

VONTOBEL

\$ocial Media

«Solactive Social Media Titans
Performance-Index»

September 2014

Performance creates trust

Inhaltsverzeichnis

1. Motivation

2. Investment Case

3. Solactive Social Media Titans Performance-Index

4. Performance und technische Kennzahlen

5. Konklusion und Risiken

Motivation

- Social Media haben sich als Web 2.0 bei Nutzern und Börsen etabliert und wachsen weiter
- Fortschreitende Entwicklung des Internets zum Web 3.0 (intelligente Datenverarbeitung, Semantisches Web) kündigt sich an
- Im Zentrum des Interesses steht der einzelne Nutzer. Ihn gilt es zu binden – auf seine Bedürfnisse einzugehen, seine Aufmerksamkeit zu erlangen. Mit weltweiten 5,7 Milliarden Profilen befinden sich die aktuellen Big Player der Sozialen Netzwerke hierfür in einer guten Ausgangslage
- Aber auch neue Player können begünstigt durch technischen Fortschritt schnell wachsen

Inhaltsverzeichnis

1. Motivation

2. Investment Case

3. Solactive Social Media Titans Performance-Index

4. Performance und technische Kennzahlen

5. Konklusion und Risiken

Definition Social Media

Social Media sind digitale Medien und Technologien, die es Nutzern ermöglichen, sich untereinander auszutauschen und mediale Inhalte einzeln oder in Gemeinschaft zu gestalten. Ein soziales Online-Netzwerk wie Facebook ist eine abgegrenzte Menge von Personen (sogenannte «Freunde»), die über Social Media durch digitale Beziehungen miteinander in Verbindung stehen

Quelle: Schenk 2005 - Soziale Netzwerke

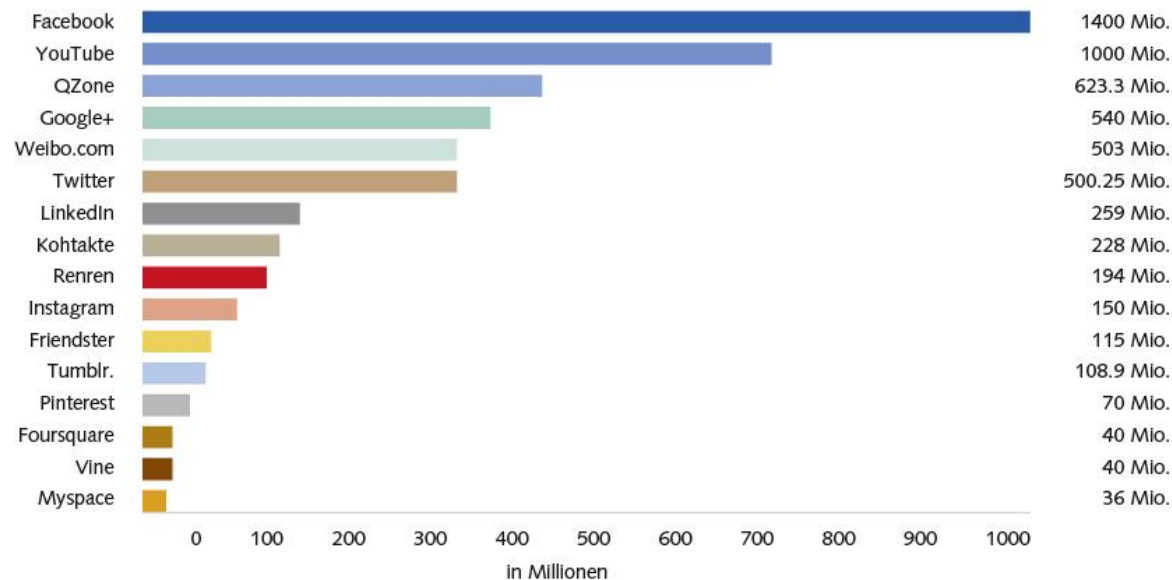
Social Media: Immer und überall

- 2013 besuchten 23% der Facebook-User ihr Profil mehr als 5mal am Tag. Jeden Tag werden auf Facebook 350 Millionen Bilder geladen und 2,5 Milliarden Inhalte geteilt
- 140 Zeichen kann eine Twitter-Nachricht, ein sogenannter Tweet enthalten. Pro Sekunde entstehen weltweit über 5700 Tweets. 32,1 Millionen Tweets wurden während und kurz nach dem WM-Finale verschickt – Weltrekord!
- Alle 2 Sekunden tritt ein neuer Member LinkedIn bei, es ist damit das am schnellsten wachsende Business Netzwerk
- Das Online-Spiel Candy-Crush von King Digital Entertainment wurde Ende 2013 monatlich von 324 Millionen Nutzern mindestens einmal monatlich genutzt
- Pro Minute werden über 100 Stunden Videomaterial auf YouTube geladen
- Die chinesischen Netzwerke QZone und Weibo kommen zusammen auf 1.1 Milliarden User

Gigantische Nutzerzahlen von Social Media

Populärstes Social Network ist Facebook mit weltweit **über einer Milliarde** Nutzerprofilen. Dahinter folgen mehrere soziale Netzwerke auf die sich die Nutzer zunehmend diversifizieren. Drei der grössten Netzwerke kommen dabei aus China. Während Facebook Nutzer verschiedenster demografischer Merkmale quasi als grösster gemeinsamer Nenner vereint, scheinen andere Netzwerke eher spezifisch bei einzelnen Nutzergruppen beliebt zu sein

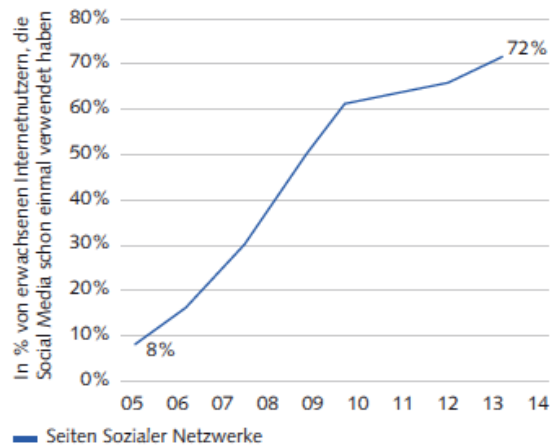
Anzahl Nutzerprofile pro sozialem Netzwerk



Steigende Social Media- und Internet-Durchdringung

2014 nehmen mit weltweit wachsender Internetdurchdringung die Nutzerzahlen Sozialer Netzwerke und deren Traffic bzw. darauf stattfindenden Aktivitäten weiter zu

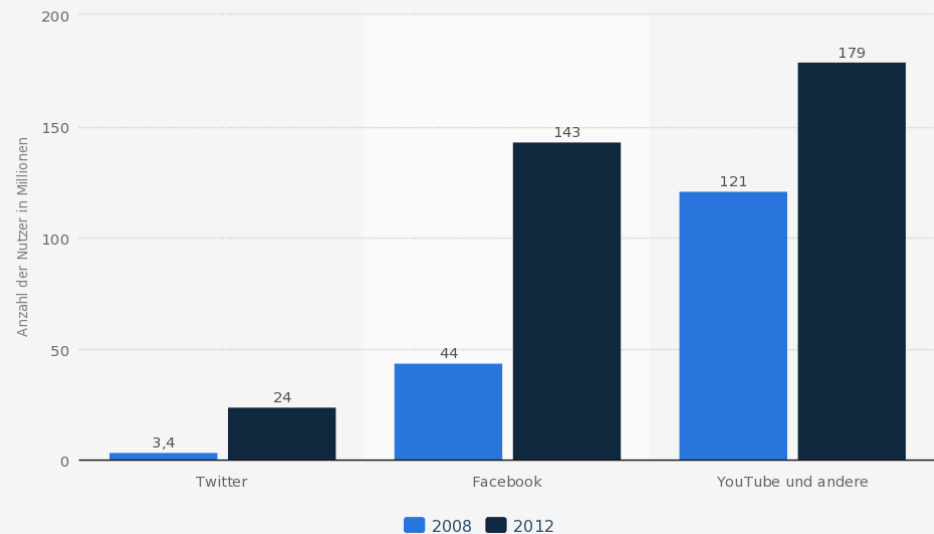
Social-Media-Gebrauch von erwachsenen US-Bürgern



Quelle: Pew Research Center, 2013.

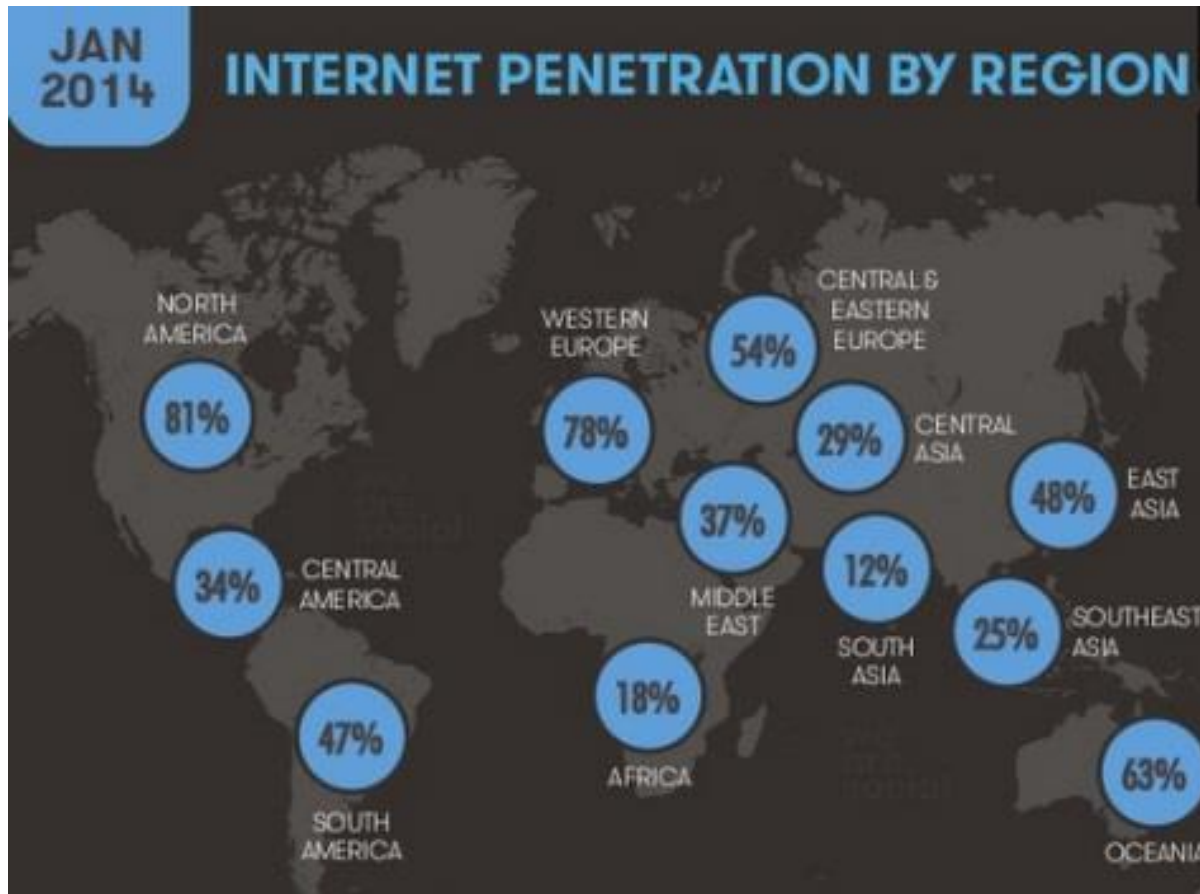
Historische Daten geben keinerlei Hinweise auf künftige Entwicklungen.

Anzahl der Nutzer von Social Media in den USA in 2008 und 2012 nach Plattform (in Millionen)



Quelle: USA eMarketer, 2008 und 2012

Weltweit viele Regionen mit noch niedriger Internet-Durchdringung

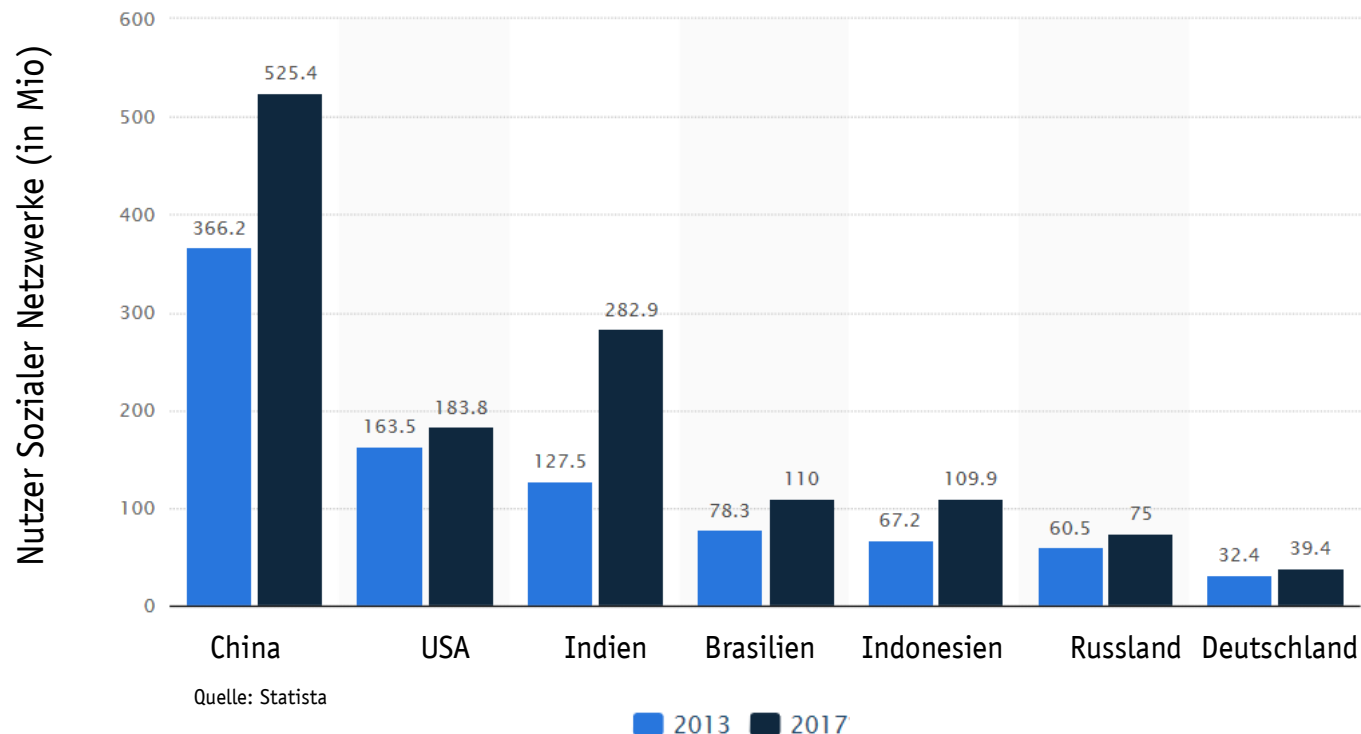


Quelle: US Census Bureau, INternetWorldStats, CNNIC

Soziale Netzwerke sind keine Domäne der Industrieländer

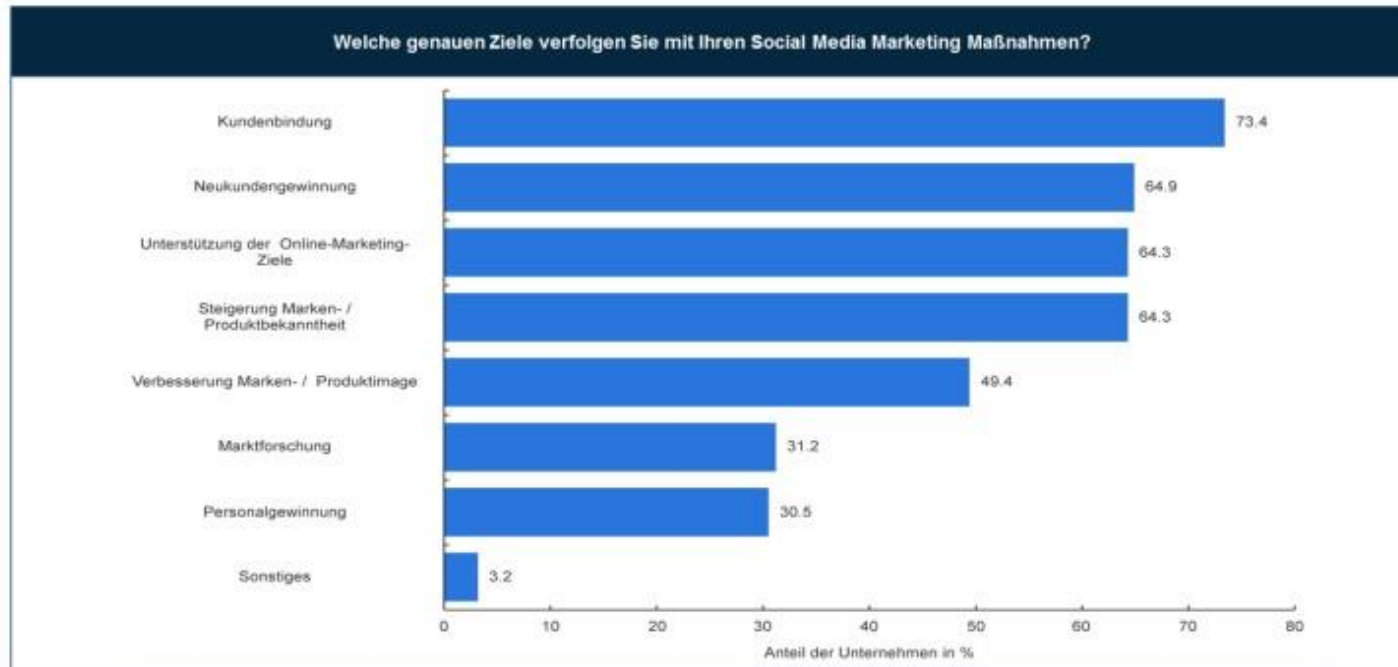
Schwellenländer weisen trotz geringerer Internetdurchdringung als die Industrieländer eine hohe Anzahl Nutzer von sozialen Medien auf. Gerade grosse Flächenstaaten mit hoher Bevölkerungsanzahl wie die BRIC-Staaten weisen auf grosses Wachstumspotenzial hin.

Anzahl Social Network-Nutzer in ausgewählten Ländern 2013 und 2017e



Social Media als etabliertes Kommunikationsmittel für Unternehmen

Ziele von Unternehmen beim Einsatz von Social Media Marketing Maßnahmen 2012 Deutschland

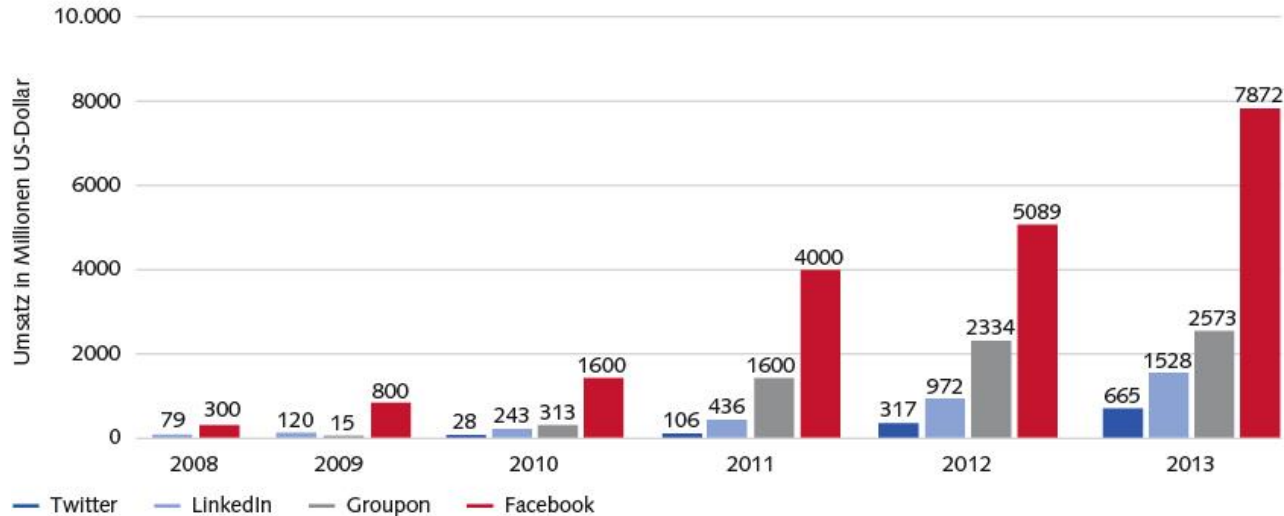


Quelle: Deutsches Institut für Marketing: Social Media Marketing in Unternehmen 2012

Steigende Umsätze dank Smart Phones und lokaler Werbung

Mit Social Media liesse sich kein Geld verdienen, monierten Skeptiker. Ein Irrtum: Im Zuge stark zunehmender Smart Phone-Nutzung konnten die Einnahmen durch steigende Mobile-Werbung und integrierte Werbeformate überproportional gesteigert werden.

Umsatz weltweit führender Social Media-Unternehmen von 2008 bis 2013
(in Millionen US-Dollar)

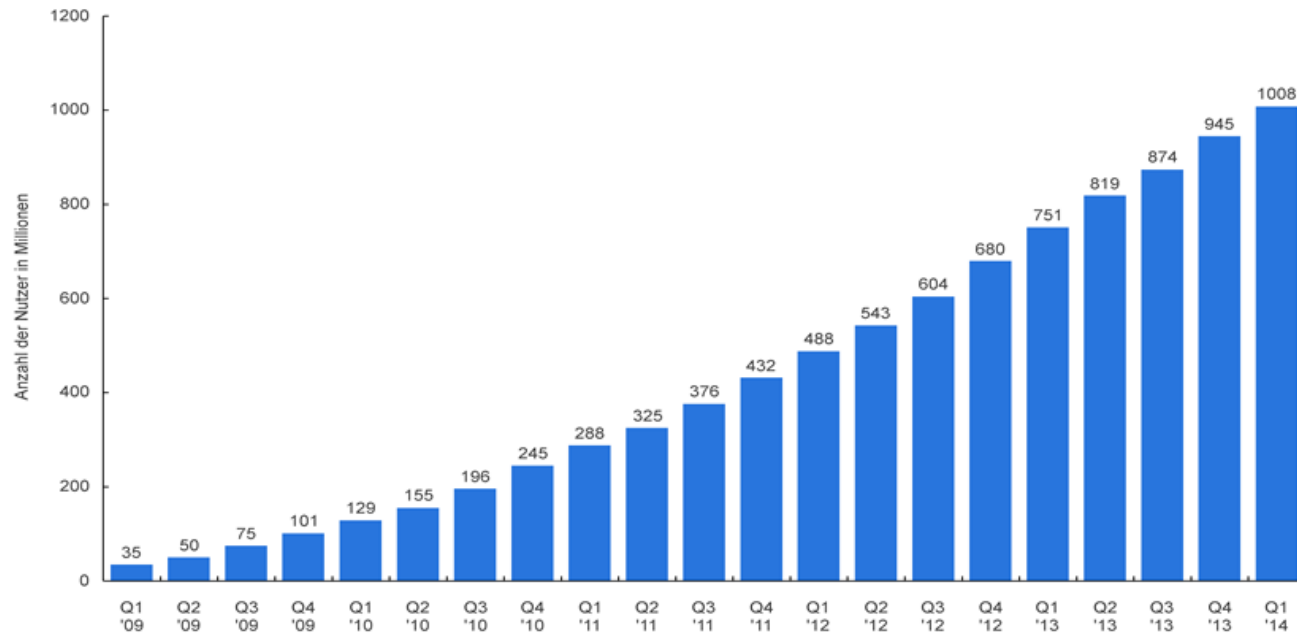


Quellen: Bloomberg, LinkedIn, Groupon, Facebook; 2014

Smart Phones und Tablets werden wichtiger

Die Zahl mobiler Nutzer von sozialen Medien nimmt weltweit drastisch zu. Das erhöht die Bedeutung von Smartphones und Tablets und gleichzeitig den Grad der Interaktion aufgrund der ständigen Erreichbarkeit. Dies impliziert eine ebenso hohe Erreichbarkeit von Kunden für Unternehmen aller Art.

Anzahl weltweit monatlich aktiver mobiler Nutzer von Facebook in Mio

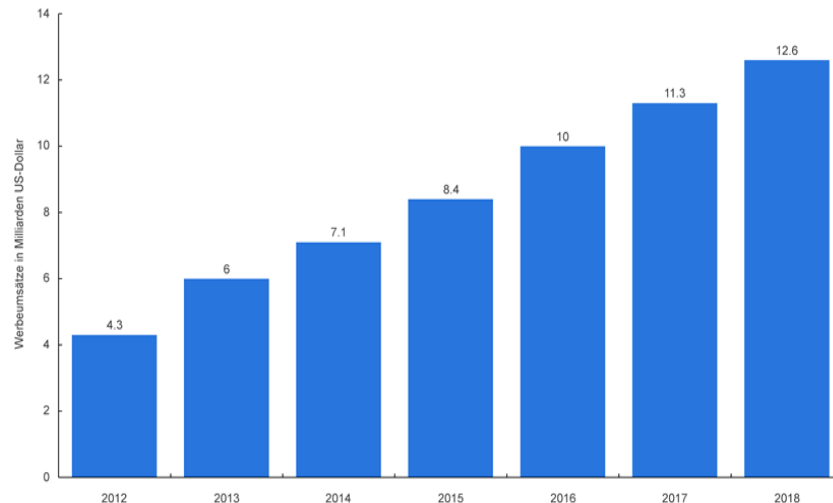


Quelle: Facebook, investor.fb.com

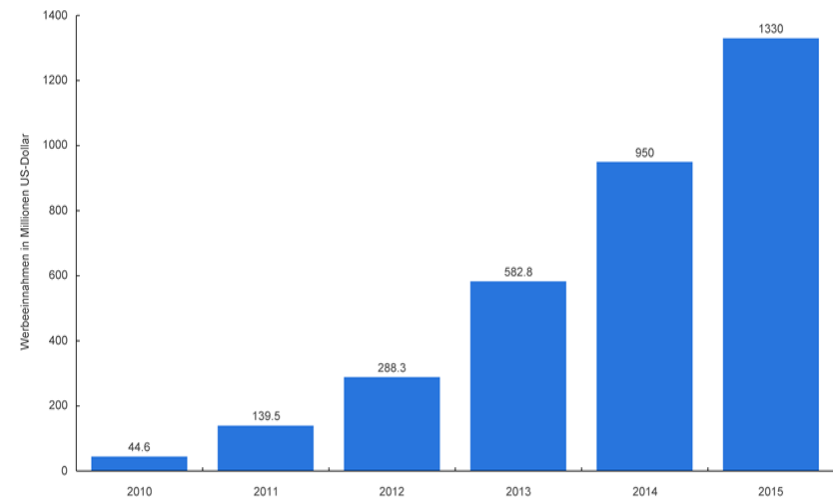
Chancen auf eine Trendfortsetzung der Werbeeinnahmen im Bereich Social Media stehen gut

- Die Chancen auf eine Trendfortsetzung im Bereich Social Media stehen laut Expertenschätzungen gut. Demnach wird bis 2018 von einem Werbe-Umsatzwachstum bei US-amerikanischen Social Media-Unternehmen von USD 5,1 Milliarden auf USD 15 Milliarden ausgegangen, was einer durchschnittlichen jährlichen Wachstumsrate von 25% entspricht
- Der grösste Sprung auf USD 8.4 Milliarden könnte dabei 2014 stattfinden (US Local Media Forecast BIA/Kelsey 2014)

Prognose weltweite Werbeumsätze von Facebook
(in Mrd. USD)



Prognose weltweite Werbeumsätze von Twitter
(in Mio. USD)



Inhaltsverzeichnis

1. Motivation

2. Investment Case

3. Solactive Social Media Titans Performance-Index

4. Performance und technische Kennzahlen

5. Konklusion und Risiken

Zusammensetzung und Auswahlkriterien

Zusammensetzung

- Der **Solactive Social Media Titans Performance-Index** umfasst Unternehmen, welche durch ihr Geschäftsmodell einen massgeblichen Teil des Firmenumsatzes im Bereich Social Media erwirtschaften
- Zu **Social Media** zählen: Social Networking, File Sharing, und anderen webbasierten Medienanwendungen und/oder nahverwandten Aktivitäten
- Der Index wird **zweimal jährlich** am dritten Mittwoch im April und Oktober angepasst
- Der Index umfasst die nach Marktkapitalisierung **10 grössten Mitglieder**, die an den Anpassungstagen zu gleichen Teilen gewichtet werden
- **Ausschüttungen** der Indexmitglieder werden **reinvestiert**

Auswahlkriterien

- **Marktkapitalisierung** von mindestens **EUR 750 Mio**
- Durchschnittliches **tägliches Handelsvolumen** in den letzten 3 Monaten von mindestens **EUR 1 Mio**
- Uneingeschränkte **Handelbarkeit** und Börsennotierung an einer **anerkannten und regulierten Börse**
- Im Falle eines **Börsenganges (IPO)** einer Firma, kann das Indexkomitee entscheiden, diese Aktie durch eine ausserordentliche Anpassung in den Index aufzunehmen, um so der Dynamik der IT-Welt Rechnung zu tragen.

Der Indexleitfaden ist unter www.solactive.com einzusehen.

Index Bestandteile zum Start des Zertifikats

Unternehmen	Land	Aktivitäten
Facebook Inc.	USA	Das Unternehmen betreibt das gleichnamige soziale Netzwerk, welches mit über 1.4 Milliarden Nutzern das grösste weltweit ist. Der Gesellschaft gehört ausserdem die Video- & Foto-Sharing-App Instagram und der Messenger WhatsApp.
Google Inc.	USA	Das globale Technologie-Unternehmen designt und vertreibt diverse Produkte und Dienstleistungen hinsichtlich web-basierter Suche, operativen Systemen für Computer und Mobiles, Kundeninhalte, Firmenlösungen, Handel sowie Hardware-Produkte und ist Marktführer unter den Internet-Suchmaschinen. Google+ ist eines der grössten sozialen Netzwerke weltweit.
LinkedIn Corp.	USA	LinkedIn ist ein web-basiertes soziales Netzwerk zur Pflege bestehender Geschäftskontakte und zum Knüpfen von neuen geschäftlichen Verbindungen.
Mixi Inc.	Japan	Betreibt ein soziales Netzwerk und verkauft Werbeflächen auf dessen Website. Zudem werden auch Online-Rekrutierungsservices für IT-basierte Jobs angeboten.
Netease Inc. ADR	China	Internet-Technologie-Firma, die Applikationen, Dienstleistungen und andere Internet-Technologien entwickelt. Das Hauptgeschäft besteht aus E-Mail-Services, Web-Portalen und Online-Unterhaltung.
Pandora Media Inc.	USA	Anbieter von Internet-Radio, welcher über Computer- und Mobile-Streams zugänglich gemacht wird und dem Nutzer mittels Analyse ähnliche Musik wie bereits eingegeben vorschlägt.
Tencent Holdings Ltd.	China	Stellt Internet-, Handy- und Telekommunikationsdienstleistungen in China bereit. Zusätzlich verfügt die Firma über einen Sofortnachrichtendienst und über Online-Werbedienstleistungen.
Twitter Inc.	USA	Weltweites, soziales Online-Netzwerk mit Mikroblogging-Plattform erlaubt es seinen Nutzern, anderen Nutzern zu folgen sowie Kurznachrichten, sogenannte Tweets, zu lesen und zu schreiben.
Yandex NV	Russland	Betreibt eine Internet-Website in Russland. Die Website offeriert eine Suchmaschine, News, Einkaufsmöglichkeiten, Blogs, Fotos und Videos. Einnahmen werden durch Online-Werbung generiert.
Yelp	USA	Führt eine Website mit sozialem Netzwerk, Benutzerbewertungen und lokalen Suchmaschinen. Die Firma ermöglicht seinen Nutzern Bewertungen und Details über lokale Unternehmen in den USA und in Kanada zu finden.

Inhaltsverzeichnis

1. Motivation

2. Investment Case

3. Solactive Social Media Titans Performance-Index

4. Performance und technische Kennzahlen

5. Konklusion und Risiken

Simulierter Performancevergleich



Quelle: Solactive, Stand: 04.09.2014 Die Rückrechnung erfolgte unter simulierter Anwendung der Indexmethodologie. Historische Daten und Simulationen geben keinerlei Hinweise auf künftige Entwicklungen.

Technische Kennzahlen im Überblick

Wertentwicklung p.a.	Solactive Social Media Titans	MSCI World Information Technology
1Y	100,29%	50,37%
2Y	35,20%	7,46%
3Y	10,19%	14,37%
4Y	-2,24%	-2,53%
5Y	28,36%	25,77%
Volatilität p.a.	Solactive Social Media Titans	MSCI World Information Technology
1Y	23,17%	16,03%
2Y	22,70%	17,12%
3Y	27,35%	21,29%
4Y	21,38%	14,72%
5Y	23,35%	11,56%

Datengrundlage: 08.04.2009 – 31.12.2009; 01.01.2014 – 30.08.2014

Frühere Wertentwicklungen und Simulationen sind kein verlässlicher Indikator für die künftige Wertentwicklung.

Inhaltsverzeichnis

1. Motivation

2. Investment Case

3. Solactive Social Media Titans Performance-Index

4. Performance und technische Kennzahlen

5. Konklusion und Risiken

Zusammenfassung

- Der Solactive Social Media Titans Performance-Index stellt eine regelbasierte und somit transparente Benchmark für die führenden Unternehmen des Social Media Sektors dar
- Das Open-End Partizipations-Zertifikat ermöglicht eine Akzentuierung des Depots mit dem Zukunftsthema «Social Media» und «Digitaler Wandel»
- Der Index ermöglicht Zugang zu einem sehr neuen und speziellen Segment des IT-Sektors, der in klassischen marktkapitalisierungsgewichteten IT-Indizes stark unterrepräsentiert ist
- Der Solactive Social Media Titans Performance-Index wird zweimal im Jahr angepasst und beinhaltet an den Anpassungstagen 10 Mitglieder
- Open-End Partizipations-Zertifikat
- Managementgebühr des Zertifikats 1.0% p.a.

Produktdetails «Solactive Social Media Titans Performance Index»

**In Zeichnung bis
26. September 2014**

Mit dem VONCERT Open End (Tracker-Zertifikat) auf den «Solactive Social Media Titans Performance-Index» können Investoren in das interessante Anlagethema Social Media investieren.

Produkteckdaten*	VONCERT Open End auf «Solactive Social Media Titans Performance-Index»		
Emittentin	Vontobel Financial Products Ltd., DIFC Dubai		
Garantin	Vontobel Holding AG, Zürich (S&P A-; Moody's A3)		
SVSP-Bezeichnung	Tracker-Zertifikat (1300)		
Kotierung	Wird an der SIX Swiss Exchange beantragt		
Basiswert	«Solactive Social Media Titans Performance-Index»		
Indexprovider	Solactive AG		
Valor / Symbol	24172866 / VZSMC	24172867 / VZSME	24172868 / VZSMU
Emissionspreis	CHF 101.50 inkl. CHF 1.50 Ausgabeaufschlag	EUR 101.50 inkl. EUR 1.50 Ausgabeaufschlag	USD 101.50 inkl. USD 1.50 Ausgabeaufschlag
Kursbasis	CHF 100.00	EUR 100.00	USD 100.00
Anfangsfixierung / Liberierung	29.09.2014 / 06.10.2014	29.09.2014 / 06.10.2014	29.09.2014 / 06.10.2014
Managementgebühr	1% p. a.	1% p. a.	1% p. a.
Zeichnungsfrist	26.09.2014, 12.00 Uhr MEZ	26.09.2014, 12.00 Uhr MEZ	26.09.2014, 12.00 Uhr MEZ

* Sämtliche Angaben sind indikativ und können angepasst werden. Termsheets mit den rechtlich verbindlichen Angaben sowie weitere Informationen sind unter www.derinet.ch jederzeit abrufbar.

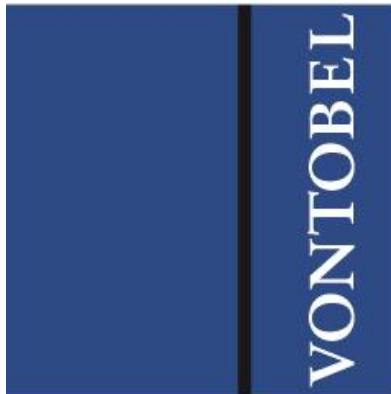
Risikofaktoren

- Wirtschaftliche Krisen sowie konjunkturelle Veränderungen könnten die Aktien des Partizipations-Zertifikates beeinträchtigen
- Neue Wettbewerber könnten den etablierten Unternehmen im Index Marktanteile streitig machen
- Emittentenrisiko
- Währungsrisiko
- Kein Kapitalschutz

Rechtlicher Hinweis

Diese Publikation dient lediglich der Information und stellt keine Anlageempfehlung oder Anlageberatung dar und beinhaltet weder eine Offerte noch eine Einladung zur Offertenstellung. Sie ersetzt nicht die vor jeder Kaufentscheidung notwendige qualifizierte Beratung, insbesondere auch bezüglich aller damit verbundenen Risiken. Diese Publikation wurde von der Organisationseinheit Financial Products & Distribution unseres Instituts erstellt und ist nicht das Ergebnis einer Finanzanalyse. Die „Richtlinien zur Sicherstellung der Unabhängigkeit der Finanzanalyse“ der Schweizerischen Bankiervereinigung finden auf die vorliegende Publikation keine Anwendung. Inhalte dieser Publikation, welche auf andere Vontobel-Organisationseinheiten bzw. Drittparteien zurückgehen, sind per Quellenangabe als solche gekennzeichnet. Die rechtlich massgebliche Produktdokumentation (Kotierungsprospekt) besteht aus dem definitiven Termsheet mit den Final Terms und dem bei der SIX Swiss Exchange registrierten Emissionsprogramm. Diese sowie die Broschüre «Besondere Risiken im Effektenhandel» können unter www.derinet.ch oder bei der Bank Vontobel AG, Financial Products, CH-8022 Zürich (Tel. +41 (0)58 283 78 88) kostenlos bezogen werden. In der Vergangenheit erzielte Performance darf nicht als Hinweis oder Garantie einer zukünftigen Performance verstanden werden. Strukturierte Produkte gelten nicht als kollektive Kapitalanlagen im Sinne des Bundesgesetzes über die kollektiven Kapitalanlagen (KAG) und unterstehen deshalb nicht der Bewilligung und der Aufsicht der Eidgenössischen Finanzmarktaufsicht FINMA. Die Werthaltigkeit von strukturierten Produkten kann nicht nur von der Entwicklung des Basiswertes, sondern auch von der Bonität des Emittenten abhängen. Der Anleger ist dem Ausfallrisiko des Emittenten/Garantiegebers ausgesetzt. Diese Publikation und die darin dargestellten Finanzprodukte sind nicht für Personen bestimmt, die einem Gerichtsstand unterstehen, der den Vertrieb der Finanzprodukte oder die Verbreitung dieser Publikation bzw. der darin enthaltenen Informationen einschränkt oder untersagt. Alle Angaben erfolgen ohne Gewähr.

September 2014 ©Bank Vontobel AG. Alle Rechte vorbehalten.



**Private Banking
Investment Banking
Asset Management**

Leistung schafft Vertrauen