

**Syngenta International AG**

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

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

**Medienkontakte:**

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, 23. Juli 2015

**Halbjahresabschluss 2015****Starke Geschäftsperformance sorgt für deutlichen Anstieg der Profitabilität**

- Konzernumsatz von USD 7,6 Milliarden: plus 3 Prozent zu konstanten Wechselkursen
- Umsatzwachstum von 7 Prozent<sup>1</sup> im zweiten Quartal: Wachstum in allen Regionen
- EBITDA erreicht USD 2,0 Milliarden: plus 21 Prozent zu konstanten Wechselkursen
  - Ausgewiesenes EBITDA: 5 Prozent geringer aufgrund von Währungsveränderungen
  - EBITDA-Marge steigt um 140 Basispunkte auf 26,2 Prozent: 29,2 Prozent zu kWk<sup>1</sup>
  - Kosteneinsparungen USD 104 Millionen: Massnahmen im Rahmen von „Accelerating Operational Leverage“ angelaufen
- Gewinn pro Aktie<sup>2</sup> von USD 14,70
- Kombiniertes Umsatzpotenzial von kürzlich eingeführten Produkten und Produkten in der Pipeline: > USD 6 Milliarden

	Kennzahlen			
	1. Hj. 2015 Mio. USD	1. Hj. 2014 Mio. USD	Effektiv %	kWk <sup>1</sup> %
<b>Umsatz</b>	<b>7 634</b>	8 508	-10	+3
<b>Operatives Ergebnis</b>	<b>1 566</b>	1 725	-9	
<b>Reingewinn</b>	<b>1 221</b>	1 391	-12	
<b>EBITDA</b>	<b>2 000</b>	2 111	-5	+21
<b>Gewinn pro Aktie<sup>2</sup></b>	<b>14,70</b>	15,60	-6	

<sup>1</sup> Zu konstanten Wechselkursen.

<sup>2</sup> Ohne Restrukturierung und Wertberichtigung; Gewinn pro Aktie auf vollständig verwässerter Basis.

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

„Unsere Branche sah sich im bisherigen Jahresverlauf mit anhaltend tiefen Agrarpreisen und niedrigen Einkommen für die Landwirte konfrontiert. Trotz dieser Herausforderungen und unserer Entscheidung, den Verkauf von Glyphosat zu reduzieren, erzielten wir im ersten Halbjahr ein Umsatzwachstum von 3 Prozent zu konstanten Wechselkursen. Es gelang uns, die Abwertung von Währungen in den Schwellenmärkten durch gezielte Preiserhöhungen weitgehend zu kompensieren. In Kombination mit unseren Hedging-Massnahmen konnten wir so die Auswirkungen der Währungsschwankungen auf das EBITDA abschwächen. Die ersten Kosteneinsparungen durch unser Massnahmenpaket „Accelerating Operational Leverage“ trugen erheblich zur Verbesserung der Marge bei und zeigen, dass wir auf Kurs sind, nachhaltige Profitabilitätssteigerungen zu erzielen.

Im ersten Halbjahr entwickelte sich unser neues Fungizid ELATUS™ weiterhin stark und unser neues Maisherbizid ACURON™ wurde erfolgreich in den USA eingeführt. Die hervorragende Akzeptanz beider Produkte bei den Landwirten bestärkt unser Vertrauen in unsere aktuellen und kommenden Innovationen. Das Umsatzpotenzial der jüngst eingeführten Produkte beträgt über USD 2,7 Milliarden. Um zu zeigen, welche Erträge wir längerfristig von unserer branchenführenden F&E erwarten, haben wir heute eine erweiterte Pipeline mit einem Umsatzpotenzial von über USD 3,6 Milliarden bekannt gegeben.“

## **Finanzergebnis 1. Halbjahr 2015**

### **Konzernumsatz von USD 7,6 Milliarden**

Der Konzernumsatz zu konstanten Wechselkursen stieg um 3 Prozent, mit Preiserhöhungen um 6 Prozent und Rückgang der Absatzmengen um 3 Prozent. Der Umsatz bereinigt um Glyphosat erhöhte sich um 6 Prozent. Der ausgewiesene Umsatz ging um 10 Prozent zurück, da die meisten Währungen gegenüber dem US-Dollar abgewertet haben.

### **EBITDA von USD 2,0 Milliarden**

Das EBITDA ging auf ausgewiesener Basis um 5 Prozent zurück, stieg aber zu konstanten Wechselkursen um 21 Prozent an. Die EBITDA-Marge betrug 26,2 Prozent auf ausgewiesener Basis und 29,2 Prozent zu konstanten Wechselkursen (erstes Halbjahr 2014: 24,8 Prozent).

### **Nettofinanzaufwand und Steuern**

Der Nettofinanzaufwand belief sich auf USD 101 Millionen und blieb somit gegenüber dem Vorjahr nahezu unverändert. Der Steuersatz vor Restrukturierung betrug 17 Prozent (erstes Halbjahr 2014: 15 Prozent).

### **Reingewinn von USD 1,2 Milliarden**

Der Reingewinn nach Restrukturierung und Wertberichtigung ging um 12 Prozent zurück. Der Gewinn pro Aktie vor Restrukturierung und Wertberichtigung sank um 6 Prozent auf USD 14,70.

## Cashflow und Bilanz

Der Free Cashflow vor Akquisitionen von USD (113) Millionen blieb gegenüber dem ersten Halbjahr 2014 trotz niedrigerer ausgewiesener Umsätze unverändert. Das durchschnittliche betriebliche Umlaufvermögen in Prozent des Umsatzes lag bei 43 Prozent (erstes Halbjahr 2014: 42 Prozent), wobei ein weiterer Abbau von Lagerbeständen die höheren Forderungen in Lateinamerika teilweise kompensierte.

Die Anlageinvestitionen einschliesslich immaterieller Anlagen beliefen sich auf USD 240 Millionen (erstes Halbjahr 2014: USD 312 Millionen); für das gesamte Jahr 2015 werden Anlageinvestitionen von rund USD 640 Millionen erwartet.

## Dividende

Am 30. April wurde eine Dividende von CHF 11,00 pro Aktie (2014: CHF 10,00) in einer Gesamthöhe von USD 1 078 Millionen ausgeschüttet. Das entspricht einer Ausschüttungsquote in Höhe von 60 Prozent.

## Höhepunkte des 1. Halbjahres 2015

	Halbjahr		Wachstum		2. Quartal		Wachstum	
	2015 Mio. USD	2014 Mio. USD	Effektiv %	kWk %	2015 Mio. USD	2014 Mio. USD	Effektiv %	kWk %
Europa, Afrika, Mittlerer Osten	2 882	3 336	-14	+13	1 053	1 241	-15	+10
Nordamerika	2 230	2 443	-9	-7	1 211	1 211	-	+2
Lateinamerika	1 170	1 269	-8	+1	675	674	-	+12
Asien/Pazifik	1 027	1 096	-6	-1	525	538	-2	+4
<b>Gesamtumsatz integriertes Geschäft</b>	<b>7 309</b>	<b>8 144</b>	<b>-10</b>	<b>+3</b>	<b>3 464</b>	<b>3 664</b>	<b>-5</b>	<b>+7</b>
Lawn and Garden	325	364	-11	-	153	162	-6	+5
<b>Gesamtumsatz Konzern</b>	<b>7 634</b>	<b>8 508</b>	<b>-10</b>	<b>+3</b>	<b>3 617</b>	<b>3 826</b>	<b>-5</b>	<b>+7</b>

## Umsatzentwicklung integriertes Geschäft

- **Umsatz von USD 7,3 Milliarden, plus 3 Prozent zu kWk**
  - Absatzvolumen -3 Prozent, Preise +6 Prozent
- **EBITDA USD 1,9 Milliarden (erstes Halbjahr 2014: USD 2,0 Milliarden)**
- **EBITDA-Marge 26,5 Prozent (erstes Halbjahr 2014: 25,1 Prozent)**

**Europa, Afrika, Mittlerer Osten:** Nach einem starken Jahresbeginn setzte sich das Wachstum auch im zweiten Quartal fort. Dazu trugen weitere deutliche Preiserhöhungen in den GUS-Staaten bei, welche die Auswirkungen der Währungsabwertung mehr als ausglich. Die Absatzmenge stieg in den meisten Gebieten – mit Ausnahme von Frankreich, wo Ende 2014 Einkäufe vorgezogen wurden, und den GUS-Staaten, wo die Preiserhöhungen bei Saatgut zu einem geringeren Absatzvolumen führten. Das neue SDHI-Produkt SEGURIS® trug wesentlich zum breiten Wachstum bei Fungiziden bei. Seedcare verzeichnete ebenfalls

starke Ergebnisse, wobei sowohl in der Ukraine als auch in Zentraleuropa ein hohes Wachstum der Absatzmengen zu verzeichnen war.

**Nordamerika:** Das Wachstum im zweiten Quartal wurde trotz der anhaltend niedrigen Agrarpreise und der geringeren Glyphosatumsätze erzielt. Bereinigt um Glyphosat gingen die Umsätze im ersten Halbjahr um 4 Prozent zurück. In den USA stiegen die Umsätze mit Maissaatgut im zweiten Quartal dank höherer Lizenzeinnahmen mit Traits deutlich. Als robust erwies sich im zweiten Quartal auch der Umsatz mit selektiven Herbiziden, wobei erstmals auch ACURON™ nach der Zulassung im April dazu beitrug. In Kanada gingen die Umsätze infolge der Trockenheit und der hohen Bestände an Seedcare-Produkten in den Vertriebskanälen zurück.

**Lateinamerika:** Die Umsätze wurden von zwei wesentlichen Faktoren beeinflusst: von der bewussten Reduktion des Verkaufs von Glyphosat und von Zuwächsen infolge veränderter Vertragsbedingungen für den Verkauf von Pflanzenschutzprodukten in Brasilien, die zu einer zeitlichen Verschiebung der Umsätze führten. Bereinigt um diese beiden Faktoren betrug der Umsatzrückgang 2 Prozent. Er widerspiegelt den schwachen Druck durch Pflanzenkrankheiten und Schädlinge, die wegen rückläufiger Anbauflächen gesunkenen Umsätze mit Maissaatgut sowie bewusste Kreditbeschränkungen. Ausserdem litt der Süden Lateinamerikas unter der aktuellen wirtschaftlichen Unsicherheit. Die geänderten Vertragsbedingungen in Brasilien sehen vor, dass Verkäufe an Vertriebspartner nun bei der Lieferung anstatt beim Verkauf an die Landwirte erfasst werden. Dies ist eine Reaktion auf die zunehmende Grösse des Geschäfts in Brasilien. So werden die Abläufe vereinfacht, gleichzeitig aber die strenge Kontrolle über die Kundenkredite beibehalten.

**Asien/Pazifik:** Im zweiten Quartal fand das Geschäft in der Region trotz des Zurückfahrens von Paraquat in China wieder zu Wachstum zurück. Wachstumsmotor war hier Südasien mit Umsatzzuwächsen bei Baumwolle und einer zunehmenden Verbreitung der GROMORE™-Protokolle. In den ASEAN-Staaten beeinträchtigten die rückläufigen Reisanbauflächen in Thailand die Umsätze. Neue Produkte spielten mit der Einführung von SEGURIS™ in China eine bedeutende Rolle. DURIVO® konnte sein Wachstum ausweiten mit über 20 Prozent im ersten Halbjahr.

### **Umsatzentwicklung Lawn and Garden**

- **Umsatz USD 325 Millionen, unverändert zu kWk**
- **EBITDA USD 73 Millionen (erstes Halbjahr 2014: USD 70 Millionen)**
- **EBITDA-Marge 22,4 Prozent (erstes Halbjahr 2014: 19,3 Prozent)**

Die Umsätze blieben unverändert, wobei das Wachstum in Europa und Asien/Pazifik die Auswirkungen der hohen Lagerbestände in den nordamerikanischen Vertriebskanälen wettmachte. Die Profitabilität stieg erneut, und für das Geschäftsjahr 2015 ist der Geschäftsbereich auf Kurs, die als Ziel gesetzte EBITDA-Marge von 20 Prozent zu erreichen.

### **Accelerating Operational Leverage**

Das Massnahmenpaket „Accelerating Operational Leverage“ (AOL), das im Februar 2014 bekannt gegeben wurde, soll bis 2018 Einsparungen von USD 1 Milliarde erzielen und beruht auf drei Säulen: Vertrieb, Forschung und Entwicklung sowie Global Operations. Ziel der Massnahmen ist es, die Kostenstruktur im Rahmen der integrierten Strategie zu optimieren, um eine branchenweit führende Effizienz zu erreichen. Im ersten Halbjahr 2015 erzielte das Unternehmen Einsparungen von USD 104 Millionen, die zur erheblichen Verbesserung der EBITDA-Marge beitrugen. Damit sind wir auf Kurs, um die für 2015 als Ziel gesetzten USD 265 Millionen (inklusive USD 75 Millionen aus einem früheren Programm) zu erreichen.

## **Innovation**

Die jüngsten Neueinführungen von Pflanzenschutzmitteln bei Syngenta umfassen zwei Fungizide (ELATUS™, SEGURIS®), drei Saatgutbehandlungen (CLARIVA®, FORTENZA®, VIBRANCE®) und ein Herbizid (ACURON™). Im ersten Halbjahr erzielten diese Produkte Umsätze von USD 264 Millionen. Nach der erfolgreichen Einführung von ACURON™ im April haben wir die Umsatzprognose für das Produkt von über USD 250 Millionen auf über USD 500 Millionen nach oben revidiert. Das kombinierte Umsatzpotenzial der sechs letzten Neueinführungen liegt bei über USD 2,7 Milliarden.

Längerfristig umfasst die Innovationspipeline weitere neun Produkte mit einem kombinierten Umsatzpotenzial von über USD 3,6 Milliarden. Die erste Neueinführung aus dieser Pipeline wird 2016 voraussichtlich ORONDIS™ sein, ein Fungizid zur Anwendung bei Gemüse und Spezialkulturen.

Weitere Informationen zur Pipeline und unseren Innovationen in den Bereichen Saatgut und Traits präsentieren wir im Rahmen des R&D Day in unserem Forschungszentrum in Stein in der Schweiz am 16. September 2015.

## **Ausblick**

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

„Die Performance von Syngenta im ersten Halbjahr demonstriert unsere Fähigkeit, die Profitabilität selbst in einem schwierigen Marktumfeld zu steigern. Die hervorragenden Fortschritte unserer AOL-Massnahmen, die im zweiten Halbjahr einen noch bedeutenderen Beitrag leisten werden, belegen dies. Wie gewöhnlich richtet sich der Ausblick für die zweite Jahreshälfte vor allem auf Lateinamerika, wo wir auf unsere Fähigkeit bauen, die Geschäfte auch in einem unsicheren Umfeld gut zu führen. So können wir unsere Jahresumsatzziele zu konstanten Wechselkursen weitgehend unverändert lassen. Für das EBITDA nach Währungsschwankungen streben wir weiterhin einen Wert auf dem Niveau von 2014 an. Wir rechnen damit, einen erheblichen Free Cashflow zu generieren.“

Angesichts der deutlichen Verbesserungen unserer Profitabilität im bisherigen Jahresverlauf, der weiteren AOL-Effizienzsteigerungen und steigender Lizenzeinnahmen mit Traits sind wir auf dem besten Weg, 2018 unsere angepeilte EBITDA-Marge von 24-26 Prozent zu erreichen. Die bisherigen Fortschritte mit unseren neuen Produkten und unserer erweiterten Pipeline bestärken uns darin, ein nachhaltiges Umsatzwachstum mit steigenden Marktanteilen erreichen zu können.“

## Crop Protection

Crop Protection nach Produktelinien	Halbjahr		Wachstum		2. Quartal		Wachstum	
	2015 Mio. USD	2014 Mio. USD	Effektiv %	kWk %	2015 Mio. USD	2014 Mio. USD	Effektiv %	kWk %
Selektive Herbizide	1 980	1 977	-	+14	1 034	922	+12	+23
Nicht selektive Herbizide	490	790	-38	-31	295	485	-39	-31
Fungizide	1 871	1 917	-2	+13	889	913	-3	+13
Insektizide	849	934	-9	+2	419	421	-	+11
Seedcare	438	520	-16	-4	183	198	-8	+7
Übrige	53	73	-28	-22	20	28	-30	-22
Gesamt	5 681	6 211	-9	+4	2 840	2 967	-4	+8

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

In Nordamerika konnten die erfolgreiche US-Einführung von ACURON™ und die grösseren Sojaanbauflächen mit entsprechend steigender Nachfrage nach DUAL MAGNUM® den Einfluss der Trockenheit in Kanada mehr als ausgleichen. ACURON™, das am 24. April von der US-Umweltschutzbehörde EPA zugelassen wurde, verbindet vier Wirkstoffe und drei Wirkmechanismen zur Bekämpfung von Unkrautresistenzen im Maisanbau. Das Umsatzwachstum bei selektiven Herbiziden spiegelt auch die Preissteigerungen in den GUS-Staaten und die geänderte Erfassung der Umsätze in Brasilien wider.

**Nicht selektive Herbizide:** Wichtigste Marken: GRAMOXONE®, TOUCHDOWN®

Der Umsatzrückgang hängt weitgehend mit den geringeren Absatzmengen von TOUCHDOWN® in allen Regionen zusammen – eine Folge der Entscheidung, zur Verbesserung der Profitabilität den Verkauf von Glyphosat solo zu reduzieren. Ausserdem gaben die Preise von TOUCHDOWN® nach. Hinzu kommt, dass die Umsätze mit GRAMOXONE® in China zurückgefahren wurden, da es eine regulatorische Änderung mit Auswirkung auf die Flüssigformulierungen von Paraquat gab.

**Fungizide:** Wichtigste Marken: ALTO®, AMISTAR®, BONTIMA™, BRAVO®, ELATUS™, MODDUS®, REVUS®, RIDOMIL GOLD®, SCORE®, SEGURIS®, TILT®, UNIX®

Im gesamten Portfolio wurde ein umfassendes Wachstum erzielt, wobei sich vor allem das neue SDHI-Produkt SEGURIS® gut entwickelte. In fast ganz Europa wurde trotz der Trockenheit gegen Saisonende ein kräftiger Anstieg der Absatzmengen verzeichnet. In Brasilien wurde die Einführungsphase von ELATUS™ mit Mengen- und Preissteigerungen fortgesetzt.

**Insektizide:** Wichtigste Marken: ACTARA®, DURIVO®, FORCE®, KARATE®, PROCLAIM®, VERTIMEC®

Das Wachstum wurde wesentlich durch die Region Asien/Pazifik mit Umsatzzuwächsen in allen Gebieten bestimmt. Unterstützend wirkten dabei die Einführung neuer Produkte in China und Südasien sowie umfassende Preiserhöhungen. Als nachteilig für die Umsätze in Lateinamerika erwies sich der geringe Schädlingsdruck. DURIVO® setzte das bisherige starke Wachstum in allen Regionen mit Ausnahme von Lateinamerika fort.

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

Die Umsätze gingen infolge der hohen Lagerbestände in den Vertriebskanälen auf dem kanadischen Getreidemarkt sowie der rückläufigen Maisanbauflächen in den USA zurück. Diese Faktoren beeinträchtigten das gute Abschneiden in Zentraleuropa und den GUS-Staaten sowie in der Region Asien/Pazifik. Allerdings kam es im zweiten Quartal zu einer markanten Aufwärtsbewegung mit einer starken Zunahme der Absatzmengen bei AVICTA<sup>®</sup> und CELEST<sup>®</sup>.

Crop Protection nach Regionen	Halbjahr				2. Quartal			
	2015		2014		2015		2014	
	Mio. USD	Mio. USD	Effektiv %	kWk %	Mio. USD	Mio. USD	Effektiv %	kWk %
Europa, Afrika, Mittlerer Osten	2 163	2 412	-10	+15	845	985	-14	+10
Nordamerika	1 583	1 745	-9	-7	949	953	-	+2
Lateinamerika	1 059	1 121	-6	+4	616	592	+4	+16
Asien/Pazifik	876	933	-6	-1	430	437	-2	+5
Gesamt	5 681	6 211	-9	+4	2 840	2 967	-4	+8

## Seeds

Seeds nach Produktelinien	Halbjahr				2. Quartal			
	2015		2014		2015		2014	
	Mio. USD	Mio. USD	Effektiv %	kWk %	Mio. USD	Mio. USD	Effektiv %	kWk %
Mais und Soja	866	1,012	-14	-6	305	328	-7	-1
Diverse Feldsaaten	456	578	-21	+14	149	176	-15	+11
Vegetables	331	376	-12	-	180	203	-11	+2
Gesamt	1 653	1 966	-16	+1	634	707	-10	+3

**Mais und Soja:** Wichtigste Marken: AGRISURE<sup>®</sup>, GOLDEN HARVEST<sup>®</sup>, NK<sup>®</sup>

Die Umsätze bei Mais wurden durch den Rückgang der Maisanbauflächen in Nord- und Lateinamerika beeinträchtigt. Dem standen im zweiten Quartal in den USA teilweise höhere Lizenzeinnahmen aus Traits gegenüber. Auch in Europa gingen die Maisanbauflächen zurück, doch die rückläufigen Absatzmengen wurden durch die deutlichen Preiserhöhungen in den GUS-Staaten ausgeglichen, die die Währungsabwertungen vollständig kompensierten.

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

Der Umsatz im Sonnenblumengeschäft wies in Europa, der bedeutendsten Region, einen starken Zuwachs auf. Dies spiegelt die substanziellen Preiserhöhungen in den GUS-Staaten wider. Diese Preiserhöhungen hatten Auswirkungen auf die Absatzmengen, da hochwertige Hybridsorten gegen lokales Saatgut konkurrieren mussten. Der Umsatz mit Zuckerrüben ging zurück, weil das Überangebot auf dem Zuckermarkt zu erheblichen Flächenumwidmungen in Europa führte.

## Vegetables: Wichtigste Marken: ROGERS®, S&G®

Europa verzeichnete trotz geringerer Absatzmengen in den GUS-Staaten und in Israel ein solides Umsatzwachstum. Die Umsätze bei Zuckermais wurden von den hohen Lagerbeständen in der verarbeitenden Industrie beeinflusst. Die Preise, die in allen Regionen stabil waren, belegen die Fähigkeit von Syngenta, mit hochwertigen Hybridsorten eine Wertschöpfung zu erzielen.

Seeds nach Regionen	Halbjahr		Wachstum		2. Quartal		Wachstum	
	2015 Mio. USD	2014 Mio. USD	Effektiv %	kWk %	2015 Mio. USD	2014 Mio. USD	Effektiv %	kWk %
Europa, Afrika, Mittlerer Osten	721	934	-23	+10	208	259	-19	+11
Nordamerika	655	713	-8	-7	263	262	-	+1
Lateinamerika	122	153	-21	-13	65	84	-24	-16
Asien/Pazifik	155	166	-7	-3	98	102	-5	-
Gesamt	1 653	1 966	-16	+1	634	707	-10	+3

Die vollständige Medienmitteilung zum Halbjahresabschluss 2015 kann [hier](#) abgerufen werden. Eine Präsentation zu den Ergebnissen steht dort ab 07.30 Uhr (MEZ) ebenfalls zur Verfügung.

## Ankündigungen und Versammlungen

R&D Day	16. September 2015
Ergebnisse des dritten Quartals 2015	15. Oktober 2015
Jahresabschluss 2015	3. Februar 2016
Geschäftsbericht 2015	16. März 2016
Ergebnisse des ersten Quartals 2016	20. April 2016
Generalversammlung	26. April 2016

Syngenta ist ein führendes Agrarunternehmen, das zur Verbesserung der Nahrungssicherheit weltweit beiträgt. Wir ermöglichen es Millionen von Landwirten, die ihnen zur Verfügung stehenden Ressourcen besser zu nutzen. Mit erstklassiger Forschung und innovativen Lösungen leisten unsere 28 000 Mitarbeitenden in über 90 Ländern einen Beitrag, um die Landwirtschaft beständig weiterzuentwickeln. Wir setzen uns dafür ein, Ackerland vor Degradierung zu bewahren, Biodiversität zu fördern sowie ländliche Gemeinschaften zu stärken. Weitere Informationen finden Sie auf [www.syngenta.com](http://www.syngenta.com) und [www.goodgrowthplan.com](http://www.goodgrowthplan.com). Folgen Sie uns auf Twitter® unter [www.twitter.com/Syngenta](http://www.twitter.com/Syngenta)

### 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.