

Givaudan[®]

ENGAGING
THE
SENSES



Nachhaltigkeitshöhepunkte 2013



Unser nachhaltiges Geschäftsmodell

Givaudan hat viele Ziele: Wir wollen die Anforderungen unserer Kunden erfüllen und geschäftlich erfolgreich sein. Dabei wollen wir ein Geschäft betreiben, das die Umwelt schützt, Rohstoffe auf verantwortungsbewusste und nachhaltige Weise beschafft, Materialien und Energie effizient nutzt, unseren Mitarbeitenden eine sichere Umgebung bietet und die sozialen und wirtschaftlichen Bedingungen in den Gemeinschaften, in denen wir tätig sind, verbessert. Durch die Innovation und Kreation von Produkten, die Leistung und Nachhaltigkeit erfolgreich kombinieren, wollen wir unsere Wettbewerbsfähigkeit verbessern und gleichzeitig ein nachhaltiges Geschäftsmodell verfolgen.



Schwierige Fragen, spannende Antworten

Auch wenn wir Produkte für den täglichen Gebrauch unserer Kunden herstellen, reicht unsere langzeit Strategie darüber hinaus. Givaudan verfügt vielmehr über ehrgeizige Pläne, um sicherzustellen, dass wir unseren Kunden, Lieferanten und anderen wichtigen Interessensgruppen bis weit in die Zukunft einen Mehrwert bieten können. Dieser Mehrwert besteht unter anderem in einem verantwortungsbewussten Ansatz, mit dem wir dazu beitragen, unsere Erde zu schützen. Und da sich immer mehr Märkte auf der ganzen Welt öffnen, wollen wir künftig noch viel mehr Konsumenten erreichen – insbesondere in den Schwellenmärkten.

Mit weniger Ressourcen mehr produzieren

Dieses Ziel wirft einige interessante Fragen auf. Wie können wir auf unserem Planeten mehr produzieren und gleichzeitig weniger Energie und natürliche Ressourcen verbrauchen? Sind natürliche Ingredienzien immer besser? Und wie können wir angesichts der zunehmenden Komplexität der Lieferketten Kunden und Konsumenten helfen, nachhaltigere Entscheidungen zu treffen?

Partnerschaften machen den Unterschied

Die Antworten auf diese Fragen sind alles andere als einfach, doch wir gehen die Herausforderungen frontal an. Es ist uns bewusst, dass unsere direkten operativen Aktivitäten einen geringen, aber doch entscheidenden Anteil an unserer gesamten Nachhaltigkeitsbilanz haben. Daher ist es wichtig, dass wir die Auswirkungen unserer Aktivitäten entlang unserer gesamten Lieferkette prüfen und auch mit Akteuren aus anderen Branchen zusammenarbeiten. Als weltweit grösster Anbieter der Riechstoff- und Aromenindustrie mit 6'000 Kunden, 2'000 Rohstofflieferanten und einer Präsenz an 82 Standorten können wir auf diese Weise einen erheblichen Beitrag leisten.

Wir machen gute Fortschritte

Wir haben damit begonnen, die Auswirkungen unserer Produkte vom Rohstoff bis zum Endprodukt des Konsumenten zu untersuchen und zu messen. Darüber hinaus setzen wir uns mit Kunden und Lieferanten gemeinsam dafür ein, immer effizientere und gesündere Produkte zu kreieren und natürliche Ressourcen nachhaltig zu nutzen. Durch diese Zusammenarbeit gelingt es uns, die grössten Auswirkungen zu eruieren und so dazu beizutragen, die gesamte Industrie nachhaltiger zu machen.





Trends beleuchten. Die Zukunft gestalten.

Im Nachhaltigkeitsbericht 2013 von Givaudan konzentrieren wir uns auf zwei unserer wichtigsten Nachhaltigkeitsthemen: verantwortungsbewusste Beschaffung und nachhaltige Innovation. Dabei beleuchten wir entstehende Trends und illustrieren unsere Reaktion darauf mit Fallstudien und Beiträgen, die unser proaktives Vorgehen in diesen beiden Bereichen erklären.



Verantwortungsbewusste Beschaffung

Verantwortung wahrnehmen – vom Feld zur Marke

Wir setzen uns für Best Practices ein – beim grössten Kunden ebenso wie beim kleinsten Lieferanten. Denn es ist entscheidend, dass Wertschöpfung für alle Parteien entlang der gesamten Lieferkette stattfindet. Von nachhaltiger Landwirtschaft über faire Löhne bis hin zu kreativen Möglichkeiten und beständigen Gemeinschaften: Unsere Verpflichtungen zu einer verantwortungsbewussten Beschaffung fördern einen transparenteren und faireren weltweiten Handel.



Nachhaltige Innovation

Herausforderungen bewältigen, Chancen schaffen

Givaudans Leidenschaft für Innovation definiert uns – von chemischen Wirkstoffen und Prozessen, die unsere Technologien beinhalten, sowie Werkzeuge und Trends, die wir schaffen, bis hin zu unserer Fähigkeit, Nachhaltigkeitsthemen auf die Agenda zu bringen. Innovation eröffnet aufregende neue Horizonte und bietet Chancen für unser Geschäft und unsere Kunden.



Die folgenden Seiten geben einen Überblick darüber, wie wir Herausforderungen an die Industrie angehen und dabei einen Mehrwert durch Partnerschaften für Givaudan und ihre Interessensgruppen schaffen.



Zusammenarbeit mit einer neuen Kooperative in Haiti

Haiti ist für sein Vetiver bekannt, ein für die Parfümherstellung wichtiges ätherisches Öl. 2012 hat Givaudan eine neue Initiative für die ethische Rohstoffbeschaffung ins Leben gerufen, welche die Anbauern zu strikten Umweltschutzkriterien verpflichtet: Das von Givaudan bezogene Vetiver ist nach Ecocert ESR Fair-Trade-zertifiziert und hat Bioqualität.

Durch die Kooperative stellt Givaudan ihre Versorgung mit Vetiver sicher und profitiert dank der verbesserten Anbaumethoden und Destillationsverfahren von einer höheren Qualität. Indem wir uns zudem auf ein spezifisches geographisches Gebiet konzentrieren, können wir die Rückverfolgbarkeit gewährleisten.

Im Gegenzug unterstützt Givaudan die lokale Gemeinschaft. So wurde mithilfe des Vetiver Cooperative Development Fund die lokale Verkehrsinfrastruktur verbessert und die Erreichbarkeit von Schulen, Läden und Gesundheitseinrichtungen verbessert. Dieser positive Ansatz kommt Givaudan und den lokalen Gemeinschaften gleichermaßen zugute.





Fortschritte bei einer universellen Alternative zu Tierversuchen

Fast zehn Jahre lang hat die Division Riechstoffe von Givaudan Alternativen zu Tierversuchen erforscht. Das Ergebnis ist der KeratinoSens™ Assay, den Givaudan frei zugänglich gemacht hat, statt ihn patentrechtlich zu schützen.

2011 veröffentlichte Givaudan ihre Studienergebnisse zu KeratinoSens™ und reichte die Daten beim Europäischen Zentrum zur Validierung alternativer Methoden zu Tierversuchen (ECVAM) ein, das zur Gemeinsamen Forschungsstelle (JRC) der Europäischen Kommission gehört. 2013 befand sich der KeratinoSens™ Test gemeinsam mit zwei weiteren Testmethoden in der Endphase der Validierung durch das ECVAM. Er kann nun öffentlich kommentiert werden, wobei die Ergebnisse dieser öffentlichen Konsultation Anfang 2014 geprüft werden.

Das ECVAM arbeitet an der Einführung einer integrierten Teststrategie (ITS) für Testverfahren zur Sensibilisierung der Haut. Ziel ist es, die drei Ansätze zu kombinieren, um eine Alternative für regulatorische Zwecke zu entwickeln und somit Tierversuche zu vermeiden. Auf diese Weise kann den Anforderungen der 7. Änderung der EU-Kosmetikrichtlinie, die Tierversuche für kosmetische Zwecke verbietet, Folge geleistet werden.





Trinkfertige Tees noch gesünder machen

In Nordamerika werden trinkfertige Tees immer beliebter – Givaudan arbeitet deshalb daran, das Potenzial von Tee als gesünderem Lifestyle-Produkt weiter auszuschöpfen.

TasteEssentials™ Tea RTD Tea Review ist ein 2013 initiiertes Programm, das den Kunden sechs Entwicklungsbereiche bietet, darunter TasteSolutions™ für kalorienreduzierten Tee. Damit unterstützen wir unsere Kunden bei der Entwicklung von Produkten, die das gesamte Spektrum der Kundenwünsche abdecken – also natürlich gesüßte Tees, die einen geringen oder mittlerem Kaloriengehalt aufweisen oder ganz kalorienfrei sind.

Unsere TasteSolutions™ Tools erzeugen Süße und ermöglichen eine hervorragende Geschmackserfahrung ohne alle Nachteile, die oft mit hochintensiven künstlichen oder natürlichen, Stevia-basierten Süßstoffen assoziiert werden.



Unsere Performance

Unser Nachhaltigkeitsprogramm ist gemäss messbaren und quantifizierbaren Leistungsindikatoren ausgearbeitet worden. Anhand dieser können wir den jährlichen Fortschritt unserer Leistungen messen.



Beschaffung

Unsere Vision – Wir beschaffen Materialien auf eine Weise, die unsere Umwelt schont, die Entwicklung und das Wohlergehen der Gemeinschaft stimuliert und die effiziente Nutzung von wertvollen Ressourcen sichert.

Unsere Ziele

- Verständigung mit unseren Lieferanten über eine sozial verantwortliche Beschaffung
- Durchführung von Audits bei 200 unserer 400 wichtigsten Lieferanten bis 2015; Aufnahme von 200 unserer 400 wichtigsten Lieferanten in das Sedex-Programm bis 2015
- Identifikation und Entwicklung weiterer Initiativen für ethische Beschaffung
- Entwicklung von Drittpartei-Zertifizierungsprojekten für Rohstoffe
- Bau von 14 Schulen in Madagaskar bis Ende 2014

Unsere Erfolge

- Überarbeitung des Vendor Expectation Dokuments um unser Engagement zu der Global-Compact-Initiative der Vereinten Nationen (UNGC)UNGC wiederzuspiegeln, sowie hohe ethische und soziale Standards hinsichtlich Menschenrechte, Arbeitsnormen und Bestechung aufzunehmen
- 100 Lieferanten wurden überprüft, 248 Lieferanten nehmen nun am Sedex-Programm teil
- Anbaupartnerschaft mit GaiaOne und Kebun Rimau SDN BHD für nachhaltige Patchouli-Pflanzungen in Malaysia
- Anhaltende Unterstützung einer Kooperative, der sich drei Dörfer angeschlossen haben, sowie eines lokalen Destillateurs beim Anbau und der Vetiver nach ESR-zertifiziert destilliert
- Bau von zwölf Schulen in Madagaskar seit dem Beginn unseres Programms

Weitere Erfolge

- Weiterentwicklung der Partnerschaft mit AIM-Progress vom Mitglied (2012) über Arbeitsgruppen-Leiter (2013) bis zur Vertretung im Führungsteam (ab Januar 2014)
- Fortgesetzter Bezug von nachhaltigem und zertifiziertem Palmkernöl und Derivaten
- Einführung eines dedizierten Beschaffungsteams



Mitarbeitende

Unsere Vision – Wir gewinnen, entwickeln und behalten talentierte und kreative Fachkräfte, die ihrer Tätigkeit in unserer Firma mit Leidenschaft und Stolz nachgehen und die kompetent sind, zu einer nachhaltigen Gesellschaft beizutragen.

Unsere Ziele

- Durchführung des verhaltensbasierten Sicherheitsprogramms 'Zero is Possible'
- Einführung von "Green Teams" an allen Standorten
- Lost Time Injury Rate (LTI) unter 0,1 bis 2020
- Steigerung des Frauenanteils in hochrangigen Führungspositionen
- Zusammenarbeit mit gemeinnützigen Organisationen und gemeinnütziges Engagement in den Bereichen Blindheit, Ernährung in der Familie und Unterstützung lokaler Gemeinschaften

Unsere Erfolge

- SafeStart™, ein Bestandteil des 'Zero is Possible' Programms, wurde an zwei weiteren Standorten eingeführt; 37 Standorte sind mittlerweile geschult
- Weitere Integration und Unterstützung von Green Teams
- Unsere Lost Time Injury Rate (LTI) wurde gegenüber 2009 um 57% verringert
- Der aktuelle Anteil der weiblichen Mitarbeiter in Führungspositionen von Givaudan hat sich auf 17,9% im Jahr 2013 erhöht, eine Verbesserung zum Vorjahr
- Fortsetzung der Unterstützung von gemeinnützigen Engagements



Innovation und Entwicklung

Unsere Vision – Givaudan führt bei der Schaffung von verbraucherbevorzugten Riech- und Geschmacksstoffen, die im Einklang mit Nachhaltigkeitsrichtlinien gestaltet und entwickelt werden und somit aktuellen und zukünftigen Anforderungen gerecht werden.

Unsere Ziele

- Compliance der Division Riechstoffe mit den jeweils geltenden Anforderungen der EU-Verordnung REACH in den Jahren 2010, 2013 und 2018
- Vorläufiges Umsatzziel für das Gesundheits- und Wellnessprogramm der Division Aromen in Höhe von CHF 100 Millionen; schrittweises Wachstum von 2009 bis 2013

Unsere Erfolge

- Die Division Riechstoffe ist vollkommen konform mit REACH und hat die erforderlichen Registrierungen erfolgreich abgeschlossen
- Wir haben unsere Prognose von CHF 100 Millionen an schrittweisem Umsatzwachstum für Gesundheits- und Wellness-Produkte übertroffen

Weitere Erfolge

- Der KeratinoSens™ Test (In-vitro-Testverfahren zur Sensibilisierung der Haut) ist im Begriff, im Rahmen der integrierten Teststrategie (ITS) zu einem Industriestandard zu werden



Betriebsabläufe

Unsere Vision – Wir optimieren kontinuierlich unsere Betriebsprozesse, ohne die Umwelt oder die Gesundheit und das Wohlbefinden unserer Mitarbeitenden und der Gemeinden, in denen wir tätig sind, zu beeinträchtigen.

Unsere Ziele

Pro produzierte Tonne gegenüber dem Ausgangswert von 2009:

- Energieverbrauch: Rückgang um 20% pro Tonne Produkt bis 2020
- Wasserverbrauch: Rückgang um 15% pro Tonne Produkt bis 2020 (kommunales und Grundwasser)
- Direkte und indirekte CO₂-Emissionen: Rückgang um 25% pro Tonne Produkt bis 2020 (indirekt bezieht sich auf zugekaufte Energie, nicht auf Energie, die von anderen verbraucht wird, wie z.B. unseren Rohstofflieferanten)
- Gesamtgewicht der deponierten und verbrannten Abfälle : Rückgang um 15% pro Tonne Produkt bis 2020

Unsere Erfolge

Pro produzierte Tonne gegenüber dem Ausgangswert von 2009:

- 13,4%ige Reduzierung des Energieverbrauchs
- 6,4%ige Reduzierung der kommunalen Wasser- und Grundwassernutzung
- 19,9%ige Reduzierung der direkten und indirekten CO₂-Emissionen
- 14,4%ige Reduzierung des Gesamtgewicht der deponierten und verbrannten Abfälle



Kunden und Märkte

Unsere Vision – Wir arbeiten aktiv mit unseren Kunden, um sicherzustellen, dass alle unsere Produkte die Gesundheit und das Wohlbefinden der Menschen sowie die Erhaltung unseres Planeten fördern. Wir tun dies, indem wir mit unseren Geschäftspartnern gemeinsamen Herausforderungen bei der Nachhaltigkeit über den gesamten Lebenszyklus der Produkte gerecht werden.

Unsere Ziele

- Schaffung gemeinsamer Initiativen zur Unterstützung der Nachhaltigkeitsziele von Givaudan und unseren Partnern

Unsere Erfolge

- Leitung einer Arbeitsgruppe für AIM-PROGRESS und Einladung in den Beratungsausschuss ab 2014
- Partnerschaft mit Diptyque beim nachhaltigen Anbau von Ylang Ylang
- Partnerschaft mit AkzoNobel bei einer Lösung zur Salzreduktion

Weitere Erfolge

- Alle Standorte von Givaudan haben den Sedex-Fragebogen zur Selbstbewertung ausgefüllt; 9 SMETA-Audits wurden durchgeführt
- Anhaltendes Sponsoring des Eco Beauty Awards der Cosmetic Executive Women (CEW) in den USA und Grossbritannien, um zu nachhaltigem Handeln in der Schönheitsbranche anzuregen
- Externe Fürsprachen, unter anderem mit einer Rede vor der British Society of Perfumers
- Erhalten des Gold-Status bei EcoVadis-Bewertung
- Partnerschaft mit NRSC bei der Entwicklung einer Lieferkette für nachhaltig produzierte Produkte aus Palmöl



Weitere Informationen

Die Nachhaltigkeits-Reporting-Suite 2013 von Givaudan.

Im Unterschied zu früher haben wir dieses Jahr eine Nachhaltigkeits-Reporting-Suite erstellt, die aus dem Nachhaltigkeitsbericht an sich und einem Technischen Bericht zur Global Reporting Initiative (GRI) besteht.

Letzterer orientiert sich an den Sustainability Reporting Guidelines G3.1 der GRI und enthält detaillierte Informationen über das Unternehmen, seine Materialitätsanalysen, seinen Managementansatz und seine Leistungsindikatoren. Unser GRI-Bericht wird unabhängig von Ernst & Young geprüft.



Mehr Details über unsere Fortschritte im Jahr 2013, finden Sie in unserem [Nachhaltigkeitsbericht](#)



Mehr Informationen über unserer Leistungen im Jahr 2013, finden Sie in unserem technischen [Bericht GRI](#)

Kontaktieren Sie uns

Um weitere Informationen über die Nachhaltigkeitsaktivitäten von Givaudan zu erhalten, kontaktieren Sie bitte:

global.sustainability@givaudan.com