise zusammenarbeitet, hat das Modell auch große Vorteile für das Unternehmen: Die zertifizierten Bio-Produkte sind sicher verfügbar bei gleichbleibender Qualität.

Um die Rohstoffe so frisch wie möglich zu bekommen und gleichzeitig den kosten- und CO₂-intensiven Transport der Wurzeln zu vermeiden, versucht Symrise immer öfter, die Verarbeitungsprozesse nahe bei den Erzeugern anzusiedeln, ergänzt Benoît Join. „Das Ingweröl wird zum Teil bei den Bauern per Wasserdampfdestillation produziert oder in der Symrise eigenen Fertigung auf der Insel“, sagt der promovierte Chemiker.

Duftende Synergien

Eine andere Methode ist die CO₂-Extraktion, für die der Ingwer zerkleinert und getrocknet wird. Auch das hilft, die Transporte zu minimieren, weil so das Gewicht und das Volumen sinken. „Es besteht aber die Gefahr, dass so leichtflüchtige Stoffe verloren

gehen. Deswegen müssen wir immer abwägen, wie wir produzieren“, sagt Maria Reichenbach. Bei der CO₂-Extraktion entsteht zudem noch eine ölige Flüssigkeit, welche Symrise unter dem Namen Symvital® Ginfuse im Parfümeriebereich einsetzt.

Von der Rohstoffherzeugung kommen die Symrise Expertinnen und Experten dann auch auf Technologien, die die jeweiligen Abteilungen anwenden. Maria Reichenbach erzählt von den Experimenten, die sie und ihr Team machen. Dafür werden Hautproben genutzt, die aus Eingriffen aus der plastischen Chirurgie stammen, bei denen überschüssige Haut entfernt wird und anschließend gespendet werden kann. So kann ein ex-vivo-Hautmodell hergestellt und die Wirkung von kosmetischen Wirkstoffen getestet werden. „Wir tragen haut-reizende Trigger auf die Hautmodelle auf – die Induktion einer Hautrötung. Dann messen wir die Signale, wie die Haut auf rötungsreduzierende Salben mit Ingwerextrakten reagiert“, erklärt Maria Reichenbach. Benoît Join wird hellhörig, solche Tests kann er im Bereich Mundpflege bisher nicht machen. Die beiden verabreden sich, um später über ein sogenanntes Oral-Care-Modell für Zahnfleisch zu diskutieren, um Schleimhautrötungen zu induzieren und danach behandeln zu können.

Der intensive Austausch bringt wie so oft neue Ideen, auch für Rüdiger Hupe. Er hat ein Erfrischungsgetränk mitgebracht, in dem Ingwer verarbeitet wurde. Die drei probieren das Getränk, tauschen sich über den Geschmack aus, der leicht scharf, aber vor allem sehr aromatisch und natürlich sei. Sie diskutieren weiter, was in Zukunft noch möglich werden könnte. Rüdiger Hupe überlegt laut, ob das ätherische Öl aus der CO₂-Extraktion als Aromatisierung in Premiumqualität weiterverarbeitet werden könnte. „Es würde vielleicht gut passen als Topnote und Baustein eines Gin-Rezepts oder anderer alkoholischer Getränke; oder auch für Desserts in guten Restaurants, die einen besonderen Impuls für ihre Süßspeisen wünschen.“



Nachhaltig- keit wird für immer bleiben.

82



Symrise integriert seit Jahren das Thema Nachhaltigkeit in seine Geschäftsprozesse. Wie das gelingt, erklärt Chief Sustainability Officer Bernhard Kott im Interview. Dabei wird klar: Der Weg zu einem Unternehmen, das auf allen Ebenen nachhaltig handelt, bedarf guter Strukturen, starker Innovationskraft und viel Engagement.

GUTE UNTERNEHMENSFÜHRUNG, KLIMA, BIODIVERSITÄT

Als Chief Sustainability Officer hat Bernhard Kott sämtliche Prozesse bei Symrise im Blick, die das Unternehmen nachhaltiger machen.

Egal, was Symrise seit einigen Jahren kommuniziert: Es geht neben den geschäftlichen Zielen und Erfolgen immer auch um Nachhaltigkeit. Wird das in Zukunft so bleiben?

■ Für uns ist Nachhaltigkeit Teil unserer DNA und zum integralen Bestandteil unserer Strategie geworden. Wir wollen und können gar nicht mehr ohne. Deswegen werden wir uns jetzt und in Zukunft bei jeder Entscheidung immer wieder vergewissern, ob diese auf unsere ESG-Kriterien einzahlt – also, ob wir die Umwelt, die sozialen Belange und eine gute Unternehmensführung dabei berücksichtigen. Denn nur, wenn wir nachhaltig handeln, können wir auch erfolgreich wirtschaften. Um die Frage zu beantworten: Ja, Nachhaltigkeit wird für immer bleiben. Ich denke, dass wir sie irgendwann vielleicht nicht mehr so oft kommunizieren müssen, weil sie so selbstverständlich geworden ist.

Was sind für Sie die wichtigsten Beweggründe, nachhaltig zu handeln?

■ Da gibt es viele. Einer ist zum Beispiel, dass wir in allen unseren Geschäftsbereichen immer stärker auf natürliche Rohstoffe setzen. Die Natur ist also einer der entscheidendsten Erfolgsfaktoren für uns. Nur wenn wir die Biodiversität, das Klima und die Menschenrechte schützen, können wir in Zukunft ausreichend vielfältige und qualitativ hochwertige Rohstoffe bekommen und diese weiterverarbeiten. Auch deswegen setzen wir so stark auf die Rückwärtsintegration in den Herkunftsländern, indem wir enge Partnerschaften eingehen und uns für die Menschen vor Ort engagieren.

Wie verfolgen Sie das Thema in der Wertschöpfungskette weiter?

■ Bei der Produktentwicklung nutzen wir die Rohstoffe so effizient, wie es möglich ist. Wir suchen immer nach neuen Wegen, wie wir zum Beispiel im Sinne der Kreislaufwirtschaft Reststoffe aus der eigenen Produktion für verschiedene Geschäftsbereiche



und Produktlinien einsetzen können (siehe Seite 76 „Gemüsevielfalt“). Außerdem nutzen wir Seitenströme aus anderen Produktionen und verarbeiten sie zu werthaltigen Stoffen (siehe Seite 70 „Alles im Flow“). Oder wir verwenden eigens entwickelte Technologien, die dort noch einen Mehrwert generieren, wo es ihn früher nicht gab (siehe Seite 86 „Mehrwerte schaffen“).

Wie gut kennt Symrise die Umweltauswirkungen seiner Produkte?

■ Wir haben eine Product Sustainability Scorecard für unsere 200 wichtigsten Produkte entwickelt. Wir beziehen dort auch die Produktionsmethoden der Grünen Chemie ein. Wir erfahren so, auf welche Weise wir was produzieren müssen, um möglichst nachhaltig zu sein.

200

Die 200 wichtigsten Produkte hat Symrise mit einer Product Sustainability Scorecard analysiert.

63%

Symrise will die Öko-Effizienz der Treibhausgas-Emissionen bis 2025 um 63% gegenüber 2016 steigern, bezogen auf die Wertschöpfung.

Auf welche Weise nehmen die Stakeholder von Symrise Einfluss auf diese Entwicklung?

Die Hersteller von Konsumgütern, die wir ja weltweit mit den entscheidenden Zutaten beliefern, setzen seit Jahren stark auf Nachhaltigkeit. Die Verbraucher machen Druck, die Politik erlässt Gesetze – und auch die Vernunft sagt, dass der Klimawandel sonst nicht aufzuhalten ist. Wir sind von Anfang an enge Partnerschaften mit unseren Kunden eingegangen, um gemeinsam Modelle zu finden, wie wir nachhaltig und gleichzeitig wirtschaftlich zusammenarbeiten können. Gemeinsam mit NGOs haben wir rund um die Welt Projekte aufgesetzt, bei denen wir die Anbaumethoden optimieren, die Bauern schulen, ihr Einkommen diversifizieren, verbessern und so die Biodiversität schützen. Diese Blaupausen funktionieren sehr gut und sollen auf andere Projekte ausgeweitet werden. Deswegen und wegen unserer Aktivitäten an unseren Standorten sind wir vom Carbon Disclosure Project (CDP) wieder bei allen drei geprüften Themen – also „Klimawandel“, „Wälder“ und „Wasserschutz“ – mit der Bestnote ausgezeichnet worden. Das haben nur 14 von mehr als 13.000 Unternehmen weltweit geschafft. In Deutschland sind wir die einzigen.

Sie sprechen von den Kunden. Doch auch der Finanzmarkt macht ordentlich Druck, oder?

Ja, in einigen Jahren wird es sicherlich kaum noch Kapitalmaßnahmen geben, die keinen Nachhaltigkeitsfaktor enthalten. Wir haben im vergangenen Jahr eine revolvierende Kreditlinie über 500 Mio. € abgeschlossen, bei der unsere Nachhaltigkeitsverpflichtungen einbezogen werden. Dabei haben wir drei Indikatoren bestimmt, die wir erfüllen müssen: Erstens wollen wir bis 2025 unsere Öko-Effizienz um 63% gegenüber 2016 steigern und damit die Treibhausgas-Emissionen senken, bezogen auf die Wertschöpfung. Zweitens wollen wir alle strategischen biologischen Rohstoffe ebenfalls bis 2025 nachhaltig beschaffen und drittens die Effizienz des Wasserverbrauchs in unseren Produktionen in wasserarmen Gebieten wie Mexiko, Indien und Ägypten verbessern. Wenn wir das schaffen, bekommen wir einen Abschlag auf den Kreditzins, wenn nicht, eine Erhöhung. Wer auch immer am Ende mehr bezahlt: Die Summe wird an die Organisation „Save the Children“ gespendet. Übrigens: Die Nachhaltigkeitsziele sind zudem in die Vorstandsvergütung mit eingebettet.

Welche Strukturen haben Sie für das Erreichen der Nachhaltigkeitsziele aufgebaut?

Neben dem CEO Dr. Heinz-Jürgen Bertram und mir, wir treiben maßgeblich die strategische Ausrichtung, arbeiten in unserem Sustainability Board Spezialisten zum Thema Nachhaltigkeit aus allen Unternehmensbereichen – inklusive Human Resources, Kommunikation, Investor Relations und den einzelnen Geschäftsbereichen. Dazu kommt ein Netzwerk von mittlerweile über 150 Nachhaltigkeitsbotschaftern in der ganzen Welt. Ich finde es dabei sehr bemerkenswert, dass deren Engagement komplett neben der Arbeit stattfindet. Sie rufen eigene Initiativen ins Leben, mit denen sie sich einbringen.

Worum geht es dabei?

Der Sustainable Living Space in Brasilien ist ein Beispiel. Einige Mitarbeiterinnen haben ihn gegründet. Er gibt Kindern einen Platz, an dem sie etwas über ökologische Themen lernen – und gleichzeitig ist es ein Ort, den die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter nutzen können (siehe Seite 48 „Ein Bekenntnis zur Nachhaltigkeit“). Ganz neu ist, dass wir in diesem Jahr die ersten Nachhaltigkeitsbotschafter unter den Auszubildenden haben werden. Wir fördern diese Initiative und hoffen auf viele neue spannende Ideen. Am besten solche, die richtig viel bewirken, wie unser neuer Umgang mit Plastik. Wir haben im Jahr 2020 weitestgehend Einwegplastik verbannt, wollen bis 2025 mehr als 95% des noch verwendeten Plastiks recyceln und dann auch konzernweit nachhaltige Verpackungsmaterialien einsetzen. Um das zu erreichen, haben wir vergangenes Jahr ein cross-funktionales Team zusammengestellt.

Sie sprechen vom Team: Ein Ziel ist ja, mehr Diversität zu schaffen. Wie wollen Sie das erreichen?

Für uns ist es ganz klar, dass Vielfalt wichtig ist und gefördert werden muss – ob es nun um Geschlecht, Alter, Behinderung, sexuelle Orientierung, ethnische Herkunft oder Religionszugehörigkeit und Weltanschauung geht. Wir wollen in Zukunft mehr unterschiedliche Gruppen einstellen, mehr behinderungsgerechte Arbeitsplätze schaffen und beim in der Öffentlichkeit meistdiskutierten Thema – der Frauenförderung – weiter vorangehen: Bis 2025 sollen auf der ersten Führungsebene 30%, auf der zweiten 45% Frauen arbeiten.



Als erstes Unternehmen in der Branche haben wir für uns die Science Based Targets eingeführt, also wissenschaftlich fundierte und auch genehmigte Ziele für unsere Klimaschutzaktivitäten.



Bernhard Kott
CSO

Im vergangenen Jahr haben Sie die neue Arbeitssicherheitskampagne Symsafe gestartet. Warum ist das nötig?

■ Symrise hat Verbesserungspotenzial bei der Arbeitssicherheit. Wir haben einen sogenannten MAQ-Wert von 3,8 im Jahr 2021 zu verzeichnen, dahinter steckt die Anzahl der Arbeitsunfälle mit mindestens einem Ausfalltag pro einer Million Arbeitsstunden. Unser Ziel liegt bei unter 1,5. Allein in Deutschland mussten wir 270 Unfälle dokumentieren. Zwar sind das zum Glück im Wesentlichen Vorfälle wie Stolpern, Stürzen oder Schneiden, aber jeder Unfall könnte auch mit einer schweren und dauerhaften Verletzung enden. Das ist für uns als Unternehmen nicht hinnehmbar. Denn unsere Beschäftigten sollen alle genauso gesund nach Hause gehen, wie sie gekommen sind.

Gibt es Gründe dafür, warum die Zahlen so hoch sind?

■ Das ist eine Kombination von Ursachen. Sicherlich gehört unsere rasante Wachstumsdynamik dazu, in deren Folge wir neue Produktionsstätten in Betrieb genommen haben, oder es unter Umständen Mehrarbeit oder Sonderschichten gibt. Gleichzeitig hat es viel mit dem jeweils eigenen Verhalten zu tun, mit Unachtsamkeit oder dem typischen „Ach, mir passiert schon nichts“. Symsafe richtet sich genau dahin: Wege zu finden, wie wir gemeinsam mit den Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern Gefahren erkennen und aus dem Weg räumen, uns aufmerksamer verhalten, Wissen vermitteln und an viel mehr Stellen Kontrollmechanismen einführen.

Zum Schluss die Frage nach Ihren Zielen: Bleibt es dabei, dass Sie ab dem Jahr 2030 klimapositiv sein wollen?

■ Als erstes Unternehmen in der Branche haben wir für uns die Science Based Targets eingeführt, also wissenschaftlich fundierte und auch genehmigte Ziele für unsere Klimaschutzaktivitäten. An denen halten wir fest, obwohl wir wachsen und durch manche Akquisition bei unseren Fortschritten in Sachen CO₂-Emissionen leicht zurückgeworfen werden. Wir werden ab 2022 auch unseren Lieferanten und Vorlieferanten für die vorgelagerten Emissionen klare Vorgaben machen. So wissen wir noch genauer, wie unsere Wertschöpfungskette aussieht. An unserem Ziel halten wir damit fest: Ab dem Jahr 2030 werden wir klimapositiv wirtschaften.



Mehrwerte schaffen



Das nachhaltige Wirtschaften ist für die Industrie eine echte Herausforderung: Die Seitenströme aus der Lebensmittelindustrie nutzen und zu werthaltigen Produkten verarbeiten, die Transportwege minimieren – und dabei den Qualitätsstandard halten. Symrise hat schon vor 20 Jahren die Vorteile der Weiterverwertung von Nebenprodukten erkannt und die patentierte SymTrap® Technologie entwickelt.

INNOVATION UND ENTWICKLUNG

88

Jennifer Bufalo öffnet einen Beutel mit Nelken. Die promovierte Biologin riecht daran und versucht, das volle Duftprofil zu erfassen. Anschließend überlegt sich die Laborleiterin, die sich vor allem mit Naturstoffen für den Bereich Scent & Care beschäftigt, welcher Stoff aus den Nelken eine neue olfaktorische Facette zu einer traditionellen Zutat für die Parfümerie bringen könnte. Ätherisches Nelkenöl nutzt Symrise seit Jahrzehnten als Produkt zum Beispiel im Bereich der Zahnpflege oder auch in Parfüms. Die meisten ätherischen Öle werden durch Wasserdampfdestillation hergestellt. Bei diesem Verfahren werden die Duftmoleküle vom Dampf mitgerissen, der dann in flüssiger Form kondensiert wird. Die ätherischen Öle werden aufgefangen, als Nebenprodukt fällt viel Wasser an. Darin stecken weitere wertvolle Inhaltsstoffe: kleine Mengen intensiver und sehr flüchtiger Moleküle, die auch nach der Abtrennung des ätherischen Öls immer noch stark nach Nelken riechen.

Jennifer Bufalo arbeitet seit 2015 bei Symrise in Brasilien und leitet seit einigen Monaten das Labor in Holzminden. Noch in ihrer Heimat machte sie bei einem Zulieferer eine Entdeckung. „Ich habe dort ein paar Behälter gefunden und auf die Frage, was sich darin befindet, die Antwort bekommen, dass es sich um das restliche Wasser aus der Nelkenöl-Destillation handelt, das entsorgt werden muss.“ Sie wird neugierig, riecht an der Flüssigkeit und erkennt sofort, dass sie etwas Besonderes entdeckt hat. Sie nimmt eine Probe und zeigt sie zwei Symrise Parfümeurinnen und Parfümeuren, Fanny Grau und Isaac Sinclair. Diese bestätigen die Besonderheit ihres Fundes: Solch einen Nelkenduft hätten sie noch nie gerochen.

Bufalo erkennt das Potenzial des ursprünglichen Nebenprodukts und bereitet es im Labor auf. Hierfür macht sie mithilfe des SymTrap® Verfahrens die sogenannte Wasserphase nutzbar. Symrise hat es selbst vor 20 Jahren entwickelt und patentiert. Die Flüssigkeit durchläuft dabei zunächst die Adsorbersäule, wobei spezifische Temperaturen oder Drücke eingehalten werden – die genauen Bedingungen verrät Jennifer Bufalo nicht. Die Duftmoleküle bleiben nach dem Vorgang in der Anlage hängen und werden anschließend mit einem lebensmittelkonformen und natürlichen Extraktionsmittel wieder herausgelöst. Aus der Nebenstromflüssigkeit der Destillation entsteht ein neues Produkt, das sich im Geruchsprofil vom ätherischen Nelkenöl unterscheidet und sich deswegen bestens als exklusives zusätzliches Material für Duftmischungen eignet.

Natürliche Seitenströme aufarbeiten

Dank des SymTrap® Verfahrens können Nebenprodukte weiterverwertet werden. Nur ein paar Gebäude entfernt von Jennifer Bufalos Labor stehen ein Dutzend circa 1,50 Meter hohe, silberne Säulen in einem Hochregal. Der Labormanager Dominik Winkler kennt sich mit der SymTrap® Technologie sehr gut aus. „Wir arbeiten auf zwei Ebenen: Die Wasserphasen werden entweder direkt zu uns geliefert und wir gewinnen daraus mit Hilfe von SymTrap® unsere Moleküle oder wir installieren

SymTrap[®] kann natürliche Aromen einfach, aber auch um ein Tausendfaches aufkonzentrieren.



89

kleine Anlagen direkt dort, wo die Wasserphasen entstehen.“ Der Vorteil einer Anlage direkt vor Ort ist, dass die großen Mengen Flüssigkeit nicht mehr rund um die Welt transportiert werden müssen – das spart Emissionen und reduziert die Kosten.

Mittlerweile hat Symrise Hunderte Aromen und Duftstoffe mit Hilfe des SymTrap[®]-Verfahrens hergestellt, 40 bis 50 davon befinden sich aktuell im Portfolio. Äpfel, rotes Obst und Citrusfrüchte, Nüsse oder Malz können so verwertet werden. Auch bei der Herstellung von alkoholfreiem Bier oder bei der Verarbeitung von Kaffeebohnen für Instantkaffee fallen Wasserphasen an, die genutzt werden können. „Mit der Technologie können wir natürliche Seitenströme aufarbeiten, Aromen festhalten und aufkonzentrieren“, sagt Winkler. Ein weiterer positiver Effekt: Das übrig gebliebene Wasser ist sauber und kann in die Umwelt zurückgeführt werden.





Dominik Winkler ist im Segment Taste, Nutrition & Health als Laborleiter einer der Experten für die SymTrap® Technologie.

Außerdem kann mit SymTrap® bei vielen Produkten ein komplexeres Geschmacksbild erzeugt werden. „Orangen zum Beispiel werden am Herkunftsort ausgepresst und der Saft durch Wasserentzug konzentriert. Das Konzentrat hat ein geringeres Volumen und kann deshalb kostengünstiger und auch mit weniger CO₂-Ausstoß transportiert werden“, sagt Dominik Winkler. Der Nachteil hierbei ist, dass der Orangensaft nach der Wasserzugabe am Bestimmungsort flacher im Geschmack ist, als der frisch gepresste. Die Aromamoleküle aus dem entzogenen Wasser fehlen. „Mit SymTrap® können wir sie gewinnen und wieder in das Produkt zurückführen.“

Wertvolle Inhaltsstoffe erhalten

Ein weiteres Argument für den Einsatz des SymTrap®-Verfahrens vor Ort: Die Wasserphase verdringt recht schnell. Wird diese direkt nach der Ernte aufbereitet, bleiben die wertvollen Inhaltsstoffe erhalten. Symrise hat dafür etwa in Deutschland, Frankreich, Spanien, Polen, Brasilien, Südafrika oder Japan, wo viele Rohstoffe wachsen, ein ausgeklügeltes System installiert. In den Anlagen sammeln Kartuschen mit dem Absorbermaterial, die regelmäßig ausgetauscht werden, die Aromamoleküle. In der Symrise Produktion löst ein lebensmittel-konformes Extraktionsmittel diese wieder heraus. Anschließend werden diese natürlichen Aromakonzentrate zum Beispiel als natürliche Bausteine in Aromen oder Duftkreationen eingesetzt oder per Sprühtrocknung auf einen Trägerstoff aufgebracht.

Zurück im Labor von Jennifer Bufalo. „Natürlich gibt es auch Herausforderungen“, sagt die Wissenschaftlerin. „Bei Naturstoffen schwankt oft die Qualität der Waren je nach Saison und Erntezeit. Wir legen deswegen viel Wert auf die Standardisierung der Produkte, für die wir Methoden erarbeiten müssen“. Dabei ist ihr der ständige Austausch mit den Kollegen der anderen Geschäftsbereiche wichtig. Die Kollegen von Taste, Nutrition & Health in Frankreich zum Beispiel haben mit der Unterstützung durch Dominik Winklers Team das ‚Garden Lab‘ entwickelt, der Name stammt aus der Fine Fragrances-Abteilung: „Unsere Kollegen haben aus den Wasserphasen, die bei der Gemüse-Püree-Herstellung entstehen, flüchtige Aromamoleküle extrahiert.“ Diese können beispielsweise den Pürees, ähnlich wie dem Orangensaft, ihren vollen Geschmack zurückgeben und werden außerdem auf den ersten Blick eher ungewöhnlich eingesetzt: Symrise Fine Fragrances hat in die Duftkreationen vielfältige aromatische Moleküle aus Spargel, Lauch, Blumenkohl, Artischocke oder sogar Zwiebeln integriert. „Sie kommen aus den Seitenströmen einer ganz anderen Produktion und geben nun neuen Duftkompositionen einen Kick – das ist wirklich eine besondere Innovation“, betont Jennifer Bufalo.



Im Labor arbeitet Jennifer Bufalo an neuen Lösungen für das Segment Scent & Care von Symrise.

»
Bei Naturstoffen schwankt oft die Qualität der Waren je nach Saison und Erntezeit. Wir legen deswegen viel Wert auf die Standardisierung der Produkte, für die wir Methoden erarbeiten müssen.

«

Jennifer Bufalo
Laborleiterin



**REGINE LUEGHAUSEN,
VICE PRESIDENT GLOBAL MARKETING
FOOD & BEVERAGE**

Verbraucher haben heute hohe Erwartungen an Lebensmittel – deswegen müssen auch unsere Geschmackslösungen immer die beste Qualität bieten. Wir setzen daher auf wissenschaftsbasierte Geschmackscreation. Mit Symrise-eigenen Upcycling-Technologien wie SymTrap® können wir nachhaltig natürliche Inhaltsstoffe gewinnen und unsere reichhaltige Bibliothek innovativer Rohwaren ständig erweitern.

Gaschromatograph („GC“)-Olfaktometrie und unsere hauseigene LC-Taste® sind zudem Schlüsseltechnologien, mit denen wir Geschmacksstoffe sensorisch identifizieren. Sogenannte künstliche Mündler helfen uns dann, das Verhalten eines Aromas beim Verzehr zu untersuchen und dabei Auswirkungen von Speichel und Mundtemperatur zu berücksichtigen. Außerdem setzen wir auf Künstliche Intelligenz. Sie hilft uns beim sog. Predictive Modelling, unser Portfolio besonders schnell hinsichtlich geeigneter Zutaten mit gewünschten Eigenschaften zu durchsuchen.

Zahlreiche weitere zukunftsweisende Technologien ergänzen die Fähigkeiten unserer Mitarbeiter perfekt. Diese können Geschmack und Geruch von Inhaltsstoffen ermitteln sowie kreativ neue Kompositionen erstellen. Dafür setzen wir auch auf Experten- und Verbraucherpanels, welche helfen, unsere Produkte mit den Vorlieben der Verbraucher in Einklang zu bringen. Im Zusammenspiel von Mensch und Wissenschaft schaffen wir somit, mit natürlichen und innovativen Rohstoffen charakteristische und vom Verbraucher bevorzugte Geschmackslösungen zu entwickeln.

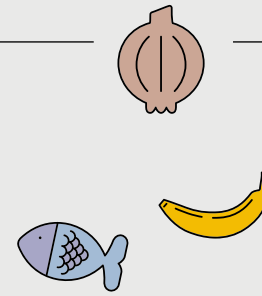
Innovative Prozesse

**NICOLAS BALON,
PROJEKTINGENIEUR IM BEREICH PET FOOD
IN DER REGION ASIA / PACIFIC**

Der Markt in der Region APAC ist für Tiernahrung dynamisch und sehr attraktiv. Es wird erwartet, dass er zwischen 2021 und 2026 wertmäßig um 19% wachsen wird. Für uns bietet das ein großes Potenzial, mit unseren Produkten zu diesem Wachstum beizutragen. Um dieser Nachfrage angemessen Rechnung tragen zu können, hätten wir unser ehemaliges Werk erweitern müssen. Deswegen haben wir uns entschieden, eine neue, hochmoderne Produktion an einem anderen, deutlich größeren Standort in derselben Stadt Chuzhou zu bauen.

Dort können wir nun aus unseren natürlichen Rohstoffen die besten Produkte für unsere Kunden herstellen. Aus Hühner- und Rindernebenprodukten in frischer oder gefrorener Form und für einige spezielle Rezepturen auch aus Fischnebenenerzeugnissen produzieren wir Pulver- und Flüssigprodukte. Außerdem haben wir das Werk mit einer großen Produktentwicklung und zahlreichen Laborgeräten für Analysen ausgestattet. Als erster Standort in der Region Asia / Pacific hat Chuzhou auch das integrierte Experten-Messzentrum Panelis, das wir weltweit einsetzen. Wir beobachten dort die Futterakzeptanz von Hunden und Katzen.

Wie alle unsere neuen Standorte für Heimtiernahrung ist übrigens auch diese Fabrik LEED-zertifiziert, und zwar mit einer Silberbewertung. Wir verwenden dort unter anderem verbrauchsarme oder hocheffiziente elektrische Geräte bei der Beleuchtung und Klimatisierung, haben die Gebäude gut isoliert und Armaturen mit geringem Wasserverbrauch installiert. Außerdem fördern wir mit Ladestationen für Fahrräder und Autos die Nutzung von Elektrofahrzeugen. So sind wir für eine erfolgreiche Zukunft in der Region vorbereitet.



**THIERRY LENICE,
LEITER DER SIDE-STREAM-UPCYCLING-
PLATTFORM IN DER BUSINESS
INCUBATION GROUP BEI TASTE,
NUTRITION & HEALTH**

Eine Aufgabe unserer Side-stream-Upcycling-Plattform ist es, die Nebenströme von Fleisch, Meeresfrüchten, Obst und Gemüse vernünftig zu verwerten, die in unseren Fabriken in der Geschäftseinheit Naturals (Symrise Food & Beverage) anfallen. Wir entwickeln dafür natürliche Prozesse. Einer davon ist die Biokonversion. Dabei verfüttern wir die Obst- und Gemüseströme an Fliegenlarven, die sich davon etwa sieben bis neun Tage ernähren. Vom Anfang des Larvenstadiums bis zum Reifestadium nehmen die Larven einen hohen Proteingehalt auf und konzentrieren diesen. Zum Schluss frieren wir die Larven ein und produzieren aus ihnen zwei Endprodukte: Insektenmehl, das wir für Produkte für Aquakulturen oder Tierfutter nutzen möchten, und Insektenöl, das als technische Zutat zum Beispiel im Kosmetikbereich verwendet werden kann. Außerdem sammeln wir sämtlichen Kot der Insekten ein und lassen ihn als organischen Dünger auf Felder ausbringen.

In unseren Testreihen haben wir bisher sechs Nebenströme ausprobiert, unter anderem Sellerie- und Zwiebeltrester sowie Bananenschalen. Der Prozess an sich funktioniert. Nun wollen wir herausfinden, welchen Nutzen welche Produkte haben – ob zum Beispiel ein spezifisches Insektenmehl dank der Biokonzentration von Verbindungen wie Beta-Karotin gesundheitliche Vorteile aufweisen kann. In den folgenden Monaten werden wir evaluieren, wie diese Produkte eingesetzt und auch in größerem Maßstab hergestellt werden können.



Leitlinien

Vision

Rollen und Funktionen

Tesium

Symsafe Roadmap

Symportal Community

Sicher

Für die kommenden Jahre hat sich Symrise im Rahmen seiner Nachhaltigkeitsstrategie auch eines Themas angenommen, das in der öffentlichen Wahrnehmung nur bei extremen Vorkommnissen eine Rolle spielt: der Arbeitssicherheit. Aber, hinter jedem Unfall steht ein Mensch. Mit der Symsafe Kampagne sorgt das Unternehmen nun konzernweit dafür, dass die Sicherheit und Gesundheit Teil des Arbeitsalltags wird.

GUTE UNTERNEHMENSFÜHRUNG, GESELLSCHAFT

ist

sicher



Es ist 13 Uhr. Im Atrium der Symrise AG wartet auf das Lager-Team der Symrise Logistik Tochter Symotion eine besondere Schicht: Die acht Männer und Frauen, die täglich dafür sorgen, dass die Produkte des Konzerns in alle Welt versandt werden können, bekommen ihre erste Kick-off-Veranstaltung im Rahmen von Symsafe – der Arbeitssicherheitskampagne, die im vergangenen Jahr unternehmensweit gestartet wurde. Nach einer kurzen Einführung startet der zweistündige Workshop, der mit verschiedenen Bausteinen das Ziel der langfristig angelegten Kampagne erreichen soll: Mehr Arbeitssicherheit, weniger Unfälle – und damit auch weniger Gesundheitsrisiken für die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter.

Als erstes werden bei dem Treffen, das als Kick-off-Veranstaltung in allen Abteilungen bei Symrise abgehalten wird, alle möglichen Daten erhoben. Projektmitarbeiterin Cosima Hebestadt, die den praktischen Teil ihres Dualen Studiums zum Bachelor of Business Administration in der Kommunikationsabteilung absolviert, führt den Sicherheitskultur-Check durch, bei dem der Status Quo der Arbeitssicherheit in der jeweiligen Abteilung erhoben wird. In dem Fragebogen beantworten die Beschäftigten rund 25 Fragen zu den Themenfeldern Führung, Kommunikation, Beteiligung, Fehlerkultur, Teamwork und Sicherheitsorganisation, an denen sich Symsafe ausrichtet. Während des restlichen Workshops wertet sie die Antworten aus und stellt abschließend die Felder vor, in denen der größte Entwicklungsbedarf sichtbar wird. Philipp Müller, externer Berater für Arbeitssicherheit, und Kristin Frese, externe Coachin für Kulturveränderung, übernehmen gemeinsam mit dem Arbeitssicherheitsteam von Symrise währenddessen die Gruppe, stellen erste Arbeitssicherheitskonzepte vor und binden die Beschäftigten ein, zum Beispiel mit einem so genannten „World Café“. Dabei befragen sie die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter an drei Tischen zu bestimmten Themen, die dann frei auf den Tischdecken notiert und anschließend diskutiert werden. In einer der Runden geht es um die Motivation, sich überhaupt mit der Arbeitssicherheit zu beschäftigen. Auf dem Papier finden sich später Stichworte wie „Konsequenzen“, „Beteiligung an Entscheidungen“, „Kollegiales Verhalten“ oder „Risiken“.



Bei der Symsafe Kick-off-Veranstaltung lernen die Beschäftigten die Maßnahmen der Arbeitssicherheitskampagne kennen. Dabei geht es vor allem auch um die Beteiligung der Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter.

Ein MAQ-Wert unter 1,5

Diese Stichworte umschreiben sehr gut, worum es bei SymSAFE geht. Bernhard Kott, der als Chief Sustainability Officer für das Unternehmen sämtliche Nachhaltigkeitsthemen verantwortet, ist heute auch dabei. Er verdeutlicht, warum Symrise die Kampagne ins Leben gerufen hat: „Wir haben auf der einen Seite sehr hohe Unfallzahlen. In Deutschland alleine ereigneten sich im Jahr 2021 270 Unfälle“, sagt Kott. Die Zahl ist das eine, dahinter verbergen sich aber immer auch Menschen, die eben eine Verletzung davontragen. „Wir wollen das nicht länger hinnehmen“, erklärt der CSO, der zwar einschränkt, dass viele der Unfälle bei Symrise eher glimpflich verlaufen, aber potenziell immer auch schwer enden könnten. Bis 2025 hat das Unternehmen deswegen das Ziel ausgerufen, auf einen MAQ-Wert unter 1,5 zu kommen. Zur Erklärung: Hinter der Quote steckt die Anzahl der Arbeitsunfälle mit mindestens einem Ausfalltag pro einer Million Arbeitsstunden.

Den Weg zu weniger Unfällen sollen viele Maßnahmen und Werkzeuge ebnen. Mit SymSAFE wird ein ganzheitliches System installiert, das auf mehrere Säulen setzt. „Um die meisten Unfälle zu vermeiden, braucht es gar nicht viel. Deswegen wollen wir an erster Stelle die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter dafür sensibilisieren und ausbilden, dass sie Gefahren besser erkennen, einschätzen und abwenden können“, sagt Jessica Hildebrandt. Die technische Ausstattung und die Sicherheitsmaßnahmen, die Symrise bietet, sind der Rahmen. Die Haltung, in der gearbeitet wird, ist aber mindestens ebenso entscheidend, erklärt die Projektleiterin. Zugleich will das Unternehmen deutlich mehr Wissen vermitteln, etwa durch Werkzeuge wie eine kurze tägliche Besprechung oder die Analyse tatsächlich passierter oder auch Beinahe-Unfälle. „Die Arbeitssicherheit soll fester Bestandteil des Arbeitsalltags werden“, sagt die Kommunikationsexpertin. „Und das funktioniert nur, wenn wir die Mitarbeiter beteiligen und sie als Experten für ihren Arbeitsplatz sehen. Wenn wir das nicht tun, werden wir nur kurzfristige Lösungen finden, die eben nicht zu einer nachhaltigen Sicherheitskultur führen.“ Insgesamt werden rund 30 verschiedene Werkzeuge eingesetzt, sagt Peter Asche, der als Leiter des Symrise Arbeitssicherheitsteams am Standort Holzminden gemeinsam mit seinen Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern am Entstehen von SymSAFE entscheidend beteiligt war. „Sämtliche Maßnahmen haben wir auf einer auf fünf Jahre angelegten Roadmap verortet, die wir auch im Kick-off-Workshop vorstellen. Auf dieser Grundlage werden wir sie punktuell oder dauerhaft im Unternehmen installieren.“

1,5

Symrise hat sich das Ziel gesetzt, bis 2025 einen MAQ-Wert unter 1,5 zu erreichen.

Eine besondere Rolle in dem Prozess, der auf mehrere Jahre angelegt ist, nehmen die Führungskräfte ein. Sie sollen die Kampagne nicht nur für sich selbst als wichtigen Baustein der Arbeit begreifen, sondern diese auch fördern und von den Mitarbeitern einfordern. Für sie – vom obersten Management bis zur Meisterebene in der Produktion – werden besondere Workshops veranstaltet, um sie für das Thema und ihre Verantwortung, Rechte und Pflichten zu sensibilisieren. Um das zu unterstützen, werden die Arbeitssicherheitsziele ab 2023 auch in den Teil der Bonusvergütung der Führungskräfte miteinbezogen, der an die nichtfinanziellen Unternehmensziele geknüpft ist. „Das Thema gehört zur Säule ‚Care‘ unserer Nachhaltigkeitsstrategie. Deswegen ist es genauso zu betrachten wie alle anderen Jahresziele auch“, begründet Jessica Hildebrandt das Vorgehen.

Ende 2021 hat sich SymSAFE darüber hinaus noch einmal verändert. Weil im Konzern das Thema Arbeitssicherheit an vielen Stellen eine große Rolle spielt, hatten sich parallel die Kolleginnen und Kollegen im Segment Taste, Nutrition & Health in Frankreich ebenfalls auf den Weg gemacht, eine neue Sicherheitskultur zu entwickeln. Beide Ansätze haben in den meisten Fällen dieselben Ergebnisse gebracht – in Nuancen gab es aber auch Unterschiede in der Herangehensweise. „Wir haben beide Prozesse gemeinsam zu einer Kampagne zusammengebracht, was zu einem hervorragenden Ergebnis geführt hat“, sagt Bernhard Kott. Ein Beispiel dafür sind die Leitlinien, die die Teams entwickelt haben. Während die elf Leitlinien der Experten aus Deutschland eher auf Verhaltensweisen basieren, richten sich die zehn Leitlinien der Fachleute aus Frankreich auf das sichere Arbeiten, bei dem Gefahren erkannt und Voraussetzungen für einen sicheren Arbeitsplatz geschaffen werden, erklärt der CSO. „Dabei haben wir wie an vielen anderen Stellen im Konzern auch hier von den Synergien profitiert, die die unterschiedlichen Denkweisen ergeben haben. Nun werden wir nach der intensiven Planung auch in eine erfolgreiche Umsetzung kommen.“

97





Nachhaltigkeit & Verantwortung

- 100 Highlights 2021
- 101 Publikationen zur Nachhaltigkeit 2021
- 102 Ratings & Rankings 2021
- 104 Nachhaltigkeitsmanagement
- 106 Ziele und Management unserer Nachhaltigkeitsthemen
 - 110 Verantwortungsvolle Beschaffung
 - 112 Klimaschutz & Emissionsreduzierung
 - 114 Verantwortungsvolle Rohstoffnutzung

Mit unserer Nachhaltigkeitsberichterstattung erfüllen wir die Richtlinien der Global Reporting Initiative (GRI) in der Fassung der „GRI Standards“ (2016) inklusive der jüngsten Updates aus den Jahren 2018, 2019 und 2020.

Wir erstellen unseren Nachhaltigkeitsbericht nach GRI-Standards in Übereinstimmung mit der Berichtsoption „Umfassend“ und legen damit zu allen wesentlichen Themen vollständig Rechenschaft ab. Als aktives Mitglied des Global Compacts leiten uns zudem deren universelle Prinzipien für eine verantwortungsvolle Unternehmensführung als auch die nachhaltigen Entwicklungsziele der Vereinten Nationen – die Sustainable Development Goals (SDGs). Zum Erreichen der SDGs tragen wir aktiv bei – entlang unserer Wertschöpfungsketten von der Rohstoffgewinnung und Produktentwicklung bis hin zu Kundenbeziehungen.

Unser nachhaltiges Wirken erfolgt auf drei wesentlichen Ebenen. Dazu gehören eine verantwortungsvolle Beschaffung, Klimaschutz und Emissionsreduzierung sowie eine verantwortungsvolle Rohstoffnutzung. Diese drei Themen, bei denen wir großen Einfluss und damit auch eine besondere Verantwortung haben, stehen im Fokus dieses Kapitels. Nachhaltige Partnerschaften und der Dialog mit unseren Stakeholdern sind für uns dabei zentrale Ausgangsbasis und Ansporn. Die folgenden Seiten bilden in diesem Sinne einige unserer internen wie externen Partner und deren Perspektiven auf unsere wesentlichen Themen ab.

Alle weiteren quantitativen und qualitativen Angaben zur Nachhaltigkeit bei Symrise, unseren strategischen Ansatz sowie die Managementkonzepte unserer wesentlichen Themen haben wir in unsere Nachhaltigkeitsbilanz nach GRI integriert. Wir 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 2021

70 %

unserer Lieferanten¹ integrieren Wasser in ihre Strategie und langfristigen Geschäftsziele.

36 %

Reduktion unserer Scope 3 Treibhausgas-Emissionen zwischen 2016 bis 2020.

83,6 %

unserer strategischen biologischen Rohstoffe bezogen aus nachhaltigen Quellen.

SBT 1,5 °C

Die Science Based Target Initiative genehmigt Symrise das Ziel mit dem derzeit höchstmöglichen Anspruchsniveau.

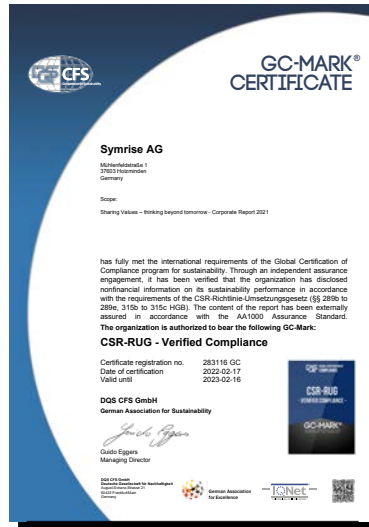
¹ Anteil bezogen auf unsere im Berichtsjahr als strategisch definierten Lieferanten, die am CDP Supply Chain Programm teilgenommen haben.

NEUE PARTNERSCHAFTEN 2021

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

- Business Declaration for Food Systems Transformation
- 10x20x30 Food Loss and Waste Initiative
- AIM-Progress
- The French Business Climate Pledge
- UN Race to Zero & Exponential Roadmap Initiative

Publikationen zur Nachhaltigkeit 2021



Fokus Unternehmensbericht

- Integrierte Unternehmensstrategie
- Zentrale nichtfinanzielle Steuerungskennzahlen
- Nachhaltigkeitsmanagement im Überblick
- 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
- TCFD-Index mit Verweisen in den CDP-Fragebogen
- SASB-Index zu abgedeckten Berichtsanforderungen
- Erklärung zur EU-Taxonomie

Zu finden unter :

www.symrise.com/de/unternehmensbericht/2021/de/nachhaltigkeit-verantwortung/nachhaltigkeitsbilanz.html



Auf unserer Website stehen sämtliche Unternehmens- und GRI-Berichte sowie alle Nachhaltigkeits-Richtlinien und -Standards zum Download zur Verfügung:

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

Dort finden sich auch die CDP-Fragebögen 2021 für Klima, Wasser und Wald.

Ratings & Rankings 2021



CDP: Unter den TOP 14 weltweit

■ Bekämpfung des Klimawandels, Schutz der Wasserversorgung und der Wälder – die renommierte Non-Profit-Organisation CDP beurteilt jährlich, welche Unternehmen sich in diesen drei Bereichen ganz besonders engagieren. 2021 erreichte Symrise zum zweiten Mal in allen drei Kategorien – Klima, Wasser und Wald – die höchste Auszeichnung „A“. Damit gehören wir zu den TOP 14 der teilnehmenden Unternehmen und sind das einzige aus Deutschland auf der sogenannten Triple-A-List.

102



MSCI: A-Rating seit 2015

■ Das US-Unternehmen MSCI ist eine führende Nachhaltigkeits-Ratingagentur und Anbieter von stark beachteten Nachhaltigkeits-Aktienindizes. Symrise wird von MSCI seit 2015 in der A-Kategorie eingestuft, die eine überdurchschnittliche Nachhaltigkeitsleistung attestiert. MSCI hebt in seiner Analyse hervor, dass Symrise eine überzeugende Strategie verfolgt, um die Auswirkungen der betrieblichen Tätigkeit auf die Umwelt zu minimieren.



ISS ESG: Prime

■ Bei der turnusmäßigen Überprüfung der Nachhaltigkeitsleistung von Symrise bestätigt die international führende Ratingagentur ISS ESG den begehrten Prime-Status unseres Unternehmens. Im Rahmen der letzten Bewertung gehörte Symrise damit zu den besten 10 % der Unternehmen seiner Branche. Das ESG-Rating von ISS – E steht für Environmental, S für Social, G für Governance – deckt weltweit annähernd 10.000 überwiegend börsennotierte Unternehmen ab.

EcoVadis: Platin-Status 2021

Die Ratingagentur EcoVadis hat Symrise 2021 nach sieben Gold-Medaillen erstmals den Platin-Status für seine nachgewiesene Nachhaltigkeitsleistung verliehen. Mit einem Score von 75 / 100 gehört Symrise damit zu den 1% der von EcoVadis am besten bewerteten Unternehmen. EcoVadis beurteilt Unternehmen weltweit in den vier Dimensionen Umwelt, Soziales, Ethik und Nachhaltigkeit in der Lieferkette. Zudem nutzen wir die EcoVadis-Datenbank zur Bewertung der Nachhaltigkeitsperformance unserer Lieferanten. Gemäß unserer Responsible Sourcing Policy fordern wir unsere Geschäftspartner, die von EcoVadis mindestens mit „Bronze“ eingestuft wurden, dazu auf, den Gold-Status anzustreben. Die Einstufung eines Lieferanten unterhalb der Bronze-Kategorie kann zur Beendigung der Geschäftsbeziehung führen.



SUSTAINALYTICS ESG Risk Rating

Die internationale Ratingagentur SUSTAINALYTICS analysiert und bewertet kontinuierlich das Risiko von Unternehmen im Bereich ESG. Europa-weit nutzen zahlreiche Finanzdienstleister und institutionelle Investoren die Dienste der Agentur als Grundlage für Anlage- und Kreditentscheidungen. Zuletzt wurde Symrise im Jahr 2020 bewertet: In der chemischen Industrie rangierte die Risikoausprägung von Symrise zum Bewertungszeitpunkt an Position 20 von 133.



103

FTSE4Good Index

Die Symrise Aktie ist seit Ende 2015 im FTSE4Good Index enthalten, der Wertpapiere von Unternehmen umfasst, die in den Bereichen Umwelt, Soziales und Unternehmensführung (ESG) hervorragende Leistungen erbringen. Bei der turnusmäßigen Überprüfung im Juni 2020 erzielt Symrise in allen Kategorien sehr gute Bewertungen und gehört ein weiteres Jahr dem Index an. Immer mehr institutionelle Investoren, Banken und Versicherungen beziehen Nachhaltigkeitskriterien in ihre Beurteilung der Bonität von Unternehmen ein. Die Zugehörigkeit zum FTSE4Good Index ist daher von großer Bedeutung für das Standing von Symrise am Kapitalmarkt.



Nachhaltigkeitsmanagement

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

104

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 Seite 33). 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 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. Die direkte Verantwortung für die Strategie liegt beim Vorstandsvorsitzenden der Symrise AG, dem kontinuierlich über den Fortschritt aller Nachhaltigkeitsaktivitäten berichtet wird.

Im Dialog mit Stakeholdern und Rating-Agenturen

Symrise erfährt vielfältige externe Anerkennung für sein Engagement im Bereich Nachhaltigkeit. So wurden wir beispielsweise bereits zweimal mit dem Deutschen Nachhaltigkeitspreis ausgezeichnet. Die Deutsche Gesellschaft für Nachhaltigkeit verlieh Symrise zudem zweimal in Folge einen „Sustainability Heroes Award“ – 2020 für die Symrise Nachhaltigkeitsstrategie und 2021 für „Soziales Engagement“. 2021 erreichten wir darüber hinaus beim CDP-Rating zum zweiten Mal in Folge – als einziges Unternehmen in Deutschland und eines von 14 Unternehmen weltweit – die erstklassige Bewertung Triple A in den Kategorien Klima, Wasser und Wald. Das macht uns stolz und spornt uns an, unsere Nachhaltigkeitsaktivitäten weiter zu intensivieren. Zugleich wachsen aber auch die Herausforderungen unaufhörlich, wie die zunehmenden negativen Folgen des Klimawandels, die Belastungen für Natur, Biodiversität und natürliche Ressourcen oder auch die gravierenden Auswirkungen der Verbreitung des Corona-Virus und dessen Auswirkungen auf globale Lieferketten und Menschen weltweit. 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 für Dialogplattformen 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 Rating-Agenturen im Bereich Nachhaltigkeit. Bei der Kommunikation unserer ESG-Performance an Investoren verfügen vor allem die Rating-Agenturen MSCI, Sustainalytics und ISS ESG über eine hohe Qualität und einen hohen Wirkungsgrad. 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 Nachhaltigkeits-Berichterstattung interessiert, um die Transparenz unserer Geschäftsprozesse zu erhöhen und die Chancen und Risiken unserer Geschäftstätigkeit noch besser einschätzen zu können.

Chief Executive Officer



Dr. Heinz-Jürgen Bertram,
CEO

Chief Sustainability Officer



Bernhard Kott,
CSO

Sustainability Board



Arnaud Bellon,
Sustainability
Cosmetic Ingredients



Mark Birch,
Sustainability Taste,
Nutrition & Health



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



Sascha Liese,
Corporate
Sustainability



Friedrich-Wilhelm
Micus, Corporate
Communications



Philippa Smith,
Sustainability
Scent & Care

Weltweit über 150 Sustainability
Ambassadors

Über 11.000 Mitarbeiterinnen und
Mitarbeiter in mehr als 40 Ländern

Ziele und Management unserer Nachhaltigkeitsthemen

106



Eine ausführliche Beschreibung unserer Managementansätze mit Zielen und Maßnahmenbeschreibungen zu allen Nachhaltigkeitsthemen finden Sie in unserer Online-Nachhaltigkeitsbilanz unter: www.symrise.com/de/unternehmensbericht/2021/de/nachhaltigkeit-verantwortung/nachhaltigkeitsbilanz.html

THEMA	AUSGEWÄHLTE ZIELE
Verantwortungsvolle Beschaffung	Bis 2025 den Anteil unserer Lieferanten ¹ , die nach Nachhaltigkeitskriterien bewertet sind, auf 100 % steigern. Nachhaltige Beschaffung aller strategischen biologischen Rohstoffe bis 2025.
Klimaschutz und Emissionsreduzierung	Ab 2030 wird Symrise klimapositiv sein.
Verantwortungsvolle Rohstoffnutzung	Bis 2025 Verringerung des chemischen Sauerstoffbedarfs (CSB) im Abwasser sowie unserer Sensitiven Abfälle durch erhöhte Öko-Effizienzen jeweils um 4 % jährlich bis 2025 bzw. um insgesamt 60 % gegenüber 2010.
Good Corporate Governance & Compliance	Bis 2025 planen wir eine globale Steuerquote von überdurchschnittlichen 26 – 28 % . Sicherstellung, dass alle Symrise Standorte nach geltenden Standards auditiert werden.
Nachhaltige Partnerschaften	Gewährleistung und Steigerung von Vertrauen, Wissenstransfer und Synergien zwischen dem eigenen Unternehmen und NGOs, Lieferanten, politischen Institutionen und Partnern vor Ort.
Innovatives & Nachhaltiges Produktdesign	Jährliche Entwicklung neuer Produkte unter Berücksichtigung nachhaltiger Kriterien, die einen Umsatzanteil von mehr als 15 % der letzten drei Jahre ausmachen.
Verantwortungsvoller Umgang mit Wasser	Reduzierung des Wasserverbrauchs aller Produktionsstätten in wasserarmen Regionen um 15 % bis 2025.
Schutz der Biodiversität	Nachhaltige Beschaffung aller strategischen biologischen Rohstoffe bis 2025.

ZIELERREICHUNG 2021	MANAGEMENT-METHODE	WERTSCHÖPFUNG	SDGS
<p>72,7% unserer Lieferanten¹ nach Nachhaltigkeitskriterien bewertet.</p> <p>Nachhaltiger Bezug von 83,6% unserer strategischen biologischen Rohstoffe im Jahr 2021.</p>	<p>Lieferantenbewertungen, -zertifizierungen und -audits; Engagement in int. (Branchen-) Initiativen (SAI, FSC, CDP Supply Chain Program, Rainforest Alliance, RSPO, GIZ, Safe The Children, IFFO, etc.)</p>	Rohstoffe	  
<p>Reduktion der Scope 3 Treibhausgas-Emissionen zwischen 2016 bis 2020 um 36%. Nun wollen wir die Öko-Effizienz der Emissionen bis 2025 um 15% gegenüber 2020 steigern.</p> <p>85% unserer Lieferanten² berichten THG-Emissionen</p>	<p>TCFD-Commitment, CDP Climate Change</p>	<p>Produktentwicklung & Herstellungsverfahren</p> <p>Kunden & Konsumenten</p>	    
<p>Die Effizienz des chemischen Sauerstoffbedarfs im Abwasser³ hat sich im Berichtsjahr um 34,8% erhöht – aufgrund des am Standort Jacksonville in den USA nahezu halbierten CSB. Erhöhung der Effizienz der sensitiven Abfälle³ um 2,2% – Zielverfehlung v.a. begründet durch Inbetriebnahme eines zusätzlichen Standortes in China.</p>	<p>Green Chemistry-Ansatz, Rückgewinnung durch patentiertes SymTrap® Verfahren</p>	<p>Rohstoffe</p> <p>Produkte & Herstellungsverfahren</p>	     
<p>2020 betrug unsere effektive Konzernsteuerquote 25,6%.</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>Weiterführung langfristiger Projektpartnerschaften.</p> <p>2021 Beitritt zu neuen Initiativen: beispielsweise Business Declaration for Food System Transformation, AIM-Progress, The French Business Climate Pledge, UN Race to Zero & Exponential Roadmap Initiative.</p>	<p>Engagement in diversen internationalen Branchenkooperationen, Partnerschaften und vorwettbewerblichen Ansätzen.</p>	<p>Rohstoffe</p> <p>Produktentwicklung & Herstellungsverfahren</p> <p>Kunden & Konsumenten</p>	       
<p>Mit 16,7% Umsatz aus neuen Produktentwicklungen⁴ haben wir unseren Zielwert im Berichtsjahr zum wiederholten Mal übertroffen.</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>	    
<p>Der Wasserverbrauch der Standorte in Ägypten, Indien und Mexiko hat sich um 7,2% erhöht – begründet durch ein um 13,7% erhöhtes Produktionsvolumen.</p> <p>70% unserer Lieferanten² integrieren Wasser in ihre Strategie und langfristigen Geschäftsziele.</p>	<p>Symrise Water Policy, CDP Water</p>	<p>Rohstoffe</p> <p>Produktentwicklung & Herstellungsverfahren</p>	     
<p>Nachhaltiger Bezug von 83,6% unserer strategischen biologischen Rohstoffe im Jahr 2021.</p>	<p>Nachhaltiges Lieferkettenmanagement, Rohstoffzertifizierungen, Rückwärtsintegration, CDP Forest</p> <p>Engagement in diversen internationalen (Branchen-)Initiativen.</p>	Rohstoffe	  

Ziele und Management unserer Nachhaltigkeitsthemen

108

THEMA	AUSGEWÄHLTE ZIELE
Produktqualität & -sicherheit	Erhalt des hohen Niveaus des Produktsicherheitsmanagements .
Einhaltung der Menschenrechte	Bis 2025 den Anteil von Lieferanten ¹ , die nach Nachhaltigkeitskriterien bewertet sind, auf 100% steigern.
Arbeitssicherheit und Gesundheitsschutz	„Null Unfallkultur“ und Reduktion der Unfallhäufigkeit auf MAQ < 1,5 bis 2025
Anlagensicherheit	Erhalt des hohen Niveaus des Sicherheitsmanagementsystems der Anlagen.
Mitarbeiterförderung und -entwicklung	Erhalt und Ausbau standortübergreifender Weiterbildungen und Förderung der Mitarbeiter.
Vielfalt und Chancengleichheit	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.
Attraktivität als Arbeitgeber	Erhalt und Steigerung der Standortattraktivität , Etablierung von Symrise als „employer of choice“ .
Schutz des Tierwohls	Sicherstellung von Tierwohl-Standards in unserer Lieferkette. Bis 2026 Bezug von 100% unserer Huhn-basierten Rohstoffe in Europa aus nachhaltigen Quellen.
Unterstützung lokaler Gemeinschaften	Erhalt und Ausbau des partnerschaftlichen Engagements mit den lokalen Partnern und Gemeinschaften vor Ort.

¹ Basierend auf 80 % (bis 2020) bzw. 90 % (ab 2021) des Einkaufsvolumens. Damit wurde die Lieferantenbewertung und unser Beschaffungsziel vor dem Hintergrund des Lieferkettensorgfaltspflichtengesetzes ausgeweitet

ZIELERREICHUNG 2021	MANAGEMENT-METHODE	WERTSCHÖPFUNG	SDGS
Keine signifikanten Vorfälle hinsichtlich Produktsicherheit im Jahr 2021.	Interne und externe Audits; Sicherheitszertifizierungen	Produktentwicklung & Herstellungsverfahren Kunden & Konsumenten	    
72,7% unserer Lieferanten ¹ nach Nachhaltigkeitskriterien bewertet.	Interne und externe Audits sowie Zertifizierungen; Lieferantenbewertungen (SEDEX /EcoVadis) und Lieferantenaudits	Rohstoffe Produktentwicklung & Herstellungsverfahren	     
Regelmäßige Management Safety Besuche der globalen Führungskräfte. Kontinuierliche Umsetzung des „ Drive to 100% Safety “ Projektes durch unternehmensweite Initiativen und Schulungen.	Sicherheitsbesuche des Managements, ab 2020 ISO 45001, Prüfungen sowohl intern wie extern, kontinuierliche Sicherheits-schulungen	Produktentwicklung & Herstellungsverfahren	  
Keine signifikanten Vorfälle in Bezug auf Anlagensicherheit im Jahr 2021.	Interne und externe Audits, Zertifizierungen und Inspektionen	Produktentwicklung & Herstellungsverfahren	  
2021 Start der digitalen globalen Talent-Management-Plattform mit diversen Schulungsangeboten und Optionen zur digitalen Verwaltung individueller Entwicklungspläne. 80% der Präsenzschulungen aufgrund der Corona-Pandemie durch Online-Schulungen ersetzt.	Talentmanagement und Personalentwicklung, Mitarbeiterrekrutierung	Produktentwicklung & Herstellungsverfahren	  
Von 10.971 Mitarbeitern waren 2021 weltweit 4.434 weiblich. Dies entspricht einem Anteil von 39,5% . Der Anteil von Frauen auf der ersten Managementebene unterhalb des Vorstands betrug im Jahr 2021 20% , auf der zweiten Managementebene 38% .	Integriertes Managementsystem, Talentmanagement, Mitarbeiterrekrutierung	Produktentwicklung & Herstellungsverfahren	  
2021 Auszeichnung unter den Top 10 in der Branche Chemie als einer der „familienfreundlichsten Arbeitgeber 2021“ in Deutschland und Österreich von der Arbeitgeber-Bewertungsplattform kununu.	Engagement am Standort, Mitarbeiterrekrutierung	Produktentwicklung & Herstellungsverfahren	  
2020 Formulierung einer globalen Richtlinie zum Umgang mit Tierversuchen. Beschaffungsrichtlinie in Arbeit, die den Umgang mit Tieren regelt, die zur Herstellung tierischer Rohstoffe dienen.	Tierwohl Policy, Engagement mit Partnern für internationale Tierwohl-Standards, Lieferantenqualifizierung, Lieferantenbewertungen und -audits, Rückverfolgbarkeit	Rohstoffe	  
Bedarfsorientierte Unterstützung lokaler Gemeinschaften (karitativ, sozial) in Ländern und Regionen, aus denen Symrise seine strategischen Rohstoffe bezieht.	Bedarfsprüfungen auf Standortebene	Rohstoffe	  

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

3 Alle Werte bezogen auf die Wertschöpfung

4 Bezogen auf die Markteinführung in den vergangenen drei Jahren



Wesentlichkeit im Fokus: Verantwortungsvolle Beschaffung

Symrise kann nur so gut sein wie seine Zulieferer. Unsere Lieferketten sind weit verzweigt und beginnen oft bei Kleinbauern. Umso wichtiger ist es, die Rahmenbedingungen für eine verantwortungsvolle Beschaffung festzulegen.



Verantwortung in den Lieferketten stärken

Symrise arbeitet mit mehr als 5.000 Lieferanten zusammen. Das umfasst die Rohstoffbeschaffung sowie die Nutzung von Dienstleistungen. Diese Leistungen nachhaltig und fair zu beschaffen ist eine große Herausforderung. Gleichzeitig ergeben sich für Symrise daraus Chancen, die Lieferantenbeziehungen nachhaltig zu stärken und Partnerschaften zu fördern. Die Rahmenbedingungen für eine verantwortungsvolle Beschaffung hat Symrise in seiner Beschaffungsrichtlinie und seinem Verhaltenskodex festgelegt, die für alle Lieferanten gelten. Derzeit arbeitet Symrise zudem an einem Supplier Code of Conduct, der ab 2022 Anwendung findet. Für diese Einbindung seiner Lieferanten schaffte es Symrise 2020 erstmals im CDP-Rating auf das Supplier Engagement Leaderboard – also auf die Bestenliste der 9.600 von CDP bewerteten Unternehmen. Zur Umsetzung der eigenen Sorgfaltspflichten hat Symrise zudem 2021 das Responsible Sourcing Steering

Committee (RSSC) gegründet. Das Entscheidungsgremium legt die Prozesse für die Lieferantenbewertungen, die entsprechenden Maßnahmen sowie die Einbettung der Bewertungskriterien in die Unternehmensprozesse fest. Auf diese Weise werden unsere Lieferketten resilienter und wir erfüllen die Anforderungen unserer Stakeholder.

In Sichtweite: 100 % nachhaltig bewertete Lieferanten

Wir wollen unsere Lieferketten fortlaufend nachhaltiger gestalten – sozial wie ökologisch. Deshalb ist unser Ziel, bis 2025 alle unsere Lieferanten (Rohstoffe und Dienstleistungen) nach Nachhaltigkeitskriterien zu bewerten. Außerdem wollen wir die Anzahl unserer Lieferanten erhöhen, die sich im Rahmen des CDP Supply Chain Programm eigene Umweltziele setzen. Darüber hinaus streben wir bis 2025 eine 100 % nachhaltige Beschaffung von strategischen Agrar- und Aquakultur-Rohstoffen an.

Symrise tritt der Initiative AIM-Progress bei

Symrise engagiert sich seit März 2021 in der internationalen Initiative AIM-Progress (Association des Industries de Marque). Dazu gehören Konsumgüterhersteller und Zulieferer, die sich für Nachhaltigkeit und die Einhaltung der Menschenrechte in der Lieferkette einsetzen. Neben Symrise unterstützen zahlreiche Unternehmen die Initiative, darunter auch The Coca-Cola Company. AIM-Progress bietet ein Forum für Austausch, gegenseitige Anerkennung von Audits, Fortbildungen und Vernetzung.

3

Fragen an Axel Bachmann,
General Manager
Sustainability CCEP



Der für Deutschland zuständige Coca-Cola Konzessionär Coca-Cola Europacific Partners Deutschland (CCEP) bezieht von The Coca-Cola Company die sogenannten Konzentrate für die Herstellung der Erfrischungsgetränke. Symrise beliefert The Coca-Cola Company und ist deshalb ein wichtiger Partner in der indirekten Lieferkette von CCEP.

Was erwartet der Endverbraucher aktuell in puncto Nachhaltigkeit von Coca-Cola und damit indirekt von Symrise?

Einerseits gibt es eine zunehmende Nachfrage nach organisch erzeugten Inhaltsstoffen. Andererseits erkennen die Konsumenten, dass bei der globalen Nachfrage nach bestimmten Aromen ein naturidentisches Aroma eine deutlich effizientere und – auf den CO₂-Ausstoß bezogen – positivere Wahl sein kann. Hier gilt: keine Nachhaltigkeits-Diskussion ist nur schwarz-weiß!

Wie ist Symrise im Bereich verantwortungsvolle Beschaffung aufgestellt?

Bei Symrise gibt es ein ganzheitliches Verständnis von nachhaltiger Beschaffung, das sich in Prozessen und Projekten wiederfindet. Besonders beeindruckt mich das Engagement für den nachhaltigen Vanille-Anbau auf Madagaskar, bei dem sich soziales und ökologisches Engagement nicht nur ergänzen, sondern gegenseitig bestimmen.

Welches Thema können Coca-Cola und Symrise gemeinsam vorantreiben?

Unser Austausch mit Symrise zu Nachhaltigkeitsthemen ist vorbildlich. Getreu dem Motto „Es gibt keine nachhaltigen Produkte, sondern nur nachhaltigere“ glauben wir daran, dass Nachhaltigkeit eine Reise ist, bei der alle voneinander lernen können. Und wer da meint, er hätte keinen Handlungsbedarf mehr, hat das Thema nicht verstanden. Für uns ist aktuell entscheidend, bei der Sicherstellung der Menschenrechte in der Lieferkette nach immer besseren Konzepten und Ansätzen zu suchen. Und dies in unsere Prozesse einfließen zu lassen. Und da wird Symrise immer ein Partner sein, auf den wir schauen.



Wesentlichkeit im Fokus: Klimaschutz & Emissions- reduzierung

Der Klimawandel ist die Herausforderung unserer Zeit. Er beeinflusst unser Kerngeschäft unmittelbar. Daher ist es für Symrise von existenzieller Bedeutung, zur Erreichung der globalen Klimaschutzziele beizutragen: mit Hilfe einer kontinuierlichen Reduktion von Emissionen, durch die Einbindung von Lieferanten und mit dem Ziel einer klimapositiven Bilanz im Jahr 2030.



Klimawandel als Chance begreifen

Unsere Produktion basiert weitgehend auf der Verarbeitung natürlicher Rohstoffe. Deshalb ist Symrise von den Bedrohungen des Klimawandels stark betroffen: Ernteverluste durch Wassermangel, Überschwemmungen oder Stürme haben direkte Auswirkungen auf unsere Partner vor Ort und können für unsere Produktion Lieferengpässe und steigende Kosten bedeuten. Zugleich liegen in dieser Abhängigkeit auch Chancen, unseren Einflussbereich zu nutzen. Ein Beispiel sind unsere SBTi-Klimaschutzziele, die auch unsere Lieferanten einbinden. Zudem setzen wir auf innovative Produkte mit geringerem CO₂-Footprint, wie beispielsweise alternative Proteine. Damit können wir die steigende Nachfrage nach nachhaltig erzeugten Produkten bedienen. Für Kapitalgeber, die auf Nachhaltigkeit Wert legen, ist Symrise deshalb besonders attraktiv.

Schritt für Schritt: Klimapositiv ab 2030

Unsere Geschäftstätigkeit soll ab 2030 dazu beitragen, mehr Treibhausgas-Emissionen zu vermeiden oder aus der Atmosphäre zu binden, als wir durch unsere unternehmerische Aktivität ausstoßen. Indem wir beispielsweise die Öko-Effizienz unserer Emissionen bis 2025 um 63% gegenüber 2016 steigern, unsere Lieferanten in unseren Klimaschutzplan einbinden und unsere Rest-Emissionen durch Klimaschutzprojekte kompensieren.

2021 hat Symrise zudem ein neues, auf eine maximale Erderwärmung von 1,5°C ausgerichtetes, Science Based Target erarbeitet, welches dem derzeit höchstmöglichen Anspruchsniveau entspricht. Dieses Ziel wurde im Februar 2022 von der SBTi validiert: Symrise will die THG-Emissionen (Scope 1 + 2) bis 2028 gegenüber 2020 um 80% senken. Die Scope 3 Emissionen aus eingekauften Gütern und Dienstleistungen sollen bis 2030 gegenüber 2020 um 30% sinken.



Dr. Roland Geres,
Geschäftsführer
FutureCamp

FutureCamp unterstützt Symrise zu Fragestellungen rund um den Klimaschutz und insbesondere den CDP Rating-Prozess, bei dem Symrise wiederholt mit A-Ratings Spitzenplätze belegt.

Welche Herausforderungen und Chancen liegen für Symrise im Klimaschutz?

Die Folgen des Klimawandels sind für Symrise bereits jetzt spürbar. Zugleich kann Symrise als Partner und wichtiger Lieferant unter anderem für die Lebensmittelindustrie die Transformation mitgestalten. Ein Beispiel: Synthetisches Menthol kann im Vergleich mit wesentlich geringeren Emissionen produziert werden als Menthol aus herkömmlich angebauter Pfefferminze – das müssen aber auch die Kunden akzeptieren. Das größte Potenzial für Klimaschutzbeiträge von Symrise liegt in der Lieferkette. Symrise hat hier einen sehr guten Startpunkt, nicht zuletzt aufgrund seiner Bedeutung als DAX®-Unternehmen, aber auch eine Verpflichtung.

Wie bewerten Sie die Ziele und Maßnahmen zum Klimaschutz bei Symrise?

Zunächst ist die konstant sehr gute Bewertung von Symrise bei Ratings wie dem CDP hervorzuheben. Das heißt aber nicht, dass sich Symrise ausruhen kann! Die eigenen Ziele bedürfen einer Aktualisierung mit Orientierung am Ambitionsniveau des Pariser Abkommens. Es sind mehr Aktivitäten nötig. Sowohl in den Anlagen und deren Energieverbrauch als auch gegenüber Lieferanten, um besser standardisierte Informationen aus der Lieferkette zu erhalten. Die bestehenden Ziele, insbesondere die von der SBTi geprüften, sind ein guter Start, müssen aber laufend umgesetzt und entwickelt werden.



Dr. Alen Sacek,
ESG / Engagement
Officer LBBW AM

Seit 2006 investiert die LBBW Asset Management Investmentgesellschaft (LBBW AM) in nachhaltige Unternehmen. Dabei legt die Vermögensverwaltung Wert auf die ganzheitliche Entwicklung des Unternehmens hinsichtlich des ESG-Profiles.

Warum passt Symrise so gut in Ihr Portfolio?

In unseren Nachhaltigkeitsfonds steht die UN-Global Compact-Konformität und die Senkung der CO₂-Intensität im Vordergrund. Wichtiger als der Status Quo sind für uns die zielgerichteten Maßnahmen zur Senkung des CO₂-Ausstoßes entlang der Wertschöpfungskette. Diese Aspekte finden wir bei Symrise sehr gut. Neben den regelmäßigen Einschätzungen der externen Rating-Agenturen gleichen wir die wesentlichen messbaren ESG-Daten durch eigene Benchmarks ab. Darin schneidet Symrise überdurchschnittlich gut ab. Zusätzlich führen wir partnerschaftliche Unternehmensdialoge im Rahmen unserer Active Ownership-Aktivität durch.

Was macht Symrise zu einem attraktiven Investment?

Kontinuität und Transparenz! Symrise zeichnet sich durch einen sehr hohen Transparenzgrad bezüglich der Wertschöpfungskette aus. Dadurch werden verbesserungswürdige Nachhaltigkeitsaspekte offengelegt und – noch wichtiger – Maßnahmen vorgestellt, mit denen die Nachhaltigkeit weiter gestärkt werden kann. Insgesamt zeigen unsere Analysen, dass Symrise sowohl produktseitig als auch entlang der Wertschöpfungskette kontinuierliche Fortschritte zur Stärkung des Nachhaltigkeitsprofils auch operativ erfolgreich umsetzt. Aber selbstverständlich ist kein global agierendes Unternehmen „perfekt nachhaltig“. Impact Investing wird perspektivisch für Unternehmen wie Symrise immer wichtiger. Symrise sollte daher neben einer weiteren CO₂-Senkung die Messung des Social Impacts seiner Geschäftstätigkeit ausbauen.



Wesentlichkeit im Fokus: Verantwortungsvolle Rohstoffnutzung

Natürliche Rohstoffe sind die überwiegende Basis unserer Produkte, aber meist nur begrenzt verfügbar. Deshalb legen wir besonderen Wert auf einen achtsamen und effizienten Ressourceneinsatz und die Vermeidung von Lebensmittelverlusten. Das erreichen wir durch den zirkulären Einsatz unserer Rohstoffe und die innovative Nutzung von Seitenströmen. So leisten wir gleichzeitig einen Beitrag im Kampf gegen die Verschwendung von Lebensmitteln.



8.2
8.4
8.5
8.8



12.2
12.3
12.4
12.5



13.1
13.2



14.1
14.2



15.1
15.5

114

Vom Nebenprodukt zur Rohstoffquelle

Der effiziente Einsatz von Ressourcen und die bessere Nutzung von bisher ungenutzten Rohstoffen für die Lebensmittelherstellung sind eine große Herausforderung für ein weltweit produzierendes Unternehmen wie Symrise – und zugleich entscheidend für seine nachhaltige Profitabilität und Innovationskraft. Produkte aus natürlichen erneuerbaren Rohstoffen, die aus Seitenströmen stammen, bilden seit jeher einen wichtigen Ausgangspunkt für unsere Produktion. Deshalb begreifen wir Rückwärtsintegration und Produktinnovationen als Chance, um ungenutzte Ressourcen wieder nutzbar zu machen. Ein Beispiel ist der neue Maiglöckchen-Duftstoff Lilybelle®. Symrise stellt den Riechstoff auf Basis von Seitenströmen aus der Orangensaftindustrie her. Der Duft

besteht damit zu 83 % aus nachwachsenden Rohstoffen.

Verantwortungsvoller Umgang mit Rohstoffen

Bis 2025 streben wir einen nachhaltigen Bezug aller strategischen biologischen Rohstoffe an. Wir wollen zugleich unsere Abfallmengen weiter reduzieren. Im Segment Taste, Nutrition & Health soll im Einklang mit SDG 12.3 die Lebensmittelverschwendung um 50 % reduziert werden. Im Bereich der sensitiven Abfälle soll die Effizienz bis 2025 um jährlich 4 % erhöht werden. Rückwärtsintegration ist zudem ein wichtiger Ansatz, um unseren Rohstoffverbrauch zu minimieren. Das bedeutet für uns auch, dass wir den Verbrauch entlang unserer Lieferketten stärker kontrollieren.

Symrise engagiert sich für nachhaltigere Ernährungssysteme und nimmt Lieferanten in die Verantwortung

Symrise hat sich 2021 der Business Declaration for Food System Transformation angeschlossen. Mit dieser Erklärung unterstützen Unternehmen den Aufruf des Welternährungsgipfels UN Food System Summit 2021, gemeinsam Lebensmittelsysteme nachhaltig umzugestalten. Die Unternehmen machen sich stark für Ernährungssysteme, die allen Menschen eine ausgewogene Ernährung sichern, den Landwirten ein angemessenes Einkommen ermöglichen und zu Umwelt- und Klimaschutz beitragen. Außerdem ist Symrise der 10x20x30-Initiative beigetreten. Dafür haben sich 10+ der weltweit größten Lebensmittel Einzelhändler und -anbieter zusammengeschlossen, um jeweils mindestens 20 Lieferanten zu verpflichten, ihre Lebensmittelverluste und -abfälle bis 2030 zu halbieren.

3

Fragen an Brian Lipinski,
Associate im Food Program des
World Resources Institute (WRI)

Das 1982 gegründete World Resources Institute (WRI) ist eine globale gemeinnützige Organisation, die sich mit nachhaltiger Entwicklung und ressourceneffizienten ökologischen Methoden beschäftigt. Sie arbeitet mit Regierungen, Unternehmen und der Zivilgesellschaft zusammen, um praktische Lösungen zu erforschen, zu entwickeln und zu realisieren.

Welche Verantwortung hat Symrise im Hinblick auf die weltweite Lebensmittelverschwendung?

Bei der Reduzierung von Lebensmittelverlusten geht es nicht nur darum, einer Verantwortung gerecht zu werden. Für Unternehmen wie Symrise liegt eine große Chance darin, im eigenen Betrieb Lebensmittelverluste zu verringern. Symrise hat das erkannt und sich der 10x20x30-Initiative angeschlossen. Die Mitglieder haben sich dem „Target-Measure-Act“-Ansatz verschrieben: Sie setzen sich das Ziel, Lebensmittelverluste und -abfälle um 50 % zu reduzieren. Dafür messen und veröffentlichen sie die Verlustmenge im Unternehmen und ergreifen Gegenmaßnahmen. Das ist mutig und nutzt sowohl den Betrieben selbst als auch Umwelt und Gesellschaft.



Rund 12 % aller Lebensmittelabfälle in Deutschland fallen bereits in der Vorproduktion der Lebensmittelindustrie an.

Wie kann Symrise hier gegensteuern?

Symrise kann mit gutem Beispiel vorangehen und auch seine Partner in der Lieferkette zu dem „Target-Measure-Act“-Ansatz ermutigen. Wenn andere Unternehmen sehen, dass Symrise Maßnahmen ergreift, werden sie erkennen, dass Verlust und Verschwendung entscheidende Probleme unseres Lebensmittelsystems sind. Dann werden sie sich hoffentlich diesem Kampf anschließen!

Was kann jeder tun, um weniger Lebensmittel wegzuerwerfen?

Wir alle können mehr tun, indem wir uns mit unseren Ernährungsgewohnheiten auseinandersetzen: dem Einkauf, der Zubereitung und dem Verzehr von Lebensmitteln. Viele Menschen wissen nicht mehr, wie Lebensmittel produziert werden oder was damit passiert, wenn sie weggeworfen werden.

4

Aus dem Konzernlagebericht & aus dem Konzernabschluss

117



- 118** Kurzporträt Symrise
- 119** Highlights 2021
- 120** Aus dem Konzernlagebericht
- 138** Wirtschaftsbericht
- 143** Prognosebericht
- 145** Konzerngewinn- und -verlustrechnung
- 146** 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 – 2021 CAGR 7,8%

Hochprofitabel
EBITDA-Marge 2006 – 2021 zwischen 19% und 22%

Über **11.000 Mitarbeiter**
in über 40 Ländern

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

WERTSCHÖPFUNGSKETTE VON SYMRISE

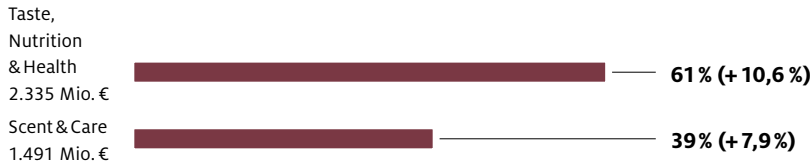


Highlights 2021

Fast zweistelliges organisches Wachstum bei gesunder Marge

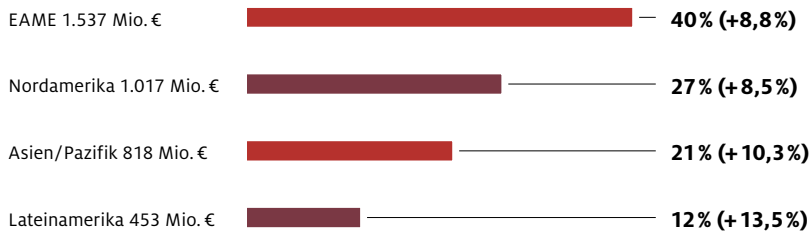
UMSATZ NACH SEGMENTEN

in % vom Konzernumsatz bzw. organisches Umsatzwachstum in %



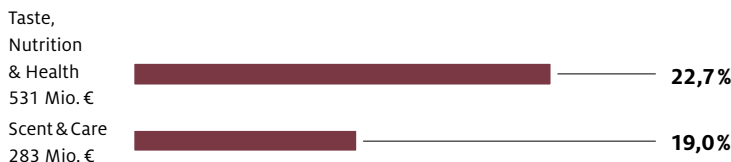
UMSATZ NACH REGIONEN

in % vom Konzernumsatz bzw. organisches Umsatzwachstum in %



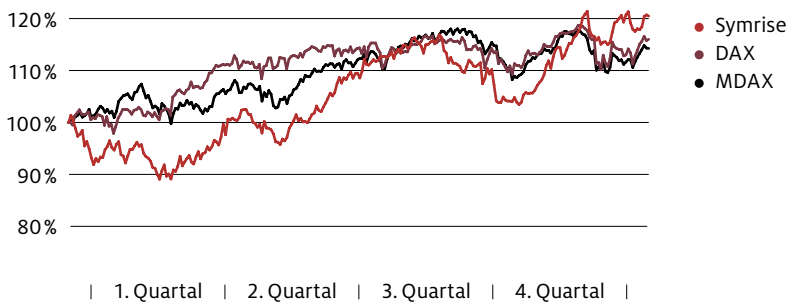
EBITDA (-MARGEN) SEGMENTE

in Mio. € bzw. % vom Umsatz



KURSENTWICKLUNG

der Symrise Aktie 2021



Umsatz
3.826 Mio. €
Organisches Wachstum
9,6%

EBITDA
814 Mio. €
EBITDA-Marge 21,3%

EBIT
559 Mio. €
EBIT-Marge 14,6%

Konzerngewinn
375 Mio. €

Ergebnis je Aktie
2,74 €

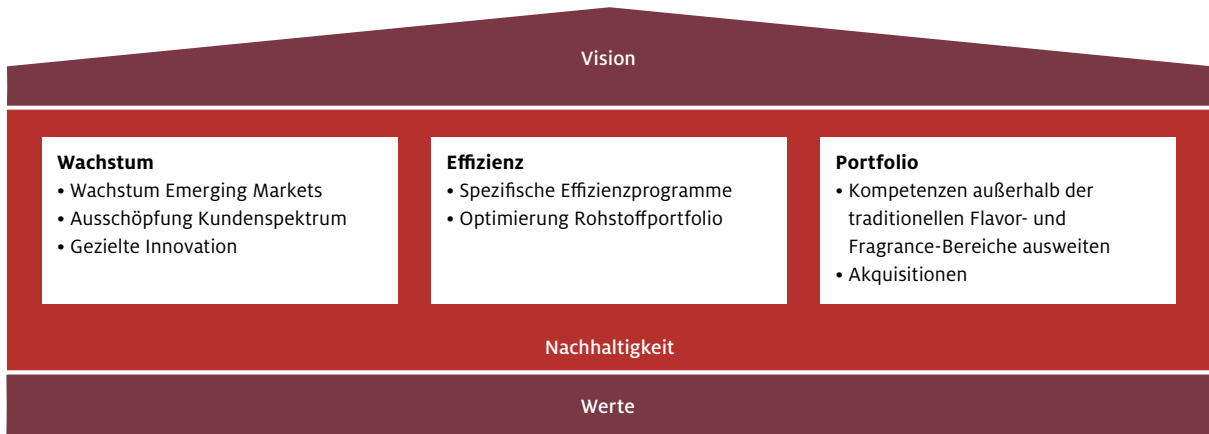
Dividendenvorschlag
1,02 €
je Aktie

Marktkapitalisierung
18,2 Mrd. €

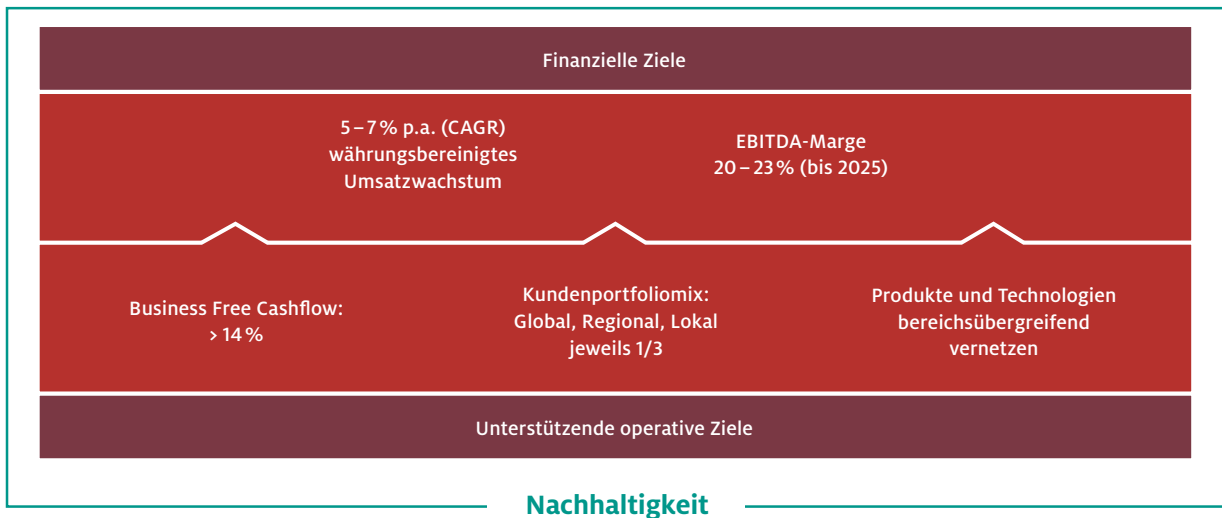
per 31.12.2021

Grundlagen des Symrise Konzerns

STRATEGIE



ZIELE



120

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 3,8 Mrd. € im Geschäftsjahr 2021 und einem Marktanteil von rund 10 % 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 2021 von rund 18 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. Zum 1. April 2021 wurden die bis dato getrennt geführten Segmente Flavor und Nutrition in ein neustrukturiertes Segment überführt. Diese Überführung ist vor allem aufgrund der weiteren strategischen Ausrichtung an den Bedürfnissen der Kunden von Symrise und der daraus resultierenden Kundenbindung erforderlich und reflektiert die Überschneidung bei Rohstoffen, Produktionsprozessen und Kunden. Beide Segmente verfügen über Bereiche wie Forschung und Entwicklung, Einkauf, Produktion und Qualitätskontrolle sowie Marketing und Vertrieb. Auf diese Weise können Prozesse beschleunigt werden. Es ist das Ziel, Abläufe zu vereinfachen, sie kundenorientiert und pragmatisch zu gestalten. Der Fokus liegt auf schnellen und flexiblen Entscheidungswegen.

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 2.585 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 2021



- Firmensitz
- Regionale Hauptsitze
- Standorte Symrise

LEITUNG UND KONTROLLE

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

Dem Vorstand der Symrise AG gehören drei Mitglieder an: Dr. Heinz-Jürgen Bertram (Vorsitzender des Vorstands; Vorstand Scent & Care), Olaf Klinger (Vorstand Finanzen) und Dr. Jean-Yves Parisot (Vorstand Taste, Nutrition & Health).

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
und Vorstand Scent & Care

Dr. Heinz-Jürgen Bertram

Vorstand
Finanzen

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.

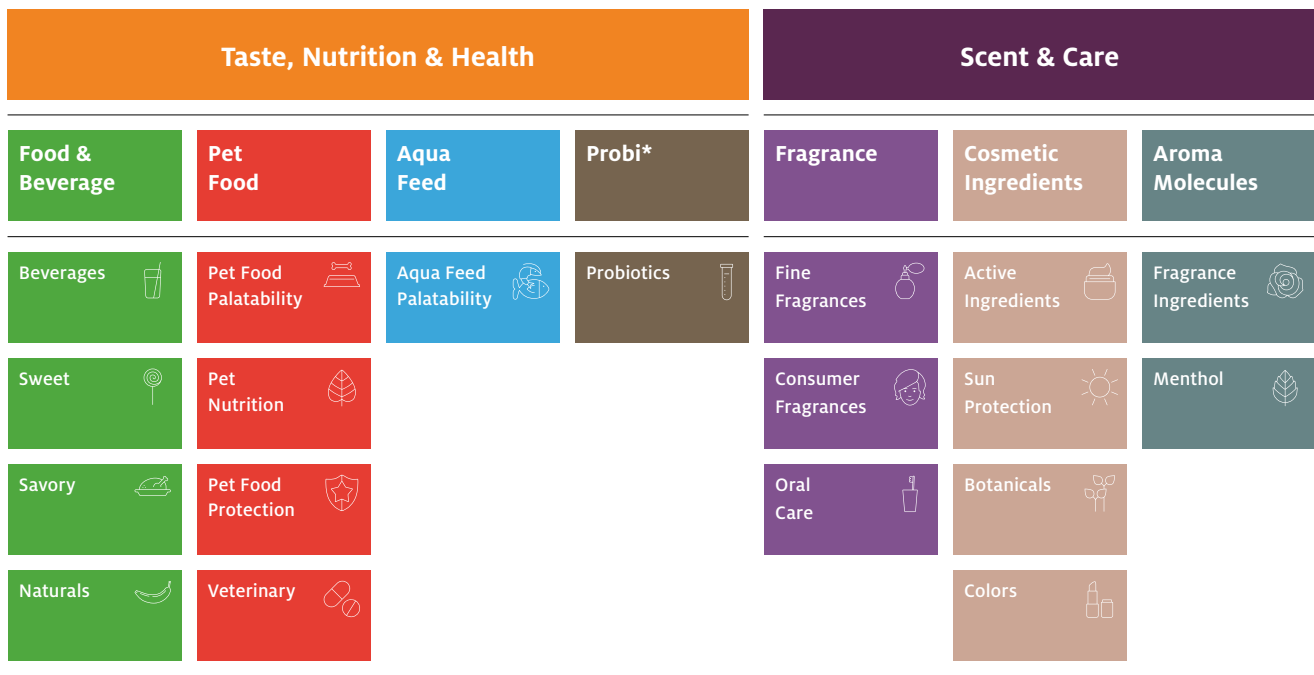
GESCHÄFTSTÄTIGKEIT UND PRODUKTE

Wertschöpfungskette von Symrise

Symrise stellt rund 34.000 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. Die natürlichen Lebensmittelzutaten, 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

Produkten 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

Im Rahmen einer strategischen Neuausrichtung wurden die bisher separat operierenden Segmente Flavor und Nutrition im April 2021 in ein neu strukturiertes Segment Taste, Nutrition & Health überführt. Diese Überführung dient vor allem der konsequenten Ausrichtung an den Bedürfnissen der Kunden von Symrise und der daraus resultierenden Kundenbindung und reflektiert die Überschneidung bei Rohstoffen, Produktionsprozessen und Kunden. Das Segment Taste, Nutrition & Health nutzt seine gebündelte Expertise sowie wissenschaftliche Forschung, um Kunden und Partnern einzigartige, auf natürlichen Inhaltsstoffen basierende und nachhaltige Lösungen in den Bereichen Geschmack, Ernährung und Gesundheit anzubieten. Mit mehr als 100 Standorten in über 40 Ländern bedient das Segment die Märkte der Lebensmittel- und Getränkeindustrie sowie Hersteller von Heimtiernahrung und Fischfutter. Das Segment unterteilt sich in die beiden Kerngeschäftsbereiche Food & Beverage und Pet Food sowie die beiden kleineren Einheiten Aqua Feed und Probi.

Food & Beverage: Der Geschäftsbereich Food & Beverage entwickelt in enger Zusammenarbeit mit Lebensmittelproduzenten differenzierte Zutaten- und Geschmackslösungen, die dem Verbraucherbedürfnis nach Natürlichkeit und unverwechselbaren Geschmackserlebnissen gerecht werden. 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 sowohl nicht-alkoholische als auch alkoholische Getränke berät und unterstützt Symrise die internationale Getränkeindustrie. Die authentischen und innovativen Geschmackslösungen von Symrise werden in Soft Drinks, saftbasierten Getränken, Tee- sowie Kaffeeprodukten, Spirituosen und fermentierten Getränken eingesetzt.



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



Savory: Würzige Aromen von Symrise finden in zwei bedeutenden Kategorien Anwendung: Im „Culinary“-Bereich bei Suppen, Saucen, Fertiggerichten, Instant-Nudeln und Fleischprodukten sowie in der „Snackfood“-Kategorie durch Aufstreuwürzungen – sogenannte „Seasonings“ – für Knabberartikel. In beiden Bereichen nutzt Symrise insbesondere seine Geschmacks-Kernkompetenz für Fleisch und Gemüse, die sich durch Lebensmittelforschung auf höchstem Niveau sowie Nachhaltigkeit auszeichnet.



Naturals: Der Anwendungsbereich bietet eine große Bandbreite von innovativen, natürlichen und nachhaltigen Inhaltsstoffen für Nahrungsmittel- und Getränkehersteller sowie Produkte für Babynahrung und Nahrungsergänzungsmittel an. Hauseigene Agronomen wählen sorgfältig Rohstoffe aus und wenden nachhaltige Beschaffungsverfahren an, um die besten natürlichen Eigenschaften von konventionellem und biologischem Obst, Gemüse, Fleisch, Meeresfrüchten, Vanille und Pflanzen zu erhalten. Dabei werden schonende, industrielle Verarbeitungsprozesse und technologisches Know-how eingesetzt, um deklarationsfreie (Clean-Label), standardisierte Inhaltsstoffe für Nahrungsmittel zu liefern, die über die gesamte Wertschöpfungskette hinweg Sicherheit, höchste Qualität und Nachverfolgbarkeit gewährleisten. Die Kunden von Symrise erreichen dadurch beste Ergebnisse hinsichtlich Geschmackssperformance, gesundheitlichen Vorteilen, sensorischen Eigenschaften und Haltbarkeit ihrer Produkte.

Die lebensmittelspezifischen Produkte von ADF/IDF wurden im Rahmen der Überführung der Segmente Flavor und Nutrition in das Segment Taste, Nutrition & Health dem Anwendungsbereich Naturals zugeordnet.

Pet Food: Der Geschäftsbereich Pet Food bietet weltweit hochwertige Lösungen für Heimtiernahrungshersteller an, die das Wohlbefinden von Haustieren und die Zufriedenheit der 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 Anwendungsbereiche: Pet Food Palatability (Schmackhaftigkeit von Tiernahrung), Pet Nutrition (Tiernahrung), Pet Food Protection (Tiernahrungsmittelschutz) und Veterinary (Veterinärmedizin). Nach dem Motto „je näher, desto besser“ beliefert Pet Food seine Kunden von mehr als 20 Standorten rund um den Globus. Um die Futterakzeptanz, das Fressverhalten und die Interaktionen zwischen Tierhalter und Tier zu erforschen, unterhält der Geschäftsbereich vier Expertenzentren mit rund 1.000 eigenen Hunden und Katzen. Die tiernahrungsspezifischen Produkte von ADF/IDF wurden im Rahmen der Überführung der Segmente Flavor und Nutrition in das Segment Taste, Nutrition & Health dem Geschäftsbereich Pet Food zugeordnet.

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 135 Ländern. Scent & Care unterteilt sich in die drei globalen Geschäftsbereiche Fragrance, Cosmetic Ingredients und Aroma Molecules, in denen die Produkte in verschiedenen Anwendungsbereichen eingesetzt werden:

Fragrance: Die Zielsetzung des Geschäftsbereichs Fragrance ist es, „ein besseres Leben durch Duft“ zu vermitteln. Der Geschäftsbereich beschäftigt hochtalentierte 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.



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



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

Cosmetic Ingredients: Das Portfolio des Geschäftsbereichs Cosmetic Ingredients umfasst aktive Wirkstoffe, moderne Lösungen für die Produktkonservierung, wegweisenden Schutz gegen Sonnenstrahlung und negative Umwelteinflüsse, innovative Inhaltsstoffe für die Haarpflege, inspirierende Pflanzenextrakte, leistungsstarke Functionals und maßgeschneiderte Kosmetikfarben. Der einzigartige Ansatz des Geschäftsbereichs basiert auf mehr als 100 Jahren Erfahrung in der Entwicklung und Vermarktung kosmetischer Rohstoffe. Hinzu kommt seine Fähigkeit, das Beste aus Natur, Wissenschaft, Chemie sowie Haut- und Haarbeologie miteinander zu verbinden. Basierend auf intensiver Konsumentenforschung versteht der Geschäftsbereich die Bedürfnisse 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 119 Patentanmeldungen eingereicht, davon allein 9 im Jahr 2021.

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), dessen Volumen sich im Jahr 2021 nach Berechnungen des Marktforschungsinstituts IAL Consultants (12. Ausgabe, September 2020) auf 29,9 Mrd. € belaufen sollte. Zudem ist das Unternehmen mit den Geschäftsbereichen Cosmetic Ingredients und Aroma Molecules auf dem Markt für Aromachemikalien und kosmetische Inhaltsstoffe aktiv, der nach Berichten von IAL (2. Ausgabe, Dezember 2020) im Berichtsjahr ein Umsatzvolumen von circa 7,6 Mrd. € aufweisen sollte. Die Märkte sind in weiten Teilen durch gemeinsame Trends und Charakteristika gekennzeichnet. Der für Symrise relevante Markt (AFF¹-Markt) weist damit insgesamt eine Größe von 37,5 Mrd. € auf. Er wächst nach eigenen Schätzungen langfristig durchschnittlich um etwa 3 bis 4 % pro Jahr, im Jahr 2021 erreichte das Wachstum laut Schätzungen der IAL Consultants etwa 4,8 %.

Weltweit sind mehr als 500 Unternehmen am Markt aktiv, wobei die vier größten Anbieter – inklusive Symrise – zusammen einen Marktanteil von 54 % 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

¹ AFF-Markt: F & F-Markt (Flavors and Fragrances) zuzüglich Markt für Aromachemikalien und kosmetische Inhaltsstoffe

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 37,5 Mrd. € beträgt der Marktanteil von Symrise, gemessen am Umsatz des Jahres 2021, rund 10 %. 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 Nahrungsergänzungsmitteln, Sonnenschutzfiltern oder anderen kosmetischen Inhaltsstoffen steht Symrise zudem mit Unternehmen beziehungsweise einzelnen Produktbereichen dieser Unternehmen im Wettbewerb, die nicht zur klassischen AFF-Branche gehören.

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

ZIELE UND STRATEGIE

ZIELE

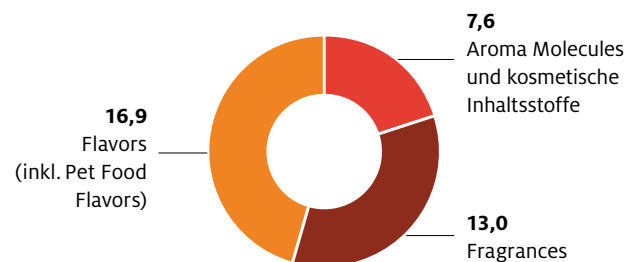
Symrise will langfristig seine Marktposition stärken und die Unabhängigkeit von Symrise sichern. Zugleich ist sich Symrise seiner Verantwortung für Umwelt, Mitarbeiter und Gesellschaft bewusst. Symrise beabsichtigt, seine Nachhaltigkeitsleistung in den Themenfeldern „Footprint“, „Innovation“, „Sourcing“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

- **Marktposition:** Der Umsatz von Symrise soll organisch langfristig mit 5 bis 7 % im Jahr (CAGR)¹ 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

¹ CAGR: Compound Annual Growth Rate = durchschnittliche jährliche Wachstumsrate

Marktgröße relevanter AFF-Markt 2021

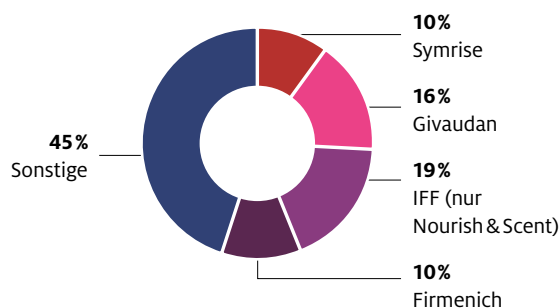
in Mrd. € (insgesamt etwa 37,5 Mrd. €)



Quellen: IAL (12. Ausgabe, FLA & FRA, September 2020), IAL (2. Ausgabe, AC/AM und CI, Dezember 2020)

Marktanteile AFF-Markt 2021

in % (Marktvolumen etwa 37,5 Mrd. €)



Quellen: Unternehmensdaten und eigene Schätzungen

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.

128

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

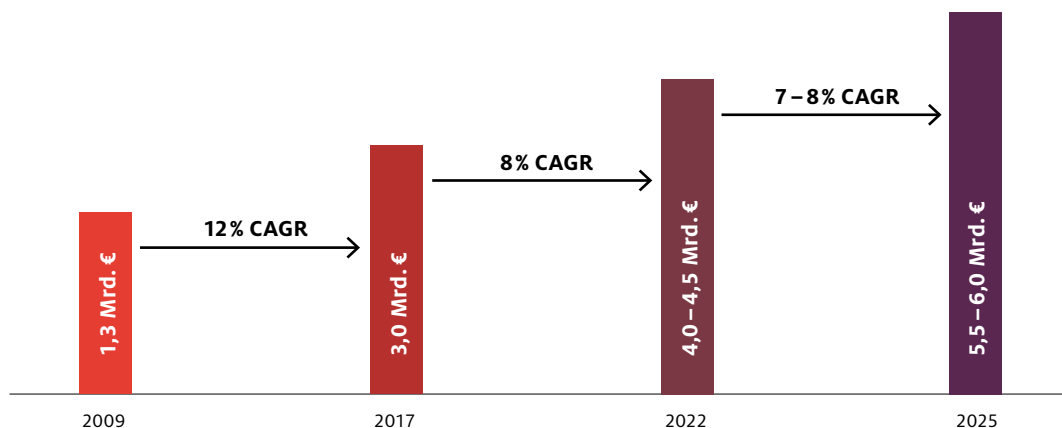
WERTORIENTIERTE STEUERUNG

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 (CAGR)¹. 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/2021/de/nachhaltigkeit-verantwortung/nachhaltigkeitsbilanz.html>.

¹ CAGR: Compound Annual Growth Rate = durchschnittliche jährliche Wachstumsrate

Ziele bis 2025

Umsatz in Mrd. €



FORSCHUNG UND ENTWICKLUNG

LEITLINIEN

In der Forschung & Entwicklung (F & E) verfolgt Symrise das strategische Ziel, die einzelnen Bausteine der Produktentwicklung wie Markt- und Konsumentenforschung, F & E sowie Kreation im gesamten Konzern zu vernetzen. Neue Produkte und Technologien werden frühzeitig durch eine enge Anbindung der F & E an Marketing und Anwendungsbereiche, Einkauf und Fertigung, Produktentwicklung sowie Qualitätssicherung und Fragestellungen im regulatorischen Bereich auf Umsetzbarkeit, Digitalisierung, Nachhaltigkeitsaspekte und Rentabilität geprüft. Strategische Forschungsfelder 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. Für jedes Projekt liegt ein Business-Plan vor, der eine genaue Projektbeschreibung inklusive der Projektkosten und des Ressourceneinsatzes enthält. Die Forschungs- und Entwicklungsprojekte werden auch anhand von Kriterien aus den vier Säulen der Nachhaltigkeitsstrategie (FISC) regelmäßig bewertet und entsprechend priorisiert. Dabei wurde im Jahr 2021 vor allem 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 zu diesem Zweck dem OP2B-Konsortium verschiedener Industrieunternehmen beigetreten. 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 Ressour-

ceneffizienz 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 (Indien), Paris (Frankreich), Antananarivo (Madagaskar), São Paulo (Brasilien) und Cuautitlan (Mexiko). Des Weiteren wurde am Standort in São Paulo ein Haarforschungszentrum eingerichtet. Darüber hinaus hat der Geschäftsbereich Cosmetic Ingredients seine Kernkompetenzen durch die Akquisition der Firma Cotech, Padua, Italien, um hochinnovative Hautmodelle für die hautbiologische Grundlagenforschung und für die Entwicklung neuer kosmetischer Aktivstoffe erweitert. Im Segment Taste, Nutrition & Health sind die F & E-Aktivitäten entsprechend der Geschäftsbereiche Food & Beverage, Pet Food sowie der kleineren Einheiten Aqua Feed und Probi 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 (BMWi) – 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 impôt recherche (CIR) oder andere öffentliche und private Förderinstitutionen unterstützt werden. Dabei spielen Themen in folgenden Bereichen eine wesentliche Rolle: Nachhaltigkeit, gezielte Erschließung von Informationsquellen über die Wirkung pflanzlicher Rohstoffe, Aufbau von Kulturen und Züchtung von Pflanzen mit besonderen geschmacklichen Eigenschaften, Erschließung und sen-

sorische 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 Forschungsk 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.
Sweetea (Universität Bonn, Hochschule Osnabrück, Fachhochschule Erfurt)	Inkulturnahme und Züchtung von pflanzlichen Rohstoffen für den Bereich süßmodulierender Geschmacks- und Aromenlösungen, gefördert durch das BMEL
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
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 Apfelextrakt Polyphenol (Applin™) in Zusammenarbeit mit dem Institut Diabetes & Nutritional Sciences am King's College
Leibniz-Institut für Katalyse (LIKAT), Rostock	Entwicklung einer biobasierten Variante von Pentylenglykol (Hydrolite® 5) basierend auf natürlichen Seitenströmen, die bei der Zuckerproduktion aus Zuckerrohr anfallen
Institut Charles Violette, Universität Lille, Frankreich	Untersuchung des Potenzials von Fisch-Hydrolysaten für die Regulierung des energetischen Gleichgewichts der physiologischen Körperfunktionen (Homöostase)
Arbeitsgemeinschaft Booster (LEMAR, Institut Européen de la Mer, Nutrineuro, INRA, Abyss ingrédients und Chancerelle)	Entwicklung bioaktiver Substanzen aus Fisch-Nebenprodukten für ein gesundes Altern von Menschen und Heimtieren
ONIRIS Flaveur	Entwicklung innovativer Analysemethoden für volatile Komponenten zur Akzeptanzverbesserung von Hundefutter
Institute for Food and Agricultural Research and Technology (IRTA), Barcelona, Spanien	Erforschung der Wirkung diätätischer Proteinhydrolysate auf den Energie-, Fett- und Protein-Stoffwechsel des europäischen Wolfsbarschs
Laval University/Institute of Nutrition & Functional Foods, Québec, Kanada	Untersuchung des probiotischen Einflusses von Polyphenolen aus Früchten und Gemüse, Entwicklung synergetischer Kombinationen probiotischer Polyphenole und Bakterien zur Modulierung der Biozönose der inneren Organe

SCHWERPUNKTE

Im Segment Taste, Nutrition & Health erfolgt die Umsetzung der Research- und Technology-Strategie auf der Basis von verschiedenen 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 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 2021 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. 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 pflanzenprotein-basierten Lebensmitteln gearbeitet. Ferner lag der Fokus auf Entwicklungen zur Verwertung des Knochenabfallstroms sowie von Gemüse- und Hühnernebenflüssen.

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 für Parfümerie nach den Gesichtspunkten der Grünen Chemie und auf Basis natürlicher und nachwachsender Rohstoffe durch geeignete Verfahren zu Naturextrakten. 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 neuen Produkten weiter ausgebaut. Im Bereich der Extraktion aus natürlichen Rohstoffen wurden neue Qualitäten entwickelt und in die Parfümeriepalette aufgenommen. Darüber hinaus wurden neue und nachhaltige Captives entwickelt, wie beispielweise Pearadise®, 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. Auch seine Neofresh-Plattform hat Symrise um Natural Neofresh® erweitert, um den Anspruch des Kunden an nachhaltige Produkte aus nachwachsenden Rohstoffen zu erfüllen.

Im Bereich Oral Care wurde ein neues Produkt entwickelt, das biotechnologische Verfahren mit dem Wissen über probiotische Wirkstoffe kombiniert. In der Anwendungstechnik wurden Technologien zur verbesserten Performance von Parfümölen entwickelt. Durch die Kombination der Expertise von Symrise in der Duftstoffentwicklung mit der von Pet Food wurde die Produktkategorie speziell für Hunde und Katzen weiterentwickelt.

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. Durch die wachsende Bevölkerung in großen Städten spielt das Thema Anti-Pollution eine immer bedeutendere Rolle. Auch hier profitiert Symrise von der engen Zusammenarbeit verschiedener Gruppen in der Fragrance und Cosmetic Ingredients Forschung. 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. So wurde beispielsweise mit Crinipan® PMC green ein Mittel entwickelt, das das Mikrobiom der Kopfhaut positiv beeinflusst und Kopfhautschuppen reduziert. Durch den Inhaltsstoff Anti-Dandruff auf natürlicher Rohstoffbasis wird eine Veränderung des Mikrobioms zugunsten einer gesunden Symbiose der Mikroorganismen mit den Hautzellen erzielt.

PATENTE UND AUSZEICHNUNGEN

Die Zahl eingereicherter Patente – 42 Neuanmeldungen im Jahr 2021– wird zur Messung der Innovationsergebnisse und -qualität herangezogen und dient der Evaluierung der globalen Abdeckung und Wettbewerbskraft.

Im Jahr 2021 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 SymDStress™ 100 als innovativen Kosmetikrohstoff in der Kategorie Rohmaterialien Sektion Anti-aging/Soothing. Hierbei handelt es sich um eine Kombination aus Cannabidiol (CBD), hergestellt aus einem Seiten-

Kernfunktionen der Forschung & Entwicklung bei Symrise



strom der Orangensaftindustrie, und dem besonders stark aufgereinigten Bisabolol (Dragosantol® 100). Diese Kombination reduziert nachweislich synergistisch Hautrötungen. Das natürliche Produkt Phytoconcentrole® Hemp CBD basierend auf Hanföl in Kombination mit CBD extrahiert aus Hanf wurde als natürlicher Rohstoff mit einen europäischen BSB Innovation Award ausgezeichnet. Das ebenfalls 2021 auf den Markt gebrachte Produkt Hydrolite® 7 green wurde aufgrund des innovativen und nachhaltigen Technologieansatzes gleich mit zwei Preisen bedacht: mit dem BSB Innovation Award in der Kategorie „Environment and Recipients section“ sowie dem Runner up 2021 GSK Environmental Supplier Award. 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.

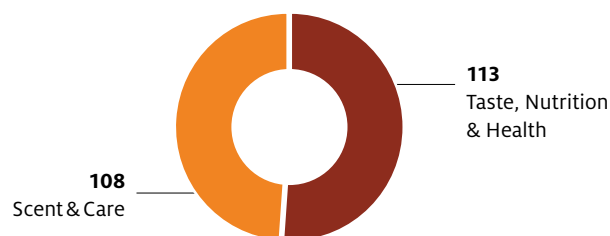
FORSCHUNGS- UND ENTWICKLUNGS-AUFWAND

Die Gesamtaufwendungen für F & E beliefen sich im Geschäftsjahr 2021 auf 221 Mio. € (Vorjahr: 212 Mio. €); dies entspricht einem Anteil von 5,8 % am Umsatz (Vorjahr: 6,0 %). Im Vergleich zum Vorjahr lagen die Ausgaben für F & E im Berichtsjahr 4 % über dem Niveau des Vorjahres und haben sich somit leicht unterproportional zum ursprünglich geplanten Umsatz entwickelt. Aufgrund der positiven Umsatzentwick-

lung 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.

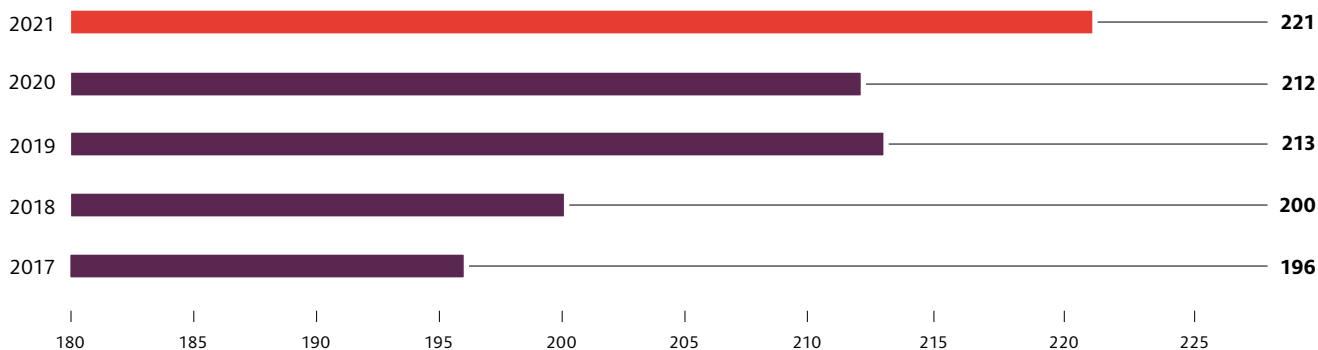
Die Aktivierungsquote bei den Forschungs- und Entwicklungsleistungen blieb 2021 wie im Vorjahr unwesentlich, da die Bedingungen für eine Aktivierung in der Regel erst zum Ende eines Projekts erfüllt sind, sodass ein Großteil der angefallenen Entwicklungsaufwendungen ergebniswirksam erfasst wird.

F & E-Aufwand 2021 nach Segmenten in Mio. €



133

F & E-Aufwand 2017–2021 in Mio. €



MITARBEITER

STRUKTUR DER BELEGSCHAFT

Der Symrise Konzern beschäftigte zum 31. Dezember 2021 weltweit 11.151 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter (ohne Trainees und Auszubildende). Im Vergleich zum Vorjahresultimo (31. Dezember 2020: 10.531 Mitarbeiter) entspricht dies einem Anstieg um 620 Mitarbeiter. Am größten war die Erhöhung der Mitarbeiterzahl im Segment Taste, Nutrition & Health (+368 Mitarbeiter). Die Zahl der Auszubildenden und Trainees lag mit 125 jungen Menschen unter dem Vorjahreswert von 134.

Die demografische Entwicklung der Belegschaft wird von Symrise kontinuierlich beobachtet. Sie wird sich in den nächsten zehn Jahren sehr stetig vollziehen. Die jährliche Personalreduktion durch den Eintritt in das Rentenalter liegt bis zum Jahr 2022 bei etwa 1 bis 2 % der Belegschaft. 37 % der Mitarbeiter des Symrise Konzerns sind bereits zehn Jahre oder länger für das Unternehmen tätig, in Deutschland sind es sogar 58 %. Die Fluktuationsrate der Mitarbeiter blieb an den deutschen Standorten auch im Jahr 2021 mit 2,3 % auf sehr niedrigem Niveau, weltweit belief sie sich auf 6,4 %.

PERSONALSTRATEGIE

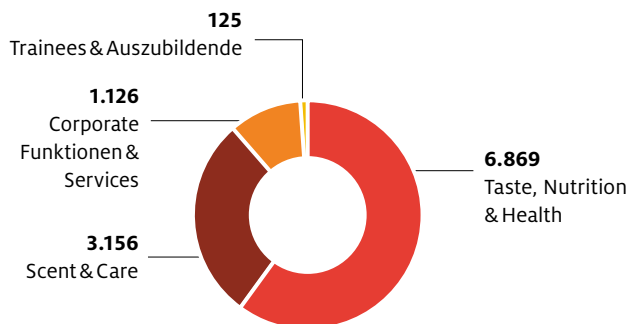
Mit der Personalstrategie wird das Wachstum von Symrise unterstützt und sichergestellt, dass die benötigten Kompetenzen für die Segmente zur Verfügung stehen. Ein besonderer Schwerpunkt liegt dabei auf einer weltweit effizienten digitalen Abbildung der Kernprozesse des Personalmanagements.

Konzernstrategische Entwicklung von Führungskräften und Mitarbeitern

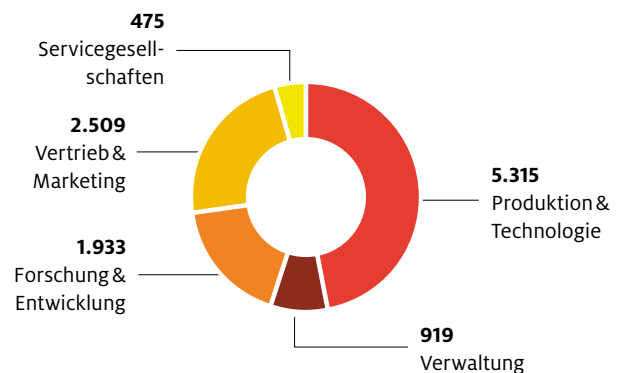
Seit Mitte 2020 hat Symrise den neuen Karriereentwicklungs- und Nachfolgeplanungsprozess digital für die ersten beiden Managementebenen sowie verschiedene Fokusgruppen wie beispielsweise Flavoristen und Key Account Manager weltweit aufgesetzt. Ziel dieses segmentübergreifenden Programms ist, die berufsbezogenen Kompetenzen der Mitarbeiter zu schärfen und weiterzuentwickeln, Talente zu identifizieren und für die Übernahme von Verantwortung in Schlüsselpositionen bei Symrise 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.

134

Anzahl der Mitarbeiter nach Segmenten



Anzahl der Mitarbeiter nach Funktionen



Insgesamt waren im Jahr 2020 rund 1.700 Mitarbeiter aus allen Regionen und beiden Segmenten in diesen Talententwicklungsprozess einbezogen. Dabei versteht Symrise Karriereentwicklung als ein Angebot für die Mitarbeiter mit einem strukturierten Feedback. 75 % der einbezogenen Mitarbeiter hatten ein direktes Interesse, mit ihrem Vorgesetzten und dem Personalbereich in einen Dialog zu ihrer Entwicklung einzutreten, was angesichts der corona-bedingten Kommunikationsherausforderungen als Erfolg zu werten ist. Der Prozess erbrachte wertvolle Ergebnisse:

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

Im Jahr 2021 hat Symrise diesen Prozess fortgeführt. Der Fokus lag dabei auf den Entwicklungsgesprächen und der Umsetzung der Entwicklungsmaßnahmen sowie der Nachfolgeplanung. Die Definition für die Identifizierung neuer und die Validierung bestehender Schlüsselpositionen hat Symrise konkretisiert. Für das Jahr 2022 ist geplant, den Prozess weiter zu optimieren und für eine größere Mitarbeitergruppe zur Verfügung zu

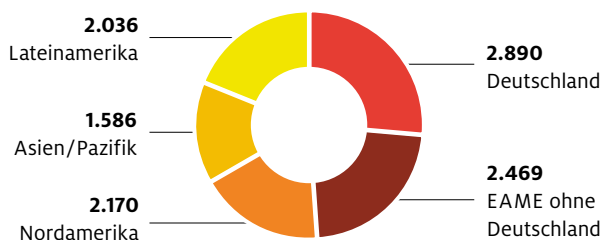
stellen. Die Möglichkeit, einen Entwicklungsplan mit der Führungskraft zu besprechen und abzustimmen, besteht weiterhin für alle Mitarbeiter seit der Einführung im Jahr 2020.

Im Dezember 2021 hat Symrise den Themenbereich „modernes und digitales Lernen“ weiter ausgebaut. Den Mitarbeitern wurden ein neues, weltweit verfügbares „Lern-Management System“ (LMS) sowie eine Digitale Lernplattform („Skillsoft“) zur Verfügung gestellt. Beide Tools sollen die Brücke schließen zwischen dem konzernweiten Kompetenz-Entwicklungsbedarf, den individuellen Entwicklungsplänen der Mitarbeiter und einem modernen Angebot an Trainingsmaßnahmen, das das lebenslange Lernen unterstützt. Die Trainingsinhalte sind verschiedenen Themenbereichen zugeordnet, wie beispielsweise Führungskräfte trainings, effizientes und effektives Arbeiten, Sprachtrainings, Projektmanagement oder Arbeitssicherheit und Nachhaltigkeit. Das Thema „social learning“ wird in den kommenden Jahren ebenfalls eine höhere Bedeutung erhalten – die Grundlage hierfür wurde durch die Einführung von Microsoft 365 und die Applikation „MS Teams“ geschaffen.

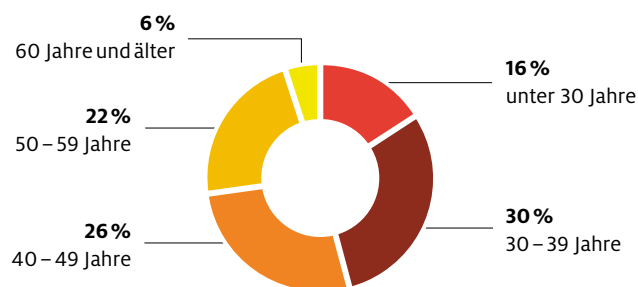
Konzernstrategische Entwicklung von weiblichen Führungskräften

Wer im Wettbewerb bestehen will, muss das Potenzial seiner Beschäftigten ausschöpfen. Es liegt deshalb im ureigenen Interesse von Symrise, auf allen Führungsebenen die besten Frauen und Männer einzusetzen. Frauen sind jedoch bislang in

Anzahl der Mitarbeiter nach Regionen



Altersstruktur der Belegschaft in %



Führungspositionen seltener vertreten als Männer. Symrise hat sich ambitionierte Ziele gesetzt, dies langfristig und dauerhaft zu verändern. Symrise hat daher, als Teil seiner Personalstrategie, besonderes Augenmerk auf die Karrieren von Frauen gelegt.

Um die Potenziale von Frauen bei Symrise besser einzusetzen, plant das Unternehmen eine Strategie zu entwickeln, wie Symrise die Karrieren seiner weiblichen Beschäftigten voranbringen kann. In einem ersten Schritt wurde 2021 eine gründliche Bestandsaufnahme vorgenommen. Gleichzeitig wurden Gespräche mit Potenzialträgerinnen in unterschiedlichsten Senioritäts- und Altersstufen geführt. Die daraus gezogenen Erkenntnisse wird Symrise 2022 in einem Maßnahmenplan für die weitere Entwicklung der Potenzialträgerinnen zusammenführen und umsetzen.

Vergütungsgerechtigkeit für Frauen und Männer

Im Jahr 2021 hat Symrise an seinem größten Standort in Deutschland mit den meisten 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 zeigt sich, 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.

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 2021 waren an den deutschen Standorten insgesamt 125 Auszubildende und Trainees beschäftigt.

Die Ausbildung dauert je nach Berufsbild etwa zwei bis drei Jahre. Alle Auszubildenden werden nach Abschluss der Ausbildung zumindest zeitweise übernommen, wenn sie die Min-

136



destanforderungen an den Ausbildungserfolg erfüllen. Mit unserem 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 und im Vertrieb.

Seine Ausbildungskapazitäten hat Symrise so ausgerichtet, dass jährlich etwa 40 junge Menschen ihre Ausbildung bei Symrise beginnen können. 24 davon werden in chemisch-technischen Berufen ausgebildet, weitere etwa zehn in technischen Berufen und in der Logistik sowie zehn junge Menschen in kaufmännischen 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. 2021 hat in Braunschweig der zweite Jahrgang der Fachkraft für Lebensmitteltechnik die Ausbildung aufgenommen, in Nördlingen werden regelmäßig Destillateure/innen ausgebildet und in Holzminden wird seit 2021 die Ausbildung technische/r Produktdesigner/in angeboten. Des Weiteren haben 14 junge Menschen in Kooperation mit der Kreisvolkshochschule Holzminden die Ausbildungsmaßnahme zur Produktionsfachkraft Chemie im Juni 2021 erfolgreich abgeschlossen und wurden größtenteils in ein Arbeitsverhältnis übernommen und verstärken somit die Mischbetriebe. So wirkt Symrise konsequent dem demografischen Wandel im Unternehmen entgegen. Ferner bereitet Symrise zurzeit die Ausbildung in IT-bezogenen Berufen im Unternehmen für das Jahr 2022 vor.

Grundsätzlich bietet Symrise in allen seinen Regionen reichhaltige Schulungsprogramme an. Aufgrund der Corona-Pandemie ist jedoch für das Jahr 2021 kein sinnvoller Vergleich der Schulungsmaßnahmen mit dem Vorjahr möglich, da zum einen Präsenzs Schulungen zum Schutz der Gesundheit unserer Mitarbeiter abgesagt beziehungsweise verschoben wurden. Zum anderen hat Symrise kurzfristig außerhalb seines Learning-Management-Systems Mitarbeiter mit einem e-Learning-Angebot versorgt, um bei corona-bedingt rückläufigem Arbeitsvolumen Zeiten sinnvoll zu nutzen.

Neben den allgemeinen Trainingsinhalten qualifiziert Symrise seine Mitarbeiter üblicherweise auch durch Auslandsentsendungen. Durch die corona-bedingten Reisebeschränkungen wurden diese im Jahr 2021 allerdings zurückgestellt.

In einer eigenen Flavoristen- und Parfümeurs-Schule 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 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.

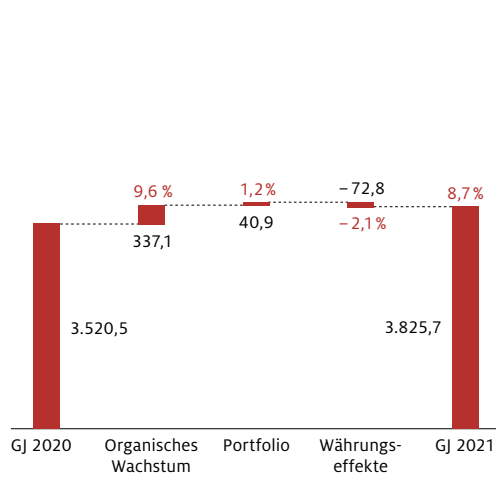
In Deutschland orientiert sich Symrise an den Entgelterhöhungen der chemischen Industrie. Im Jahr 2021 haben die Mitarbeiter im Juli 2021 eine über den Tarifierhöhungen liegende Entgelterhöhung von 2,0 % erhalten.

Darüber hinaus wird Symrise seine Mitarbeiter im Tarifbereich in Deutschland für das Jahr 2021 am Unternehmenserfolg beteiligen. Die Erfolgsbeteiligung liegt bei einer Zielerreichung von 100 % des EBITDA bei 600 € bei Vollzeitarbeit (anteilig bei Teilzeitarbeit). Leistung soll sich lohnen. Mit dieser Erfolgsbeteiligung wird die überzeugende Leistung am Standort Deutschland honoriert. Darüber hinaus wurde den Tarifmitarbeitern eine Corona-Sonderprämie in Höhe von 500 € gewährt.

Im außertariflichen Bereich gilt für etwa 300 Führungskräfte mit globaler oder regionaler Verantwortung ein gesonderter sogenannter Global Performance Bonus-Plan. Dieser unterstützt das Erreichen der gesetzten Unternehmensziele durch eine ergebnis- und leistungsorientierte variable Vergütung. Außerdem werden die Mitarbeiter im Bereich der Kreation ebenfalls in dieses Führungs- und Incentive-System einbezogen.

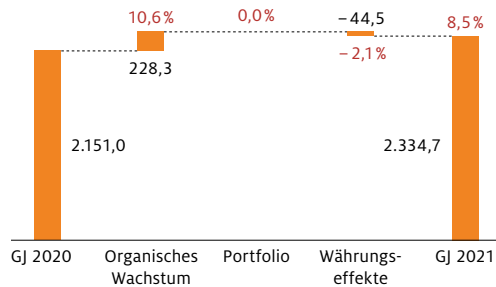
Wirtschaftsbericht

KONZERN Umsatz in Mio. €



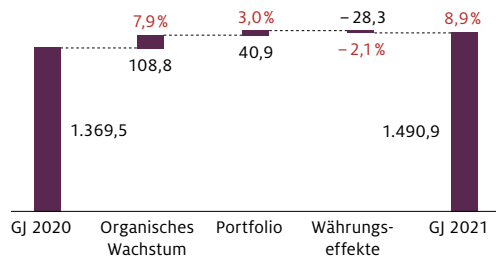
in Mio. €	GJ 2020	GJ 2021	Veränderung in %
Bruttoergebnis vom Umsatz	1.390,5	1.478,8	6,4
EBITDA	742,1	813,6	9,6
EBITDA-Marge	in %	21,3	
EBIT	487,5	559,0	14,7
EBIT-Marge	in %	14,6	
Abschreibungen auf Sachanlagen	136,7	140,5	2,8
Abschreibungen auf immat. VG	117,9	114,1	-3,2
Finanzergebnis	-64,0	-42,8	-33,1
Ergebnis vor Ertragsteuern	423,6	516,2	21,9
Konzerngewinn ¹	306,9	374,9	22,2
Ergebnis je Aktie ²	in €	2,74	21,1
Forschungs- & Entwicklungsaufwand	212,3	220,7	4,0
Investitionen	158,5	173,7	9,6
Business Free Cashflow in % vom Umsatz	16,0	12,7	

TASTE, NUTRITION & HEALTH Umsatz in Mio. €



in Mio. €	GJ 2020	GJ 2021	Veränderung in %
EBITDA	470,6	531,1	12,9
EBITDA-Marge	in %	22,7	
EBIT	294,7	357,9	21,4
EBIT-Marge	in %	15,3	

SCENT & CARE Umsatz in Mio. €



in Mio. €	GJ 2020	GJ 2021	Veränderung in %
EBITDA	271,5	282,6	4,1
EBITDA-Marge	in %	19,0	
EBIT	192,8	201,1	4,3
EBIT-Marge	in %	13,5	

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

1 entfällt auf die Aktionäre der Symrise AG
2 unverwässert

UNTERNEHMENSENTWICKLUNG IM ÜBERBLICK WICHTIGE EREIGNISSE

Im Rahmen einer strategischen Neuausrichtung wurden im April 2021 die beiden Segmente Flavor und Nutrition in ein neu strukturiertes Segment überführt und gleichzeitig umbenannt in Taste, Nutrition & Health. Diese Überführung der bisher separat operierenden Segmente Flavor und Nutrition war vor allem aufgrund der weiteren Ausrichtung an den Bedürfnissen der Kunden von Symrise und der daraus resultierenden Kundenbindung erforderlich und reflektiert die Überschneidung bei Rohstoffen, Produktionsprozessen und Kunden. Technologien sowie Produktwissen und -kompetenz werden gebündelt, um einen optimalen Service zu gewährleisten und damit die Kundenzufriedenheit zu erhöhen. Dies geschieht mit der Absicht, die eigene Wettbewerbsfähigkeit zu steigern und langfristig Beschäftigung zu sichern und auszubauen. In diesem Zusammenhang wurden die Vorjahreszahlen in den folgenden Darstellungen zusammengefasst.

Mit Wirkung zum 20. September 2021 ist die Symrise AG im Zuge der Erweiterung des deutschen Leitindex DAX® von 30 auf 40 Unternehmen in den DAX® aufgenommen worden. Nachdem Symrise bereits 14 Jahre kontinuierlich im MDAX® gelistet war, stieg das Unternehmen mit einer Marktkapitalisierung von über 16 Mrd. € in den Leitindex auf.

Im Geschäftsjahr 2021 setzte der Symrise Konzern seine Wachstumsstrategie auch durch ein zielgerichtetes Portfoliomanagement fort.

Auch im Jahr 2021 hat die Corona-Pandemie zu einem veränderten Konsumentenverhalten und Verschiebungen im Portfolio geführt, mit deutlichen Steigerungsraten in den Bereichen Feinparfümerie, Getränke und Pet Food.

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

Der Symrise Konzern erzielte im Geschäftsjahr 2021 einen Umsatz von 3.826 Mio. €. Im Vergleich zum Vorjahr stiegen die Erlöse um 8,7 % in Berichtswährung. Ohne Berücksichtigung von Portfolio-Effekten beträgt das organische Umsatzwachstum 9,6 %. Das Ergebnis vor Zinsen, Steuern, Abschreibungen auf Sachanlagen und auf immaterielle Vermögenswerte (EBITDA) belief sich auf 814 Mio. € und lag damit deutlich über dem Vorjahreswert von 742 Mio. €. Dies entspricht einer Marge bezogen auf den Umsatz von 21,3 % (Vorjahr: 21,1 %).

Der Konzerngewinn beträgt 375 Mio. € und liegt damit 68 Mio. € über dem Wert des Vorjahres. Das Ergebnis je Aktie erhöhte sich auf 2,74 € (2020: 2,27 €).

Vor dem Hintergrund dieser positiven Entwicklung wird der Vorstand der Symrise AG in Abstimmung mit dem Aufsichtsrat der Hauptversammlung am 3. Mai 2022 vorschlagen, die Dividende von 0,97 € im Vorjahr auf 1,02 € je Aktie für das Geschäftsjahr 2021 anzuheben.

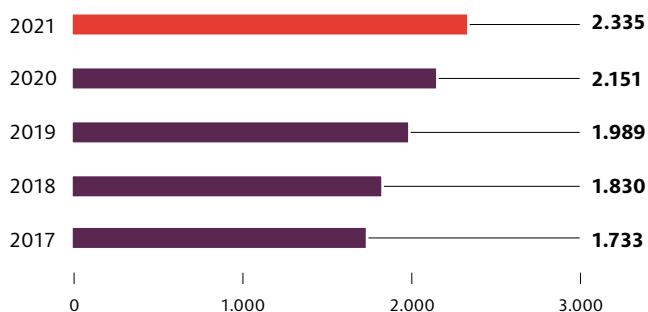
139

Zielerreichung 2021

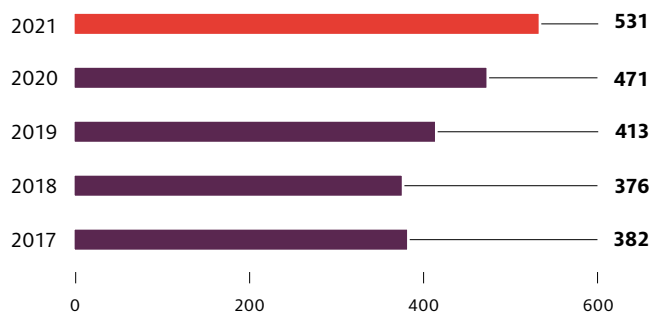
Umsatzwachstum (währungsbereinigt)	Ziel zu Beginn des Geschäftsjahres	5–7 %	Erreichter Wert	9,6 %*
EBITDA-Marge		rund 21 %		21,3 %
Nettoverschuldung (inkl. Rückstellungen für Pensionen und ähnliche Verpflichtungen sowie Leasingverbindlichkeiten) / EBITDA (Ohne Akquisitionen)		zwischen 2,3 und 2,5		2,4
Business Free Cashflow		> 14 %		12,7 %

* Organisches Wachstum ohne Sensient

Segment Taste, Nutrition & Health Umsatz in Mio. €



Segment Taste, Nutrition & Health EBITDA in Mio. €



VERGLEICH DES TATSÄCHLICHEN MIT DEM PROGNOTIZIERTEN GESCHÄFTSVERLAUF

Zu Beginn des Geschäftsjahres 2021 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 über 7%, im weiteren Verlauf auf rund 9% erhöht. Schätzungen von IAL Consulting zufolge betrug das Marktwachstum pandemie-bedingt im Jahr 2021 etwa 4,8%.

140

Für 2021 hatte Symrise, trotz leicht steigender Rohstoffpreise, eine EBITDA-Marge von rund 21% erwartet. Im Laufe des Geschäftsjahres wurde die Erwartung zur EBITDA-Marge auf über 21% angehoben. Die Verschuldung, gemessen anhand der Kennzahl Nettoverschuldung (inklusive Rückstellungen für Pensionen und ähnliche Verpflichtungen sowie Leasingverbindlichkeiten) zu EBITDA sollte in der Spanne von 2,3 bis 2,5 liegen. Der Business Free Cashflow sollte 2021 einen Wert von größer als 14% bezogen auf den Umsatz erreichen.

Mit einem Umsatzanstieg von 9,6% (ohne Berücksichtigung von Portfolio- und Währungseffekten) hat Symrise das Umsatzziel im Jahr 2021 deutlich übertroffen. Die EBITDA-Marge liegt mit 21,3% in der für 2021 erwarteten Bandbreite, ebenso die Nettoverschuldung mit dem 2,4-fachen EBITDA. Der Business Free Cashflow lag zum Stichtag bei 12,7%. Aufgrund des Cyber Security-Angriffs zum Jahresende 2020, des starken Umsatzwachstums im Berichtsjahr sowie eines Aufbaus von Sicherheitsbeständen zum Jahresende 2021 konnte Symrise das Ziel nicht ganz erreichen.

ENTWICKLUNG IN DEN SEGMENTEN UND REGIONEN

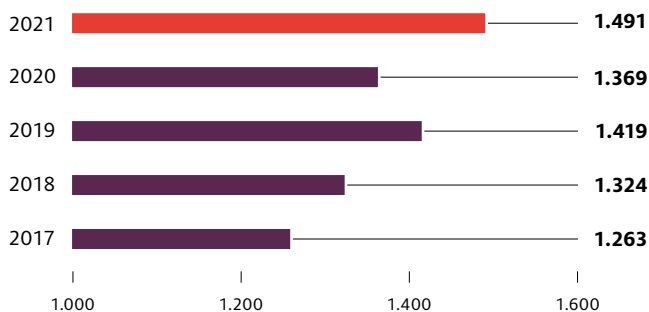
SEGMENT TASTE, NUTRITION & HEALTH

Das Segment Taste, Nutrition & Health verzeichnete 2021 eine Normalisierung des Konsumentenverhaltens aufgrund des Fortschritts in der Bekämpfung der Corona-Pandemie. Unter Berücksichtigung von Wechselkurseffekten belief sich der Umsatz in Berichtswährung auf 2.335 Mio. €. Gegenüber dem Vorjahr entspricht dies einem Anstieg um 8,5% beziehungsweise einem organischen Zuwachs um 10,6%.

Der Geschäftsbereich Food & Beverage erreichte in allen Regionen ein hohes ein- bis niedriges zweistelliges prozentuales Umsatzwachstum. Ein außergewöhnlich starkes Ergebnis erzielte der Anwendungsbereich Getränke, der von einem Anstieg des Außer-Haus-Verzehrs und einer dadurch bedingt höheren Nachfrage nach Getränken profitierte. Eine seit Pandemiebeginn gesteigerte Nachfrage nach würzigen Produkten verhalf diesem Anwendungsbereich zu einer besonders positiven Dynamik. Das Süßwarengeschäft verzeichnete ein leichtes Umsatzwachstum und auch der Anwendungsbereich Naturals trug mit einem hohen einstelligen Wachstum zum Umsatzanstieg bei.

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

Segment Scent & Care Umsatz in Mio. €



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

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

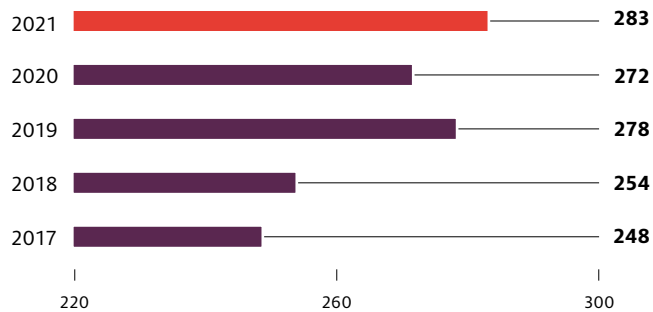
EBITDA Taste, Nutrition & Health: Das EBITDA des Segments Taste, Nutrition & Health betrug im Berichtsjahr 531 Mio. € und lag damit deutlich über dem Wert des Vorjahres (2020: 471 Mio. €). Die EBITDA-Marge in Höhe von 22,7% übertraf ebenfalls das Niveau des Vorjahres (2020 EBITDA-Marge: 21,9%).

SEGMENT SCENT & CARE

Im Geschäftsjahr 2021 erzielte das **Segment Scent & Care** einen Umsatz von 1.491 Mio. €. Im Vorjahresvergleich entspricht dies einem Zuwachs um 8,9%. Ohne Berücksichtigung von Portfolio- und Währungseffekten belief sich das organische Umsatzwachstum auf 7,9%. Der Portfolioeffekt aus der Akquisition von Sensient in den letzten neun Monaten des Geschäftsjahres 2021 betrug 40,9 Mio. €.

Die Fragrance-Aktivitäten verbuchten ein solides einstelliges prozentuales organisches Wachstum mit Umsatzsteigerungen in allen Regionen und Anwendungsbereichen. Der Geschäftsbereich Fragrance profitierte insbesondere von einer starken Nachfrage im Anwendungsbereich der Feinparfümerie. Getrieben durch die Wiederaufnahme des internationalen

Segment Scent & Care EBITDA in Mio. €



Reiseverkehrs einerseits sowie die Normalisierung der Konsumentennachfrage nach Ende der Ausgangsbeschränkungen andererseits erholte sich die Nachfrage in diesem Bereich. Auch die Anwendungsbereiche Consumer Fragrance und Oral Care entwickelten sich erfreulich und steigerten den Umsatz gegenüber den außergewöhnlich hohen Vorjahreswerten erneut. Beide Bereiche wuchsen organisch jeweils im prozentual einstelligen Bereich.

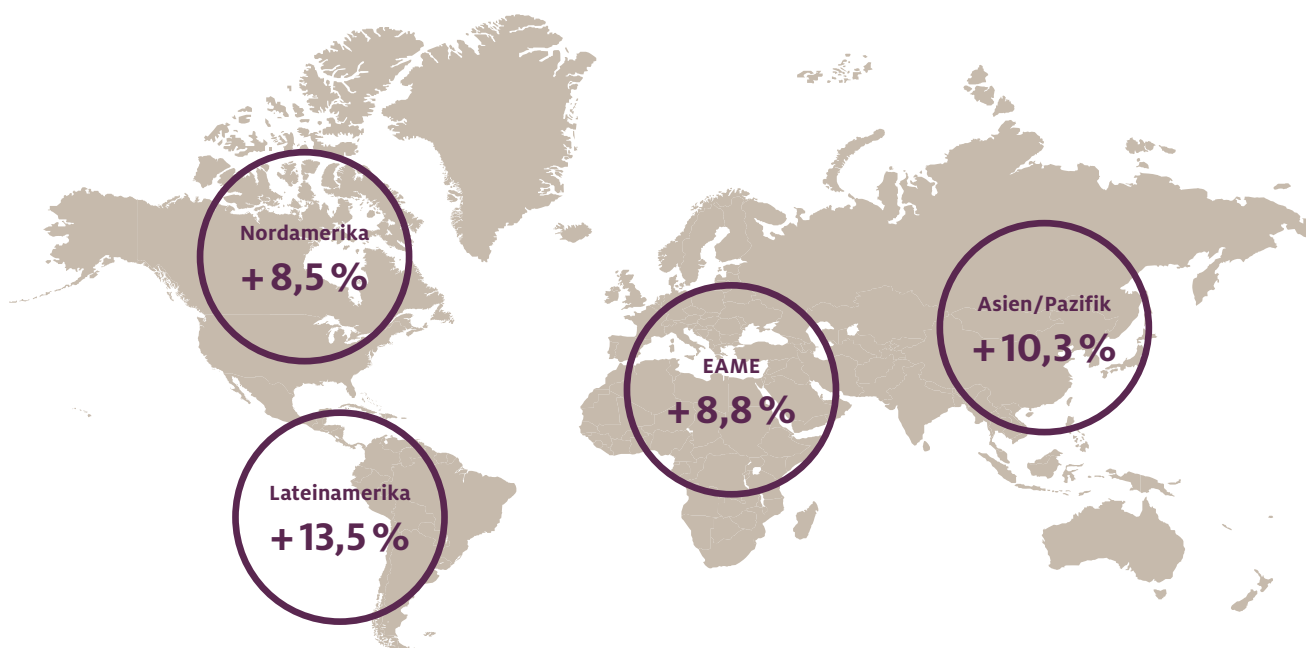
Die starke Nachfrage nach Duftstoffen und Menthol führte im Geschäftsbereich Aroma Molecules zu einer guten Umsatzentwicklung mit einem Zuwachs im hohen einstelligen Bereich. Die höchsten Zuwächse erzielten dabei die Regionen Nordamerika sowie Asien/Pazifik mit prozentual zweistelligem organischem Wachstum. Der Anwendungsbereich Menthol legte aufgrund einer anhaltend robusten Nachfrage und erfolgreichen Kapazitätserweiterungen prozentual zweistellig zu.

Der Geschäftsbereich Cosmetic Ingredients profitierte ebenfalls von der gestiegenen Reisetätigkeit sowie der Nachfrage nach hochwertigen Kosmetikprodukten. Der hohe Bedarf an Sonnenschutzprodukten sowie Produkten mit aktiven kosmetischen Wirkstoffen führte zu hohen organischen Zuwächsen im zweistelligen prozentualen Bereich. Alle Regionen entwickelten sich dynamisch mit prozentual zweistelligen Umsatzzuwächsen.

EBITDA Scent & Care: Scent & Care erwirtschaftete 2021 mit 283 Mio. € ein um 4,1% höheres EBITDA als im Vorjahr (2020: 272 Mio. €). Die EBITDA-Marge belief sich auf 19,0%, nach 19,8% im Jahr 2021.

Entwicklung in den Regionen

(organisches Umsatzwachstum)



142

ENTWICKLUNG IN DEN REGIONEN

Das Geschäft in der Region EAME entwickelte sich erfreulich und nahm im Vorjahresvergleich organisch um 8,8% zu. In Nordamerika konnte der Umsatz organisch um 8,5% gesteigert werden. Die Region Asien/Pazifik erreichte im Vorjahresvergleich ein hohes organisches Umsatzwachstum von 10,3%. Die Umsatzentwicklung in Lateinamerika verlief dynamisch und verzeichnete einen organischen Zuwachs von 13,5% im Vergleich zum Vorjahr.

ERTRAGSLAGE

ENTWICKLUNG WESENTLICHER POSTEN DER GEWINN- UND VERLUSTRECHNUNG

Die Ergebnisentwicklung im Geschäftsjahr 2021 verlief im zweiten Pandemiejahr insgesamt gut. Die Herstellungskosten erhöhten sich leicht überproportional zum Umsatz, da sowohl die Rohstoff- als auch die Fertigungskosten anstiegen. Die Bruttomarge betrug im Berichtsjahr 38,7% und lag damit um 0,8 Prozentpunkte unterhalb des Vorjahresniveaus (39,5%). Der Anteil der Vertriebskosten am Konzernumsatz belief sich auf 14,7%, nach 15,2% im Vorjahr. Die F & E-Quote erreichte

5,8% (Vorjahr: 6,0%) des Umsatzes. Die Entwicklung der Vertriebs- und F&E-Kosten ist im Vorjahresvergleich vor allem auf reduzierte Aktivitäten wie Reisen, Messen, Tagungen, usw. im Zuge der Corona-Pandemie zurückzuführen. Der Verwaltungskostenanteil am Konzernumsatz blieb mit 5,8% stabil.

Der Anstieg bei den sonstigen betrieblichen Erträgen ist vor allem auf einen positiven Sondereffekt aus der Veräußerung des Color-Geschäfts in Höhe von 12,5 Mio. € sowie die Erfassung des negativen Unterschiedsbetrags aus der Kaufpreisallokation des Unternehmenserwerbs Sensient in Höhe von 20,8 Mio. € zurückzuführen.

Des Weiteren sind im Geschäftsjahr 2021 einmalige Kosten im Zusammenhang mit dem Erwerb und der Veräußerung von Unternehmen bzw. Unternehmensteilen in Höhe von 8,7 Mio. € angefallen.

Die EBITDA-Marge lag mit 21,3% leicht über dem Vorjahreswert von 21,1%.

Prognosebericht

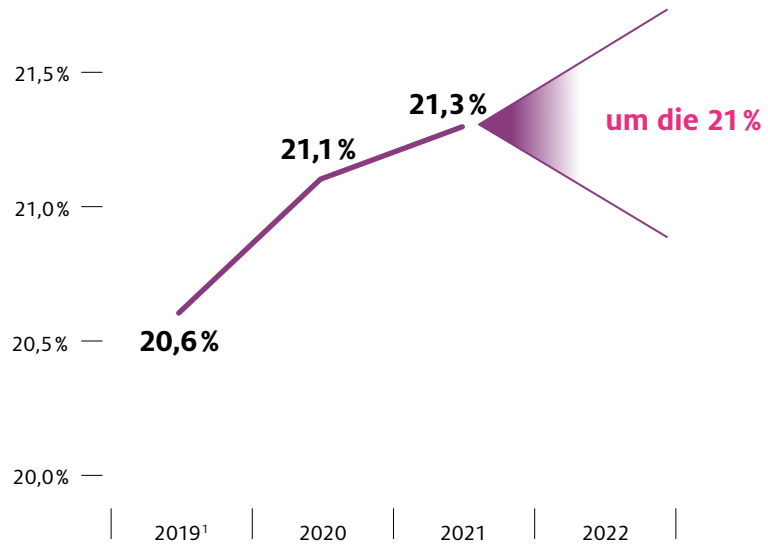
GRUNDLAGEN

Globales
Wirtschaftswachstum
4,1 %

Marktwachstum
3 – 4 %

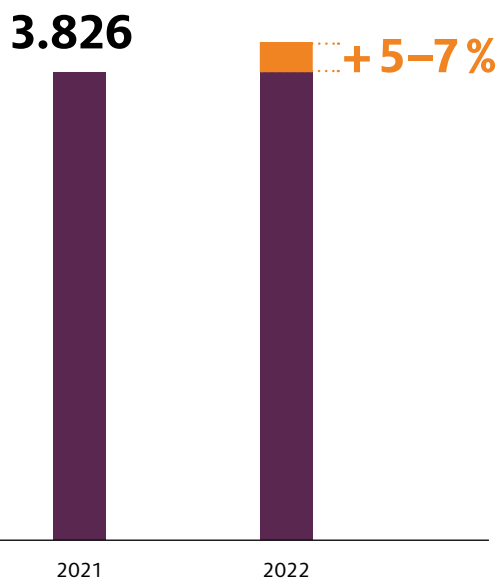
Rohstoffpreise
spürbar steigend

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
~ 14 %

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

EBITDA
2,5 – 2,7

Investitionen
in Relation zum Umsatz
~ 5 %

KÜNFTIGE UNTERNEHMENSENTWICKLUNG

Für das Jahr 2022 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 2022 erreicht werden soll.

Zur weiteren Steigerung des Ergebnisses werden ein diszipliniertes Kostenmanagement und der Fokus auf margenstarke Geschäfte fortgeführt. Dazu gehören beispielsweise Initiativen zur Reduzierung der Komplexität von Prozessen und Abläufen und die Entwicklung innovativer, nachhaltiger Produkte und Technologien. Unter der Annahme spürbar steigen der Rohstoffkosten geht der Konzern für 2022 von einer EBITDA-Marge von um die 21 % aus. Der Quotient aus Nettoverschuldung (inklusive Rückstellungen für Pensionen und ähnliche Verpflichtungen sowie Leasingverbindlichkeiten) zu EBITDA(N) soll Ende 2022 zwischen 2,5 und 2,7 liegen. Für den Business Free Cashflow strebt der Konzern für 2022 eine Quote bezogen auf den Umsatz von um die 14 % an.

144

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€	2020	2021
Umsatzerlöse	3.520.451	3.825.691
Herstellungskosten	- 2.129.973	- 2.346.860
Bruttoergebnis vom Umsatz	1.390.478	1.478.831
Vertriebskosten	- 533.527	- 563.715
Forschungs- und Entwicklungsaufwendungen	- 212.297	- 220.742
Verwaltungskosten	- 203.194	- 220.995
Sonstige betriebliche Erträge	50.767	85.796
Sonstige betriebliche Aufwendungen	- 8.239	- 4.936
Ergebnis aus at equity bilanzierten Unternehmen	3.525	4.716
Betriebsergebnis/EBIT	487.513	558.955
Finanzerträge	3.471	3.681
Finanzaufwendungen	- 67.422	- 46.444
Finanzergebnis	- 63.951	- 42.763
Ergebnis vor Ertragsteuern	423.562	516.192
Ertragsteuern	- 108.611	- 131.160
Konzerngewinn	314.951	385.032
davon entfällt auf Aktionäre der Symrise AG	306.873	374.924
davon entfällt auf nicht beherrschende Anteile	8.078	10.108
Ergebnis je Aktie (in €)		
unverwässert	2,27	2,74
verwässert	2,22	2,70

Konzernbilanz

In T€	31. Dezember 2020	31. Dezember 2021
VERMÖGENSWERTE		
Kurzfristige Vermögenswerte		
Zahlungsmittel und kurzfristige Einlagen	725.136	453.808
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	600.795	729.941
Vorräte	862.887	987.961
Sonstige Vermögenswerte und Forderungen	79.824	96.076
Übrige finanzielle Vermögenswerte	15.175	11.335
Tatsächliche Ertragsteuerforderungen	15.922	46.357
Zur Veräußerung gehaltene Vermögenswerte	0	4.434
	2.299.739	2.329.912
Langfristige Vermögenswerte		
Immaterielle Vermögenswerte	2.194.060	2.481.917
Sachanlagen	1.205.214	1.320.935
Sonstige Vermögenswerte und Forderungen	19.531	16.959
Übrige finanzielle Vermögenswerte	16.823	275.661
Anteile an at equity bilanzierten Unternehmen	80.354	114.629
Latente Steueransprüche	124.048	102.725
	3.640.030	4.312.826
AKTIVA	5.939.769	6.642.738

Konzernbilanz

In T€	31. Dezember 2020	31. Dezember 2021
VERBINDLICHKEITEN		
Kurzfristige Verbindlichkeiten		
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	334.178	412.786
Finanzverbindlichkeiten	9.666	353.743
Leasingverbindlichkeiten	22.234	21.800
Sonstige Verbindlichkeiten	205.739	250.417
Sonstige Rückstellungen	15.309	12.082
Übrige finanzielle Verbindlichkeiten	2.459	10.357
Tatsächliche Ertragsteuerverbindlichkeiten	67.253	81.162
Verbindlichkeiten im Zusammenhang mit zur Veräußerung gehaltenen Vermögenswerten	0	2.218
	656.838	1.144.565
Langfristige Verbindlichkeiten		
Finanzverbindlichkeiten	1.963.682	1.342.124
Leasingverbindlichkeiten	77.173	83.060
Sonstige Verbindlichkeiten	5.428	5.962
Sonstige Rückstellungen	34.680	35.162
Rückstellungen für Pensionen und ähnliche Verpflichtungen	681.175	617.183
Übrige finanzielle Verbindlichkeiten	1.428	925
Latente Steuerverbindlichkeiten	154.441	161.498
Tatsächliche Ertragsteuerverbindlichkeiten	3.263	0
	2.921.270	2.245.914
SUMME VERBINDLICHKEITEN	3.578.108	3.390.479
EIGENKAPITAL		
Gezeichnetes Kapital	135.427	139.772
Kapitalrücklage	1.798.030	2.180.722
Rücklage für Neubewertungen (Pensionen)	- 264.628	- 212.006
Kumulierte Währungskursdifferenzen	- 418.515	- 248.814
Gewinnrücklagen	1.048.250	1.286.247
Sonstige Rücklagen	3.291	41.982
Eigenkapital der Aktionäre der Symrise AG	2.301.855	3.187.903
Nicht beherrschende Anteile	59.806	64.356
SUMME EIGENKAPITAL	2.361.661	3.252.259
PASSIVA	5.939.769	6.642.738

Impressum

Herausgeber

Symrise AG
Mühlenfeldstraße 1
Konzernkommunikation
37603 Holzminden
Deutschland
Telefon: + 49 55 31. 90 – 0
Fax: + 49 55 31. 90 – 16 49

Text und Redaktion

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

Konzept, Design & Umsetzung

3st kommunikation, Mainz

Reportagen

Marc-Stefan Andres, Münster

Fotografie

Thomas Pirot
Agung Parameswara
Nikolaus Urban
Mpho Mokgadi
Njaka Rajaonisaona
Getty Images
Ken McCray
Foto-Ramhorst
Heine Warnecke Design
Raphael Sprenger
Daniel Kunzfeld
Kai Bublitz

148

Satz

3st kommunikation, Mainz

Druck

gutenberg beuys feindruckerei gmbh, Hannover/Langenhagen

Veröffentlichungsdatum dieses Berichts

1. März 2022

Symrise online

www.symrise.com/de
www.symrise.com/de/unternehmensbericht/2021/de/nachhaltigkeit-verantwortung/nachhaltigkeitsbilanz.html
www.symrise.com/de/investoren
www.symrise.com/de/unternehmensbericht/2021/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.



Jennifer Bufalo beschäftigt sich mit Naturstoffen für die Parfümentwicklung.