



Medienmitteilung

Jahresabschluss 2005

Basel, Schweiz, 9. Februar 2006

Starkes Wachstum bestätigt Führungsposition

- Umsatz steigt um 11 Prozent auf USD 8,1 Milliarden, Wechselkursbereinigt⁽¹⁾ plus 9 Prozent
- Gewinn pro Aktie⁽²⁾ plus 31 Prozent auf USD 7,67
- Crop Protection steigert Umsatz um 3 Prozent⁽¹⁾ auf USD 6,3 Milliarden
- Umsatz mit neuen Produkten plus 22 Prozent⁽¹⁾ auf USD 847 Millionen
- Seeds steigert Umsatz um 42 Prozent⁽¹⁾ auf USD 1,8 Milliarden, plus 9 Prozent⁽¹⁾ ohne Akquisitionen
- Kosteneinsparungsziel bis 2008 von USD 300 Millionen auf USD 425 Millionen erhöht
- Free Cash Flow⁽³⁾ USD 703 Millionen vor einem Pensionskassenzuschuss
- Gesamtausschüttung von USD 800 Millionen⁽⁴⁾ für 2006: Dividendensteigerung, Aktienrückkauf via Put-Option

Kennzahlen

	vor Restrukturierung, Wertberichtigung und nicht weitergeführten Geschäftsaktivitäten ⁽⁵⁾				wie gemäss IFRS ausgewiesen ⁽⁵⁾	
	2005 Mio. USD	2004 Mio. USD	Effektiv %	kWk ⁽¹⁾ %	2005 Mio. USD	2004 Mio. USD
Umsatz	8104	7269	+11	+ 9	8104	7269
Reingewinn⁽⁶⁾	779	623 ⁽⁷⁾	+25		622	460
Gewinn pro Aktie	USD 7,67	USD 7,19	+7		USD 6,13	USD 4,34
Gewinn pro Aktie⁽²⁾ <i>vor einmaliger Steuergutschrift</i>	USD 7,67	USD 5,87	+31			

Michael Pragnell, Chief Executive Officer:

„2005 erzielte Syngenta einmal mehr ein Wachstum in allen Geschäftsbereichen. Crop Protection gewann dank erfolgreicher neuer Produkte Marktanteile in den wichtigsten Märkten, was unsere Führungsposition insbesondere in den USA stärkte; in Osteuropa wurde erneut ein zweistelliges Wachstum erreicht, und auch Lateinamerika lieferte trotz des anspruchsvollen Umfeldes in Brasilien ein robustes Ergebnis. Das Wachstum in Professional Products wurde durch den anhaltenden Erfolg unserer Saatgutbehandlungsprodukte getragen. Seeds erzielte ebenfalls ein kräftiges Wachstum: Im ersten Jahr nach der Übernahme trug das gute Mais- und Sojageschäft mit GARST[®] und GOLDEN HARVEST[®] zum starken Gesamtergebnis bei und verbesserte die starke Performance dieses Bereichs zusätzlich; bei Gemüsesaatgut konnte das Wachstum der letzten sechs Jahre fortgesetzt werden. Unsere konsequente Fokussierung auf Kosten- und Kapitaleffizienz kombiniert mit einem starken Umsatzwachstum führte zu Gewinnsteigerungen sowie zu einer weiteren Verbesserung der Kennzahlen.“

(1) Wachstum zu konstanten Wechselkursen (kWk), siehe Anhang A des englischen Originals.
 (2) Verwässerter Gewinn je Aktie vor Restrukturierung, Wertberichtigung und nicht weitergeführter Aktivitäten sowie vor einer einmaligen Steuergutschrift. Gewinnwachstum je Aktie ausschliesslich Goodwill-Anpassung gemäss IFRS3 plus 20 Prozent.
 (3) Eine Definition des Begriffs Free Cash Flow ist Anhang B des englischen Originals zu entnehmen.
 (4) Der genaue Betrag hängt vom Schlusskurs der Aktie am 21. Februar 2006 ab.
 (5) Die Beträge inklusive Restrukturierung und Wertberichtigung werden hier gemäss den IFRS ausgewiesen. Die Aufwendungen für Restrukturierung, Wertberichtigung und nicht weitergeführte Geschäftsaktivitäten reduzieren den Reingewinn 2005 um USD 157 Mio. (2004: USD 302 Mio.).
 (6) Reingewinn an die Aktionäre der Syngenta AG.
 (7) Nettogewinn vor einmaliger Steuergutschrift.

Highlights 2005

Der **Jahresumsatz** legte bei konstanten Wechselkursen (kWK) um neun Prozent zu, bereinigt um Akquisitionen um vier Prozent. In Crop Protection stieg der Umsatz um drei Prozent, in Seeds um 42 Prozent beziehungsweise um neun Prozent vor Akquisitionen.

Der **EBITDA** stieg um sieben Prozent (kWK) auf USD 1,55 Milliarden und profitierte vom Umsatzwachstum und dem Kosteneinsparungsprogramm. Diese Einsparungen konnten höhere Energiekosten sowie Investitionen in Marketing und Entwicklung in Crop Protection und Seeds mehr als ausgleichen.

Der **Gewinn pro Aktie** stieg ohne Restrukturierung und Wertberichtigung um 31 Prozent auf USD 7,67. Ohne Goodwill-Anpassung gemäss IFRS 3 legte der Gewinn pro Aktie um 20 Prozent zu. Unter Berücksichtigung von Restrukturierung und Wertberichtigung betrug er USD 6,13 (2004: USD 4,34).

Währungen: Über das ganze Jahr gesehen profitierte der Umsatz mit zwei Prozent von den Wechselkursschwankungen, was insbesondere auf die Dollarschwäche im ersten Halbjahr zurückzuführen ist. Die Aufwertung des Dollars in der zweiten Jahreshälfte führte zu einer wechselkursbedingten Steigerung des EBITDA von USD 51 Millionen für das ganze Jahr.

Crop Protection: Das Portfolio neuer Produkte setzte seine Expansion fort und erzielte ein Umsatzwachstum von 22 Prozent* auf USD 847 Millionen, getragen von der CALLISTO®-Gruppe (USD 387 Millionen) und ACTARA®/CRUISER® (USD 346 Millionen). In der Region NAFTA legte der Umsatz in allen Produktlinien zu. Die Umsätze in Europa legten nach der kalten Frühlingsaison und der anschliessenden Dürre in Südeuropa im vierten Quartal ebenfalls zu. Osteuropa konnte erneut ein zweistelliges Wachstum verzeichnen. In Lateinamerika trugen vor allem eine Steigerung in Brasilien im zweiten Halbjahr und ein starkes Ergebnis in Argentinien zu einem leichten Wachstum bei. Im asiatisch-pazifischen Raum stiegen die Umsätze in mehreren Märkten, insbesondere in China und Japan. Die neuen Produkte werden durch acht neue Wirkstoffe mit einem Umsatzpotenzial von insgesamt USD 1 Milliarde verstärkt, deren Markteinführung bis 2012 vorgesehen ist. Die ersten Produkte, das Getreideherbizid AXIAL® und die Saatgutbehandlung AVICTA®, werden bereits in der Anbausaison 2006 eingeführt. Der EBITDA in Crop Protection stieg um ein Prozent (kWK) auf USD 1'513 Millionen, wobei das Umsatzwachstum und die Kosteneinsparungen den Einfluss höherer Energiekosten und die gestiegenen Marketingaufwendungen mehr als wettmachten.

Professional Products: Der Umsatz stieg um acht Prozent* mit starkem Wachstum in der Saatgutbehandlung (Seed Care) und wurde durch ein gutes Ergebnis im Bereich Rasen und Garten gestützt. Seed Care gab 2005 zwei neue Initiativen bekannt: Mit dem führenden Anbieter im amerikanischen Baumwollmarkt wurde eine Vereinbarung zur Vermarktung von AVICTA® für die Anbausaison 2006 unterzeichnet. Und der Bau eines neuen Instituts für die Saatgutbehandlung soll ab 2007 die Markteinführung neuer Produkte und damit verbundener Dienstleistungen beschleunigen. Im Bereich Rasen und Garten wurde für Europa eine strategische Allianz mit COMPO® zur Entwicklung und Vermarktung eines kompletten Angebots an Pflanzenschutzmitteln für Konsumenten geschlossen. Erste Markteinführungen sind für 2006 vorgesehen.

Seeds: Der Umsatz legte in allen Regionen zu. Bei Mais und Soja konnten die Umsätze dank der erfolgreichen Integration von GARST® und GOLDEN HARVEST® in den USA und des starken Ergebnisses von NK® mehr als verdoppelt werden. Die Entwicklung der Pipeline mit Biotech-Produkten („input traits“) für Mais, die die Glyphosat-Toleranz sowie die Kontrolle von Maiswurzelwurm und Maiszünsler umfassen, ist weit fortgeschritten. Die Einführung eines kompletten Angebots einschliesslich kombinierter Merkmale („stacked traits“), ist in den USA bis 2008 vorgesehen. Der Bereich Diverse Feldsaaten hat ebenfalls ein starkes Ergebnis erzielt, das zum Teil auf der steigenden Nachfrage nach Biotreibstoffen beruhte. Gemüse verzeichnete erneut eine steigende Nachfrage nach Frischprodukten sowie ein starkes Wachstum in Nord- und Lateinamerika und in Asien, das vor allem von zahlreichen neuen Produkteinführungen getragen wurde. Obwohl sich die Umsätze mit Blumen in der zweiten Jahreshälfte erholen konnten, blieben sie über das ganze Jahr gesehen leicht rückläufig. Seeds konnte den EBITDA von USD 148 Millionen mehr als verdoppeln, wobei die Akquisitionen zur zugrundeliegenden Ertragskraft dieses Bereichs zusätzlich beitrugen.

* Umsätze an Dritte ohne Intersegment-Umsätze zu Seeds. Eine Gesamtumsatzaufstellung nach Segmenten ist Anhang H des englischen Originals zu entnehmen.

Plant Science: Im Enzymbereich wurde QUANTUM™ in Mexiko verkauft, während die Zulassung in den USA noch ausstehend ist. Die Mais-Amylase für Bioethanol hat in Feldversuchen gute Resultate gezeigt, sodass die Zulassungsunterlagen eingereicht werden konnten. Die Arbeiten mit durch Pflanzen produzierte Biopharmazeutika sind in 2005 bis zur Stufe der klinischen Prüfungen vorangekommen. Aufgrund der längeren Entwicklungszeiten und damit verbundenen Kosten bis zur Markteinführung wurde beschlossen, Drittunternehmen zu finden, die diese Projekte für den Markt weiterentwickeln. Die dadurch frei werdenden Ressourcen in Forschung und Entwicklung werden in anderen Geschäftsbereichen eingesetzt.

Betriebliche Effizienz: Einsparungen in Höhe von USD 166 Millionen übertrafen das Ziel für 2005. Diese Einsparungen machten den Einfluss höherer Energiekosten auf Rohmaterialien (USD 96 Millionen) mehr als wett und ermöglichten zusätzliche Marketing und Entwicklungsinvestitionen (USD 79 Millionen). Das zuvor angekündigte Einsparungsziel von USD 300 Millionen bis 2008 wurde auf USD 425 Millionen angehoben. Es wird erwartet, dass diese Einsparungen die höheren Beschaffungskosten für Rohmaterialien mehr als ausgleichen. Restrukturierung und Wertberichtigung verursachten im Berichtszeitraum einen Aufwand von USD 236 Millionen (cash-wirksam: USD 163 Millionen, nicht cash-wirksam: USD 73 Millionen), wovon der grösste Teil mit dem Programm zur Erhöhung der betrieblichen Effizienz in Verbindung stand. Der Rest entfiel auf die Integration der Übernahmen im Bereich Seeds. Die Gesamtkosten des Programms zur Erhöhung der betrieblichen Effizienz werden, verteilt über fünf Jahre, auf USD 850 Millionen einschliesslich nicht zahlungswirksamer Aufwendungen in Höhe von USD 350 Millionen geschätzt, von denen USD 470 Millionen bereits angefallen sind.

Cashflow und Bilanz: Der Free Cash Flow vor einem Pensionskassenzuschuss in Höhe von USD 350 Millionen betrug USD 703 Millionen. Die Anlageinvestitionen von USD 174 Millionen lagen unter den Abschreibungen von USD 252 Millionen. Zum Periodenende verbesserte sich das Umlaufvermögen in Prozent des Umsatzes auf 30 Prozent gegenüber 36 Prozent für Ende 2004; das Verhältnis zwischen durchschnittlichem Umlagevermögen und Umsatz lag unverändert bei 40 Prozent. Die Rendite auf dem investierten Kapital (ROIC) stieg auf 24,6 Prozent (2004: 18,8 Prozent).

Zum Periodenende betrug die Nettoverschuldung USD 864 Millionen (2004: USD 864 Millionen), was einem Verschuldungsgrad von 16 Prozent (2004: 15 Prozent) entspricht. Im April hat das Unternehmen einen €500-Millionen-Eurobond zu 4,125 Prozent mit zehnjähriger Laufzeit ausgegeben. Zugleich machte das Unternehmen ein öffentliches Rückkaufsangebot für den ausstehenden 5,5-Prozent-Eurobond mit Fälligkeit im Juli 2006, der zu 73 Prozent zurückgezahlt wurde. Darauf folgte im zweiten Halbjahr eine US-Privatplatzierung in Höhe von USD 250 Millionen. Diese Transaktionen verlängerten die Laufzeit der in Umlauf befindlichen Anleihen deutlich auf durchschnittlich 13 Jahre.

Steuern: Der Basissteuersatz für das Jahr betrug 22 Prozent (2004: 25 Prozent). Es ist damit zu rechnen, dass der Basissteuersatz auch in absehbarer Zukunft in der Grössenordnung von 20 bis 25 Prozent liegen wird.

Kapitalrückfluss an Aktionäre: Im abgelaufenen Geschäftsjahr hat das Unternehmen sein Aktienrückkaufprogramm fortgesetzt und für USD 251 Millionen 2,3 Millionen Aktien zu einem Durchschnittspreis von CHF 129,1 erworben. Am 22. Juli erfolgte eine Ausschüttung von insgesamt USD 207 Millionen in Form einer Nennwertreduktion. Seit Beginn des Programms im Mai 2004 wurden über Ausschüttungen und Aktienrückkäufe bislang insgesamt USD 743 Millionen ausgeschüttet. Angesichts der anhaltend starken finanziellen Performance beabsichtigt das Unternehmen, an seiner progressiven Aktienrückkaufpolitik festzuhalten.

Für das Geschäftsjahr 2005 wird der Generalversammlung am 19. April 2006 eine Ausschüttung von CHF 3,30 in Form einer Nennwertreduktion vorgeschlagen. Ebenfalls an der Generalversammlung wird die Vernichtung der 2005 zurückgekauften Aktien beantragt. Zur Optimierung der Bilanz gewährt das Unternehmen am 22. Februar pro Aktie eine Gratis-Put-Option im Wert von CHF 1,50. Die Put-Option gibt jedem Aktionär das Recht, dem Unternehmen eine bestimmte Anzahl Aktien zu verkaufen. Jede Put-Option hat eine Laufzeit von drei Monaten ab Zuteilungsdatum und ist an der SWX Swiss Exchange handelbar; bei Ausübung aller Optionen verpflichtet sich das Unternehmen, im Jahr 2006 etwa 3,3 Millionen Aktien zurückzukaufen.

Ausblick

Michael Pragnell, Chief Executive Officer:

„Syngenta feierte 2005 sein fünfjähriges Jubiläum, und es ist uns gelungen, unsere Position als weltweit führendes Agribusiness-Unternehmen zu festigen. Möglich wurde dies unter anderem durch eine Erhöhung der Marktanteile im Pflanzenschutz, Wachstum bei Feldsaaten sowie durch beträchtliche Fortschritte in den verbraucherorientierten Geschäftsbereichen Gemüsesaatgut und Professional Products. Für die Zukunft erlaubt uns die Stärke unseres Geschäfts und unsere viel versprechenden Produkte in der Pipeline zusätzlich in Marketing und Produktentwicklung zu investieren, und es ist unser Ziel ein zweistelliges Gewinnwachstum je Aktie* für die nächsten drei Jahre bis einschliesslich 2008 zu erreichen. Ausserdem sind wir dank unserer starken finanziellen Performance in der Lage, die progressive Ausschüttung an die Aktionäre fortzusetzen und gleichzeitig in das zukünftige Wachstum unseres Unternehmens zu investieren.“

* Vollständig verwässert vor Restrukturierung, Wertminderung und dem Aktienrückkaufprogramm.

Crop Protection

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

Produktelinien	Ganzes Jahr		Wachstum		4. Quartal		Wachstum	
	2005 Mio. USD	2004 Mio. USD	Effektiv %	kWk %	2005 Mio. USD	2004 Mio. USD	Effektiv %	kWk %
Selektive Herbizide	1889	1867	+1	- 1	249	296	-16	-14
Nichtselektive Herbizide	688	645	+7	+6	123	104	+20	+23
Fungizide	1779	1702	+4	+2	356	364	- 2	+1
Insektizide	1100	1049	+6	+5	224	243	- 7	- 5
Professional Products	784	708	+9	+8	164	148	+8	+10
Übrige	67	59	+13	+12	52	26	+104	+107
Total	6307	6030	+5	+3	1168	1181	- 1	+2

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

Der Umsatz mit selektiven Herbiziden wurde massgeblich von der CALLISTO[®]-Produktfamilie bestimmt, die in Europa weitere erfolgreiche Markteinführungen verzeichnen konnte und in den USA trotz Zunahme der herbizidtoleranten Anbaufläche über 30 Prozent Wachstum erzielte. Das Wachstum der CALLISTO[®]-Produkte wurde durch rückläufige Umsätze mit älteren Produkten wie DUAL[®]/BICEP[®] MAGNUM und Atrazin beeinträchtigt. Das Getreideherbizid TOPIK[®] litt an rückläufigen Umsätzen auf den westeuropäischen Märkten, konnte jedoch in Osteuropa weiteres Wachstum erzielen. APIRO[®] setzte seine Expansion auf den Reismärkten Japans und Südkoreas fort.

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

TOUCHDOWN[®] erreichte in den USA, Argentinien und Osteuropa dank Einführung neuer Marken und verschiedener Marketingprogramme ein deutliches Wachstum. Die Umsätze mit GRAMOXONE[®] waren in Südeuropa und Brasilien wegen der Trockenheit im ersten Halbjahr schwächer. Dies wurde zum Teil durch gutes Wachstum in China ausgeglichen.

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

Fungizide erzielten in Nordamerika, Osteuropa und Asien ein kräftiges Wachstum. In den USA blieb der Sojarost-Markt relativ klein, aber AMISTAR[®] profitierte dank seiner Vielseitigkeit von einer lebhaften Nachfrage beim Anbau von Weizen, Kartoffeln, Reben und Nüssen. Der Umsatz mit dem Getreidefungizid ACANTO[®] legte in Frankreich kräftig zu. SCORE[®] konnte sein Wachstum in den neuen Märkten Asiens, insbesondere in China und Vietnam, fortsetzen.

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

Das Wachstum bei den Insektiziden wurde getragen von starken Ergebnissen in den USA und Brasilien. In den USA konnte der Umsatz mit KARATE[®] nach einem aussergewöhnlichen Befall mit Soja-Aphiden (Blattläusen) in der zweiten Jahreshälfte nahezu verdoppelt werden. Die Umsätze mit FORCE[®] legten massiv zu und profitierten von der Behandlung grösserer Flächen gegen den Maiswurzelwurm. ACTARA[®] setzte sein starkes Wachstum in Brasilien und Japan fort.

Professional Products wichtigste Marken CRUISER[®], DIVIDEND[®], HERITAGE[®], ICON[®] und MAXIM[®]

Das Wachstum in diesem Bereich wurde von Seed Care und Rasen und Garten getragen. CRUISER[®] verzeichnete ein zweistelliges Wachstum und wurde im amerikanischen Sojaanbau besonders erfolgreich eingesetzt. HERITAGE[®] erzielte auf dem amerikanischen und japanischen Rasenmarkt ein gutes Ergebnis. Im Bereich Home Care haben professionelle Schädlingskontrolle und Materialschutz zum Wachstum beigetragen.

Regional	Ganzes Jahr		Wachstum		4. Quartal		Wachstum	
	2005 Mio. USD	2004 Mio. USD	Effektiv %	kWk %	2005 Mio. USD	2004 Mio. USD	Effektiv %	kWk %
Europa, Afrika, Mittlerer Osten	2274	2251	+1	-2	355	366	-3	+3
NAFTA	2069	1869	+11	+9	181	194	-7	-8
Lateinamerika	1026	1017	+1	+1	422	396	+7	+7
Asien/Pazifik	938	893	+5	+4	210	225	-6	-2
Total	6307	6030	+5	+3	1168	1181	-1	+2

Die Umsätze in der Region **Europa, Afrika und Mittlerer Osten** legten im vierten Quartal deutlich zu, insbesondere in Frankreich und Spanien, die in der ersten Jahreshälfte unter Trockenheit litten. Die gestiegenen Jahresumsätze in Europa wurden von einem zweistelligen Wachstum in Osteuropa getragen. Die leicht rückläufigen regionalen Umsatzzahlen waren auf geringere öffentliche Ausschreibungen in Afrika und dem Mittleren Osten zurückzuführen.

Die starke Leistung in der Region **NAFTA** wurde angeführt durch ein zweistelliges Wachstum in den USA, aber auch Kanada und Mexiko verzeichneten höhere Umsätze. Die CALLISTO[®]-Produktgruppe erzielte einmal mehr ein starkes Wachstum und profitierte dabei von einer Zunahme der Maisanbaufläche. Aufgrund des Wachstums im gesamten Portfolio, einschliesslich des positiven Beitrags der Insektizide KARATE[®] und FORCE[®], gelang es Syngenta, seine Position auf dem grössten Agrarmarkt der Welt zu stärken.

Das leichte Wachstum in **Lateinamerika** beruhte auf guten Umsätzen mit TOUCHDOWN[®] in Argentinien. In Brasilien gingen die Jahresumsätze aufgrund einer robusten Entwicklung in der zweiten Jahreshälfte mit Insektiziden und Fungiziden nur geringfügig zurück. Die Kombinationsprodukte aus der AMISTAR[®]-Gruppe zur Behandlung von *Sojarost* sowie das gute Abschneiden von ACTARA[®] trugen wesentlich zu einer Vergrösserung des Marktanteils bei.

Asien/Pazifik: Die Umsätze profitierten vom Anstieg in Japan sowie von Wachstumsinitiativen in verschiedenen aufstrebenden Märkten, darunter Indien, Korea, Vietnam sowie einer Erholung in China, die den Rückgang in Australien mehr als wettmachten.

Seeds

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

Produktlinie	Ganzes Jahr		Wachstum		4. Quartal		Wachstum	
	2005 Mio. USD	2004 Mio. USD	Effektiv %	kWk %	2005 Mio. USD	2004 Mio. USD	Effektiv %	kWk %
Mais und Soja	880	401	+120	+117	26	27	-	+1
Diverse Feldsaaten	301	247	+21	+16	26	24	+6	+13
Gemüse und Blumen	616	591	+4	+2	108	101	+7	+9
Total	1797	1239	+45	+42	160	152	+6	+8

Feldsaaten: wichtigste Marken NK[®], GARST[®], GOLDEN HARVEST[®]-Mais und -Ölsaaten, HILLESHÖG[®]-Zuckerrüben

Der Umsatz mit Mais und Soja legte in allen Regionen zu: GARST[®] und GOLDEN HARVEST[®] wurden in den USA erfolgreich integriert und konnten ihren Marktanteil beibehalten. Das Wachstum ohne Akquisitionen betrug 20 Prozent (kWk). Bei den Ölsaaten legten die Umsätze mit NK[®]-Sonnenblumen kräftig zu, wobei die Volumensteigerungen in Osteuropa von der erhöhten Nachfrage nach Biodiesel profitierten. Bei Zuckerrüben konnte in Europa ebenfalls ein Umsatzwachstum erzielt werden.

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

Nachdem der Jahresbeginn aufgrund des schlechten Wetters in Europa hinter den Erwartungen zurückgeblieben war, zeigten die Umsätze mit Gemüse in der zweiten Jahreshälfte eine deutliche Erholung, wobei S&G[®] das wichtige Tomatengeschäft stärken konnte. Der Umsatz auf den neuen Märkten der Regionen Lateinamerika und Asien/Pazifik setzte sein rasantes Wachstum fort. Bei den Frischprodukten legten die Umsätze mit Wassermelonen und Kantalupe-Melonen in den USA erneut kräftig zu, während in Europa die ersten Produkte im Markt eingeführt wurden.

Die Umsätze mit S&G[®]-Blumen waren in einem schwachen Markt rückläufig, auch wenn sie sich in der zweiten Jahreshälfte teilweise erholten.

	Ganzes Jahr		Wachstum		4. Quartal		Wachstum	
	2005 Mio. USD	2004 Mio. USD	Effektiv %	kWk %	2005 Mio. USD	2004 Mio. USD	Effektiv %	kWk %
Regional								
Europa, Afrika und Mittlerer Osten	699	641	+9	+4	61	55	+11	+17
NAFTA	903	437	+107	+106	54	56	- 2	- 2
Lateinamerika	107	86	+24	+24	24	23	+4	+4
Asien/Pazifik	88	75	+17	+15	21	18	+15	+18
Total	1797	1239	+45	+42	160	152	+6	+8

Deutsche Übersetzung des englischen Originals (www.syngenta.com).

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 2005 betrug rund USD 8,1 Milliarden. Syngenta beschäftigt mehr als 19'000 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.

Auskünfte für Analysten und Investoren:	Jonathan Seabrook (Schweiz)	+41 61 323 7502
	Jennifer Gough (Schweiz)	+41 61 323 5059
	Rhonda Chiger (USA)	+ 1 (917) 322 2569
Medienauskünfte:	Guy Wolff (Schweiz)	+41 61 323 2323
	Sarah Hull (USA)	+ 1 (202) 347 8348
Aktienregisterauskünfte	Urs-Andreas Meier	+41 61 323 2095