

Syngenta International AG

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

www.syngenta.com

Medienanfragen:

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, 24. Juli 2013

Halbjahresabschluss 2013**Anhaltende Umsatzdynamik**

- **Umsatz steigt um 2 Prozent auf USD 8,4 Milliarden**
- **Umsatzwachstum des zugrunde liegenden¹ integrierten Geschäfts von 7 Prozent¹ ohne Lizenzeinnahmen für Maiswurzelbohrer-Traits**
 - **Wachstum in allen Regionen**
- **Zweistelliges Wachstum in Schwellenmärkten**
- **Geringere Lizenzeinnahmen, höhere Produktionskosten für Saatgut**
- **EBITDA sinkt um 3 Prozent auf USD 2,2 Milliarden (zugrunde liegendes Geschäft: plus 9 Prozent)**
- **Gewinn pro Aktie² sinkt um 7 Prozent auf USD 15,92 (zugrunde liegendes Geschäft: plus 9 Prozent)**

	Kennzahlen			
	1. Hj. 2013 Mio. USD	1. Hj. 2012 ³ Mio. USD	Effektiv %	kWk ¹ %
Umsatz	8 390	8 265	+ 2	+ 2
Operatives Ergebnis	1 792	1 821	- 2	
Reingewinn⁴	1 409	1 487	- 5	
EBITDA	2 179	2 250	- 3	- 5
Gewinn pro Aktie²	USD 15,92	USD 17,03	- 7	

Als "zugrundeliegend" bezeichnete Angaben klammern die Lizenzeinnahmen für Maiswurzelbohrer-Traits im Jahr 2012 in Höhe von USD 256 Millionen aus.

¹ Wachstum zu konstanten Wechselkursen

² Verwässerter Gewinn pro Aktie vor Restrukturierung und Wertberichtigung

³ Angaben 2012 nach der Anpassung der Rechnungslegung für Leistungen an Arbeitnehmer

⁴ Reingewinn an die Aktionäre der Syngenta AG (entspricht einem verwässerten Gewinn pro Aktie von USD 15,23).

Mike Mack, Chief Executive Officer:

„Ich freue mich, dass die Umsätze des zugrunde liegenden integrierten Geschäfts im ersten Halbjahr um sieben Prozent gestiegen sind, trotz eines verspäteten Beginns der Anbausaison in der nördlichen Hemisphäre und ungünstiger Witterung. Dies belegt den Erfolg unseres voll integrierten Geschäftsmodells und unserer kontinuierlichen Expansion in Schwellenmärkten. Trotz der höheren Produktionskosten für Saatgut konnten wir die Profitabilität des zugrunde liegenden Geschäfts steigern. Dies ist auf Preiserhöhungen in allen Produktelinien und eine verstärkte Kontrolle der Betriebskosten zurückzuführen. Die erfolgreiche Markteinführung neuer Produkte zeigt unsere Innovationskraft, und wir bauen unsere integrierten Angebote kontinuierlich weiter aus.

Unsere Kunden erkennen zunehmend, wie wichtig eine umfassende Palette von Pflanzenschutzmitteln und Genetik für sie ist, um die Erträge zu steigern und die Qualität und Robustheit der Nutzpflanzen zu verbessern. In Schwellenmärkten werden wir weiter nach Möglichkeiten suchen, Landwirten ein breiteres Technologieangebot zur Verfügung zu stellen. Ein hohes Potenzial in dieser Hinsicht bietet Afrika, wo wir kürzlich die Akquisition von MRI bekannt gegeben haben, einem Anbieter von Saatgut für weissen Mais in Zambia. Dies ist ein weiterer Schritt in Richtung unseres Ziels, bis 2022 einen Umsatz von USD 1 Milliarde in Afrika zu erreichen. Unsere Geschäftsentwicklung im ersten Halbjahr belegt, dass wir sowohl in Schwellenmärkten als auch in Industrieländern nachhaltig wachsen können. Dies stärkt unsere Zuversicht, dass wir den integrierten Umsatz von Syngenta bis 2020 auf USD 25 Milliarden steigern können.“

Finanzergebnis 1. Halbjahr 2013

Umsatz von USD 8,4 Milliarden

Der Umsatz legte sowohl auf ausgewiesener Basis als auch zu konstanten Wechselkursen um 2 Prozent zu. Der Umsatz des zugrunde liegenden integrierten Geschäfts (nach Abzug der Lizenzeinnahmen für Maiswurzelbohrer-Traits von 2012) stieg um 7 Prozent zu konstanten Wechselkursen. Das Wachstum des Absatzvolumens betrug 4 Prozent bei einem Preisanstieg von 3 Prozent.

EBITDA erreicht USD 2,2 Milliarden

Der EBITDA des zugrunde liegenden Geschäfts stieg um 9 Prozent bei einer EBITDA-Marge von 26,0 Prozent (1. Hj. 2012: 24,9 Prozent). Das Wachstum des Absatzvolumens, Preissteigerungen und Kosteneinsparungen konnten gestiegene Produktionskosten für Saatgut und höhere F&E-Investitionen mehr als ausgleichen. Der ausgewiesene EBITDA sank um 3 Prozent und enthielt einen positiven Währungseffekt von USD 44 Millionen.

Netto-Finanzierungskosten und Steuern

Die Netto-Finanzierungskosten sind mit USD 90 Millionen leicht angestiegen (2012: USD 84 Millionen). Der Steuersatz betrug 18 Prozent gegenüber 16 Prozent im Vorjahr.

Reingewinn von USD 1,4 Milliarden

Der Reingewinn nach Restrukturierung und Wertberichtigung ging um 5 Prozent zurück. Der Gewinn pro Aktie vor Restrukturierung und Wertberichtigung sank um 7 Prozent auf USD 15,92, während der Gewinn pro Aktie für das zugrunde liegende Geschäft um 9 Prozent anstieg.

Cashflow und Bilanz

Der Free Cashflow von USD (359) Millionen resultiert aus einem saisonbedingten Anstieg des Working Capital, das im Einklang mit einem starken Umsatzwachstum steht. Das durchschnittliche Trade Working Capital in Prozent vom Umsatz stieg geringfügig auf 37 Prozent gegenüber 36 Prozent im ersten Halbjahr 2012. Die Anlageinvestitionen einschliesslich immaterieller Anlagen beliefen sich auf USD 274 Millionen (1. Hj. 2012: USD 239 Millionen). Für das Gesamtjahr 2013 werden Anlageinvestitionen in der Grössenordnung von USD 700 bis USD 750 Millionen erwartet.

Dividende und Aktienrückkauf

Am 30. April 2013 wurde eine Dividende in Höhe von CHF 9,50 pro Aktie ausgezahlt (2012: CHF 8.00). Dies entspricht einer Ausschüttungssumme von USD 921 Millionen.

Zum 25. Juli 2013 wird Syngenta eine zweite Handelslinie an der SIX Swiss Exchange eröffnen, über die im weiteren Jahresverlauf taktische Aktienrückkäufe abgewickelt werden sollen.

Höhepunkte des 1. Halbjahres 2013

	Halbjahr		Wachstum		2. Quartal		Wachstum	
	2013 Mio. USD	2012 Mio. USD	Effektiv %	kWk %	2013 Mio. USD	2012 Mio. USD	Effektiv %	kWk %
Europa, Afrika, Mittlerer Osten	3 165	3 008	+ 5	+ 6	1 229	1 249	- 2	+ 1
Nordamerika	2 628	2 781	- 5	- 5	1 287	1 512	- 15	- 14
Lateinamerika	1 174	1 043	+ 13	+ 12	606	546	+ 11	+ 10
Asien/Pazifik	1 057	997	+ 6	+ 8	532	467	+ 14	+ 16
Gesamtumsatz integriertes Geschäft	8 024	7 829	+ 3	+ 3	3 654	3 774	- 3	- 2
Lawn and Garden ¹	366	436	- 16	- 14	166	187	- 11	- 8
Gesamtumsatz Konzern	8 390	8 265	+ 2	+ 2	3 820	3 961	- 4	- 2

¹ Einflüsse aus Veräusserungen eingeschlossen
Alle Umsatzangaben zu konstanten Wechselkursen

Umsatzentwicklung integriertes Geschäft

- Umsatz USD 8,0 Milliarden, +7 % im zugrunde liegenden Geschäft
 - Absatzvolumen +4 %, Preise +3 %
- EBITDA USD 2,1 Milliarden (1. Hj. 2012: USD 2,2 Milliarden)
- EBITDA-Marge 26,2 % (1. Hj. 2012: 28,0 %)

Europa, Afrika, Mittlerer Osten: Nach einem starken ersten Quartal folgte ein kühler, nasser Frühling mit entsprechend geringerem Einsatz von Pflanzenschutzmitteln in Nordeuropa (vor allem Fungizide). Das Gesamtwachstum im ersten Halbjahr wurde von den GUS-Staaten, Frankreich, dem iberischen Markt und den Schwellenmärkten Südosteuropas getragen. Die Entwicklung in den GUS-Staaten war Ausdruck der dortigen kontinuierlichen Intensivierung der Landwirtschaft und der führenden Marktposition von Syngenta, mit Sonnenblumen als starkem Wachstumstreiber. Auch in Südosteuropa leisteten Sonnenblumen einen hohen Umsatzbeitrag, während in Frankreich das starke Wachstum von AXIAL[®] bei Getreide und CALLISTO[®] bei Mais weiter anhielt. Die iberischen Märkte konnten sich nach der Dürre und der schwachen Konjunktur 2012 deutlich erholen.

Nordamerika: Der ausgewiesene Umsatzrückgang ist auf den Wegfall einmaliger Lizenzeinnahmen in Höhe von USD 256 Millionen zurückzuführen, die im ersten Halbjahr 2012 für den Maiswurzelbohrer-Trait 604 erzielt wurden. Der Umsatz im zugrunde liegenden Geschäft stieg dagegen um 4 Prozent, obwohl die Anbausaison wegen der kalten Witterung verzögert wurde. Das gesamte Pflanzenschutzportfolio verbuchte eine starke Entwicklung. Den höchsten Umsatzbeitrag lieferte Seed Care, angeführt von der erfolgreichen Markteinführung von VIBRANCE[®] bei Getreide, Raps und Soja. Die Umsätze bei Saatgut sanken aufgrund der Dürre 2012, in deren Folge weniger Hybride mit neu entwickelten Traits erhältlich waren.

Lateinamerika: Das starke Umsatzwachstum in der Nebensaison wurde von Brasilien und Argentinien getragen, wo die Stimmung der Landwirte angesichts der dynamischen Preisentwicklung bei Nutzpflanzen weiter gut ist. Wichtige Umsatzbeiträge lieferten Zuckerrohr, Seed Care und Maissaatgut, wo die neuen Trait-Kombinationen auf ein positives Echo stießen. Die Nachfrage bei TOUCHDOWN[®] profitierte von einem Lieferengpass bei Glyphosat seitens der Wettbewerber. Der Umsatzrückgang in Venezuela war auf die unsicheren Kreditbedingungen nach dem Regierungswechsel zurückzuführen.

Asien/Pazifik: In Asien/Pazifik beschleunigte sich das Umsatzwachstum im zweiten Quartal. Die Umsätze in Australasien konnten sich nach wetterbedingten Einbussen wieder erholen, und die Schwellenmärkte, allen voran Indonesien und Thailand, verbuchten weiter gute Fortschritte. In den ASEAN-Staaten erzielten die GroMore[™]-Protokolle für Reis weitere Zuwächse, während in Südasien der frühe Beginn des Monsuns für zweistellige Wachstumsraten sorgte, mit Mais und Vegetables als wichtige Umsatztreiber. Auch China verbuchte breites Wachstum. Einen erheblichen Beitrag leistete hier AMISTAR[®], das für Reis neu im Markt eingeführt wurde.

Umsatzentwicklung Lawn and Garden

- Umsatz USD 366 Millionen, -14 %
- EBITDA USD 77 Millionen (1. Hj. 2012: USD 57 Millionen)
- EBITDA-Marge 21,2 % (1. Hj. 2012: 13,2 %)

Ohne Einflüsse von Akquisitionen und Veräusserungen stieg der Umsatz dieser Sparte um 4 Prozent. In den Industrieländern wurden trotz der ungünstigen Witterung leichte Zuwächse auf vergleichbarer Basis erzielt, und die Schwellenmärkte wuchsen ausgehend von einer kleinen Basis kräftig. Im Jahr 2012 erfolgten mehrere Veräusserungen, um die Sparte auf erstklassige Genetik und Pflanzenschutzprodukte zu fokussieren. Daraus resultiert ein starker Profitabilitätsanstieg in Übereinstimmung mit der anvisierten EBITDA-Marge von 20 Prozent bis 2015.

Akquisitionen: Am 3. Juli gab Syngenta die Übernahme von MRI Seed Zambia Ltd und MRI Agro Ltd bekannt, einem führenden Entwickler, Produzenten und Händler von Saatgut für weissen Mais in Zambia. Durch die Weiterentwicklung der weissen Maissorten von MRI und ihre stärkere Verbreitung in Ostafrika will Syngenta einen Beitrag zur Nahrungssicherheit in dieser Region leisten. Zudem wird das Vertriebsnetz von MRI die künftigen Markteinführungen integrierter Angebote für Pflanzenschutz und Seed Care erleichtern.

Neue Partnerschaften: Im Mai unterzeichnete Syngenta eine Vereinbarung mit der US-Behörde für internationale Entwicklung (USAID) über gemeinsame Aktivitäten zur Förderung der Landwirtschaft und Nahrungssicherheit in Afrika, Asien und Lateinamerika. Im Rahmen der Vereinbarung setzen USAID und Syngenta ihre Zusammenarbeit in der Forschung und Entwicklung und bei der landwirtschaftlichen Förderung von Kleinbauern weiter fort, und werden dabei mit wichtigen Partnern in den Bereichen Landwirtschaft und Nahrungssicherheit kooperieren. Syngenta und USAID arbeiten bereits in zahlreichen Ländern zusammen.

Im Mai unterzeichneten Syngenta und DuPont eine Lizenzvereinbarung, die Syngenta den Zugang zum Wirkstoff Oxathiapiprolin sichert. Oxathiapiprolin bietet einen alternativen Wirkmechanismus zur Krankheitsbekämpfung bei mehreren Pflanzengruppen. Im Gegenzug erhält DuPont Zugang zum Syngenta-Produkt Solatenol™, um bestimmte Mischungen für den brasilianischen Markt herzustellen. Dies trägt zu einer stärkeren Marktpräsenz von Solatenol™ nach Markteinführung des Produkts in Brasilien bei.

Pipelines bei Nutzpflanzen: Anlässlich des Crop Updates für Diverse Feldsaaten am 9.-11. Juli 2013 im russischen Krasnodar bekräftigte Syngenta das Ziel, bis 2020 den Umsatz bei Diversen Feldsaaten auf über USD 2,2 Milliarden zu steigern. Die wichtigsten Beiträge zu diesem Wachstum werden Sonnenblumen (v. a. in den GUS-Staaten), integrierte Lösungen für Landwirtschaftsbetriebe in Kanada („Total Farm Solutions“) sowie die Einführung neuer Seed Care-Produkte für mehrere Nutzpflanzen liefern.

Ausblick:

Mike Mack, Chief Executive Officer:

„Dank des guten Ausblicks für Lateinamerika und Asien/Pazifik erwarten wir im zweiten Halbjahr ein noch stärkeres Wachstum im zugrunde liegenden Geschäft. In Lateinamerika sollten die steigenden Rohstoffpreise weitere Investitionen in Soja nach sich ziehen. Hier wollen wir unsere führende Marktstellung durch die Entwicklung weiterer integrierter Angebote untermauern. Daneben erwarten wir eine fortlaufende Erweiterung der Möglichkeiten für Zuckerrohr sowie ein wachsendes Potenzial für unser Portfolio an Mais-Traits. In Asien/Pazifik wollen wir unsere Führungsposition in den Schwellenmärkten, für die ein anhaltend starkes Wachstum erwartet wird, weiter ausbauen.

Mit Blick auf das Gesamtjahr 2013 liegen wir im Soll und erwarten ein Umsatzwachstum, das mit unserer langfristigen Zielsetzung übereinstimmt. Ferner erwarten wir einen Gewinnanstieg im zugrunde liegenden Geschäft sowie einen beträchtlichen Free Cashflow. Auf mittlere Sicht ist es weiterhin unser Ziel, bis 2015 eine EBITDA-Marge in der Bandbreite von 22 bis 24 Prozent zu erreichen. Dazu konzentrieren wir uns auf ein nachhaltiges Umsatzwachstum und weitere Profitabilitätssteigerungen, die wir durch Kosteneinsparungen und die Vorteile unserer integrierten Angebote erreichen wollen.“

Crop Protection

	Halbjahr		Wachstum		2. Quartal		Wachstum	
	2013 Mio. USD	2012 Mio. USD	Effektiv %	kWk %	2013 Mio. USD	2012 Mio. USD	Effektiv %	kWk %
Crop Protection nach Produktelinien								
Selektive Herbizide	1 985	1 922	+ 3	+ 4	974	1 010	- 4	- 2
Nicht-selektive Herbizide	746	597	+ 25	+ 26	444	363	+ 23	+ 23
Fungizide	1 783	1 732	+ 3	+ 4	857	831	+ 3	+ 4
Insektizide	872	872	-	+ 1	392	410	- 4	- 3
Seed Care	581	484	+ 20	+ 20	202	170	+ 18	+ 19
Übrige	50	67	- 26	- 25	23	29	- 20	- 21
Gesamt	6 017	5 674	+ 6	+ 7	2 892	2 813	+ 3	+ 4

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

Nach einem starken ersten Quartal folgte im zweiten Quartal ein leichter Umsatzrückgang, der auf den wetterbedingt geringeren Produkteinsatz in der nördlichen Hemisphäre zurückzuführen war. Wichtige Wachstumsträger im ersten Quartal waren AXIAL[®] bei Getreide in Frankreich und Kanada, Lösungen zum Resistenzmanagement in den USA sowie CALLISTO[®] in Europa. Maisherbizide erzielten auch hohe Zuwächse in Asien/Pazifik, wo sie als Bestandteil einer 45-Tage-Komplettlösung zur Ertragssteigerung für Kleinbauern angeboten werden.

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

Der Hauptwachstumstreiber bei Herbiziden war TOUCHDOWN[®], das vor allem in Lateinamerika kräftig zulegen konnte. Durch die hohe Nachfrage und einen Lieferengpass bei Wettbewerbern kam es zu starken Absatz- und Preissteigerungen. Auch GRAMOXONE[®] verbuchte ein Umsatzplus aufgrund steigender Nachfrage in mehreren ASEAN-Staaten und in China.

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

Obwohl im zweiten Quartal der Produkteinsatz in Europa aufgrund der kühlen Witterung zurückging, hielt das Wachstum über das gesamte erste Halbjahr an. Nordamerika verbuchte starke Umsatzzuwächse im zweiten Quartal, nachdem die Bestandsüberhänge infolge der Dürre 2012 abgebaut waren. Das neue Produkt SEGURIS[®] wurde in Deutschland erfolgreich für Getreide eingeführt. Ferner erzielte SEGURIS[®] auch ein Umsatzplus in Lateinamerika und erste Umsätze in Nordostasien. Die Umsätze mit AMISTAR[®] wurden von Brasilien und den Schwellenmärkten in Asien/Pazifik getragen, wo der Fungizid-Einsatz zügig expandiert. Der Umsatz in China verbuchte ein Plus von fast 50 Prozent infolge der Markteinführung bei Reis.

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

Das Umsatzwachstum bei Insektiziden wurde von Brasilien getragen, während Europa und Asien/Pazifik leicht sinkende Umsätze verbuchten. Den höchsten Umsatzbeitrag auf globaler Basis lieferte das neue Produkt DURIVO[®], das in verschiedenen Formulierungen für mehrere Nutzpflanzen angeboten wird. DURIVO[®] erzielte ein Umsatzplus von fast 40 Prozent und

konnte in allen Regionen zulegen. ACTARA® erzielte vor allem in Brasilien ein starkes Umsatzwachstum.

Seed Care: wichtigste Marken AVICTA®, CRUISER®, DIVIDEND®, CELEST/MAXIM®, VIBRANCE®

Den grössten Wachstumsbeitrag leistete das neue Produkt VIBRANCE®, das nach der Markteinführung in Nordamerika einen Gesamtumsatz von über USD 80 Millionen erzielte. Das Produkt wird in verschiedenen Formulierungen für Getreide, Raps und Soja angeboten. Auch CRUISER® verbuchte ein zweistelliges Umsatzplus, das von Zuwächsen in Brasilien und Asien/Pazifik getragen war. In China wurde zudem der Umsatz verdoppelt.

Crop Protection nach Regionen	Halbjahr		Wachstum		2. Quartal		Wachstum	
	2013	2012	Effektiv %	kWk %	2013	2012	Effektiv %	kWk %
	Mio. USD	Mio. USD			Mio. USD	Mio. USD		
Europa, Afrika, Mittlerer Osten	2 204	2 132	+ 3	+ 4	937	966	- 3	- 1
Nordamerika	1 884	1 739	+ 8	+ 9	994	955	+ 4	+ 5
Lateinamerika	1 029	926	+ 11	+ 11	529	497	+ 7	+ 6
Asien/Pazifik	900	877	+ 3	+ 5	432	395	+ 10	+ 12
Gesamt	6 017	5 674	+ 6	+ 7	2 892	2 813	+ 3	+ 4

Seeds

Seeds nach Produktelinien	Halbjahr		Wachstum		2. Quartal		Wachstum	
	2013	2012	Effektiv %	kWk %	2013	2012	Effektiv %	kWk %
	Mio. USD	Mio. USD			Mio. USD	Mio. USD		
Mais und Soja	1 018	1 268	- 20	- 20	318	561	- 43	- 43
Diverse Feldsaaten	646	549	+ 18	+ 19	231	193	+ 20	+ 23
Vegetables	390	378	+ 3	+ 3	223	216	+ 3	+ 4
Gesamt	2 054	2 195	- 6	- 6	772	970	- 20	- 19

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

Der ausgewiesene Umsatzrückgang ist auf den Wegfall einmaliger Lizenzeinnahmen in Höhe von USD 256 Millionen zurückzuführen, die im ersten Halbjahr 2012 für den Maiswurzelbohrer-Trait 604 erzielt wurden. Die Umsätze des zugrunde liegenden Geschäfts waren dagegen leicht ansteigend. In den USA war infolge der Dürre die Verfügbarkeit einiger Hybride eingeschränkt. Verstärkt angebaut wurden dagegen Angebote mit neu entwickelten Traits wie z. B. Refuge-in-a-Bag (RIB), ENOGEN® für Mais-Ethanol oder AGRISURE® ARTESIAN™ zur Wasseroptimierung. Auch die hohen Umsätze zu Beginn der Saison in Lateinamerika spiegelten die zunehmende Verbreitung neuer Trait-Angebote wider. Wachstumstreiber in Asien-Pazifik waren die Intensivierung der Landwirtschaft und der verstärkte Einsatz integrierter Lösungen.

Diverse Feldsaaten: wichtigste Marken Ölsaaten NK®, Zuckerrüben HILLESHÖG®

Das Umsatzwachstum verstärkte sich im zweiten Quartal, angetrieben von der hervorragenden Entwicklung bei Sonnenblumen in den GUS-Staaten und in Südosteuropa. Wachstumsbegünstigend waren dabei gute Bedingungen bei der Frühlingsaussaat, die

stetige Intensivierung der Landwirtschaft und die starke Marktresonanz auf die führenden Hybride von Syngenta. Darüber hinaus verbuchten Sonnenblumen auch in Argentinien hohe Zuwächse. In Asien/Pazifik, wo auch Reis zu dieser Sparte zählt, wurden die Umsätze mehr als verdoppelt. Grund hierfür waren die Akquisition von Devgen und die Erweiterung der TEGRA[®]-Programme. Aufgrund reduzierter Anbauflächen waren die Umsätze bei Zuckerrüben in den GUS-Staaten rückläufig, während in China ein deutliches Umsatzplus erzielt wurde.

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

Der Bereich Vegetables bestätigt seine Rückkehr auf den Wachstumspfad. Während der Konsum hochwertiger Frischprodukte in den Industrieländern immer noch etwas unter der anhaltenden Wirtschaftsschwäche leidet, wurde das Umsatzwachstum von den Schwellenmärkten angetrieben, vor allem in Lateinamerika. Auch Südasien verbuchte ein starkes Wachstum, vor allem durch den frühen Beginn des Monsuns und den Beitrag führender Hybride für Okra, Tomaten und Blumenkohl.

	Halbjahr		Wachstum		2. Quartal		Wachstum	
	2013 Mio. USD	2012 Mio. USD	Effektiv %	kWk %	2013 Mio. USD	2012 Mio. USD	Effektiv %	kWk %
Seeds nach Regionen								
Europa, Afrika, Mittlerer Osten	980	889	+ 10	+ 11	294	284	+ 3	+ 6
Nordamerika	754	1 053	- 28	- 28	294	557	- 47	- 47
Lateinamerika	160	132	+ 21	+ 20	82	56	+ 46	+ 45
Asien/Pazifik	160	121	+ 31	+ 33	102	73	+ 39	+ 41
Gesamt	2 054	2 195	- 6	- 6	772	970	- 20	- 19

Die volle Version der Medienmitteilung zum Halbjahresabschluss 2013 kann [hier](#) abgerufen werden. Eine Powerpoint-Präsentation zum Halbjahresabschluss 2013 steht dort ebenfalls ab 7.30 Uhr (MEZ) unter zur Verfügung.

Wechsel der Revisionsstelle

Der Verwaltungsrat hat am 23. Juli 2013 beschlossen, der Generalversammlung am 29. April 2014 KPMG als Revisionsstelle von Syngenta vorzuschlagen. KPMG übernimmt diese Funktion von EY (zuvor Ernst & Young), die seit 2002 als Revisionsstelle fungieren.

Ankündigungen und Versammlungen

Ergebnisse des dritten Quartals 2013
Crop Update
Jahresabschluss 2013
Ergebnisse des ersten Quartals 2014

17. Oktober 2013
4. - 6. Dezember 2013
5. Februar 2014
16. April 2014

Syngenta ist ein weltweit führendes Unternehmen mit mehr als 27 000 Mitarbeitenden in über 90 Ländern mit einem gemeinsamen Ziel: Bringing plant potential to life. Durch erstklassige Forschung, unsere globale Präsenz und die enge Zusammenarbeit mit unseren Kunden helfen wir, die Ernteerträge und die landwirtschaftliche Produktivität zu steigern, und tragen dazu bei, die Umwelt zu schützen sowie die Gesundheit und Lebensqualität zu verbessern. Weitere Informationen finden Sie unter www.syngenta.com.

Zukunftsweisende Aussagen

Dieses Dokument enthält zukunftsweisende Aussagen, die sich in Begriffen wie „erwarten“, „wird“, „könnte“, „potenziell“, „geplant“, „sieht vor“, „Schätzwert“, „abzielen“, „im Plan“ usw. ausdrücken. Derartige Aussagen beinhalten Risiken und Unwägbarkeiten, die zu einer deutlichen Abweichung der tatsächlichen 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.