

always  
inspiring more...

symrise 

# *Verantwortung* liegt in unserer Natur

Unternehmensbericht 2023  
Sharing Values

<b>KONZERNKENNZAHLEN</b>		2019 <sup>1</sup>	2020	2021 <sup>2</sup>	2022 <sup>3</sup>	2023
<b>Geschäft</b>						
Umsatz	in Mio. €	3.408	3.520	3.826	4.618	4.730
EBITDA	in Mio. €	701	742	814	922	903 <sup>5</sup>
EBITDA-Marge	in%	20,6	21,1	21,3	20,0	19,1 <sup>5</sup>
EBIT	in Mio. €	472	488	559	630	611 <sup>5</sup>
EBIT-Marge	in%	13,8	13,8	14,6	13,6	12,9 <sup>5</sup>
Konzerngewinn	in Mio. €	296	307	375	406	340
Bilanzsumme (31.12.)	in Mio. €	5.953	5.940	6.673	7.783	7.846
Eigenkapitalquote (31.12.)	in%	41,3	39,8	48,7	46,4	47,0
Investitionen (ohne M&A)	in Mio. €	182	159	174	270	270
Nettoverschuldung (inkl. Rückstellungen für Pensionen und ähnliche Verpflichtungen (31.12.))	in Mio. €	2.222	2.029	1.964	2.692	2.666
Forschungs- und Entwicklungsaufwendungen	in Mio. €	213	212	221	254	266
Operativer Cashflow	in Mio. €	547	636	522	360	720
<b>Kapitalmarkt</b>						
Ausgegebene Aktien zum Bilanzstichtag	in Mio. Stück	135,4	135,4	139,8	139,8	139,8
Kurs zum Geschäftsjahresende (Xetra®-Schlusskurs)	in €	93,80	108,40	130,30	101,70	99,64
Marktkapitalisierung zum Geschäftsjahresende	in Mio. €	12.703	14.680	18.212	14.208	13.927
Ergebnis je Aktie	in €	2,20	2,27	2,74	2,91	2,44
Dividende je Aktie	in €	0,95	0,97	1,02	1,05	1,10 <sup>4</sup>

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

2 Zahlen angepasst aufgrund finalisierter Kaufpreisallokation für Giraffe Foods

3 Ohne Wertminderung des assoziierten Unternehmens Swedencare

4 Vorschlag

5 Bereinigt um Sondereffekte

<b>UNSERE FÜNF ZIELDIMENSIONEN</b>		2021	2022	2023	Ziel 2025
<b>Geschäft</b>					
Organisches Umsatzwachstum	in%	9,6	11,4	7,9	5,0–7,0 (CAGR) <sup>7</sup>
EBITDA-Marge <sup>1</sup>	in%	21,3	20,0	19,1	20,0–23,0
<b>Footprint (Umwelt)</b>					
Verbesserung der Ökoeffizienz der Treibhausgasemissionen (Scope 1+2) <sup>2</sup>	in%	11,3	10,4	4,4	6,6 p. a.
Verringerung der absoluten Treibhausgasemissionen (Scope 3)	in%	4,0	6,6	2,4	3,0 p. a.
Verbesserung der Ökoeffizienz des chemischen Sauerstoffbedarfs im Abwasser <sup>2</sup>	in%	34,8	11,2	10,7	4,0 p. a.
Verbesserung der Ökoeffizienz der gefährlichen Abfälle <sup>2</sup>	in%	2,2	3,8	–6,3	4,0 p. a.
Wassernutzung <sup>3</sup>	in%	7,2	–4,3	–30,9	–3,0 p. a.
<b>Innovation</b>					
Umsatz mit neuen Produktentwicklungen <sup>4</sup>	in%	16,7	15,1	15,0	> 15,0
<b>Sourcing (Beschaffung)</b>					
Lieferanten nach Nachhaltigkeitskriterien bewertet	in%	73 <sup>5</sup>	87 <sup>5</sup>	100 <sup>8</sup>	100
Nachhaltiger Bezug strategischer biologischer Rohstoffe	in%	84	88	95	100
<b>Care (Mitarbeiter)</b>					
Frauenquote erste Führungsebene	in%	20,0	16,0	13,5	30,0
Frauenquote zweite Führungsebene	in%	38,0	37,0	37,9	45,0
Unfallhäufigkeit	MAQ	3,8 <sup>6</sup>	2,8 <sup>6</sup>	2,3	< 1,5

1 2022 ohne Wertminderung des assoziierten Unternehmens Swedencare; 2023 bereinigt um Sondereffekte

2 Alle Werte bezogen auf die Wertschöpfung

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

4 Bezogen auf die Markteinführung in den vergangenen drei Jahren

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

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

7 CAGR: Compound Annual Growth Rate = durchschnittliche jährliche Wachstumsrate

8 Basierend auf dem Lieferkettensorgfaltspflichtengesetz LkSG wurden alle Lieferanten einer Risikobewertung unterzogen

# *Verantwortung* liegt in unserer Natur

Symrise ist deswegen erfolgreich, weil wir seit langem nicht nur darauf schauen, was wir erwirtschaften, sondern wie wir das tun. Sehr früh haben wir *Verantwortung* übernommen. Für das Klima und die Umwelt, für unsere Lieferanten und Mitarbeiter, für eine gute Unternehmensführung.

Wir engagieren uns, weil wir wissen, dass wir nur ein Teil einer langen Wertschöpfungskette sind, die in der *Natur* anfängt und bei den Verbrauchern noch lange nicht endet. Nur wenn wir das Wohl aller mitdenken, können wir auch in Zukunft bestehen.

# Über *Symrise*

Wir bieten nachhaltige Lösungen für eine gesunde Ernährung für Mensch und Tier sowie für innovative Körperpflege an. Dabei haben wir immer das Wohlbefinden und die besonderen Wünsche und Bedürfnisse der Verbraucher im Blick. Dazu erschließen wir neue Geschäftsfelder und verbinden unsere traditionellen Stärken rund um Duft und Aroma mit den Trends von morgen und übermorgen. Unsere integrierte Unternehmensstrategie sorgt für eine langfristig orientierte Wertschöpfung – so wachsen wir seit Jahren profitabel und erfolgreich.

# Symrise Berichterstattung 2023



**UNTERNEHMENSBERICHT**  
Über unser Unternehmen –  
Fakten, Reportagen, Einblicke



**FINANZBERICHT**  
Konzernlagebericht –  
Konzernabschluss (IFRS) –  
Corporate Governance



**EINZELABSCHLUSS**  
Lagebericht und Jahresabschluss  
(HGB) der Symrise AG



**GRI BILANZ (PDF)**  
Nachhaltigkeitsberichterstattung  
einschließlich des gesonderten  
nichtfinanziellen Berichts gemäß  
§ 289b HGB



**VERGÜTUNGSBERICHT**  
für das Geschäftsjahr 2023  
gemäß § 162 AktG



## UNTERNEHMENSBERICHT UND VERKÜRZTER FINANZBERICHT

Online unter:  
[symrise.com/de/unternehmensbericht/2023/index.html](https://symrise.com/de/unternehmensbericht/2023/index.html)



**S. 40**  
Verantwortung liegt  
in unserer Natur



**S. 54**  
So ganzheitlich  
wie möglich



**S. 74**  
Zukunftsblick mit  
hohem Nutzen

**S. 84**  
Weniger CO<sub>2</sub> bei  
gleicher Wirkung





**S. 70**  
**Die Zukunft**  
**kann kommen**



**S. 92**  
**Vom Dienstleister zum strategischen**  
**Partner für das Geschäft**

# Inhalts- verzeichnis

6 Editorial des Vorstands

## Unser Unternehmen

- 10 Erklärung GRI, Publikationen
- 12 Unser Unternehmen
- 13 Sharing Values
- 15 Unser Purpose
- 17 Unsere integrierte Unternehmensstrategie
- 21 Unsere Wirkung
- 22 Unsere Ressourcen
- 23 Unsere Ergebnisse
- 24 Unsere Wertschöpfung
- 25 Unsere Anwendungsbereiche
- 26 Erfolgsbilanz 2023 und Ziele 2025
- 28 Nachhaltigkeitsmanagement
- 34 Nachhaltigkeit messbar machen
- 36 Ratings & Rankings – Gut bewertet

## Magazin

- 40 Verantwortung liegt in unserer Natur –  
Interview mit Dr. Heinz-Jürgen Bertram
- 46 Nachhaltigkeit ist tief verankert –  
Interview mit Bernhard Kott
- 52 Grundstein für eine Erfolgsgeschichte
- 54 So ganzheitlich wie möglich
- 64 Abfallfrei & Abbaubar
- 66 Engagement auf allen Ebenen
- 70 Die Zukunft kann kommen
- 74 Zukunftsblick mit hohem Nutzen
- 80 Gesunde Entwicklung
- 84 Weniger CO<sub>2</sub> bei gleicher Wirkung
- 92 Vom Dienstleister zum strategischen  
Partner für das Geschäft –  
Interview mit Dr. Stephanie Coßmann
- 98 Vom Acker ins Labor und zurück
- 104 Höher, schneller, weiter
- 108 Facetten der Nachhaltigkeit

## Aus dem Konzernlagebericht & aus dem Konzernabschluss

- 114 Kurzporträt Symrise
- 115 Highlights 2023
- 116 Aus dem Konzernlagebericht
- 134 Wirtschaftsbericht
- 141 Prognosebericht
- 143 Konzerngewinn- und -verlustrechnung
- 144 Konzernbilanz
- 146 Impressum

# Liebe Leser,

# liebe Freunde von Symrise!



**Dr. Heinz-Jürgen Bertram,**  
Vorsitzender des Vorstands



**Dr. Stephanie Coßmann,**  
Vorstand Human Resources & Legal

■ Verantwortung zu übernehmen, ist immer wichtig, erst recht in Krisenzeiten. Im Privaten machen wir das, indem wir Sorge für unsere Familie und Freunde tragen – und immer stärker auch für uns selbst, wenn wir uns etwas Gutes tun wollen oder wenn wir unsere Work-Life-Balance betrachten. Wir haben Verantwortung in unserem beruflichen Kontext, für unsere Arbeit, aber auch für die Menschen, mit denen wir arbeiten. Unternehmen stehen ebenfalls in der Verantwortung. Für ihre Stakeholder, aber eben auch für die Welt um sie herum. Für Symrise gilt das ganz besonders: Wir profitieren von der Umwelt und der Biodiversität, weil ein Großteil unserer Produkte natürlichen Ursprungs ist. Wenn wir also nachhaltig handeln, werden wir auch weiterhin wirtschaftlich erfolgreich sein – auch dafür tragen wir Verantwortung.

Damit fahren wir gut. Im abgelaufenen Geschäftsjahr haben wir zum wiederholten Male ein gutes Ergebnis erzielt. Trotz der geopolitischen Verwerfungen, die unsere Lieferketten beeinflussen, trotz hoher Inflation und Wechselkurseffekte, die unser organisches Wachstum mehr als halbiert haben, sind wir dennoch um 7,9 % beim Umsatz gewachsen, den wir damit zum 18. Mal in Folge gesteigert haben. Wir haben das Ziel für ein Umsatzwachstum zwischen 5 und 7 % erneut übertroffen und führen damit auch die Branche an.

Alle Geschäftsbereiche haben dazu ihren Teil beigetragen. So konnte das Segment Taste, Nutrition & Health den Umsatz organisch um 9,3 % steigern, das Segment Scent & Care um 5,6 %. Hohe Zuwächse gab es zum Beispiel bei Lebensmitteln und Getränken. Der Bereich Heimtiernahrung hat ebenfalls stark zugelegt und ist prozentual zweistellig gewachsen. Im Segment Scent & Care setzten vor allem die Feinparfümerie, Cosmetic Ingredients sowie Micro-Protection und Sonnenschutz ihren dynamischen Kurs fort.

Dieser weiterhin positiven Entwicklung liegt unsere Strategie zugrunde, die auf den drei Säulen Wachstum, Effizienz und Portfolio fußt. Auf ihrer Grundlage haben wir als Erste in der Branche unser Geschäftsmodell in den vergangenen Jahren diversifiziert und uns damit auch unabhängiger von Krisen und konjunkturellen Schwankungen gemacht. Wir haben die Kernbereiche Flavor und Fragrances sinnvoll ergänzt. Während wir im Jahr 2008 bei ungefähr 10 % Umsatz außerhalb der klassischen Felder lagen, sind es heute schon mehr als 30 %. Im Jahr 2028 wollen wir dort die Hälfte des Umsatzes erzielen, für das Jahr haben wir zudem auch neue mittelfristige Ziele definiert. Bei einer gleichbleibenden Marge wollen wir Produkte für 7,5 bis 8 Milliarden Euro umsetzen. Dafür setzen wir auf unsere breite regionale Präsenz und eine Kundenbasis, die von kleinen regionalen Unternehmen bis zu globalen Konzernen reicht.



**Olaf Klinger,**  
Vorstand Finanzen



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



**Dr. Jörn Andreas,**  
Vorstand Scent & Care

Unser Engagement für mehr Nachhaltigkeit trägt ebenfalls weiterhin Früchte. Wir sind auf einem guten Weg, im Jahr 2030 das Ziel von Netto-Null-Emissionen (Scope 1+2) zu erreichen. Dabei unterstützen wir aktiv die Prinzipien verantwortungsvollen Wirtschaftens des Global Compact der Vereinten Nationen. Abzulesen ist unser Engagement auch an den vielen Auszeichnungen, mit denen unser nachhaltiges Handeln belohnt wurde.

Gemeinsam mit unseren rund 13.000 Mitarbeitern blicken wir gespannt auf ein weiteres Jahr, das für unseren Konzern ein ganz besonderes ist. Im Jahr 1874, also vor genau anderthalb Jahrhunderten, entdeckten Wilhelm Haarmann und Ferdinand Tiemann in Holzminden das Vanillin. Sie entwickelten einen Prozess, um synthetisches Vanillin aus dem Saft von Nadelhölzern herzustellen. Haarmann gründete anschließend das Unternehmen Haarmann & Reimer,

das im Jahr 2003 mit dem anderen Holzmindener Traditionsunternehmen Dragoco zu Symrise fusionierte. Die Gründer zeichnete das aus, was wir nun in der Zukunft fortführen: Sie übernahmen Verantwortung. Für sich, ihre Mitarbeiter und alle anderen Stakeholder. Als Vorstandsteam fühlen wir uns dieser Tradition zutiefst verpflichtet, auch in der zukünftigen Aufstellung unter der Führung von Jean-Yves Parisot, der das Amt des Vorsitzenden des Vorstands von Heinz-Jürgen Bertram übernimmt. Aufbauend auf einem starken Fundament und getragen von unserer über 150 erfolgreiche Jahre gewachsenen Kultur werden wir auch weiterhin unsere Industrie mitprägen und nachhaltig und zugleich erfolgreich wirtschaften. Wie wir das im vergangenen Geschäftsjahr umgesetzt haben, können Sie hier im Unternehmensbericht 2023 an vielen Stellen lesen.

**Ihr Vorstand der Symrise AG**



# 01

Unser  
Unternehmen

**10 Erklärung GRI, Publikationen — 12 Unser Unternehmen — 13 Sharing Values — 15 Unser Purpose — 17 Unsere integrierte Unternehmensstrategie — 21 Unsere Wirkung — 22 Unsere Ressourcen — 23 Unsere Ergebnisse — 24 Unsere Wertschöpfung — 25 Unsere Anwendungsbereiche — 26 Erfolgsbilanz 2023 und Ziele 2025 — 28 Nachhaltigkeitsmanagement — 34 Nachhaltigkeit messbar machen — 36 Ratings & Rankings – Gut bewertet**

## NEUE PARTNERSCHAFTEN 2023

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

- Renewable Carbon Initiative
- Low Carbon Transition Project
- ProSpecieRara

## ÜBERGANG DES WORDINGS VON „KLIMAPOSITIV“ ZU „NETTO-NULL“

Der Begriff „Klimapositiv“ ist im aktuellen Kontext fachlicher Diskussionen, regulatorischer Entwicklungen und weiterer Standards (deutsches Klimaschutzgesetz, ISO 14068, SBTi, Rechtsdefinitionen rund um das Pariser Klimaabkommen, EU Green Claims Directive, EU CSRD) nicht mehr passend. Die vorgenannten Gesetze und Standards nutzen die Begriffe „Netto-Null“, oder „Treibhausgas-Neutralität“ (THG-Neutralität).

Um ein möglichst hohes Maß an Kongruenz zu auch in der Regulatorik genutzten Begriffen sicherzustellen, wird der Begriff „Klimapositiv“ in der externen Kommunikation bei Symrise zukünftig durch den Begriff „Netto-Null“ ersetzt. Auf die globale Umsetzung der integrierten Klimastrategie der Symrise AG und insbesondere die vorgesehenen Aktivitäten zur Minderung von Treibhausgasen hat dies jedoch keinerlei Auswirkungen.

Der Begriff „Klimapositiv“ impliziert nach den oben aufgeführten regulatorischen Entwicklungen und in weiteren üblichen Standards begrifflich eine netto-negative THG-Bilanz unter Berücksichtigung aller Aktivitäten des Unternehmens.

Der Begriff „Netto-Null“ bezieht sich klar auf die Nettoemissionen einer Organisation, welche sich aus den Treibhausgasemissionen in der THG-Bilanz abzüglich der Treibhausreduktionen oder -entnahmen aus der Atmosphäre errechnen. Weiterhin werden unter diesem Begriff nur Treibhausgase berücksichtigt, welche im UN-Rahmen als solche definiert sind. Er liegt auch wichtigen Initiativen wie zum Beispiel der Science Based Targets initiative und globalen Industriestandards wie ISO zugrunde.

Nach dem aktuellen Stand der Diskussionen kann zudem eine „Positivität“ nicht bzw. nur mit sehr hohem Aufwand erreicht werden. Der anzustrebende Status ist die ausgeglichene Treibhausgasbilanz aus verbleibenden (Rest-) Emissionen und Kompensationen oder anderen Ausgleichsmaßnahmen, welcher als „Netto-Null“ bezeichnet werden kann.

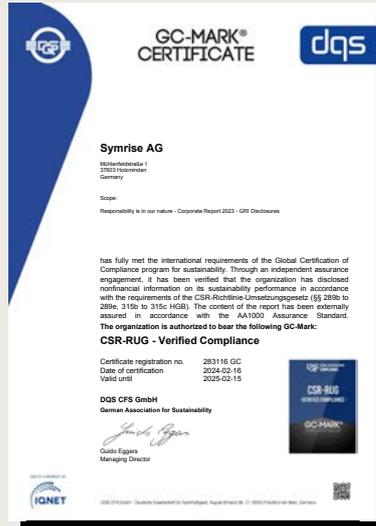
# Mit unserer Nachhaltigkeitsberichterstattung erfüllen wir die Richtlinien der Global Reporting Initiative (GRI) in der Fassung der „GRI Standards“ (2021) inklusive aller Updates der vergangenen Jahre.

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

Unser nachhaltiges Wirken erfolgt entlang dieser Wertschöpfungsstufen und unserer wesentlichen Themen. Die vier Themen, bei denen wir eine besondere Verantwortung, aber auch einen großen Einflussbereich haben, stehen im Fokus des folgenden Kapitels. Nachhaltige Partnerschaften und der Dialog mit unseren Mitarbeitern und Stakeholdern sind dabei unsere zentrale Ausgangsbasis und unser Ansporn. Die folgenden Seiten bilden in diesem Sinne die Perspektiven einiger interner Gesprächspartner auf unsere in der Wesentlichkeitsanalyse identifizierten Themen und die damit einhergehenden größten Herausforderungen ab.

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

# Publikationen zur Nachhaltigkeit 2023



## Fokus Unternehmensbericht

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

## Fokus Nachhaltigkeitsbilanz

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

### Erhältlich unter:

[www.symrise.com/de/unternehmensbericht/2023/unternehmen/nachhaltigkeitsbilanz/index.html](http://www.symrise.com/de/unternehmensbericht/2023/unternehmen/nachhaltigkeitsbilanz/index.html)



Auf unserer Website stellen wir außerdem den kompletten CDP-Fragebogen 2023 von Symrise zur Verfügung. Dort finden sich auch sämtliche Symrise Policies zum Download.

[www.symrise.com/de/nachhaltigkeit/reports-policies-standards-audits/#cdpberichterstattung](http://www.symrise.com/de/nachhaltigkeit/reports-policies-standards-audits/#cdpberichterstattung)

# Unser Unternehmen

Mehr als 12.000 Mitarbeiter engagieren sich weltweit dafür, Symrise zu einem einzigartigen Unternehmen zu machen. Sie entwickeln, produzieren und vertreiben ein breites Portfolio an Produkten, die begeisternde Geschmacks- und Dufterlebnisse schaffen, die Eigenschaften von Nahrungsmitteln verbessern und zu Gesundheit und Wohlbefinden beitragen – an mehr als 100 Standorten.

■ Symrise orientiert sich dabei konsequent an den Bedürfnissen und Präferenzen seiner 6.000 Kunden, die die Verbraucherinnen und Verbraucher mit Produkten versorgen. Gleichzeitig setzt das Unternehmen auf seine hohe Innovationskraft und Kreativität, nachhaltiges und gleichzeitig erfolgreiches Wirtschaften und expandiert dafür auch gezielt in neue Märkte. So können wir auch weiterhin überdurchschnittlich und profitabel wachsen.

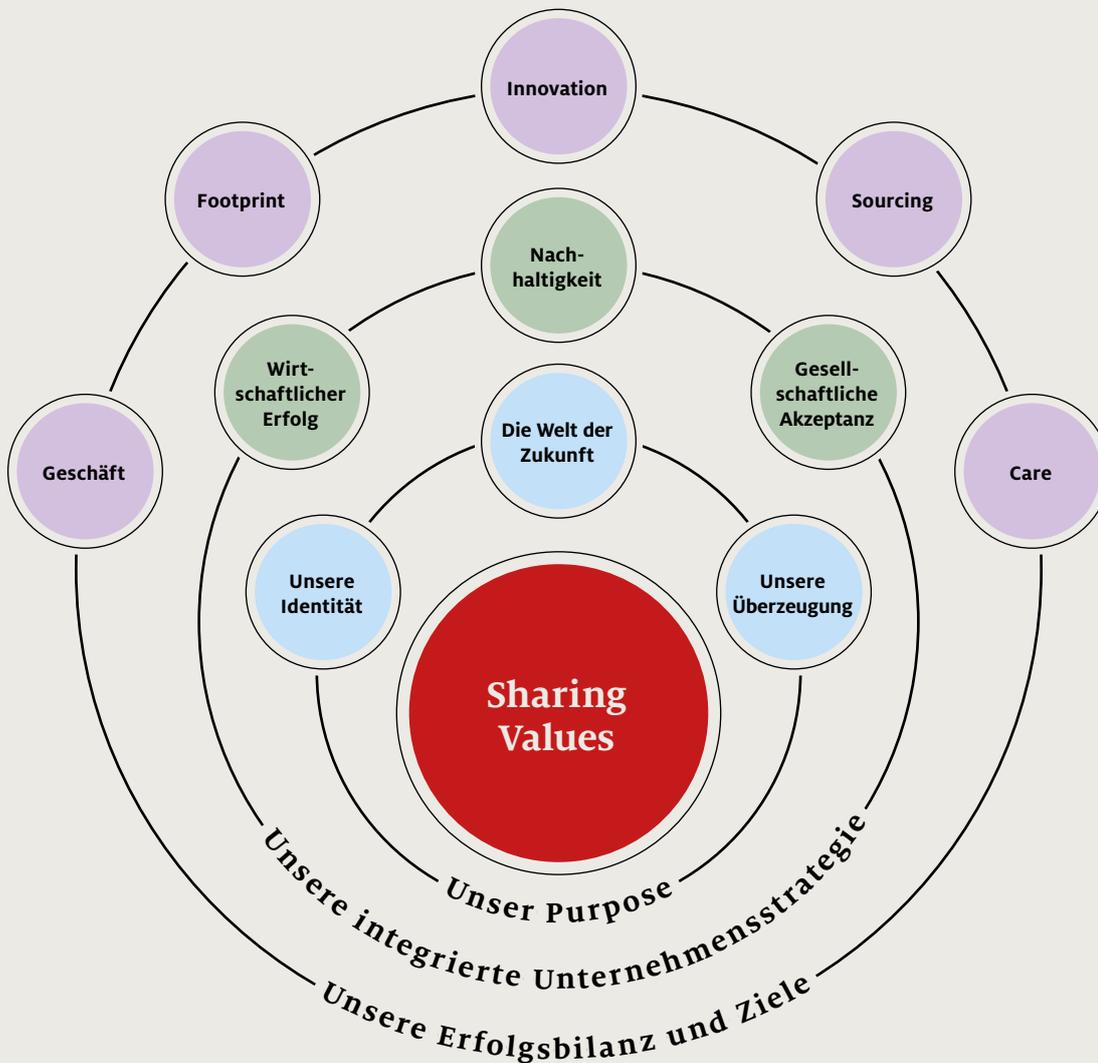
Das Portfolio von Symrise beinhaltet Duft-, Geschmacks- und Lebensmittelinhaltsstoffe, kosmetische Grund- und Wirkstoffe, funktionale Inhaltsstoffe sowie Produktlösungen für verbesserte Sensorik und Ernährung, mit denen wir uns mit einem Marktanteil von aktuell rund 12% zu einem führenden Anbieter im Markt für Geschmacks- und Duftstoffe sowie Nutrition weltweit entwickelt haben. Unsere Produkte sind in der Regel zentrale funktionale Bestandteile in den Endprodukten unserer Kunden. Zu diesen gehören Parfüm-, Kosmetik- und Lebensmittelhersteller, die pharmazeutische Industrie sowie Produzenten von Nahrungsergänzungsmitteln, von Heimtierfutter und Babynahrung. Die über 35.000 Produkte, die wir herstellen, basieren zum Großteil auf natürlichen Rohstoffen wie Vanille, Zitrusfrüchten, Zwiebeln, Fisch, Fleisch oder Blüten- und Pflanzenmaterialien.

Unsere Geschichte reicht bis in das Jahr 1874 zurück. Seit unserem Börsengang im Jahr 2006 sind wir überwiegend aus eigener Kraft und schneller als der Markt gewachsen. Dafür haben wir gezielt in Kapazitätserweiterungen investiert, in Forschungs- und Entwicklungszentren, in unser Vertriebsnetz, in die Logistik oder in eine effiziente Energieversorgung. Zudem erwerben wir attraktive Unternehmen, mit denen wir zusätzliche Kompetenzen in den Konzern integrieren und uns den Zugang zu neuen Marktsegmenten und Kundengruppen eröffnen. Außerdem gehen wir strategische Partnerschaften ein, um innovative Produkte zu entwickeln und zur Marktreife zu bringen.

Das operative Geschäft des Symrise-Konzerns ist in die beiden Segmente Taste, Nutrition & Health und Scent & Care unterteilt. Die darunter angesiedelten Geschäftsbereiche sind jeweils nach Anwendungsbereichen beziehungsweise Regionen organisiert. Das Corporate Center des Konzerns befindet sich in Holzminden, Deutschland, wo wichtige Funktionen der Unternehmenssteuerung und -kontrolle, der Kommunikation und der Verwaltung angesiedelt sind. Regionale Hauptsitze unterhält Symrise in Frankreich (Rennes), in den USA (Teterboro, New Jersey), in Brasilien (São Paulo) und in Singapur.

# Sharing Values

Symrise strebt nach wirtschaftlichem Erfolg und nimmt dabei aktiv die Verantwortung für die Umwelt und das Klima, für die Mitarbeiter sowie die Gesellschaft wahr. Integrale Bestandteile unseres Geschäftsmodells sind die Nachhaltigkeit und eine langfristig orientierte Wertschöpfung, die allen Stakeholdern des Unternehmens zugute kommt. Als Grundlage unserer ausgeprägten Unternehmenskultur und unserer gemeinsamen Ziele haben wir eine Reihe von Werten und unseren Purpose formuliert.



# Unser Unter

Mehr als 12.000  
zu einem einzi  
produzieren u  
begeisternde G  
schaften von N  
Wohlbefinden

an den B  
Kunden,  
mit Proc  
Unterne  
Kreativit  
reiches V  
zielt in r  
überdur  
  
Das Por  
schmack  
Grund- u  
sowie Pr  
Ernährun  
von aktu  
Markt fü  
tion wel  
in der R  
den End  
Parfüm-  
pharma  
Nahrung  
und Bab  
herstelle  
Rohstoff  
Fleisch c

## Unsere Werte



**Kreativität:** Wir streben nach Innovation, um unseren Claim *always inspiring more ...* mit Leben zu erfüllen und unsere Kunden zufriedenzustellen.



**Exzellenz:** Wir bieten herausragende Leistungen, von denen unsere Kunden, die Konsumenten sowie die Märkte profitieren.



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



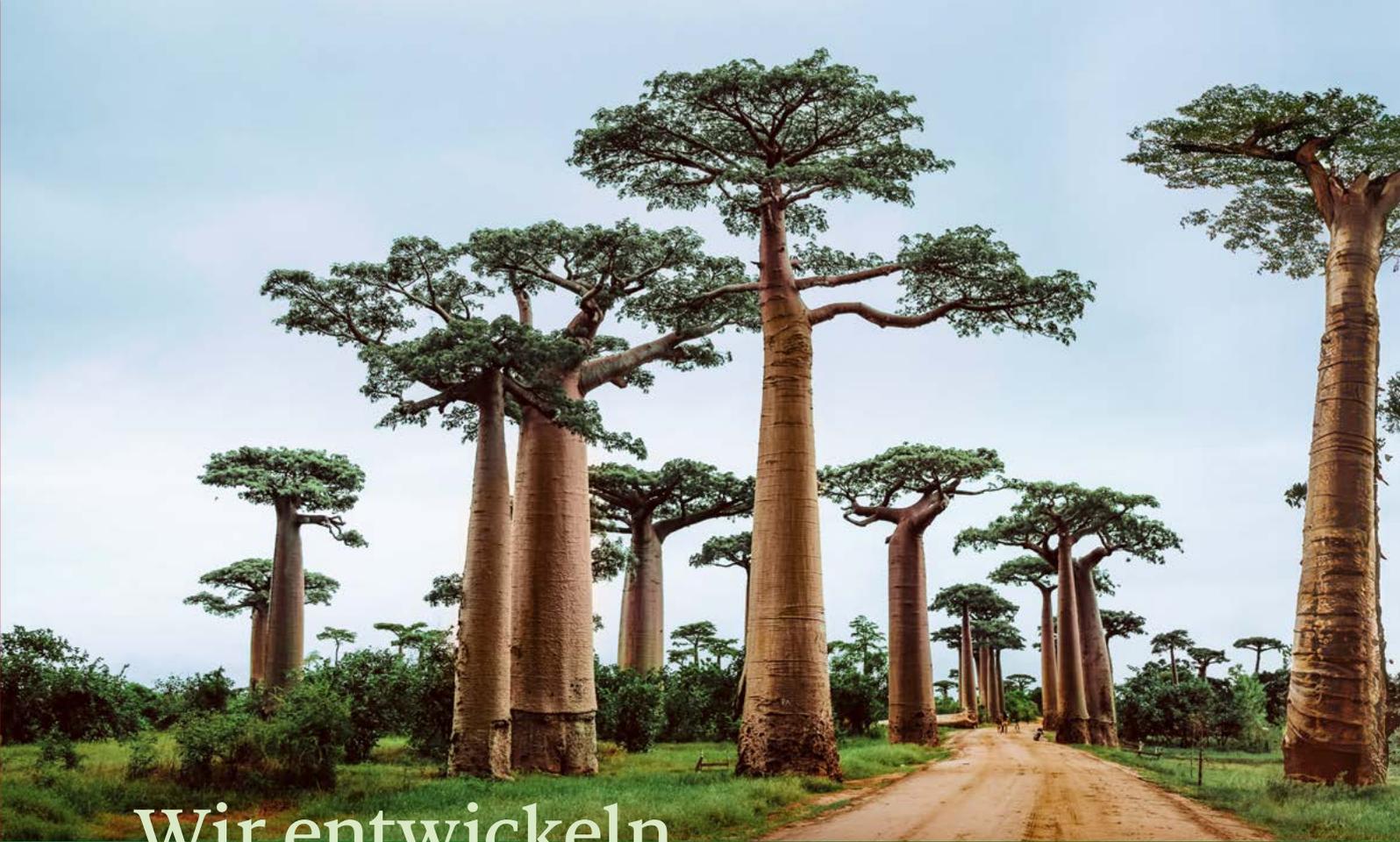
**Engagement:** Wir fördern und fordern unsere Mitarbeiter, betrachten sie und ihre Vielfalt als Schlüssel zum Erfolg und schätzen eigenverantwortliches Handeln.



**Integrität:** Wir setzen auf Vertrauen und Ehrlichkeit als Grundlage der Zusammenarbeit – im Umgang miteinander und mit allen Stakeholdern.



**Mehrwert:** Wir bieten intelligente Zusatznutzen und integrierte Leistungen für unsere Kunden, attraktive und gesunde Produktlösungen für Verbraucher und ein nachhaltiges Wachstum für Symrise.



Wir entwickeln  
nachhaltige, sichere und  
maßgeschneiderte  
Produkte, die für Lebens-  
qualität, für Schönheit  
und Wohlbefinden sorgen.

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

*Symrise – always inspiring more*



# Unser Purpose

## **Unsere Identität** Das sind wir

Produkte, die die Sinne ansprechen. Zutaten für die Ernährung von Mensch und Tier, die gesund, nahrhaft und schmackhaft sind. Parfümkompositionen und Kosmetiklösungen, die mit innovativen und aktiven Inhaltsstoffen einen Mehrwert bieten. Dafür blicken wir in die Zukunft, schauen auf Trends und auf das, was unsere Kunden und die Konsumenten wünschen. Wir erweitern fortwährend unser Portfolio und bündeln Wissen. Unseren wirtschaftlichen Erfolg sichern wir, indem wir langfristig tragfähige Lösungen entwickeln und dabei die Umwelt im Blick haben.

### **Und darauf sind wir stolz:**

Auf unser internationales, 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 über 35.000 innovativen Produkte, die renommierten Marken einen unverwechselbaren Charakter und Mehrwert bieten. Und natürlich auf unser Engagement für mehr Klimaschutz, Biodiversität und soziale Gerechtigkeit. Denn nachhaltiges Handeln ist für uns nicht nur eine Pflicht, sondern unser Anspruch an ein erfolgreiches Wirken.

## **Die Welt der Zukunft** Das bewegt uns alle

Die Menschen möchten sicher und verlässlich ihre Grundbedürfnisse stillen, sie müssen essen und trinken, wollen sich pflegen und genießen. Aber: Wir haben nur endliche Ressourcen. Die Wirtschaft ist zudem global – und doch hat sie an vielen Stellen regionale und sogar lokale Besonderheiten. Dazu trägt auch in hohem Maße die Digitalisierung bei. Sie macht vieles übersichtlicher und individueller. Nicht zuletzt wandeln sich auch die Wünsche der Konsumenten in hohem Tempo. Eine Lösung für alle funktioniert schon lange nicht mehr.

## **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 nutzen und nachhaltig produzieren. Mit unseren Zulieferern und Kunden arbeiten wir vertrauensvoll und auf Augenhöhe zusammen, um unsere gemeinsamen Ziele zu erreichen. 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

Nachhaltigkeit ist bei Symrise integraler Bestandteil der Unternehmensstrategie. Denn nur, wenn wir wirtschaftlich erfolgreich, nachhaltig und gesellschaftlich akzeptiert handeln, können wir den Unternehmenswert kontinuierlich steigern und Risiken minimieren. Auf diese Weise stärken wir die Zukunftsfähigkeit unseres Unternehmens.

■ Unseren Umsatz wollen wir wie angekündigt bis 2025 auf 5,5 Mrd. bis 6 Mrd. € steigern, wobei wir nun auch ein neues langfristiges Ziel ausgegeben haben: Bis 2028 wollen wir einen Umsatz von 7,5 bis 8 Mrd. € erzielen.

Um das nachhaltig zu erreichen, müssen wir zeitgleich das Klima, die Umwelt und den Ressourcenverbrauch im Blick halten. Denn bei einer Weltbevölkerung, die im Jahr 2022 die 8-Milliarden-Marke überschritten hat, können wir nicht länger so wirtschaften wie früher. Eine Lösung ist, unsere ökonomischen Aktivitäten vom Verbrauch endlicher Ressourcen zu entkoppeln. Das ist für Symrise besonders wichtig, weil unser Geschäftsmodell auf der Vielfalt der Natur basiert. Unsere über 35.000 Produkte stellen wir aus rund 10.000 zum Großteil natürlichen Rohstoffen wie Vanille, Zitrusprodukten oder Blüten- und Pflanzenmaterialien her. Damit ist die Natur für uns Quelle von Inspiration und Innovation. Wir engagieren uns deswegen seit jeher für den Schutz der Biodiversität und der Umwelt und haben dazu eine Responsible-Sourcing-Strategie entwickelt. Sie zieht sich über alle Schritte der Lieferkette und berücksichtigt neben ökologischen Aspekten vor allem auch die Achtung der Menschenrechte.

Unsere Nachhaltigkeitsleistung steigern wir darüber hinaus entlang der gesamten Wertschöpfungskette. So setzen wir seit Jahren auf die Prinzipien der Kreislaufwirtschaft, die wir in immer mehr Prozesse integrieren. Wir können damit Reststoffe und Umweltverschmutzung beseitigen, nicht erneuerbare Ressourcen in Kreisläufen zirkulieren lassen, erneuerbare Ressourcen nachhaltig gewinnen und die Natur gleichzeitig regenerieren.

Ein Meilenstein in unserem Nachhaltigkeitskonzept, das wir im Jahr 2020 entwickelt haben, ist das Ziel,

ab 2030 treibhausgasneutral zu arbeiten: Unsere unternehmerischen Aktivitäten sollen dann dazu beitragen, mehr Treibhausgasemissionen zu vermeiden oder aus der Atmosphäre zu binden als wir durch unsere betriebliche Tätigkeit ausstoßen.

## Vier Stoßrichtungen für mehr Nachhaltigkeit

Ein wichtiger Treiber für unsere integrierte Unternehmensstrategie sind die 17 nachhaltigen Entwicklungsziele der Vereinten Nationen. Auf dieser Basis haben wir vier Stoßrichtungen für unser Engagement für Nachhaltigkeit formuliert:



### Umwelt/Klima:

Wir minimieren unseren ökologischen Fußabdruck



### Innovation:

Wir maximieren den ökologischen Mehrwert unserer Produkte



### Beschaffung:

Wir maximieren die Nachhaltigkeit in unserer Lieferkette



### Mitarbeiter/Gesellschaft:

Wir schaffen bleibende Werte für alle Stakeholder

Die Aspekte der Nachhaltigkeit fließen auf allen Ebenen in unsere Entscheidungen ein und sind deswegen auch ein wesentlicher Faktor dabei, die Vergütung der Vorstände festzulegen. Unseren Kurs bestätigen auch die im Jahr 2023 durchgeführte, turnusmäßige Wesentlichkeitsanalyse, die Experteninterviews, eine Online-Befragung der Mitarbeiter sowie ausführliche Diskussionen mit dem Management. Dabei stellte sich heraus, dass sich die wesentlichen Themen nicht signifikant verändert haben. Weitere Informationen zu dieser Wesentlichkeitsanalyse befinden sich in unserer Nachhaltigkeitsbilanz 2023 (GRI).

Um unsere Nachhaltigkeitsziele zu erreichen, müssen wir auch wirtschaftlich erfolgreich sein. Wir setzen dazu auf drei strategische Säulen: Wachstum, Effizienz und Portfolio.

### Wachstum

Wir wollen Marktanteile hinzugewinnen, indem wir unseren Umsatz überdurchschnittlich und organisch um 5 % bis 7 % (CAGR) steigern. Dafür engagieren wir uns unter anderem frühzeitig und nachdrücklich in den wachstumsstarken Schwellenländern. In Brasilien sind wir seit 1956 vertreten, in China seit 1982 und in Indien seit 1994. Darüber hinaus arbeiten wir daran, in unseren Kernkompetenzen Innovationsführer zu bleiben, unsere breite Produktpalette noch gezielter an unsere Kunden zu bringen und so die Zusammenarbeit zu vertiefen. Um unseren Wachstumskurs zu untermauern, werden wir bis zum Jahr 2025 rund 600 Mio. € in Sachanlagen und immaterielle Vermögensgegenstände (ohne Akquisitionen) investieren. Die Finanzmittel fließen unter anderem in neue Werke in den USA, Mexiko, China, Spanien und Frankreich sowie in Produktionserweiterungen in Deutschland und Mexiko.

## 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 unsere Corporate Website.

## EINE STELLSCHRAUBE – MEHRDIMENSIONALE WIRKUNG

Ein Beispiel von vielen



### Effiziente Nutzung natürlicher Rohstoffe



### Effizienz

Wir steigern unsere Effizienz, um dauerhaft zu den profitabelsten Unternehmen der Branche zu gehören. Dazu verbessern wir vor allem die internen Prozesse, indem wir zum Beispiel die Beschaffung konzernweit bündeln, die Lagerhaltung und das Forderungsmanagement optimieren und verstärkt Künstliche Intelligenz (KI) in der Forschung und Entwicklung einsetzen. Zudem optimieren wir das Rohstoffportfolio, indem wir die Zahl der verwendeten Rohstoffe verringern, die Ausbeute bei strategischen Rohstoffen verbessern und deren Rückwärtsintegration ausbauen. Damit sichern wir auch eine rückverfolgbare, zuverlässige und qualitativ gleichbleibende Versorgung ab. Die Rückwärtsintegration ermöglicht es uns außerdem, uns langfristig sozial in den Anbaugebieten von beispielsweise Vanille, Zitrusfrüchten oder Patschuli zu engagieren.

Wenn wir natürliche Rohstoffe effizienter nutzen, vergrößern wir zudem unseren Beitrag zur Nachhaltigkeit. Das wirkt sich positiv auf unsere Profitabilität und auf die Umwelteffekte unserer Aktivitäten aus.

# 600 Mio. €

werden bis zum Jahr 2025 in Sachanlagen und immaterielle Vermögensgegenstände investiert.

## Portfolio

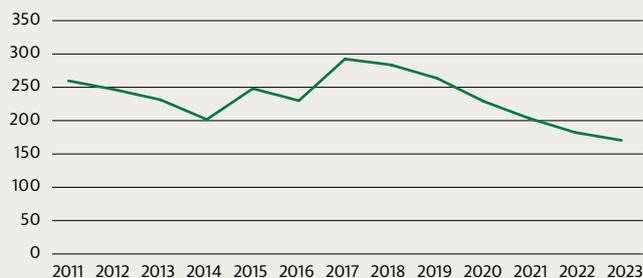
Die dritte Säule unserer integrierten Unternehmensstrategie betrifft unser Portfolio, das wir kontinuierlich optimieren. Dafür analysieren wir die Bedürfnisse und Wünsche unserer Kunden und der Konsumenten weltweit, suchen nach Produkten, mit denen wir aufgrund unserer Innovationskraft und Kompetenz überdurchschnittliche Margen erzielen können, und nach Produkten, die uns neue Wachstumspotenziale ermöglichen. Dazu sind wir als erstes Unternehmen der Branche schon vor Jahren in benachbarte Geschäftsfelder vorgestoßen. Ein Beispiel: Während die angestammten Märkte von Flavors und Fragrances sehr solide um durchschnittlich 3% bis 4% im Jahr wachsen, expandiert zum Beispiel der Markt für Heimtiernahrung deutlich stärker. In diesen weiteren Anwendungsgebieten erzielen wir heute bereits mehr als 30% unseres Umsatzes. Diesen Anteil wollen wir in den nächsten Jahren auf 50% steigern – zugunsten von Wachstum und Profitabilität. Einen Teil dazu tragen unsere Akquisitionen bei.

Unsere integrierte Unternehmensstrategie unterstützt uns dabei, dynamisch zu wachsen, eine hohe Profitabilität zu erreichen und unsere Nachhaltigkeitsleistung kontinuierlich zu verbessern. Dieses ganzheitliche Denken und Handeln liegt in der DNA von Symrise. Als vor 150 Jahren die Chemiker Wilhelm Haarmann und Ferdinand Tiemann aus Holzminden die Synthese von Vanillin aus dem Saft von Nadelhölzern entdeckt hatten, begründeten sie kurz danach die Aromen- und Riechstoffindustrie mit – weltweit. Die Unternehmen Haarmann & Reimer sowie später dann auch Dragoco, die im Jahr 2003 in Symrise aufgingen, standen in all den Jahrzehnten für Innovation, Kreativität und an vielen Stellen auch für die nachhaltige Nutzung von Rohstoffen. Diesen Weg führt Symrise fort, indem wir unseren Kunden ein umfangreiches Nutzenversprechen geben, Ressourcen schonen und auf Dauer erfolgreich bleiben: So wollen wir weltweiter Marktführer in den Bereichen Lebensmittel, Getränke und Heimtiernahrung werden.

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

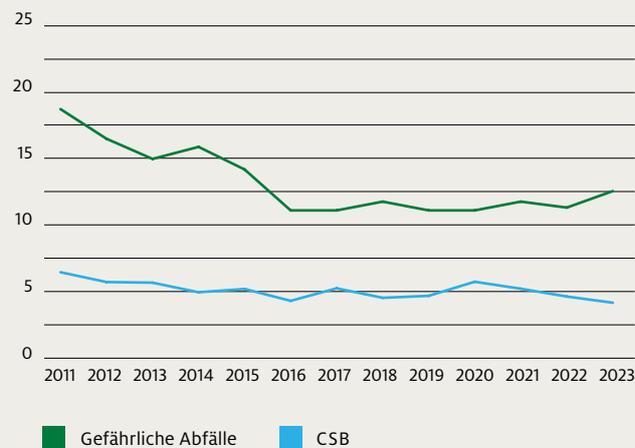
### TREIBHAUSEMISSIONEN

CO<sub>2</sub> (t)/Mio. € Wertschöpfung



### GEFÄHRLICHE ABFÄLLE UND CHEMISCHER SAUERSTOFFBEDARF

(t)/Mio. € Wertschöpfung



### WASSERVERBRAUCH

(m<sup>3</sup>)/Mio. € Wertschöpfung



# Unsere Wirkung

Symrise denkt und handelt mehrdimensional und in Kreisläufen. Dabei achten wir auf Wechselwirkungen und Zusammenhänge, die sich zwischen Geschäft, Umwelt und Gesellschaft ergeben. Nur so können wir uns erfolgreich entwickeln und unseren Erfolg allen Stakeholdern zugutekommen lassen.



## Geschäft

- Den Unternehmenswert für die Aktionäre steigern
- Zuverlässig den Schuldendienst an die Fremdkapitalgeber erfüllen
- Zukunftsorientierte Investitionen durch einen starken Cashflow finanzieren



## Footprint

- Einen Beitrag zum Klimaschutz leisten
- Die Umwelt und natürliche Ressourcen schonen
- Die Biodiversität erhalten
- Für Nachhaltigkeit in den Lieferketten sorgen



## Innovation

- Innovationen entwickeln und so den Fortschritt treiben
- Die digitale Transformation beschleunigen



## Produkte und Produktlösungen

- Durch innovative und kreative Produkte und Lösungen die Wettbewerbsfähigkeit unserer Kunden verbessern
- Den Anteil nachhaltig erzeugter Produkte vergrößern
- Neue Märkte, Marktsegmente und Anwendungen erschließen



## Care

- Attraktive Arbeitsplätze für unsere Mitarbeiter sichern und ausbauen
- In die Aus- und Weiterbildung junger Menschen investieren
- Die Lebensverhältnisse in den Anbauländern verbessern
- Für soziale Projekte weltweit spenden und Sponsorings übernehmen

# Unsere Ressourcen



## GESCHÄFT

Eigenkapital:

**3.686** Mio. €

Fremdkapital:

**4.159** Mio. €

Investitionen in Sachanlagen und immaterielle Vermögensgegenstände (ohne Akquisitionen):

**270** Mio. €



## FOOTPRINT

Energieverbrauch:

**6.816**

Terajoule

Wasserverbrauch:

**9.186**

Tausend m<sup>3</sup>

Unsere Lieferanten berichten Emissions-Reduktionsmaßnahmen

**70 %**



## INNOVATION

Aufwand für Forschung und Entwicklung:

**266** Mio. €

Anzahl Mitarbeiter im Bereich Forschung und Entwicklung:

**1.881**

Forschungsk Kooperationen:

**> 50**



## SOURCING

**2.154** Mio. €

Einkaufsvolumen

Rund

**10.000**

natürliche und synthetische Rohstoffe aus über 100 Ländern

**100 %**

Basierend auf dem Lieferkettensorgfaltspflichtengesetz LkSG sind alle Lieferanten einer Nachhaltigkeitsrisikobewertung unterzogen worden



## CARE

Anzahl Mitarbeiter: Über

**12.000**

Mitarbeiter aus über

**80**

Heimatlationen bilden das Symrise-Team

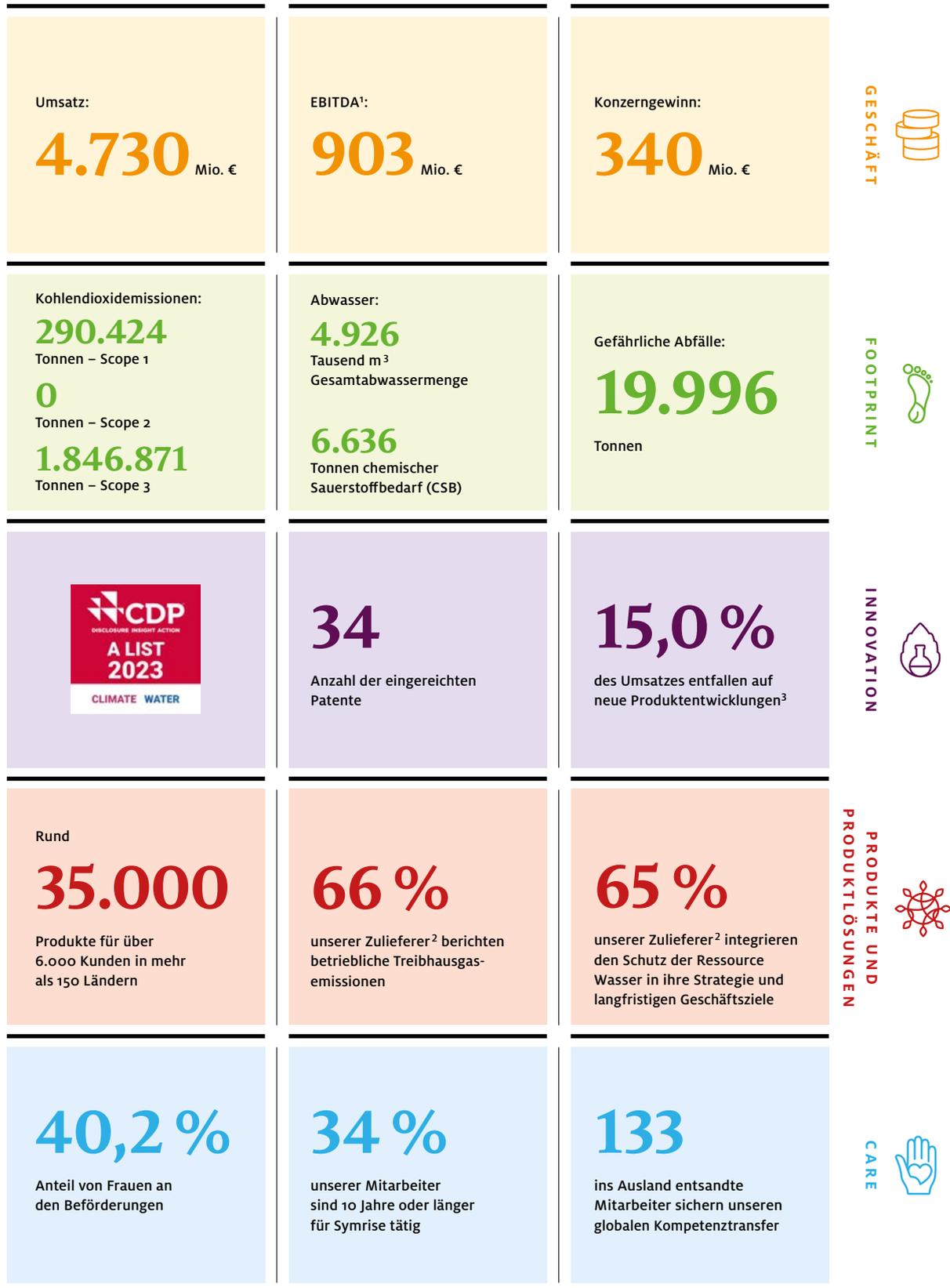
Anteil von Frauen:

**14 %** erste Führungsebene

**38 %** zweite Führungsebene



# Unsere Ergebnisse



1 Bereinigt um Sondereffekte

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

3 Bezogen auf die Markteinführung in den vergangenen drei Jahren

# Unsere Wertschöpfung

2019 – 2023 in T €

## Sonstige Vorleistungen

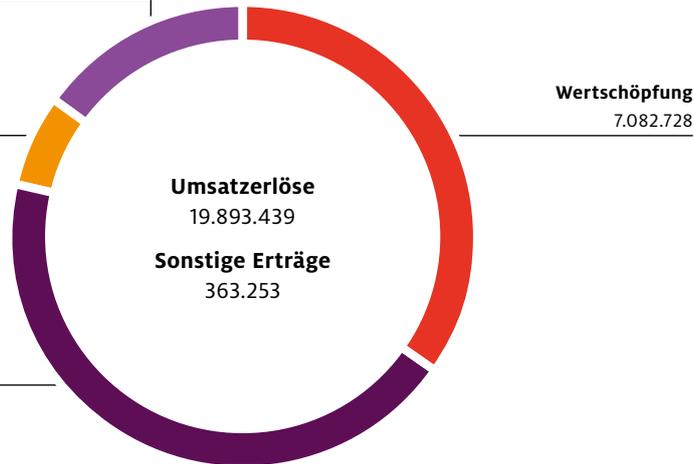
2.999.837

## Abschreibungen

1.293.325

## Materialaufwand

8.880.802



Entstehung

## an Kreditgeber

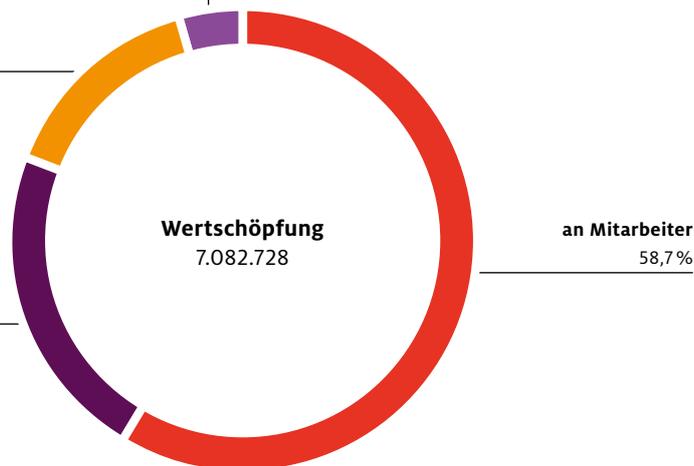
4,4 %

## an den Staat

14,6 %

## an Aktionäre und das Unternehmen

22,3 %

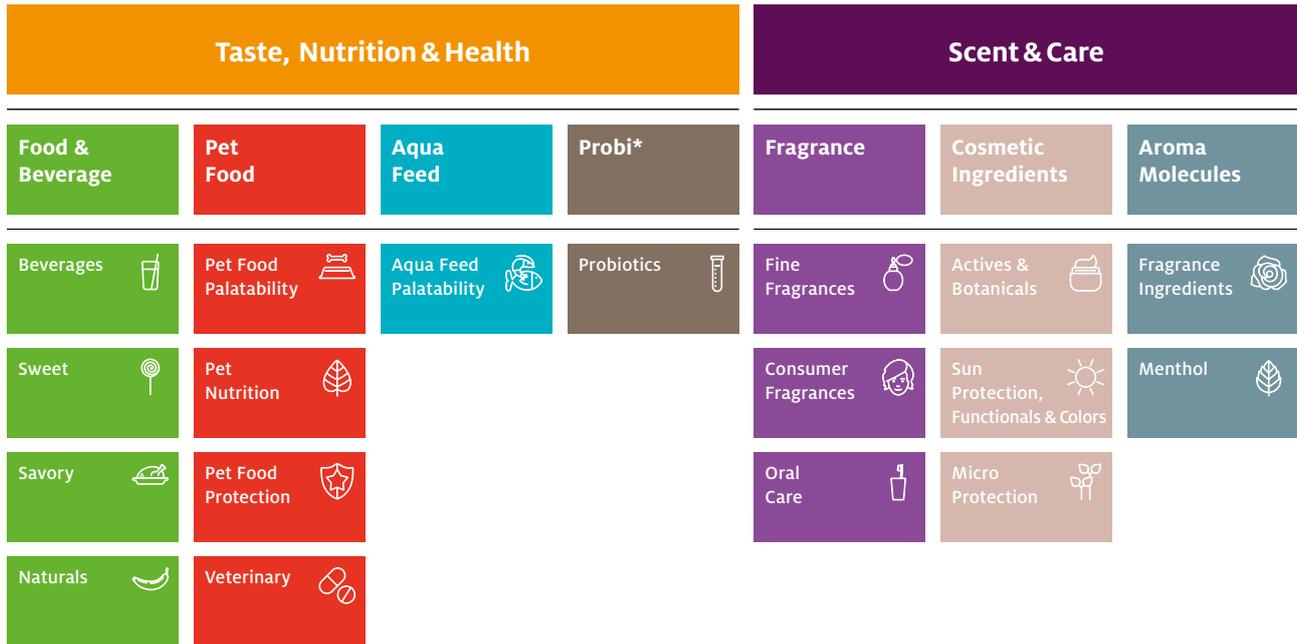


Verwendung

In den vergangenen fünf Jahren von 2019 bis 2023 haben wir einen kumulierten Umsatz von 19.893.439 Mrd. € erzielt. Unsere Wertschöpfung lag bei insgesamt 7.082.728 Mrd. €, also bei einer Umsatzrendite von 35,6%. Um unsere künftigen Ziele zu erreichen, wollen wir auch weiterhin nachhaltig und zugleich erfolgreich wirtschaften. Dafür setzen wir auf unser bewährtes und zukunftsorientiertes Geschäftsmodell. In dessen Rahmen nutzen wir vielfältige Ressourcen, um Werte für zahlreiche Stakeholder-Gruppen zu schaffen.

Als weltweit agierender Konzern sind wir uns sehr bewusst, dass wir Verantwortung tragen. Wir müssen das uns anvertraute Kapital profitabel verwenden, natürliche Ressourcen als Kern unseres Geschäfts effizient nutzen und zugleich bewahren und uns für das Wohlergehen unserer Mitarbeiter sowie für gesellschaftliche Belange einsetzen. So können wir unsere Wertschöpfung kontinuierlich steigern und gleichzeitig unserer Verantwortung für Umwelt und Gesellschaft dauerhaft gerecht werden.

# Unsere Anwendungsbereiche



\* Mehrheitsbeteiligung an dem schwedischen Unternehmen Probi AB

**Geschmack, Ernährung, Gesundheit und Wohlbefinden, Duft, Pflege und gutes Aussehen: Die nachhaltigen Lösungen von Symrise, die größtenteils auf natürlichen Ausgangsstoffen basieren, begleiten Menschen ihr Leben lang.**

Symrise hat ein breites Portfolio von über 35.000 Produkten – und bedient damit viele Kunden rund um die Welt, die wiederum Produkte für Verbraucher auf allen Kontinenten herstellen. Diese Bandbreite an Aktivitäten eröffnet Wachstumschancen, stabilisiert das Geschäft und verleiht Symrise ein unverwechselbares Profil. Die Teams und Geschäftseinheiten in den beiden

Segmenten Taste, Nutrition & Health sowie Scent & Care entwickeln mit Engagement und Kreativität innovative Konzepte und maßgeschneiderte Produkte. Diese erfüllen den Wunsch der Konsumenten nach Natürlichkeit, Rückverfolgbarkeit der Inhaltsstoffe, neuen Geschmacks- und Dufterlebnissen sowie nach Nachhaltigkeit und gesundheitsfördernder Wirkung. Symrise bietet dafür immer umfassendere Produktlösungen, nutzt durch die Zusammenarbeit zwischen den Geschäftsbereichen Synergien bei der Forschung und optimiert die Nutzung natürlicher Inhaltsstoffe im Sinne der Kreislaufwirtschaft. So schaffen wir einen greifbaren Mehrwert für alle Stakeholder von Symrise.

# Erfolgsbilanz 2023 und Ziele 2025

Unsere integrierte Unternehmensstrategie verknüpft nachhaltiges Handeln und wirtschaftlichen Erfolg eng miteinander. Dazu gestalten wir unsere Prozesse auf eine Art und Weise, dass sie möglichst geringe Auswirkungen auf die Umwelt haben und wir unserer sozialen Verantwortung für Mitarbeiter und Gesellschaft gerecht werden.

## 7,9 %

organisches Wachstum konnte Symrise im Jahr 2023 verbuchen.

■ Wir kaufen weltweit verantwortungsvoll Rohstoffe ein, verarbeiten diese nachhaltig und zunehmend mit den Methoden der Kreislaufwirtschaft. So können wir die Natur und ihre biologische Vielfalt schützen, die gleichzeitig die Grundlagen unseres Geschäfts bilden. In unseren fünf Zieldimensionen „Geschäft“, „Footprint“, „Innovation“, „Sourcing“ sowie „Care“ erfüllen wir die Vorgaben für die nicht-finanzielle Unternehmensberichterstattung, die das CSR-Richtlinie-Umsetzungsgesetz vorschreibt (siehe [www.symrise.com/de/nachhaltigkeit](http://www.symrise.com/de/nachhaltigkeit)).

Gleichzeitig sind wir wirtschaftlich sehr erfolgreich, auch in Krisenzeiten: Trotz aller Herausforderungen haben wir im Jahr 2023 wieder unsere Ziele erreicht. Unsere über 12.000 Mitarbeiter rund um die Welt haben einen Umsatz von 4.730 Mio. € erzielt und diesen damit organisch um 7,9 % gesteigert. Auch unsere EBITDA-Marge<sup>1</sup> erreichte mit 19,1% einen guten Wert. Damit gehören wir wie in den Vorjahren zu den profitabelsten Unternehmen der Branche.

Diese Ergebnisse bilden die Grundlage für unsere langfristigen Ziele, die wir in unserer integrierten Unternehmensstrategie festgeschrieben haben. Im Jahr 2025 wollen wir bei einem jährlichen Wachstum von 5 % bis 7 % einen Umsatz von 5,5 Mrd. bis 6,0 Mrd. € erzielen. Unsere Ziele wollen wir auf allen Ebenen erreichen, auch beim Thema Nachhaltigkeit: Wir werden im Jahr 2030 als Gesamtunternehmen treibhausgasneutral sein.

<sup>1</sup> Bereinigt um Sondereffekte

**GESCHÄFT**

ERFOLGSBILANZ 2023	ANMERKUNGEN	ZIELE 2025	ANMERKUNGEN
7,9 % 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.
19,1 % EBITDA-Marge <sup>1</sup>	Der erreichte Wert lag unter dem Zielwert von rund 20 %.	20 % – 23 %	Wir verbessern unsere Profitabilität durch kontinuierliche Effizienzsteigerungen und Optimierung des Produktmix.

**FOOTPRINT**

4,4 % Verbesserung der Ökoeffizienz der Treibhausgasemissionen (Scope 1+2) <sup>2</sup>	Wir sind voll auf Kurs in Richtung unserer Ziele 2025 und 2030.	Unser Ziel für 2020, die Ökoeffizienz der Treibhausgasemissionen um 33 % gegenüber 2010 zu verbessern, haben wir vorzeitig erreicht. Nun wollen wir die Ökoeffizienz der Emissionen bis 2025 um mehr als 60 % gegenüber 2016 steigern. <sup>2</sup>	Bis 2030 wollen wir Netto-Null sein, vor allem durch die Steigerung der Energie- und Prozesseffizienz an unseren Produktionsstandorten und durch die Unterstützung hochwertiger und zertifizierter Klimaschutzprojekte.
2,4 % Verringerung der absoluten Treibhausgasemissionen (Scope 3)	Wir haben unser Ziel, die Emissionen von eingekauften Rohstoffen und Services zu senken, nur knapp verfehlt. Wir sind trotzdem voll auf Kurs in Richtung unserer Ziele 2025 und 2030.	Wir haben die Scope 3 THG-Emissionen der Kategorie 1 „Eingekaufte Rohstoffe und Services“ zwischen 2016 und 2023 um rund 43 % reduzieren können. Nun wollen wir die absoluten Emissionen bis 2025 um 15 % gegenüber 2020 senken.	Wir wollen die Treibhausgasemissionen entlang unserer Wertschöpfungskette reduzieren – durch Prozessoptimierungen und mithilfe unserer Lieferanten und Kunden.
10,7 % Verbesserung der Ökoeffizienz des chemischen Sauerstoffbedarfs im Abwasser <sup>2</sup>	Wir haben den Zielwert von 4 % wie die beiden Jahre zuvor deutlich übertroffen.	Verbesserung der Ökoeffizienz des chemischen Sauerstoffbedarfs im Abwasser um jährlich 4 % bis 2025 bzw. um insgesamt 60 % bezogen auf das Basisjahr 2010. <sup>2</sup>	Wir steigern die Ausbeute unserer Produkte, indem wir unsere Prozesse auf nachhaltige Verfahren umstellen.
-6,3 % Verbesserung der Ökoeffizienz der gefährlichen Abfälle <sup>2</sup>	Durch Produktionssteigerungen an den größten Standorten und Anpassung des Produktportfolios an die Kundenbedürfnisse ist der Anteil an gefährlichen Abfällen gestiegen.	Verbesserung der Ökoeffizienz der gefährlichen Abfälle um jährlich 4 % bis 2025 bzw. um insgesamt 60 % bezogen auf das Basisjahr 2010. <sup>2</sup>	Wir werden bis 2025 ausschließlich nachhaltige Verpackungsmaterialien verwenden und über 95 % des verwendeten Plastiks wiederverwerten, wo immer möglich.
-30,9 % Verringerung der Wassernutzung von Gebieten mit Wasserstress	Die Wassernutzung der Standorte in Regionen mit Wasserstress <sup>3</sup> verringerte sich um 30,9 % dank erneuter erheblicher Anstrengungen zur Reduktion des Wasserverbrauchs.	Reduzierung der Wassernutzung aller Produktionsstätten in wasserarmen Regionen um 15 % (2018 – 2025).	Wir reduzieren kontinuierlich unsere Wassernutzung, indem wir wassersparende Technologien einsetzen und das Bewusstsein für einen geringeren Verbrauch im Unternehmen schärfen.

**INNOVATION**

15,0 % Umsatz mit neuen Produktentwicklungen <sup>4</sup>	Wir haben unseren Zielwert von >15 % zum wiederholten Mal erreicht.	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**

Alle Lieferanten wurden einer Nachhaltigkeitsrisikobewertung unterzogen	Basierend auf dem Lieferkettensorgfaltspflichtengesetz LkSG wurden alle Lieferanten einer Nachhaltigkeitsrisikobewertung unterzogen.	Wir achten die Menschenrechte und schützen die Umwelt durch Umsetzung definierter Sorgfaltspflichten in unserer Wertschöpfungskette.	Wir reduzieren kontinuierlich die Risiken zu Menschenrechten und der Umwelt und übernehmen Verantwortung in unserer Wertschöpfungskette.
95 % der strategischen biologischen Rohstoffe aus nachhaltigen Quellen bezogen	Durch Intensivierung unserer Rückwärtsintegration konnten wir unsere Leistung in diesem Bereich verbessern. Mit Blick auf zunehmende Nachhaltigkeits Herausforderungen sowie neue Berichtsanforderungen (CSR) werden wir den materiellen Geltungsbereich dieses Unternehmensziels 2024 überprüfen.	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 Lieferkettenprojekte und -programme anstoßen.

**CARE**

13,5 % Frauenquote erste Führungsebene	Awareness-Trainings; Steigerung der Diversität in Bezug auf andere Kulturen (Symrise-Mitarbeiter aus über 80 Nationen) zur Förderung der Vielfalt in unserem Unternehmen. Talententwicklung, Fokus auf einen hohen Frauenanteil unter den Teilnehmern. Weltweit gut etabliertes aktives Netzwerk von Sustainability-Ambassadoren.	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.
2,3 MAQ <sup>5</sup> Unfallhäufigkeit	Dank unserer Symsafe Aktivitäten konnte die MAQ-Quote reduziert werden.	Branchenführende Arbeitssicherheit <1,5 MAQ.	Kontinuierliche Umsetzung einer Null-Unfall-Kultur durch unternehmensweite Initiativen und Schulungen. Wir haben 2021 das Projekt Symsafe gestartet, das zur Steigerung der Arbeitssicherheit beitragen soll.

1 Bereinigt um Sondereffekte

2 Alle Werte bezogen auf die Wertschöpfung

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

4 Bezogen auf die Markteinführung in den vergangenen drei Jahren

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

# Nachhaltigkeits- management

Für unsere über 35.000 Produkte verwenden wir rund 10.000 Rohstoffe, die zum Großteil aus der Natur stammen – und gleichzeitig arbeiten wir mit Zehntausenden Menschen auf der ganzen Welt zusammen. Vielfalt ist also eine der Grundlagen unseres Wirtschaftens – und Nachhaltigkeit mit all ihren Ebenen ein integraler Bestandteil unseres Geschäftsmodells, unserer Strategie und unseres Purposes. Diesen Ansatz haben wir seit Jahren tief im Konzern verankert: mit Gremien, Strukturen und engagierten Mitarbeitern.

## **Vier Dimensionen für mehr Nachhaltigkeit**

Symrise hat die für den Konzern maßgeblichen Nachhaltigkeitsaspekte in den vergangenen Jahren erhoben, analysiert und bewertet. Die unterschiedlichen Themen bündeln wir in den vier Säulen Umweltschutz (Footprint), nachhaltige Innovation (Innovation), Rohstoffbeschaffung (Sourcing) sowie Mitarbeiter und Gesellschaft (Care). Auf dieser Grundlage haben wir für jede Säule konkrete Ziele bis 2025 formuliert (siehe S. 27), die sich unmittelbar auf unsere wesentlichen Themen beziehen und sich unter anderem aus den 17 Sustainable Development Goals (SDGs) der Vereinten Nationen ableiten. Durch diese enge Verflechtung mit unserem Geschäftsmodell, das in weiten Teilen auf die Kreislaufwirtschaft setzt, können wir den wirtschaftlichen Erfolg mit nachhaltiger Unternehmensführung und gesellschaftlicher Akzeptanz verknüpfen.

## **Alle sind gefordert**

Alle Mitarbeiter sind bei Symrise gefordert, ihre Arbeitsabläufe permanent auf 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 Standorten gezielte Initiativen zum Energie- und Abfallmanagement, Klima-, Wasser- und Umweltschutz sowie zu Arbeitssicherheit und Gesundheit voran. Daneben stehen alle Führungskräfte in der

Verantwortung, das Thema Nachhaltigkeit in ihren Teams zu verankern und konkrete Ziele zu setzen. Diese sind auch Bestandteil der individuellen Zielvorgaben, die alle Führungskräfte einschließlich der Mitglieder des Vorstands erfüllen müssen. So treiben wir unseren Nachhaltigkeitsansatz in allen Unternehmensbereichen konsequent voran.

Neben der Arbeit der einzelnen Teams an allen Standorten haben wir eine Struktur über den gesamten Konzern gezogen, die für mehr Nachhaltigkeit sorgt. Das globale und geschäftsbereichsübergreifende Symrise Sustainability Board besteht aus Nachhaltigkeitsverantwortlichen für die Geschäftssegmente Taste, Nutrition & Health sowie Scent & Care, je einem Vertreter der Stabsabteilungen Personal, Finanzen/ Investor Relations, Corporate Communications und Corporate Sustainability sowie dem Leiter des Responsible Sourcing Steering Committees. Es kommt mehrmals jährlich unter dem Vorsitz des Chief Sustainability Officers (CSO) zusammen. Das Sustainability Board stellt sicher, dass nachhaltigkeitsrelevante Themen und Belange wichtiger Anspruchsgruppen in der gesamten Wertschöpfungskette berücksichtigt werden. Es beschließt zudem die Nachhaltigkeitsziele, die direkt in den jeweiligen Geschäftsbereichen umgesetzt werden. Die direkte Verantwortung für die Strategie liegt beim Vorstandsvorsitzenden der Symrise AG, dem kontinuierlich über den Fortschritt aller Nachhaltigkeitsaktivitäten berichtet wird.

### Ausgezeichnetes Engagement

Für unser Engagement im Bereich Nachhaltigkeit werden wir regelmäßig ausgezeichnet. Beim jährlichen Nachhaltigkeitsrating des CDP (ehemals Carbon Disclosure Project) nimmt Symrise wieder eine Spitzenposition ein. Das Unternehmen erhielt zweimal die Bestnote „A“ in den Kategorien Klima und Wasser und ein hervorragendes „A-“ in der Kategorie Wald. Der „Sustainable Future Award 2023“ des F.A.Z.-Instituts und Cision Germany ging für vorbildliches Verhalten als nachhaltiges Unternehmen ebenfalls an Symrise – und das Unternehmen wurde als erster Hersteller seiner Branche in Brasilien als B-Corporation zertifiziert. Diese Anerkennungen machen uns stolz – und sie spornen uns an, noch besser zu werden. Denn die Herausforderungen steigen: Wir stehen weiterhin vor den negativen Folgen des Klimawandels sowie dem Verlust der Biodiversität und müssen verantwortungsvoll mit Ressourcen umgehen. Auch die Auswirkungen der Covid-19-Pandemie und des Angriffskriegs von Russland in der Ukraine haben wir noch nicht in Gänze überwunden.

### Im Dialog mit allen Stakeholdern

Um uns möglichst breit aufzustellen, aktuelle Entwicklungen zu diskutieren und die Anforderungen verschiedener Anspruchsgruppen an eine nachhaltige Unternehmensführung aufzunehmen, suchen wir den Dialog mit allen relevanten Stakeholder-Gruppen. Beispiele hierfür sind die verschiedenen Komitees des WBCSD, die weltweiten Verbände IFRA und IOFI oder Initiativen wie OP2B und die Allianz für Entwicklung und Klima. Besonders eng tauschen wir uns auch mit den Aktionären des Unternehmens, mit Investoren, Stimmrechtsvertretern und Ratingagenturen im Bereich Nachhaltigkeit aus. Ratingagenturen wie zum Beispiel MSCI, Sustainalytics und ISS ESG verfügen über eine hohe Qualität und einen hohen Wirkungsgrad für unser Unternehmen, um unsere ESG-Performance an Investoren zu kommunizieren. Außerdem bewerten international anerkannte Institutionen wie CDP, EcoVadis oder SEDEX unsere Nachhaltigkeitsleistung regelmäßig. Das ist auch deswegen wichtig, weil sowohl unsere Kunden als auch unsere Investoren daran interessiert sind, dass wir unsere Nachhaltigkeitsberichterstattung kontinuierlich weiterentwickeln. Nur so können wir unsere Geschäftsprozesse transparenter machen und die Chancen und Risiken unserer Geschäftstätigkeit noch besser einschätzen.

Chief Executive Officer



Dr. Heinz-Jürgen Bertram,  
CEO

Chief Sustainability Officer



Bernhard Kott,  
CSO

Sustainability Board



Gaëlle Bathany,  
Cosmetic Ingredients  
Marketing &  
Sustainability



Ranjeeta Boscolo,  
Global Procurement,  
Sustainability  
Scent & Care



Dr. Stephanie  
Coßmann, Human  
Resources & Legal



Dr. Marcus Eh,  
Sustainability Aroma  
Molecules



Tobias Erfurth,  
Investor Relations



Dr. Helmut Frieden,  
Corporate  
Sustainability



Doris Gattermann,  
Corporate  
Sustainability



Marie Le Henaff,  
Sustainability Taste,  
Nutrition & Health



Jasper Hölzchen,  
Corporate  
Sustainability



Oliver Kemmerich,  
Global Procurement



Sascha Liese,  
Corporate  
Sustainability



Friedrich-Wilhelm  
Micus, Corporate  
Communications



Dr. Philippa Smith,  
Sustainability  
Scent & Care



Gabriele Vielhaber,  
Sustainability Taste,  
Nutrition & Health

Weltweit über 150 Sustainability  
Ambassadors

Über 12.000 Mitarbeiter in  
mehr als 40 Ländern

# Ziele und Management unserer Nachhaltigkeitsthemen



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

[www.symrise.com/de/unternehmensbericht/2023/unternehmen/nachhaltigkeitsbilanz/index.html](http://www.symrise.com/de/unternehmensbericht/2023/unternehmen/nachhaltigkeitsbilanz/index.html)

- ↑ Verbesserung
- Gleichbleibend
- ↓ Verschlechterung

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

THEMA	AUSGEWÄHLTE ZIELE
<b>Klimaschutz &amp; -anpassung</b>	Ab 2030 wird Symrise bezogen auf die CO <sub>2</sub> -Emissionen Netto-Null sein.
<b>Rohstoffnutzung &amp; Kreislaufösungen</b>	Bis 2025 Verbesserung der Ökoeffizienz des chemischen Sauerstoffbedarfs (CSB) im Abwasser sowie unserer <b>gefährlichen Abfälle</b> um <b>4 %</b> jährlich bis 2025, bzw. um insgesamt <b>60 %</b> gegenüber 2010. <sup>1</sup>
<b>Umweltschutz &amp; Biodiversität</b>	Nachhaltige Beschaffung aller <b>strategischen biologischen Rohstoffe</b> bis 2025.
<b>Beschaffung &amp; Menschenrechte</b>	Bis 2025 den Anteil unser Lieferanten, die nach Nachhaltigkeitskriterien <sup>3</sup> bewertet sind, auf <b>100 %</b> steigern.  Nachhaltige Beschaffung aller <b>strategischen biologischen Rohstoffe</b> bis 2025.
<b>Partnerschaften &amp; Gemeinschaften</b>	Gewährleistung und Steigerung von <b>Vertrauen, Wissenstransfer</b> und <b>Synergien</b> zwischen den eigenen Unternehmen und NGOs, Lieferanten, politischen Institutionen und Partnern vor Ort.  Erhalt und Ausbau des <b>partnerschaftlichen Engagements</b> mit den lokalen Partnern und Gemeinschaften vor Ort.
<b>Produktqualität &amp; -sicherheit</b>	Erhalt des hohen Niveaus des <b>Produktsicherheitsmanagements</b> .
<b>Produktinnovation &amp; -design</b>	Jährliche Entwicklung neuer Produkte unter Berücksichtigung nachhaltiger Kriterien, die einen Umsatzanteil von mehr als <b>15 %</b> der letzten drei Jahre ausmachen.

ZIELERREICHUNG 2023	FORTSCHRITT ZU 2022	MANAGEMENT-METHODE	WERTSCHÖPFUNG	SDGS
<p>Reduktion Scope 3 THG-Emissionen der Kategorie 1 „Eingekaufte Rohstoffe und Services“ zwischen 2016 bis 2023 um rund <b>43%</b>. Nun wollen wir die absoluten Emissionen bis 2025 um <b>15%</b> gegenüber 2020 senken.</p> <p><b>66%</b> unserer Lieferanten<sup>4</sup> berichten THG-Emissionen.</p>	↑	<p>Low Carbon Transition Plan (LCTP), Product Carbon Footprint (PCF), TCFD-Commitment, CDP Climate Change</p>	<p>Produktentwicklung &amp; Herstellungsverfahren</p> <p>Kunden &amp; Konsumenten</p>	
<p>Die Ökoeffizienz bezogen auf den chemischen Sauerstoffbedarf im Abwasser<sup>1</sup> hat sich im Berichtsjahr um <b>10,7%</b> erhöht.</p> <p>Durch Produktionssteigerungen an den größten Standorten und Anpassung des Produktportfolios an die Kundenbedürfnisse ist der Anteil an gefährlichen Abfällen gestiegen.</p>	↑	<p>Green-Chemistry Ansatz, Rückgewinnung durch patentiertes Symtrap®-Verfahren</p>	<p>Rohstoffe</p> <p>Produkte &amp; Herstellungsverfahren</p>	
<p>Nachhaltiger Bezug von <b>95%</b> unserer strategischen biologischen Rohstoffe im Jahr 2023.</p>	↑	<p>Nachhaltiges Lieferkettenmanagement, Rohstoffzertifizierungen, Rückwärtsintegration, CDP Forest Engagement in diversen internationalen (Branchen-)Initiativen</p>	<p>Rohstoffe</p>	
<p>Alle Lieferanten wurden einer Nachhaltigkeitsrisikobewertung unterzogen.</p> <p>Nachhaltiger Bezug von <b>95%</b> unserer strategischen biologischen Rohstoffe im Jahr 2023.</p>	↑	<p>Lieferantenbewertungen, -zertifizierungen und -audits (EcoVadis, SEDEX); Engagement in int. (Branchen-)Initiativen (SAI, FSC, CDP Supply Chain Program, Rainforest Alliance, RSPO, GIZ, Save The Children, IFFO, etc.)</p> <p>Interne und externe Audits sowie Zertifizierungen; Lieferantenbewertungen (SEDEX/EcoVadis) und Lieferantenaudits</p>	<p>Rohstoffe</p> <p>Produktentwicklung &amp; Herstellungsverfahren</p>	
<p>Weiterführung langfristiger Projektpartnerschaften.</p> <p>Bedarfsorientierte <b>Unterstützung lokaler Gemeinschaften</b> (karitativ, sozial) an Orten, aus denen Symrise seine strategischen Rohstoffe bezieht.</p>	→	<p>Engagement in diversen internationalen Branchenkooperationen, Partnerschaften und vorwettbewerblichen Ansätzen, z. B. AIM-PROGRESS, IFRA-IOFI</p> <p>Bedarfsprüfungen auf Standortebene</p>	<p>Rohstoffe</p> <p>Produktentwicklung &amp; Herstellungsverfahren</p> <p>Kunden &amp; Konsumenten</p>	
<p><b>Keine signifikanten Vorfälle</b> hinsichtlich Produktsicherheit im Jahr 2023.</p>	→	<p>Interne und externe Audits; Sicherheitszertifizierungen</p>	<p>Produktentwicklung &amp; Herstellungsverfahren</p> <p>Kunden &amp; Konsumenten</p>	
<p>Mit <b>15,0%</b> Umsatz aus neuen Produktentwicklungen<sup>2</sup> haben wir unseren Zielwert im Berichtsjahr zum wiederholten Mal erreicht.</p> <p>Der Zielwert von <b>&gt;15%</b> wurde wiederholt erreicht.</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 &amp; Herstellungsverfahren</p> <p>Kunden &amp; Konsumenten</p>	

# Ziele und Management unserer Nachhaltigkeitsthemen

THEMA	AUSGEWÄHLTE ZIELE
<b>Corporate Governance &amp; Compliance</b>	<p>Bis 2025 planen wir eine globale Steuerquote von <b>25 % – 27 %</b>.</p> <p>Sicherstellung, dass alle Symrise-Standorte nach geltenden Standards auditiert werden.</p>
<b>Arbeitssicherheit &amp; Gesundheit</b>	<p>Sichere Arbeitskultur und Reduktion der Unfallhäufigkeit auf <b>MAQ<sup>6</sup> &lt; 1,5 bis 2025</b>.</p> <p>Erhalt des hohen Niveaus des <b>Sicherheitsmanagementsystems</b> der Anlagen.</p>
<b>Umgang mit Wasser</b>	<p><b>Reduzierung der Wassernutzung<sup>7</sup></b> aller Produktionsstätten in wasserarmen Regionen um <b>15 %</b> bis 2025.</p>
<b>Mitarbeiterbefähigung</b>	<p>Erhalt und Ausbau standortübergreifender <b>Weiterbildungen</b> und <b>Förderung</b> der Mitarbeiter.</p>
<b>Vielfalt &amp; Chancengleichheit</b>	<p>Bis 2025 Anteil von Frauen auf der ersten globalen Führungsebene unterhalb des Vorstands mindestens <b>30 %</b>, auf der zweiten globalen Führungsebene mindestens <b>45 %</b>. Langfristiges Ziel eines Frauenanteils von <b>20 %</b> im Vorstand.</p> <p>Erhalt und Steigerung der Standortattraktivität, Etablierung von Symrise als „Employer of Choice“.</p>
<b>Tierwohl</b>	<p>Sicherstellung des <b>Tierwohl-Standards</b> in unserer Lieferkette.</p> <p>Bis 2026 Bezug von <b>100 %</b> unserer huhnbasierten Rohstoffe in Europa aus nachhaltigen Quellen.</p>

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

5 Mitarbeiterzahl (FTE) inkl. Akquisitionen und Probi, ohne Zeitarbeitnehmer, Trainees und Auszubildende

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

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

ZIELERREICHUNG 2023	FORTSCHRITT ZU 2022	MANAGEMENT-METHODE	WERTSCHÖPFUNG	SDGS
<p>2023 betrug unsere effektive Konzernsteuerquote <b>25,8 %</b>.</p> <p><b>100 %</b> der Symrise-Standorte nach geltenden Standards auditiert.</p>	↓	Weiterentwicklung des integrierten Managementsystems (IMS), externe Zertifizierungen, interne und externe Auditierungen	<p>Rohstoffe</p> <p>Produktentwicklung &amp; Herstellungsverfahren</p> <p>Kunden &amp; Konsumenten</p>	  
<p>Regelmäßige <b>Management-Safety-Besuche</b> der globalen Führungskräfte.</p> <p>Dank unserer Symsafe-Aktivitäten konnte die MAQ-Quote reduziert werden: auf <b>2,3 MAQ<sup>6</sup></b> Unfallhäufigkeit.</p> <p>Die Symsafe-Initiativen wurden in allen Regionen und Geschäftsbereichen aufrechterhalten und verstärkt.</p>	↑	Sicherheitsbesuche des Managements, ISO 45001 an ausgewählten Standorten mit internen und externen Audits, Zertifizierungen und Inspektionen, Sicherheitsrisikomanagementprogramme mit internen Audits, kontinuierliche Sicherheitsschulungen für alle Mitarbeiter. Fokus auf Präventivmaßnahmen, KPIs und Initiativen.	Produktentwicklung & Herstellungsverfahren	
<p>Die Wassernutzung der Standorte in Regionen mit Wasserstress<sup>7</sup> verringerte sich um <b>30,9 %</b> dank erneuter erheblicher Anstrengungen zur Reduktion des Wasserverbrauchs.</p> <p><b>65 %</b> unserer Lieferanten<sup>4</sup> integrieren Wasser in ihre Strategie und langfristigen Geschäftsziele.</p>	↑	Symrise Water Policy, jährliches CDP Water Disclosure	<p>Rohstoffe</p> <p>Produktentwicklung &amp; Herstellungsverfahren</p>	 
<p>Umfangreiche Nutzungsmöglichkeiten von Schulungs- und Weiterbildungsangeboten über unsere weltweit zugängliche Lernplattform.</p>	→	Talentmanagement und Personalentwicklung, Mitarbeiterrekrutierung, Coaching & Mentoring, Lernmanagementsystem (LMS) Digitale Lernplattform (Skillsoft)	Produktentwicklung & Herstellungsverfahren	
<p>Von den 12.435 Mitarbeitern<sup>5</sup> 2023 lag der Anteil an Frauen bei <b>38,2 %</b>.</p> <p>Der Anteil von Frauen auf der ersten Managementebene unterhalb des Vorstands ist aufgrund von Umstrukturierungen im Jahr 2023 leicht gesunken auf <b>13,5 %</b>. Die Pipeline ist aber gut gefüllt. Auf der zweiten Managementebene liegt der Anteil bei <b>37,9 %</b>.</p>	↓	Integriertes Managementsystem, Talentmanagement, Mitarbeiterrekrutierung Engagement am Standort, Mitarbeiterrekrutierung	Produktentwicklung & Herstellungsverfahren	
<p>Policy zum Umgang mit Tierversuchen publiziert</p>	↑	Tierwohl-Policy, Engagement mit Partnern für internationale Tierwohl-Standards, Lieferantenqualifizierung, Lieferantenbewertungen und -audits, Rückverfolgbarkeit	Rohstoffe	

# Nachhaltigkeit messbar machen

Mit der EU-Taxonomie klassifiziert die Europäische Union ökologisch nachhaltige Geschäftsaktivitäten. Seit dem Jahr 2023 müssen Unternehmen für sechs Umweltziele belegen, wie sie diese zum Beispiel bei ihren Investitionen oder in ihren Produktionstechnologien berücksichtigen. Weil das Geschäftsmodell von Symrise per se nachhaltig aufgebaut ist, muss der Konzern nur einen geringen Teil seiner Aktivitäten angeben und prüfen. Darauf ist das Unternehmen gut vorbereitet.

Der „European Green Deal“ soll die EU bis 2050 zum ersten klimaneutralen Wirtschaftsraum der Welt machen. Ein wichtiger Teil dieses Vorhabens ist die EU-Taxonomie. Mit Hilfe dieses einheitlichen Klassifikationsverfahrens sollen private und öffentliche Investitionen so gelenkt werden, dass sie die Transformation zu einer nachhaltigen Wirtschaft finanzieren. Die Taxonomie soll viele Fragen beantworten: Was bedeutet Nachhaltigkeit im wirtschaftlichen Kontext konkret – und was nicht? Oder: Wie können die eigenen Tätigkeiten daraufhin beurteilt werden, welche Investitionen nachhaltig sind? Diese Fragen hat sich auch Symrise gestellt – und Antworten gefunden: „Die EU-Taxonomie bietet genaue Definitionen und einen konkreten Fahrplan, wie die Wirtschaft in Europa nachhaltiger werden kann“, sagt Bernhard Kott, Chief Sustainability Officer bei Symrise.

Um das Verfahren zu strukturieren, hat die EU sechs übergeordnete Umweltziele festgelegt:

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

Eine Sozialtaxonomie mit Zielen etwa in den Bereichen Bildung und Gesundheit wird in den kommenden Jahren folgen, ebenso sollen Aspekte guter Unternehmensführung integriert werden. „Erst dann werden alle unsere Nachhaltigkeitsthemen, die wir unter unseren Säulen Footprint, Sourcing, Innovation und Care zusammenfassen, von der Taxonomie abgedeckt sein“, sagt Bernhard Kott.

## **Taxonomiefähig versus taxonomiekonform**

Die EU-Taxonomie unterscheidet bei den sechs Umweltzielen insgesamt 16 Bereiche, zu denen wiederum in Summe 230 Aktivitäten gehören. Um die Anforderungen zu erfüllen, müssen Unternehmen zwei unterschiedliche Angaben pro Aktivität machen. Sie müssen zunächst die generell taxonomiefähigen Wirtschaftsaktivitäten identifizieren, die für sie zutreffen. Taxonomiefähigkeit bedeutet, dass eine Tätigkeit potenziell dazu beitragen kann, eines der sechs Umweltziele zu verwirklichen. Anschließend müssen die Unternehmen überprüfen, ob diese Tätigkeit wirklich taxonomiekonform, also nach den Kriterien ökologisch nachhaltig ist. Dafür müssen drei zentrale Grundsätze erfüllt sein:



1. **Wesentlicher Beitrag:** Auf Basis vorgegebener technischer Kriterien muss zu mindestens einem der Umweltziele ein wesentlicher und messbarer Beitrag geleistet werden.
2. **Keine erhebliche Beeinträchtigung:** Mit dem „Do-No-Significant-Harm“-Prinzip (DNSH) soll gewährleistet werden, dass keines der Ziele zu Lasten eines der jeweils fünf anderen umgesetzt werden soll. Die Maßnahmen zum Klimaschutz dürfen beispielsweise nicht den Artenschutz verschlechtern.
3. **Soziale Mindeststandards:** Auch wenn die Sozialtaxonomie noch nicht verabschiedet ist, müssen die Unternehmen sicherstellen, dass die taxonomiefähigen Aktivitäten keine sozialen Mindeststandards verletzen – wie die OECD-Leitlinien für Multinationale Unternehmen oder die UN-Leitprinzipien für Wirtschaft und Menschenrechte.

### Integration der EU-Taxonomie und Ergebnisse

Die Europäische Union hat in ihrem Regelwerk nur die Aktivitäten klassifiziert, die potenziell den größten Beitrag zu den sechs EU-Umweltzielen leisten können. Für Symrise bedeutet das, dass nur 2% der Umsätze und 9% der Investitionsausgaben taxonomiefähig sind. Viel wichtiger als die Taxonomiefähigkeit ist aber deren Differenz zur Taxonomiekonformität. „Ist diese gering, spricht dies für ein vergleichsweise hohes Maß an Umweltverträglichkeit der Geschäfts- und Investitionstätigkeit“, sagt Bernhard Kott. Bei Symrise ist diese Differenz vergleichsweise klein. Im Geschäftsjahr 2023 waren rund 2% des Jahresumsatzes von Symrise taxonomiefähig und -konform. Von den getätigten Investitionsausgaben (CapEx) waren 9% taxonomiefähig und 3% taxonomiekonform.

Die gute Performance liegt auch daran, dass Symrise auf hohe Standards setzt. Beim Umweltmanagementsystem zum Beispiel wird der Standard ISO 14001 angewendet, außerdem nutzt das Unternehmen mit SMETA einen Audit Standard der Organisation Sedex, um zu belegen, wie es die Vorgaben zu Menschenrechten, Umwelt, Gesundheit, Arbeitssicherheit und

Geschäftsethik einhält. Damit das so bleibt, hat Symrise in den vergangenen Jahren die taxonomie-relevanten Vorgaben in das globale Capex-Tool inkludiert. „Nachhaltigkeit ist ein wichtiges Thema bei jeder Finanzierung“, sagt Bernhard Kott, der auch darauf verweist, dass rund 200 Mitarbeiter im Konzern weltweit für Aufgaben rund um die Taxonomie trainiert wurden.

### Impuls für mehr Nachhaltigkeit

Für Symrise ist die EU-Taxonomie eine aufwändige, aber gleichzeitig auch eine lohnende Aufgabe. „Wir sind sehr transparent, wenn es um unsere Nachhaltigkeitsleistungen geht“, sagt Bernhard Kott. „Seit mehr als zehn Jahren berichten wir nach allen relevanten Standards, die wir als Leitlinie und als Lernfeld sehen.“ Umso mehr begrüßt Kott die EU-Taxonomie, die für einheitliche Standards sorgt. „Die Fachwelt hat sich lange Jahre darüber beklagt, dass es keine klaren Definitionen für nachhaltiges Handeln gibt“, erklärt Kott. „Nun haben wir mehr Vergleichbarkeit, das Greenwashing wird schwieriger – und gute Nachhaltigkeitsleistungen werden besser sichtbar.“ Die EU-Taxonomie verstehen wir deswegen nicht als Pflicht oder gar Bürde, sondern wir wollen uns an ihr abarbeiten, um immer nachhaltiger zu werden.“

	Anteil taxonomiefähig	Anteil taxonomiekonform
<b>Umsatz</b>	<b>2%</b>	<b>2%</b>
<b>Investitionsausgaben (CapEx)</b>	<b>9%</b>	<b>3%</b>

# Gut bewertet

Die Nachhaltigkeitsstrategie und -maßnahmen von Symrise wurden auch im Jahr 2023 wieder mehrfach ausgezeichnet. Eine Auswahl von externen Ratings und Rankings zeigt, wo das Unternehmen im abgelaufenen Geschäftsjahr besonders erfolgreich war.



BSB Innovation Awards

## Drei Preise im Bereich Kosmetik

Im Jahr 2023 hat Symrise drei Preise bei den renommierten europäischen BSB Innovation Awards gewonnen. Alle Auszeichnungen gingen an nachhaltige, naturbasierte und erneuerbare kosmetische Inhaltsstoffe, was die Innovationskraft von Symrise unterstreicht. So erreichte SymProt'in™ Oat, ein biotechnologisch erzeugter und umweltfreundlicher Inhaltsstoff für die Haarreparatur, den ersten Preis in der Kategorie „Natural Products/Raw Materials/Actives“. Auf dem zweiten Platz in der Kategorie „Cosmetics/Raw Materials/Functionality and Recipients“ landete SymEffect™ UV, das die Wirksamkeit von organischen und mineralischen UV-Filtern erhöht. Supervisome™ EPH, ein zu 100% biobasierter Inhaltsstoff für einen strahlenden Teint, wurde dritter Gewinner in der Kategorie „Cosmetics/Raw Materials/Actives“.



Sustainable Future Award 2023

## Engagement für Nachhaltigkeit

Dr. Heinz-Jürgen Bertram, Vorstandsvorsitzender von Symrise, wurde gemeinsam mit Bernhard Kott, Kommunikationschef sowie Leiter des Nachhaltigkeitsmanagements, mit dem „Sustainable Future Award 2023“ ausgezeichnet, den das F.A.Z.-Institut und Cision Germany vergeben. Die Jury würdigte das Engagement der beiden Führungskräfte für Nachhaltigkeit, die Integration der Nachhaltigkeitsstrategie in die gesamte Wertschöpfungskette sowie die transparente Kommunikation darüber. Eine mehrjährige Analyse der Medienberichterstattung durch das Medienanalyseunternehmen Cision, das die Glaubwürdigkeit von Manageraussagen überprüft, ist Grundlage für die Auszeichnung.



ISS ESG

## Wieder unter den besten 10 %

Wie im Vorjahr erreichte Symrise den Prime Status „B–“ beim ESG-Ranking der international führenden Ratingagentur ISS. Die Abkürzung steht für Environmental, Social and Governance. Das Unternehmen liegt somit wieder unter den besten 10 % seiner Branche. In das Ranking werden rund 10.000 überwiegend börsennotierte Unternehmen aufgenommen.



CDP

## Bestnoten für Symrise

Zweimal die Bestnote „A“ in den Kategorien Klima und Wasser, ein hervorragendes „A–“ in der Kategorie Wald: Beim jährlichen Nachhaltigkeitsrating des CDP (ehemals Carbon Disclosure Project) nimmt Symrise wieder eine Spitzenposition ein. Die Non-Profit-Organisation beurteilt für das Jahr 2023 die Rekordanzahl von 21.000 Unternehmen, das bedeutet eine Steigerung um 24 % im Vergleich zum Vorjahr. Dabei erhielten nur wenige Unternehmen solche Top-Bewertungen wie Symrise, das die hohen Anforderungen erneut erfüllt und an die CDP-Auszeichnungen der Vorjahre angeknüpft hat.



MSCI ESG-Ratings

## Auf AA-Rating gesteigert

Seit 2015 hat die führende Nachhaltigkeits-Ratingagentur MSCI Symrise jährlich in der A-Kategorie eingestuft, die eine überdurchschnittliche Nachhaltigkeitsleistung attestiert. Nun wird das Unternehmen in die Kategorie AA hochgestuft und gehört zu den Industry Leaders. Der Anbieter von stark beachteten Nachhaltigkeits-Aktienindizes ordnet Symrise damit unter die besten 19 % der Industrie ein.



Sustainalytics

## Verbesserung auf Risk Score „Low“

Auf einen Risk Score „Low“ von 18,83 Punkten verbesserte sich Symrise in der Bewertung der Nachhaltigkeits-Ratingagentur Sustainalytics. Das Unternehmen bewertet Firmen weltweit danach, welche Risiken ihren ökologischen, sozialen und Corporate-Governance-Anstrengungen drohen. Symrise liegt jetzt auf Platz 21 von 576 im Bereich Chemie und somit unter den besten 4 % der Branche.



02

Magazin



**40 Verantwortung liegt in unserer Natur – Interview mit Dr. Heinz-Jürgen Bertram — 46 Nachhaltigkeit ist tief verankert – Interview mit Bernhard Kott — 52 Grundstein für eine Erfolgsgeschichte — 54 So ganzheitlich wie möglich — 64 Abfallfrei & Abbaubar — 66 Engagement auf allen Ebenen — 70 Die Zukunft kann kommen — 74 Zukunft mit hohem Nutzen — 80 Gesunde Entwicklung — 84 Weniger CO<sub>2</sub> bei gleicher Wirkung — 92 Vom Dienstleister zum strategischen Partner für das Geschäft – Interview mit Dr. Stephanie Coßmann — 98 Vom Acker ins Labor und zurück — 104 Höher, schneller, weiter — 108 Facetten der Nachhaltigkeit**

# *Verantwortung*



*liegt in  
unserer Natur*

**Umsatzzuwachs und Gewinn in einem schwierigen Wirtschaftsumfeld, eine ganze Reihe neuer Nachhaltigkeitsinitiativen und -projekte. Dazu neue Wachstumsziele für das Jahr 2028: Symrise hat das Geschäftsjahr 2023 erfolgreich abgeschlossen und blickt optimistisch in die Zukunft. Wie der Konzern zum 18. Mal in Folge wachsen konnte und wie er die langfristige Konzernstrategie auch weiterhin umsetzt, sagt der Vorstandsvorsitzende Dr. Heinz-Jürgen Bertram im Interview.**

#### GUTE UNTERNEHMENSFÜHRUNG

**Herr Dr. Bertram, das Motto des diesjährigen Unternehmensberichts heißt „Verantwortung liegt in unserer Natur“. Was verbinden Sie damit?**

■ Symrise hat immer schon Verantwortung übernommen, für die Mitarbeiter, die Nachbarn an unseren Standorten, die Menschen, die in unser Unternehmen und in unsere Aktien investiert haben. Das war selbstverständlich, weil alle Stakeholder am Unternehmenserfolg teilhaben sollen. Seit mehr als zehn Jahren haben wir unser Engagement noch einmal massiv erweitert. Sehr früh schon haben wir das Thema Nachhaltigkeit in den Vordergrund gerückt und haben ein ganz ureigenes Interesse daran: Wir hängen mit unseren Produkten von der Natur ab – und allein deswegen müssen wir uns engagieren.

**In Zeiten, in denen die Welt zudem vor vielen anderen Herausforderungen steht, ist das gar nicht so einfach. Wie hat Symrise sich im Jahr 2023 entwickelt?**

■ Uns geht es wie vielen anderen global tätigen Konzernen: Wir sind extrem getrieben durch die geopolitischen Verwerfungen. Das hat großen Einfluss auf unsere Lieferketten, dazu kommen die hohe Inflation und die Wechselkurseffekte, die unser organisches Wachstum mehr als halbieren. Dennoch haben wir unseren Umsatz organisch wieder gesteigert, um 7,9% und damit über unser Ziel, das zwischen 5% und 7% liegt. Damit sind wir im Branchenvergleich absolut führend.

**Bis zum Jahr 2025 wollen Sie einen Umsatz zwischen 5,5 und 6 Milliarden Euro erreichen. Steht das Ziel weiterhin?**

■ Wir schreiben es aufgrund der Ergebnisse des vergangenen Geschäftsjahrs fort und haben uns auch ein neues mittelfristiges Ziel bis 2028 gesetzt: Bis dahin wollen wir bei einer gleichbleibenden Marge 7,5 bis 8 Milliarden Umsatz erzielen.

**Was macht Sie zuversichtlich, dass auch diese Steigerung funktionieren wird?**

■ Wir verfolgen weiterhin unsere Strategie, die auf den drei Säulen Wachstum, Effizienz und Portfolio beruht und untrennbar mit unseren Nachhaltigkeitszielen verknüpft ist. Das Wachstum hat zwei Treiber: Wir wachsen auf der einen Seite organisch, zum Beispiel im Bereich der Luxusparfümerie, wo wir immer wieder neue spannende Produkte für unsere global tätigen Kunden entwickeln und produzieren dürfen. Gleiches gilt bei Körperpflege, Parfümerieprodukten, Lebensmitteln und Getränken, bei Pet Food oder auch im Bereich Oral Care. Gleichzeitig haben wir unsere Expertise und unsere Basis durch Unternehmenszukäufe erweitert. So haben wir unsere Beteiligung an dem amerikanischen Unternehmen Kobo erhöht. Es stellt anorganische UV-Filter her und beschleunigt unsere globale Wachstumsstrategie bei kosmetischen Inhaltsstoffen. Weiterhin haben wir den Anteil an der Firma Swedencare auf 42% erhöht.

**Mit diesen Akquisitionen verändert sich das Portfolio immer weiter weg von den klassischen Bereichen Aromen und Duftstoffe, mit denen Sie groß geworden sind. Warum machen Sie das?**

■ Wir haben in unserer Branche als erstes Unternehmen damit angefangen, die Kernbereiche mit sinnvollen Ergänzungen auszuweiten. Gleichzeitig war das auch der erste Schritt zur Transformation hin zu natürlichen, nachhaltigen und rückverfolgbaren Rohstoffen. Dabei legen wir eine große Dynamik vor: Im Jahr 2008 lagen ungefähr 10% des Geschäftes jenseits von Flavor und Fragrances, heute sind es schon mehr als 30% – und 2028 wollen wir für unsere neuen Ziele die Hälfte des Umsatzes außerhalb des klassischen Geschäfts machen. Diese Diversifizierung war und ist entscheidend für unseren Erfolg. Sie erschließt uns ganz neue Märkte und damit auch Umsätze

und stellt uns so auf breitere Beine. Gleichzeitig setzen wir aber auch auf Zukunftsmärkte, die wir für uns analysieren und bewerten. Ein Beispiel dafür, wie wir das machen, ist die Trendscape-Studie für die Lebensmittel- und Getränke-Branche (siehe Seite 74). Ähnliche Werkzeuge der Markt- und Konsumenten-forschung nutzen wir in den anderen Bereichen des Konzerns.

### **Können Sie ein Beispiel für einen dieser Zukunftsmärkte nennen?**

■ Bei den Haustieren reden wir nicht mehr nur über Pet Food, sondern auch über Pet Care, also über Nahrungsergänzung oder medizinische Vorsorge. Dafür steht zum Beispiel die Investition in Swedencare. Das Unternehmen wächst stark, bis 2026 will es 400 Millionen Euro Umsatz erzielen. Zum Portfolio gehören Produkte wie Zahnpflege für Hunde oder Nahrung gegen Übergewicht oder für bessere Mobilität. Ein anderes Thema sind vegane Proteinquellen für Haustierfutter. Viele Hunde- und Katzenbesitzer, die selbst vegan leben, wollen auch ihre Tiere so ernähren. Der Haustiermarkt wächst seit Jahren – und wir wachsen mit ihm.

### **Sie sprechen die Gesundheitsvorsorge an. Im Segment Taste, Nutrition & Health werden Sie das Thema Gesundheit ausweiten. Wie kam diese Entscheidung zustande?**

■ Wir haben schon lange Lösungen wie Cranberry-Extrakte im Portfolio, die einen wissenschaftlich belegten Nutzen haben und positiv auf die Harnwege wirken. Nun werden wir unser Wissen um bioaktive Wirkstoffe mit einer eigenen Strategie, Vision und Führung und mit einem eigenen Team bündeln (siehe Seite 80). Es wird sich intensiv mit dem Thema beschäftigen, für das wir enorme Wachstumschancen sehen.

### **Welche Innovationsfelder werden Sie außerdem bearbeiten?**

■ Ein Trend ist die Individualisierung. Wir haben eben die Gesundheit angesprochen, für die wir an Probiotika, Präbiotika und Postbiotika arbeiten. Mit unseren Forschungen am Mikrobiom werden wir ebenso Produkte entwickeln, die maßgeschneidert für die Verbraucher sind. Das

gilt auch für den Bereich der Pflege- und Kosmetikprodukte und für Lebensmittel. Mit unseren natürlichen Produkten haben wir in allen diesen Feldern die besten Lösungen im Portfolio.

### **Hinter Symrise-Produkten stecken demnach viel Forschung und Entwicklung. Warum gehen Sie nicht in einfachere Märkte und Anwendungsgebiete, um den Umsatz zu erhöhen?**

■ Unseren Fokus legen wir auf nachhaltig erzeugte Produkte, die auch nachhaltig gesunde Margen haben. Deswegen akquirieren wir auch nur Unternehmen, die unser Profitabilitätslevel von rund 20 % haben oder die wir innerhalb von drei Jahren darauf bringen können. Und das lässt sich mit Massenprodukten ohne spezifisches Know-how nicht erreichen. Gleichzeitig liegt uns die Innovation schon immer im Blut. Unsere Innovationskraft wollen wir nun noch einmal mit dem Programm „Ignite“ stärken, das die Forschung und Entwicklung beschleunigen wird (siehe Seite 104). Oder ganz konkret mit unserer AgroScience, mit der wir uns intensiv mit Anbau-, Ernte- und Verarbeitungsmethoden pflanzlicher Rohstoffe beschäftigen (siehe Seite 98).

### **Symrise ist sehr international aufgestellt, Sie haben über 100 Standorte weltweit. In manchen Branchen geht der Trend hin zu einer Deglobalisierung. Trifft das auch auf Sie zu?**

■ Die Märkte sind weiterhin extrem volatil, außerdem werden die digitalen Absatzkanäle immer stärker. Auf diese Themen müssen wir uns als Organisation einstellen und eine gewisse Flexibilität entwickeln. Dennoch werden wir uns weiterhin internationalisieren, weil wir nah an den Märkten sein wollen. Nur so können wir die Verbraucher und auch regionale Besonderheiten richtig gut verstehen. Gleichzeitig beziehen wir Rohstoffe aus aller Welt und rund 90 % davon sind natürlichen Ursprungs. Um diese nachverfolgbar, sicher verfügbar und nachhaltig einkaufen zu können, ist es wichtig für uns, vor Ort zu sein. Das können wir immer wieder zeigen, etwa am Beispiel von Madagaskar, wo wir sehr eng mit den Kleinbauern zusammenarbeiten (siehe Seite 54).

»

**Im Bereich der  
Duftstoffe zum  
Beispiel setzen  
wir verstärkt  
künstliche  
Intelligenz ein,  
um unsere  
Rezepturen zu  
optimieren.**

«



# 19,1%

EBITDA-Marge<sup>1</sup> erzielte Symrise im Jahr 2023.

# 4.730

Mio. €

Umsatz hat Symrise 2023 erwirtschaftet.

# 42%

beträgt nun der Anteil an der Firma Swedencare.

<sup>1</sup> Bereinigt um Sondereffekte

**Sie haben eben die Digitalisierung erwähnt:  
Welchen Einfluss hat sie auf Symrise?**

■■■■ Sie hilft uns, die Erwartungen der Kunden zu erfüllen. Im Bereich der Duftstoffe zum Beispiel setzen wir verstärkt künstliche Intelligenz ein, um unsere Rezepturen zu optimieren. Die Grundentscheidungen treffen unsere Parfümeure, aber wir können den Prozess davor effizienter gestalten, indem wir bestimmte Parameter bei der Parfümentwicklung durch die KI vorschlagen lassen. Diese innovativen Technologien helfen uns aber nicht nur bei der Kreation. Wir werden in den kommenden Jahren verstärkt unsere dritte Säule der Unternehmensstrategie damit stärken, die Effizienz. Dazu werden wir digitale Lösungen zum Beispiel in der Produktion und in den Lieferketten anwenden. So wollen wir effizienter werden.

**Kommen wir zu Ihren internen Entwicklungen. Sie haben einige Veränderungen im Vorstand vorgenommen. Warum?**

■■■■ Anfang des Jahres hat Dr. Jörn Andreas das Segment Scent & Care übernommen, das ich anderthalb Jahre kommissarisch geführt hatte. Er hatte zuvor den Geschäftsbereich Cosmetic Ingredients bei Symrise geleitet. Mit Jörn Andreas können wir unsere Management-Ressourcen optimal verteilen. Der Konzern wächst stark, da gibt es viel zu tun. Das gilt auch für das Ressort Personal und Recht, das Dr. Stephanie Coßmann übernommen hat. Sie war zuvor Mitglied des Vorstands und Arbeitsdirektorin bei der Lanxess AG und wird unsere Personalstrategie für die Zukunft prägen (siehe Interview Seite 92). Mithilfe dieser Strategie wollen wir die besten Talente finden und unsere Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter weiterentwickeln.

»  
**Der Haustiermarkt wächst seit Jahren – und wir wachsen mit ihm.**  
«

**Die wichtigste Veränderung im Vorstand wird die Übergabe Ihrer Verantwortung als Vorsitzender des Gremiums an Jean-Yves Parisot sein. Was dürfen wir uns von diesem Wechsel erwarten?**

■■■■ Tatsächlich gehe ich nach nunmehr 21 intensiven Jahren im Unternehmen, davon 19 im Vorstand und 15 als Vorstandsvorsitzender, mit Ablauf des 31. März in den Ruhestand. Ich bin stolz auf das, was wir gemeinsam erreicht haben in den zurückliegenden Jahren: Symrise ist gewachsen. Stetig, margenstark und profitabel. Symrise steht heute in unserer Industrie für Innovationskraft, allerhöchste Qualität und absolute Verlässlichkeit. Das ist vor allem der Verdienst unseres großartigen Teams, und es war mir eine Ehre, dieses Team durch bewegte Zeiten zu führen. Jetzt ist der richtige Zeitpunkt, den Staffelstab zu übergeben. Bei Jean-Yves Parisot ist Symrise in den allerbesten Händen. Wir kennen uns schon lange, und ich schätze ihn als Manager und als Mensch gleichermaßen. In den vergangenen Jahren hat er die große strategische Linie von Symrise ganz entscheidend mitentwickelt. Sie können also Kontinuität erwarten. Aber klar ist auch, dass mein Nachfolger neue Akzente setzen wird. Das ist richtig und wichtig.

**Wir haben vor allem über die Gegenwart und Zukunft gesprochen, dabei spielt 2024 auch die Vergangenheit eine große Rolle: Vor 150 Jahren entdeckten in Holzminden die Chemiker Wilhelm Haarmann und Ferdinand Tiemann das synthetische Vanillin und legten damit den Grundstein für Symrise. Wie wichtig ist das für Sie?**

■■■■ Unsere Geschichte hat eine große Bedeutung für uns, weil sie von Erfindergeist und Verantwortung handelt. Symrise ist im Jahr 2003 aus der Fusion der beiden Holzmindener Traditionsunternehmen Dragoco und Haarmann & Reimer entstanden. Wilhelm Haarmann wiederum hatte im Jahr 1874 gemeinsam mit Ferdinand Tiemann ein Verfahren entwickelt, um Vanillin aus dem Saft von Nadelhölzern zu entwickeln, das dem natürlichen Aroma der Vanille gleichwertig war. Ein Jahr später hatte er dann das Unternehmen gegründet. Dragoco war hingegen seit 1919 mit Duftstoffen erfolgreich. Beide Firmen waren Pioniere in ihrem Feld und sie haben die Industrie schon zu der Zeit maßgeblich geprägt. Dieses Erbe führen wir weiter, indem wir nachhaltig und zugleich erfolgreich forschen und wirtschaften.

# Nachhaltigkeit *ist tief* verankert

Schon seit Jahren hat sich Symrise ambitionierte Nachhaltigkeitsziele gesetzt und oft deutlich früher als geplant erreicht. Auch 2023 hat sich der Konzern intensiv mit den vier Bereichen Footprint, Sourcing, Innovation und Care beschäftigt, sagt Chief Sustainability Officer Bernhard Kott im Interview. Den Schutz des Klimas und der Umwelt, das soziale Engagement und eine gute Unternehmensführung hat Symrise in der gesamten Wertschöpfungskette im Blick.

GESELLSCHAFT UND KLIMA

**Herr Kott, Symrise richtet seine Aktivitäten seit Jahren an den 17 Sustainable Development Goals der Vereinten Nationen aus. Welches Thema stand im vergangenen Geschäftsjahr im Mittelpunkt?**

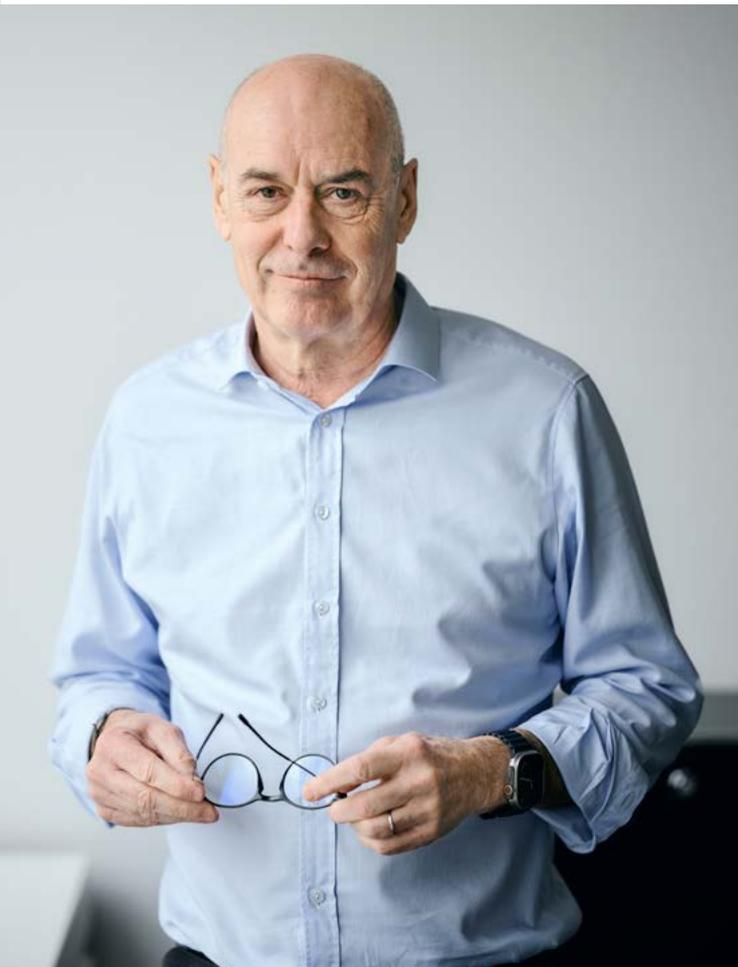
■ Unsere Nachhaltigkeitsaktivitäten haben wir in die vier Bereiche Umwelt (Footprint), Beschaffung (Sourcing), Forschung und Entwicklung (Innovation) und Mitarbeiter und Soziales (Care) heruntergebrochen, in denen wir sämtliche SDGs transparent erfüllen. Wir engagieren uns in der gesamten Breite, um nachhaltiger zu werden. Gleichzeitig wollen wir natürlich wirtschaftlich erfolgreich sein und gesellschaftliche Akzeptanz erreichen. Der Fokus lag in diesem Jahr bei den Themen Klima und Lieferketten.

**Starten wir mit dem Klima. Was sind Ihre Ziele?**

■ Bis zum Jahr 2045 wollen wir komplett klimaneutral wirtschaften, inklusive der Rohstoffe, die wir bei Lieferanten einkaufen. Wir planen, unsere Treibhausemissionen in Scope 1 und 2 so zu verringern, dass wir in diesen Bereichen bereits im Jahr 2030 klimaneutral sind. Bis dahin wollen wir die Treibhausgase im Scope 3, der die Emissionen aus Rohstoffherzeugung oder beim Transport umfasst, um 30% im Vergleich zu 2020 reduzieren. Diese Werte sind mit den Zielen des Vorstands und den nächsten Führungsebenen verknüpft, sodass es auch monetäre Anreize gibt.

**Symrise ist ein großer Konzern. Wie setzen Sie diese Pläne um?**

■ Der Stammsitz in Holzminden ist groß und divers. Wir finden hier 80% aller Technologien, die wir im gesamten Konzern nutzen. Holzminden dient also als eine Art Blaupause für Symrise. Hier haben wir die Prozesse identifiziert, die am meisten CO<sub>2</sub> ausstoßen. Außerdem haben wir den heutigen Stand und die Zukunft der Technologien für die Energieerzeugung miteinbezogen sowie mögliche Preisentwicklungen für Strom, Gas oder auch Wasserstoff. Darauf aufbauend haben wir ein Konzept erarbeitet, wie wir unsere Klimaziele erreichen können, und Investitionen in nachhaltigere Technologien kalkuliert. So können wir den Verbrauch von Öl und Gas reduzieren, uns so weit wie möglich elektrifizieren und bis zum Jahr 2045 kein CO<sub>2</sub> mehr ausstoßen.



**Sie sprechen die Elektrifizierung an, die oft als wichtiger Teil des Kampfes gegen den Klimawandel gesehen wird. Welche Maßnahmen wollen Sie ergreifen?**

■■■■ Wir müssen ein intelligentes System schaffen, das klug aufeinander aufbaut. So setzen wir bei der Stromerzeugung zum Beispiel überall dort auf Sonnenenergie, wo wir große Flächen haben. Das ist in Deutschland auf den Hallen unserer Logistik, vor allem aber auch in Ländern mit hoher Sonneneinstrahlung der Fall. In unserem Werk im spanischen Granada haben wir eine 4.800 Quadratmeter große Photovoltaik-Anlage installiert. Sie kann pro Jahr bis zu 1,6 Millionen Kilowattstunden Strom produzieren, das deckt den Strombedarf der Produktion zu 15%. Energie selbst herzustellen, wo es funktioniert, ist ein guter Hebel für uns. Die selbst hergestellte Energie wird aber nicht reichen, deswegen werden wir auch weiterhin Strom zukaufen. Seit dem Jahr 2020 erwerben wir weltweit nur noch grünen Strom.

**Von der Stromerzeugung zum Verbrauch: Wie wollen Sie diesen noch weiter reduzieren?**

■■■■ Zunächst einmal machen wir schon seit Jahren das, was auch jeder Haushalt tut: Wir sparen Strom ein, wo wir nur können, von den Büros bis zu den Werkshallen. Wir können aber auch in der Produktion noch an ganz anderen Stellen ansetzen. In vielen Fällen nutzen wir für unsere Prozesse Dampf mit einem hohen Druck von 30 Bar. Dafür setzen wir noch Gas ein. Für einige Prozesse reicht aber auch Dampf mit drei oder acht Bar Druck aus, den können wir mit einem Elektrodenkessel erzeugen. Ähnliches machen wir auch beim Thema Heizen, wo wir auf Wärmepumpen umstellen, wie es Privathaushalte auch machen. Das war vor einigen Jahren im industriellen Maßstab noch nicht möglich, nun bietet uns der technologische Fortschritt aber ganz andere Alternativen.

**Eine Herausforderung wird sein, dass Symrise wachsen will und wird. Bis 2028 – so lautet das neue langfristige Ziel – wollen Sie einen Umsatz zwischen 7,5 und 8 Mrd. Euro erzielen. Wie können Sie den zusätzlichen Energieeinsatz stemmen, der für eine deutliche höhere Produktion nötig sein wird?**

■■■■ Wir sind zuversichtlich, dass wir durch unsere heutigen Maßnahmen viel Energie einsparen werden, was wir dann auch wieder skalieren können. Außerdem gehen wir davon aus, dass die Technologien zur Energieerzeugung, aber auch die Technologien in unseren Prozessen immer effizienter werden. Und wir haben perspektivisch ganz neue Energieformen auf dem Schirm, die wir intensiv beobachten, wie zum Beispiel die Entwicklung der Wasserstofftechnologien. Bis 2040 sollten wir weltweit große Fortschritte gemacht haben – und erst ab dann nehmen wir den Wasserstoff überhaupt mit in unsere Pläne.

**Was passiert nun mit den Erkenntnissen aus Holzminden?**

■■■■ Das Pilotprojekt ist beendet, nun rollen wir es auf alle Standorte aus. Wir werden überall die gleichen Analysen und Bewertungen vornehmen und dann je nach Situation Maßnahmen ergreifen. Im ersten Schritt werden wir uns die Standorte anschauen, an denen wir schnell die meisten Emissionen verhindern können. Das ist gut für das Klima, aber auch für uns, weil wir so langfristig Kosten sparen. Mit Deutschland und den USA decken wir so schon 75% des aktuellen Gesamtausstoßes an CO<sub>2</sub> ab. Den Rest der Welt gehen wir im Nachgang an, aber sehr zeitnah.





# Wir haben schon lange einen sehr guten Überblick über die Herausforderungen in den verschiedenen Ländern und Regionen.



## Wie sieht es beim Scope 3 aus, dem CO<sub>2</sub>-Ausstoß in der Lieferkette?

Im vergangenen Jahr haben wir im Segment Taste, Nutrition & Health das umfangreiche Programm „Houston“ gestartet (siehe Seite 70). Wir wollen damit die Emissionen analysieren und bewerten, die auf Produktbasis entstehen. Dafür müssen wir ganz tief in unsere Wertschöpfungskette schauen. Das betrifft auch den Wasserverbrauch, den wir direkt miterheben. Hier reden wir über knappe Ressourcen. Ab 2024 müssen wir nach der neuen CSRD-Richtlinie berichten, das sensibilisiert zusätzlich für den Wasserverbrauch.

## Das zweite wichtige Thema im Jahr 2023 waren die Lieferketten. Was haben Sie in diesem Bereich gemacht?

In dem vergangenen Jahr haben wir uns stark auf unsere natürlichen Rohstoffe konzentriert, die essenziell für uns sind. Wir haben schon lange einen sehr guten Überblick über die Herausforderungen in den verschiedenen Ländern und Regionen. Deswegen ist es uns nicht schwergefallen, in unserer Materialitätsanalyse die Beschaffungspraktiken und Menschenrechte in den Blick zu nehmen, wie es das Lieferkettensorgfaltspflichtengesetz in Deutschland vorschreibt.

## Was bedeutet das?

In den vergangenen Jahren haben wir Teams aufgebaut, die sich mit der Gesundheit, der Sicherheit und den generellen Arbeitsbedingungen der Lieferanten auseinandergesetzt haben – vor allem mit den so genannten vulnerablen Gruppen. In unserem Fall sind das sehr viele Kleinbauern, die wenig Besitz und Einkommen haben. So haben wir insgesamt für mehr als 20.000 Lieferanten Daten aufgenommen, strukturiert und nach unserem Code of Conduct für die Zulieferer bewertet. Den haben wir übrigens in mehreren Sprachen auf unserer Webseite veröffentlicht.

## Wie aufwändig ist dieser Prozess?

Das ist eine Menge Arbeit. Am besten ist das wieder an den Kleinbauern zu sehen. Sie haben oft keine Computer, sondern nur Smartphones, sodass sie auch nicht mal eben unseren Code of Conduct schriftlich bestätigen können. Deswegen sind unsere Mitarbeiter zu ihnen gefahren, haben sich die Arbeitsbedingungen angeschaut und dokumentiert. Die Ergebnisse dieses mehrstufigen Prozesses müssen dann auch noch auditfähig sein. Was uns sehr gefreut hat: Es gab nur ganz wenige Fälle, bei denen wir nachbessern mussten.

Der MAQ-Wert beschreibt die Anzahl der Arbeitsunfälle mit mindestens einem Ausfalltag pro einer Million Arbeitsstunden.

»

**Wir sind im Jahr 2022 mit unserer Initiative Symsafe gestartet, um unsere Arbeitssicherheit zu verbessern.**

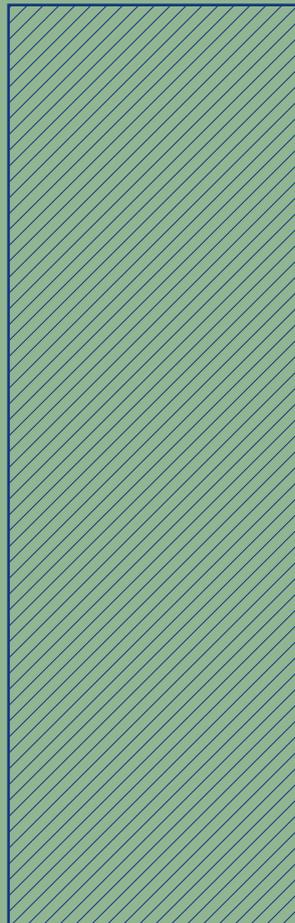
«

**2,8** MAQ



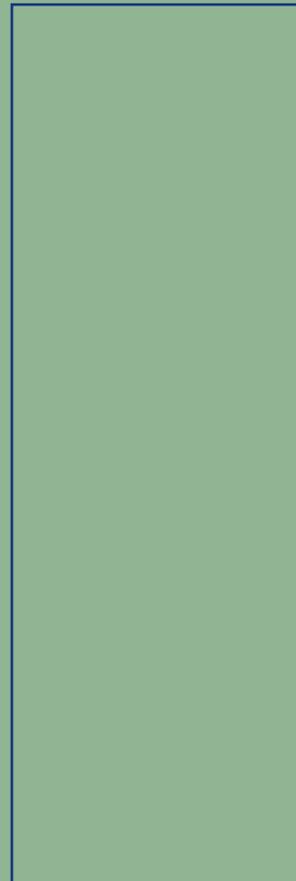
2022

**2,3** MAQ



2023

**2,2** MAQ



Prognose 2024

### **Im vergangenen Jahr lag der Fokus auf der Circular Economy. Wie hat sich das Thema entwickelt?**

■■■■ Sie ist weiterhin einer der Kernpunkte unserer Nachhaltigkeitsaktivitäten. So arbeiten wir in allen Bereichen daran, etwa Verpackungsmaterialien möglichst geschickt zu nutzen – durch die Wahl der Materialien oder durch innovative Wege, Produkte zu verpacken. Für die Nutzung der Rohstoffe sehen wir am Bereich Pet Food, wie Circular Economy funktioniert. Dort stammen fast alle Rohstoffe aus Seitenströmen anderer Produktion oder aus Zweitverwertungen. Das treiben wir weiter voran, im gesamten Konzern.

### **Gehen wir einmal zum Thema Arbeitsschutz. Symrise hatte in den vergangenen Jahren ziemlich schlechte Werte. Hat sich das geändert?**

■■■■ Ja, wir haben enorme Fortschritte gemacht. Wir sind im Jahr 2022 mit unserer Initiative Symsafe gestartet, um unsere Arbeitssicherheit zu verbessern. Dabei kamen wir von einem MAQ-Wert von 2,8 – die Abkürzung steht für die Anzahl der Arbeitsunfälle mit mindestens einem Ausfalltag pro einer Million Arbeitsstunden. Sie liegt nun bei 2,3. Im Jahr 2024 wollen wir 2,2 erreichen. Mittelfristig wollen wir unter 1,5 kommen und dort auch bleiben. Dafür haben wir mit Symsafe weltweit Arbeitssicherheitsverantwortliche etabliert und eine ganze Reihe von Regeln und Maßnahmen für den Arbeitsalltag eingeführt.

### **Alle diese Maßnahmen benötigen große Ressourcen. Nun kommt eine weitere EU-Richtlinie dazu, die Sie im Jahr 2024 umsetzen müssen. Mit der Corporate Sustainability Reporting Directive (CSRD) wird sich die Berichterstattung noch einmal stark verändern. Wie sind Sie darauf vorbereitet?**

■■■■ Im Jahr 2023 haben wir sehr viel Zeit für das Thema CSRD aufgewendet. Ab 2024 wird die doppelte Wesentlichkeit eine Rolle spielen. Das heißt, wir müssen nicht mehr nur darüber berichten, wie unser Geschäftsbetrieb Mensch und Umwelt beeinflusst, sondern auch über die Auswirkungen von Nachhaltigkeitsaspekten auf unser Unternehmen. Der Aufwand ist auf der einen Seite groß, keine Frage. Auf der anderen Seite berichten wir schon lange sehr transparent über unsere Nachhaltigkeitsleistungen, auch weil unsere Kunden verstehen wollen, welchen Einfluss unsere Produkte auf die Umwelt haben. Davon mal ganz abgesehen nehmen wir den hohen Aufwand gerne auf uns. Es ist ja klar, dass wir den Klimawandel aufhalten müssen – und dafür setzen wir uns bei Symrise schon seit Jahren ein.

»»

**Es ist ja klar, dass wir den Klimawandel aufhalten müssen – und dafür setzen wir uns bei Symrise schon seit Jahren ein.**

««

# Grundstein für eine Erfolgsgeschichte



Vor 150 Jahren konnte einer der Mitgründer der Vorgängerfirma von Symrise – Haarmann & Reimer – zum ersten Mal weltweit Vanillin synthetisch herstellen. Damit begann eine Erfolgsgeschichte, die seit fast anderthalb Jahrhunderten mit Innovationskraft und hochwertigen Produkten fortgeschrieben wird. Im Jahr 2024 feiert der Konzern deshalb das besondere Jubiläum, das in die Vergangenheit schaut, aber auch die Zukunft in den Blick nimmt.

■ Als im Jahr 1874 die beiden Chemiker Wilhelm Haarmann und Ferdinand Tiemann erstmals synthetisches Vanillin herstellten, ahnten sie wohl nicht, dass sie damit den Grundstein für einen global tätigen Konzern legen würden. Dabei war ihr Produkt etwas ganz Besonderes: Es konnte die kaum erschwingliche Vanille – die Königin der Gewürze – bis zu einem gewissen Grad ersetzen und ihren Geschmack auch einer breiteren Käuferschicht zugänglich machen.

Die beiden Forscher setzten dabei auf einen Rohstoff aus der Natur, so wie es der Konzern auch heute noch macht. Sie gewannen das Vanillin in mehreren Schritten aus dem Rindensaft von Nadelhölzern. Während Tiemann anschließend an der Universität arbeitete, setzte Haarmann den Startpunkt für Symrise: 1875 gründete er seine erste Firma, die er 1876 gemeinsam mit Karl Ludwig Reimer zu Haarmann & Reimer ausbaute.

Das zweite Vorgängerunternehmen von Symrise entstand ebenfalls in Holzminden: Im Jahr 1919 gründete der Friseurmeister Carl-Wilhelm Gerberding das Unternehmen Dragoco, das Parfüm- und Seifenkompositionen herstellte. Die beiden Firmen entwickelten sich nebeneinander, internationalisierten sich und fusionierten im Jahr 2003 zum damals weltweit viertgrößten Anbieter von Geruchs- und Geschmacksstoffen. Seitdem der Konzern im Jahr 2006 an die Börse ging, wächst er weiter, auch über die angestammten Felder hinaus. Besonderen Wert legt Symrise dabei auf Nachhaltigkeit, für die das Unternehmen schon im Jahr 2005 eine umfassende Strategie entwickelte und in den vergangenen Jahren massiv ausbaute.

Der Kreis schließt sich: Wie schon 1874 steht die Natur als Grundlage des Geschäfts im Vordergrund. So kann Symrise auch in Zukunft nachhaltig und erfolgreich zugleich wirtschaften.

# 1874

Die Gründer von Haarmann & Reimer entdecken eine Methode zur Synthese von aromatischem Vanillin. Sie bauen eine Vanillin-Fabrik in Holzminden.

# 1919

Carl-Wilhelm Gerberding und August Bellmer gründen das Unternehmen Dragoco, das zu einem der weltweit führenden Anbieter von edlen Duftkompositionen wird.

# 2003

Der Symrise-Konzern entsteht aus der Fusion von Haarmann & Reimer und Dragoco.

# 2006

Im Dezember platziert Symrise seine Aktien erstmals an der Frankfurter Wertpapierbörse. Es handelt sich um den größten Börsengang des Jahres.



**So ganzheitlich  
wie möglich**





Schon lange kauft Symrise Vanille auf Madagaskar ein. Vor rund zehn Jahren aber hat das Unternehmen seine Einkaufsstrategie dort verändert und ein Netzwerk von rund 7.000 Bauern geknüpft, die 36 Rohstoffe produzieren und vielfach von der Zusammenarbeit profitieren. Parallel dazu hat Symrise eine eigene Farm gebaut, seine Produktion erweitert – und auf mehreren Ebenen für mehr Nachhaltigkeit in der Landwirtschaft und eine faire Zusammenarbeit mit den Bauern gesorgt. Einblicke in eine einzigartige Wertschöpfungskette.

GUTE UNTERNEHMENSFÜHRUNG, GESELLSCHAFT UND BIODIVERSITÄT



Die vielfältige Natur in Madagaskar sorgt für Dutzende natürlicher Rohstoffe.

# 1

## EIN IMMER BREITERES PORTFOLIO

Aus Madagaskar bezieht Symrise ausschließlich natürliche Produkte. Angefangen haben wir mit der Vanille, seit 2014 hat sich unser Portfolio auf 36 Produkte erweitert. Diese teilen sich in drei Gruppen auf. Wir kaufen dort erstens unsere Blockbuster wie Vanilleschoten, Mandarinen-, Patschuli-, Geranium- und Vetiver-Öle. Zweitens unsere Grand Crus: hochwertige und für Symrise maßgeschneiderte Produkte wie Longoza-, rosa Pfefferblatt-, Ylang Ylang- und Zimtrinden-Öle. Drittens entwickeln wir dort innovative Produkte, bei denen wir traditionelle Methoden wie Enfleurage und moderne Technologien wie CO<sub>2</sub>-Extraktion kombinieren.

### **Ethische Beschaffung im Fokus**

Dabei setzen wir auf ethisch einwandfreie Beschaffungswege; das haben wir schon vor zehn Jahren in unserer Strategie festgeschrieben. Wir können den Weg eines jeden Rohstoffs bis zur Farm rückverfolgen. Das Wohl der Familien unserer Landwirte liegt uns sehr am Herzen, außerdem erhalten und regenerieren wir die biologische Vielfalt auf den Farmen und schützen die Umwelt, indem wir die Pflanzen nachhaltig nutzen. Wir verfolgen zudem die Symrise-Nachhaltigkeitsagenda und halten natürlich das Nagoya-Protokoll ein, das einen Rahmen für den Zugang zu genetischen Ressourcen bildet und für einen gerechten Vorteilsausgleich für die Länder sorgen soll, in denen die Rohstoffe wachsen. Unsere Produkte sind nach den Standards von Bio, COSMOS, Fair Trade, Fair For Life und UEBT zertifiziert; beim Anbau und auch in unseren Fertigungsstätten. Wir können zusammen mit den Bauern immer schnelle und pragmatische Lösungen finden. Außerdem werden wir



**Laurence Briand,**  
Madagaskar Country General Manager

jährlich von den unabhängigen Zertifizierungsstellen Ecocert und FloCert geprüft. Als aktives Mitglied von UEBT setzen wir uns zusätzlich für nachhaltige landwirtschaftliche Praktiken ein.

### **Großer Nutzen für alle Geschäftsbereiche**

Unsere Rohstoffe sind in beiden Symrise-Segmenten geschätzt. Ein Beispiel: Die Food & Beverage Division nutzt Ingweröl, während die Cosmetic Ingredients Division den getrockneten Ingwer verwertet. So bildet unser Naturstoffportfolio schon jetzt eine der drei Säulen unser Parfümrohstoffspezialisten von Maison Lautier und eine der vier Säulen der Geschäftseinheit Naturals.

### **Mehr Rohstoffe, innovative Technologien**

Für uns bedeutet das auch, dass wir in Zukunft unser Angebot trotz der Schwankungen am Markt stabil halten müssen. Mit dem großen Netzwerk der Vanille-Kleinbauern sichern wir die Versorgung. Außerdem wollen wir weitere besondere Rohstoffe ins Angebot aufnehmen und innovative Verarbeitungstechnologien einsetzen. Das Thema Nachhaltigkeit haben wir ebenfalls im Fokus: Bei der Produktion hier in Madagaskar, aber auch, indem wir einzelne Rohstoffe für bestimmte Einsatzzwecke bereichsübergreifend upcyclen.

**Fanny Rakotoarivelo,**  
Naturals Development Manager



# 2

## ENGE ZUSAMMENARBEIT MIT DEN LANDWIRTEN

Symrise kauft seine Rohstoffe vornehmlich in der SAVA-Region und in anderen Bereichen im Norden Madagaskars ein. Die Anbaugelände sind zum Teil sehr abgelegen und schlecht zu erreichen, weil es nur unbefestigte Pisten gibt. Die breite Verteilung auf der Insel hat aber den Vorteil, dass wir unsere Kunden immer mit Produkten beliefern können, auch wenn es durch Naturereignisse Ernteausfälle gibt. Es ist sehr unwahrscheinlich, dass Taifune in einer Saison die gesamte Insel treffen.

**Sharman Rambirana,**  
Sustainable Program Manager



### 40.000 Menschen profitieren

Wir arbeiten mit rund 7.000 Landwirten zusammen, die im Schnitt einen Hektar Land bewirtschaften. Auf der einen Hälfte bauen sie Vanille an, auf der anderen Hälfte Nahrungsmittel, Nutzpflanzen und Brennholz. Die Bauern sind entweder zertifiziert durch UEBT/Rainforest Alliance, Fair Trade Organic oder Fair For Life Organic. Die Familien der Bauern summieren sich auf rund 40.000 Menschen, die von der Zusammenarbeit profitieren. Wir achten dabei auch darauf, Frauen wirtschaftlich zu stärken – mittlerweile führen sie rund 28% der Betriebe. Außerdem fördern wir die nächste Generation von Landwirten.

### Nachhaltigere Anbaumethoden vermitteln

Ein Schwerpunkt unserer Arbeit ist es, den Bauern bessere und nachhaltigere Anbaumethoden zu vermitteln. Dafür haben wir in Benavony ein Agro-Innovationszentrum eingerichtet. Wir forschen dort zum Beispiel an biologischer Krankheits- und Insektenbekämpfung, um die Bodengesundheit zu verbessern und die Vanillereben widerstandsfähiger gegen Krankheiten zu machen. Außerdem fördern wir Agro-Forstsysteme, in denen Nahrungsmittel angebaut werden, oder auch Duftrohstoffe, die für uns wichtig sind, wie etwa Patschuli. Das Wissen der Landwirte ist sehr wertvoll für uns. Zusammen mit den Ergebnissen der Versuchsbetriebe ergeben sich daraus neue Praktiken für den Anbau.



Patschuli ist für die Fragrance-Industrie ein wichtiger Rohstoff.



**Jessica Fournier,**  
Sustainable Sourcing Manager

### Unterstützung auf allen Ebenen

Die Zusammenarbeit ist gut, aber die Herausforderungen für die Bauern sind weiterhin groß. So gibt es kaum oder nur schlechte öffentliche Infrastruktur wie Straßen, Schulen und Krankenhäuser. Es fehlen Sicherheitsnetze wie Versicherungen oder öffentliche Mittel im Fall von Naturkatastrophen. Gleichzeitig sind die Betriebe meist so klein, dass die Menschen von diesem Einkommen allein nicht leben können. Das Netzwerk hilft den Bauern dabei, ihre Produktivität zu erhöhen und mehrere Einkommensquellen zu erschließen, um Krisen besser zu bewältigen. So entwickeln wir mit ihnen verschiedene Wertschöpfungsketten, kaufen Produkte zu unterschiedlichen Zeiten des Jahres, damit sie das ganze Jahr über ein Einkommen haben, und zahlen Preise, die die nachhaltigen Produktionskosten decken. Wir helfen ihnen auch dabei, in die Fisch-, Bienen- oder Geflügelhaltung einzusteigen, und verteilen Saatgut und Setzlinge an die Landwirte.

### Nachhaltig fördern für eine bessere Zukunft

Enorm wichtig ist auch, dass die Bauern lernen, ihr Budget und ihre Ersparnisse zu verwalten, um Schulen abzubauen. Mehr als 20.000 Menschen haben durch uns eine Krankenversicherung. Wir haben fast 7.000 Landwirte im Farmmanagement und etwa 11.000 in guten landwirtschaftlichen Praktiken geschult. Darüber hinaus unterstützen wir rund 90 Elternvereinigungen dabei, pädagogisches Basismaterial für Grundschulen anzuschaffen oder zusätzliche Lehrer zu bezahlen. Für Jugendliche haben wir fünf Berufsbildungszentren eingerichtet, um Nachwuchs für die Landwirtschaft auszubilden. Diesen Weg werden wir weiterverfolgen, denn damit erreichen wir gleich mehrere Ziele. Wir wollen die Landwirte weiterhin stärken, den Druck auf den Boden und auf die Schutzgebiete mit ihrer großen biologischen Vielfalt verringern und noch effizientere landwirtschaftliche Methoden vermitteln. Damit unterstützen wir auch unsere Nachhaltigkeitsziele.



Palmarosa ist ein aromatisches Gras, aus dem Duftstoffe gewonnen werden.



Die wertvollen grünen Vanilleschoten werden geerntet, fermentiert und zu vielfältigen Produkten verarbeitet.

## 3

### EINE EIGENE FARM ALS ANKERPUNKT

Symrise stellt in Madagaskar eine ganze Reihe von Produkten her, für die die Kleinbauern aus der Region die Rohstoffe anbauen. Das funktioniert sehr gut, aber wir haben auch festgestellt, dass die Landwirte bestimmte Pflanzen nicht oder noch nicht kultivieren können oder wollen. Die Gründe dafür sind ganz unterschiedlich. Es ist zum Beispiel zu riskant für sie, bestimmte Bäume zu pflanzen, für deren Anbau es keine Erfahrungswerte gibt. Lorbeer, Ylang Ylang oder Zitrusfrüchte sind Beispiele dafür. Gleichzeitig bauen manche Landwirte nur noch Vanille an, weil sie damit den höchsten Ertrag erzielen. Außerdem kann es auf Madagaskar immer passieren, dass ein Taifun die Ernte beschädigt, deshalb müssen wir unsere Rohstoffversorgung breit aufstellen.

### Vier Betriebe für die Landwirtschaft

Die Nachfrage nach hochwertigen und rückverfolgbaren Produkten ist aber hoch, deshalb haben wir eine eigene Farm mit vier Einzelbetrieben gebaut. „La Ferme des Hauts“, der größte Betrieb, arbeitet zum Beispiel mit Traktoren und Bewässerungsanlagen, die wir einsetzen, um die biologische Vielfalt zwischen Feuchtgebieten, Wald und Brachland zu erhalten. Wir pflanzen natürliche Barrieren gegen die Bodenerosion zwischen Parzellen, betreiben eine Kompostieranlage und sanieren die Böden. Außerdem kultivieren wir dort Duftpflanzen wie Ylang Ylang, Palmarosa, Zitronengras, Vetiver, Lorbeer oder rosa Pfeffer. Auf der „Ambodipont-Farm“ wachsen schnell wachsende Akazien und Eukalyptusbäume, mit deren Holz wir die Brennkessel in unserer Fabrik befeuern – und auf unserer „Torsten-Farm“ sammeln wir Erfahrung mit dem Anbau von Zitrusfrüchten.

### Vorbild für die regenerative Landwirtschaft

Wir pflanzen zudem neue Kulturen wie Tuberose, Iriswurzel, Kosmee und Chinesische Himbeere an. So können wir erproben, ob sie für die Region geeignet sind, welche Standards wir einhalten müssen und wie wir diese Pflanzen verarbeiten können. Außerdem testen wir verschiedene Bewässerungs- und Kompostiersysteme, die die Bodenqualität ohne chemische Zusätze verbessern können. Wir arbeiten auch an mechanischen Erntemethoden, etwa von Vetiver-Wurzeln, um den Ertrag pro Hektar zu steigern.

### Alle Seiten profitieren

Von unseren Farmen profitieren alle Beteiligten: die Landwirte, die Umwelt und Symrise. Die Landwirte müssen weniger Risiken eingehen und können von uns lernen. Die Umwelt profitiert, weil wir uns auf die Klimaveränderungen einstellen, die Artenvielfalt erhöhen, agroforstliche Anbausysteme aufbauen und den Boden regenerieren. Und Symrise, weil wir eine nachhaltige Produktion für unsere Kunden anbieten können, die auf Qualität, Quantität und vollständiger Rückverfolgbarkeit basiert.



Thierry Bernard,  
Farm Manager

Vetiver ist ein Süßgras, aus dem per Destillation ein unverwechselbares Duftöl gewonnen wird.



Das ätherische Öl aus der Ylang-Ylang-Pflanze wird breit in der Parfümerie eingesetzt.

Auf Madagaskar werden  
auf den Feldern viele  
Arbeiten von Hand  
erledigt, um die hoch-  
qualitativen Rohstoffe zu  
gewinnen.



28%

der landwirt-  
schaftlichen  
Betriebe werden  
von Frauen  
geführt.





Ingwer wird auf Madagaskar sowohl für die Duft- als auch Aromatherapie produziert.

**Arnaud Wallez,**  
Leiter der Destillationsanlage der  
Fabrik von Benavony/Sambava

## 4

### EINE PRODUKTION, DIE IMMER BESSER WIRD

Seit zehn Jahren haben wir auf Madagaskar eine eigene Produktion, die sich im Laufe der Zeit enorm verändert hat. Zu Beginn haben wir nur die Vanilleschoten extrahiert, die hier auf der Insel angebaut und fermentiert werden. Nun haben wir eine ganze Reihe von neuen Technologien und Prozessen aufgebaut und so auch das Portfolio vergrößert.

#### Weit mehr als Vanille

Wir produzieren Vanilleextrakte für das Symrise-Segment Taste, Nutrition & Health, Extrakte für unsere Fragrance Division, sowie ätherische und pflanzliche Öle und getrockneten Ingwer. Dafür haben wir neben der Vanilleextraktion eine Destillerie eingerichtet, in der wir vor allem Vetiver- und Longoza-Öle herstellen. Wir trocknen dort auch Ingwerrhizom und lagern verschiedene ätherische Öle, die Landwirte aus der Region zuliefern. Wir haben die Fabrik zudem räumlich erweitert und einen Bereich geschaffen, in dem wir Pflanzenmaterial annehmen und sortieren können. In einem weiteren Teil der Produktion verarbeiten wir den getrockneten Ingwer.

#### Analyse und Weiterverarbeitung

Sämtliche Produkte, die zu uns gelangen, durchlaufen einen genau definierten Prozess. Wir analysieren sie mit Hilfe von Gaschromatographen, um die einzelnen Bestandteile zu bestimmen. Wenn die Qualität unseren Ansprüchen entspricht, filtern wir sie mit leistungsfähigen Materialien und verpacken sie in Behälter. Unsere Produkte sind zudem UEBT- und/oder Bio- und COSMOS-zertifiziert, außerdem ist die Fabrik als Halal- und Koscher-Anbieter zugelassen. Auch unsere Technologien weiten wir ständig aus. Wir haben beispielsweise neue Trocknungs- und CO<sub>2</sub>-Extraktionsanlagen sowie eine Symtrap®-Kolonnen installiert. Mit diesem patentierten Verfahren können wir Seitenströme aus der Pflanzenverarbeitung nutzen und eine höhere Qualität oder eine bessere Ausbeute erzielen. Ein Beispiel dafür ist unser Vetiver-Öl, das zu den meistverkauften Naturprodukten in der Fragrance Division von Symrise zählt.

#### Pläne für die Zukunft

Für die kommenden Jahre haben wir viele Pläne. Wir wollen etwa blumigere Noten durch die Technik der Enfleurage entwickeln. Dabei werden Blüten in Fett eingelegt und geben ihre Duftstoffe daran ab. Maison Lautier – unser Naturparfümeriezweig in Frankreich – extrahiert die Duftstoffe und verarbeitet sie weiter. Außerdem entwickeln wir Nischenprodukte, indem wir wild wachsende und ungewöhnliche Blumen mit überkritischem CO<sub>2</sub> extrahieren. Für uns ist es zudem enorm wichtig, langfristig zu denken. In unserer Region gibt es kaum industrielle Infrastruktur, sodass wir bei Reparaturen oder Neuanschaffungen eine lange Vorlaufzeit haben. Bei der Energieversorgung machen wir uns auch deswegen unabhängiger, indem wir einen Solarpark errichten – und unseren CO<sub>2</sub>-Fußabdruck verringern wir auf diese Weise auch.

# ABFALLFREI & ABBAUBAR

Im US-amerikanischen Werk in Bushy Park (South Carolina) hat Symrise die Produktion des Moschusriechstoffs Globanone® stark ausgeweitet. Dazu hat das Team auf Grundlage der Prinzipien der Grünen Chemie die Prozesse umgestellt und verbessert, die Herstellung damit effizienter und das Produkt deutlich nachhaltiger gemacht.

## INNOVATION UND ENTWICKLUNG

Wer Parfümeure fragt, auf welchen Duftstoff sie nicht verzichten wollen würden, bekommt oft dieselbe Antwort: Moschus. Der Riechstoff ist omnipräsent. Er findet sich in den bekanntesten Duftmischungen der Feinparfümerie, aber auch in Haushaltsanwendungen. Die Bedeutung des Duftes kommt von seinen Eigenschaften, die seit Jahrhunderten bekannt sind: „Moschusdüfte dominieren oft nicht die Top-Note, sondern bleiben im Hintergrund. Dabei sorgen sie dafür, dass die anderen Stoffe wirken können und dass das Parfüm lange auf der Haut zu riechen ist“, sagt Dr. Peter Esser. Das gilt auch für den Einsatz etwa in Waschmitteln. „Moschus fixiert die Duftstoffe in einem Handtuch, damit es auch Wochen nach der Wäsche noch frisch duftet“, erklärt der Leiter der chemischen Produktionen. Er ist für die Symrise-Produktionen in Holzminden (Deutschland), Granada (Spanien), Bushy Park, Colonels Island und Jacksonville (alle USA) sowie Monterrey (Mexiko) verantwortlich.

In seinem Job beschäftigt sich Peter Esser seit Jahrzehnten mit Duftmolekülen. Mit seinem Team entwickelt er deren Produktion ständig weiter, die so immer effizienter und nachhaltiger wird. Einen großen Schritt hat Symrise nun auch im Bereich der Moschusdüfte gemacht. Im Werk Bushy Park in South Carolina hat Peter Esser die Produktionstechnologie des bekannten und biologisch abbaubaren Moschusriechstoffs Globanone® entwickelt und optimiert, sodass bei der Herstellung fast keine Abfälle entstehen. „Das Verfahren geht auf unsere Arbeit in den späteren 1990er-Jahren zurück; die erste Produktion von Globanone® haben wir im Jahr 2002 in Bushy Park in Betrieb genommen“, erinnert sich Esser zurück. Der entscheidende Reaktionsschritt ist hierbei die Metathese-Reaktion. Sie macht die aufwändige Synthese in wenigen Schritten möglich. So werden weniger Ressourcen benötigt und es entstehen weniger Nebenprodukte.



**Wir haben immer auch im Blick,  
die Prozesse zu verbessern.**



Dr. Peter Esser,  
Vice President Global Chemical Production

»

## Wir nutzen zum Beispiel weiterhin denselben Katalysator wie zuvor, verbrauchen aber viel weniger Material.

«

Dr. Tom Brunzel,  
Betriebsleiter in Bushy Park

Die Anlage war schon damals auf eine Vergrößerung ausgelegt worden. „Der Bedarf an Globanone® ist seitdem ständig gewachsen, deswegen haben wir die Produktion weitergeplant und arbeiten nun mit einer dreifachen Kapazität“, sagt Esser. Wichtig ist dem Chemiker dabei aber, dass Symrise bei der Ausweitung nicht einfach nur auf den Ausstoß geht. „Wir haben immer auch die Prozessoptimierung im Blick.

Im Fall von Globanone® heißt das, dass Symrise den ohnehin schon hohen Wirkungsgrad des Prozesses nach den zwölf Prinzipien der Grünen Chemie verbessert hat. Einen bekannten und erfolgreichen Prozess zu optimieren, ist allerdings gar nicht so einfach. „Wir haben eine beständige Lernkurve, bei der wir im Laufe der Jahre viel besser verstehen, wie bestimmte Technologien funktionieren“, sagt Dr. Tom Brunzel, der seit einem Jahr als Betriebsleiter in Bushy Park arbeitet. Der 32-Jährige hat sich schon in seiner Promotion mit Globanone® beschäftigt und dreht sehr gerne an den Stellschrauben, die einen Prozess besser machen. „Wir nutzen zum Beispiel weiterhin denselben Katalysator wie zuvor, verbrauchen aber viel weniger Material“, beschreibt er einen Erfolg.

Auch der Lösungsmittelverbrauch ist enorm gesunken, und die eingesetzten Lösungsmittel basieren mittlerweile auf nachwachsenden Rohstoffen. „Wir können beide Lösungsmittel zudem recyceln, indem wir sie aus dem Abgas auskondensieren und im Kreislauf halten“, nennt Brunzel einen weiteren Vorteil. Weitere

entscheidende Elemente der Verfahrensverbesserung sind eine effiziente Energierückgewinnung sowie die deutliche Reduzierung des Wasserverbrauchs. Beides ist gelungen. So setzt Symrise die sogenannte Brüdenkompression ein, bei der Verdampfungswärme zurückgewonnen wird. Dadurch ist viel weniger Energie von außen nötig. Auch der Wasserverbrauch ist deutlich gesunken. „Die erste Stufe unserer Produktion ist prozessabwasserfrei. Wir arbeiten gerade an Lösungen für die weiteren Stufen, um die schon geringen Mengen an Abwässern noch zu eliminieren“, sagt Dr. Tom Brunzel.

Alle diese Schritte führen dazu, dass Globanone® abfallfrei produziert werden kann. „Globanone® überzeugt sowohl sensorisch als auch anwendungstechnisch“, sagt Peter Esser. „Unsere Parfümeure haben uns gesagt, dass das Duftmolekül für einen warmen, samtigen und sehr lang anhaltenden Moschuston sorgt. Es hebt andere Düfte an, überlagert sie aber nicht. Außerdem bietet es Substanz, Stabilität und Volumen.“ Die Investition in Bushy Park hat sich also gelohnt, sagt Esser – für das Produkt und die Umwelt.



# Engagement auf allen Ebenen



Im Jahr 2045 will Symrise im gesamten Konzern klimaneutral sein. Auf dem Weg dahin hat das Unternehmen rund um die Welt und an allen Standorten Maßnahmen ergriffen, um seinen CO<sub>2</sub>-Ausstoß zu reduzieren. Die Grundlage dafür ist der Low-Carbon-Transition-Plan, der an ganz unterschiedlichen Stellen greift.

#### GUTE UNTERNEHMENSFÜHRUNG UND KLIMA



Granada gehört mit zu den sonnenreichsten Städten Europas. Fast sieben Stunden am Tag scheint in der südspanischen Region Andalusien die Sonne. Auch deswegen wurden auf den Dächern des Werks für Duftstoffe, das Symrise dort im Jahr 2021 erworben hat, Photovoltaik-Module installiert. Aus der Vogelperspektive ist der Anblick beeindruckend: Mit 4.800 Quadratmetern Fläche erzeugt die Anlage jährlich ungefähr 1.600.000 Kilowattstunden Strom – damit könnten in Deutschland 385 Vierpersonenhaushalte ein ganzes Jahr lang versorgt werden. Den Strombedarf der Duftstoffproduktion deckt die Installation zu 15%.

Die PV-Anlage in Spanien ist eine von Hunderten von Maßnahmen, mit denen Symrise in den kommenden Jahren seine CO<sub>2</sub>-Emissionen reduzieren will. „Wir haben unsere Klimastrategie im Jahr 2010 als eines der ersten Unternehmen weltweit formuliert. Damals wollten wir bis 2020 ein Drittel unseres CO<sub>2</sub>-Ausstoßes einsparen. Das haben wir schon 2016 erreicht und direkt noch ambitioniertere Ziele festgelegt“, sagt Dr. Helmut Frieden. Symrise steuert das Unter-1,5-Grad-Ziel bei den Scope-1- und Scope-2-CO<sub>2</sub>-Emissionen an – also beim Ausstoß des Treibhausgases, das unmittelbar durch die Produktion oder durch die eingekauften Energien entsteht. Beim Scope 3, den klimaschädlichen Gasen in der vor- und nachgelagerten Lieferkette, will das Unternehmen das Unter-2-Grad-Ziel erreichen, sagt der Vice President Corporate Sustainability bei Symrise. Bis zum Jahr 2030 soll der Konzern im Scope 1 und 2 klimaneutral werden und den Scope 3 um 30% reduzieren – bis zum Jahr 2045 soll der Konzern insgesamt



Dr. Helmut Frieden arbeitet mit dem Nachhaltigkeitsteam von Symrise daran, die Klimaziele zu erreichen.

klimaneutral werden. Klimaschutz ist Symrise wichtig, auch für das Geschäftsmodell. „Wir beziehen unsere Rohstoffe zum Großteil aus der Natur, deswegen ist es für uns selbstverständlich, das Klima und die Biodiversität schützen“, sagt Helmut Frieden.

Das Nachhaltigkeitsteam in Holzminden hat dafür zunächst in enger Zusammenarbeit mit den Standorten in Deutschland die kommenden Jahre und Jahrzehnte geplant und mit Investitionssummen hinterlegt. Am Anfang stehen vergleichsweise einfache Maßnahmen. Photovoltaik-Anlagen installieren beispielsweise, oder die Autoflotte auf Elektromobilität umstellen. Technologisch anspruchsvoller wird es danach. „Wir wollen die Produktion elektrifizieren, um von



**Wir beziehen unsere Rohstoffe zum Großteil aus der Natur, deswegen ist es für uns selbstverständlich, das Klima und die Biodiversität zu schützen.**



Dr. Helmut Frieden,  
VP Corporate Sustainability

fossilen Brennstoffen wie Erdgas wegzukommen“, sagt Helmut Frieden. Dafür sollen zum Beispiel Elektrodenkessel für Hochdruckdampfnetze oder industrielle Wärmepumpen installiert werden. Die Planung blickt aber auch schon weiter. „Wir haben auch die Nutzung von Wasserstoff im industriellen Maßstab mit eingeplant, auch wenn es dafür noch keine Netze gibt. Aber wir sind zuversichtlich, dass wir in 15 Jahren damit loslegen können“, sagt Frieden. Für den Nachhaltigkeitsmanager bleiben die Pläne auch dann umsetzbar, wenn Symrise wie bisher beständig wächst. „Wir haben höhere Produktionsvolumina direkt mit einbezogen, um für die Zukunft gewappnet zu sein.“ Die Investitionen sind hoch, auch das macht Frieden deutlich. „Wir werden unsere Ausgaben aber an vielen Stellen innerhalb kurzer Zeit amortisieren, weil wir zum Beispiel deutlich sinkende Energie- und CO<sub>2</sub>-Kosten haben werden.“

Die Ergebnisse, die in Deutschland entstanden sind, werden nun weltweit ausgerollt. Dafür wurden zunächst die Standorte mit den höchsten Emissionen bestimmt. Die Produktionsstätten in den USA verursachen mehr als die Hälfte aller CO<sub>2</sub>-Emissionen. Dort soll auch der nächste Schwerpunkt gesetzt werden. Deutschland steht auch wegen der Größe der Werke am Stammsitz an zweiter Stelle der Liste, es folgen Ecuador und Mexiko. „Die genauen Investitionen legen wir nun fest, indem wir die Standorte identifizieren, die das höchste Optimierungspotenzial haben“, sagt Helmut Frieden.

An vierter Stelle der Liste der Standorte steht Frankreich, wo vor allem das Segment Taste, Nutrition & Health zahlreiche Fabriken betreibt. Von hier aus, in

Rennes in der Bretagne, überblickt Thierry Lenice die Pläne. „Wir werden in den USA, Mexiko und China mit unseren Werken beginnen und dann schnell alle übrigen Produktionen einbeziehen“, sagt der Low Carbon Transition Manager. Er beschäftigt sich aber auch intensiv mit dem Scope 3, dessen Kern der CO<sub>2</sub>-Fußabdruck der Rohstoffe ist. „Rund 80 % der Treibhausgase entstehen bei der Produktion und beim Transport unserer Naturstoffe“, sagt Thierry Lenice.

Ein Ansatzpunkt sind dabei die Rezepturen für die Produkte, deren Lebenszyklen sein Team in den vergangenen Jahren untersucht hat. Dazu gehören neben anderen Aspekten auch Umweltauswirkungen wie der Ausstoß von CO<sub>2</sub>-Äquivalenten. Thierry Lenice hat zur Illustration zwei Gläser Limonade vor sich gestellt. Das eine Getränk ist die Originalversion, das andere hat eine optimierte Rezeptur, um im Gesamtprodukt den CO<sub>2</sub>-Abdruck zu senken. „Wir haben bisher für diese Limonade einen reinen Orangenextrakt verwendet. Nun haben wir diese geschmacksgebenden Bestandteile durch eine andere Mischung verändert“, sagt der Manager. „Statt 100 % Orangenextrakt aus Brasilien zu verwenden, mischen wir nun 20 % heimischen Pilzextrakt bei, der uns dieselbe Textur und den denselben Geschmack liefert.“ Beide Produkte sind rein natürlich, schmecken identisch – und für die neue Mischung werden entlang der gesamten Wertschöpfungskette weniger Treibhausgase ausgestoßen.

Mit Hilfe dieses Ecodesigns lassen sich durchschnittlich 30 % an Emissionen einsparen. Dafür blickt Thierry Lenice auch auf die lokalen Produzenten. „Wir arbeiten eng mit ihnen zusammen. Wir gleichen ab, wie sie sich auf der einen Seite für einen besseren CO<sub>2</sub>-Fußabdruck engagieren und wie wir ihnen auf der anderen Seite dabei helfen können, nachhaltiger zu werden“, sagt Thierry Lenice. „Für viele ist es alleine wegen ihrer Größe gar nicht so einfach, die Standards zu erfüllen und zu dokumentieren“, beschreibt er die Herausforderungen von Zulieferern, die mit Tausenden von Kleinbauern zusammenarbeiten. Für Lenice ist diese Art der Kooperation besonders wichtig. „Wir leben von der Landwirtschaft und beziehen dort unsere Rohstoffe. Wenn wir uns also hier engagieren, können wir an einer sehr bedeutenden Stellschraube drehen und unsere Produkte deutlich nachhaltiger machen.“



# Rund 80 % der Treibhausgase entstehen bei der Produktion und dem Transport unserer Naturstoffe.



Thierry Lenice,  
Low Carbon Transition Manager



# 30 %

Emissionen lassen sich durchschnittlich mit Ecodesign einsparen.



Durch innovative Rohstoffkombinationen lässt sich der CO<sub>2</sub>-Fußabdruck von Produkten wie Limonaden enorm senken.

*DIE*



*Zukunft*

*KANN*

*KOMMEN*

**Angetrieben von einer starken Vision und als Antwort auf die wachsende Nachfrage seiner Kunden plant Symrise, seinen CO<sub>2</sub>-Fußabdruck weiter zu reduzieren. So will das Unternehmen bis zum Jahr 2045 klimaneutral werden. Um dieses ambitionierte Ziel zu erreichen, hat der Konzern das Houston-Programm gestartet. Es bildet die Grundlage dafür, konzernweit einheitlich den Kohlenstoff- und Wasser-Fußabdruck auf Produkt- und Unternehmensebene berechnen zu können und das Bewusstsein aller Mitarbeiter für das Thema Nachhaltigkeit zu schärfen.**

INNOVATION UND ENTWICKLUNG, KLIMA

■ In der amerikanischen Stadt Houston befindet sich seit Anfang der 1960er-Jahre das Lyndon B. Johnson Space Center, das das Raumfahrtprogramm der USA koordiniert. Von dort aus hat die Menschheit große Schritte gemacht, etwa mit dem ersten bemannten Flug zum Mond oder den Starts der Space-Shuttles ins Weltall. Houston steht für gut durchdachte, straff organisierte Projekte – und darauf setzt auch Symrise mit seinem Houston-Programm, das im Jahr 2023 startete. Allerdings geht es nicht darum, den Mond zu erreichen, sondern um einen Weg zu mehr Nachhaltigkeit: für den gesamten Konzern.

„Wir haben das Houston-Programm analog zur Raumfahrt in drei Phasen unterteilt, die aufeinander aufbauen und Symrise auf vielen Ebenen nachhaltiger machen sollen“, sagt Claire Du Peloux. Die Französin leitet das Projekt und das zugehörige funktions-, regionen- und organisationsübergreifende Team. Sie arbeitet seit dem Jahr 2010 in Rennes bei Symrise im Finanz- und Controlling-Bereich im Segment Taste, Nutrition & Health und seit zwei Jahren im Nachhaltigkeitsteam. In der Ignition-Phase, die im Januar 2024 abgeschlossen wurde, sammelte das Team Daten und Fakten, um die Bedürfnisse und Prioritäten der internen und externen Stakeholder zu verstehen. Darauf aufbauend erstellte das Team einen konkreten Fahrplan, um die Vision des Unternehmens zu gestalten. In dieser ersten Phase wurden unter anderem die globalen Geschäftsanforderungen definiert und die technischen IT-Lösungen ermittelt, mit denen diese Anforderungen erfüllt werden können. In der Lift-off-Phase bis zum Frühjahr 2024 wird die ausgewählte IT-Plattform getestet, in der Orbit-Phase das Tool im gesamten Konzern bis Ende 2025 eingeführt.

Am Anfang des Projekts stand eine intensive Recherche. „Wir haben unsere Stakeholder auf allen Ebenen befragt. Hier im Konzern, aber auch die Nachhaltigkeitskollegen bei unseren Kunden“, erzählt Claire Du Peloux. „Houston kann ja nur dann wirken, wenn wir unsere Aktivitäten mit denen der Kunden und anderer Stakeholder abstimmen.“ Weil Symrise 80 % des Umsatzes mit nur 25 % seiner Produkte erwirtschaftet, soll Houston sich in den kommenden zwei Jahren auf diese konzentrieren, um den hohen Erwartungen der Kunden schnell gerecht zu werden. Im Fokus steht dabei der CO<sub>2</sub>-Fußabdruck der Produkte, den immer mehr Kunden nachfragen. „Sie wollen die Werte von heute wissen, aber auch unseren Fahrplan für die Dekarbonisierung kennenlernen“, sagt Claire Du Peloux. Genauso wie Symrise haben alle Unternehmen ab einer gewissen Größe ihre Klimaziele formuliert. „Die globalen Kunden geben den Druck an die Zulieferer weiter und erwarten, dass wir von Ankündigungen zu einem konkreten Plan übergehen. Deswegen müssen wir unseren Fußabdruck von der Konzern- bis Produktebene messen, tracken und analysieren, um unseren Kunden – so weit wie möglich – kohlenstoffarme und in einem zweiten Schritt wasserarme Alternativen anzubieten. Benutzerfreundlichkeit, Datengenauigkeit und Sicherheit sind die Schlüsselkriterien für das neue Tool.“

An den 50 Interviews mit 140 Ansprechpartnern war auch Laure Vassel beteiligt. Sie ist seit Anfang 2022 im Konzern tätig und arbeitet als Business Sustainability Analyst am Houston-Programm mit. „Wir wollen bis 2030 unseren Scope 3 um 30 % reduzieren, also die Emissionen, die bei Anbau, Produktion und Transport der von uns gekauften

Rohstoffe entstehen“, sagt Laure Vassel. „Dafür haben wir in den Interviews alle Teile der Wertschöpfungskette berücksichtigt, um Möglichkeiten zu finden: von der alternativen Beschaffung über innovative Rezepturen und effizientere Prozesse in der Produktion bis zu cleveren Lösungen in der Logistik.“ Die gesamte Organisation von Symrise und die vorgelagerte Wertschöpfungskette müssen ihren Teil dazu beitragen. Das ist auch deswegen besonders wichtig, weil 85 % der Emissionen von Symrise heute auf zugekaufte Produkte entfallen.

Laure Vassel macht außerdem deutlich, dass die Ziele für alle Geschäftsbereiche und weltweit zwar dieselben sind, die Herausforderungen sich teilweise aber stark unterscheiden. „Das Houston-Programm wird keine Einheitslösung bieten. Vielmehr wird es die Entwicklung einer neuen Denkweise, eines gemeinsamen Rahmens und einer gemeinsamen Arbeitsweise unterstützen, die wir als ein Team bei Symrise einführen und umsetzen wollen.“ Claire Du Peloux bestätigt das, auch sie sieht das Programm als Grundlage, auf der sich der Low Carbon Transition Plan von Symrise ausbreiten kann. „Wir wollen mit Houston den Zusammenhalt im Konzern aufbauen und ein abgestimmtes Team für mehr Nachhaltigkeit rund um die Welt werden.“ Nachhaltigkeit soll im Mittelpunkt des globalen Wertversprechens stehen, Symrise in der Branche ein Vorreiter bleiben – auch wirtschaftlich.

Das Projektteam ist sich bewusst, dass ein tiefgreifender Bewusstseinswandel erforderlich ist, damit Houston seine Ziele erreichen kann. Aus diesem Grund hat es eine Reihe von Vorschlägen erarbeitet, die in vier Säulen gegliedert sind: Führung, Ökosystem, Menschen und Daten. Von der Führung wird erwartet, dass sie die Nachhaltigkeitsstrategie in konkrete Aktionen umsetzt, die Arbeitsweisen verändert und die Innovation innerhalb der gesamten Organisation vorantreibt. Um ein Ökosystem zu werden, soll die Gruppe dabei ihr Netzwerk zusammenführen und mit Kunden, Lieferanten und anderen Interessengruppen die Partnerschaftskultur ausbauen.

Ein Beispiel für die Säule „Mensch“, die sich auf Bildung und Ausbildung konzentriert: Jeder Mitarbeiter könnte die Möglichkeit bekommen, einen Climate-Fresk-Workshop zu machen – mit dem gleichnamigen Kartenspiel hat eine NGO weltweit schon Hundert-

tausenden Menschen die Grundlagen des Klimawandels erklärt. „Es ist wichtig, den Menschen begreiflich zu machen, was gerade passiert“, sagt Claire Du Peloux, „aber vor allem müssen wir uns selbst die Werkzeuge an die Hand geben, etwas dagegen tun zu können.“ Um die Säule „Daten“ zu veranschaulichen, gibt sie das Beispiel des Managements von Daten, deren Harmonisierung und Qualität gewährleistet sein müssen. „Als Symrise müssen wir unsere Daten gut sammeln, strukturieren und analysieren, um erfolgreich zu sein“, sagt Claire Du Peloux.

Die beiden Kolleginnen sind zuversichtlich, dass das Houston-Programm viele Impulse geben wird – auch wenn sich die Prozesse, Standards oder Regulationen zum Beispiel zwischen den Bereichen Pet Food und Cosmetic Ingredients, Fine Fragrance oder Food & Beverage stark unterscheiden können. „Die Lernkurve ist noch steil“, sagen Claire Du Peloux und Laure Vessel. „Mit der ersten Phase von Houston haben wir aber den Anfang gemacht: Wir haben die unterschiedlichen Bedürfnisse zusammengebracht und eine Herangehensweise entwickelt, die für den ganzen Konzern geeignet ist.“

32

Schlüsselmaßnahmen wurden im Low Carbon Transition Plan identifiziert.



**Wir wollen  
bis 2030  
unseren Scope 3  
um 30 %  
reduzieren.**



**Laure Vassel,**  
Business Sustainability Analyst



»

**Wir wollen mit Houston  
den Zusammenhalt im  
Konzern aufbauen und  
ein Team für mehr  
Nachhaltigkeit rund um  
die Welt werden.**

«

Claire Du Peloux,  
Sustainability Project Manager



Das Portfolio von Symrise besteht aus über 35.000 Produkten. Die Kunden des Unternehmens – kleine regional tätige Spezialisten bis hin zu global tätigen Konzernen – verarbeiten diese zu Hunderttausenden von Produkten für Verbraucher rund um die Welt. Um deren Geschmack und Vorlieben besser einschätzen und so auch die Produktentwicklung perfektionieren zu können, arbeiten in allen Symrise-Geschäftsbereichen Experten daran, Trends aufzunehmen, zu analysieren und wertschaffend umzusetzen. Der Report trendscope™ 2024+ für die Lebensmittel- und Getränkebranche ist ein Beispiel dafür.

hohem  
Nutzen

INNOVATION UND ENTWICKLUNG

Zukunfts-  
blick mit







»

**Wir sind sehr beweglich  
und haben immer im  
Blick, welche Kompetenzen  
wir benötigen.**

«

**Regine Lueghausen,**  
Vice President Global Marketing im Bereich Food & Beverage



»

## Die Verbraucher fragen viel häufiger nach pflanzlichen Produkten, die schmecken und gesund sind, und nicht nur nach Alternativen zum Fleischkonsum.

«

**Leif Jago,**  
Global Marketing Manager Food & Beverage

Global Marketing im Bereich Food & Beverage bei Symrise und Leiterin des übergreifenden Marketing-Exzellenzansatzes.

Das Team, das an trendscope™ arbeitet, nutzt mittlerweile eine große Anzahl qualitativer und quantitativer Herangehensweisen sowie eine Vielzahl unterschiedlicher Datenquellen. „Wir werten zum Beispiel Verbraucherberichte im Internet oder in den sozialen Medien aus, in denen es um Lebensmittel geht“, nennt Leif Jago einen wichtigen Teil der Forschung. Er ist Global Marketing Manager Food & Beverage bei Symrise und seit 2021 mitverantwortlich für die Studie. Außerdem analysiert das Team Studien, Marktberichte und andere Erhebungen, um das Verhalten und die Einstellungen der Verbraucher besser einschätzen zu können. Weiterhin beschäftigt sich die Recherche mit den Produkten, die die Lebensmittel- und Getränkeindustrie neu auf den Markt bringt. „Viele Trends entstehen in den urbanen Hotspots rund um die Welt. In zwölf davon, etwa in Schanghai, Berlin, Tokyo und New York, haben wir Interviews mit Food-Bloggern, Journalisten und Trendscouts geführt“, sagt Jago. Die Ergebnisse werden mit Symrise-Marketing- und -Produktentwicklungskollegen an Standorten auf allen Kontinenten diskutiert. Sie bringen ihr Expertenwissen um die lokalen Trends ein. „Wir fragen dabei auch ab, welche Konzepte unsere Kunden momentan besonders nachfragen, um auch deren Seite intensiv einzubeziehen“, sagt Regine Lueghausen. Dieser ganzheitliche Ansatz geht sogar noch weiter. Auf der Grundlage der Forschung entstehen eigene Berichte für die Produktkategorien Getränke, Kulinarisches, Molkereiprodukte, Snacks und Süßwaren. Auch der Bereich Pet Food profitiert von der Studie, weil die Produktangebote für Haustiere oft durch Lebensmitteltrends beeinflusst werden.

Essen und Trinken hält Leib und Seele zusammen, das wussten schon die Menschen in der Antike. Damals war es zunächst wichtig, überhaupt satt zu werden; Genuss und Gesundheit waren zweitrangig. Und heute? Lebensmittel sind zu einem wichtigen Bestandteil des Lebens geworden, vor allem dann, wenn die Grundbedürfnisse befriedigt sind. Menschen beschäftigen sich viel häufiger als früher damit, was sie essen, wie sich die Ernährung auf ihre Gesundheit auswirkt und ob ihre Essgewohnheiten von der Gesellschaft akzeptiert werden. Die Branche muss sich verstärkt auf immer neue Trends einstellen.

Für Symrise bedeutet das, im Segment Taste, Nutrition & Health das Verbraucherverhalten fortwährend zu beobachten und zu analysieren. Denn die Kunden des Unternehmens wollen die optimale Lösung für ihre Produkte, um die Konsumenten zufriedenzustellen. Das gilt für das kleine Food-Startup ebenso wie für den global tätigen Lebensmittelkonzern. Dafür gibt es seit 2007 den trendscope™-Report, der ursprünglich für den Getränkemarkt entwickelt wurde. „Unsere Kunden und internen Abteilungen konnten die Erkenntnisse so gut nutzen, dass wir den Report seitdem ständig weiterentwickelt und auf weitere Lebensmittelkategorien ausgeweitet haben“, sagt Regine Lueghausen, Vice President



»  
**Gemeinsam können wir viel zielgenauer Projekte angehen, sind schneller und agiler und damit auch nachhaltiger.**  
«

**Barbara Bridges,**  
Global Account Director

Das Ergebnis ist eine umfassende Übersicht über die Makrotrends der kommenden Jahre. Ein Beispiel aus trendscope™ 2024+: „Das Thema Gesundheit wird immer wichtiger, nicht zuletzt seit Beginn der Coronapandemie. Das körperliche und geistige Wohlergehen steht für viele Menschen im Vordergrund“, sagt Leif Jago. Die Konsumenten verstehen immer besser, wie eng beide Bereiche zusammenwirken. In dieselbe Richtung zeigt ein anderer Trend, der in trendscope™ „Mindful Choices“ heißt. Es geht darum, weniger Zucker, Salz und Fett zu verzehren, aber bei vollem Geschmack. Bei „Plant-based“ steht vordergründig der Ersatz für Fleischprodukte im Mittelpunkt. „Wir beobachten aber auch, dass die Entwicklung viel breiter ist: Die Verbraucher fragen viel häufiger nach pflanzlichen Produkten, die schmecken und gesund sind, und nicht nur nach Alternativen zum Fleischkonsum“, sagt Leif Jago. Ein letztes Beispiel: Beim „Activist Eating“ suchen die Konsumenten nach Produkten, die mit deutlich weniger CO<sub>2</sub>-Ausstoß produziert werden können als andere. „Das wird ein Trend, der uns noch länger beschäftigen wird.“ Für Symrise stellt sich immer die Frage, was die Makrotrends für das eigene Portfolio bedeuten, ergänzt Regine

Lueghausen. „Wir sind sehr beweglich und haben immer im Blick, welche Kompetenzen wir benötigen. Ziel ist es, unsere Kunden dabei zu unterstützen, ihre Ziele zu erreichen und gleichzeitig zum nachhaltigen Erfolg von Symrise beizutragen.“

Ist trendscope™ für eine bestimmte Produktkategorie erstellt, beginnt ein strukturierter Prozess. Die Geschäftseinheiten von Symrise, die die Erkenntnisse umsetzen, werden dafür per Webinar intensiv geschult. Sie bekommen einen Werkzeugkasten mit Materialien an die Hand, der von Kurzbeschreibungen der Trends über Infografiken reicht, bis hin zu individuell auf den Kunden zugeschnittene Präsentationen und Videos. „Wir können auf dieser Grundlage geschmackliche Lösungen entwickeln, mit denen wir die Verbraucherwünsche und Strategien unserer Kunden übereinbringen“, sagt Barbara Bridges. „Mit Hilfe von trendscope™ können wir Werte schaffen, indem wir unsere Ressourcen besser nutzen.“ Als Food & Beverage Global Account Director vermittelt sie die Ergebnisse der Studie ihren weltweit tätigen Kunden. „Gemeinsam können wir viel zielgenauer Projekte angehen, sind schneller und agiler und damit auch

nachhaltiger.“ Auch ihre Kunden würden häufig nach dem Mehrwert der Produkte für die Konsumenten fragen. Allein mit guten Preisen oder hoher Qualität würden sich Vorschläge für neue Lebensmittelkonzepte kaum noch durchsetzen. „Diese Entwicklung liegt natürlich auch daran, dass die Verbraucher heute sehr gut informiert sind und sich die besten Produkte für ihre jeweilige Situation wünschen“, sagt Barbara Bridges.

Ihre Kollegin Katja Tiitinen bestätigt das. Sie arbeitet als Regional Director Sensory & Consumer Insights in der Food & Beverage EAME-Region an den Schnittstellen der internen Wertschöpfungskette. „Unsere Stärke liegt darin, dass wir die Trends an jeder Stelle einfließen lassen können. Wir bekommen auch wieder Feedback dazu, von der Forschung über die Produktion bis zum Marketing“, sagt die Managerin, deren Team unter anderem Produkte auf ihre technischen und geschmacklichen Eigenschaften testet. Dabei stellt sie schon länger fest, dass Regionalität immer wichtiger wird. „Viele Entwicklungen finden zwar weltweit statt, erst recht, seitdem es soziale Medien gibt“, sagt die Expertin. „Wir beobachten aber auch, dass manche Trends in den verschiedenen

Teilen der Welt unterschiedlich ausgeprägt sind.“ Die Möglichkeiten, die dadurch für Symrise und seine Kunden entstehen, sind groß. Gleichzeitig steigt die Komplexität. Katja Tiitinen hat deswegen auch die Aufgabe, eine Brücke zwischen den verschiedenen Arbeitsbereichen zu bilden. „Wir übersetzen die Trends für verschiedene Kunden in unterschiedliche Produkte und passen zum Beispiel Geschmäcker an den jeweiligen Markt an.“

Für Symrise und seine Kunden lohnt sich die Forschung also auf mehreren Ebenen. Die Produktentwicklung wird präziser, schneller und nachhaltiger – und damit sinken auch die Kosten. Und auch die Konsumenten profitieren: Sie können Lebensmittel genießen, die geschmacklich, ernährungsphysiologisch und gesundheitlich auf den Punkt hergestellt werden.

#### DIE ZUKUNFT DER TRENDFORSCHUNG

Mit Symvision AI™ hat Symrise ein eigenes Werkzeug entwickelt, das mit Hilfe von künstlicher Intelligenz Geschmackstrends vorhersagen kann. Das KI-Tool nutzt Daten, die Symrise im Rahmen seiner Trendforschung der letzten zehn Jahre gesammelt hat, um Märkte, Verbrauchervorlieben und Branchentrends besser zu verstehen. Ergänzend zieht Symvision AI™ auch aktuelle Daten zu Markteinführungen und Erkenntnisse von Marktexperten hinzu. Durch die Verknüpfung der Daten können Geschmackstrends und ihre Verbreitung über die verschiedenen Regionen der Welt hinweg vorausgesagt werden.



**Wir übersetzen die Trends für verschiedene Kunden in unterschiedliche Produkte.**



**Katja Tiitinen,**  
Regional Director Sensory & Consumer Insights





# Gesunde Entwicklung

**Symrise bündelt sein Wissen um bioaktive Wirkstoffe, die in Produkten rund um die Gesundheit zum Einsatz kommen. In einem Bereich, der enorme Wachstumschancen bietet, hat das Segment Taste, Nutrition & Health ein eigenes Team aufgebaut, um eine Vision und Strategie zu entwickeln. Das Unternehmen greift dafür auf viele Jahre Erfahrung mit dem Thema zurück und begegnet damit auch der Nachfrage der Verbraucher, die ihre Gesundheit proaktiv verbessern wollen.**

## INNOVATION UND ENTWICKLUNG, GESELLSCHAFT

„In meinen 17 Jahren hier im Unternehmen war Gesundheit immer ein Fokus für mich“, sagt Nathalie Richer, die das Thema Human Health im Segment Taste, Nutrition & Health verantwortet. „Unsere Produkte tragen schon lange auf vielen Ebenen zum Wohlbefinden bei. Die Menschen suchen für sich und ihre Haustiere nach Produkten, die dem Körper und der Gesundheit zugutekommen. Diese Erwartungen will die Industrie erfüllen – und wir helfen unseren Kunden dabei.“

Symrise hat sich im Jahr 2023 dazu entschieden, die Expertise im Bereich zu stärken. „Wir haben nun ein eigenes Führungsteam aufgebaut, das unsere Herangehensweise an das Thema überprüft und eine klare Vision und neue Strategie für Health Active Solutions entwickelt“, erklärt Dr. Olivier Ballèvre, Health Strategy Vice President for Taste, Nutrition & Health. Das Team, das seit 2023 daran arbeitet, will die Vorteile der Health Active Solutions in den Mittelpunkt stellen, die mit wissenschaftlichen Erkenntnissen hinterlegt sind und aus der Natur stammen. Dazu gehören zum Beispiel die Nebenströme von Obst, Gemüse und

Fleisch. Die Produkte, die dabei entstehen, können in drei Anwendungsbereiche unterteilt werden: die Gesundheit des Darms und des Immunsystems, die Stoffwechselgesundheit und das gesunde Altern. Mit diesem Portfolio kann sich Symrise auch vom Wettbewerb differenzieren.

Das Produktportfolio ist breit: „Wir setzen uns intensiv mit Produkten für Mensch und Haustier auseinander, da beide Märkte ähnliche gesundheitliche Herausforderungen haben. Es gibt viele gemeinsame Aspekte bei Innovationen für die Gesundheit von Haustieren und Menschen“, sagt Olivier Ballèvre. So können Symrise-Produkte in funktionalen Nahrungsmitteln und Getränken eingesetzt werden, in Nahrungsergänzungsmitteln sowie in medizinischer Spezialkost. Für Haustiere stehen funktionale Futterbestandteile und ebenfalls Nahrungsergänzungsmittel auf dem Programm, außerdem Produkte für Tiere, die eine spezielle Ernährung benötigen. Um das umzusetzen, wird Symrise investieren, in Mitarbeiter, Forschung und Entwicklung, in die Kommunikation und in Produktionskapazitäten.



»  
**Unsere Produkte tragen schon lange auf vielen Ebenen zum Wohlbefinden bei.**  
«

**Nathalie Richer,**  
Human Health Leader

Das Unternehmen hatte auch schon zuvor bioaktive Produkte im Portfolio. „Wir wollen unser Angebot nun ausbauen und Lösungen anbieten, die wissenschaftlich fundiert sind und dazu beitragen, die Gesundheit der Nutzer zu verbessern, aber nicht Krankheiten zu behandeln“, sagt Nathalie Richer. „Dafür gruppieren wir das interne Know-how um und stellen sehr spezifischer Gesundheitsexperten in verschiedenen Bereichen an, um ein komplementäres, kompetentes Team zu bilden, das auf dem bestehenden Wissen aufbaut.“ Eine Herausforderung sind dabei die unterschiedlichen Regelungen in den verschiedenen Regionen. „In Europa unterscheiden sich die Regularien sehr von denen etwa in Nordamerika oder in der Region Asien-Pazifik“, sagt Nathalie Richer.

Für die Umsetzung der Strategie und die Entwicklung des Produktportfolios nehmen die regionalen Business Development Manager eine zentrale Rolle ein.

Die Polyphenole aus der Cranberry helfen in der Lösung Prebiocran™ dabei, die Zusammensetzung und Funktion von Darm-Mikrobiota positiv zu verändern.



„Dabei werden wir uns eng an den Bedürfnissen des jeweiligen Marktes orientieren“, sagt Renata Leite, Global Health Strategic Marketing Director.

Die Produkt-Pipeline ist gut gefüllt. Ein gutes Beispiel für ein konkretes Produkt ist die Premium-Markenslösung Prebiocran™, die Symrise im Mai 2023 auf den Markt brachte. Entstanden ist die Lösung dank der Einrichtung eines fünfjährigen Lehrstuhls im Jahr 2018 im Rahmen einer Industriepartnerschaft, der zu den potenziellen präbiotischen Wirkungen von Fruchtpolyphenolen geforscht hat. Dabei arbeitete Symrise mit dem Institute of Nutrition and Functional Foods (INAF) und dem Natural Science and Engineering Research Council of Canada (NSERC) zusammen.

Prebiocran™ ist reich an Polyphenolen – einer Gruppe sekundärer Pflanzenstoffe, die einen gesunden Darm unterstützen. Die Lösung kann bewiesenermaßen die Zusammensetzung und Funktion der Darm-Mikrobiota gezielt modulieren und die Barrierefunktion des Darms unterstützen. „Es gibt vielversprechende Ergebnisse, dass Prebiocran™ dazu beitragen kann, Stoffwechselstörungen zu vermeiden“, sagt Renata Leite. Eine In-vitro-Studie, bei dem eine Simulation des Magen-Darmtrakts verwendet wurde, belegt die Wirkung des Produktes. Außerdem wurde eine klinische

»

## Wir setzen uns intensiv mit Produkten für Mensch und Haustier auseinander.

«

**Olivier Ballèvre,**  
Health Strategy Vice President for Taste, Nutrition & Health

Pilotstudie durchgeführt. Für einen Mehrwert können Produkte wie Prebiocran™ zudem mit der Expertise von Symrise kombiniert werden, etwa bei der Taste Modulation.

Für die Zukunft hat Symrise im Bereich Health Active Solutions große Ambitionen. Während das Unternehmen bisher vor allem natürliche Inhaltsstoffe aus Früchten, Gemüse und Fleisch genutzt hat, soll das Portfolio nun um neue Botanicals und biotische Rohstoffe erweitert werden. „Da wir unsere Fähigkeiten in diesem Feld ausbauen, sind unsere Möglichkeiten enorm“, sagt Nathalie Richer. „Deswegen werden wir mit dem Thema Health Active Solutions sehr spannende Geschäftsmöglichkeiten erschließen können.“



»

## Es gibt vielversprechende Ergebnisse, dass Prebiocran™ dazu beitragen kann, Stoffwechselstörungen zu vermeiden.

«

**Renata Leite,**  
Global Health Strategic Marketing Director





Weniger CO<sub>2</sub>

bei gleicher  
**Wirkung**



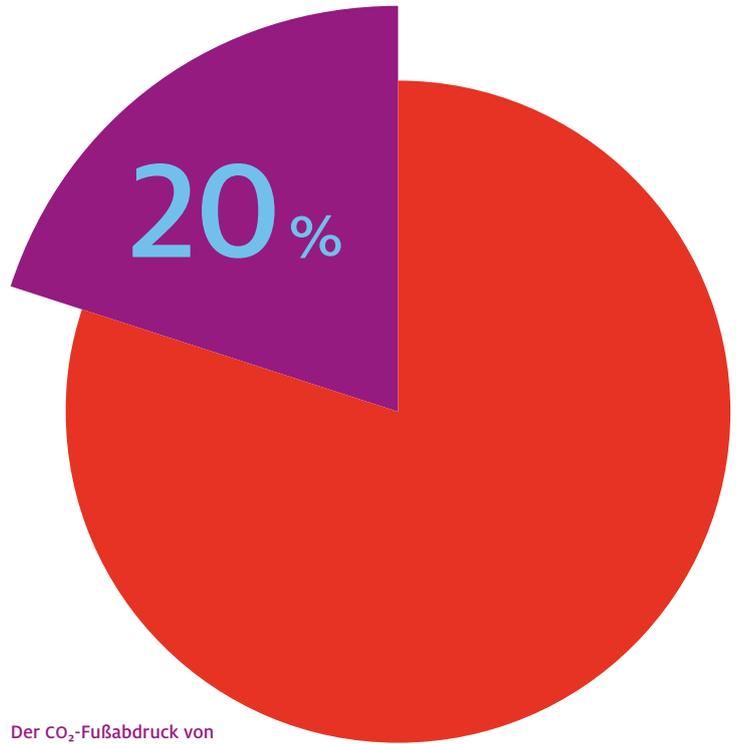
Für ihr Masterpiece als Parfümeurin hat Anne Dussourt den CO<sub>2</sub>-Fußabdruck von Duftkreationen untersucht. Ihre Arbeit, bei der sie vom Symrise-Nachhaltigkeitsteam unterstützt wurde, ist ein weiterer Baustein auf dem Weg zu den Klimazielen des Konzerns.

INNOVATION UND ENTWICKLUNG

■ Anne Dussourt steht im Labor im Hauptgebäude von Symrise im Pariser Stadtteil Clichy. Mit einer Pipette tropft sie genau 3,5 Gramm eines Riechstoffs in ein gläsernes Gefäß, in dem sich schon einige Zentiliter einer klaren Flüssigkeit befinden. Vorsichtig schüttelt sie das Glas, steckt einen Riechstreifen aus Papier hinein, zieht diesen heraus und nähert sich vorsichtig mit ihrer Nase. Sie riecht daran, nickt: Die Komposition gefällt ihr.

Die Arbeit im Labor gehört zum Alltag der 29-jährigen. Sie hat Chemie in Straßburg und danach an der renommierten Parfümeurschule ISIPCA in Paris studiert, bevor sie im September 2023 ihren Abschluss als Parfümeurin bei Symrise gemacht hat. Jetzt entwickelt sie Parfümmischungen am Computer, lässt diese zusammenmischen und testet sie. Ab und zu übernimmt sie den manuellen Vorgang aber auch selbst, um einen direkten Eindruck zu bekommen. Über ihre tägliche Arbeit hinaus hat Anne Dussourt aber ein weitaus größeres Ziel vor Augen: Sie will dabei helfen, den CO<sub>2</sub>-Abdruck von Parfümen zu minimieren. Eine große Aufgabe, denn Symrise hat mehr als 1.000 Rohstoffe in der Palette, die momentan aktiv für neue Rezepturen genutzt werden.

Fünf Jahre dauert die Ausbildung an der Symrise-Parfümeurschule. Im Rahmen ihres Masterpieces hat Anne Dussourt den Einfluss des CO<sub>2</sub>-Fußabdrucks auf die Kreation von Düften untersucht. In einem typischen Parfümflakon werden zwar nur wenige Gramm Duftöl verwendet, die Menge aber macht den Unterschied. Weltweit werden jährlich Abermillionen Parfüme alleine in der Feinparfümerie verkauft. Duftstoffe werden zudem in Waschmitteln und Shampoos, Seifen und Cremes eingesetzt. Anne Dussourt nennt eine weitere Zahl: „Der durchschnittliche Franzose verursacht acht bis zwölf Tonnen CO<sub>2</sub> pro Jahr. Die Duftstoffe nehmen zwar nur einen winzigen Bruchteil davon ein, aber wir können in der Masse dennoch dazu beitragen, dass weniger Treibhausgase in die Atmosphäre gelangen.“



Der CO<sub>2</sub>-Fußabdruck von Duftkompositionen kann durch Anpassungen der Rezepturen um 20 % gesenkt werden.



Die Symrise-Parfümeurin Anne Dussourt hat den Einfluss des CO<sub>2</sub>-Fußabdrucks auf die Kreation von Düften untersucht.



Zur Optimierung von Duftkompositionen gehört auch das Testen verschiedener Alternativen.

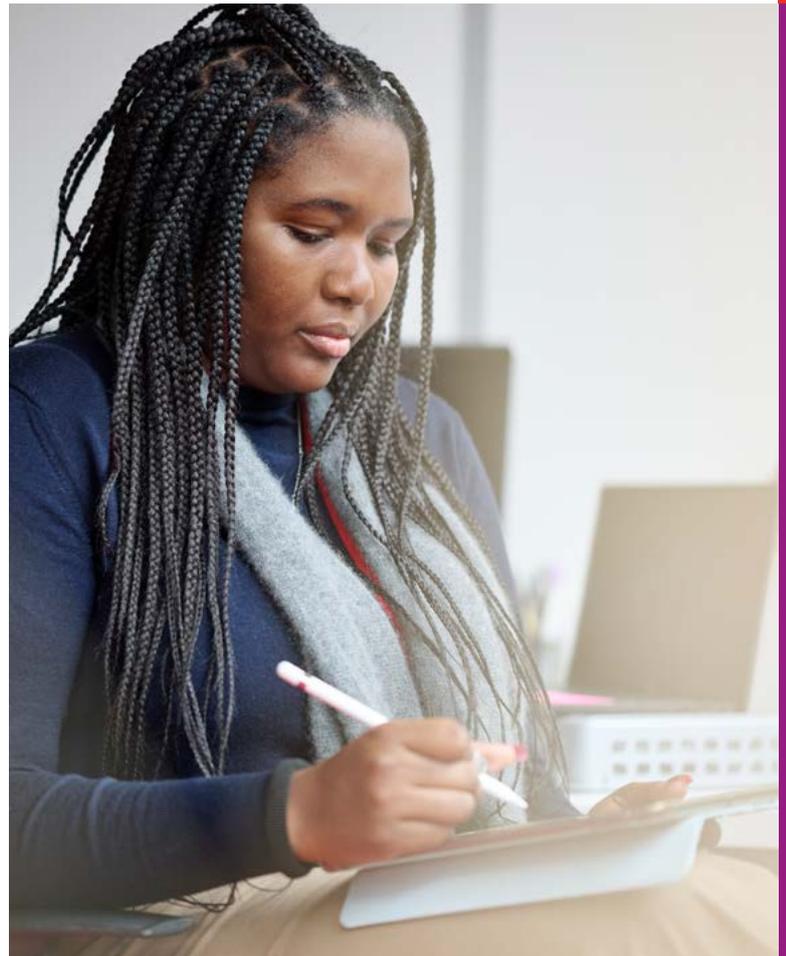
Nachhaltigkeit ist für Anne Dussourt enorm wichtig. Schon für das Examen als Junior-Parfümeurin beschäftigte sie sich mit bioabbaubaren und erneuerbaren Rohstoffen. „Nachhaltigkeit ist Teil der Kreation“, sagt sie, „wir müssen das Thema immer wieder neu denken und umsetzen.“ Im Masterpiece entwickelte sie ihre Ideen weiter, evaluierte sie und kreierte eine Reihe von Parfümen, die auf unterschiedliche Nachhaltigkeitsparameter fokussierten. Eine Runde aus erfahrenen Managern, Parfümeuren und Personalverantwortlichen beurteilte die Kreationen.

Unterstützt wurde sie dabei von Seynabou Ndao. Die 24-Jährige, die sich in ihrem Chemiestudium vor allem mit Nachhaltigkeit und Grüner Chemie auseinandergesetzt hat, startete als Praktikantin bei Symrise. Sie analysierte, wie viel CO<sub>2</sub> während der gesamten Wertschöpfungskette bis zur Fertigstellung des Parfüms ausgestoßen wird – vom Anbau der einzelnen Rohstoffe bis zum Mischen in den Laboren. Mehrere Monate lang analysierte sie das Rohstoffportfolio und sammelte Informationen ein. „Bei manchen Materialien, wie zum Beispiel Alkoholen oder Estern, ist das relativ einfach, weil die Prozesse so klar aufgebaut und gut dokumentiert sind“, sagt die Chemieingenieurin, die aus dem Senegal stammt und in Frankreich studierte. Die Stoffe, die Symrise im Werk in Jacksonville in den USA aus Seitenströmen produziert, ließen sich zum Beispiel relativ leicht clustern und bewerten, sagt Seynabou Ndao. „Bei ätherischen Ölen, die aus natürlichen Rohstoffen wie Pflanzen stammen, ist das hingegen deutlich komplexer.“ Sie arbeitet kontinuierlich daran, die

Datenqualität zu verbessern. Dafür bezieht sie auch die Zulieferer mit ein: „Wir arbeiten eng mit ihnen zusammen, um sie auf ihrem Weg zu unterstützen.“

Das Thema hat generell für Symrise seit dem Jahr 2022 enorm an Fahrt aufgenommen. „Der CO<sub>2</sub>-Fußabdruck der Rohstoffe und Duftkompositionen wird für unsere Kunden immer wichtiger“, sagt Philippa Smith, Nachhaltigkeitsdirektorin Scent & Care bei Symrise. „Wir haben uns deswegen frühzeitig damit beschäftigt, unsere Rohstoffpalette zu untersuchen und sind stolz auf dieses Projekt. Es ist bahnbrechend für unsere Industrie.“ Der Innovationsgrad des Masterpieces ist sehr hoch. „Vor meiner Arbeit gab es keine klare Definition dafür, was ein niedriger CO<sub>2</sub>-Fußabdruck für ein Parfüm bedeuten soll“, sagt Anne Dussourt. „Die Verknüpfung der Duftkreation mit den Daten des CO<sub>2</sub>-Fußabdrucks in unserem System war ein wichtiger Teil des Projekts.“

Seynabou Ndao analysierte das Rohstoffportfolio von Symrise, um herauszufinden, wie viel CO<sub>2</sub> während der Wertschöpfungskette ausgestoßen wird.





Anne Dussourt (li.) und Seynabou Ndao testen die Duftmischungen darauf, wie sie sich in der Anwendung – etwa in Hautcremes – verhalten.

In ihrer Masterarbeit konzentrierte sich Anne Dussourt auf die Anwendung der Nachhaltigkeitsdaten auf die Parfüme. Sie kreierte verschiedene Duftkompositionen, die Symrise-Kunden zum Beispiel in Shampoos, Duschgels und Deodorants einsetzen. Dafür kreierte sie zunächst eine konventionelle Komposition, wie ein Shampoo mit einem fruchtigen Duft. Bei den weiteren Mischungen ersetzte sie verschiedene Inhaltsstoffe, um den CO<sub>2</sub>-Ausstoß zu verringern und möglichst viele bioabbaubare und erneuerbare Rohstoffe zu verwenden. „Wir konnten dabei zeigen,

dass wir zum Beispiel den CO<sub>2</sub>-Fußabdruck um bis zu 20% reduzieren konnten“, sagt Anne Dussourt. Dabei stellte sich heraus, dass bestimmte Duftbestandteile einfacher, andere schwieriger zu ersetzen sind. Ein positives Ergebnis war, dass durch eine sorgfältige Auswahl die Kosten und die Performance gehalten werden konnten.

Nur den CO<sub>2</sub>-Fußabdruck zu bestimmen, reicht aber nicht aus. Die Industrie kann nicht einfach auf Duftstoffe verzichten, die einen hohen CO<sub>2</sub>-Ausstoß

»

**Wir stehen vor einer Herausforderung auf mehreren Ebenen: Düfte müssen weiterhin so gut wie früher riechen, in Anwendungen funktionieren, den Regularien entsprechen und preislich vergleichbar sein.**

«

**Anne Dussourt,**  
Parfümeurin

haben. „Wir stehen vor einer Herausforderung auf mehreren Ebenen: Düfte müssen weiterhin so gut wie früher riechen, in Anwendungen funktionieren, den Regularien entsprechen und preislich vergleichbar sein“, sagt Anne Dussourt. Dazu kommt, dass die Kunden von Symrise oft unterschiedliche Ansprüche haben, was etwa die Bioabbaubarkeit der Produkte oder Erneuerbarkeit der Rohstoffe angeht. Außerdem wollen sie sich untereinander differenzieren.

Auch die Konsumenten kaufen nur, was ihnen auf allen Ebenen gefällt: Sie wollen Nachhaltigkeit, aber eben auch den gewohnten Wohlgeruch. Dazu gehört auch, dass ein Duftstoff, etwa in einem Waschmittel, nicht sofort verfliegen darf. Er muss auch dann noch wahrnehmbar sein, wenn ein Kleidungsstück nach einer Weile aus dem Schrank geholt wird. Weil manche Moleküle mit anderen nur auf spezielle Weise zusammenwirken, können die Parfümeure auch nicht einfach Rohstoffe gegen andere austauschen. Gleichzeitig sind bestimmte Stoffe essenziell für ein Parfüm: „Wir benötigen als Basisnote zum Beispiel moschusartige Nuancen, die oft einen höheren CO<sub>2</sub>-Fußabdruck haben. Sie sorgen aber auch für die Haltbarkeit“, sagt Anne Dussourt. Gerade an diesen Stellen lassen sich wiederum große Einspareffekte erzielen, wenn es gute Ersatzstoffe oder andere Kompositionen gibt.



Ein Weg dorthin sind die Captives – Duftstoffbestandteile, die Symrise entwickelt und patentiert hat und exklusiv für 20 Jahre einsetzen darf. „Die Stoffe werden fast immer nach den Prinzipien der Grünen Chemie aus Seitenströmen anderer Branchen produziert und sind deswegen sehr nachhaltig“, sagt Anne Dussourt. Auch Philippa Smith kennt mehrere Stellschrauben, an denen Symrise drehen kann. „Wir werden die Zulieferer darauf ansprechen, dass sie diese Stoffe nutzen können, um den CO<sub>2</sub>-Fußabdruck zu senken“, sagt die Nachhaltigkeitsmanagerin. Symrise ist nah dran an den Erzeugern. Das ermöglicht es dem Unternehmen, die Zulieferer auszuwählen, die am nachhaltigsten arbeiten. „Wir entscheiden zudem selbst, was wir ins Portfolio aufnehmen und können so ebenfalls auf die CO<sub>2</sub>-Werte achten. Und wir haben einen großen Einfluss in der Kreation, in der wir bestmögliche Kompositionen zusammenstellen können.“ Dafür rollt das Team die Erkenntnisse für alle Parfümeure rund um die Welt aus, um Fragen zu beantworten, aber auch die Aufmerksamkeit für das Thema zu steigern.



Mehr als

1.000

Rohstoffe nutzt  
Symrise aktiv für neue  
Duft-Rezepturen.

Philippa Smith und Anne Dussourt setzen beide aber auch die Arbeit am CO<sub>2</sub>-Fußabdruck in Perspektive: „Nachhaltigkeit ist deutlich mehr als die Verhinderung von Treibhausgasen“, sagt Philippa Smith. „Das Thema ist hochkomplex, wenn wir die anderen Dimensionen von Nachhaltigkeit einbeziehen“, ergänzt auch Anne Dussourt. In Madagaskar zum Beispiel, wo Symrise eine Reihe von Naturstoffen destilliert, steht das soziale Engagement für die Kleinbauern im Fokus, in Indien die Unterstützung für die Communitys durch klimagerechte Landwirtschaft, etwa durch eine solarbetriebene Bewässerung. Gleichzeitig haben Naturstoffe den Nachteil, dass sie große Flächen verbrauchen, aber den Vorteil, dass sie die Biodiversität unterstützen. „Wir müssen deswegen immer schauen, wie wir die Produkte in allen Bereichen verbessern können“, sagt Philippa Smith. Dafür sollen in den kommenden Jahren die Daten als Grundlage optimiert und damit auch immer mehr Duftkompositionen nachhaltiger werden. „Wir werden weiter an dem Thema arbeiten, um immer bessere und nachhaltigere Rohstoffe nutzen und damit ebenso nachhaltige Kreationen entwickeln zu können“, sagt Anne Dussourt. „Unsere Reise hat erst begonnen.“





**Nachhaltigkeit  
ist deutlich mehr als  
die Verhinderung  
von Treibhausgasen.**



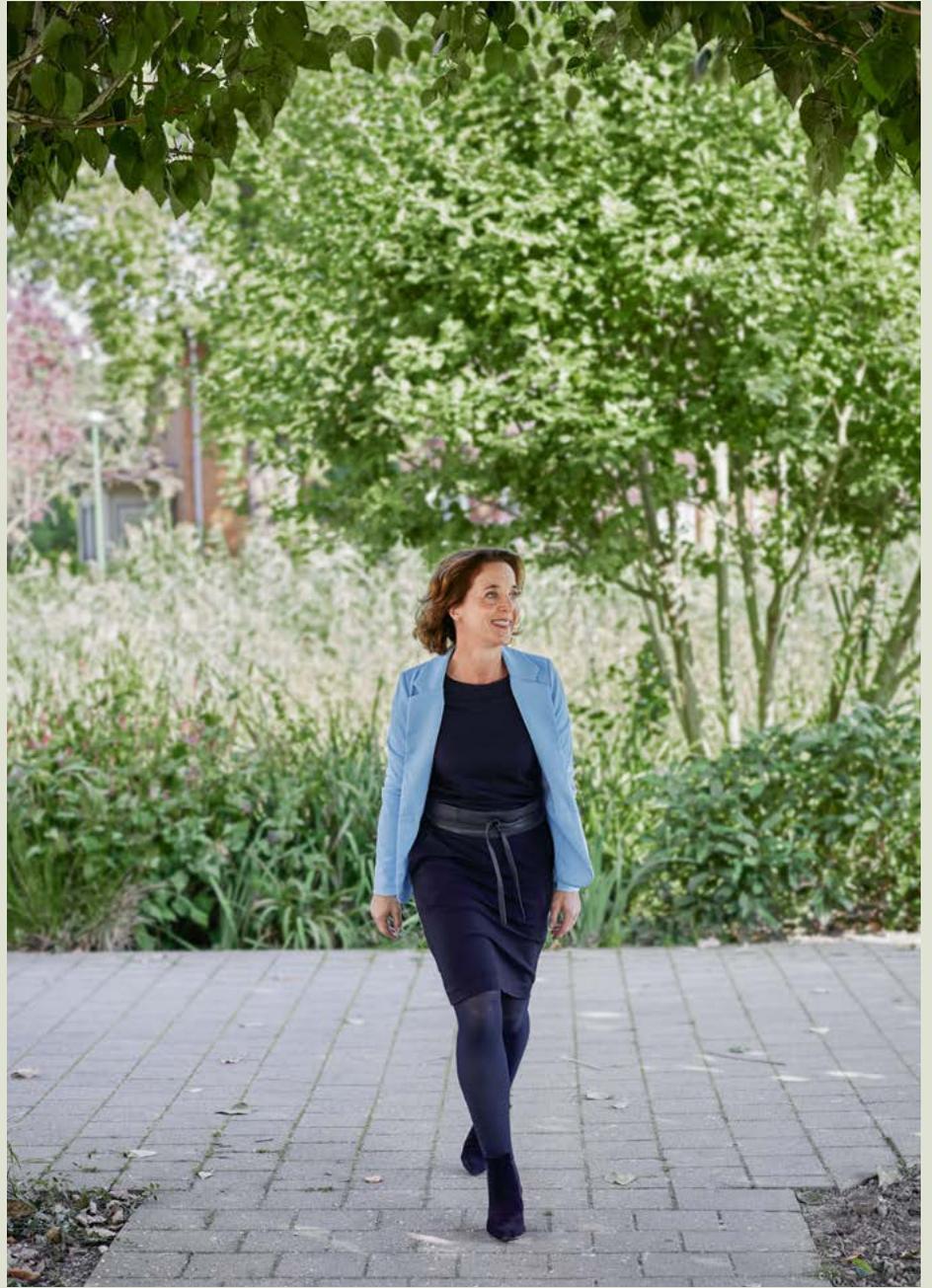
Philippa Smith,  
Sustainability Director Scent & Care

# Vom Dienstleister zum



Symrise hat im vergangenen Jahr damit begonnen, seinen Personalbereich umzubauen. Aus 3 mach 1, erzählt Dr. Stephanie Coßmann, Symrise-Vorständin für Recht und Personal, im Interview im Hinblick auf die Schaffung eines einheitlichen und globalen HR-Teams für ganz Symrise. Gleichzeitig arbeitet der Personalbereich an der Einführung einer Softwarelösung, welche die Personalarbeit für die Manager, Mitarbeiter und Personaler für die Zukunft erleichtert und andere inhaltliche Zukunftsprojekte unterstützen soll. Drei Führungskräfte aus der HR-Organisation berichten zudem über Details der HR-Strategie.

GUTE UNTERNEHMENSFÜHRUNG



*strategischen  
Partner für  
das Geschäft*

**Frau Coßmann, Sie haben im Februar 2023 den Vorstand für das neu geschaffene Ressort Personal und Recht übernommen. Was ist Ihr Eindruck der Unternehmenskultur bei Symrise nach einem Jahr – und wo sehen Sie Herausforderungen?**

■■■■ Symrise hat eine großartige Kultur, das ist mir von Anfang an aufgefallen. Der Mensch und das Miteinander zählen. Die Mitarbeiter sind sehr unternehmerisch unterwegs, pragmatisch und hands-on, wenn es darum geht, Probleme zu lösen. Dem steht manchmal das entgegen, was ich in unserem Bereich auch als größte Herausforderung sehe: Durch das starke Wachstum und die vielen Zukäufe in den vergangenen Jahren hat sich das Unternehmen verändert – und die Strukturen und Prozesse sind noch nicht ganz mitgewachsen. Uns fehlt der Rahmen, sowohl im Personal- als auch im Compliance-Bereich.

**Wie reagieren Sie darauf?**

■■■■ Damit die Mitarbeiter wieder im Fokus stehen können, wie es sich für unsere Arbeit gehört, müssen wir Strukturen schaffen: zum Beispiel für ein nachvollziehbares Gehaltsgefüge, für den Überblick darüber, wo wir welche Talente im Konzern haben und für die Performance von Mitarbeitern und Geschäftseinheiten. Sonst bleiben wir in Silos unterwegs. Ausgangspunkt ist das Projekt tHRive, mit dem wir die Personalarbeit fit für die Zukunft machen werden. Ein Kernelement dabei ist, die Rahmenbedingungen und Arbeitsweisen des HR-Teams für das gesamte Unternehmen zu vereinheitlichen.

**Auf welche Weise verändern sich dessen Aufgaben?**

■■■■ Wir haben vier Centers of Expertise eingeführt, die sich mit „Talent-Acquisition“, „Compensation and Benefits“, „Talent-Management“ sowie „Systems, Analytics and Sustainability“ beschäftigen. Das sind alles Zukunftsthemen, die den Konzern übergreifend beschäftigen.

**Dadurch verändern sich sicherlich die Tätigkeiten der HR-Kollegen. Können Sie Beispiele dafür nennen?**

■■■■ Im Kampf um neue Mitarbeiter reichen die alten Wege nicht mehr aus. Unsere Recruiter arbeiten nun in globalen Netzwerken, suchen auf LinkedIn und anderen sozialen Medien die Bewerber der Zukunft. Sie kommen mit ihnen ins Gespräch und begeistern sie hoffentlich für uns. Ein anderes Beispiel: Bei der Vergütung arbeiten wir an einheitlichen Strukturen und Jobtiteln, um den Austausch auch zwischen den Regionen zu erleichtern. Beim Talent-Management gab es keine einheitlichen Kriterien für die Bewertung und kaum Talentprogramme. Um das alles umzusetzen, führen wir ein Human Capital Management Tool namens Workday ein, dessen erste Module Ende des Jahres laufen werden. Bis dahin haben wir noch viel Arbeit vor uns, die vorhandenen Daten im Konzern zu sammeln, zu analysieren und aufzubereiten. Das System wird für uns einen Quantensprung bedeuten, weil wir dann transparenter, schneller und auch fokussierter handeln können. Damit können wir auch das vierte Ziel unserer Arbeit besser bedienen: Im Rahmen unserer Nachhaltigkeitsaktivitäten müssen und wollen wir viel intensiver über unsere Kennzahlen im Bereich Personal berichten, etwa über Diversity und Arbeitssicherheit und entsprechend zukunftsfähig steuern.

**Der Aufwand klingt sehr hoch, warum nimmt der HR-Bereich diesen auf sich?**

■■■■ Wir leben in einer Zeit, in denen sich Unternehmen um Talente bewerben müssen, nicht mehr umgekehrt, wie es früher war. Die Menschen wollen zwar immer noch für ihre Arbeit gut bezahlt werden, aber das Unternehmen mit seinem Purpose und seiner Kultur, mit seinen Produkten und Teams wird immer wichtiger. Da haben wir bei Symrise viel zu bieten – und das wollen wir auch nach vorne stellen.

»

**Das Unternehmen mit seinem Purpose und seiner Kultur, mit seinen Produkten und Teams wird immer wichtiger. Da haben wir bei Symrise viel zu bieten.**

«

**Dr. Stephanie Coßmann,**  
Vorständin für Recht und Personal





»

**Wir sind momentan in einer Übergangsphase zu einem gemeinsamen System mit weltweit harmonisierten Standards, die wir mit unserer HR-Suite Workday abbilden werden.**

«

**Elke Kegelmann,**  
Programmleiterin von tHRive

#### AUF DEM WEG ZU „ONE HR“

Als Programmleiterin von tHRive setze ich die neue Struktur für unsere HR-Abteilung weltweit auf. Wir waren bisher sehr fragmentiert, hatten in den verschiedenen Regionen und Geschäftsbereichen unterschiedliche Rollen, Prozesse und Standards. Nun arbeiten wir an einem neuen System, das in allen Ländern und Organisationen funktioniert, egal, wie groß sie sind. Das Ziel ist „One HR“, eine globalisierte HR-Community. Dabei haben wir einige Rollen neu definiert. Diese Mitarbeiter werden von Generalisten zu Spezialisten, die unterschiedliche Aufgaben wahrnehmen. Sie unterstützen die Kollegen in den Regionen bei den globalen Prozessen, die diese wiederum regional herunterbrechen. Personalarbeit hat je nach Land oft eigene Regeln. Die kulturellen Bedingungen sind verschieden, Arbeitsverträge werden unterschiedlich gestaltet und Gesetze und Regularien sind auch nicht überall gleich. Das gilt es zu berücksichtigen.

Wir sind momentan in einer Übergangsphase zu einem gemeinsamen System mit weltweit harmonisierten Standards, die wir mit unserer HR-Suite Workday abbilden werden. Dafür ist es wichtig, das gesamte Team mitzunehmen. Wir trainieren rund 200 Mitarbeiter, die sehr erfahren in ihren jeweiligen Bereichen sind und vertraut mit den regionalen Besonderheiten. Es ist bemerkenswert, mit welchem Engagement sich unsere Kollegen aus allen Zeitzonen und mit all ihren Expertisen gerade einbringen, um diese Veränderung mitzugestalten. Bei dem Einfinden in eine neue Struktur und dem Arbeiten in einer digitalisierten Prozesslandschaft werden wir unterstützen. Denn eines ist klar: Solche tiefgreifenden Veränderungen bedürfen einer ebenso intensiven Begleitung. Wir dürfen zudem nicht vergessen: Wir bauen eine Rakete im Flug – und das ist eine große Herausforderung. Ich bin aber sehr zuversichtlich, dass wir das zusammen mit den Kollegen und ihren Teams hervorragend umsetzen werden.

*Elke Kegelmann,*  
Programmleiterin von tHRive

## MITARBEITERZUFRIEDENHEIT IM VORDERGRUND

■ Mit Workday haben wir uns für eine Plattform entschieden, auf der wir unsere gesamten HR-Prozesse umsetzen können. Das gilt für die HR-Kollegen, die zum Beispiel das Recruitment, das Talentmanagement, die Personalplanung und alle weiteren Kernprozesse in vielen Sprachen abbilden können, und auch für die Beschäftigten. Alle Mitarbeiter werden einen Zugang zu Workday bekommen, das wir als Cloud-Lösung installieren. So können sie ihre Daten und Dokumente einsehen und sich über ihre Entwicklungsmöglichkeiten informieren. Wir wollen zufriedene Mitarbeiter, und Workday wird dazu beitragen. Auch die Führungskräfte bekommen ein starkes Werkzeug an die Hand. Sie können zum Beispiel analysieren, welche Talente sie in ihrer jeweiligen Organisation haben, wie sich diese entwickeln und wie sie weitere Schritte mit den Mitarbeitern planen können. In einer weiteren Ausbaustufe wird diese Transparenz auch die Mobilität innerhalb des Konzerns erhöhen.

Indem wir die Mitarbeiter enger einbinden, hoffen wir, sie länger im Unternehmen zu halten. Transparenz und eine offene Unternehmenskultur tragen erfahrungsgemäß dazu bei. Wir wollen alle knapp 13.000 Kollegen erreichen, auch die, die in der Produktion arbeiten. Deshalb legen wir großen Wert darauf, dass die Mitarbeiter Workday auch auf privaten Smartphones nutzen können, natürlich mit klaren Sicherheitsregeln.

Momentan sind wir dabei, die Daten aufzubereiten und Prozesse global abzustimmen. Wir kommen aus einer fragmentierten Systemlandschaft, in der bisher verschiedene Systeme parallel zueinander liefen. Nun müssen wir die Daten sammeln, validieren und bereinigen, um mit Workday sauber starten zu können. Das wird dazu beitragen, Symrise auch langfristig erfolgreich weiterzuentwickeln.

*Abdou-Chakour Daro,  
Head of Global HR Information Systems, Analytics @ Sustainability*



## SCHNITTSTELLE ZWISCHEN HR UND GESCHÄFT

■ In vielen Unternehmen ist es Aufgabe der HR-Abteilung, denjenigen, die im operativen Geschäft tätig sind, den Rücken freizuhalten. Im Vordergrund stehen Rekrutierung, Employer Branding, Onboarding-Prozesse, Vertragsgestaltungen oder Fort- und Weiterbildungsmaßnahmen. Das sind wichtige Aufgaben, ohne die ein Unternehmen nicht funktioniert. Bei Symrise gehen wir nun einen Schritt weiter. Wir stellen uns als strategischer Business Partner auf, um HR- und Geschäftsstrategie stärker miteinander zu verknüpfen.

Ein Beispiel dafür ist die strategische Personalplanung, die wir viel intensiver angehen wollen. Wir werden Strukturen dafür schaffen, die Stärken unserer Mitarbeiter weltweit zu erheben. Dadurch sehen wir, wo wir im Unternehmen bestimmte Kompetenzen benötigen und können die nächsten fünf Jahre besser planen. So können wir die Geschäftstätigkeiten besser steuern und auch einen größeren Austausch von Talenten ermöglichen. Wir übernehmen also keine reine Service-Funktion, sondern denken und gestalten mit – in den jeweiligen Segmenten und auch übergreifend. Dafür haben wir auch eine neue Struktur geschaffen, in der vier HR-Business Partner regional verantwortlich sind, drei weitere übergreifend global für die einzelnen Bereiche der Wertschöpfungskette. Diese enge Verbindung zum Geschäft zeigt sich auch in meiner Person: Ich war Director Category & Product Management in der Region APAC und gehöre nun als globaler Business Partner zum Leadership Team im Segment Taste, Nutrition & Health. Mit unserer Erfahrung dienen wir als Schnittstellen und können so die Verbindung zwischen Geschäft und HR stärken und ausbauen.

*Tanja Schrader,  
Taste, Nutrition @ Health Global HR Business Partner*

# VOM ACKER



# INS



# LABOR

Der Forschungsbereich AgroScience, den Symrise im Jahr 2017 gegründet hat, beschäftigt sich mit neuen Anbau-, Ernte- und Verarbeitungsmethoden von pflanzlichen Rohstoffen. Das Team setzt dabei auf eine Vielzahl von Herangehensweisen, kombiniert diese mit dem Know-how anderer Bereiche – und arbeitet an einer Landwirtschaft der Zukunft mit, von der das Unternehmen stark profitieren wird.

INNOVATION UND ENTWICKLUNG, KLIMA



# UND

# ZURÜCK

■ Mit Schwung bewegt Esther-Corinna Schwarze den Hebel nach rechts, öffnet die hohe Tür der Klimakammer und tritt einen Schritt zur Seite. Warme Luft dringt nach draußen. In dem kleinen, hell erleuchteten Raum stehen Kultivierungscontainer, aus denen sich grüne Pflanzen an Rankhilfen zwei Meter nach oben winden. „Das ist alles Vanille, allerdings unterschiedliche Arten oder Genotypen“, sagt die Master-Technologin für AgroScience bei Symrise und blickt auf die verschlungenen Pflanzen, an denen tiefgrüne Blätter wachsen. Dann verschließt sie die Tür wieder, die Temperatur im Container soll möglichst nicht absinken. In der Klimakammer direkt nebenan wächst Parakresse. Auch hier ein ähnliches Bild, nur eine Nummer kleiner: Unter LED-Beleuchtung entwickeln sich hier kniehohe Pflanzen, die durch ihre gelben, fast eiförmigen Blütenstände auffallen.

Die beiden Klimakammern, ein größeres Gewächshaus und ein weiterer Container stehen am Rande des Symrise-Werkes in Holzminden, direkt neben dem Büro von Esther-Corinna Schwarze. Sie leitet eine recht neue Forschungs- und Entwicklungsabteilung in der Geschäftseinheit Food & Beverage: den Bereich AgroScience, der im Jahr 2017 gegründet wurde. Mit einem Team von drei Kollegen arbeitet sie unter anderem daran, neue Pflanzen und Anbaumethoden zu erforschen und das Wissen in die Anwendung zu übertragen.

Die Arbeit von Esther-Corinna Schwarze hat gleich mehrere Ansatzpunkte. Symrise hat an vielen Stellen seine Wertschöpfungskette rückwärts integriert, zum Beispiel bei der Vanille auf Madagaskar oder bei der Zwiebel in der Region rund um Holzminden. „Wir arbeiten eng mit den Landwirten zusammen, die für uns ganz spezifische Sorten in klar definierten Qualitäten und zu einem bestimmten Preis anbauen“, sagt Esther-Corinna Schwarze. Damit das auf den Punkt funktioniert, muss Symrise die Pflanzen und ihren Anbau verstehen. Das gilt aber nicht nur für die bestehenden Kooperationen. Wir werden auch in Zukunft neue Pflanzen anbauen lassen, die wir besonders spannend finden. Dann hilft es uns, wenn wir die Pflanzen und ihre Bedürfnisse verstanden haben“, sagt Esther-Corinna Schwarze. „So können wir unser Wissen an die Landwirte weitergeben und zu besseren Ergebnissen kommen.“

Ein Beispiel dafür könnte die Parakresse sein, die vor allem in Brasilien wächst und dort unter dem Namen Jambú bekannt ist. „Sie wird zum Würzen von Speisen verwendet, vor allem aber als Heilpflanze, zum Beispiel bei Zahnschmerzen“, sagt Esther-Corinna Schwarze. Die Parakresse wirkt leicht betäubend und erzeugt ein Kribbeln im Mund. „Wir könnten diesen Effekt zum Beispiel in der Mundpflege anwenden oder unerwünschte Wirkungen in bestimmten Lebensmitteln maskieren.“ Ein Ziel könnte auch sein, die Parakresse, die momentan nur auf Feldern in den Tropen wächst, im Indoor Farming zu kultivieren. „Das ist auch in den Erzeugerländern denkbar. Dann könnten wir eine deutlich höhere Qualität erzielen, die Pflanze ganzjährig anbauen und vielleicht sogar mehrmals im Jahr ernten“, sagt Esther-Corinna Schwarze. In der Forschung testet sie dafür zum Beispiel unterschiedliche Pflanzerden und -substrate, Dünger und Lichteinstellungen. Sie analysiert das Wurzelwachstum, um es zu beschleunigen, und bewertet auch unterschiedliche Ernte- und Verarbeitungsmethoden. „Wir testen, welche Inhaltsstoffe wir aus frischen oder getrockneten Bestandteilen erhalten und wie sich diese auf Blüten, Blätter und Stiele verteilen.“



## Wir arbeiten eng mit den Landwirten zusammen.



Esther-Corinna Schwarze,  
Master-Technologin für AgroScience





In Nährlösungen zieht Symrise aus Stängeln von Vanille-Pflanzen eigene Setzlinge.

Indoor Farming ist für Symrise besonders wichtig. „Das Thema hat in den 2010er-Jahren einen Schub bekommen, weil das benötigte Licht durch die Entwicklung der LED-Technologie bezahlbar geworden ist“, sagt Dr. Jakob Ley. „Wir beschäftigen uns schon länger damit und konzentrieren uns momentan auf circa 10 Pflanzenarten, die bisher nur selten kultiviert werden oder nur in den Tropen wachsen“, erklärt der Director Research Biobased Ingredients. Neben der AgroScience verantwortet er noch vier weitere Forschungsbereiche. „So können wir auch eher ungewöhnliche Arten direkt hier in Holzminden anbauen und analysieren.“

Eine Herausforderung war dabei, überhaupt Pflanzenmaterial zu bekommen. „Das Nagoya-Protokoll schützt zu Recht die Biodiversität, vor allem in Schwellen- und Entwicklungsländern. Gleichzeitig verhindert es die Ausbeutung der natürlichen Ressourcen“, erklärt Ley. „Wir haben deswegen nur Nachkommen von Pflanzen hier, die nach den Nagoya-Regeln aus den Ursprungsländern beschafft werden oder schon vor Inkrafttreten des Protokolls 2014 in Europa verbreitet waren, zum Beispiel in Gärtnereien, im freien Handel, aber auch in Forschungseinrichtungen oder botanischen Gärten.“ Für die weitere Forschung zieht Symrise selbst Setzlinge heran.

Von der Arbeit sollen später auch die Herkunftsländer profitieren, betont Ley. Das Team arbeitet zum Beispiel daran, besser zu verstehen, wann sich die Vanilleknospen zu Blüten öffnen. „Die Kleinbauern in Madagaskar müssen während der Saison jeden Morgen alle Pflanzen kontrollieren. Die Orchideen blühen nur einen Tag; in dieser Zeit muss der Bauer sie von Hand bestäuben“, beschreibt Ley die aufwändige Arbeit. „Wenn wir verstehen, wie dieser Prozess in der Pflanze funktioniert, wie wir ihn vorhersagen und vielleicht auch abkürzen können, wäre das eine große Hilfe.“ Symrise setzt auch auf Versuche, das Licht oder die Feuchtigkeit zu steuern. Die Forscher analysieren Blätter, Wurzeln und Stiele und versuchen, die Phytohormone besser zu verstehen, die als Signalmoleküle die Entwicklung der Pflanzen regulieren. Zudem untersucht das Team die Infektionen der Vanillepflanze mit Fusarium. Der Schlauchpilz ist für den Verlust von 30% der Pflanzen in den Plantagen verantwortlich. „Wir machen Versuche mit verschiedenen Bewässerungsmethoden oder Substraten, die den Pilz am Wachsen hindern könnten“, sagt Ley. Die Erkenntnisse dieser Forschung sollen dann auch zu den Bauern nach Madagaskar transferiert werden.

Für Jakob Ley ist die AgroScience nicht mehr wegzudenken. Der Bereich arbeitet eng mit anderen Forschungsabteilungen zusammen. Aber auch Kooperationsprojekte mit Hochschulen oder anderen industriellen Partnern werden verfolgt. Man ergänzt sich mit Know-how und Geräten in der Analysetechnik. Auch für Dr. Gerhard Kramer gehört die AgroScience untrennbar zu Symrise. „Wir haben eine lange Tradition darin, Naturstoffe zu veredeln. Vor



**Wir haben eine lange Tradition darin, Naturstoffe zu veredeln.**



**Dr. Gerhard Kramer,**  
Leiter des Bereichs Research & Technology im  
Segment Taste, Nutrition & Health



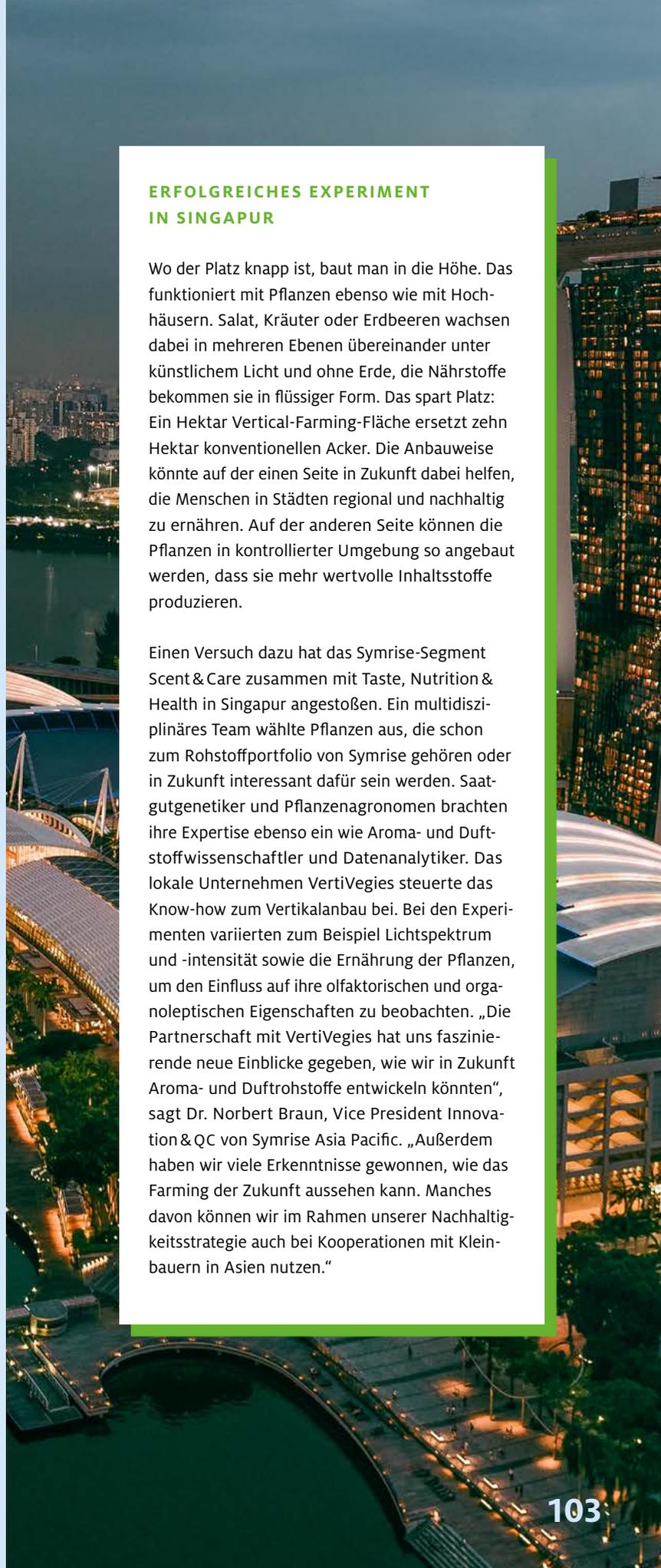
150 Jahren haben wir das erste Vanillin aus Fichtenholz synthetisiert. Heute kaufen wir Naturstoffe rund um die Welt ein“, sagt der Leiter des Bereichs Research & Technology im Segment Taste, Nutrition & Health. Deswegen ist es für ihn naheliegend, auch im landwirtschaftlichen Bereich zu forschen. „Wenn wir die Züchtungsmethoden der Biotechnologie mit modernen Anbauverfahren kombinieren, können wir bessere Ernten und höhere Qualitäten erreichen. Außerdem vermeiden wir Abfall und entwickeln innovative Produkte – und werden dabei immer nachhaltiger.“ Krammer sieht das Indoor Farming dabei als einen Schlüssel. „Mit definierten Wachstumsbedingungen und moderner Analytik können wir viel strukturiertere Versuche unternehmen, um die besten Anbaubedingungen zu erarbeiten.“ Dabei gilt es, Fragen zu beantworten, wie verschiedene Pflanzenspezies kultiviert werden, wie man die Inhaltsstoffe dieser Pflanzen optimiert oder die Anbausaison ausdehnt.

Das Ziel ist dabei immer dasselbe. „Symrise nutzt momentan etwa 1.500 bis 2.000 botanische Rohstoffe, die vor allem extrahiert und weiterverarbeitet werden. Dabei ist es wichtig, Produkte mit besonderen Eigenschaften zu entwickeln, die unverwechselbar riechen, schmecken und wirken“, sagt Gerhard Krammer. Ein Beispiel ist dafür die Zwiebel. Symrise hat mit den Landwirten in der Region den Anbau so optimiert, dass der Extrakt bis nach Japan exportiert wird. „Wir haben einen sehr günstigen Rohstoff so spezifisch angebaut und in Rezepturen eingesetzt, dass er unverwechselbar ist.“ Die weitere Beschäftigung mit den Rohstoffen im Bereich AgroScience ist für Gerhard Krammer essenziell. „Wir bekommen so ein Alleinstellungsmerkmal, das uns nachhaltig erfolgreich macht.“

## ERFOLGREICHES EXPERIMENT IN SINGAPUR

Wo der Platz knapp ist, baut man in die Höhe. Das funktioniert mit Pflanzen ebenso wie mit Hochhäusern. Salat, Kräuter oder Erdbeeren wachsen dabei in mehreren Ebenen übereinander unter künstlichem Licht und ohne Erde, die Nährstoffe bekommen sie in flüssiger Form. Das spart Platz: Ein Hektar Vertical-Farming-Fläche ersetzt zehn Hektar konventionellen Acker. Die Anbauweise könnte auf der einen Seite in Zukunft dabei helfen, die Menschen in Städten regional und nachhaltig zu ernähren. Auf der anderen Seite können die Pflanzen in kontrollierter Umgebung so angebaut werden, dass sie mehr wertvolle Inhaltsstoffe produzieren.

Einen Versuch dazu hat das Symrise-Segment Scent & Care zusammen mit Taste, Nutrition & Health in Singapur angestoßen. Ein multidisziplinäres Team wählte Pflanzen aus, die schon zum Rohstoffportfolio von Symrise gehören oder in Zukunft interessant dafür sein werden. Saatgutgenetiker und Pflanzenagronomen brachten ihre Expertise ebenso ein wie Aroma- und Duftstoffwissenschaftler und Datenanalytiker. Das lokale Unternehmen VertiVegies steuerte das Know-how zum Vertikalanbau bei. Bei den Experimenten variierten zum Beispiel Lichtspektrum und -intensität sowie die Ernährung der Pflanzen, um den Einfluss auf ihre olfaktorischen und organoleptischen Eigenschaften zu beobachten. „Die Partnerschaft mit VertiVegies hat uns faszinierende neue Einblicke gegeben, wie wir in Zukunft Aroma- und Duftrohstoffe entwickeln könnten“, sagt Dr. Norbert Braun, Vice President Innovation & QC von Symrise Asia Pacific. „Außerdem haben wir viele Erkenntnisse gewonnen, wie das Farming der Zukunft aussehen kann. Manches davon können wir im Rahmen unserer Nachhaltigkeitsstrategie auch bei Kooperationen mit Kleinbauern in Asien nutzen.“



# SCHNELLER,

**Mit dem Programm IGNITE erfindet das Symrise-Segment Taste, Nutrition & Health einen neuen Ansatz des Innovierens. Produkte und Lösungen sollen in Zukunft deutlich schneller entwickelt und marktreif gemacht werden. Dafür hat ein Expertenteam aus allen Bereichen des Unternehmens ein zukunftsicheres Innovationsmodell aufgesetzt, das die bestehenden erfolgreichen Mechanismen ergänzt.**

**GUTE UNTERNEHMENSFÜHRUNG,  
INNOVATION UND ENTWICKLUNG**

# W E I

# HÖHER,



■ „Wir sind schon immer ein innovatives Unternehmen gewesen“, sagt Nick Russell, „und darauf setzen wir nun auf: Mit dem Programm IGNITE wollen wir unseren Innovationsansatz noch besser machen.“ Der Brite gehört zum Führungsteam im Segment Taste, Nutrition & Health bei Symrise. Er verantwortet nun das Innovationsprogramm, das 2023 an den Start ging und das Wachstum und die Rentabilität von Symrise weiter steigern soll.

Die Gründe dafür, ein neues Denken und Handeln einzuführen, sind vielfältig. „Die Welt entwickelt sich momentan sehr schnell weiter – und damit auch die Bedürfnisse und Wünsche der Verbraucher“, sagt Russell. „Unsere Kunden erwarten von uns einzigartige Lösungen, die den Unterschied machen. Diese Lösungen wollen sie sofort einsetzen können, egal ob es sich um Nachhaltigkeitsthemen, neue Herausforderungen im Produktdesign oder Trends wie vegane Alternativen oder natürliche Lebensmittel handelt.“ Gleichzeitig geht die Entwicklung hin zu offenen Innovationen – gemeinsam mit Partnern wie Lieferanten, Kunden und externen Experten. Auch das will Symrise stärken. Nicht zuletzt will das Unternehmen Informationssilos auflösen, unverbundene Innovations-Pipelines zusammenbringen und die eigenen Ressourcen besser nutzen.

Um auf Kundenwünsche reagieren und gleichzeitig an anderen Stellen als First Mover vorangehen zu können, muss das Segment Taste, Nutrition & Health neue Wege gehen. „Uns ist es dabei wichtig, dass wir mit IGNITE nicht alles umwerfen, was schon gut war, sondern eher eine ergänzende Herangehensweise entwickeln. So werden wir auch weiterhin in unternehmenseigene Lösungen und neue Moleküle investieren“, sagt Nick Russell. IGNITE wurde auch deswegen sehr ergebnisoffen gestartet. Die gesamte Organisation wurde eingebunden, rund 250 Experten aus allen Regionen und Funktionen wurden befragt, die Erkenntnisse ausgewertet und analysiert. Im nächsten Schritt hat ein Kernteam von rund 60 Mitarbeiter einen zukunftsfähigen Prozess aufgesetzt. „Wir haben vier Arbeitsgruppen aufgebaut, die sich mit der Strategie, den Prozessen, der Umsetzung und der Finanzierung auseinandergesetzt haben“, sagt Betty Fan, die das Programm IGNITE leitet. Während des Jahres 2023 hat das Team eng zusammengearbeitet, um das neue Konzept zu gestalten.

# T E R

2024 startet nun die nächste Phase des Programms. Unter dem sprechenden Namen SPRINT wird IGNITE von der Design- in die Umsetzungs- und Lernphase überführt, in der die ersten Ideen gesammelt und implementiert werden. „Es geht darum, schnell und agil zu sein und die Entwicklungszeiten, die bisher bei 18 bis 24 Monaten lagen, zu verkürzen“, sagt Betty Fan. „Traditionell haben wir Innovationen durch unsere Technologien für unsere Großkunden vorangetrieben und waren damit sehr erfolgreich. Jetzt gibt es immer mehr Unternehmen, auch kleinere, die mit uns Projekte umsetzen und diese deutlich schneller launchen wollen“, erklärt die Programmleiterin. Ein Beispiel dafür sind neue Getränkekonzepte wie die nachhaltigen Energy-Drinks des deutschen Start-ups Holy, die mit rein natürlichen Fruchtaromen und Farbstoffen, sehr geringem Zuckergehalt und ohne Taurin oder Füllstoffe den Markt erobern. Die Produkte sind zwar noch nicht mit Hilfe von IGNITE entstanden, die Form der Zusammenarbeit ist jedoch beispielgebend für künftige Projekte. „Das Team hat uns über eine Innovationsplattform für Food-and-Beverage-Startups kennengelernt, mit der wir eng kooperierten“, sagt Betty Fan. „Unsere Kollegen haben dann in kürzester Zeit mit den Gründern Konzepte entwickelt und zur Marktreife gebracht.“

„Die Schnelligkeit ist ein entscheidender Aspekt für den Erfolg“, sagt Nick Russell. „Wir haben gelernt, dass wir manchmal zu lange an Ideen festhalten und versuchen, Produkte daraus zu entwickeln – auch wenn sich Märkte, Kundenwünsche oder Trends längst verändert haben. Mit IGNITE soll sich das ändern. Wir wollen dazu ermutigen, sich nicht in erste Ideen zu verlieben, sondern sich auch mit dem Scheitern anzufreunden – als einem sehr wichtigen Schritt im Entwicklungsprozess“, sagt Russell. Der Innovationsprozess soll ständig und strukturiert hinterfragt werden, um Ressourcen zu sparen und gleichzeitig höhere Erfolgsquoten zu erzielen. „Auf die richtigen Ideen zu setzen, hat bei uns Priorität“, so Russell. „Wir dürfen Fehler machen, müssen sie aber schneller erkennen.“

Dafür werden, wie in der Entstehung von IGNITE, auch in der Umsetzung Mitarbeiter aus allen Regionen und Funktionen zusammenarbeiten. „Wir wollen von einem Ansatz, der auf die Organisationsstruktur ausgerichtet ist, hin zu einem Ansatz, der sich an den

Projekten orientiert. Dafür wollen wir das Projektteam mit den besten Experten auszustatten, unabhängig davon, wo diese sitzen. So können wir Prozesse beschleunigen und die Innovation aus der Perspektive der gesamten Wertschöpfungskette betrachten“, sagt Betty Fan. Dabei sollen nicht nur Produkt-, sondern auch Service- und Prozessinnovationen entstehen.

Ein besonders wichtiger Bestandteil von IGNITE ist der Wandel in der Organisation und die Kommunikation. Die Aufgabe übernimmt vor allem Kaylee Pretorius, die das Change Management für das Programm verantwortet. Ihr ist es wichtig zu betonen, dass es sich nicht nur um eine Prozessänderung handelt, sondern vielmehr auch um einen Kultur- und Mentalitätswandel. „Unser Team ist bestrebt, alle Mitarbeiter bei dieser Transformation einzubinden und zu unterstützen“, sagt Kaylee Pretorius, die auch die Erstellung der Kommunikationsmaterialien und die Umsetzung der Kampagne verantwortet. „Wir lernen dabei kontinuierlich, wo die Mitarbeiter stehen und an welchen Stellen die Veränderungen verstärkt kommuniziert werden müssen.“

## 60

**Mitarbeiter haben als Kernteam einen zukunftsfähigen Prozess aufgesetzt.**

Mit der Unterstützung des Kernteams entstehen Veranstaltungen und Schulungen sowie eine Plattform, die zukünftig die Innovationsprozesse bündeln und auch nach außen zu Kunden oder Zulieferern öffnen soll. „Wir werden klar definierte Kanäle schaffen, in denen die Ideen ausgetauscht, bewertet und dann in die Umsetzung getragen werden“, sagt Kelvin Bartley, Global Project Management Officer für das Programm. Um die vielen Daten auszuwerten und nutzbar zu machen, sollen auch künstliche Intelligenz und Automatisierung helfen.

In den kommenden Monaten soll IGNITE im Segment Taste, Nutrition & Health komplett eingeführt sein. Das Team ist dazu im Austausch mit allen Geschäftseinheiten und arbeitet an Synergien mit dem Segment Scent & Care. Das Ziel für Taste, Nutrition & Health ist ambitioniert: „Wir liegen momentan bei einem Umsatz von rund drei Mrd. Euro“, sagt Nick Russell. „Innovationen werden in den kommenden Jahren entscheidend dazu beitragen, dass wir zwischen 10 und 20 % unseres Umsatzes mit Produkten und Dienstleistungen erzielen, die aus Innovationsströmen stammen – und das zusätzlich zu den Innovationen, die wir sowieso schon an den Markt bringen.“



»

**Unsere Kollegen haben dann  
in kürzester Zeit mit den  
Gründern Konzepte entwickelt  
und zur Marktreife gebracht.**

«

Betty Fan,  
Global Strategic Development Senior Director



»

**Mit dem Programm IGNITE  
wollen wir unseren  
Innovationsansatz noch  
besser machen.**

«

Nick Russell,  
Senior Vice President - Strategic Development & Business Incubation

»

**Unser Team ist bestrebt,  
alle Mitarbeiter bei  
dieser Transformation  
einzubinden und  
zu unterstützen.**

«

Kaylee Pretorius,  
Managerin für Strategic Planning and Growth Opportunity



Symrise India hat die Sanierung eines Teichs in der indischen Gemeinde Sithalapakkam unterstützt. Ein weiteres Projekt war die Beleuchtung einer viel befahrenen Straße.



## Facetten der Nachhaltigkeit

Symrise hat seine Nachhaltigkeitsaktivitäten in vier Bereiche aufgeteilt: ökologischer Fußabdruck (Footprint), nachhaltige Beschaffung (Sourcing), Innovation und soziale Verantwortung (Care). In ihnen erfüllt das Unternehmen weltweit die Nachhaltigkeitsziele der Vereinten Nationen und seine eigenen ambitionierten Nachhaltigkeitsziele. Beispiele aus ganz unterschiedlichen Feldern zeigen, wie und wo sich Symrise im Jahr 2023 engagiert hat – von Projekten in Indien über Zertifizierungen in Madagaskar bis hin zu Vorbereitungen auf die Corporate Sustainability Reporting Directive der Europäischen Union.

GESELLSCHAFT UND KLIMA

## Besseres Wasser, mehr Licht

*Am Standort Indien hat sich Symrise gemeinsam mit der NGO United Way of Chennai für die Community engagiert. Beide Projekte waren Teil des SMETA-4-Säulen-Audits.*

In der Gemeinde Sithalapakkam, nur fünf Kilometer entfernt vom Standort von Symrise India, liegt ein unscheinbarer Teich. Nalla Thanni Kulam, so heißt das Gewässer, war früher sehr wichtig für die 400 Familien in der Nachbarschaft: Die Menschen verbrachten dort ihre Freizeit und nutzten das Regenwasser, das dort gespeichert wurde, zum Trinken und im Haushalt. In den letzten Jahren wurde der Teich nicht mehr gepflegt.

Symrise India, die örtliche Gemeinde und United Way of Chennai ergriffen nun gemeinsam die Initiative und sanierten Nalla Thanni Kulam grundlegend, um den Teich wieder nutzbar zu machen. United Way of Chennai ist eine NGO, die unter anderem in den Bereichen Umwelt, Bildung und Gesundheit aktiv ist. Der Teich wurde ausgebaggert und entschlammt. Rund um das Wasser entstand ein Naturpfad, außerdem wurden ein Spielbereich für Kinder angelegt und Sitzbänke und Solarleuchten installiert.

Das Projekt in Indien ist eines von vielen, das Symrise dort in direkter Nachbarschaft zum Standort umsetzt. Zusammen mit mehreren anderen Projekten wurde es in dem SMETA-4-Säulen-Audit gewürdigt, das das Unternehmen durchgeführt hat. Hinter der Abkürzung steckt das Sedex Members Ethical Trade Audit, zu dem sich Firmen verpflichten, die an SEDEX (Supplier Ethical Data Exchange) teilnehmen und dort Informationen über eine ethisch nachhaltige Produktion in der Lieferkette austauschen. Beim SMETA-4-Säulen-Audit stehen die vier Säulen Arbeitsbedingungen, Gesundheits- und Arbeitsschutz, Umwelt und Geschäftsethik auf dem Prüfstand.

Ein weiteres Projekt in Indien beschäftigte sich mit einer viel befahrenen Straße, die durch Sithalapakkam führt. Diese war bisher nicht beleuchtet, deshalb fühlten sich die Menschen nachts unsicher und es gab viele Unfälle. Hier unterstützte Symrise die Installation von 100 Straßenlaternen, ebenfalls gemeinsam mit United Way of Chennai. Der Clou dabei: Die Laternen werden mit Solarenergie betrieben und sind deswegen besonders nachhaltig.

In Indien engagiert sich das Team von Symrise India für einige Communities in der Nähe des Werks.





## Madagaskar: 52 Inhaltsstoffe UEBT-zertifiziert

Symrise arbeitet auf Madagaskar mit rund 7.000 Landwirten zusammen. Deren Rohstoffe verarbeitet das Unternehmen unter anderem zu ätherischen und pflanzlichen Ölen. 52 dieser Inhaltsstoffe wurden nun von der Union for Ethical BioTrade (UEBT) zertifiziert. Die UEBT ist eine internationale gemeinnützige Organisation; sie fördert die verantwortungsvolle Beschaffung von natürlichen Rohstoffen. Die Mitgliedsunternehmen der Vereinigung sorgen für gute Arbeitsbedingungen entlang der Lieferkette und schützen die Biodiversität.

## Auf CSRD vorbereitet

Im November 2022 hat das EU-Parlament die Corporate Sustainability Reporting Directive (CSRD) verabschiedet, die die Nachhaltigkeitsberichterstattung von Unternehmen tiefgreifend verändert. Die Richtlinie fordert, die ökologischen und sozialen Auswirkungen der Geschäftstätigkeit offenzulegen. Außerdem müssen Unternehmen ihre Nachhaltigkeitsstrategien und -ziele darstellen und auch die Wirkung von Nachhaltigkeitsaspekten auf ihre wirtschaftliche Lage. Der Bericht muss dabei den hohen European Sustainability Reporting Standards (ESRS) entsprechen. In Vorbereitung darauf hat Symrise im Jahr 2023 eine so genannte Wesentlichkeitsanalyse durchgeführt, die den Anforderungen der CSRD/ESRS entspricht. Deren wesentliche Themen entsprechen größtenteils denen des Vorjahres. Mitte 2023 wurde eine interne Arbeitsgruppe unter Leitung des Vorstands gegründet, die sich mit der Umsetzung der CSRD/ESRS Anforderung beschäftigt.



## Löhne

Für Symrise ist eine angemessene und faire Entlohnung ein Menschenrecht, das für alle Mitarbeiter weltweit gilt. Aus diesem Grund evaluieren wir derzeit verschiedene Benchmark-Methoden für existenzsichernde Löhne, die wir im Jahr 2024 in ausgewählten Pilotländern einsetzen wollen. Aufbauend auf diesen Pilotprojekten werden wir eine Roadmap und einen Aktionsplan entwickeln, um sicherzustellen, dass wir bis 2030 allen unseren Mitarbeitern den existenzsichernden Lohn zahlen.

## Aus alt mach neu

3.574 IT- und Mobilgeräte hat die AfB gGmbH in den vergangenen fünf Jahren bei Symrise eingesammelt und einer neuen Nutzung zugeführt. Symrise unterstützt Europas größtes gemeinnütziges IT-Unternehmen darin, Computer, Smartphones und andere Elektrogeräte nachhaltig zu verwerten. AfB löscht die Daten, testet die Hardware, beschafft Ersatzteile, reinigt und repariert die Geräte und brachte 78 Prozent von ihnen wieder in den Markt. Das sparte 372 Tonnen CO<sub>2</sub>, 2,5 Mio. Liter Wasser und fast 1,5 Mio. Kilowattstunden Primärenergie. Außerdem hat die AfB gGmbH durch die Kooperation mit Symrise einen Arbeitsplatz für einen Menschen mit Behinderung schaffen können.



Jurij Deperschmidt von der AfB überreicht die Urkunde für die erfolgreiche Zusammenarbeit an das Symrise-Team.

# 03

Aus dem

**Konzernlagebericht &  
Konzernabschluss**

**114 Kurzporträt Symrise — 115 Highlights 2023 — 118 Aus dem  
Konzernlagebericht — 137 Wirtschaftsbericht — 144 Prognosebericht  
— 146 Konzerngewinn- und -verlustrechnung — 147 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 Spannbreite unserer Aktivitäten eröffnet neue Wachstumschancen, stabilisiert den Geschäftsverlauf und verleiht Symrise ein unverwechselbares Profil.

### Wertschöpfungskette von Symrise

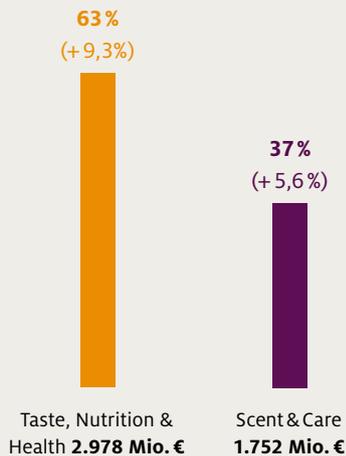


# Highlights 2023

## Starkes organisches Wachstum

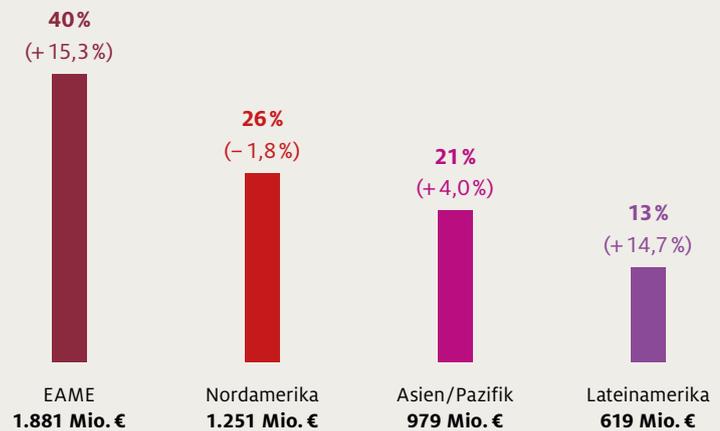
### Umsatz nach Segmenten

in % vom Konzernumsatz bzw. organisches Umsatzwachstum in %



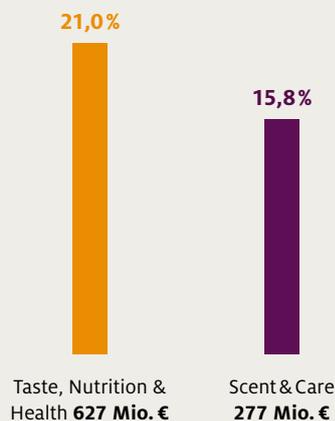
### Umsatz nach Regionen

in % vom Konzernumsatz bzw. organisches Umsatzwachstum in %



### EBITDA<sup>1</sup> (-Margen) Segmente

in % vom Konzernumsatz



<sup>1</sup> Bereinigt um Sondereffekte, weitere Details zu den Bereinigungen finden sich im Kapitel „Alternative Leistungskennzahlen“ auf Seite 143

### Kursentwicklung

der Symrise Aktie 2023



Über

12.000

Mitarbeiter in  
40 Ländern



Marktkapitalisierung  
14 Mrd. €

7,9%



*Organisches  
Wachstum*



Ergebnis je Aktie  
2,44 €

EBIT<sup>1</sup>

611 Mio. €

EBIT-Marge<sup>1</sup> 12,9 %

Über

6.000

Kunden in mehr als 150 Ländern

Umsatz   
**4.730 Mio. €**



Dividenden-  
vorschlag

**1,10 €**  
je Aktie

»  
2023 war  
erneut ein erfolg-  
reiches Wachs-  
tumsjahr in einem  
anspruchsvollen  
Marktumfeld.

«

**Konzerngewinn**

**340** Mio. €

1 Bereinigt um Sondereffekte, weitere  
Details zu den Bereinigungen finden  
sich im Kapitel „Alternative Leistungs-  
kennzahlen“ auf Seite 143

Hochprofitabel  
EBITDA-Marge  
2006 – 2023 zwischen  
19 % und 22 %

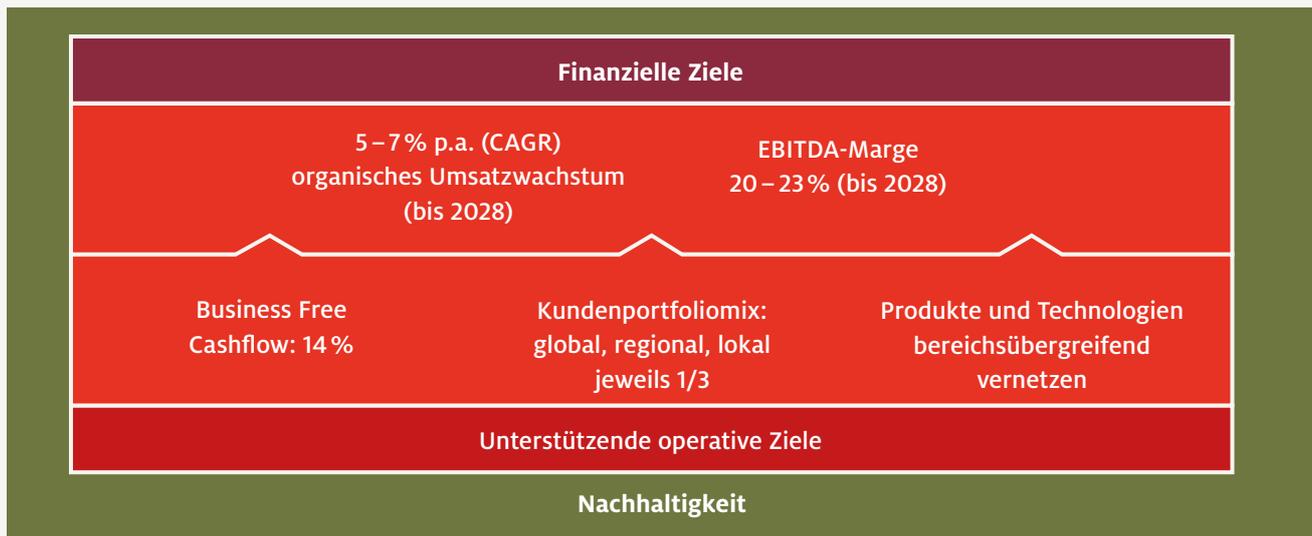
EBITDA<sup>1</sup>  
**903 Mio. €**  
EBITDA-Marge<sup>1</sup> 19,1%

# Grundlagen des Symrise Konzerns

## Strategie



## Ziele



## Unsere Nachhaltigkeitsagenda



### FOOTPRINT

Minimierung unseres ökologischen Fußabdrucks entlang der gesamten Wertschöpfungskette



### INNOVATION

Maximierung des sozialen und ökologischen Mehrwerts unserer Produkte



### SOURCING

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



### CARE

Schaffen bleibender Werte für unsere Mitarbeiter und unsere Standortgemeinden

## STRUKTUR UND GESCHÄFTSTÄTIGKEIT

### UNTERNEHMENSPROFIL

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

Mit einem Umsatz von 4,7 Mrd. € im Geschäftsjahr 2023 und einem Marktanteil von rund 12 % gehört das Unternehmen zu den weltweit führenden Anbietern. Der Konzern mit Sitz in Holzminden ist mit mehr als 100 Standorten in Europa, Afrika und dem Nahen sowie Mittleren Osten, in Asien, den USA sowie in Lateinamerika vertreten. Der Symrise Konzern entstand ursprünglich aus dem Zusammenschluss der beiden deutschen Unternehmen Haarmann & Reimer und Dragoco im Jahr 2003. Die Wurzeln von Symrise reichen bis in die Jahre 1874 beziehungsweise 1919 zurück, in denen die Vorgängerunternehmen gegründet wurden. 2006 erfolgte der Börsengang der Symrise AG. Seitdem ist die Symrise Aktie im Prime Standard der Deutschen Börse in Frankfurt/Main notiert und zählt mit einer Marktkapitalisierung per Jahresultimo 2023 von rund 14 Mrd. € seit September 2021 zu den im DAX® geführten Unternehmen. Der Streubesitz der Aktie beläuft sich auf rund 90 %.

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

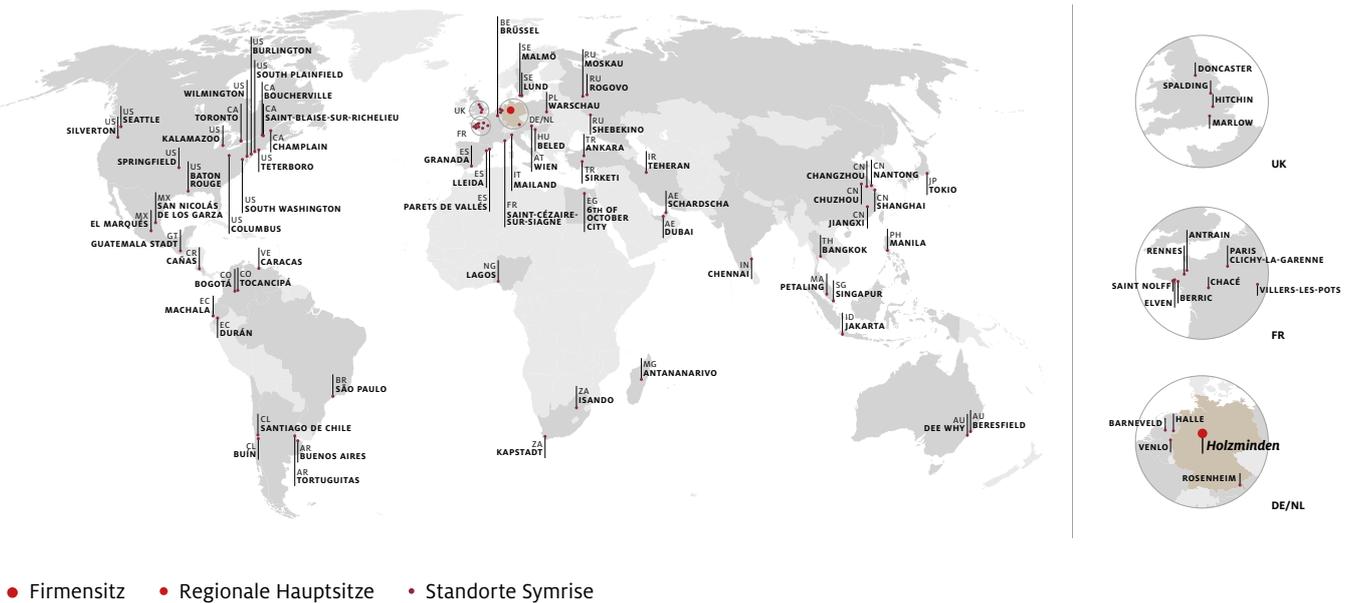
Das Segment Taste, Nutrition & Health beinhaltet die Geschäftsbereiche Food & Beverage, Pet Food sowie die beiden kleineren Einheiten Aqua Feed und Probi. Das Segment Scent & Care umfasst die Geschäftsbereiche Fragrance, Cosmetic Ingredients und Aroma Molecules.

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

Das Corporate Center des Konzerns erfüllt die Zentralfunktionen Accounting, Controlling, Steuern, Treasury, Unternehmenskommunikation/Sustainability sowie Investor Relations, Recht, Personal (HR), Group Compliance, Interne Revision und Information Technology (IT). Weitere unterstützende Funktionen wie Technik, Energie, Sicherheit und Umwelt sowie Logistik sind in Deutschland und Frankreich 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 2.600 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, Spanien, Brasilien, Mexiko, Singapur, China, Indien, Japan und den USA. Eigene Vertriebsniederlassungen unterhält Symrise in 40 Ländern.

## Standorte weltweit 2023



### LEITUNG UND KONTROLLE

Symrise ist eine Aktiengesellschaft nach deutschem Recht mit einer dualen Führungsstruktur, bestehend aus Vorstand und Aufsichtsrat. Der Vorstand leitet die Gesellschaft eigenverantwortlich mit dem vorrangigen Ziel, den Unternehmenswert nachhaltig zu steigern. Als Gegengewicht hierzu hat der Aufsichtsrat diese Geschäftsführung des Vorstands zu überwachen. Diese Überwachungskompetenz ist nicht nur vergangenheitsbezogen. Sie umfasst auch die zukunftsgerichtete Beratung des Vorstands. Maßnahmen der Geschäftsführung können dem Aufsichtsrat nicht übertragen werden. Er überwacht und berät den Vorstand bei der Leitung des Unternehmens und erörtert regelmäßig Geschäftsentwicklung, Planung, Strategie und Risiken mit dem Vorstand.

Der Vorstand der Symrise AG bestand zum Bilanzstichtag (31.12.2023) aus fünf Mitgliedern: Dr. Heinz-Jürgen Bertram (Vorsitzender des Vorstands), Dr. Jörn Andreas (Vorstand Scent & Care), Dr. Stephanie Coßmann (Vorstand Personal & Recht und Arbeitsdirektorin), Olaf Klinger (Vorstand Finanzen & IT) und Dr. Jean-Yves Parisot (Vorstand Taste, Nutrition & Health).

Dem Aufsichtsrat der Symrise AG gehören zwölf Mitglieder an. 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. Derzeit sind folgende Anteilseignervertreter für die Zeit



bis zum Ablauf der Hauptversammlung, die über die Entlastung für das Geschäftsjahr 2024 entscheidet, in den Aufsichtsrat gewählt worden: Frau Ursula Buck, Geschäftsführerin der BC BuckConsult, Possenhofen; Herr Bernd Hirsch, Finanzvorstand der COFRA Holding AG, Gütersloh; Herr Michael König, Chief Executive Officer der Nobian Industrial Chemicals B.V., Iserlohn; Frau Prof. Dr. Andrea Pfeifer, Vorsitzende des Vorstands der AC Immune S. A., St. Léger, Schweiz; Herr Peter Vanacker, Vorsitzender des Vorstands der LyondellBasell Industries N.V., Houston/Texas, USA und Herr Jan Zijdeveld, Berufsaufsichtsrat, London, England.

Folgende fünf Vertreter der Arbeitnehmer wurden von den deutschen Belegschaften nach dem hierfür gesetzlich vorgesehenen Wahlverfahren für die Zeit bis zum Ablauf der Hauptversammlung, die über die Entlastung für das Geschäftsjahr 2024 entscheidet, in den Aufsichtsrat gewählt: Frau Jeannette Chiarlitti, IG BCE Generalsekretärin des Landesbezirks Nord, Salzgitter; Herr Harald Feist, Vorsitzender des Betriebsrats und Vorsitzender des Gesamtbetriebsrats der Symrise AG, Holzminden; Herr André Kirchhoff, freigestellter Betriebsrat der Symrise AG, Bevern; Herr Dr. Jakob Ley, Director Research Bio-based Ingredients, Research & Technology, Food & Beverage, Taste, Nutrition & Health der Symrise AG, Holzminden und Frau Andrea Püttcher, stellv. Vorsitzende des Betriebsrats und stellv. Vorsitzende des Gesamtbetriebsrats der Symrise AG, Bevern. Mit Beschluss des Amtsgerichts Hildesheim vom 13. Juni 2023 wurde Herr Malte Lückert, Vorstandssekretär der IG BCE für den Vorstandsbereich Wirtschafts-, Branchen-

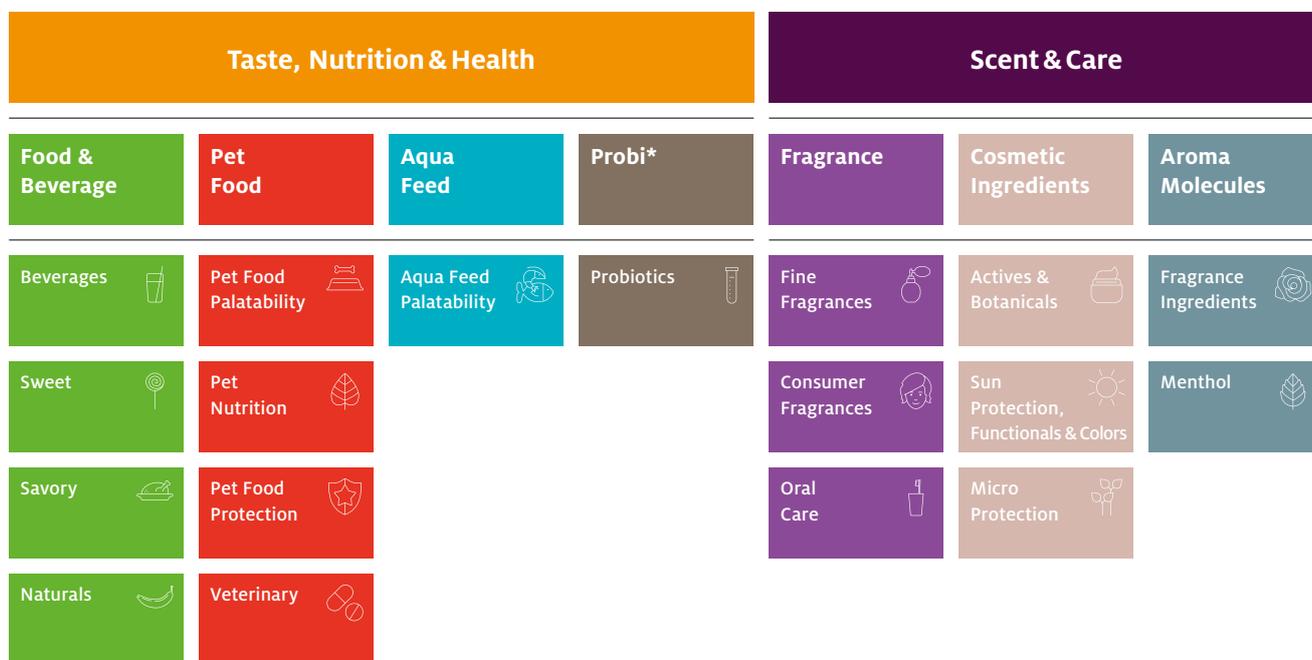
und Tarifpolitik/Personal, Rodenberg, gemäß § 104 AktG zum Mitglied des Aufsichtsrats bestellt.

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

## GESCHÄFTSTÄTIGKEIT UND PRODUKTE

### Wertschöpfungskette von Symrise

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



\* Mehrheitsbeteiligung an dem schwedischen Unternehmen Probi AB

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.

## UNTERNEHMENSSTRUKTUR

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

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

### Taste, Nutrition & Health

Das Segment Taste, Nutrition & Health verfügt über Standorte in 38 Ländern und vertreibt seine rund 19.000 Produkte in 148 Ländern. Taste, Nutrition & Health verfolgt das Ziel, das Leben besser und gesünder zu machen. Als „Augmented Flavor House“<sup>1</sup> nutzt das Segment sein kombiniertes Know-how sowie seine wissenschaftliche Forschung, um Kunden und Partnern nachhaltige und naturbasierte Lösungen in den Bereichen Geschmack, Ernährung und Gesundheit anzubieten. Symrise bietet Zutaten aus verantwortungsvoller Beschaffung, die mit schonenden, eigenentwickelten Prozessen, IP und differenzierten Technologien behandelt werden, um schmackhafte, nährnde und gesunde Lösungen zu schaffen. Mit mehr als 100 Standorten auf der ganzen Welt bedient das Segment die Märkte der Lebensmittel- und Getränkeindustrie sowie Produzenten von Heimtiernahrung und Fischfutter.

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

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

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

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

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



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



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



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

<sup>1</sup> Erweitertes Aromenhaus



**Naturals:** Der Geschäftsbereich bietet eine breite Palette innovativer, natürlicher und nachhaltiger Inhaltsstoffe für die oben genannten Anwendungsbereiche, darunter Produkte für Babynahrung und Nahrungsergänzungsmittel. Die hauseigenen Agronomen wählen die Rohstoffe sorgfältig aus und wenden verantwortungsvolle Beschaffungspraktiken an, um die besten natürlichen Eigenschaften von konventionellem und biologischem Obst, Gemüse, Fleisch, Meeresfrüchten, Vanille und Pflanzen zu erhalten. Mit schonenden, industriellen Verarbeitungsmethoden und technologischem Know-how werden standardisierte Clean-Label-Zutaten für Lebensmittel bereitgestellt, die Sicherheit, höchste Qualität und Rückverfolgbarkeit entlang der gesamten Wertschöpfungskette gewährleisten. So können Symrise-Kunden ihre Produkte hinsichtlich Geschmacksleistung, gesundheitlichem Nutzen, sensorischen Eigenschaften und Haltbarkeit optimieren.

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

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

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

Des Weiteren setzt das Segment noch auf 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 Plattformen, die an Zuckerreduktion, Lebensmittelschutz, Geschmacksaufwertung, modernen Proteinen, Zitrus-Geschmacksprofilen und der consequenten 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 133 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:** Der Geschäftsbereich Fragrance beschäftigt hochtalentiert und anerkannte Parfümeure verschiedener Nationalitäten, die in 13 Kreativzentren (wie zum Beispiel Paris, New York, Mexiko City, Shanghai, Dubai, São Paulo, Barcelona, Singapur oder Mumbai) auf der ganzen Welt arbeiten. Sie kombinieren aromatische Rohmaterialien wie Aromachemikalien und ätherische Öle zu komplexen Duftkompositionen (Parfüm-ölen). Das Kreativ- und Kompositionsgeschäft von Symrise umfasst die drei globalen Anwendungsbereiche Fine Fragrances, Consumer Fragrances und Oral Care:



**Fine Fragrances:** Im Anwendungsbereich Fine Fragrances wird hochwertige und moderne Parfümerie gestaltet. Mit einer reichhaltigen Pipeline eigener Duftstoffe schafft Symrise neue, aufregende Dufterfahrungen. Zusätzlich hat Symrise unter der Marke Lautier sein Angebot an qualitativ hochwertigen natürlichen Inhaltsstoffen für seine Feinparfümerie ausgebaut.



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



**Oral Care:** Der Anwendungsbereich Oral Care deckt ein breites Produktspektrum von Zahnpasta über Mundspülungen bis hin zu Kaugummi ab. Symrise bietet hierfür die gesamte Produktpalette von klassischen Mintaromen und deren Vorprodukten sowie modernen Kühlstoffen an. Oral Care kann dabei auf die Rückwärtsintegration von Symrise im Bereich der Mintaromen zurückgreifen.

**Cosmetic Ingredients:** Das Portfolio des Geschäftsbereichs Cosmetic Ingredients umfasst aktive Wirkstoffe, moderne Lösungen für die Produktkonservierung, wegweisenden Schutz gegen Sonnenstrahlung und negative Umwelteinflüsse, innovative Inhaltsstoffe für die Haarpflege, inspirierende Pflanzenextrakte, leistungsstarke Functionals und maßgeschneiderte Kosmetikfarben. Der einzigartige Ansatz des Geschäftsbereichs basiert auf mehr als 100 Jahren Erfahrung in der Entwicklung und Vermarktung kosmetischer Rohstoffe. Hinzu kommt seine Fähigkeit, das Beste aus Natur, Wissenschaft, Chemie sowie Haut- und Haarbiologie miteinander zu verbinden. Basierend auf intensiver Konsumentenforschung versteht der Geschäftsbereich die Bedürfnisse moderner Konsumenten. Die Forschungszentren in Holzminden, Paris 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 37 Innovationspreisen für neue Wirkstoffe ausgezeichnet wurde. Im gleichen Zeitraum wurden 172 Patentanmeldungen eingereicht, davon allein 16 im Jahr 2023.

**Aroma Molecules:** Der Geschäftsbereich umfasst die Anwendungsbereiche Menthol und Fragrance Ingredients. Im Anwendungsbereich 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 Anwendungsbereich terpenbasierte Produkte angeboten, die aus erneuerbaren und nachhaltigen Rohstoffen gewonnen werden.

## MARKT UND WETTBEWERB

### MARKTSTRUKTUR

Der Symrise Konzern ist weltweit in verschiedenen Märkten tätig. Dazu zählt der klassische Markt für Geschmacks- und Duftstoffe (F & F-Markt/Flavors and Fragrances), der laut neuen Berechnungen des Marktforschungsinstituts IAL Consultants (13. Ausgabe, September 2022) von 31,2 Mrd. € im Jahr 2022 auf 32,0 Mrd. € im Jahr 2023 angewachsen ist. Zudem ist das Unternehmen mit den Geschäftsbereichen Cosmetic Ingredients und Aroma Molecules auf dem Markt für Aromachemikalien und kosmetische Inhaltsstoffe aktiv, dessen Größe nach Berichten von IAL (3. Ausgabe, Dezember 2022) von 7,8 Mrd. € im Jahr 2022 auf 8,0 Mrd. € im Jahr 2023 angestiegen ist. Diese Märkte werden – zusammengefasst – auch als AFF-Markt bezeichnet, der danach 40,0 Mrd. € groß wäre. Langfristig wächst dieser Markt um etwa 3 % bis 4 %. Im Jahr 2023 erreichte das Wachstum des relevanten Marktes allerdings nur 2,6 %, da inflationsbedingten Preiseffekten leichte Volumenrückgänge gegenüberstanden.

Weltweit sind mehr als 500 Unternehmen am für Symrise relevanten Markt aktiv, wobei die vier größten Anbieter (Givaudan, die AFF-marktrelevanten Teile von IFF und DSM-Firmenich sowie Symrise) nach den jüngsten Zukäufen und Zusammenschlüssen zusammen einen Marktanteil von 67 % erreichen.

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

Neben den unterschiedlichen lokalen Konsumentenvorlieben und Verhaltensweisen wird die Nachfrage nach Endprodukten, in denen die Produkte von Symrise zum Einsatz kommen, von weiteren Faktoren beeinflusst: Die Nachfrageentwicklung nach Produkten, die Duft- und Geschmacksstoffe beziehungsweise kosmetische Inhaltsstoffe enthalten, wird in den sich entwickelnden Märkten durch das steigende Einkommen der Bevölkerung positiv beeinflusst. Das Marktwachstum beruht dabei auch auf einfachen Produkten des Grundbedarfs, die in den Industrienationen bereits lange im Markt etabliert sind. In den entwickelten Märkten Westeuropas, Asiens und Nordamerikas bestimmen Konsumententrends wie Schönheit, Gesundheit, Wellness, Bequemlichkeit und Natürlichkeit das Wachstum der Nachfrage nach Produkten, in denen Inhaltsstoffe von Symrise eingesetzt werden.

## Marktgröße relevanter AFF-Markt 2023

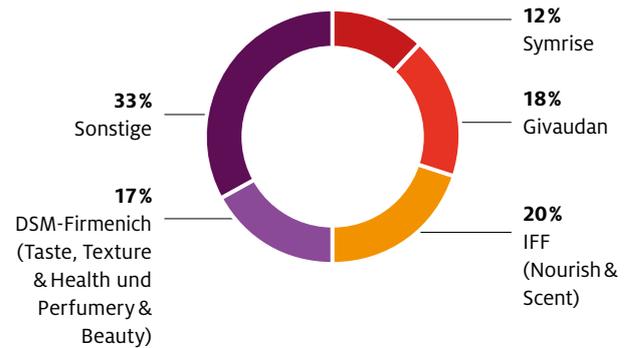
in Mrd. € (insgesamt etwa 40,0 Mrd. €)



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

## Marktanteile AFF-Markt 2023

in % (Marktgröße etwa 40,0 Mrd. €)



Quellen: Unternehmensdaten und eigene Schätzungen

### MARKTPosition VON SYMRISE

Symrise ist eines der größten Unternehmen der AFF-Branche. Bezogen auf den relevanten Markt von 40,0 Mrd. € beträgt der Marktanteil von Symrise, gemessen am Umsatz des Jahres 2023, rund 12%. Symrise hat die klassischen Geschäftssegmente um zusätzliche Anwendungen erweitert: Bei Scent & Care beispielsweise um kosmetische Wirkstoffe, bei Taste, Nutrition & Health um Anwendungen für Heimtiernahrung. Auf Basis dieser komplexeren Produktlösungen kann eine höhere Wertschöpfung erreicht werden. In Teilmärkten wie Sonnenschutzfiltern oder anderen kosmetischen Inhaltsstoffen steht Symrise zudem mit Unternehmen beziehungsweise einzelnen Produktbereichen dieser Unternehmen im Wettbewerb, die nicht zur klassischen AFF-Branche gehören.

In einzelnen Markt Bereichen 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 naturidentischem L-Menthol und hält darüber hinaus eine Spitzenposition im Bereich der UV-Sonnenschutzfilter, der Fragrance Ingredients und bei Baby- und Heimtiernahrung.

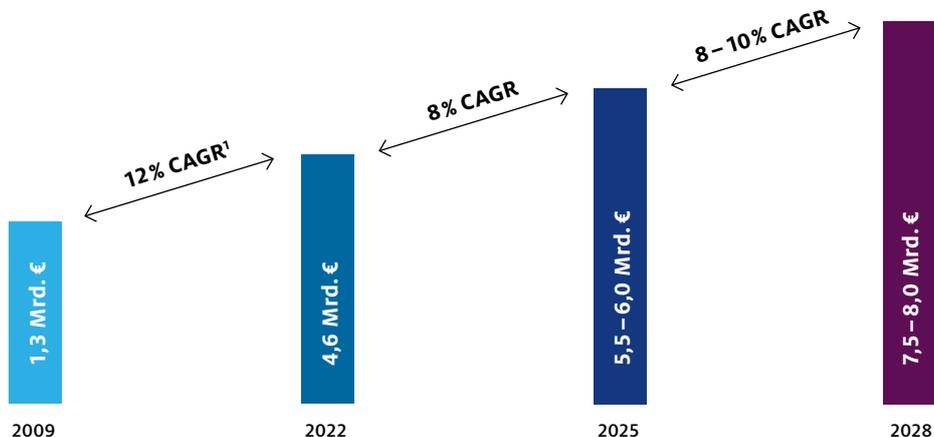
### ZIELE UND STRATEGIE

#### 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

## Langfristige Ziele bis 2028

Umsatz in Mrd. €



<sup>1</sup> CAGR: Compound Annual Growth Rate = durchschnittliche jährliche Wachstumsrate

Unternehmen zu verringern und den wirtschaftlichen Erfolg zu fördern.

- **Marktposition:** Der Umsatz von Symrise soll organisch langfristig mit 5 % bis 7 % im Jahr (CAGR)<sup>1</sup> wachsen, und damit schneller als der Markt, der im Durchschnitt jährlich etwa 3 % bis 4 % zulegt. Auf diese Weise wird Symrise schrittweise den Abstand zu den kleineren Wettbewerbern vergrößern und Marktanteile hinzugewinnen.
- **Wertorientierung:** Symrise möchte dauerhaft zu den profitabelsten Unternehmen der Branche gehören. Der Konzern strebt eine durchschnittliche EBITDA-Marge von 20 % bis 23 % an.

Die Zielerreichung wird im Kapitel Unternehmensentwicklung näher beschrieben. Symrise beteiligt seine Aktionäre angemessen am Unternehmenserfolg. Die Dividendenpolitik orientiert sich an der Ertragskraft des Konzerns.

## STRATEGIE

Die Unternehmensstrategie von Symrise beruht auf den drei Säulen Wachstum, Effizienz und Portfolio. Sie bezieht auf allen Ebenen Aspekte der Nachhaltigkeit ein, um den Unternehmenswert des Konzerns dauerhaft zu steigern und Risiken zu minimieren. So macht Symrise Nachhaltigkeit zu einem festen Bestandteil seines Geschäftsmodells und zu einem klaren Wettbewerbsvorteil. Ziel ist eine vollständig integrierte Unternehmensstrategie.

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

Symrise wächst aus eigener Kraft. Wo es sinnvoll ist, tätigt der Konzern zudem ergänzende Akquisitionen oder geht strategische Partnerschaften zur Produktentwicklung ein. Gleich-

zeitig 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<sup>2</sup>. So strebt das Unternehmen langfristig ein durchschnittliches organisches Umsatzwachstum zwischen 5 % und 7 % im Jahr an (CAGR)<sup>1</sup>. 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/2023/unternehmen/nachhaltigkeitsbilanz/index.html>.

## FORSCHUNG UND ENTWICKLUNG

### LEITLINIEN

In der Forschung & Entwicklung (F & E) verfolgt Symrise das strategische Ziel, die einzelnen Bausteine der Produktentwicklung wie Markt- und Konsumentenforschung, Grundlagenforschung sowie Kreation im gesamten Konzern zu vernetzen. Im Segment Taste, Nutrition & Health werden neue Entwicklungsimpulse durch einen sogenannten Inkubator-Ansatz gezielt gefördert. Neue Produkte und Technologien werden frühzeitig durch eine enge Anbindung der F & E an Anwendungsbereiche, Vertrieb, Marketing, Einkauf und Fertigung/Produktion 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

<sup>1</sup> CAGR: Compound Annual Growth Rate = durchschnittliche jährliche Wachstumsrate

<sup>2</sup> siehe auch Kapitel Alternative Leistungskennzahlen

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 in Form von Patentschutz und Markenschutz abgesichert. Des Weiteren sind alle F & E-Aktivitäten an den Leitlinien globale Megatrends, Konsumentenbedarf, Kundenanforderungen, Natürlichkeit und Authentizität, Nachhaltigkeit, Digitalisierung, Innovation und Kosteneffizienz ausgerichtet.

## ORGANISATION

Der Innovationsprozess bei Symrise ist von der Idee bis zum marktfähigen Produkt nach einem einheitlichen Stufenmodell mit Entscheidungsfiltern organisiert und unternehmensweit etabliert. Dabei werden mehr und mehr Elemente des agilen Projektmanagements genutzt. In diesem Zusammenhang wurde im Segment Taste, Nutrition & Health ein einheitliches Projektmanagementsystem für alle Teilbereiche eingeführt. Für jedes Projekt bei Taste, Nutrition & Health und Scent & Care liegt ein Businessplan 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 2023 auch der Bereich faire Nutzung von Biodiversität gemäß den Regeln des Nagoya-Protokolls weiterentwickelt und im Projektmanagement verankert. Ein Zukunftsfeld ist die Nutzbarmachung alter Sorten an sich bekannter Agrarrohstoffe, um den Erhalt und die Erweiterung der Biodiversität zu unterstützen. Symrise ist zudem aktives Mitglied des OP2B-Konsortiums<sup>1</sup> verschiedener Industrieunternehmen. Die zwei Segmente von Symrise verfolgen aufgrund der unterschiedlichen spezifischen Anforderungen der Märkte und Kunden eigene F & E-Aktivitäten. Gleichzeitig wird darauf geachtet, Technologien, Verfahren und Erkenntnisse für alle Segmente verfügbar zu machen, um Synergien zu erzielen und die Ressourceneffizienz zu verbessern. Weltweit bestehen mehrere F & E-Zentren, um so die regionalen Aktivitäten der Segmente optimal zu unterstützen. Die Forschung des Segments Scent & Care, insbesondere die Zentren für die Entwicklung und die Anwendungstechnik, befinden sich in Holzminden (Deutschland), Teterboro (USA), Singapur, Shanghai (China), Tokio (Japan), Chennai und Mumbai (Indien), Paris (Frankreich), Antananarivo (Madagaskar), São Paulo (Brasilien) und Cuautitlán (Mexiko). Des Weiteren ist am Standort in São Paulo ein Haarforschungszentrum

lokalisiert. Darüber hinaus betreibt der Geschäftsbereich Cosmetic Ingredients hautbiologische Grundlagenforschung an innovativen Hautmodellen und treibt dadurch die präklinische Entwicklung neuer kosmetischer Aktivstoffe voran. Im Segment Taste, Nutrition & Health sind die F & E-Aktivitäten entsprechend der Geschäftsbereiche Food & Beverage, Pet Food sowie der Business Incubation Group (BIG) organisiert. Der größte Teil der F & E-Aktivitäten dieses Segments ist in Holzminden (Deutschland), Teterboro (USA), Singapur, Shanghai (China), Tokio (Japan), Paris (Frankreich), Rennes (Frankreich), Elven (Frankreich), São Paulo (Brasilien) und Lund (Schweden) angesiedelt.

## EXTERNE KOOPERATIONEN

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

Symrise wirkt an zahlreichen wissenschaftlichen Forschungsprojekten mit, die durch das Bundesministerium für Bildung und Forschung (BMBF), das Bundesministerium für Wirtschaft und Klima (BMWK) – über den Forschungskreis der Ernährungsindustrie (FEI) / Arbeitskreis der industriellen Forschung (AiF) –, die Europäische Union (EU, Horizont 2020), TKI (Top consortium for Knowledge and Innovation, Niederlande), das Bundesministerium für Ernährung und Landwirtschaft (BMEL), die Gesellschaft für Internationale Zusammenarbeit (GIZ), das französische Crédit d'impôt recherche (CIR) oder andere öffentliche und private Fördereinrichtungen unterstützt werden. Zunehmend werden auch Steuerrückerstattungsmöglichkeiten für Forschungsaktivitäten in Frankreich und Deutschland genutzt. Dabei spielen Themen in folgenden Bereichen eine wesentliche Rolle: Nachhaltigkeit, Aufbau von Kulturen und Züchtung von Pflanzen mit besonderen geschmacklichen Eigenschaften, Erschließung und sensorische Verbesserung pflanzlicher Proteine, Rohstoffsourcing 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.

<sup>1</sup> One Planet Business for Biodiversity (OP2B) ist eine internationale, sektorübergreifende, aktionsorientierte Unternehmenskoalition zum Thema Biodiversität mit besonderem Schwerpunkt auf der Landwirtschaft, die im Rahmen des One Planet Lab des französischen Präsidenten Macron vorgestellt und auf dem Klimaschutzgipfel der Vereinten Nationen in New York am 23. September 2019 ins Leben gerufen wurde.

## 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
SustainVanil (u.a. Hochschule Osnabrück, div. Partner)	Grundlagen der Indoor-Kultivierung von Vanille, Verständnis und Optimierung des Blütenbildungsprozess, biologische Bekämpfung von Schadpilzen und der dadurch verursachten Erkrankungen der Vanillepflanze (gefördert durch das BMBF)
Optimierung Proteinzusammensetzung/Sättigung	Ermittlung der Grundlagen zur Optimierung der Proteinzusammensetzung von Kartoffel- und Erbsenproteinhydrolysaten bezüglich der Bitterkeit und Regulation der Sättigung (AiF)
Extraktion mittels NADES	Extraktive Gewinnung funktioneller Lebensmittelinhaltsstoffe mittels Natural Deep Eutectic Solvents (AiF)
SynBio4Flav (div. Partner, u.a. Universität Greifswald)	Entwicklung von Co-Fermentationsprozessen zur Gewinnung von Flavonoiden (gefördert durch die EU, Horizon 2020)
RapeQ (div. Partner, u.a. Technische Universität München)	Verbesserung des Geschmacks von Rapsprotein durch Züchtung, Prozessierung und gezielte Maskierung (gefördert durch das BMBF)
Kartoffeleiweiß (TU München, LSB Freising)	Identifizierung und Behebung von Fehlnoten (AiF)
Geschmacksoptimierung für Fleischersatzprodukte (div. Partner, WUR)	Geschmackliche Verbesserung von Fleischersatzprodukten (gefördert durch TKI (Top consortium for Knowledge and Innovation), Niederlande; Sektor: TKI Agri & Food)
In4Food (div. Partner, MRI, Fraunhofer)	Erprobung von Indoor Farming Systemen für die Herstellung von pflanzlichen Rohstoffen für funktionelle Anwendungen
Pulses (div. Partner, u.a. Wageningen University Research)	Verbesserung des Geschmacks von Hülsenfrucht-Proteinen (gefördert durch TKI (Top consortium for Knowledge and Innovation), Niederlande; Sektor: TKI Agri & Food)
Encap4HEalth (TU Berlin, div. Partner)	Neue Materialien und Prozesse sowie Innovationsaustausch im Bereich Verkapselung von bioaktiven Inhaltsstoffen (gefördert durch die EU, Horizon 2020 RISE Programm)
Proteins4Singapore (TUM Create, Singapore)	Untersuchungen zur Verwendung und Verbesserung von indoor produzierten Pflanzen- und Algenproteinen für natürliche Aromasysteme
Proteinfermentation (Universität Hohenheim)	Untersuchungen zur Nutzung von pflanzlichen und tierischen Proteinnebenströmen durch Fermentation mit Basidiomyceten (AiF)
Fababohnen-Protein (TU München, LSB Freising)	Identifizierung und Behebung von Fehlnoten (AiF)
Neue energieeffiziente Trocknungstechnologien (Universität Bonn)	Untersuchung zur Nutzung von Wärmepumpentechnologie zur Trocknung von Pflanzenmaterialien und Nutzung der Nebenströme (gefördert durch FNR/BMEL)
BioMarkerID (div. Partner, u.a. Wageningen University Research)	Entwicklung von Screening-Systemen für geschmacksaktive Substanzen durch Nutzung von Receptomics/LC-Kopplungen
Raps-Proteine (TU München, LSB Freising)	Identifizierung und Behebung von Fehlnoten (AiF)
Leibniz-Institut für Katalyse (LIKAT), Rostock	Forschungsarbeiten für Riechstoffe sowie zur Prozessoptimierung von Aromastoffen
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 wurde die Nutzung von digitalen Werkzeugen für die Bearbeitung von Schwerpunktforschungsbereichen wie beispielsweise Zucker-, Salz- und Fettreduktion sowie die Geschmacksverbesserung von pflanzlichen Proteinen als Fleischersatz oder Alternativen für Molkeprodukte weiter konsequent vorangetrieben. Dafür wurden spezielle statistische Verfahren weiterentwickelt und angewendet, die für die Verkürzung von Produktentwicklungszyklen einen wesentlichen Beitrag leisten. Ein Beispiel dieser Arbeitsweise wurde von Symrise auf dem 21. FEI-Kooperationsforum „Charakterisierung, Prozessierung und Einsatz pflanzlicher Proteine – Konzepte für die Lebensmittel von morgen“ am 18. April 2023 in Bonn vorgestellt. Eine weitere Anwendung von modernen digitalen Werkzeugen für die Findung von Geschmacksstoffen für die Reduktion von Zucker in Lebensmittelanwendungen wurde von Symrise mit dem Beitrag „Identifizierung von geschmacksaktiven Verbindungen mit Hilfe der Kombination eines senso-analytischen Arbeitsansatzes mit Text Mining von kultur-historischen Lebensmittelrezepturen“ („Identification of taste actives from cultural food heritage via combined text-mining and senso-analytical approach“) auf dem 13. Wartburg Symposium am 3. Oktober 2023 in Eisenach vorgestellt. Auf der gleichen Konferenz wurden auch aktuelle Ergebnisse aus der Citrus-Forschung unter dem Titel „Molecular-sensory decoding of Citrus latifolia Aroma“ sowie biotechnologische Ansätze zur Herstellung von Taste Balancing-Rohstoffen unter dem Titel „Biotransformation of flavonoids by fungal mycelium from edible Lentinus spp. to produce taste active flavonoids with isovanilloid motif“ präsentiert. Die Weiterentwicklung unserer Citrus-Expertise ist aufgrund der breiten Anwendung in Getränken, Süßwaren und anderen Lebensmitteln von großer Bedeutung. Daher ist das Symrise weiterentwickelte „Molecular-sensory decoding“-Verfahren von entscheidender Bedeutung die geschmacksgebenden Moleküle und deren Kombination exakt zu charakterisieren. Diese Information wird von unseren Entwicklern und Anwendungstechnologen genutzt, um authentische Produktlösungen für unsere Kunden zu entwickeln.

Für die kontinuierliche Weiterentwicklung von ausgewählten Technologien für die Formulierung von Aromen und Produktlösungen gewinnt der Einsatz von nachhaltigen Rohstoffen zunehmend an Bedeutung. Taste Nutrition & Health hat hierzu auf der 21. Konferenz „Gums & Stabilizers for the Food Industry“ im Juli dieses Jahres in Griechenland aktuelle Arbeiten zur Sprühtrocknung von Koazervaten auf pflanzlichem Eiweiß vorgestellt.

Die Umsetzung der Research- und Technology-Strategie erfolgt auf der Basis verschiedener Forschungsplattformen. Mit besonderem Fokus auf Nachhaltigkeitsaspekten wird eine große Zahl von Themenschwerpunkten bearbeitet. Im Geschäftsbereich Food & Beverage sind beispielhaft zu nennen: die Entwicklung und Adaption von neuen, schonenden sowie umweltfreundlichen Trenntechnologien (Selective Enrichment Technologies Flavors SETFlavors®) und die Erweiterung und Erarbeitung der Rohstoffquellen für nachhaltige und natürliche Produktlösungen für die Symrise Code of Nature®-Plattform, die vor allem für gesunde Lebensmittelkonzepte eingesetzt werden, die Weiterentwicklung natürlicher und nachhaltiger Rohstoffe für Geschmackslösungen, die zur sensorisch bevorzugten Reformulierung von zucker-, salz- und fettreduzierten Lebensmittelkonzepten führen, sowie die Entwicklung von energieeffizienten und lösungsmittelarmen Methoden zur Prozessierung und Aufkonzentration ausgehend von pflanzlichen Rohstoffen. Dabei wurde 2023 weiterhin ein besonderer Fokus auf die Herausforderung der Geschmacksverbesserung von pflanzlichen Proteinen als Fleischersatz oder in Molkeprodukten gelegt. Ein weiterer Fokus liegt auf der Zuckerreduktion in Getränken und Milchprodukten sowie würzigen Anwendungen. In diesem Zusammenhang wurden für ausgewählte pflanzliche Rohstoffe für die Produktplattform Taste Balancing die Sortenauswahl und neue Kultivierungsverfahren für eine nachhaltige Supply Chain erarbeitet und etabliert. Ein weiterer Schwerpunkt der Forschungsarbeiten im Segment Taste, Nutrition & Health liegt auf der Entwicklung und Anwendung moderner digitaler Werkzeuge für die schnelle und zielgerichtete Entwicklung von Aromenlösungen für ausgewählte Lebensmittelanwendungen. In diesem Zusammenhang

ist das von Symrise entwickelte ProtiScan™-Verfahren zur Erfassung der Aromafreisetzung aus innovativen Lebensmittelzubereitungen mit pflanzlichem Protein zu nennen, welches 2023 nochmals weiterentwickelt wurde. Dieses Verfahren ermöglicht eine deutliche Verkürzung der Projektentwicklungszeiten und bildet eine gute Basis für IT-basierte Entwicklungskonzepte. Daneben wird an der kontinuierlichen Verbesserung der Produktsicherheit sowie der zielgerichteten Optimierung der Nutzung von Aromalösungen für die Anwendung in zuckerreduzierten und pflanzenproteinbasierten Lebensmitteln gearbeitet. Ein besonderer Schwerpunkt wurde in den letzten Jahren auf die Entwicklung von digitalen Vorhersagewerkzeugen für die Unterstützung der Aromenentwicklung und Kreation gelegt. Ein wesentlicher Teil dieser Arbeiten wurde 2023 weiterentwickelt und fertiggestellt und unter dem Oberbegriff „PropheSY“ zusammengefasst.

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

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

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

Das Segment Scent & Care konzentriert sich bei seiner F & E-Strategie auf Rohstoffe und Technologien entsprechend der strategischen Forschungsfelder im Bereich Fragrances Captives & Ingredients, Delivery Systems, Health & Emotion und Malodor. Im strategischen Feld von Captives & Ingredients für Fragrance / Oral Care wird nach individuellen Einsatzstoffen für die Parfümerie geforscht. Bei neuen synthetischen Stoffen (Captives) auf Basis von Petrochemie und aus nachwachsenden Rohstoffen wird an den Themen floral, woody und musky gearbeitet. Bei den Captives aus natürlichen Rohstoffen wie z. B. Wurzeln, Blüten und Früchten wird an den strategischen Feldern zu Biodiversity Essential Oils, Natural Technologies (Supernature) und Artisan gearbeitet. 2023 wurde die Palette um Cocoa Shell Madagascar, Neroli Oil Egypt, Supernature Sympep, Apple Symtrap, Strawberry Symtrap, Banana Symtrap und Blackcurrant Symtrap erweitert.

## Kernfunktionen der Forschung & Entwicklung bei Symrise



Weiterhin wird nach preiswerten Parfümerierohstoffen geforscht. Auch seine Neofresh-Plattform hat Symrise um Natural Neofresh® erweitert, um den Anspruch des Kunden an nachhaltige Produkte aus nachwachsenden Rohstoffen zu erfüllen.

Nachdem in den Jahren zuvor die Kombination der Expertise von Symrise in der Duftstoffentwicklung mit der von Pet Food speziell für Hunde und Katzen weiterentwickelt wurde, werden diese Entwicklungen nun verstärkt in direkten Kundenprojekten eingesetzt.

Die Vermarktung bioabbaubarer Kapseln Symcap BG® hat bei einigen Kunden hohes Interesse für Weichspüler hervorgerufen. Die Forschung für Kapseln für Duftöle geht jetzt zu veganen Kapseln mit verbesserter Wirkung auch für andere Anwendungsbereiche. Inzwischen kommen von Kundenseite die Anforderungen nach veganen Kapseln auf. Symcap BG enthält Gelatine, so dass ein alternativer Rohstoff auf Basis von Erbsenprotein gefunden und die neue Kapsel Symcap BP bis zur Marktreife entwickelt wurde. Vermehrt gibt es auch Anfragen nach kosher- und halal-gerechten Produkten.

Im Bereich Oral Care wurde ein neuer Kühlwirkstoff Fuji entwickelt, der voraussichtlich 2024 Marktreife erlangen wird.

Für den Geschäftsbereich Aroma Molecules werden schwerpunktmäßig bestehende Herstellverfahren von Marktprodukten, wie z. B. Menthol, verbessert und an effizienteren Prozessen geforscht.

Im Geschäftsbereich Cosmetic Ingredients befasst sich eine interdisziplinäre Forschergruppe von Zell-, Molekular- und Mikrobiologen mit dem menschlichen Mikrobiom. Der neue Forschungsbereich untersucht den Nutzen und die Risiken der Wechselwirkungen zwischen Mensch und Mikroorganismen und unterstützt wissenschaftlich sowie bereichsübergreifend bei der Entwicklung neuer Produkte für die Haut-, Kopfhaut- und Mundpflege oder im Bereich Ernährung. Erste Produkte und Produktkonzepte wurden bereits am Markt eingeführt. Des Weiteren war es möglich, durch intensive Analysen an gesunden Probanden zu zeigen, dass sowohl multifunktionale Wirkstoffe als auch moderne UV-Filter keinen Einfluss auf das Mikrobiom aufweisen. Zudem wurde 2023 die Mikrobiom-Expertise auf das Thema des Mikrobioms in der Achselhöhle erweitert. Das proprietäre Ex-vivo-Modell, das für die Identifikation von Deo-Wirkstoffen entwickelt wurde, konnte bei

mehreren wissenschaftlichen Konferenzen (u.a. bei der Konferenz der International Federation of Cosmetic Chemists and Scientists (IFSCC) vorgestellt werden. Der erste Wirkstoff basierend auf dem Forschungsmodell und der spezifischen Methode soll 2024 Marktreife erlangen.

#### PATENTE UND AUSZEICHNUNGEN

Die Zahl eingereicherter Patente – 34 Neuanmeldungen im Jahr 2023 – wird zur Messung der Innovationsergebnisse und -qualität herangezogen und dient der Evaluierung der globalen Abdeckung und Wettbewerbskraft.

Im Jahr 2023 wurde die Symrise Forschung wie bereits in den vergangenen Jahren für ihre hohe Innovationskraft mit Auszeichnungen bedacht. Das Produkt Supervisome® EPH, das erst 2023 in den Markt eingeführt wurde, ist gleich durch zwei Awards ausgezeichnet worden. So erhielt Symrise einen europäischen BSB Innovation Award für das Produkt in der Kategorie „Kosmetisches Rohmaterial“. Zudem wurde das aus Schafgarbe hergestellte Produkt mit dem Pure Beauty Award UK ausgezeichnet. Das Produkt basiert auf einem speziellen Produktionsverfahren, bei dem aus frischem Pflanzenmaterial von ökologisch angebauter Schafgarbe direkt ein Presssaft hergestellt wird, der durch Sprühtrocknung als stabiles Rohmaterial auf den Markt gebracht wird. Die Verwendung im Bereich Kosmetik führt nachweislich zu einem homogeneren Erscheinungsbild der Haut. Ein durch enzymatische Extraktion aus ökologisch kultiviertem Hafer hergestelltes Produkt, das reich an hydrolysierten Proteinen ist, wurde unter dem Namen SymProt'in™ Oat ebenfalls 2023 auf den Markt gebracht. SymProt'in™ Oat führt aufgrund der speziellen Zusammensetzung zum Schutz der Haarstruktur. Dieses Produkt wurde in der Kategorie „Natürliches Produkt/Wirkstoff“ mit dem BSB Award ausgezeichnet. Das Produkt SymHair® Thermo, das bereits 2022 in den Markt eingeführt und mit diversen Awards ausgezeichnet wurde, ist erneut ausgezeichnet worden: Pure Beauty Global Award in der Kategorie „Bestes Ingredient“. SymHair® Thermo ist ein nachhaltiges Produkt, das Kohlenhydrate verschiedener Kettenlängen vereint und dadurch einen hervorragenden Schutz hinsichtlich thermischer Schädigungen von Haar aufweist. Das bereits 2020 auf den Markt gebrachte Crinipan PMC green überzeugte 2023 erneut eine Jury und wurde mit dem renommierten PCHI Fountain Award in der Kategorie Haarpflege-/Kopfhautpflege-Wirkstoff ausgezeichnet. Crinipan PMC green paart eine nachgewiesene Wirksamkeit gegen Schuppen mit den Verbraucherwünschen nach umweltfreundlichen Produkten.

## FORSCHUNGS- UND ENTWICKLUNGS-AUFWAND

Die Gesamtaufwendungen für F & E beliefen sich im Geschäftsjahr 2023 auf 266 Mio. € (2022: 254 Mio. €) und stiegen um 4,4 % im Vorjahresvergleich. Der Anteil der F&E-Ausgaben am Umsatz entsprach im Berichtsjahr 5,6 % und lag leicht über dem Wert des Vorjahres (2022: 5,5 %). Im Vergleich zu den Vorperioden (2019–2021) zeigt der Anteil der F & E-Ausgaben am Umsatz einen leicht rückläufigen Trend, der vor allem in Portfolioverschiebungen hin zu weniger forschungsintensiven Bereichen begründet ist.

Die Aktivierungsquote bei den Forschungs- und Entwicklungsleistungen blieb 2023 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 2023 nach Segmenten

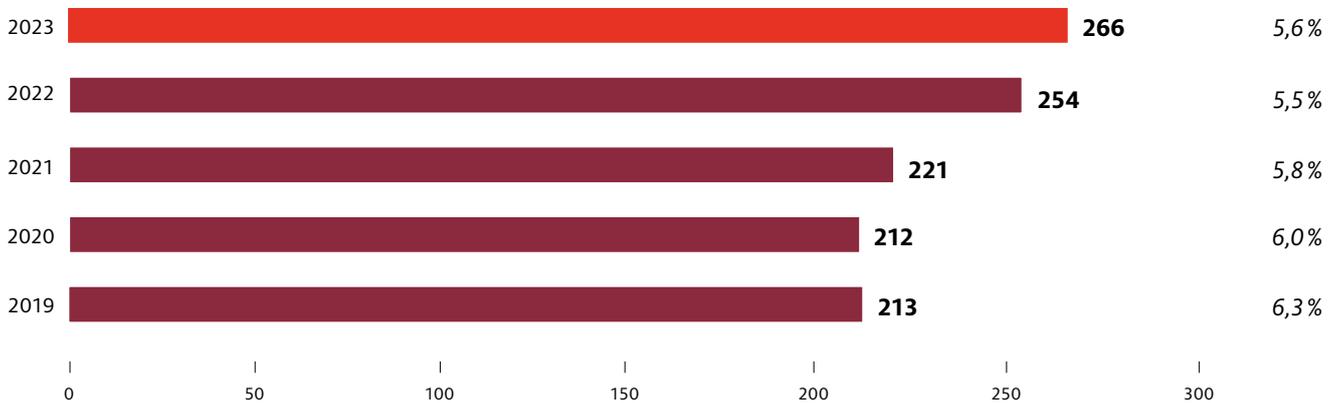
in Mio. €



## F & E-Aufwand 2019–2023

in Mio. €

als % vom Umsatz



## MITARBEITER

### STRUKTUR DER BELEGESCHAFT

Der Symrise Konzern beschäftigte zum 31. Dezember 2023 weltweit 12.435 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter (ohne Trainees und Auszubildende). Im Vergleich zum Vorjahresresultimo (31. Dezember 2022: 12.043 Mitarbeiter) entspricht dies einem Anstieg um 392 Mitarbeiter. Die Zahl der Auszubildenden und Trainees lag mit 221 jungen Menschen deutlich über dem Vorjahreswert von 209.

### PERSONALSTRATEGIE

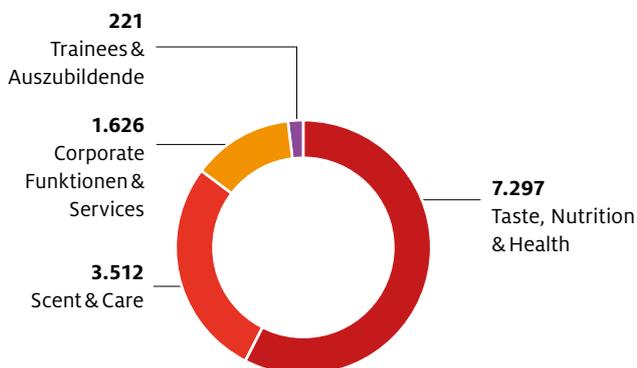
Symrise hat seine Human-Capital-Strategie 2023 überarbeitet und eng an der Unternehmensstrategie ausgerichtet. Die Human-Capital-Vision ist „ONE HR, immer mehr Menschen für nachhaltiges Unternehmenswachstum inspirieren“ und bezieht sich damit auf unsere wichtigsten Prioritäten, Organisation, Menschen, Nachhaltigkeit und Unternehmenswachstum. Die HR-Organisation hat daran gearbeitet, ein integriertes Team in der gesamten Organisation zu werden und wird nun in einem Drei-Säulen-Modell gesteuert, das sich aus den drei Säulen (i) Business Partnering, (ii) Maßnahmen auf regionaler Ebene, sowie (iii) Kompetenzzentren in den Bereichen (I) Vergütungen und Leistungen, (II) Talentmanagement, Lernen, Vielfalt, Veränderung, (III) Talentgewinnung und (IV) Systeme, Analysen und Nachhaltigkeit zusammensetzt. Dabei haben wir unsere Personalpolitik auf folgende Schwerpunkte ausgerichtet:

- 1) Entwicklung einer transparenten, fairen und motivierenden Vergütungspolitik.
- 2) Förderung der beruflichen Weiterentwicklung, Entwicklung und Talentmanagement mit den gleichen Möglichkeiten für alle.
- 3) Bereitstellung zuverlässiger Daten und fortschrittlicher Technologien, um das Business besser steuern zu können.
- 4) Schaffen einer Führungskultur, die die Mitarbeiterbindung erhöht, die Integration von Mitarbeitervielfalt wertschätzt und hilft, Synergien im Unternehmen zu nutzen.
- 5) Sicherstellung der Arbeitssicherheit und Gesundheit unserer Mitarbeiter sowie die weitere Etablierung der Diversität als geschäftskritischen Erfolgsfaktor.

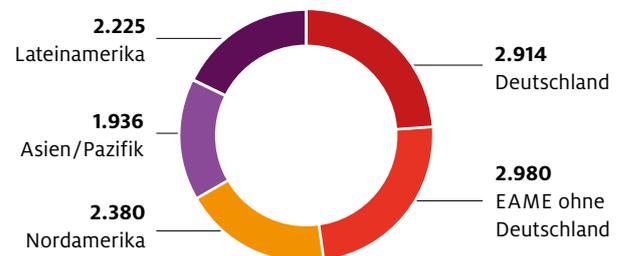
Unsere Human-Capital-Strategie zielt auch darauf ab, ein Umfeld für unsere Mitarbeiter zu schaffen, in dem sie ihr volles Potenzial entfalten und sich fachlich entwickeln können.

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

### Anzahl der Mitarbeiter nach Segmenten



### Anzahl der Mitarbeiter nach Regionen



Allein in der Symrise Organisation arbeiten Menschen aus über 80 Nationen. Für uns als globales Unternehmen liegt in der Vielfalt ein Mehrwert kreativer und innovativer Zusammenarbeit in diversen Teams. Chancengleichheit ist dabei wichtiger denn je, die Förderung von Vielfalt zentral für den Unternehmenserfolg. Die Förderung von Diversität ist außerdem unerlässlich, um unseren Bedarf an Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern jetzt und in Zukunft zu gewährleisten.

Wir setzen unser Engagement für Diversität mit konkreten Maßnahmen sowohl auf lokaler als auch auf globaler Ebene um.

### Konzernstrategische Entwicklung von Führungskräften und Mitarbeitern

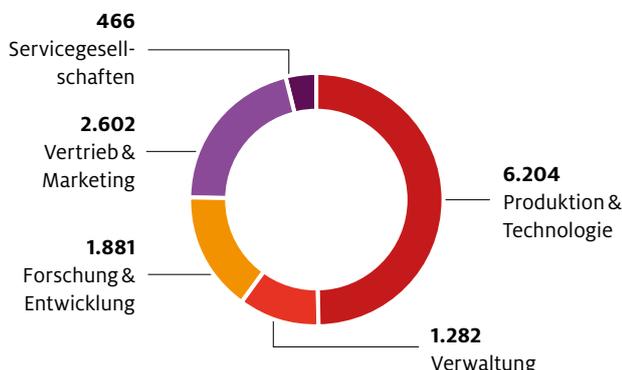
In unserer Talentsichtung und unserem Nachfolgeplanungsprozess verknüpfen wir die individuellen Karriereambitionen der einzelnen Mitarbeiter mit der Organisationsentwicklung unserer Geschäftsbereiche. Dazu definieren wir Schlüsselpositionen im Unternehmen, die für das Unternehmen essenziell sind und für die wir im Rahmen der Karriereplanung grundsätzlich potenzielle Nachfolger identifizieren und entwickeln müssen. Weltweit werden die Trainingsaktivitäten in unseren Trainingsprogrammen gebündelt. Diese bestehen aus vier strategischen Säulen:

- Flavoristen- und Parfümeursschule
- Technische/fachliche Schulungen unserer Mitarbeiter
- Schulungen für Vertriebsmitarbeiter
- Entwicklung von Führungskräften

Im Zuge der strategischen Transformation unseres Personalmanagements planen wir ein neues Talentmanagement-Programm, für das wir 2024 ein Pilotprojekt starten werden. In unserem Taste, Nutrition & Health Segment entwickeln wir Führungsprogramme, die Managementfähigkeiten wie Transparenz, Vertrauen, Auge-zu-Auge-Prinzip, Mut und Teamgeist trainieren, von denen wir erwarten, dass sie für unsere zukünftigen Führungskräfte von Bedeutung sein werden. Gleichzeitig setzen wir Methoden wie Coaching und Mentoring als Weiterbildungsinstrumente ein. Mentoren sind in der einzigartigen Lage, wertvolle Erfahrungen an ihre (meist jüngeren) Mentees weiterzugeben.

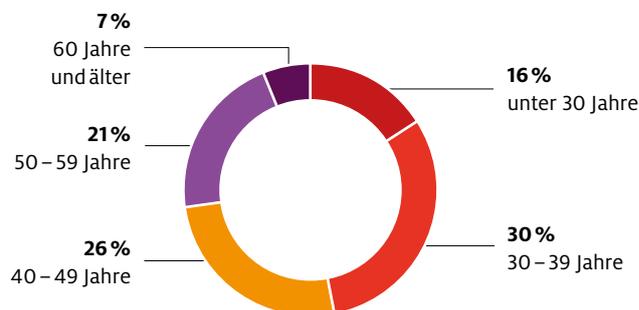
Symrise hat im Geschäftsjahr 2023 außerdem den Themenbereich „Modernes und digitales Lernen“ weiter ausgebaut. Den Mitarbeitern wurde ein weltweit verfügbares „Lern-Management System“ (LMS) sowie eine Digitale Lernplattform („Skillsoft“) zur Verfügung gestellt. Weltweit wurden auf der Skillsoft Plattform mittlerweile über 5.000 Stunden gelernt.

### Anzahl der Mitarbeiter nach Funktionen



### Altersstruktur der Belegschaft

in %



## Konzernstrategische Entwicklung von weiblichen Führungskräften

Neben der Steigerung der Diversität in Bezug auf andere Kulturen legen wir auch großen Wert auf die Gleichstellung von Frauen und Männern auf allen Führungsebenen. Im Rahmen unserer Talententwicklung stellen wir sicher, dass unter den Teilnehmern viele Frauen sind. Dadurch fördern wir bewusst die Vorbereitung junger Frauen auf die Übernahme einer größeren Führungsverantwortung in unserem Unternehmen. Die Pipeline für weibliche Führungskräfte erreicht bereits fast das Ziel, das wir uns für das Jahr 2025 gesetzt haben.

## Vergütungsgerechtigkeit für Frauen und Männer

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

## 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 2023 waren an den deutschen Standorten insgesamt 141 Auszubildende und Trainees beschäftigt. Im Vergleich zu 2022 bedeutet dies einen Anstieg von 12 % (2022: 126).

Die Ausbildung dauert je nach Berufsbild etwa zwei bis drei Jahre. Alle Auszubildenden werden nach Abschluss der Ausbildung zumindest zeitweise übernommen, wenn sie die Mindestanforderungen an den Ausbildungserfolg erfüllen. Mit der Investition in die Ausbildung deckt Symrise den Bedarf an zukünftigen Fachkräften sowohl in der chemischen Produktion und in den Laboren als auch in den kaufmännischen Funktionen, im Marketing, im IT-Bereich und im Vertrieb. Auch an anderen Standorten weltweit setzt Symrise Auszubildende ein, um junge Talente bedarfsgerecht auszubilden und zu entwickeln.

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



## **Vergütung und Tarifverträge**

Gleicher Lohn für Männer und Frauen ist für uns selbstverständlich. Die Höhe der Vergütung richtet sich ausschließlich nach der Qualifikation und dem Wertbeitrag des Mitarbeiters zum Unternehmen. Ein Großteil der Belegschaft wird auf Basis von Tarifverträgen, die mit den Gewerkschaften vereinbart wurden, vergütet. Jedes Jahr führen wir an allen wichtigen Standorten Analysen durch, um geschlechtsspezifische Benachteiligungen bei der Vergütung zu vermeiden. Die letzte offizielle Durchführung für Deutschland erfolgte 2021. In Frankreich führen wir ebenfalls eine regelmäßige Analyse der Gleichstellungsindikatoren durch. Die Mehrheit unserer Unternehmen unterliegt der französischen Gesetzgebung zur Berichterstattung über die Gleichstellung der Geschlechter. Der Index wird jedes Jahr für die betroffenen Unternehmen veröffentlicht. Im Jahr 2023 betrug die durchschnittliche Punktzahl 87/100 Punkte für unsere Gesellschaften in Rennes, Antrain, Elven und Clichy.

Lohnunterschiede, die sich im absoluten Lohnniveau widerspiegeln, können sich aus der Art der Tätigkeit ergeben. Zum Beispiel Schichtarbeit mit entsprechender Schichtvergütung, welche nicht geschlechtsspezifisch bestimmt wird.

Im Jahr 2022 fanden die regulär anstehenden Tarifverhandlungen zu unseren Entgelttarifverträgen in Deutschland statt. Im Rahmen erfolgreicher Verhandlungen konnte ein an die wirtschaftlichen Herausforderungen von Unternehmen und Mitarbeitenden angepasster Entgelttarifvertrag mit einer Laufzeit von 1,5 Jahren abgeschlossen werden. Laut Tarifvertrag erfolgten Gehaltserhöhungen im Januar, Juli und Dezember 2023. Zudem zahlte Symrise im Dezember 2023 einen Inflationsausgleich von 1.500 Euro an alle Vollzeitbeschäftigten.

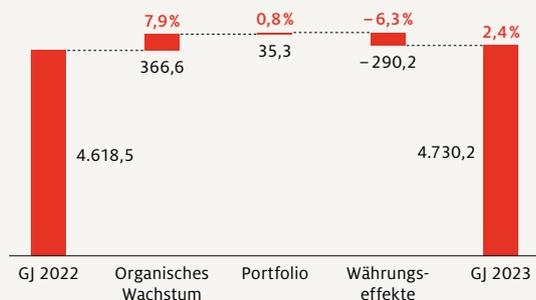
Darüber hinaus wird Symrise seine Mitarbeiter im Tarifbereich in Deutschland wie bisher auch am Unternehmenserfolg beteiligen. Die mögliche, an die EBITDA Marge geknüpfte Erfolgsbeteiligung, wurde für das Jahr 2023 und 2024 ebenfalls erhöht.

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

# Wirtschaftsbericht

## Konzern

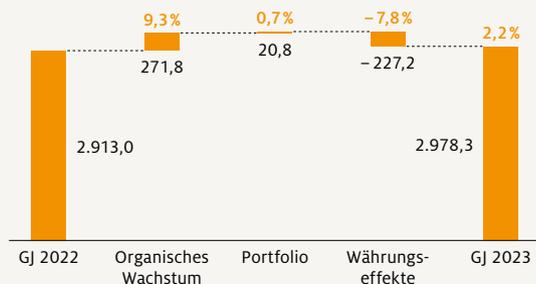
Umsatz in Mio. €



in Mio. €	GJ 2022 <sup>2</sup>	GJ 2023	GJ 2023 bereinigt <sup>1</sup>	Veränderung in %
Bruttoergebnis vom Umsatz	1.702,1	1.692,6	1.739,3	2,2
EBITDA	921,5	851,7	903,5	-2,0
EBITDA-Marge	in %	20,0	18,0	19,1
EBIT	630,1	559,4	611,2	-3,0
EBIT-Marge	in %	13,6	11,8	12,9
Abschreibungen auf Sachanlagen	164,6	176,0		6,9
Abschreibungen auf immat. VG	126,8	116,3		-8,2
Finanzergebnis	-72,9	-94,4		29,6
Ergebnis vor Ertragsteuern	557,2	464,9		-16,6
Konzerngewinn <sup>3</sup>	406,1	340,5		-16,2
Ergebnis je Aktie <sup>4</sup>	in €	2,91	2,44	-16,2
Forschungs- & Entwicklungsaufwand	254,5	265,7		4,4
Investitionen	270,1	270,0		-0,1
Business Free Cashflow in % vom Umsatz	6,5	11,3	11,7	

## Taste, Nutrition & Health

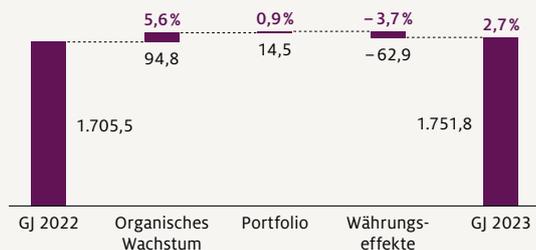
Umsatz in Mio. €



in Mio. €	GJ 2022 <sup>2</sup>	GJ 2023	GJ 2023 bereinigt <sup>1</sup>	Veränderung in %
EBITDA	630,5	629,2	626,8	-0,6
EBITDA-Marge	in %	21,6	21,1	21,0
EBIT	430,2	428,8	426,4	-0,9
EBIT-Marge	in %	14,8	14,4	14,3

## Scent & Care

Umsatz in Mio. €



in Mio. €	GJ 2022	GJ 2023	GJ 2023 bereinigt <sup>1</sup>	Veränderung in %
EBITDA	291,0	222,4	276,7	-4,9
EBITDA-Marge	in %	17,1	12,7	15,8
EBIT	199,9	130,6	184,8	-7,6
EBIT-Marge	in %	11,7	7,5	10,5

1 bereinigt um einmalige Sondereffekte, weitere Details zu den Bereinigungen finden sich im Kapitel „Alternative Leistungskennzahlen“ auf Seite 143

2 ohne Wertminderung des assoziierten Unternehmens Swedencare AB (Malmö, Schweden)

3 entfällt auf die Aktionäre der Symrise AG

4 unverwässert

## UNTERNEHMENSENTWICKLUNG IM ÜBERBLICK WICHTIGE EREIGNISSE

Trotz eines volatilen Marktumfelds mit herausfordernden politischen und wirtschaftlichen Rahmenbedingungen gelang es Symrise, im Geschäftsjahr 2023 seine Strategie konsequent fortzuführen. Die anhaltenden geopolitischen Konflikte in der Ukraine und im Mittleren Osten haben sich bislang nur gering auf die Geschäftsentwicklung von Symrise ausgewirkt. Die hohe Inflation hingegen hat auch im Geschäftsjahr 2023 zu teils deutlichen Kostensteigerungen bei Symrise geführt, die durch eine konsequente Umsetzung von Preiserhöhungen begleitet wurden.

Im März hat Symrise eine Reihe von bioaktiven Inhaltsstoffen der Marke diana food™ für den Einsatz in Produkten für „Schönheit von innen“ vorgestellt. Mit der Entwicklung dieser differenzierenden und innovativen nutrikosmetischen Inhaltsstoffe erweitert das Unternehmen sein Angebot. Das Sortiment umfasst eine komplette Reihe von Lösungen für Hautpflege und Vorbeugung gegen Hautalterung, für die Aufhellung der Haut sowie für Haar- und Nagelpflege. Sie besteht aus natürlichen bioaktiven Inhaltsstoffen wie Kollagen Typ I, den Vitaminen C und A sowie Polyphenolen aus verschiedenen Früchten. Die Produktreihe erweitert die Expertise von Symrise um Produkte für die Pflege von innen und ergänzt damit das bestehende Angebot kosmetischer Inhaltsstoffe um Produkte für die Hautpflege von innen.

Symrise hat im Mai 2023 das Kreativzentrum „Little Red House“ für Luxusparfüms im Herzen von Shanghai eingeweiht. Mit der Eröffnung des Kreativzentrums baut Symrise seine Position auf dem wichtigen chinesischen Duftmarkt weiter aus. Das „Little Red House“ befindet sich im „The Roof“ im Xuhui District, einem ikonischen Gebäude im Herzen Shanghais. Das neue Kreativzentrum bietet Symrise und seinen Kunden einen einzigartigen und inspirierenden Raum, um Ideen zu entwickeln, gemeinsam zu kreieren und moderne Lösungen in Echtzeit zu erarbeiten. Der Name „The Little Red House“ bezieht sich auf das rote Logo von Symrise, die roten Wände des gewählten Standorts, das vertraute Konzept eines Hauses sowie die chinesische Social Media-Plattform „The Little Red Book“. Es dient als Treffpunkt für die Duftkreation und trägt den bildhaften chinesischen Namen „Xiaohongwu“. Zusätzlich bietet das Zentrum Raum für Marktforschung, kreative Arbeit und Duftentwicklung mit exklusiven Veranstaltungen und Programmen.

Im Juni hat Symrise Cosmetic Ingredients ein neues Kompetenzzentrum für Beauty & Home Care am Symrise-Standort in Clichy bei Paris eröffnet. Das neue Center of Expertise beherbergt ein mikrobiologisches Labor, das sich vornehmlich der Kundenbetreuung in der Region EAME (Europa, Afrika, Mittlerer Osten) widmet, sowie das erste Anwendungslabor für

Home-Care-Produkte im Geschäftsbereich Cosmetic Ingredients. Dieser Schritt stärkt gezielt die Position als führendes Unternehmen in der Entwicklung kosmetischer Inhaltsstoffe und innovativer Lösungen für Kunden auf der ganzen Welt.

Ende August hat Symrise Pet Food eine neue Produktionsanlage in Chapecó (SC/Brasilien) eingeweiht. Die hochmoderne Anlage produziert Palatabilitätslösungen für Hunde- und Katzenfutter und erstreckt sich über eine Fläche von mehr als 10.000 Quadratmetern. Das macht sie zur Größten ihrer Art in Lateinamerika sowie zum größten Standort für Palatabilitätslösungen für Haustierfutter weltweit. Sie nutzt fortschrittliche Technologien mit vollständiger Automatisierung und garantiert hohe betriebliche Effizienz. Mit diesem Ausbau vergrößert das Unternehmen seine Produktionskapazität in Brasilien deutlich und bereitet sich gezielt auf die steigende Nachfrage nach Haustierfutter in Brasilien und anderen lateinamerikanischen Märkten vor. Darüber hinaus bedient der Standort globale Märkte mit einer Reihe von Produkten.

Anfang Oktober hat das Segment Taste, Nutrition & Health seine neue Marke SET Flavors™ (Selective Enrichment Technologies) präsentiert. Die zielorientierten Separationstechnologien lassen sich einzeln oder in Kombination nutzen. So lassen sich aus Seitenströmen und Beiprodukten der Lebensmittelverarbeitung wertvolle natürliche Aromakomponenten gewinnen. Mit diesen effizienten Prozessen und zukunftsweisenden Technologien kann Symrise komplexe aromawirksame Substanzen aus Beiprodukten anreichern und selektieren. Diese eignen sich als Rohstoff für die Entwicklung von innovativen und authentischen Geschmacksprofilen. Symrise SET Flavors™ berücksichtigt dabei die Verbraucherwünsche mit Blick auf künftige Anforderungen hinsichtlich Nachhaltigkeit und Umwelt.

Ende Oktober 2023 eröffnete Symrise das neue Kreativzentrum „Jardin Arabia“ für die Luxusparfümerie im Herzen von Dubai. Mit der Eröffnung baut Symrise seine strategische Präsenz auf dem dynamischen Duftmarkt im Nahen Osten weiter aus. Der Name „Jardin Arabia“ versteht sich als Hommage an die Region und die elegante Gebäudestruktur. Zugleich symbolisiert er die zentrale Lage an der Schnittstelle zwischen Europa und Asien. Das elegante und inspirierende Zentrum zur Zusammenarbeit befindet sich in Internet City, dem Innovationsviertel von Dubai, und ganz in der Nähe des berühmten Palmenviertels. Es symbolisiert die Expertise von Symrise auf dem Markt für Luxusparfümerie und stärkt den kreativen Ansatz des Unternehmens.

**GESAMTAUSSAGE ZUM GESCHÄFTSVERLAUF UND ZUR ERTRAGS-, FINANZ- UND VERMÖGENSLAGE**  
Der Symrise Konzern erzielte im Geschäftsjahr 2023 einen Umsatz von 4.730 Mio. €. Im Vergleich zum Vorjahr stiegen die

Erlöse um 2,4 % in Berichtswährung. Ohne Berücksichtigung von Portfolio-Effekten beträgt das organische Umsatzwachstum 7,9 %. Das bereinigte Ergebnis vor Zinsen, Steuern, Abschreibungen auf Sachanlagen und auf immaterielle Vermögenswerte (bereinigtes EBITDA<sup>1</sup>) belief sich auf 903 Mio. € und lag damit 18 Mio. € unter dem Vorjahreswert von 922<sup>2</sup> Mio. €. Dies entspricht einer bereinigten EBITDA-Marge<sup>3</sup> bezogen auf den Umsatz von 19,1 % (2022<sup>2</sup>: 20,0 %).

Der auf die Aktionäre der Symrise AG entfallende Konzerngewinn beträgt 340 Mio. € und liegt 66 Mio. € unter dem Wert des Vorjahres<sup>2</sup>. Das Ergebnis je Aktie beträgt 2,44 € und liegt 0,47 € unter dem Vorjahreswert<sup>2</sup> von 2,91 €.

Vor dem Hintergrund der insgesamt guten Geschäftsentwicklung wird der Vorstand der Symrise AG in Abstimmung mit dem Aufsichtsrat der Hauptversammlung am 15. Mai 2024 vorschlagen, die Dividende von 1,05 € im Vorjahr auf 1,10 € je Aktie für das Geschäftsjahr 2023 anzuheben.

#### VERGLEICH DES TATSÄCHLICHEN MIT DEM PROGNOSTIZIERTEN GESCHÄFTSVERLAUF

Zu Beginn des Geschäftsjahres 2023 hatte Symrise sich das Ziel gesetzt, ein organisches Umsatzwachstum von 5 % bis 7 %

<sup>1</sup> Bereinigt um einmalige Sondereffekte im Segment Scent & Care im Zusammenhang mit dem Produktionsstillstand des Standorts Colonel Island, der Neuorganisation infolge der neuen Ausrichtung des Segments sowie Kosten in Verbindung mit der Kartelluntersuchung. Darüber hinaus wurde in beiden Segmenten eine Versicherungserstattung aus dem Cyber-Security Vorfall aus 2020 bereinigt. Weitere Details zu den Bereinigungen finden sich im Kapitel „Alternative Leistungskennzahlen“ auf Seite 143.

<sup>2</sup> Ohne Wertminderung des assoziierten Unternehmens Swedencare AB (Malmö, Schweden).

und damit merklich über dem Marktwachstum (ca. 3 % bis 4 %) anzustreben. Zum Halbjahr wurde das Wachstumsziel bestätigt. Im Jahr 2023 lag das Wachstum des für Symrise relevanten Marktes allerdings nur bei etwa 2,6 %, da inflationsbedingten Preiseffekten leichte Volumenrückgänge gegenüberstanden.

Für 2023 hatte Symrise, trotz spürbar steigender Rohstoffpreise, eine EBITDA-Marge von um die 20 % erwartet. Die Verschuldung, gemessen anhand der Kennzahl Nettoverschuldung (inklusive Rückstellungen für Pensionen und ähnliche Verpflichtungen sowie Leasingverbindlichkeiten) zu EBITDA, sollte in der Spanne von 2,5 bis 2,7 liegen. Für den Business Free Cashflow hatte Symrise sich zum Beginn des Geschäftsjahres 2023 einen Wert von 12 % bezogen auf den Umsatz als Ziel gesetzt. Im Rahmen der Berichterstattung zum ersten Halbjahr 2023 hatte Symrise die Erwartung für den Business Free Cashflow für das Geschäftsjahr 2023 auf 9 % bis 11 % reduziert.

Mit einem Umsatzanstieg von 7,9 % (ohne Berücksichtigung von Portfolio- und Währungseffekten) hat Symrise das Umsatzziel im Jahr 2023 übertroffen. Die bereinigte EBITDA-Marge<sup>3</sup> lag mit 19,1 % unter dem für 2023 erwarteten Wert. Die Nettoverschuldung lag mit dem 3,0-fachen EBITDA<sup>3</sup> vor allem aufgrund der schwächeren Ergebnisentwicklung und dem anhaltend hohen Working Capital zur Sicherstellung der Lieferfähigkeit über dem für 2023 erwarteten Wert. Der bereinigte Business Free Cashflow<sup>3</sup> lag zum Stichtag bei 11,7 % und übertraf den zum Halbjahr prognostizierten Wert von 9 % bis 11 %.

<sup>3</sup> Bereinigt um Sondereffekte, weitere Details zu den Bereinigungen finden sich im Kapitel „Alternative Leistungskennzahlen“ auf Seite 143.

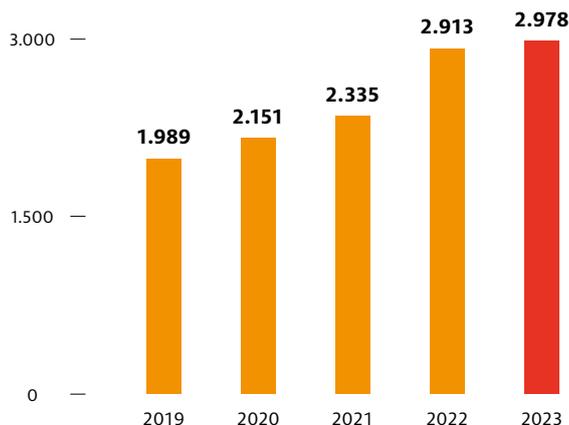
## Zielerreichung 2023

	Ziel zu Beginn des Geschäftsjahres	Erreichter Wert
Umsatzwachstum (währungsbereinigt)	5 – 7 %	7,9 % <sup>1</sup>
EBITDA-Marge	rund 20 %	19,1 % <sup>2</sup>
Nettoverschuldung (inkl. Rückstellungen für Pensionen und ähnliche Verpflichtungen sowie Leasingverbindlichkeiten) / EBITDA (Ohne Akquisitionen)	zwischen 2,5 und 2,7	3,0 <sup>2</sup>
Business Free Cashflow	rund 12 %	11,7 % <sup>2</sup>

<sup>1</sup> Organisches Wachstum <sup>2</sup> Bereinigt um Sondereffekte, weitere Details zu den Bereinigungen finden sich im Kapitel „Alternative Leistungskennzahlen“ auf Seite 143

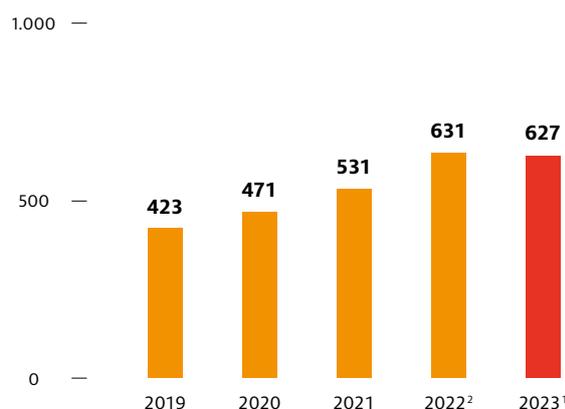
## Segment Taste, Nutrition & Health

Umsatz in Mio. €



## Segment Taste, Nutrition & Health

EBITDA in Mio. €



### ENTWICKLUNG IN DEN SEGMENTEN UND REGIONEN

#### SEGMENT TASTE, NUTRITION & HEALTH

Das Segment Taste, Nutrition & Health erzielte ein organisches Umsatzwachstum von 9,3%. Unter Berücksichtigung von Portfolio- und Wechselkurseffekten betrug der Umsatz des Segments in Berichtswährung 2.978 Mio. €. Gegenüber dem Vorjahr entspricht dies einem Anstieg um 2,2%. Der positive Portfolioeffekt aus der Akquisition von Wing Biotechnology Co., Ltd. (Shanghai/China) betrug rund 20 Mio. €.

Im Geschäftsbereich Food & Beverage entwickelten sich die Anwendungsbereiche für süße und würzige Produkte sowie für Getränkearomatisierungen sehr erfreulich und erzielten alle ein hohes ein- bzw. zweistelliges organisches Wachstum. Insbesondere die Regionen EAME (Europa, Afrika, Mittlerer Osten) und Lateinamerika erzielten hohe Zuwächse. Wachstumstreiber waren hier vor allem die Märkte West- und Osteuropas, Ägypten und Saudi-Arabien sowie Mexiko und Brasilien. Der Anwendungsbereich Naturals konnte seine Erlöse insbesondere in den Regionen EAME und Asien/Pazifik steigern.

Der Geschäftsbereich Pet Food erzielte ebenfalls ein prozentual zweistelliges organisches Wachstum. Besonders dynamisch verlief die Umsatzentwicklung in den Ländermärkten West- und Osteuropas, Polen, Frankreich, USA, Mexiko, Brasilien und in Südostasien, vor allem bei den globalen und regionalen Kunden. Mit dem laufenden Ausbau der Produktionskapazitäten und dem Joint Venture mit Fujian Sunner Development Co. Ltd. in China [Sunner] hat Symrise die Basis für den weiteren beschleunigten Ausbau des Geschäfts mit Anwendungen für Heimtiernahrung gelegt.

Die Umsatzentwicklung im Geschäftsbereich Aqua Feed zeigte sich ebenfalls erfreulich. Der Geschäftsbereich konnte zweistellige organische Zuwächse erzielen. Wichtige Wachstumsimpulse kamen aus den Regionen EAME und Asien/Pazifik, allen voran die Ländermärkte in Deutschland, China, Portugal und Südkorea.

Das Geschäft mit Probiotika, zu dem die Mehrheitsbeteiligung an dem börsennotierten Unternehmen Probi AB, Lund/Schweden, gehört, konnte das Niveau des Vorjahres nicht halten und verzeichnete einen leichten Umsatzrückgang. Der Rückgang ist auf eine allgemeine Marktschwäche, vor allem im nordamerikanischen Markt, zurückzuführen. In EAME wurde die Umsatzentwicklung zudem durch eine Reduzierung der Sicherheitsbestände bei einigen Großkunden beeinträchtigt.

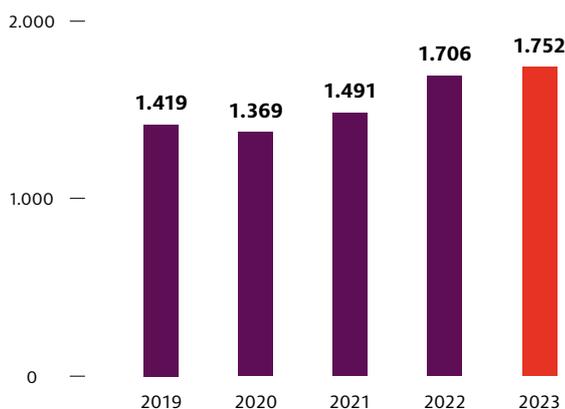
**EBITDA Taste, Nutrition & Health:** Das bereinigte EBITDA<sup>1</sup> des Segments Taste, Nutrition & Health betrug im Berichtsjahr 627 Mio. € und lag damit unter dem Wert des Vorjahres<sup>2</sup> (2022: 631 Mio. €), vor allem aufgrund von im Vorjahresvergleich fehlenden positiven Einmaleffekten aus der Veräußerung des Velcorin®-Geschäfts und dem Teilverkauf des Selleriegeschäfts sowie gestiegenen operativen Kosten. Die bereinigte EBITDA-Marge<sup>1</sup> in Höhe von 21,0% erreichte aufgrund der vorgenannten Effekte nicht das Niveau des Vorjahres<sup>2</sup> (2022: 21,6%).

<sup>1</sup> Bereinigt um Sondereffekte, weitere Details zu den Bereinigungen finden sich im Kapitel „Alternative Leistungskennzahlen“ auf Seite 143.

<sup>2</sup> Ohne Wertminderung des assoziierten Unternehmens Swedencare AB (Malmö, Schweden)

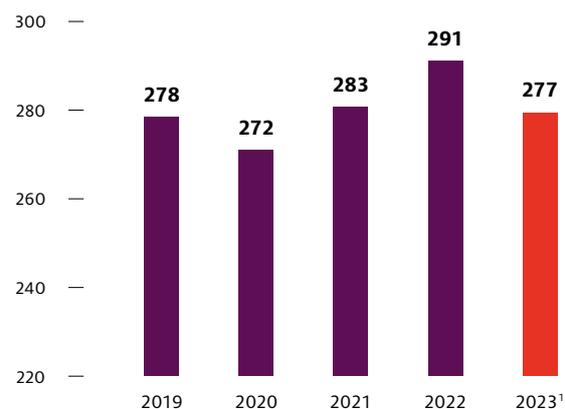
## Segment Scent & Care

Umsatz in Mio. €



## Segment Scent & Care

EBITDA in Mio. €



### SEGMENT SCENT & CARE

Im Geschäftsjahr 2023 erzielte das **Segment Scent & Care** einen Umsatz von 1.752 Mio. €. Im Vorjahresvergleich entspricht dies einem Zuwachs um 2,7 %. Ohne Berücksichtigung von Portfolio- und Währungseffekten belief sich das organische Umsatzwachstum auf 5,6 %. Die Portfolioeffekte aus den Akquisitionen von Neroli Invest DL (Groupe Nérolis) und Essence Ciel mit dem Tochterunternehmen SFA Romani (Romani), beide mit Sitz in Saint-Cézaire-sur-Siagne/Frankreich, betragen insgesamt rund 15 Mio. €.

Der Geschäftsbereich Fragrance steigerte seinen Umsatz organisch im hohen einstelligen Prozentbereich. Insbesondere der Bereich der Feinparfümerie setzte seine dynamische Entwicklung fort und erzielte nach einem starken Vorjahr erneut prozentual zweistellige organische Zuwächse. Die jüngsten Akquisitionen trugen ebenfalls zum Wachstum des Anwendungsbereichs bei. Besonders ausgeprägt waren die Steigerungsraten in den Regionen EAME, Nordamerika und Lateinamerika. Im Anwendungsbereich Consumer Fragrance konnte ein gutes, prozentual einstelliges Wachstum erreicht werden. Hier verzeichneten ebenfalls die Regionen EAME und Lateinamerika, gefolgt von Asien/Pazifik die höchsten Zuwächse, insbesondere bei Wasch- und Reinigungsprodukten. Der Anwendungsbereich Oral Care notierte ein niedriges prozentual einstelliges organisches Wachstum. Die größten Steigerungsraten wurden hier in der Region Asien/Pazifik erzielt.

Die Umsatzentwicklung im Geschäftsbereich Aroma Molecules wurde vor allem durch ein schwieriges Marktumfeld sowie dem Produktionsstillstand in Colonel Island, USA, als Folge eines Brandes im November 2022, belastet. Die Nachfrage nach Duftstoffen und Menthol war zudem durch einen Lagerabbau auf Kundenseite beeinträchtigt. In Summe lagen die Erlöse über alle Anwendungsbereiche und Regionen hinweg deutlich unter dem Niveau des Vorjahreszeitraums.

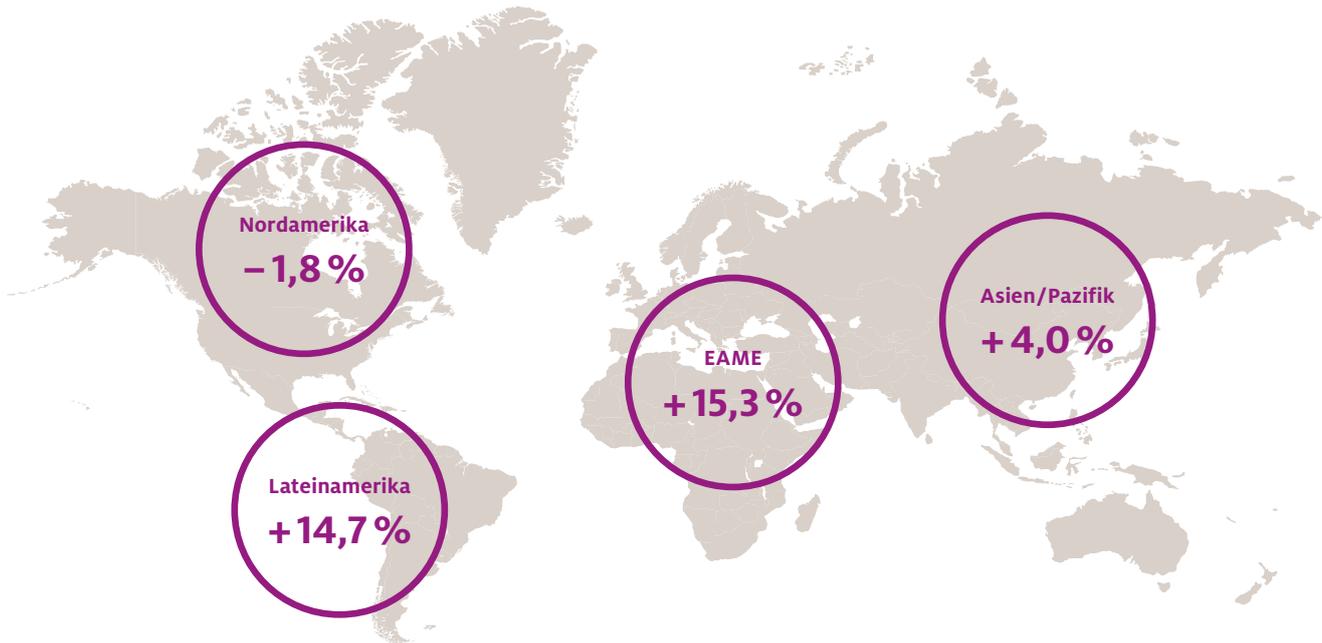
Der Umsatz im Geschäftsbereich Cosmetic Ingredients entwickelte sich weiterhin sehr erfreulich; es wurden erneut prozentual zweistellige organische Zuwächse erzielt, vor allem in den Regionen EAME und Lateinamerika. In Nordamerika und Asien/Pazifik konnten die Erlöse ebenfalls gesteigert werden, allerdings auf einem niedrigerem, prozentual einstelligen Niveau. Die Anwendungsbereiche für Sonnenschutzprodukte und Micro-Protection verzeichneten die stärksten Wachstumsimpulse.

**EBITDA Scent & Care:** Scent & Care erwirtschaftete 2023 mit 277 Mio. € ein um 4,9 % geringeres bereinigtes EBITDA<sup>1</sup> als im Vorjahr (2022: 291 Mio. €), vor allem aufgrund gestiegener Rohstoffpreise und höheren operativen Kosten. Die bereinigte EBITDA-Marge<sup>1</sup> verringerte sich infolgedessen auf 15,8 %, nach 17,1 % im Jahr 2022.

<sup>1</sup> Bereinigt um Sondereffekte, weitere Details zu den Bereinigungen finden sich im Kapitel „Alternative Leistungskennzahlen“ auf Seite 143.

## Entwicklung in den Regionen

(organisches Umsatzwachstum)



### ENTWICKLUNG IN DEN REGIONEN

Das Geschäft in der Region EAME entwickelte sich erfreulich und nahm im Vorjahresvergleich organisch um 15,3% zu. Die Umsatzentwicklung in Nordamerika wurde maßgeblich durch den Produktionsstillstand in Colonel Island negativ beeinflusst. Organisch lag dort der Umsatz 1,8% unter dem Vorjahreszeitraum. Die Region Asien/Pazifik erreichte im Vorjahresvergleich ein organisches Umsatzwachstum von 4,0%. Die Umsatzentwicklung in Lateinamerika verlief dynamisch und verzeichnete ein organisches Wachstum von 14,7% im Vergleich zum Vorjahr.

### ERTRAGSLAGE

#### ENTWICKLUNG WESENTLICHER POSTEN DER GEWINN- UND VERLUSTRECHNUNG

Die Ergebnisentwicklung im Geschäftsjahr 2023 blieb trotz der guten Umsatzentwicklung unter den Erwartungen. Die Herstellungskosten erhöhten sich leicht überproportional zum Umsatz, vor allem aufgrund gestiegener Rohstoff- als auch Fertigungskosten. Die Bruttomarge betrug im Berichtsjahr 36,8% und entsprach damit nahezu dem Vorjahreswert von 36,9%. Der Anteil der Vertriebskosten am Konzernumsatz verringerte sich von 14,7% im Vorjahr auf 14,2% im Berichtsjahr. Der Rückgang ist im Wesentlichen auf reduzierte Logistikkosten zurückzuführen. Die F & E-Quote erhöhte sich im Vorjahres-

vergleich von 5,5% auf 5,6% des Umsatzes, vor allem aufgrund von gestiegenen Aufwendungen für Grundlagenforschung in beiden Segmenten. Der Verwaltungskostenanteil am Konzernumsatz erhöhte sich von 5,6% im Vorjahr auf 5,8% im Berichtsjahr, insbesondere durch gestiegene Kosten für die IT-Systeme.

Der Rückgang bei den sonstigen betrieblichen Erträgen ist vor allem auf im Vorjahresvergleich fehlende positive Sondereffekte im Zusammenhang mit der Veräußerung des Velcorin®-Geschäfts sowie aus dem Teilverkauf des Selleriegeschäfts in Nordamerika in Höhe von jeweils rund 18 Mio. € im Geschäftsjahr 2022 zurückzuführen.

Des Weiteren wirkten sich negative Währungseffekte sowie verringerte Ergebnisbeiträge aus at equity bilanzierten Unternehmen dämpfend auf das Ergebnis aus.

Das bereinigte EBITDA<sup>1</sup> erreichte 903 Mio. € und lag damit 18 Mio. € unter dem Wert des Vorjahres<sup>2</sup> (2022: 922 Mio. €). Die bereinigte EBITDA-Marge<sup>1</sup> lag mit 19,1% ebenfalls unter dem Vorjahreswert<sup>2</sup> von 20,0%.

<sup>1</sup> Bereinigt um Sondereffekte, weitere Details zu den Bereinigungen finden sich im Kapitel „Alternative Leistungskennzahlen“ auf Seite 143

<sup>2</sup> Ohne Wertminderung des assoziierten Unternehmens Swedencare AB (Malmö, Schweden)

## ALTERNATIVE LEISTUNGSKENNZAHLEN

Der Lagebericht und der Abschluss des Symrise Konzerns werden nach den geltenden Rechnungslegungsstandards aufgestellt. Zusätzlich zu den darin geforderten Angaben und Kennzahlen verwendet und veröffentlicht Symrise alternative Leistungskennzahlen, die diesen Regulierungen nicht unterliegen und für die es keinen allgemein akzeptierten Berichtsstandard gibt. Symrise ermittelt die alternativen Leistungskennzahlen mit dem Ziel, eine Vergleichbarkeit der Leistung im Zeitablauf bzw. im Branchenvergleich zu ermöglichen. Die ermittelten alternativen Leistungskennzahlen gelten für alle Perioden und werden sowohl intern zur Steuerung des Geschäfts und zur Performance-Messung als auch extern zur Beurteilung der Leistung des Unternehmens durch Analysten und Investoren eingesetzt. Symrise ermittelt die folgenden alternativen Leistungskennzahlen:

- Umsatzveränderungen nominal und aufgeteilt in organische Umsatzveränderung, portfolio- und währungsbedingte Veränderungen
- EBITDA
- EBITDA-Marge
- Bereinigtes EBITDA
- Bereinigte EBITDA-Marge
- EBIT
- EBIT-Marge
- Bereinigtes EBIT
- Bereinigte EBIT-Marge
- Business Free Cash Flow
- Bereinigter Business Free Cash Flow
- Bereinigte Business Free Cash Flow-Marge

Die (nominale) **Umsatzveränderung** ist eine relative Kennzahl. Sie gibt die prozentuale Veränderung der Umsätze im Vergleich zum Vorjahr an. Die **organische** Umsatzveränderung gibt die prozentuale Veränderung der Umsatzerlöse gegenüber dem Vorjahr ohne den Einfluss von Portfolio- und Wechselkurseffekten an. Die **portfoliobedingte** Veränderung zeigt den Anteil der Umsatzveränderung, die auf Erwerb oder Veräußerung von Geschäftsaktivitäten oder Tochtergesellschaften im betrachteten Zeitraum zurückzuführen ist. Die **währungsbedingte** Umsatzveränderung gibt Auskunft über die Umsatzveränderung, die aufgrund von veränderten Wechselkursen im Rahmen der Translation von Fremdwährungen in die Konzernwährung entsteht.

Das **EBITDA** (Earnings Before Interest, Taxes, Depreciation and Amortization) steht für Ergebnis vor Zinsen, Steuern, Abschreibungen auf Sachanlagen und auf immaterielle Vermögenswerte. Diese Erfolgskennzahl zeigt die operative Ertragskraft unabhängig von Kapitalstruktur und Investitionsneigung. Das EBITDA wird ermittelt auf Basis des EBIT zuzüglich der in der Periode erfolgswirksam erfassten Abschreibungen auf Sachanlagen und auf immaterielle Vermögenswerte.

Das **EBIT** (Earnings Before Interest and Taxes) steht für Ergebnis vor Zinsen und Steuern und dient der Darstellung der Leistungsfähigkeit eines Unternehmens ohne den Einfluss von Effekten aus international uneinheitlichen Besteuerungssystemen und unterschiedlichen Finanzierungsaktivitäten.

Um die Cashflow-Ausrichtung des Unternehmens zu stärken, hat Symrise als primär interne Steuerungsgröße die Kennzahl **Business Free Cashflow** eingeführt. Der Business Free Cashflow setzt sich aus dem EBITDA, Investitionen (inklusive Cash-Effekte aus Leasing) und Veränderungen im Working Capital zusammen.

Die **EBITDA-Marge** und die **EBIT-Marge** sind relative Kennzahlen, die Symrise zum internen und externen Vergleich der operativen Ertragskraft heranzieht. Zur Ermittlung der Kennzahlen wird das EBITDA beziehungsweise das EBIT ins Verhältnis zu den Umsatzerlösen gesetzt. Symrise verwendet die Kennzahl insbesondere für den internen und externen Vergleich seiner Geschäfte hinsichtlich Kostenstruktur und Profitabilität.

Die **Business Free Cashflow-Marge** ist eine relative Kennzahl, die den Business Free Cashflow ins Verhältnis zu den Umsatzerlösen setzt.

Im Geschäftsjahr 2023 wurden aufgrund besonderer Umstände Bereinigungen der vorgenannten Kennzahlen vorgenommen, die auf die folgenden Sondereinflüsse zurückzuführen sind:

- Kosten im Zusammenhang mit dem Produktionsstillstand des Standorts Colonel Island (46,5 Mio. €)
- Kosten der Neuorganisation infolge der neuen strategischen Ausrichtung des Segments Scent & Care (4,3 Mio. €)
- Kosten in Verbindung mit der Kartelluntersuchung (5,8 Mio. €)
- Erträge aus einer Versicherungserstattung aus dem Cyber-Security Vorfall von 2020 (4,8 Mio. €)

# Prognosebericht

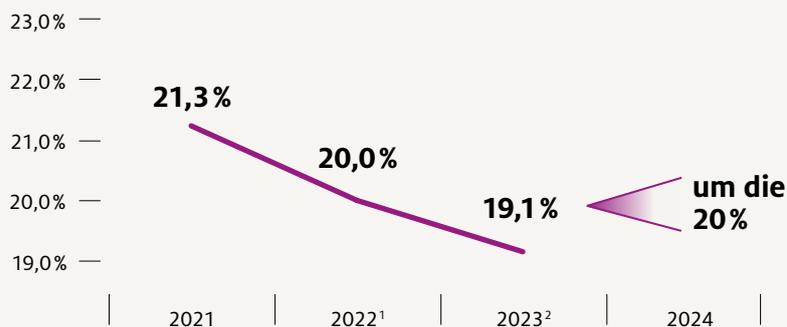
## GRUNDLAGEN

Globales  
Wirtschaftswachstum  
**2,4%**

Marktwachstum  
**3–4%**

Rohstoffpreise  
weitgehend stabil

## EBITDA-MARGE



<sup>1</sup> Ohne Wertminderung des assoziierten Unternehmens Swedencare AB (Malmö, Schweden)

<sup>2</sup> Bereinigt um Sondereffekte, weitere Details zu den Bereinigungen finden sich im Kapitel „Alternative Leistungskennzahlen“ auf Seite 143

## ORGANISCHES UMSATZWACHSTUM

in Mio. €



## ERWARTUNGEN

Business Free Cashflow  
in Relation zum Umsatz

~ 12% in 2024  
mittelfristig 14%

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

EBITDA  
2,6 – 2,8

Investitionen  
in Relation zum Umsatz

~ 6%

## KÜNFTIGE UNTERNEHMENSENTWICKLUNG

Für das Jahr 2024 bekräftigt Symrise seine langfristigen Wachstums- und Profitabilitätsziele. Der Konzern geht weiterhin davon aus, schneller zu wachsen als der relevante Markt. Das prognostizierte langfristige Wachstum des relevanten Marktes 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 2024 erreicht werden soll. Bis Ende 2025 strebt das Unternehmen einen Umsatz von 5,5 Mrd. € bis 6,0 Mrd. € an. Darüber hinaus hat Symrise kürzlich seine langfristige Wachstumserwartung bis Ende 2028 fortgeschrieben. Danach strebt das Unternehmen bis 2028 einen Umsatz von 7,5 Mrd. € bis 8,0 Mrd. € an.

Zur weiteren Steigerung des Ergebnisses und der Profitabilität wird der Konzern gezielte Maßnahmen ergreifen. Dazu gehören ein Effizienz-Programm mit einem disziplinierten Kostenmanagement, Initiativen zur Reduzierung der Komplexität von Prozessen und Abläufen sowie die Optimierung des weltweiten Produktionsnetzwerkes und des Portfolios mit Fokus auf margenstarke Geschäfte. Des Weiteren bleibt die Entwicklung innovativer nachhaltiger Produkte und Technologien ein elementarer Bestandteil der Symrise Strategie.

Unter der Annahme weitgehend stabiler Rohstoffkosten geht der Konzern für 2024 von einer EBITDA-Marge von rund 20 % am unteren Ende des angestrebten Korridors aus. Mittelfristig strebt der Konzern eine EBITDA-Marge in der Bandbreite von 20 % bis 23 % an. Der Quotient aus Nettoverschuldung (inklusive Rückstellungen für Pensionen und ähnliche Verpflichtungen sowie Leasingverbindlichkeiten) zu EBITDA soll Ende 2024 zwischen 2,6 und 2,8 liegen. Für den Business Free Cashflow strebt der Konzern für 2024 eine Quote bezogen auf den Umsatz von rund 12 % an. Mittelfristig wird eine Quote von 14 % angestrebt.

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

## GESAMTAUSSAGE ZUR VORAUSSICHTLICHEN ENTWICKLUNG DES UNTERNEHMENS

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

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

Grundsätzlich will Symrise vorrangig organisch wachsen. Wo es sinnvoll und wertschaffend ist, tätigt der Konzern Akquisitionen oder geht strategische Partnerschaften ein, um sich Zugang zu neuen Technologien, neuen Märkten und Kunden zu verschaffen oder die nachhaltige Versorgung mit nachwachsenden Rohstoffen zu sichern.

## Erklärung zur Unternehmensführung

Die Erklärung zur Unternehmensführung ist auf der Internetseite der Symrise AG öffentlich zugänglich gemacht. Die Adresse lautet: <https://www.symrise.com/de/erklaerung-zur-unternehmensfuehrung>

## Konzerngewinn- und -verlustrechnung

In T€	Anhang	2022	2023
Umsatzerlöse	4	4.618.476	4.730.187
Herstellungskosten	5	- 2.916.399	- 3.037.616
<b>Bruttoergebnis vom Umsatz</b>		<b>1.702.077</b>	<b>1.692.571</b>
Vertriebskosten	7	- 680.623	- 675.828
Forschungs- und Entwicklungsaufwendungen	8	- 254.487	- 265.705
Verwaltungskosten	9	- 257.915	- 275.794
Sonstige betriebliche Erträge	10	113.947	79.685
Sonstige betriebliche Aufwendungen		- 5.754	- 4.798
Ergebnis aus at equity bilanzierten Unternehmen	21	12.858	9.231
Wertminderung auf at equity bilanzierte Unternehmen	21	- 126.126	0
<b>Betriebsergebnis/EBIT</b>		<b>503.977</b>	<b>559.362</b>
Finanzerträge		8.727	14.957
Finanzaufwendungen		- 81.591	- 109.370
<b>Finanzergebnis</b>	<b>11</b>	<b>- 72.864</b>	<b>- 94.413</b>
<b>Ergebnis vor Ertragsteuern</b>		<b>431.113</b>	<b>464.949</b>
Ertragsteuern	12	- 140.417	- 120.005
<b>Konzerngewinn</b>		<b>290.696</b>	<b>344.944</b>
davon entfällt auf Aktionäre der Symrise AG		280.007	340.473
davon entfällt auf nicht beherrschende Anteile		10.689	4.471
<b>Ergebnis je Aktie (in €)</b>			
verwässert und unverwässert	<b>14</b>	2,00	2,44

## Konzernbilanz

In T€	Anhang	31. Dezember 2022	31. Dezember 2023
<b>VERMÖGENSWERTE</b>			
<b>Kurzfristige Vermögenswerte</b>			
Zahlungsmittel und kurzfristige Einlagen	15	314.857	393.026
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	16	856.035	868.305
Vorräte	17	1.327.559	1.255.845
Übrige Vermögenswerte und Forderungen	18	137.570	131.256
Tatsächliche Ertragsteuerforderungen	12	47.820	53.743
		<b>2.683.841</b>	<b>2.702.175</b>
<b>Langfristige Vermögenswerte</b>			
Immaterielle Vermögenswerte	19	2.900.001	2.772.407
Sachanlagen	20	1.565.887	1.669.009
Übrige Vermögenswerte und Forderungen	18	54.699	56.650
Anteile an at equity bilanzierten Unternehmen	21	521.025	582.416
Latente Steueransprüche	22	57.510	62.956
		<b>5.099.122</b>	<b>5.143.438</b>
<b>AKTIVA</b>		<b>7.782.963</b>	<b>7.845.613</b>

## Konzernbilanz

In T€	Anhang	31. Dezember 2022	31. Dezember 2023
<b>VERBINDLICHKEITEN</b>			
<b>Kurzfristige Verbindlichkeiten</b>			
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	23	529.605	489.324
Finanzverbindlichkeiten	24	27.040	30.100
Leasingverbindlichkeiten	25	27.167	32.830
Sonstige Rückstellungen	27	14.636	7.056
Übrige Verbindlichkeiten	4, 26	274.813	259.222
Tatsächliche Ertragsteuerverbindlichkeiten	12	98.055	118.049
		<b>971.316</b>	<b>936.581</b>
<b>Langfristige Verbindlichkeiten</b>			
Finanzverbindlichkeiten	24	2.365.598	2.343.495
Leasingverbindlichkeiten	25	127.610	152.247
Sonstige Rückstellungen	27	29.118	28.464
Rückstellungen für Pensionen und ähnliche Verpflichtungen	29	459.446	499.920
Übrige Verbindlichkeiten	26	6.567	6.588
Latente Steuerverbindlichkeiten	22	212.877	192.118
		<b>3.201.216</b>	<b>3.222.832</b>
<b>SUMME VERBINDLICHKEITEN</b>		<b>4.172.532</b>	<b>4.159.413</b>
<b>EIGENKAPITAL</b>			
	<b>30</b>		
Gezeichnetes Kapital		139.772	139.772
Kapitalrücklage		2.180.722	2.180.722
Rücklage für Neubewertungen (Pensionen)		-92.444	-110.285
Kumulierte Währungskursdifferenzen		-67.477	-161.900
Gewinnrücklagen		1.388.368	1.581.019
Sonstige Rücklagen		2.431	1.944
<b>Eigenkapital der Aktionäre der Symrise AG</b>		<b>3.551.372</b>	<b>3.631.272</b>
Nicht beherrschende Anteile		59.059	54.928
<b>SUMME EIGENKAPITAL</b>		<b>3.610.431</b>	<b>3.686.200</b>
<b>PASSIVA</b>		<b>7.782.963</b>	<b>7.845.613</b>

# 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

Accenture GmbH, München

## Konzept, Design & Umsetzung

3st kommunikation GmbH, Mainz

## Reportagen

Marc-Stefan Andres, Münster

## Fotografie

Philip Bartz  
Nigel Chapman Photography  
Tim Foster, Unsplash  
Paul Green, Unsplash  
Eduardo Gorghetto, Unsplash  
Raphael Heygster  
Brienne Hong, Unsplash  
Yulia Khlebnikova, Unsplash  
Joanna Kosinska, Unsplash  
Kvalifik, Unsplash  
Graphic Node, Unsplash  
Keming Tan, Unsplash  
Nikolaus Urban

## Satz

3st kommunikation GmbH, Mainz

## Druck

Gutenberg Beuys Feindruckerei GmbH, Hannover/Langenhagen

## 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.

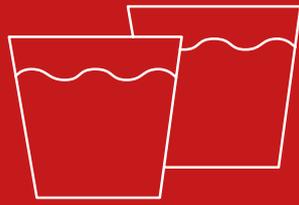
## Veröffentlichungsdatum dieses Berichts

6. März 2024

## Symrise online

[www.symrise.com/de](http://www.symrise.com/de)  
[www.symrise.com/de/unternehmensbericht/2023/unternehmen/nachhaltigkeitsbilanz/index.html](http://www.symrise.com/de/unternehmensbericht/2023/unternehmen/nachhaltigkeitsbilanz/index.html)  
[www.symrise.com/de/investoren](http://www.symrise.com/de/investoren)  
[www.symrise.com/de/unternehmensbericht/2023/index.html](http://www.symrise.com/de/unternehmensbericht/2023/index.html)





[www.symrise.com](http://www.symrise.com)