



Medienmitteilung

Jahresabschluss 2007

Basel, Schweiz, 7. Februar 2008

Geschäftsergebnis spiegelt ausgezeichnete Stellung in positivem Marktumfeld wider

- Umsatz zu konstanten Wechselkursen steigt um 11 Prozent auf USD 9,24 Milliarden
- Gewinn pro Aktie⁽¹⁾ steigt um 31 Prozent auf USD 11,45
- Gewinn pro Aktie liegt nach Restrukturierung und Wertberichtigung bei USD 11,42
- Crop Protection steigert Umsatz um 11 Prozent⁽²⁾ auf USD 7,3 Milliarden
- Umsatz mit neuen Produkten wächst um 20 Prozent⁽²⁾ auf USD 1,2 Milliarden
- Seeds steigert Umsatz um 12 Prozent⁽²⁾ auf USD 2,0 Milliarden
- Gesamtausschüttung für 2008 bis zu USD 1 Milliarde: Dividendenerhöhung, Aktienrückkauf

	Kennzahlen			Vor Restrukturierung und Wertberichtigung			
	2007 Mio. USD	2006 Mio. USD	Effektiv %	2007 Mio. USD	2006 Mio. USD	Effektiv %	kWk ⁽²⁾ %
Umsatz	9240	8046	+ 15	9240	8046	+ 15	+ 11
Reingewinn⁽³⁾	1109	634	+ 75	1112	872	+ 27	-
Gewinn pro Aktie	\$11,42	\$6,35	+ 80	\$11,45	\$8,73	+ 31	-
				\$(0,39)		- 4	
				\$11,06	\$8,73	+ 27	-

Abzüglich Einnahme durch Delta & Pine Land

Mike Mack, Chief Executive Officer:

„2007 war für Syngenta ein herausragendes Geschäftsjahr und ist geprägt von einer Trendwende auf den weltweiten Agrarmärkten. Nach mehreren Jahren, in denen die Nachfrage grösser war als die landwirtschaftliche Produktion, sind die Lagerbestände wichtiger Produkte auf ein Rekordtief gefallen, was zu einem starken Preisanstieg landwirtschaftlicher Erzeugnisse führte. Dies hat die Produzenten dazu veranlasst, verstärkt in ihre Anbaumethoden zu investieren, um die Ernteerträge zu steigern. Mit Blick auf die begrenzte landwirtschaftlich nutzbare Fläche wird zunehmend eingeräumt, dass nur durch weitere Ertragssteigerungen die wachsende Nachfrage nach

(1) Verwässerter Gewinn je Aktie vor Restrukturierung und Wertberichtigung.
 (2) Wachstum zu konstanten Wechselkursen (kWk), siehe Anhang A des englischen Originals.
 (3) Reingewinn an die Aktionäre der Syngenta AG.

Nahrungs- und Futtermitteln, insbesondere in Schwellenländern, sowie nach Biotreibstoffen gedeckt werden kann. Als Folge davon wird die zentrale Rolle neuer Technologien in der Landwirtschaft – im Pflanzenschutz wie auch bei Saatgut – stärker anerkannt.

Die weltweite Stärke und das breite Produktangebot von Syngenta sind das Ergebnis unserer ständigen Investitionen in Technologie. Diese ermöglichen uns, schnell und wirkungsvoll auf die dynamische Marktumgebung zu reagieren. Unsere Fähigkeit, Landwirten auf der ganzen Welt innovative Lösungen zu bieten, spiegelt sich in dem heute bekannt gegebenen, starken Geschäftsergebnis wider. Dieses Ergebnis setzt sich zusammen aus einem robusten Umsatzwachstum sowie verbesserter Profitabilität und einem substanziellen Wachstum des Gewinns pro Aktie. Durch den guten Cashflow konnten wir in unser Unternehmen investieren und gleichzeitig über USD 1 Milliarde an unsere Aktionäre ausschütten.“

Geschäftsergebnis 2007

Umsatz: zweistelliges Wachstum

Der Umsatz bei konstanten Wechselkursen (kWk) stieg um 11 Prozent mit Wachstum in allen Produktelinien und allen Regionen. Der ausgewiesene Umsatz legte um 15 Prozent auf USD 9,24 Milliarden zu. Im Geschäftsbereich Crop Protection stieg der Umsatz* um 11 Prozent (kWk), im Geschäftsbereich Seeds um 12 Prozent.

EBITDA-Marge erreicht 20 Prozent

Das EBITDA (Ergebnis vor Zinsen, Steuern und Abschreibungen) stieg um 19 Prozent (kWk) auf USD 1,9 Milliarden. Vor der einmaligen Einnahme von USD 50 Millionen durch Delta & Pine Land erhöhte sich das EBITDA um 16 Prozent, die EBITDA-Marge erreichte 20 Prozent (2006: 19,1 Prozent). Deutlich gestiegene Absatzmengen und eine gesteigerte Effizienz im operativen Geschäft führten zu einer höheren Profitabilität, bei fortgesetzten Investitionen in Marketing und in Entwicklung, um neue Wachstumschancen zu nutzen.

Währungseffekte wirkten sich in Höhe von USD 72 Millionen positiv auf das EBITDA aus. Die Schwäche des US-Dollar im zweiten Halbjahr wurde durch die starken Währungen der Schwellenländer mehr als ausgeglichen, so dass sich eine positive Wirkung auf den Umsatz ergab.

Gewinn pro Aktie über den Zielvorgaben

Der Gewinn pro Aktie vor Restrukturierung und Wertberichtigung stieg um 31 Prozent auf USD 11,45. Der Gewinn pro Aktie vor der einmaligen Einnahme durch Delta & Pine Land stieg um 27 Prozent auf USD 11,06. Dieser Anstieg ist ausschliesslich auf das höhere operative Ergebnis zurückzuführen. Der Gewinn pro Aktie unter Berücksichtigung von Restrukturierung und Wertberichtigung betrug, einschliesslich eines Kapitalgewinns aus dem Teilverkauf eines Standorts in Basel, USD 11,42 (2006: USD 6,35).

Überblick über die Geschäftsbereiche

Crop Protection: Wachstum in allen Produktelinien und in allen Regionen

Der Geschäftsbereich Crop Protection konnte in einem dynamischen Marktumfeld mit seinem starken Portfolio und der erfolgreichen Marketingstrategien erneut Marktanteile gewinnen. **Neue Produkte** erzielten ein Umsatzwachstum von 20 Prozent auf USD 1,2 Milliarden. Dazu trug AXIAL[®] mit einem aussergewöhnlich starken Jahr bei; auch CALLISTO[®] und ACTARA[®]/CRUISER[®] verzeichneten ein anhaltendes Wachstum. Das Unternehmen konnte mit einem Umsatzanstieg von mehr als 25 Prozent bei AMISTAR[®] seine führende Rolle bei Fungiziden weiter ausbauen. Der Umsatz von TOUCHDOWN[®] legte auf Grund hoher Nachfrage auf dem amerikanischen Kontinent und einer verbesserten Preisgestaltung um fast 50 Prozent zu.

* Umsatz in Crop Protection inklusive Intersegment-Umsätze in Höhe von USD 68 Millionen

In sämtlichen Regionen wurden Umsatzsteigerungen erzielt. In der Region **Europa, Afrika und Mittlerer Osten** verzeichneten die osteuropäischen Länder bei schnell wachsender Produktpalette erneut zweistellige Zuwachsraten. Steigende Umsätze mit Herbiziden und Fungiziden beschleunigten das Wachstum in der Region **NAFTA** in der zweiten Jahreshälfte. In der Region **Asien/Pazifik** waren weiterhin die Schwellenländer, insbesondere China und Indien, massgeblich für den Umsatzanstieg verantwortlich. Sie konnten die schwächere Entwicklung in Japan und Australien mehr als ausgleichen. Mit einem Umsatzwachstum von 37 Prozent lieferte **Lateinamerika** das beste Ergebnis. Die hohen Preise für Soja waren für die Landwirte ein Anreiz, ihre Ernteerträge zu optimieren. Gleichzeitig stieg auch die Nachfrage nach anderen Kulturen wie Mais und Zuckerrohr. Syngenta konnte mit ihrem führenden Produktportfolio und den engen Kundenbeziehungen diese günstige Marktentwicklung uneingeschränkt nutzen.

Professional Products verzeichnete weiterhin starkes Wachstum, noch verbessert durch die ganzjährige Konsolidierung des im Jahr 2006 erworbenen Unternehmens Fafard. Stärkster Wachstumstreiber war Seed Care. Trotz geringerer Baumwollanbauflächen verzeichnete AVICTA® ein erfolgreiches zweites Jahr; auch CRUISER® setzte das Wachstum fort. CRUISER® MAXX bietet den Landwirten nicht nur Vorteile bei der Insekten- und Krankheitskontrolle, sondern steigert auch die Vitalität und das Wachstum der Pflanzen.

Das **EBITDA** stieg um 17 Prozent (kWk) auf USD 1821 Millionen. Die EBITDA-Marge erreichte mit 25 Prozent einen Rekordwert.

F&E Pipeline: Syngenta besitzt eine gut gefüllte Pipeline im Bereich Crop Protection, deren Projekte alle Produktlinien abdecken und bis über das Jahr 2012 hinaus reichen. Die Schätzungen für das Umsatzpotenzial der Pipeline wurden im Lauf des Jahres angehoben und liegen nun bei mehr als USD 2 Milliarden. Im Jahr 2008 wird das Unternehmen DURIVO® mit einem Umsatzziel von über USD 300 Millionen einführen. Im Januar 2008 wurde eine Absichtserklärung über eine strategische Allianz mit Rohm & Haas zur Entwicklung und Vermarktung der INVINSA™-Technologie unterzeichnet. INVINSA™ ist ein einzigartiges Produkt zum Schutz von Feldkulturen gegen Pflanzenstress. Das Umsatzpotenzial dieser Technologie wird auf mehr als USD 500 Millionen geschätzt.

Seeds: starkes Umsatzwachstum, weitere Fortschritte im Transformationsprozess

Syngenta begann bereits im Jahr 2004 mit der Neuausrichtung des Geschäfts in Seeds. Nach der Etablierung einer Plattform zur Einführung neuer Pflanzeigenschaften (Traits) in Mais und Soja in den USA, konnte das Unternehmen schneller eigene Biotech-Traits entwickeln und im Jahr 2007 die Zeitspanne für die Einführung von kombinierten Traits (Stacks) verkürzen. Die Bereiche Vegetables und Flowers wurden durch Produktinnovationen und Akquisitionen weiter entwickelt und ausgebaut.

Der Umsatz mit **Mais**-Saatgut wuchs 2007 weltweit dank gestiegener Produktpreise und grösserer Anbauflächen. Syngenta erhielt zu Jahresbeginn die Zulassung der US-amerikanischen Umweltbehörde EPA für Mais mit Agrisure™-Traits gegen Maiszünsler und Maiswurzelbohrer (Double Stack). Das Double-Stack-Angebot ist somit vollständig und ermöglichte Vorbereitungen zur Einführung eines Triple-Stack-Produkts im Jahr 2008. Die entsprechende Ausrichtung des US-Maisportfolios geht mit signifikanten Marketinginvestitionen und verstärkten F&E-Anstrengungen einher, die sicherstellen, dass wir mit unserer Pipeline sehr viele zukünftige Chancen der Biotechnologie wahrnehmen können.

Auch die Bereiche **Vegetables und Flowers** erzielten ein gutes Wachstum. Dies wurde ergänzt durch die Akquisitionen von Zeraim Gedera, einem israelischen Anbieter für hochwertiges Gemüsesaatgut, und Fischer, der die Position von Syngenta als Weltmarktführer für Blumen- und Zierpflanzen stärkt.

Die Umsatzsteigerungen bei **Diverse Feldsaaten** spiegeln die starke Stellung von Syngenta in Osteuropa wider. Dort leistet der Einsatz verbesserten Saatguts einen wichtigen Beitrag zur schnellen Modernisierung der Landwirtschaft.

Das **EBITDA** verringerte sich bei einer EBITDA-Marge von 5 Prozent auf USD 98 Millionen (2006: USD 158 Millionen). Zurückzuführen ist dies auf die Investitionen in das US-amerikanische Maisgeschäft und auf die Auswirkungen der reduzierten Sojaanbaufläche in den USA. Ab 2009 soll die Marge auf die bis 2011 angestrebten 15 Prozent steigen und später in den folgenden Jahren weiter ausgebaut werden. Die Grundlage hierfür bilden die Entwicklung eines Maisangebots, das alle Traits enthält, sowie das Wachstum in Geschäftsfeldern mit hohen Margen, wie Gemüse.

F&E Pipeline: Ab 2008 plant das Unternehmen die Einführung einer Reihe Traits der zweiten Generation. Hierzu gehören Mais-Amylase für die effizientere Herstellung von Bioethanol, VIP/Lepidoptera zur verbesserten Insektenkontrolle sowie dürrertoleranter Mais. Diese Produkteinführungen ermöglichen es auch, Multiple-Stack-Saatgut anzubieten, das neben Produktivitätssteigerungen auch Vorteile für den Endbenutzer bietet.

Die F&E-Aktivitäten wurden in 2007 durch zwei Kooperationen erweitert. Syngenta hat eine auf fünf Jahre ausgelegte Forschungszusammenarbeit mit dem Institut für Genetik und Entwicklungsbiologie in Peking, China, vereinbart. Diese ist auf die Identifizierung und Entwicklung neuer ertragssteigernder Traits in einer Reihe wichtiger Kulturen fokussiert. In Australien richtet Syngenta mit Partnern wie der Queensland University of Technology ein neues Syngenta-Zentrum zur Entwicklung von Biotreibstoffen aus Zuckerrohr ein.

Kostensparprogramm im Plan

Im Jahr 2007 wurden zusätzliche Einsparungen in Höhe von USD 168 Millionen realisiert, von denen USD 90 Millionen erneut in Wachstumsinitiativen investiert wurden. Das Anfang 2007 angekündigte Programm zur Steigerung der operativen Effizienz soll ab 2011 inflationsbereinigt zu jährlichen Kosteneinsparungen in Höhe von USD 350 Millionen führen. Diese Einsparungen werden sich sowohl aus preisgünstigerem Einkauf als auch aus einer Senkung der Betriebskosten ergeben. So kann verstärkt in Technologie, Marketing und Produktentwicklung – und damit in zukünftiges Wachstum – investiert werden. Die Gesamtkosten des Programms belaufen sich auf USD 700 Millionen in cash-wirksamen Aufwendungen und USD 250 Millionen in nicht cash-wirksamen Aufwendungen.

Steuern

Der Basissteuersatz für den Berichtszeitraum betrug 24 Prozent (2006: 22 Prozent). Mittelfristig soll der Steuersatz unter 25 Prozent gehalten werden.

Cashflow und Bilanz

Der Free Cashflow, nach Akquisitionen in Höhe von USD 164 Millionen, betrug USD 802 Millionen. Die Anlageinvestitionen stiegen auf Grund der höheren Investitionen in den beiden Geschäftsbereichen Seeds und Crop Protection, auf USD 317 Millionen (2006: USD 217 Millionen). Das Verhältnis zwischen durchschnittlichem Umlaufvermögen und Umsatz betrug 39

Prozent (2006: 43 Prozent). Zum Jahresende 2007 betrug die Nettoverschuldung USD 1385 Millionen (2006: USD 1153 Millionen). Das entspricht einem Verschuldungsgrad von 23 Prozent (2006: 20 Prozent).

Kapitalrückfluss an die Aktionäre: Im abgelaufenen Geschäftsjahr hat das Unternehmen sein Aktienrückkaufprogramm fortgesetzt und insgesamt 3,8 Millionen Aktien im Gesamtwert von USD 728 Millionen erworben. Die Ausschüttung in Höhe von USD 299 Millionen erfolgte teilweise in Form einer Nennwertreduktion. Im Jahr 2007 betrug der Kapitalrückfluss an die Aktionäre USD 1027 Millionen.

Für 2008 sieht das Unternehmen vor, durch eine höhere Dividende und weitere Aktienrückkäufe bis zu USD 1 Milliarde an die Aktionäre zurückzuzahlen. Am 22. April 2008 wird der Generalversammlung eine Ausschüttung von CHF 4,80 pro Aktie (2006: CHF 3,80) vorgeschlagen.

Ausblick

Mike Mack, Chief Executive Officer:

„Unser Erfolg im Jahr 2007 belegt die Stärke unseres herausragenden Produktportfolios und unserer erstklassigen Vertriebsorganisation. In Verbindung mit den positiven Aussichten für die Landwirtschaft ermöglicht uns dies, bis 2010 ein zweistelliges Wachstum beim Gewinn pro Aktie* anzustreben. Diese Zielsetzung bestätigt die verbesserten Wachstumsaussichten für Crop Protection ebenso wie unser Vertrauen in die erfolgreiche Umsetzung der Seeds-Strategie. Darüber hinaus können wir durch unsere Finanzkraft auch weiterhin in Wachstumschancen in allen Geschäftsfeldern investieren und gleichzeitig die Kapitalrückflüsse an die Aktionäre fortführen.“

* Vollständig verwässert ohne einmalige Einnahmen in 2007, vor Restrukturierung, Wertminderung und dem Aktienrückkaufprogramm

Crop Protection

Eine Definition der konstanten Wechselkurse (kWk) finden Sie im Anhang A des englischen Originals.

Produktelinie	Gesamtjahr		Wachstum		4. Quartal		Wachstum	
	2007 Mio. USD	2006 Mio. USD	Effektiv %	kWk %	2007 Mio. USD	2006 Mio. USD	Effektiv %	kWk %
Selektive Herbizide	2019	1813	+ 11	+ 8	310	245	+ 27	+ 20
Nichtselektive Herbizide	902	725	+ 24	+ 21	191	124	+ 53	+ 49
Fungizide	2004	1716	+ 17	+ 12	449	370	+ 21	+ 15
Insektizide	1205	1093	+ 10	+ 7	269	239	+ 13	+ 9
Professional Products	1079	958	+ 13	+ 10	279	249	+ 12	+ 8
Übrige	76	73	+ 4	+ 2	48	31	+ 54	+ 50
Total	7285	6378	+ 14	+ 11	1546	1258	+ 23	+ 18

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

Die Vergrößerung der Maisanbauflächen führte zu zweistelligen Umsatzzuwächsen bei allen wichtigen Produkten. Im Zuge ihrer Anstrengungen nach Ertragsmaximierung erkannten die Landwirte in den USA immer mehr die Bedeutung von Behandlungsprogrammen und damit auch von selektiven Herbiziden. Die CALLISTO[®]-Produktfamilie verzeichnete auch in Europa und Lateinamerika weitere Zuwächse. Das Wachstum von AXIAL[®] beschleunigte sich in einem günstigen Marktumfeld, die Umsätze erreichten über USD 100 Millionen.

Nichtselektive Herbizide: wichtigste Marken GRAMOXONE[®], TOUCHDOWN[®]

TOUCHDOWN[®] wird nun innerhalb eines umfassenden Produktspektrums vertrieben. Sein Umsatz stieg stark an, auf Grund der grösseren Anbaufläche Glyphosat-toleranter Pflanzen auf dem amerikanischen Kontinent. Diese höhere Nachfrage in Verbindung mit der angespannten Angebotssituation resultierte in einem höheren Preisniveau. Auch GRAMOXONE[®] verzeichnete Wachstum. Die starke Nachfrage in Asien glich das Auslaufen des Produkts in Europa mehr als aus.

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

AMISTAR[®] war aussergewöhnlich wachstumsstark, insbesondere in Lateinamerika. Dort wirkten sich vergrösserte Sojaanbauflächen, erhöhter Krankheitsdruck durch das Auftreten von Sojarost und eine starke Nachfrage durch Weizenproduzenten positiv aus. In den USA entwickelte sich die AMISTAR[®]-Produktfamilie im Rahmen der Erschliessung eines neuen Marktsegments zur Verhütung von Maiskrankheiten sehr positiv. Auch andere Fungizide erwiesen sich als wachstumsstark. Dies gilt ferner für BRAVO[®], das nun weit verbreitet in Europa als Resistenzbrecher in Getreide eingesetzt wird. REVUS[®] wurde in Grossbritannien und Korea erfolgreich eingeführt.

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

Die starke Nachfrage nach Getreide in Europa führte zu einem guten Umsatzwachstum bei KARATE[®]. Auch die Umsätze mit ACTARA[®] stiegen an, insbesondere in Lateinamerika. Der in den USA zu verzeichnende Umsatzrückgang mit FORCE[®], ein Ergebnis der gestiegenen Marktdurchdringung des Maiswurzelbohrer-Traits, konnte zum Teil durch die starke osteuropäische

Nachfrage ausgeglichen werden. Auch der starke Rückgang der Baumwollanbauflächen wirkte sich negativ auf den Umsatz in den USA aus.

Professional Products: wichtigste Marken AVICTA[®], CRUISER[®], DIVIDEND[®], HERITAGE[®], MAXIM[®]

Das Wachstum spiegelt die ganzjährige Konsolidierung von Fafard im Produktbereich Lawn & Garden und die weiterhin starke Performance in Seed Care wider. CRUISER[®] verzeichnete in allen Regionen ein exzellentes Wachstum. Dies ist auf die steigende Marktdurchdringung, die Behandlungsintensität in Mais und Soja, neue Zulassungen in Lateinamerika, verstärkte Nachfrage nach Raps und Getreide in Europa sowie Markteinführungen in der Region Asien/Pazifik zurückzuführen. Der Umsatz von AVICTA[®] legte in dessen zweitem Jahr trotz geringerer Baumwollanbauflächen in den USA um 50 Prozent zu, da die Betriebe die überlegene Leistung dieses Produkts bei der Nematodenkontrolle schätzen.

Regional	Gesamtjahr				4. Quartal			
	2007		2006		2007		2006	
	Mio. USD	Mio. USD	Effektiv %	kWk %	Mio. USD	Mio. USD	Effektiv %	kWk %
Europa, Afrika, Mittlerer Osten	2545	2242	+ 13	+ 5	423	408	+ 3	- 7
NAFTA	2238	2119	+ 6	+ 6	303	237	+ 28	+ 27
Lateinamerika	1423	1036	+ 37	+ 37	561	401	+ 40	+ 40
Asien/Pazifik	1079	981	+ 10	+ 5	259	212	+ 22	+ 13
Total	7285	6378	+ 14	+ 11	1546	1258	+ 23	+ 18

Das Marktumfeld in **Europa, Afrika und dem Mittleren Osten** war günstig, dank eines milden Winters und des schweren Ausbruchs der Knollenfäule bei Kartoffeln in Nordeuropa im dritten Quartal. Die Nachfrage nach Getreide war stark, was die höheren Erntepreise widerspiegelt. Syngenta konnte ihre Position in Osteuropa weiter stärken und ist mit besonders starkem Wachstum in Russland, der Ukraine und Kasachstan Vorreiter für die Entwicklung dieser Region.

Das Umsatzwachstum in **NAFTA** wurde durch Herbizide und Fungizide angeführt und im Wesentlichen von der deutlichen Erweiterung der US-amerikanischen Maisanbauflächen getragen. Während sich die Technologie der Glyphosat-Toleranz (GT) weiter ausbreitet und nun etwa 60 Prozent des US-Marktes ausmacht, führten die hohen Maispreise zu verstärktem Einsatz von Pflanzenschutzmitteln, um die Ernteerträge zu steigern. Die grösseren GT-Anbauflächen trugen sowohl in den USA als auch in Kanada zu einer starken Nachfrage nach TOUCHDOWN[®] bei.

Der Umsatz in **Lateinamerika** konnte in Brasilien und Argentinien und über alle Produktlinien hinweg stark zulegen. Die gestiegenen Preise für Mais und Soja führten zu grösseren Anbauflächen und intensiverer Nutzung. Mit der starken Nachfrage, auch in anderen Kulturen, konnte unser Geschäft weiterhin von der breiten Marktpräsenz und den gefestigten Kundenbeziehungen profitieren.

Das Wachstum der Schwellenländer in der Region **Asien/Pazifik** – insbesondere China, Indien und Vietnam – konnte die Auswirkungen der Dürre in Australien und die schwächere Nachfrage in Japan mehr als ausgleichen. Die immer ausgereifteren landwirtschaftlichen Methoden in den Schwellenländern schlagen sich in signifikant höheren Umsätzen bei Fungiziden und der Saatgutbehandlung nieder.

Seeds

Eine Definition der konstanten Wechselkurse (kWk) finden Sie im Anhang A des englischen Originals.

Produktelinie	Gesamtjahr		Wachstum		4. Quartal		Wachstum	
	2007 Mio. USD	2006 Mio. USD	Effektiv %	kWk %	2007 Mio. USD	2006 Mio. USD	Effektiv %	kWk %
Mais und Soja	893	785	+ 14	+ 12	99	40	+ 145	+ 143
Diverse Feldsaaten	351	309	+ 13	+ 7	50	31	+ 60	+ 49
Vegetables und Flowers	774	649	+ 19	+ 14	168	130	+ 30	+ 22
Total	2018	1743	+ 16	+ 12	317	201	+ 58	+ 50

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

Der Umsatz mit Mais war weltweit stark und spiegelt die hohen Maispreise und die Ausweitung der Anbauflächen, insbesondere in den USA, wider. Das Wachstum beschleunigte sich in der zweiten Jahreshälfte dank steigender Marktanteile in einem dynamischen Markt in Lateinamerika. In den USA war im vierten Quartal ein positiver Einmaleffekt durch den letztmaligen Verkauf von Saatgut mit nicht selbstentwickelten Traits zu verzeichnen. Das gute Ergebnis in Mais wurde teilweise durch gesunkene Umsätze mit Soja infolge der Abnahme der US-amerikanischen Sojaanbauflächen ausgeglichen.

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

Alle Feldsaaten konnten in Osteuropa stark zulegen. Das Umsatzwachstum bei Zuckerrüben resultiert aus der erfolgreichen Positionierung des HILLESHÖG[®]-Geschäfts infolge der Subventionsreform der EU. Sonnenblumen und Raps profitieren von der Nachfrage sowohl nach gesunden Ölen als auch nach Biodiesel.

Vegetables und Flowers: wichtigste Marken S&G[®]-Gemüse, ROGERS[®]-Gemüse, S&G[®]-Blumen

Sowohl die anhaltend hohe Nachfrage durch den Endkunden als auch weiter gestiegene Marktanteile haben zu einem Umsatzwachstum bei Vegetables beigetragen. Die Konsolidierung von Emergent Genetics und Zeraim Gedera trug mit USD 13 Millionen zum Wachstum bei. In Lateinamerika und der Region Asien/Pazifik stiegen die Umsätze weiter schnell an. Die Umsätze mit Marken-Frischprodukten in den USA stiegen um mehr als 30 Prozent.

Der Erwerb von Fischer im Bereich Flowers trug mit USD 24 Millionen zum Umsatzwachstum bei. Die Performance konnte sowohl in Europa als auch in der Region NAFTA verbessert werden.

Regional	Gesamtjahr		Wachstum		4. Quartal		Wachstum	
	2007 Mio. USD	2006 Mio. USD	Effektiv %	kWk %	2007 Mio. USD	2006 Mio. USD	Effektiv %	kWk %
Europa, Afrika, Mittlerer Osten	818	690	+ 19	+ 10	112	73	+ 54	+ 38
NAFTA	916	838	+ 9	+ 9	131	72	+ 80	+ 80
Lateinamerika	146	107	+ 37	+ 37	34	28	+ 24	+ 24
Asien/Pazifik	138	108	+ 28	+ 19	40	28	+ 42	+ 30
Total	2018	1743	+ 16	+ 12	317	201	+ 58	+ 50

Haftungsausschluss (Safe Harbor): 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.

Syngenta ist ein weltweit führendes Agribusiness-Unternehmen, das sich durch innovative Forschung und Technologie für eine nachhaltige Landwirtschaft einsetzt. Das Unternehmen ist ein Marktführer im Pflanzenschutz und nimmt am Markt für hochwertiges kommerzielles Saatgut Platz drei ein. Der Umsatz 2007 betrug rund USD 9,2 Milliarden. Syngenta beschäftigt mehr als 21 000 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter in über 90 Ländern. Syngenta ist an der Schweizer Börse (SYNN) und an der Börse von New York (SYT) kotiert. Weitere Informationen: www.syngenta.com.

Analysten und Investoren:	Jonathan Seabrook	
	Schweiz	+41 (0)61 323 7502
	USA	+1 (202) 737 6520
	Jennifer Gough	
	Schweiz	+41 (0) 61 323 5059
	USA	+1 (202) 737 6521
Mediananfragen:	Médard Schoenmaeckers (Schweiz)	+41 (0)61 323 2323
	Sarah Hull (USA)	+1 (202) 628 2372
Aktienregisterauskünfte	Urs-Andreas Meier	+41 (0)61 323 2095