

**Syngenta International AG**

Media Office  
 CH-4002 Basel  
 Schweiz  
 Tel.: +41 61 323 2323  
 Fax: +41 61 323 2424

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

**Mediananfragen:**

Paul Barrett  
 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

Lars Oestergaard  
 Schweiz +41 61 323 6793  
 USA +1 202 737 6520

**Medienmitteilung**

Basel, Schweiz, 4. Februar 2015

**Jahresabschluss 2014****Umsatzwachstumsziel erreicht: Markteinführung von ELATUS™ übertrifft Erwartungen**

- Integrierter Umsatz wächst um 6 Prozent zu konstanten Wechselkursen
  - plus 7 Prozent bereinigt um Glyphosat
  - Umsatz im vierten Quartal steigt um 12 Prozent
- Gesamtumsatz steigt um 5 Prozent zu konstanten Wechselkursen auf USD 15,1 Milliarden
- Umsatz von über USD 300 Millionen mit ELATUS™ in Brasilien
- EBITDA steigt um 1 Prozent auf USD 2,9 Milliarden; Marge von 19,3 Prozent
  - plus 7 Prozent zu konstanten Wechselkursen
- Operational-Leverage-Massnahmenpaket: USD 265 Millionen Einsparungen für 2015
- Gewinn pro Aktie<sup>1</sup> steigt um 1 Prozent auf USD 19,42
- Free Cashflow vor Akquisitionen von USD 1,2 Milliarden
- Vorgeschlagene Dividendenerhöhung um 10 Prozent auf CHF 11,00

	Kennzahlen			
	2014 Mio. USD	2013 Mio. USD	Effektiv %	kWk <sup>2</sup> %
<b>Konzernumsatz</b>	<b>15 134</b>	14 688	+3	+5
<b>Operatives Ergebnis</b>	<b>2 105</b>	2 086	+1	
<b>Reingewinn</b>	<b>1 619</b>	1 644	-2	
<b>EBITDA</b>	<b>2 926</b>	2 895	+1	+7
<b>Gewinn pro Aktie<sup>1</sup></b>	<b>\$19,42</b>	\$19,30	+1	

<sup>1</sup> Vor Restrukturierung und Wertberichtigung; vollständig verwässert

<sup>2</sup> Zu konstanten Wechselkursen

## **Mike Mack, Chief Executive Officer, sagte:**

„Wir haben 2014 unser Wachstumsziel von 6 Prozent beim integrierten Umsatz zu konstanten Wechselkursen erreicht – trotz gesunkener Agrarpreise, ungünstiger Wetterbedingungen in Nordamerika und einer bewussten Reduktion des margenschwachen Glyphosat-Absatzes. In den Schwellenländern verzeichnen wir im fünften Jahr in Folge zweistelliges Wachstum<sup>1</sup>, trotz der politischen Instabilität in den GUS-Staaten. Erfreulicherweise war auch in Westeuropa das Wachstum robust, getragen von den sehr guten Ergebnissen unseres erweiterten Fungizid-Portfolios. In Lateinamerika haben wir mit unserem neuen Fungizid ELATUS™ nach der Markteinführung in Brasilien einen Umsatz von mehr als USD 300 Millionen erzielt. Das ist die grösste Produkteinführung in der Geschichte von Syngenta, die uns bei den Landwirten breite Anerkennung gebracht hat, da das Produkt sehr gute Erfolge bei der Bekämpfung von Sojarost zeigt.

Da die Schwellenländer mittlerweile mehr als 50 Prozent unseres Umsatzes ausmachen, ist der Umgang mit volatileren Bedingungen zu einem integralen Bestandteil unseres Geschäfts geworden. Negative Währungseinflüsse, insbesondere aus den GUS-Staaten, haben dazu geführt, dass die EBITDA-Marge leicht unter der des Vorjahres liegt. Zusätzlich beeinflusst wurden die Margen 2014 durch einen ungünstigen Produktmix, der zum grossen Teil durch die rückläufigen Maisanbauflächen in den USA bedingt war. Unser Ziel ist es weiterhin, die Profitabilität zu steigern. Im November haben wir deshalb entscheidende Schritte bekannt gegeben, um 2015 im Rahmen des Massnahmenpakets „Accelerating Operational Leverage“ erste Kosteneinsparungen zu realisieren. Das Programm wird unsere kommerzielle Leistungsfähigkeit ebenso steigern wie unsere Effizienz in Forschung & Entwicklung und in der Beschaffung. Wir werden so das Potenzial unserer integrierten Strategie voll ausschöpfen und sicherstellen, dass einmal erzielte Profitabilitätssteigerungen auf Dauer Bestand haben.“

## **Finanzergebnis 2014**

### **Konzernumsatz von USD 15,1 Milliarden**

Der Konzernumsatz zu konstanten Wechselkursen stieg um 5 Prozent, bei einem Absatzplus von 2 Prozent und einem Preisanstieg von 3 Prozent. Der integrierte Umsatz wuchs um 6 Prozent, dabei stiegen Absatz und Preise jeweils um 3 Prozent. Bereinigt um das Glyphosatgeschäft betrug das Wachstum des integrierten Umsatzes 7 Prozent. Akquisitionen trugen mit USD 48 Millionen zum Umsatz bei. Die Veräusserung von Dulcinea Farms im Dezember 2013 schmälerte jedoch den Umsatz um USD 71 Millionen.

### **EBITDA erreicht USD 2,9 Milliarden**

Das EBITDA stieg um 1 Prozent, die EBITDA-Marge betrug hierbei 19,3 Prozent (2013: 19,7 Prozent). Die Profitabilität wurde sowohl vom Umsatzmix als auch von negativen Währungseinflüssen in Höhe von USD 90 Millionen beeinträchtigt, Preiserhöhungen in den GUS-Staaten einberechnet. Zu konstanten Wechselkursen war die EBITDA-Marge mit 20,0 Prozent geringfügig höher.

### **Netto-Finanzaufwand und Steuern**

Der Netto-Finanzaufwand von USD 217 Millionen (2013: USD 200 Millionen) beinhaltet höhere Hedgingkosten vor dem Hintergrund des Wachstums in den Schwellenländern.

Der Steuersatz vor Restrukturierung und Wertberichtigung betrug unverändert 15 Prozent.

---

<sup>1</sup> Zu konstanten Wechselkursen

## Reingewinn von USD 1,6 Milliarden

Der Reingewinn nach Restrukturierung und Wertberichtigung ging um 2 Prozent zurück. Der Gewinn pro Aktie vor Restrukturierung und Wertberichtigung stieg um 1 Prozent auf USD 19,42 (2013: USD 19,30).

## Cashflow und Bilanz

Der Free Cashflow vor Akquisitionen betrug USD 1,2 Milliarden, im Vergleich zu USD 525 Millionen im Jahr 2013. Das betriebliche Umlaufvermögen in Prozent vom Umsatz betrug 34 Prozent, verglichen mit 35 Prozent im Jahr 2013, was einen signifikanten Abbau des Inventars widerspiegelt. Die Anlageninvestitionen einschliesslich immaterieller Anlagen beliefen sich auf USD 717 Millionen (2013: USD 727 Millionen). Die Aufwendungen für Akquisitionen lagen mit USD 89 Millionen unter den Ausgaben von 2013 in Höhe von USD 140 Millionen. Der Cash Flow Return on Investment blieb mit 11 Prozent hinter der Zielvorgabe von über 12 Prozent zurück, was auf die Währungseinflüsse auf das EBITDA zurückzuführen ist. Das Verhältnis von Nettoverschuldung zu Eigenkapital betrug 27 Prozent (2013: 24 Prozent).

## Dividende und Aktienrückkauf

Die Rückzahlungen an Aktionäre beliefen sich 2014 auf USD 1 081 Millionen. Die Dividende wurde um 5 Prozent erhöht (in US-Dollar: 12 Prozent), sodass ein Gesamtbetrag von USD 1 032 Millionen an Dividenden ausgeschüttet wurde. Die Aktienrückkäufe beliefen sich auf USD 49 Millionen.

Der Verwaltungsrat wird an der Generalversammlung am 28. April 2015 eine Dividendenerhöhung auf CHF 11,00 pro Aktie vorschlagen (2013: CHF 10,00). Dies entspricht einer Anhebung um 10 Prozent in Schweizer Franken bzw. 6 Prozent in US-Dollar zum Wechselkurs per Ende Januar, mit einer Ausschüttungsquote in Höhe von 60 Prozent. Die Entscheidung, die Dividende zu erhöhen, liegt darin begründet, dass das Unternehmen Vertrauen in die zukünftige Cash-Generierung und in seine robuste Bilanz hat. Das Unternehmen erhält sich die Flexibilität, taktische Aktienrückkäufe durchzuführen.

## Höhepunkte des Geschäftsjahres 2014

	Gesamtjahr		Wachstum		4. Quartal		Wachstum	
	2014 Mio. USD	2013 Mio. USD	Effektiv %	kWk %	2014 Mio. USD	2013 Mio. USD	Effektiv %	kWk %
Europa, Afrika, Mittlerer Osten	4 547	4 223	+8	+11	580	442	+31	+48
Nordamerika	3 582	3 848	-7	-6	634	717	-12	-11
Lateinamerika	4 279	3 991	+7	+9	1 739	1 581	+10	+13
Asien/Pazifik	2 033	1 935	+5	+10	515	472	+9	+13
<b>Gesamtumsatz integriertes Geschäft</b>	<b>14 441</b>	<b>13 997</b>	<b>+3</b>	<b>+6</b>	<b>3 468</b>	<b>3 212</b>	<b>+8</b>	<b>+12</b>
Lawn and Garden	693	691	-	+1	183	170	+8	+11
<b>Gesamtumsatz Konzern</b>	<b>15 134</b>	<b>14 688</b>	<b>+3</b>	<b>+5</b>	<b>3 651</b>	<b>3 382</b>	<b>+8</b>	<b>+12</b>

## Umsatzentwicklung integriertes Geschäft

- **Umsatz von USD 14,4 Milliarden, +6 Prozent**
  - **Absatzvolumen +3 Prozent; Preise +3 Prozent**
- **EBITDA USD 2,8 Milliarden (2013: USD 2,7 Milliarden)**
- **EBITDA-Marge bei 19,2 Prozent (2013: 19,6 Prozent)**

**Europa, Afrika und Mittlerer Osten:** Die starke Jahresperformance basiert auf Wachstum in allen Gebieten. Die wichtigsten Impulse waren im vierten Quartal die rasante Expansion der Hybridgerstenlösung HYVIDO™, die Konsolidierung von Übernahmen im Saatgutgeschäft sowie die schon früh einsetzende hohe Nachfrage nach Pflanzenschutzprodukten. In den GUS-Staaten waren sowohl im Bereich Crop Protection als auch im Bereich Seeds ein gesundes Absatzwachstum und eine Steigerung im vierten Quartal zu verzeichnen. Deutliche Preiserhöhungen glichen die Wechselkursverluste nach der drastischen Abwertung des russischen Rubels und der ukrainischen Hrywnja etwa zur Hälfte aus. Neue SDHI-Fungizide leisteten einen beachtlichen Beitrag zum Wachstum in der Region; der Umsatz mit SEGURIS® und VIBRANCE® stieg jeweils um mehr als 75 Prozent.

**Nordamerika:** Die Umsätze wurden durch die lang anhaltende Kälte in der ersten Jahreshälfte beeinträchtigt, die den Saisonbeginn in den USA verzögerten und den Schädlingsdruck verringerten. In Kanada gingen die Getreideanbauflächen zurück, und Überschwemmungen hemmten zusätzlich die Nachfrage. Der Umsatz mit nicht selektiven Herbiziden in der Region ging infolge der bewussten Reduktion des Glyphosatabsatzes zurück. Im Bereich Seeds stiegen die Umsätze bei Soja dank grösserer Anbauflächen und vermehrter Grosslieferungen im Rahmen eines Frühbestellprogramms. Bei Mais sanken vor dem Hintergrund rückläufiger Anbauflächen die Umsätze, doch die Nachfrage nach AGRISURE VIPTERA®, dessen Einfuhr China im Dezember genehmigt hat, blieb stabil.

**Lateinamerika:** Obwohl unregelmässige Niederschläge zu Verzögerungen bei der Aussaat und bei der Anwendung von Pflanzenschutzmitteln geführt haben, wuchs der Umsatz um 9 Prozent (15 Prozent bereinigt um Glyphosat). Im Bereich Crop Protection erzielte das neue Fungizid ELATUS™ nach seiner Einführung in Brasilien Umsätze von über USD 300 Millionen. In Brasilien war zudem aufgrund von starkem Raupenbefall bei Soja, Mais und Baumwolle ein kräftiges Wachstum bei Insektiziden zu verzeichnen. Im Bereich Crop Protection für Zuckerrohr ging der Umsatz zurück, bedingt durch Trockenheit im Sommer und gesunkene Ethanolpreise, die die Profitabilität des Anbaus beeinträchtigten. Der Umsatz mit Maissaatgut nahm trotz geringerer Anbauflächen leicht zu, und bei Soja war ein deutliches Plus zu verzeichnen.

**Asien/Pazifik:** Das robuste Wachstum sowohl in Schwellenländern als auch in entwickelten Märkten wurde vor allem durch die positive Entwicklung in Südasien, China und Australasien getragen. Das Wachstum bei Fungiziden spiegelte die Einführung der AMISTAR® Technologie in China sowie Neueinführungen von Produkten in Südasien wider. Das Wachstum im Bereich Vegetables wurde durch die zunehmende Verbreitung der MAXVEG™ Protokolle und Zuwächse bei Zuckermais-Saatgut in China und Südasien getragen. Zweistelliges Umsatzwachstum bei GRAMOXONE® spiegelte ein knappes Angebot und höhere Preise insbesondere in den ASEAN-Staaten wider, während in China der Umsatz im zweiten Halbjahr stark zurückging, da staatliche Beschränkungen für den Einsatz flüssiger Paraquat-Formulierungen in Kraft traten.

## **Umsatzentwicklung Lawn and Garden**

- **Umsatz USD 693 Millionen, +1 Prozent**
- **EBITDA USD 148 Millionen (2013: USD 154 Millionen)**
- **EBITDA-Marge 21,4 Prozent (2013: 22,2 Prozent)**

Ein zweistelliges Wachstum im vierten Quartal spiegelte die Erholung des Golfmarkts wider, der zu Beginn des Jahres unter schlechtem Wetter in Nordamerika und Japan gelitten hatte. Auf das Gesamtjahr bezogen, expandierte der gesamte Geschäftsbereich in Schwellenländern des asiatisch-pazifischen Raums und in Lateinamerika. In den Industrieländern hielten die schwierigen Konjunkturbedingungen im Bereich Flowers weiter an, insbesondere in Europa, wo in Schlüsselmärkten wie Deutschland und Frankreich das Konsumklima verhalten ist. Aufgrund einer Verschlankung des Portfolios und der Fokussierung auf hochwertige Wirkstoffe und Genetik wird erwartet, dass der Geschäftsbereich auch im Jahr 2015 sein EBITDA-Margenziel von 20 Prozent erreicht.

## **Accelerating Operational Leverage**

Das im Februar 2014 vorgestellte Massnahmenpaket „Accelerating Operational Leverage“ soll bis 2018 Einsparungen in Höhe von USD 1 Milliarde ermöglichen und konzentriert sich hauptsächlich auf die folgenden drei Bereiche: Vertrieb, Forschung & Entwicklung (F&E) sowie Global Operations. Ziel des Programms ist es, die Kostenstruktur im Rahmen der integrierten Strategie zu optimieren, um branchenweit führende Effizienz zu erreichen. Im November hat das Unternehmen entscheidende Schritte auf dem Weg zur Realisierung erster Kosteneinsparungen in Höhe von USD 265 Millionen im Jahr 2015 bekannt gegeben (einschliesslich USD 75 Millionen aus einem früheren Programm). Diese Massnahmen werden unternehmensweit zum Abbau bzw. zur Verlagerung von 1 800 Stellen führen.

## **Akquisitionen und Veräusserungen**

Im April übernahm Syngenta die Società Produttori Sementi (PSB), eines der ältesten Saatgutunternehmen in Italien und führend in der Züchtung und Produktion von Hartweizen für Pasta – einem weltweiten Markt mit einem geschätzten Potenzial von USD 16 Milliarden. Die konkurrenzlose Fachkompetenz von PSB in der Hartweizenzucht und die Vernetzung des Unternehmens mit der Lebensmittelindustrie ergänzen sich mit der weltweiten Präsenz von Syngenta und ihrer Pionierarbeit in der Forschung und Entwicklung im Getreidebereich.

Im Juni gab Syngenta eine Vereinbarung zur Übernahme des deutschen und polnischen Winterweizen- und Winterraps-Geschäfts von Lantmännen sowie des dazugehörigen Züchtungsprogramms des schwedischen Lebensmittel-, Energie- und Agrarkonzerns bekannt. Syngenta erhält damit Zugang zu hochwertiger Genetik, einer Saatgut-Pipeline und Sorten, die das Portfolio von Syngenta bei diesen wichtigen Nutzpflanzen in Europa ergänzen.

## **Neue Partnerschaften**

Im April gab Syngenta eine Vereinbarung mit Cellulosic Ethanol Technologies, LLC, zur Lizenzierung der CELLERATE™ Technologie bekannt. Dabei handelt es sich um ein neues Verfahren, das in Ethanolanlagen eine zellulosebasierte Energiegewinnung und Steigerung der Profitabilität ermöglicht. Die CELLERATE™ Technologie wird mit dem proprietären Mais-Trait ENOGEN® von Syngenta kombiniert. Die kommerzielle Produktion in der Anlage von Quad County Corn Processors in Galva, Iowa, ist bereits angelaufen.

Ebenfalls im April unterzeichnete Syngenta mit UNCCD (Übereinkommen der Vereinten Nationen zur Bekämpfung der Wüstenbildung) eine Absichtserklärung über den Aufbau und Betrieb der Soil Leadership Academy. Die Akademie soll Forschungsinstitute, Hochschulen

und Experten vor Ort einbinden, um Know-how und Fachwissen in den Bereichen Bodenschutz und nachhaltige Bodenbewirtschaftung auszutauschen.

Im Juni gaben Syngenta und Anheuser-Busch InBev den Abschluss einer Partnerschaft bekannt, um die Versorgung mit hochwertiger Braugerste, dem wichtigsten Rohstoff für die Bierherstellung, sicherzustellen. Im Rahmen der Vereinbarung erhalten Landwirte Zugang zu den besten Braugerstensorten von Syngenta und zu einem massgeschneiderten Anbauverfahren. Durch die Einhaltung des Anbauprotokolls erzielen die Landwirte optimierte Ernteerträge, die es ihnen ermöglichen, AB InBev mit Braugerste von konstant hoher Qualität zu beliefern, um die hohen Standards für die Bierherstellung zu erfüllen.

## **Innovation**

Aufgrund der herausragenden Performance des Breitband-Fungizids ELATUS™/ Solatenol™ in Brasilien wurde sein Umsatzpotenzial von über USD 500 Millionen auf USD 1 Milliarde nach oben korrigiert. Auch das Umsatzpotenzial von VIBRANCE®, einer seit 2011 eingeführten fungiziden Saatgutbehandlung, wurde von über USD 300 Millionen auf USD 500 Millionen erhöht. Darüber hinaus brachte Syngenta 2014 Fortenza™/Cyantraniliprole für die Insektenbekämpfung zu Saisonbeginn sowie CLARIVA™, ein Biologikum zur Bekämpfung von Zystenematoden bei Soja, auf den Markt.

Weitere Belege für die Innovationskraft von Syngenta und das Potenzial unserer Pipeline werden wir am R&D Day am 16. September 2015 im Research Center in Stein in der Schweiz vorstellen.

## **Ausblick**

### **Mike Mack, Chief Executive Officer, sagte:**

„Die integrierte Strategie von Syngenta gewinnt immer stärker an Momentum, wie das kräftige Umsatzwachstum 2014 zeigt. Jetzt fokussieren wir uns darauf, Wachstum über dem Marktdurchschnitt zu erzielen und durch betriebliche Effizienzsteigerung die Profitabilität zu erhöhen.

2015 werden wir angesichts volatiler Wechselkurse und Agrarpreise unseren Erfolgskurs des rigorosen Risikomanagements fortsetzen. Wir gehen davon aus, Währungsabwertungen in Schwellenmärkten zu einem erheblichen Anteil durch Preiserhöhungen auffangen zu können. Wir erwarten, dass die Umsätze zu konstanten Wechselkursen im Wesentlichen unverändert bleiben. Das EBITDA nach Währungseinflüssen wird sich etwa auf dem Niveau von 2014 bewegen. Unsere anhaltende Sorgfalt beim Management des Umlaufvermögens wird auch weiterhin einen erheblichen Free Cashflow generieren.

Längerfristig betrachtet rechnen wir unter den gegenwärtigen Bedingungen damit, dass 2016 niedrigere Rohstoffpreise die Auswirkungen der kürzlichen Aufwertung des Schweizer Frankens auf unsere Kostenbasis ausgleichen werden. Umsatz und Margen werden zunehmend von Produktneueinführungen und Steigerungen der Kosteneffizienz profitieren – beides bestätigt unser Margenziel von 24 bis 26 Prozent im Jahr 2018. Eine höhere Profitabilität und Kapitaleffizienz werden sicherstellen, dass die Cash-Generierung auf hohem Niveau bleibt, sodass wir auch weiterhin die Ausschüttungen an die Aktionäre erhöhen können.“

## Crop Protection

Crop Protection nach Produktelinien	Gesamtjahr		Wachstum		4. Quartal		Wachstum	
	2014 Mio. USD	2013 Mio. USD	Effektiv %	kWk %	2014 Mio. USD	2013 Mio. USD	Effektiv %	kWk %
Selektive Herbizide	3 083	3 051	+1	+3	613	581	+6	+10
Nicht selektive Herbizide	1 445	1 545	-6	-4	272	370	-26	-24
Fungizide	3 518	3 035	+16	+17	922	686	+34	+38
Insektizide	2 066	1 912	+8	+10	614	594	+3	+7
Seedcare	1 115	1 228	-9	-6	346	332	+4	+8
Übrige	154	152	+1	+4	31	35	-10	-1
<b>Gesamt</b>	<b>11 381</b>	<b>10 923</b>	<b>+4</b>	<b>+6</b>	<b>2 798</b>	<b>2 598</b>	<b>+8</b>	<b>+11</b>

**Selektive Herbizide:** Wichtigste Marken: AXIAL<sup>®</sup>, CALLISTO<sup>®</sup> Produktfamilie, DUAL MAGNUM<sup>®</sup>, BICEP<sup>™</sup> II MAGNUM<sup>®</sup>, FLEX<sup>®</sup>, FUSILADE<sup>®</sup>MAX, TOPIK<sup>®</sup>

Europa, Afrika und der Mittlere Osten verbuchten starke Umsätze, nachdem der milde Winter im ersten Halbjahr zu erhöhtem Unkrautbefall geführt hatte. Insbesondere AXIAL<sup>®</sup> für Getreide und BICEP<sup>™</sup> II MAGNUM<sup>®</sup> für Mais profitierten stark. In Nordamerika fielen im ersten Halbjahr aufgrund des späten Saisonbeginns einige Anwendungen von Voraufsprühherbiziden aus, während der Umsatz mit DUAL MAGNUM<sup>®</sup> für Mais ein kräftiges Plus verzeichnete. FUSILADE<sup>®</sup>MAX und FLEX<sup>®</sup> für Soja zeigten gute Ergebnisse in den USA sowie in Argentinien, wo sich Unkrautresistenzen ausbreiten.

**Nicht selektive Herbizide:** Wichtigste Marken: GRAMOXONE<sup>®</sup>, TOUCHDOWN<sup>®</sup>

Syngenta hat beschlossen, den margenschwachen Verkauf von TOUCHDOWN<sup>®</sup> (Glyphosat solo) absichtlich einzuschränken und stärker auf Kombinationen mit selektiven Herbiziden zu setzen, die eine Lösung für die Problematik der Unkrautresistenzen bieten. Diese Massnahme verringerte den Umsatz 2014 um rund USD 150 Millionen. Teilweise aufgefangen wurde dieser Effekt durch das gute Wachstum von GRAMOXONE<sup>®</sup> dank hoher Nachfrage und knappem Angebot und entsprechenden Absatz- und Preissteigerungen insbesondere in den ASEAN-Staaten und Lateinamerika.

**Fungizide:** Wichtigste Marken: ALTO<sup>®</sup>, AMISTAR<sup>®</sup>, BRAVO<sup>®</sup>, ELATUS<sup>™</sup>, REVUS<sup>®</sup>, RIDOMIL GOLD<sup>®</sup>, SCORE<sup>®</sup>, SEGURIS<sup>®</sup>, TILT<sup>®</sup>, UNIX<sup>®</sup>

Den grössten Wachstumsbeitrag leistete das neu eingeführte Produkt ELATUS<sup>™</sup> mit dem Wirkstoff Solatenol<sup>™</sup>, dessen Umsatz im ersten Jahr in Brasilien die ehrgeizige Zielvorgabe noch übertraf. SEGURIS<sup>®</sup>, das SDHI-Fungizid für Getreide, zeigte in Europa eine gute Performance. Der Umsatz mit AMISTAR<sup>®</sup> ging in Nord- und Lateinamerika zurück, legte jedoch in Europa kräftig zu.

**Insektizide:** Wichtigste Marken: ACTARA<sup>®</sup>, DURIVO<sup>®</sup>, FORCE<sup>®</sup>, KARATE<sup>®</sup>, PROCLAIM<sup>®</sup>, VERTIMEC<sup>®</sup>

Im Insektizidgeschäft war in allen Regionen gutes Wachstum zu verzeichnen, mit Ausnahme von Nordamerika, wo der Umsatz durch den späten Saisonbeginn und den geringen Schädlingsdruck geschmälert wurde. DURIVO<sup>®</sup> setzte seine rasche Expansion fort; der Umsatz übertrifft inzwischen das ursprüngliche Ziel von USD 400 Millionen. Eine hohe

Insektenbelastung bei Soja, Mais und Baumwolle, unter anderem durch Ausbreitung der *Helicoverpa*-Raupe, stärkte die Umsätze in Brasilien.

**Seedcare:** Wichtigste Marken: AVICTA®, CRUISER®, DIVIDEND®, CELEST®/MAXIM®, VIBRANCE®

Das auf dem SDHI-Fungizid Sedaxane basierende VIBRANCE® blieb auf Expansionskurs mit einem Umsatzwachstum von annähernd 50 Prozent. Steigende Umsätze mit CELEST®/MAXIM® insbesondere in den GUS-Staaten glichen den Umsatzrückgang mit CRUISER® in Europa aufgrund des EU-Verbots von Neonicotinoiden teilweise aus. Der Saatgutumsatz wurde durch rückläufige Verkäufe an andere Saatgutunternehmen in Lateinamerika und den USA belastet, wo geringere Maisanbauflächen und ein umfangreiches Saatgutangebot die Nachfrage beeinflussten.

	Gesamtjahr		Wachstum		4. Quartal		Wachstum	
	2014 Mio. USD	2013 Mio. USD	Effektiv %	kWk %	2014 Mio. USD	2013 Mio. USD	Effektiv %	kWk %
<b>Crop Protection nach Regionen</b>								
Europa, Afrika, Mittlerer Osten	3 312	3 033	+9	+11	434	351	+23	+37
Nordamerika	2 578	2 762	-7	-5	346	421	-18	-17
Lateinamerika	3 769	3 499	+8	+10	1 593	1 446	+10	+12
Asien/Pazifik	1 722	1 629	+6	+10	425	380	+12	+16
<b>Gesamt</b>	<b>11 381</b>	<b>10 923</b>	<b>+4</b>	<b>+6</b>	<b>2 798</b>	<b>2 598</b>	<b>+8</b>	<b>+11</b>

## Seeds

	Gesamtjahr		Wachstum		4. Quartal		Wachstum	
	2014 Mio. USD	2013 Mio. USD	Effektiv %	kWk %	2014 Mio. USD	2013 Mio. USD	Effektiv %	kWk %
<b>Seeds nach Produktelinien</b>								
Mais und Soja	1 665	1 654	+1	+4	450	425	+6	+11
Diverse Feldsaaten	827	842	-2	+4	118	87	+37	+51
Vegetables	663	708	-6	-5	148	160	-8	-2
<b>Gesamt</b>	<b>3 155</b>	<b>3 204</b>	<b>-2</b>	<b>+2</b>	<b>716</b>	<b>672</b>	<b>+6</b>	<b>+13</b>

**Mais und Soja:** Wichtigste Marken: AGRISURE®, GOLDEN HARVEST®, NK®

Die Umsätze in Nord- und Lateinamerika spiegeln die veränderte Gewichtung vom Mais- hin zum Sojaanbau wider. In Brasilien profitierte der Sojaumsatz ausserdem von einer neuen Strategie für Geschäftspartnerschaften. Der Umsatz mit dem Mais-Trait AGRISURE VIPTERA® war mit einem Anteil von rund 30 Prozent am US-Umsatz mit Maissaatgut stabil. In Brasilien macht VIPTERA® rund die Hälfte des Portfolios aus und ist beispiellos erfolgreich bei der Bekämpfung des lokalen Schädlingsspektrums. Der neue proprietäre Maiswurzelbohrer-Trait DURACADE® wurde im Rahmen des Programms „Right to Grow“ erstmals in den USA angepflanzt. In Europa wuchs der Umsatz mit Maissaatgut deutlich, vor allem in den GUS-Staaten.



## **Diverse Feldsaaten:** Wichtigste Marken: NK<sup>®</sup> Ölsaaten, HILLESHÖG<sup>®</sup> Zuckerrüben

Das Umsatzwachstum im Gesamtjahr wurde massgeblich von einem starken vierten Quartal gestützt, in das unter anderem die Konsolidierung von Akquisitionen in Europa fiel. Der Umsatz bei Sonnenblumen in Südosteuropa wurde von den rückläufigen Anbauflächen geschmälert, befindet sich aber in den GUS-Staaten weiter auf Expansionskurs. Dort erholte sich auch das Zuckerrübengeschäft. Im asiatisch-pazifischen Raum stieg der Reiseumsatz durch die Übernahme von Devgen sowie die Expansion in Indien.

## **Vegetables:** Wichtigste Marken: ROGERS<sup>®</sup>, S&G<sup>®</sup>

Unter Ausklammerung der Veräusserung von Dulcinea Farms betrug das Umsatzwachstum 6 Prozent. Im asiatisch-pazifischen Raum wuchs das Geschäft zweistellig, getragen von Zuckermais und Paprika in China und Südasien. Das schnelle Wachstum in den Schwellenländern in Afrika und im Mittleren Osten hielt an; insbesondere bei Melonen und Tomaten konnte die Marktdurchdringung ausgebaut werden. In den GUS-Staaten herrschte hohe Nachfrage nach Erbsen und Melonen. Bereinigt um Dulcinea wuchs der Umsatz in Nordamerika um 3 Prozent, und auch die Industrieländer in Europa kehrten auf einen soliden Wachstumskurs zurück.

	Gesamtjahr				4. Quartal			
	2014	2013	Wachstum		2014	2013	Wachstum	
<b>Seeds nach Regionen</b>	Mio. USD	Mio. USD	Effektiv %	kWk %	Mio. USD	Mio. USD	Effektiv %	kWk %
Europa, Afrika, Mittlerer Osten	1 274	1 232	+3	+9	169	111	+52	+78
Nordamerika	1 044	1 140	-8	-8	308	326	-6	-5
Lateinamerika	522	521	-	+4	148	141	+4	+13
Asien/Pazifik	315	311	+1	+6	91	94	-3	-1
<b>Gesamt</b>	<b>3 155</b>	<b>3 204</b>	<b>-2</b>	<b>+2</b>	<b>716</b>	<b>672</b>	<b>+6</b>	<b>+13</b>

Die vollständige Medienmitteilung zum Jahresabschluss 2014 kann [hier](#) abgerufen werden. Eine Präsentation zu den Ergebnissen steht dort ab 07:30 Uhr (MEZ) ebenfalls zur Verfügung. Ein Video-Interview mit Syngenta CEO Mike Mack finden Sie [hier](#).

## **Ankündigungen und Versammlungen**

Veröffentlichung des Geschäftsberichts 2014	18. März 2015
Ergebnisse des ersten Quartals 2015	17. April 2015
Generalversammlung	28. April 2015
Halbjahresergebnisse 2015	23. Juli 2015
R&D Day	16. September 2015
Ergebnisse des dritten Quartals 2015	15. Oktober 2015

Syngenta ist ein weltweit führendes Unternehmen mit mehr als 28 000 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 über uns finden Sie unter [www.syngenta.com](http://www.syngenta.com).

#### ***Zukunftsgerichtete Aussagen***

Dieses Dokument enthält zukunftsgerichtete Aussagen, die sich in Begriffen wie „erwarten“, „wird“, „könnte“, „potenziell“, „geplant“, „sieht vor“, „Schätzwert“, „abzielen“, „im Plan“ etc. ausdrücken. Derartige Aussagen beinhalten Risiken und Unwägbarkeiten, die zu einer deutlichen Abweichung der effektiven Ergebnisse von den hierin gemachten Aussagen führen können. Wir weisen 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 zukunftsgerichteten 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.