

Syngenta International AG

Media Office
 CH-4002 Basel
 Schweiz
 Tel: +41 61 323 23 23
 Fax: +41 61 323 24 24

www.syngenta.com

Medienanfragen:

Michael Edmond Isaac
 Schweiz +41 61 323 2323

Paul Minehart
 USA +1 202 737 8913

Analysten/Investoren:

Jennifer Gough
 Schweiz +41 61 323 5059
 USA +1 202 737 6521

Claire Hinshelwood
 Schweiz +41 61 323 7812
 USA +1 202 737 6520

**Medienmitteilung**

Basel, Schweiz, Mittwoch, 8. Februar 2012

Jahresabschluss 2011**Starke Performance im ersten Jahr der integrierten Strategie**

- Umsatz von USD 13,3 Milliarden, plus 14 Prozent bzw. plus 12 Prozent zu konstanten Wechselkursen¹
- Nachhaltiges Absatzwachstum, höhere Preise bei Crop Protection
- EBITDA-Marge bei Seeds erreicht 17,1 Prozent (2010: 12,7 Prozent)
- Reingewinn² steigt um 14 Prozent auf USD 1,6 Milliarden
- Gewinn pro Aktie³ steigt um 18 Prozent auf USD 19,36
- Free Cashflow mit USD 1,5 Milliarden auf Rekordhöhe
- Höherer Kapitalrückfluss mit vorgeschlagener Dividende von CHF 8,00

| | Kennzahlen | | | |
|-------------------------------------|------------------|------------------|---------------|-----------------------|
| | 2011 Mio. USD | 2010 Mio. USD | Effektiv % | kWk ¹ % |
| Umsatz | 13 268 | 11 641 | + 14 | + 12 |
| Crop Protection | 10 162 | 8 878 | + 14 | + 12 |
| Seeds | 3 185 | 2 805 | + 14 | + 12 |
| Reingewinn² | 1 599 | 1 397 | + 14 | |
| EBITDA | 2 905 | 2 505 | + 16 | + 18 |
| Gewinn pro Aktie³ | \$19,36 | \$16,44 | + 18 | |

¹ Wachstum zu konstanten Wechselkursen (kWk) siehe Anhang A des englischen Originals.

² Reingewinn an die Aktionäre der Syngenta AG (entspricht verwässertem Gewinn pro Aktie von USD 17,31).

³ Verwässerter Gewinn pro Aktie vor Restrukturierung und Wertberichtigung.

Mike Mack, Chief Executive Officer, sagte:

"Anfang 2011 haben wir unsere neue Strategie präsentiert, in der wir die Geschäftsbereiche Crop Protection und Seeds zusammen führen, um ein komplett integriertes Angebot für Nutzpflanzen auf globaler Ebene zu schaffen. Erfreulicherweise kann ich Ihnen mitteilen, dass wir im Berichtsjahr starke Umsatz- und Gewinnzuwächse erzielt haben und mit der Umsetzung der Strategie schneller als erwartet vorangekommen sind. Die Integration unserer Geschäftsorganisation zeigt sich bereits in zusätzlichem Umsatzpotenzial. Unsere Zuversicht wird durch die positive Resonanz unserer Kunden gestärkt, welche die Bedeutung eines integrierten Angebots im zunehmend komplexen Landwirtschaftssektor anerkennen.

Die Preise für Nutzpflanzen waren 2011 zwar volatil, zeigten aber dank der positiven Nachfragedynamik einen Aufwärtstrend. Die stärksten Wachstumsimpulse lieferten die Schwellenmärkte, wo wir nach dem erneuten Umsatzplus von 18 Prozent knapp die Hälfte unseres Gesamtumsatzes erzielten. In den entwickelten Ländern haben wir ein solides Wachstum von sechs Prozent erzielt, welches sich im Erfolg neuer Produkte und in unseren guten Kundenbeziehungen ausdrückt. In den USA konnten wir unsere Marktführerschaft bei Crop Protection nutzen, um unser optimiertes Portfolio für Mais- und Soja-Saatgut besser bekannt zu machen. Wir haben somit dazu beigetragen, unser Margenziel für den Geschäftsbereich Seeds im Geschäftsjahr deutlich zu übertreffen. Der Free Cashflow ist 2011 auf ein Rekordniveau von USD 1,5 Milliarden gestiegen, so dass wir in 2012 weiterhin investieren und wieder einen höheren Kapitalrückfluss an unsere Aktionäre weitergeben können.“

Kennzahlen 2011

Umsatz bei USD 13,3 Milliarden

Der Umsatz zu konstanten Wechselkursen (kWk) stieg um 12 Prozent. Das Absatzwachstum betrug 11 Prozent bei einem Preisanstieg von einem Prozent. In der Berichtswährung wurde ein Umsatzwachstum von 14 Prozent ausgewiesen aufgrund des Währungseffekts von zwei Prozent.

EBITDA erreicht USD 2,9 Milliarden

Der EBITDA zu konstanten Wechselkursen stieg um 18 Prozent, und die EBITDA-Marge erhöhte sich auf 21,9 Prozent (2010: 21,5 Prozent). Zu konstanten Wechselkursen betrug die Marge 22,8 Prozent, was das gute Absatzwachstum und das verbesserte Preisgefüge sowohl bei Crop Protection als auch Seeds widerspiegelt. Wir investierten weiter in die Expansion unseres Geschäfts, mit einem Schwerpunkt auf den Schwellenmärkten. Insgesamt haben wir 2011 Kosteneinsparungen von USD 132 Millionen erreicht, inklusive Effizienzgewinne durch das integrierte Geschäftsmodell.

Währungseffekte

Der EBITDA wurde durch Währungseffekte um USD 52 Millionen geschmälert. Dabei wurde die umsatzsteigernde Wirkung des schwachen US-Dollars durch die vom starken Schweizer Franken verursachte Kostensteigerung überkompensiert. Abgedeckt wurden die Währungseffekte durch Absicherungsmaßnahmen, die wir 2010 implementiert haben.

Reingewinn von USD 1,6 Milliarden

Der Reingewinn nach Restrukturierung und Wertberichtigung stieg um 14 Prozent. Der Gewinn pro Aktie vor Restrukturierung und Wertberichtigung stieg um 18 Prozent auf USD 19,36.

Netto-Finanzaufwand und Steuern

Der Netto-Finanzaufwand stieg gegenüber dem Vorjahreswert von 2010 geringfügig auf USD 165 Millionen, und der Steuersatz für das Berichtsjahr blieb unverändert.

Cashflow und Bilanz

Das Verhältnis zwischen durchschnittlichem Working Capital und Umsatz sank auf 37 Prozent gegenüber 39 Prozent im Vorjahr. Grund hierfür war die weitere Reduzierung der Lagerbestände in Prozent vom Umsatz infolge der unverändert hohen Nachfrage bei Crop Protection wie auch Seeds. Die Anlageinvestitionen einschliesslich immaterieller Werte betrugen USD 575 Millionen (2010: USD 526 Millionen), die Ausgaben für Akquisitionen beliefen sich auf USD 19 Millionen. Der Free Cashflow erreichte ein Rekordniveau von USD 1,5 Milliarden, und der Cash Flow Return on Investment konnte mit 14 Prozent die Zielvorgabe von 12 Prozent übertreffen. Das Verhältnis von Nettoverschuldung zu Eigenkapital betrug 15 Prozent (2010: 20 Prozent).

Dividende und Aktienrückkauf

Der Kapitalrückfluss an Aktionäre belief sich 2011 auf insgesamt USD 903 Millionen. Die Dividende wurde um 17 Prozent (in US-Dollar: 36 Prozent) angehoben, so dass sich ein Gesamtbetrag von USD 705 Millionen an Dividenden ergibt. Darüber hinaus erfolgten Aktienrückkäufe im Wert von USD 198 Millionen.

Angesichts des anhaltend hohen Cashflows wird der Verwaltungsrat der Generalversammlung am 24. April 2012 vorschlagen, die Dividende auf CHF 8,00 pro Aktie zu erhöhen (2010: CHF 7,00). Dies entspricht einer Anhebung um 14 Prozent in Schweizer Franken bzw. rund 15 Prozent in US-Dollar zum Wechselkurs per Ende Januar. Darüber hinaus plant das Unternehmen aktuell für 2012 Aktienrückkäufe in Höhe von USD 200 Millionen, so dass sich der Kapitalrückfluss unter dem Strich auf rund USD 1 Milliarde belaufen wird.

Überblick über die Geschäftsbereiche

Crop Protection

- **Umsatz USD 10,2 Milliarden, +12%***
- **Absatzmenge +11%, Preise +1%**
- **EBITDA bei USD 2,5 Milliarden (2010: USD 2,2 Milliarden)**
- **EBITDA-Marge bei 24,4% (2010: 24,7%)**

Der Umsatz zu konstanten Wechselkursen hat 2011 um über USD 1 Milliarde zugelegt. Die starke Absatzdynamik hielt auch im zweiten Halbjahr weiter an, mit breit abgestützten Zuwächsen in Lateinamerika sowie starken Wachstumsimpulsen in Nordamerika bei selektiven Herbiziden wie auch Seed Care. Auch die Preisentwicklung war positiv dank eines markanten Preisanstiegs im zweiten Halbjahr, bei dem in sämtlichen Regionen höhere Preise erzielt wurden. Die EBITDA-Marge zu konstanten Wechselkursen stieg gegenüber dem Vorjahr um 0,6 Prozent auf 25,3 Prozent. Infolge höherer Absatzmengen und Preise konnten Wachstumsinvestitionen fortgesetzt werden.

* zu konstanten Wechselkursen

Die Region **Europa, Afrika & Mittlerer Osten** verbuchte durchweg starke Wachstumsraten, allen voran in den Schwellenmärkten. In den GUS-Staaten stieg der Umsatz um über 50 Prozent an, und auch Südost-Europa erzielte ein solides Wachstum. In den Industrienationen lieferten vor allem Frankreich und Nordeuropa dank erfolgreicher Produkteinführungen eine solide Performance ab. **Nordamerika** konnte im zweiten Halbjahr kräftig zulegen und steigerte bei deutlichen Preisanstiegen das Absatzvolumen um mehr als 20 Prozent. Der Herbizid-Umsatz stieg dank unserer guten Lösungen für resistente Unkrautarten an, während der Umsatz mit Fungiziden durch höheren Einsatz bei Mais und Soja anstieg. **Lateinamerika** verbuchte das ganze Jahr über hohes Absatzwachstum und steigende Preise. Hauptgründe hierfür waren die gute Ertragslage der Landwirte und unser breites Produktangebot. In **Asien/Pazifik** sind wir weiterhin führend bei der Modernisierung des Einsatzes von Pflanzenschutzmitteln, mit zweistelligen Wachstumsraten in China, Indien und Südostasien.

Bei **Selektiven Herbiziden** bauen wir mit der Einführung von AXIAL® in Frankreich und auf der Iberischen Halbinsel unsere Marktposition im europäischen Getreidemarkt weiter aus. Mit mehr als zehn Jahren im Markt verzeichnete CALLISTO® bei Mais gutes Wachstum in allen Regionen. Bei **Nicht-selektiven Herbiziden** stieg die Nachfrage nach TOUCHDOWN® vor allem in Lateinamerika aufgrund der Ausweitung Glyphosat-toleranter Nutzpflanzen. Das Wachstumspotenzial bei **Fungiziden** zeigte sich über alle Nutzpflanzen hinweg, insbesondere bei Mais und Soja in Nordamerika sowie Reis und Gemüse in Asien/Pazifik. Auch **Insektizide** konnten auf breiter Front zulegen, insbesondere mit ACTARA® bei Mais und Soja in Brasilien sowie DURIVO® bei verschiedenen Nutzpflanzen in Brasilien und Asien/Pazifik. Der Umsatz bei **Seed Care** belegte die rasche Marktakzeptanz in den Schwellenmärkten sowie den Markterfolg von CRUISER® in Frankreich. Bei **Professional Products** wurden vor allem gute Zuwächse im Bereich Golfrasen- und Landschaftspflege sowie im Verbrauchersegment erzielt.

Blockbuster: Die Thiamethoxam-Umsätze überstiegen erstmals die Schwelle von USD 1 Milliarde. Haupttreiber hierfür waren der Erfolg der CRUISER® Saatgutbehandlung sowie von ACTARA® zur Boden- und Blattanwendung. Der Umsatz mit Azoxystrobin (AMISTAR®) belief sich auf USD 1,3 Milliarden.

Neue Produkte: Der Umsatz mit neuen Produkten, die seit dem Jahr 2006 eingeführt wurden, stieg um 50 Prozent auf USD 619 Millionen. Syngenta hat seit 2006 sechs neue Produkte auf den Markt gebracht, die zusammen ein Umsatzpotenzial von über USD 1,5 Milliarden haben. AVICTA®, eine Saatgutbehandlung zur Kontrolle von Nematoden, verbuchte einen starken Umsatzanstieg infolge der Neueinführungen bei Mais und Soja sowie des erweiterten Einsatzes bei Baumwolle. Das Wachstum des Getreideherbizids AXIAL® ist primär auf seine Markteinführung in Frankreich und auf der Iberischen Halbinsel zurückzuführen. DURIVO®, ein Insektizid für Gemüse und Reis, erzielte einen Umsatz von über USD 150 Millionen und wächst weiterhin besonders stark in Schwellenmärkten. Das Fungizid REVUS® gehört zu unserem führenden Marktangebot für Kartoffeln. Das 2010 zunächst nur für Gerste eingeführte SEGURIS® findet inzwischen auch bei Weizen Anwendung. VIBRANCE™, der erste speziell zur Saatgutbehandlung entwickelte Wirkstoff, wurde in Argentinien eingeführt und erhielt zudem die Marktzulassung für Frankreich.

Seeds

- **Umsatz USD 3,2 Milliarden, +12%***
- **Absatzmenge +9%, Preise +3%**
- **EBITDA bei USD 544 Millionen (2010: USD 357 Millionen)**
- **EBITDA-Marge bei 17,1% (2010: 12,7%)**

Das Absatzwachstum wurde von den Segmenten Mais und Soja sowie Diverse Feldsaaten angeführt und war begleitet von einem weiteren deutlichen Rentabilitätsanstieg. Die Verstärkung des Portfolios, vor allem bei Mais, führte zu einer höheren Bruttomarge. Fixkostendegression und Kostensynergien haben zudem eine Verbesserung der EBITDA-Marge auf 17,1 Prozent bzw. 17,7 Prozent zu konstanten Wechselkursen bewirkt. Dies übertraf deutlich den Zielwert von 15 Prozent, der 2007 für das Jahr 2011 festgelegt worden war. Damals lag die EBITDA-Marge noch unter 5 Prozent.

Die Umsätze bei **Mais und Soja** stiegen in allen Regionen mit zweistelligen Raten, ausser in Asien/Pazifik, wo der Umsatz aufgrund eines Überangebots in Südostasien geringer ausfiel. In Nordamerika wurden die Mais-Anbauflächen ausgeweitet, und zudem konnten wir unseren Marktanteil bei Mais dank unserer erfolgreichen neuen Technologie auf rund 11 Prozent ausbauen. Die Erträge aus dem zur Entwicklung dieser Technologien investierten Kapital nehmen durch Lizenzumsätze und die sukzessive Markteinführung in Lateinamerika inzwischen zu. Der Gesamtumsatz mit Mais- und Sojasaatgut in Lateinamerika ist um 38 Prozent gestiegen. Dieses Segment profitiert bereits von den intensiveren Marketing- und Vertriebsaktivitäten infolge unserer Geschäftsintegration.

Der Umsatzzuwachs bei **Diversen Feldsaaten** ist Ausdruck unserer Expansion in hochwertigen Sonnenblumensaaten. Starkes Wachstum war in der Region EAME, insbesondere in den Schwellenländern, zu verzeichnen. Der Bereich **Vegetables** war in Nordamerika und Europa von der Wirtschaftskrise beeinträchtigt, während in anderen Regionen weiterhin gutes Wachstum erzielt wurde. Auch der Bereich **Flowers** war, vor allem im vierten Quartal, vom schwierigen Wirtschaftsumfeld betroffen.

Neue Produkte: 2011 war in den USA das erste komplette Geschäftsjahr nach Markteinführung von drei neuen proprietären Mais-Traits. AGRISURE® VIPTERA™ bietet eine unübertroffene Kontrolle von Lepidoptera-Schädlingen und ermöglicht eine Ertragssteigerung von durchschnittlich 9-12 Bushel pro Acre gegenüber Konkurrenzprodukten. Dieser Trait wurde im zweiten Halbjahr 2011 auch in Brasilien erfolgreich eingeführt und erhielt jetzt die Marktzulassung für Argentinien. AGRISURE® ARTESIAN™ ist ein nativer Trait zur optimierten Wassernutzung, der unter moderaten Dürrebedingungen eine Ertragssteigerung von 14 Bushel pro Acre ermöglicht. Bei ENOGEN® handelt es sich um den ersten Output-Trait, der Ethanol-Herstellern Kosteneinsparungen von 8-11 US Cent je produzierter Gallone bietet.

* zu konstanten Wechselkursen

Integrierter Jahresumsatz 2011:

| | 2011 Mio. USD | 2010 Mio. USD | Effektiv % | kWk % |
|------------------------------------|-------------------------|------------------|---------------|-------------|
| Europa, Afrika und Mittlerer Osten | 3 961 | 3 402 | + 16 | + 12 |
| Nordamerika | 3 269 | 2 953 | + 11 | + 10 |
| Lateinamerika | 3 305 | 2 762 | + 20 | + 19 |
| Asien/Pazifik | 1 885 | 1 694 | + 11 | + 7 |
| Total | 12 420 | 10 811 | +15 | + 13 |
| Lawn & Garden | 847 | 807 | + 5 | + 1 |
| Business Development | 1 | 23 | - | - |
| Syngenta Total | 13 268 | 11 641 | + 14 | + 12 |

Stand der Integration: Unser Geschäft ist in 19 Gebiete aufgeteilt, die zu vier Regionen zusammengefasst sind, nach denen sich unsere Berichterstattung gliedert. In 16 dieser Gebiete haben wir 2011 die Geschäftsorganisationen integriert. Die Integration sämtlicher Gebiete wird bis Mitte 2012 – und damit früher als geplant – abgeschlossen sein. Die globalen Crop-Teams arbeiten gemeinsam mit dem Management in den Regionen und Gebieten daran, integrierte Angebote für alle Nutzpflanzen zu entwickeln und zu optimieren.

Durch das integrierte Geschäftsmodell wurden 2011 Effizienzgewinne in Höhe von USD 112 Millionen realisiert. Bis 2015 sind auf das Jahr umgerechnet Nettoeinsparungen in Höhe von USD 650 Millionen geplant, von denen rund 45 Prozent auf Vertriebs- und Verwaltungskosten sowie 55 Prozent auf Herstellkosten (COGS) entfallen.

Durch die zügig fortschreitende Geschäftsintegration können wir auch unser Portfolio schneller integrieren, damit unsere Vertriebsteams den Kunden künftig das gesamte Spektrum von Seeds, Seed Care und Crop Protection anbieten können. Gleichzeitig wurden auch die F&E-Organisationen zusammengelegt, um mit gebündelten Ressourcen neue, integrierte Lösungen entwickeln zu können. Darüber hinaus werden auch gemeinsame Plattformen für Produktion und Logistik geschaffen. Um die entstehende integrierte Organisation abzubilden, werden wir ab dem ersten Halbjahr 2012 eine neue, auf den vier Regionen basierende Segmentberichterstattung für Umsatz und Rentabilität einführen. Lawn & Garden wird dabei als separates Segment auf globaler Ebene geführt. Die Umsätze der Sparten Crop Protection und Seeds werden weiterhin nach Produktlinien und Regionen ausgewiesen. Darüber hinaus werden wir den geschätzten Gesamtumsatz für die folgenden acht strategischen Nutzpflanzen veröffentlichen: Getreide, Mais, Diverse Feldsaaten, Reis, Soja, Spezialkulturen, Zuckerrohr sowie Vegetables.

Pipelines bei Nutzpflanzen: Wir haben für alle Nutzpflanzen Umsatzziele festgelegt, die sich nach 2015 zu einem Gesamtumsatz von über USD 22 Milliarden addieren. Diese Umsatzziele beinhalten sowohl Zuwächse des bestehenden Portfolios als auch die Einführung von Neuprodukten. Eine wachsende Bedeutung kommt dabei integrierten Angeboten zu, was unsere neue Struktur von F&E-Organisation und Crop-Teams widerspiegelt.

Leistungskennzahlen

Es ist unser Ziel, in den nächsten fünf Jahren unseren Marktanteil über das gesamte integrierte Marktangebot hinweg um durchschnittlich 0,5 Prozent pro Jahr auszubauen. Bis 2015 streben wir eine unternehmensweite EBITDA-Marge von 22-24 Prozent und einen Cash Flow Return on Investment von über 12 Prozent an. Ferner wollen wir die Dividendenzahlungen als wichtigste Form des Mittelrückflusses an unsere Aktionäre kontinuierlich erhöhen und auf taktischer Basis zusätzlich Aktienrückkäufe tätigen.

Ausblick

Mike Mack, Chief Executive Officer, sagte:

"Zum Saisonauftakt 2012 sehen wir trotz wirtschaftlicher Unsicherheiten einem nachhaltigen Umsatzwachstum und weiteren Marktanteilsgewinnen entgegen. Die Integration unserer Geschäftsteams geht zügig voran, unsere ersten integrierten Produktangebote finden grossen Anklang im Markt, und wir verfügen über eine hochdynamische interne Organisation. Die Kombination dieser Faktoren stimmt uns zuversichtlich, dass wir in einem expandierenden Marktumfeld eine überdurchschnittliche Entwicklung erzielen können. Ausserdem erwarten wir durch unsere Geschäftsintegration eine weitere Verbesserung der EBITDA-Marge zu konstanten Wechselkursen sowie anhaltend starke Cashflows."

Crop Protection

Eine Definition der konstanten Wechselkurse (kWk) findet sich in Anhang A des englischen Originals.

| Crop Protection nach Regionen | Gesamtjahr | | Wachstum | | 4. Quartal | | Wachstum | |
|---------------------------------------|------------------|------------------|---------------|-------------|------------------|------------------|---------------|-------------|
| | 2011 Mio. USD | 2010 Mio. USD | Effektiv % | kWk % | 2011 Mio. USD | 2010 Mio. USD | Effektiv % | kWk % |
| Europa, Afrika und Mittlerer Osten | 3 046 | 2 638 | + 15 | + 11 | 364 | 434 | - 16 | - 15 |
| Nordamerika | 2 406 | 2 185 | + 10 | + 9 | 371 | 260 | + 42 | + 42 |
| Lateinamerika | 2 955 | 2 509 | + 18 | + 17 | 1 224 | 1 040 | + 18 | + 18 |
| Asien/Pazifik | 1 755 | 1 546 | + 14 | + 9 | 393 | 385 | + 2 | + 2 |
| Total | 10 162 | 8 878 | + 14 | + 12 | 2 352 | 2 119 | + 11 | + 11 |

Europa, Afrika und Mittlerer Osten: Die Gesamtjahres-Performance war von erfolgreichen Markteinführungen geprägt, wie AXIAL® in Frankreich und auf der Iberischen Halbinsel sowie CRUISER® in Frankreich und den GUS-Staaten. Die trockene Witterung zu Jahresbeginn bewirkte eine gewisse Verlagerung von Weizen- zu Maisanbau und liess die Nachfrage nach den Insektiziden ACTARA® und KARATE® sowie dem Herbizid CALLISTO® ansteigen. Die Umsätze in den europäischen Schwellenländern stiegen um über 20 Prozent infolge der Erholung der GUS-Märkte sowie der vollständigen Integration des Dow AgroSciences-Portfolios. Der Umsatzrückgang im vierten Quartal, primär in Frankreich, war Ausdruck der eingeplanten Abschwächung in der Nachsaison.

Nordamerika: Das optimierte Bestandsmanagement in den Vertriebskanälen, in Verbindung mit entschlossener Preisgestaltung, führte zu deutlich besseren Preisen im zweiten Halbjahr. Zusätzlich bewirkte die hohe Nachfrage nach selektiven Herbiziden ein deutliches Absatzplus, das von CALLISTO® für Mais und FLEX® für Soja getragen wurde. Die AMISTAR®-Umsätze für das Gesamtjahr stiegen um fast 50 Prozent infolge des verstärkten Einsatzes von Fungiziden sowie und ihrer Anwendung im Bereich Crop Enhancement. Die Umsätze der nematiziden Saatgutbehandlung AVICTA® verdoppelten sich nahezu, dank des erhöhten Einsatzes bei Baumwolle sowie der zusätzlichen Marktzulassung für Soja.

In **Lateinamerika** wurde das zweistellige Absatzwachstum fortgesetzt und zusätzliche Preisanstiege wurden erzielt. Trotz schwieriger Witterungsbedingungen gegen Ende des vierten Quartals legten die Umsätze weiter zu und stiegen um 18 Prozent gegenüber dem bereits starken Vorjahresquartal. Wichtige Wachstumsfaktoren waren die weiterhin günstige Marktstimmung, die staatliche Unterstützung der Landwirtschaft sowie das positive Echo auf unser erstklassiges Portfolio. Die Insektizid-Umsätze profitierten vom anhaltenden Erfolg von DURIVO®, das unterdessen auch die Zulassung für Obst, Gemüse und Soja erhielt, sowie von ACTARA® infolge der Substitution von Organophosphaten. Mit dem fortschreitenden Einsatz von Technologie in Lateinamerika steigt der Einsatz von Produkten zur Saatgutbehandlung wie z.B. AVICTA® COMPLETE. Auch TOUCHDOWN® verzeichnet weiter steigende Umsätze aufgrund der zunehmend Herbizid-toleranten Anbauflächen.

Die Region **Asien/Pazifik** verbuchte starkes Absatzwachstum bei sämtlichen Produktlinien dank der schnellen Einführung neuer Technologien in den asiatischen Schwellenländern, wo die Umsätze um 12 Prozent zulegen. Die Umsätze in China stiegen um 11 Prozent infolge der Markteinführung von DURIVO[®], des zunehmenden Einsatzes von Saatgutbehandlungen sowie des grossen Markterfolgs von AMISTAR[®]. Hauptgründe für das Umsatzwachstum in Südostasien waren die anhaltende staatliche Unterstützung der Landwirte sowie hohe Reispreise und günstige Witterungsbedingungen.

| Crop Protection nach Produktlinie | Gesamtjahr | | Wachstum | | 4. Quartal | | Wachstum | |
|--------------------------------------|---------------------|---------------------|---------------|-------------|---------------------|---------------------|---------------|-------------|
| | 2011 Mio. USD | 2010 Mio. USD | Effektiv % | kWk % | 2011 Mio. USD | 2010 Mio. USD | Effektiv % | kWk % |
| Selektive Herbizide | 2 617 | 2 308 | + 13 | + 11 | 417 | 386 | + 8 | + 9 |
| Nicht-selektive Herbizide | 1 117 | 987 | + 13 | + 10 | 231 | 163 | + 42 | + 41 |
| Fungizide | 2 998 | 2 662 | + 13 | + 10 | 704 | 671 | + 5 | + 5 |
| Insektizide | 1 790 | 1 475 | + 21 | + 19 | 496 | 438 | + 13 | + 14 |
| Seed Care | 1 018 | 838 | + 21 | + 18 | 332 | 267 | + 24 | + 24 |
| Professional Products | 511 | 470 | + 9 | + 5 | 136 | 131 | + 4 | + 3 |
| Übrige | 111 | 138 | - 19 | - 21 | 36 | 63 | - 42 | - 40 |
| Total | 10 162 | 8 878 | + 14 | + 12 | 2 352 | 2 119 | + 11 | + 11 |

Selektive Herbizide: wichtigste Marken AXIAL[®], CALLISTO[®]-Produktfamilie, DUAL[®]/BICEP[®] MAGNUM, FUSILADE[®]MAX, TOPIK[®]

Die Umsätze des Getreideherbizids AXIAL[®] stiegen signifikant, vor allem in Europa dank der Markteinführungen in Frankreich und auf der iberischen Halbinsel. CALLISTO[®] konnte durch den zunehmenden Maisanbau in Europa sowie die günstigen Witterungsbedingungen im ersten Halbjahr zulegen. In den USA verbuchte CALLISTO[®] starke Frühumsätze im Bulk-Fill-Bereich vor allem durch gute Mais-Preise sowie die zunehmende Verbreitung von Glyphosat-resistentem Unkraut. In den GUS-Staaten wurde das Absatzwachstum durch die Integration des Dow AgroSciences-Portfolios beschleunigt.

Nicht-selektive Herbizide: wichtigste Marken GRAMOXONE[®], TOUCHDOWN[®]

Die steigende TOUCHDOWN[®]-Nachfrage in Lateinamerika war auf den verstärkten Anbau Glyphosat-toleranter Pflanzen und weitere Marktanteilsgewinne zurückzuführen. Die erzielten Preiserhöhungen wurden durch die reduzierten Produktbestände in den Vertriebskanälen ermöglicht. Auch GRAMOXONE[®] verbuchte steigende Absatzmengen, insbesondere in den Südstaaten Nordamerikas, wo die sich Sorge um Glyphosat-Resistenz bemerkbar machte.

Fungizide: wichtigste Marken ALTO[®], AMISTAR[®], BRAVO[®], REVUS[®], RIDOMIL GOLD[®], SCORE[®], TILT[®], UNIX[®]

Die Umsätze mit Fungiziden stiegen in sämtlichen Regionen, einschliesslich Europa, trotz sehr trockener Witterung zu Jahresbeginn, welche zu Nachfragerückgängen und steigenden Beständen in den Vertriebskanälen führte. Als Reaktion darauf drosselten wir in einigen Märkten die Umsätze im vierten Quartal, insbesondere in Frankreich, so dass sich die Bestände in den Vertriebskanälen zum Auftakt der neuen Saison nun wieder auf Normalniveau bewegen. Das Geschäft mit AMISTAR[®] stieg um 12 Prozent auf ein neues Rekordniveau. Dabei erhöhte sich der USA-Umsatz um über 50 Prozent dank steigender Anwendungsraten sowie des positiven Marktechos auf dessen Crop-Enhancement-Effekte. Auch in Asien/Pazifik konnte AMISTAR[®] weiter stark zulegen, was auf den Erfolg der lokalen Marketingaktivitäten sowie den verstärkten Einsatz bei Reis zurückzuführen ist.

Insektizide: wichtigste Marken ACTARA[®], DURIVO[®], FORCE[®], KARATE[®], PROCLAIM[®], VERTIMEC[®]

Auch Insektizide verzeichneten produkt- und regionenübergreifend ein starkes Umsatzplus. Der stärkste Faktor war hierbei Brasilien mit einem Wachstum von über 40 Prozent. Die Umsatzzuwächse bei ACTARA[®] waren primär der hohen Produktnutzung bei Mais und Soja in Brasilien sowie der Substitution älterer Wirkstoffe zu verdanken. Die Umsätze mit DURIVO[®] kletterten um 85 Prozent, primär angeführt von Brasilien und Asien/Pazifik. Der Einsatzschwerpunkt dieses Produkts wird weiterhin ausgeweitet und umfasst nun Obst, Gemüse, Reis, Mais und Soja.

Seed Care: wichtigste Marken AVICTA[®], CRUISER[®], DIVIDEND[®], MAXIM[®], VIBRANCE[™]

Der Gesamtumsatz bei Seed Care stieg 2011 auf über USD 1 Milliarde und profitierte primär von steigenden Anwendungsraten in den Schwellenmärkten. Das europäische Umsatzplus bei CRUISER[®] von über 50 Prozent war auf die Neuzulassung in weiteren wichtigen Märkten sowie den steigenden Einsatz bei Ölsaaten zurückzuführen. Die Zuwächse des Nematizids AVICTA[®] wurden primär von Markteinführungen in den USA und Brasilien getragen. Das Wachstum in den USA war der Nutzungsausweitung auf Soja und dem verstärkten Einsatz bei Baumwolle zu verdanken. In Brasilien hat sich der Umsatz dank der Produktausweitung auf Mais und Soja mehr als verdreifacht.

Professional Products: wichtigste Marken FAFARD[®], HERITAGE[®], ICON[®]

Der Gesamtumsatz dieser Produktlinie stieg um fünf Prozent. Die wichtigsten Wachstumsimpulse lieferten die Bereiche Golfrasen- und Landschaftspflege, die Einführung eines Programms zur frühzeitigen Auftragserfassung sowie neue Produkteinführungen im nordamerikanischen Markt. Die Zuwächse beim Schädlingsmanagement waren eine Folge des zunehmenden Schädlingsbefalls in Asien/Pazifik und Lateinamerika.

Seeds

Eine Definition der konstanten Wechselkurse (kWk) findet sich in Anhang A des englischen Originals.

| | Gesamtjahr | | Wachstum | | 4. Quartal | | Wachstum | |
|---------------------------------------|---------------------|---------------------|---------------|-------------|---------------------|---------------------|---------------|----------|
| | 2011 Mio. USD | 2010 Mio. USD | Effektiv % | kWk % | 2011 Mio. USD | 2010 Mio. USD | Effektiv % | kWk % |
| Seeds nach Regionen | | | | | | | | |
| Europa, Afrika und Mittlerer Osten | 1 235 | 1 047 | + 18 | + 14 | 105 | 127 | - 18 | - 17 |
| Nordamerika | 1 291 | 1 203 | + 7 | + 7 | 295 | 276 | + 7 | + 7 |
| Lateinamerika | 410 | 306 | + 34 | + 34 | 118 | 111 | + 6 | + 7 |
| Asien/Pazifik | 249 | 249 | - | - 1 | 75 | 86 | - 12 | - 9 |
| Total | 3 185 | 2 805 | + 14 | + 12 | 593 | 600 | - 1 | - |

Mais und Soja: wichtigste Marken AGRISURE[®], GARST[®], GOLDEN HARVEST[®], NK[®]

Den grössten Wachstumsbeitrag bei Mais und Soja kam aus der Region Nordamerika, wo der Marktanteil durch verbessertes Mais-Erbgut und neue, kombinierte Trait-Angebote weiter ausgebaut werden konnte. In Lateinamerika stiegen die Umsätze in einem schnell expandierenden Markt um 38 Prozent. Wichtigste Wachstumstreiber waren hier Verbesserungen in unserem Portfolio, wie z.B. AGRISURE[®] VIPTERA[™], sowie die Vorteile eines integrierten Vertriebsteams. Das Wachstum in Europa wurde durch den verstärkten Mais-Anbau gefördert, während in Asien/Pazifik hohe Zuwächse in Südasien durch ein Überangebot in Südostasien neutralisiert wurden.

Diverse Feldsaaten: wichtigste Marken NK[®]-Ölsaaten, HILLESHÖG[®]-Zuckerrüben

Der starke Umsatzanstieg bei Diverse Feldsaaten war in erster Linie auf die Schwellenmärkte zurückzuführen. Dank unserer Marktführerschaft im Segment hochwertiger Sonnenblumen konnten wir wichtige Umsatz- und Marktanteilsgewinne in den Schlüsselmärkten Russland, Ukraine und Argentinien erzielen, da hier die Bedeutung von Premium-Genetik zunimmt. Das erneute Umsatzplus bei Zuckerrüben war das Resultat der erfolgreichen Integration von Maribo. Die Umsätze bei Raps litten unter rückläufigem Anbau infolge ungünstiger Witterungsbedingungen in Europa.

Vegetables: wichtigste Marken DULCINEA[®], ROGERS[®], S&G[®], Zeraim Gedera[®]

Vegetables verbuchte in Schwellenmärkten ein Umsatzplus von 10 Prozent, das primär von der Nachfrage nach Paprika und Tomaten gespeist wurde. Das Europa-Geschäft war im ersten Halbjahr durch gute Witterungsbedingungen begünstigt, trübte sich in der zweiten Jahreshälfte jedoch durch die Wirtschaftskrise zunehmend ein. Das USA-Geschäft verzeichnete über das ganze Jahr hinweg eine nur mässige Entwicklung aufgrund ungünstiger Witterung und hoher Anfangsbestände bei Lebensmittelherstellern.

Flowers: wichtigste Marken GoldFisch[®], Goldsmith Seeds, Yodel[®]

Die Umsätze bei Flowers wurden vor allem in der zweiten Jahreshälfte durch das anhaltend schwierige Wirtschaftsumfeld geschwächt. In Asien wurde ein moderates Wachstum verzeichnet, das von Japan getragen wurde.

| | Gesamtjahr | | Wachstum | | 4. Quartal | | Wachstum | |
|-------------------------------------|---------------------|---------------------|---------------|-------------|---------------------|---------------------|---------------|----------|
| | 2011 Mio. USD | 2010 Mio. USD | Effektiv % | kWk % | 2011 Mio. USD | 2010 Mio. USD | Effektiv % | kWk % |
| Seeds nach Produktlinien | | | | | | | | |
| Mais und Soja | 1 470 | 1 281 | + 15 | + 14 | 334 | 321 | + 4 | + 5 |
| Diverse Feldsaaten | 676 | 524 | + 29 | + 26 | 77 | 70 | + 10 | + 10 |
| Vegetables | 703 | 663 | + 6 | + 4 | 131 | 147 | - 11 | - 9 |
| Flowers | 336 | 337 | - | - 3 | 51 | 62 | - 18 | - 18 |
| Total | 3 185 | 2 805 | + 14 | + 12 | 593 | 600 | - 1 | - |

Ankündigungen und Versammlungen

| | |
|---|------------------------|
| Veröffentlichung des Geschäftsberichts 2011 | 14. März 2012 |
| Ergebnisse des 1. Quartals 2012 | 18. April 2012 |
| Generalversammlung | 24. April 2012 |
| Update zu den Nutzpflanzen | 11. Mai 2012 |
| Ergebnisse des 1. Halbjahres 2012 | 26. Juli 2012 |
| Update zu den Nutzpflanzen | 24.-26. September 2012 |
| Ergebnisse des 3. Quartals | 23. Oktober 2012 |

Syngenta ist ein weltweit führendes Unternehmen mit mehr als 26 000 Mitarbeitenden in über 90 Ländern mit einem gemeinsamen Ziel: Bringing plant potential to life. Durch erstklassige Forschung, unsere globale Präsenz und die enge Zusammenarbeit mit unseren Kunden helfen wir, die Ernteerträge und die landwirtschaftliche Produktivität zu steigern, und tragen dazu bei, die Umwelt zu schützen sowie die Gesundheit und Lebensqualität zu verbessern. Weitere Informationen finden Sie unter: www.syngenta.com.

Zukunftsgerichtete Aussagen

Dieses Dokument enthält zukunftsweisende Aussagen, die sich in Begriffen wie „erwarten“, „wird“, „könnte“, „potenziell“, „geplant“, „sieht vor“, „Schätzwert“, „abzielen“ etc. ausdrücken. Derartige Aussagen beinhalten Risiken und Unwägbarkeiten, die zu einer deutlichen Abweichung der effektiven Ergebnisse von den hierin gemachten Aussagen führen können. Wir verweisen Sie auf die öffentlich zugänglichen Einreichungen von Syngenta bei der amerikanischen SEC (Securities and Exchange Commission) im Zusammenhang mit diesen und anderen Risiken und Unwägbarkeiten. Syngenta verpflichtet sich nicht, die erwähnten zukunftsweisenden Aussagen anhand der tatsächlichen Resultate, geänderten Annahmen oder sonstigen Faktoren zu aktualisieren. Dieses Dokument stellt weder ein Angebot oder eine Einladung noch einen Teil eines solchen Angebots oder einer solchen Einladung dar, Stammaktien der Syngenta AG oder der Syngenta ADS zu kaufen oder zu zeichnen, noch stellt es die Aufforderung zu einem solchen Kauf- oder Zeichnungsangebot dar, und es bildet auch keinerlei Grundlage oder verlässliche Aussage im Zusammenhang mit einem diesbezüglichen Vertrag.