

food TECHNOLOGIE

Magazin für Inhaltsstoffe, Herstellung und Verpackung



TITELTHEMA

Sensient Technologies: „**Wir sind da,
wo unsere Kunden sind**“



„Wir sind da, wo unsere Kunden sind“

Sensient Technologies Corporation ist einer der Global Player im Bereich Farben und Aromen. Benno Keller sprach mit Kenneth P. Manning, dem Chairman, President und CEO.

BK: Sensient ist heute eine Gesellschaft mit 1,3 Mrd. Dollars Umsatz und die Gewinne sind auf dem Allzeithoch. Wie konnte Sensient so erfolgreich werden?

KENNETH P. MANNING: Die Firma wurde 1882 für die Herstellung von Gin gegründet. Ab 1887 nutzte man die Erfahrung bei Fermentations-Prozessen und konzentrierte sich auf Hefe-Produkte. Das war noch so, als ich 1996 CEO wurde.

Dieser Markt zeigte aber kein Wachstum mehr, weshalb wir uns entschieden, in die Bereiche Farben, Aromen und Geruchsstoffe einzutreten. Viele unserer Geschäftsbereiche waren ein commodity business geworden, also die Hefen, gefrorene Kartoffeln und Käse in Großgebinden.

Als CEO habe ich mich von den Bereichen mit geringem Wachstum getrennt und die Mittel für Investitionen in Firmenübernahmen und neue Technologien genutzt. Alle Akquisitionen sind nun integriert und wachsen organisch. Sensient ist heute ein weltweit führender Entwickler, Hersteller und Vermarkter von Farben, Aromen und Geruchsstoffen.

BK: Wie gestaltet sich Ihre weltweite Präsenz?

MANNING: 1996 waren 95% unserer Mitarbeiter Amerikaner, die 90% unserer Umsätze in den USA abgewickelt haben. Jetzt werden 60% unseres Verkaufs mit zwei Dritteln

der Mitarbeiter von insgesamt 4000 außerhalb der USA erzielt. Wir operieren von 35 Ländern aus, mit 75 Standorten und verkaufen in 150 Länder. Das heißt, wir sind, wo unsere Kunden sind.

BK: In welchen Produktbereichen sehen Sie die wichtigsten Anwendungen?

MANNING: Als Lieferant von Lösungen für Farben und Aromen für die Lebensmittelindustrie bietet Sensient Aromen, natürliche und

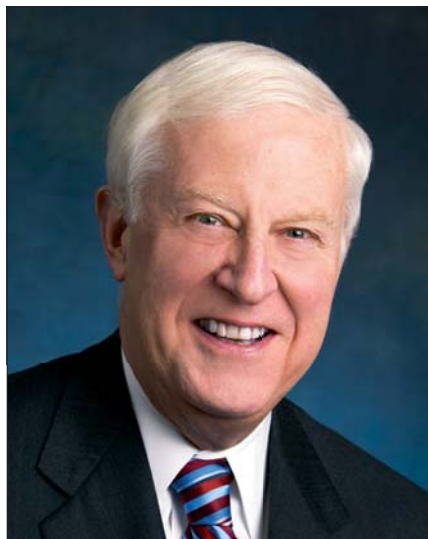
synthetische Farben für Lebensmittel und Getränke an. Es gibt viele Anwendungen. Wichtig sind natürliche Farben für Getränke. Wir entwickeln auch kosmetische und pharmazeutische Systeme, Inkjet- und Spezialtinten und andere Farben, sowie Erzeugnisse in der Feinchemie. Dies sind Folgeprodukte unserer Erfahrungen mit Lebensmittelfarben.

BK: An welchen neuen Produkten oder technologischen Fortschritten arbeiten Sie?

MANNING: Die Verwendung natürlicher Aromen und Farben wächst weiter, geführt vom Gesundheits- und Wellness-Trend. Wir haben unsere kombinierten Farben „fusion natural colors“ eingeführt, die Verbrauchervünsche hinsichtlich hoher Reinheit erfüllen und unseren Kunden Verbesserungen bei der Wahl von Farbnuancen bieten. Diese „matching shades“ oder Farbschlüssel sind stabil und konsistent bei zahlreichen Lebensmittel- und Getränkeanwendungen.

Wir haben auch eine einzigartige CO₂ Extraktionstechnologie für Aromen entwickelt, für die ein Patent beantragt ist. Diese Produkte sind typischerweise zwei- bis dreimal so intensiv wie traditionelle Extrakte und schmecken natürlicher.

Technologie, die wir für Lebensmittel und Getränke entwickelt haben, konnten wir auch im Nonfood-Markt verwenden. Zum Beispiel hat



Kenneth P. Manning, Chairman, President und CEO von Sensient Technologies Corporation

es uns die Technologie für Farben ermöglicht, in pharmazeutische Coatings vorzudringen, in kosmetische Inhaltsstoffe und Inkjet-Tinten.

BK: Welche Investitionen planen Sie für Farben und Aromen?

MANNING: Wir haben erheblich in unsere Einrichtungen in den USA, Europa und China, sowie an anderen Standorten auf der Welt investiert. Und unsere Investitionen in state-of-the-art Labors und Technologie gehen weiter. Kürzlich haben wir eine CO₂-Extraktionsanlage in Indianapolis eröffnet, zusätzlich zu unserer ursprünglichen Anlage in Bletchley, UK. Auch haben wir 16 Millionen Dollars für die weltweit größte Anlage für natürliche Farben ausgegeben.

In Hamburg haben wir die Erweiterung unserer Kapazitäten für Emulsionen abgeschlossen und in Italien haben wir uns mit vielen Millionen engagiert, unsere Extraktions-Einrichtungen zu verbessern und zu modernisieren. In China haben wir investiert um Produktentwicklung und Herstellung in diesem Wachstumsmarkt zu erweitern.

Wir werden weiterhin überall auf der Welt investieren um unsere F&E und Produktionskapazität in erweitern.



In den Sensient Labors entstehen Farben und Aromen

BK: Wie sieht Ihr Engagement in Deutschland aus und wo sehen Sie besondere Herausforderungen und Chancen?

MANNING: Wir haben eine state-of-the-Art-Aromenanlage in Bremen und eine OLED-Feinchemie-Firma in Leipzig, von wo aus wir bis nach Korea verkaufen. Von Deutschland aus beliefern wir osteuropäische Märkte, in denen unsere natürlichen Farben und Aromen besonders geschätzt sind, aber auch China.



Sensient stellt auch Farben und Coatings für pharmazeutische Produkte her.

Wir sehen, dass es in Deutschland sehr fähige Technologen gibt, wie man sie andernorts kaum findet.

BK: In Deutschland ist Sensient fast ein Synonym für natürliche Farben. Sehen Sie einen klaren Trend und was sind die Vor- und Nachteile natürlicher Farben und Aromen gegenüber synthetischen Ingredients?

MANNING: Verbraucher wollen natürliche Farben. Also ermutigen wir unsere Kunden, auf natürliche Farben umzustellen. Der Gesundheits- und Wellnessrend nimmt zu; dies gilt ebenso für natürliche Farben und Aromen. Die Stabilität synthetischer Farben ist größer und sie können preisgünstiger sein. Wir sehen jedoch, dass die Nachfrage nach natürlichen Farben in Ost-Europa und Asien am schnellsten wächst, obwohl das Haushaltseinkommen niedriger ist als in weiter entwickelten Ländern. Mit unseren deutschen Aktivitäten bezüglich natürlicher Farben bin ich sehr zufrieden. Sie helfen uns, die Nummer 1 auf dem Markt für natürliche Farben zu werden.

BK: Welche globalen Ziele verfolgen Sie? Welche der Emerging Markets sind für Sie besonders interessant?

MANNING: Im Unterschied zu unseren Wettbewerbern verlassen wir Deutschland, Frankreich, Italien und das UK nicht in Richtung Niedrigkosten-Länder. Gerade in Sensient Colors in Deutschland haben wir viel investiert. Wir haben jetzt die breiteste Produktpalette aller Hersteller von Lebensmittelfarben auf der Welt.

Wir wachsen auch geographisch weiter. Wir machen gute Geschäfte in China und Thailand. Südamerika wartet schon. Wir investieren in Brasilien. Von Costa Rica aus beliefern

wir den karibischen Raum. Südafrika ist wichtig, Nordafrika wird längerfristig interessant, die Türkei ist bereits jetzt ein guter Markt.

BK: Wie organisieren Sie Ihre F&E Aktivitäten?

MANNING: F&E ist ein integraler Bestandteil der Firma. Unsere F&E Leute arbeiten partnerschaftlich mit unseren Kunden zusammen um neue Produkte mit maßgeschneiderten Aromen und Farben zu entwickeln. Größere F&E Zentren haben wir in Deutschland, dem UK, in Indianapolis und St. Louis. Mit unseren F&E Zentren überall auf der Welt ermutigen wir unternehmerisches Denken überall im Konzern.

Wir wollen, dass die Forschung nah am lokalen Markt und bei den Kunden ist, die sie unterstützt. Wir haben Tausende Aromen-Rezepturen und Farbsysteme, mit denen wir einzigartige Lösungen für Kundenwünsche bieten.

Eine wichtige Einrichtung ist unser Scientific Advisory Committee, in dem F&E Mitarbeiter aus der ganzen Welt ihre Ideen austauschen. Das Committee trifft sich zweimal im Jahr und ich bin immer dabei – ebenso bestimmte Direktoren. Es ist äußerst hilfreich und kann die Entwicklung der F&E geradezu dramatisch fördern.

BK: Was ist Ihre Position bezüglich weiterer Firmenkäufe oder Joint Ventures?

MANNING: Wir sind immer daran interessiert, Zugang zu Technologie und zu Märkten zu erlangen, insbesondere mit kleineren Einheiten ... wir sind offen dafür.

BK: Was sind die künftigen Ziele von Sensient Technologies?

MANNING: Wir werden weiter geographisch und mit neuen Produkten wachsen. Wir planen unseren Vertrieb auszubauen und unsere Kunden ortsnah zu versorgen. Wir werden noch mehr Wert auf die Produktentwicklung in unseren F&E Zentren legen um schnell zu entwickeln und zu vermarkten. Wir wollen die Nummer eins in der Branche sein.

BK: Herr Manning, wir danken Ihnen für dieses Gespräch.

Weitere Informationen:
www.sensient.com

Copyright Bilder: Sensient Technologies



Sensient Technologies Corporation

777 East Wisconsin Avenue

Milwaukee, WI 53202-5304

www.sensient.com

1-800-558-9892