

Editorial

sda arbeitet zunehmend multimedial

Die sda hat bei der Wahl des neuen Bundesrates, Ignazio Cassis, am 20. September einmal mehr unter Beweis gestellt, dass sie im multimedialen Zeitalter angekommen ist. Das Textangebot zur Bundesratswahl umfasste 223 Meldungen in deutscher, französischer und italienischer Sprache. Hinzu kamen 88 Nachrichten, die wir in allen drei Sprachen mit Bild verlinkt im Online-Dienst verbreitet haben. Unser Partner KEYSTONE lieferte eine eindrucksvolle Bildstrecke. Und schliesslich produzierte das Video-Team von KEYSTONE für die sda insgesamt 27 Videos - inklusive einem Interview mit dem neuen Bundesrat.

Massgeschneiderte Nachrichten in Text, Bild, Online und Video aus einer Hand stossen bei der Kundschaft auf ein sehr positives Echo, wie unsere Umfragen zeigen. Darüber hinaus hat die sda in jüngster Zeit Tests mit «Live-Blogs» durchgeführt, so etwa beim Unspunnenfest in Interlaken Ende August, wobei sda Sport und die Regionalredaktion Bern Hand in Hand arbeiteten. Auch am Abstimmungssonntag vom 24. September bot die sda einen «Live-Blog» an.

Ihre traditionellen Stärken will die sda auch im Zeitalter der Multimedialität zur Geltung bringen - Geschwindigkeit, Zuverlässigkeit und eine breite Palette an Themen. Mit ihren multimedialen Angeboten zeigt die Agentur, dass sie rasch auf veränderte Kundenbedürfnisse reagiert und es versteht, mit neuen Produkten Mehrwerte für die Kundschaft zu generieren.

Winfried Kösters, stv. Chefredaktor

Imnressum



Der Live-Ticker vom Unspunnen-Schw

Leitartikel

sda im «Live»-Modus



Die Schweizerische Depeschagentur (sda) hat seit Anfang dieses Jahres ihre Strategie, zu einem multimedialen Medienhaus zu werden, konsequent weiterverfolgt. Seit kurzem testet die sda nun auch «Live»-Formate in Form von Tickern und Blogs.

Ein erster Testlauf mit einem «Live-Blog» fand am 27. August anlässlich des Unspunnenfestes in Interlaken statt. Stefan Baumgartner von der deutschsprachigen Sportredaktion und seine Kollegin Therese Hänni von der Regionalredaktion Bern haben bei diesem Anlass einen Blog produziert, der auf dem Internet-Portal bluewin aufgeschaltet war. Die Leserschaft konnte so das Ereignis praktisch live miterleben - mit Text, Bild, Video und der Einbindung von Social-Media-Beiträgen. Bei der technischen Umsetzung stützte sich die sda-Redaktion auf die Software des Unternehmens Sourcefabric mit Sitz in Prag ab.

«Mir hat die Produktion des «Live-Blogs» Spass gemacht. Ich hoffe, es war nicht der letzte Anlass, den wir auf diese Weise begleiten durften», sagte Baumgartner, stellvertretender Redaktionsleiter Sport. Dank der technischen Plattform konnten die Redaktorin und der Redaktor die bluewin-Seite mit ihrem Laptop respektive Smartphone laufend aktualisieren. Das Ergebnis kann sich sehen lassen. Der Blog fand bei der Leserschaft gemessen an den Klickraten gute Resonanz.

Die französischsprachigen sda-Kollegen erstellten ihrerseits einen Monat später einen «Live-Blog» anlässlich des Fussball-Derbys in der Super League zwischen Lausanne und Sion. Auch dies mit gutem Erfolg.

Mit einem anderen Format, jenem des «Live-Tickers» (nur Text) begleitete die französischsprachige sda-Redaktion die wichtige Abstimmung über die Altersreform 2020 vom 24. September. Diesen Ticker verbreitete die sda über ihren französischsprachigen Online-Dienst. Die unterschiedlichen Formate eignen sich besonders dann, wenn es sich um laufende Ereignisse wie Wahlen, Abstimmungen, Sportanlässe oder vermischte Themen handelt.

Zu erwähnen bleibt, dass der «Live-Blog» wie auch der «Live-Ticker» beträchtliche Ressourcen binden. Mindestens ein Journalist macht nichts anderes, als den Blog oder den Ticker zu «füttern». Werden die multimedialen Inhalte (Fotos oder Video) eingebunden, so steigt der Aufwand. Die sda verfolgt daher die Strategie, solche Formate nur punktuell, namentlich bei Grossanlässen einzusetzen.

Die Tests erfolgten im Rahmen eines Projektes, das zum Ziel hat, die Angebote der sda im Internet weiterzuentwickeln. Diese Stossrichtung wird in den kommenden Jahren nach unserer Überzeugung weiter an Bedeutung gewinnen. Die Absicht, künftig Eilmeldungen ebenfalls mit Bild zu verlinken und in den Online-Dienst zu schicken, unterstreichen diese Bemühungen.

Federico Bragagnini, stv. Chefredaktor und Leiter der französischsprachigen Redaktion

Super League

< Spieltag 6. Spieltag 7. Spieltag 8. Spieltag 9. >

< 2017/2018 >

09.09.2017	
FC Basel	0 : 0 zur Vorschau 19:00 Uhr
FC Lausanne-Sport	0 : 0 zur Vorschau 19:00 Uhr
FC Zürich	0 : 0 zur Vorschau 19:00 Uhr
FC St. Gallen	0 : 0 zur Vorschau 19:00 Uhr
10.09.2017	
Grasshopper Club Zürich	0 : 0 zur Vorschau 16:00 Uhr
FC Sion	0 : 0 zur Vorschau 16:00 Uhr
FC Luzern	0 : 0 zur Vorschau 16:00 Uhr
FC Thun	0 : 0 zur Vorschau 16:00 Uhr
BSC Young Boys	0 : 0 zur Vorschau 16:00 Uhr
FC Lugano	0 : 0 zur Vorschau 16:00 Uhr

#	Mannschaft	Sp.	S	U	N	Tore	Diff.	Pkt.
1	FC Zürich	6	3	3	0	7:2	5	12
2	BSC Young Boys	6	3	2	1	11:6	5	11
3	FC Basel	6	3	2	1	11:7	4	11
4	FC Luzern	6	2	3	1	8:7	1	9
5	FC Lugano	6	2	2	2	8:6	2	8
6	FC St. Gallen	6	2	2	2	8:9	-1	8

TORJÄGER

#	Name	11m	Tore
1	Ricky van Wolfswinkel	2	6
2	Marvin Spielmann	0	5
3	Marco Anstrot	0	4
4	Francesco Margiotta	0	3
5	Tomi Juric	1	2
	Lucas Andersen	0	2
	Jean Pierre Nsimé	0	2
	Kevin Bus	0	2
	Alexander Gerndt	0	2
	Albian Ajeti	0	2
	Ridge Munsy	0	2
	Leonardo Bertone	0	2
	Raphael Dwamena	0	2
	Christian Fassnacht	0	2
	Michael Frey	0	2

ALLE ANZEIGEN

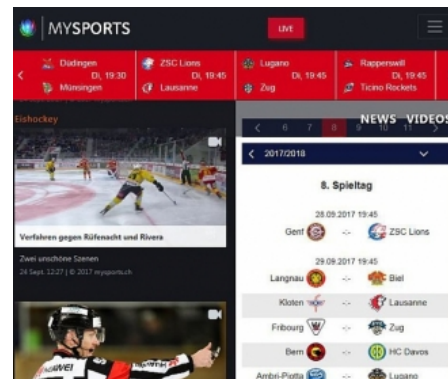


Abb. 1: NZZ: Sport Live-Resultate Center // Link: <https://www.nzz.ch/sport/live-resultate>

Abb. 2: MYS: sda Sport Datencenter / Live-Resultate

sda Sport

sda Sport Datencenter: Die Welt des Sports in Zahlen und Bildern

Ende 2017 endet bei der Sportredaktion der Schweizerischen Depeschenagentur sda das Kapitel der statischen und deshalb nicht mehr zeitgemässen Online-Tabellen. Seit mehr als anderthalb Jahren bietet die sda als ungleich hochwertigeren, schnelleren und umfassenderen Ersatz ihr Sport Datencenter an - dies in Zusammenarbeit mit ihrem Partner HEIM:SPIEL, einem führenden deutschen Dienstleister für Sportdaten aller Art. Zahlreiche weitere Internet-Anwendungen rund um den Sport sind ebenfalls verfügbar.

Ob Fussball, Eishockey, Tennis, Ski alpin, Ski nordisch, Formel 1, Motorrad, Handball oder Basketball: Schnell und zuverlässig stellt das sda Sport Datencenter Sportergebnisse, Statistiken und dynamische Tabellen zur Verfügung. Weiter ist ein Live-Ticker/Blogging Add-On verfügbar. Das Produkt ist als White-Label-Lösung erhältlich und kann somit der Marke und dem Auftritt der einzelnen sda-Kunden angepasst werden.

Der Datenfeed lässt sich ideal für Online und Mobile nutzen. Für die multimediale Nutzung sind Features wie beispielsweise Teamlogos, Mannschaftsaufstellungen sowie Spieler/Sportlerprofile implementiert, die eine attraktive Darstellung von Sportergebnissen, Statistiken und Tabellen ermöglichen. Die sda ist bestrebt, ihr Sport Datencenter je nach Kundenwunsch laufend auszubauen.

Aktuelle Fussball-Super League, Challenge League, Meisterschaften in Deutschland, England, Frankreich, Italien, Spanien, Portugal und Österreich, Champions League, Europa League, EMWM (Qualifikation, Endrunden), & Länderspiele der Schweizer Nationalmannschaft

&

2
6
4

2
;

\n Eishockey: National League, Swiss League, Länderspiele der Schweizer Nationalmannschaft (inkl. WM und OS), NHL

\n
&

9

6
4
2
;

\n Tennis: ATP- und WTA-Turniere, Davis-Cup-Spiele der Schweiz, Fed-Cup-Spiele der Schweiz
\
n
&
#

9
6
4
2
;

\n Handball: NLA Schweiz, WM, EM
n
&

$$\backslash$$

$$\mathfrak{n}$$

&

9
6
4
2
;

\n Wintersport: Ski alpin, Skispringen, Langlauf, Biathlon

\

n
&

9
6
4
2
;

\n Formel 1

\ \n Motorrad: MotoGP, Moto2, Moto3

\n

&

#

Roger Mosimann, sda Sport

6

4

2

;



Abb. 1: «Die Medienmitteilung ist tot», «Influencer sind wichtiger als Journalisten» und «Content ist King.» So lauten die drei nervigsten PR-Phrasen der letzten zwölf Monate. Das ergab der aktuelle PR-Trendmonitor der sda-Tochter news aktuell und Faktenkontor. Rund 250 Fach- und Führungskräfte aus der PR haben an der Umfrage teilgenommen.

news aktuell

«Die Medienmitteilung ist tot»: Die zehn nervigsten Phrasen in der PR

«Die Medienmitteilung ist tot.» Das ist für PR-Schaffende die nervigste Phrase der letzten zwölf Monate. Auf Platz zwei der PR-Buzzwords schafft es die Aussage «Influencer sind wichtiger als Journalisten», gefolgt von «Content ist King.» Zu diesem Ergebnis kommt der aktuelle PR-Trendmonitor der sda-Tochter news aktuell und Faktenkontor. Rund 250 Fach- und Führungskräfte aus Medienstellen und PR-Agenturen haben sich an der Umfrage beteiligt.

Für den meisten Unmut unter den Befragten sorgt demnach die immer wiederkehrende Prophezeiung vom Untergang der Medienmitteilung. Jeder dritte PR-Profi ist von dem Satz «Die Medienmitteilung ist tot» genervt (32 Prozent). Fast genauso viele Umfrageteilnehmer können es nicht mehr hören, dass Influencer wichtiger als Journalisten sind (29 Prozent). Auch die Behauptung, Inhalt gehe über alles, ist für jeden vierten Kommunikationsprofi kalter Kaffee. Von der Aussage «Content ist King» sind 25 Prozent genervt, ebenso von dem Mantra «Marken müssen zu Medien werden.» (23 Prozent)

Die viel beschworenen Auswirkungen der Digitalisierung auf die Arbeitswelt im Allgemeinen und die Rolle der Kommunikation im Besonderen scheinen hingegen selten zu Phrasendrescherei in der PR zu führen. Sätze wie «Wir müssen die Silos einreissen» oder «Mitarbeiter sind die wichtigsten Botschafter des Unternehmens» regen nur vergleichsweise wenig Befragte auf (15 Prozent beziehungsweise 13 Prozent). Auch eher selten Grund für Diskussionen in den PR-Abteilungen: die Phrase «Kommunikation hat eine Führungsrolle in der digitalen Transformation.» Nur jedem zehnten PR-Schaffenden geht dieser Satz auf die Nerven (11 Prozent).

Die zehn nervigsten Phrasen in der PR im Detail:

Die Medienmitteilung ist tot. 32 %

Influencer sind wichtiger als Journalisten. 29 %

Content ist King. 25 %

Marken müssen zu Medien werden. 23 %\n

Mobile, mobile, mobile. 22 %\n

Live-Streaming revolutioniert die PR. 20 %\n

Wir müssen die Silos einreissen. 15 %\n

Mitarbeiter sind die wichtigsten Botschafter des Unternehmens. 13 %\n

Ohne Social Media Guidelines dürfen Mitarbeiter nicht im Internet kommunizieren. 12 %\n

Kommunikation hat eine Führungsrolle in der digitalen Transformation. 11 %

Quelle: PR-Trendmonitor 2017

Der PR-Trendmonitor ist eine Online-Befragung, die von der sda-Tochter news aktuell und Faktenkontor durchgeführt wurde. Dabei wurde untersucht, wo die derzeitigen Tendenzen und Entwicklungen in der Kommunikationsbranche liegen.

Datenbasis: 247 Fach- und Führungskräften der PR, Methode: Online-Befragung, Mehrfachnennungen möglich.
Befragungszeitraum: Januar 2017

Kontakt: Kai Gerwig, Geschäftsführer news aktuell (Schweiz) AG, +41 43 960 68 01, gerwig@newsaktuell.ch



Abb. 1: Jurysitzung des PR-Bild Award 2017 von news aktuell in Hamburg. Die sda-Tochter sucht gemeinsam mit news aktuell in Deutschland und APA-OTS in Österreich die besten Bilder von Unternehmen, Organisationen und PR-Agenturen.

news aktuell

PR-Bild Award 2017: Jetzt abstimmen!

Die Shortlist des PR-Bild Award 2017 steht fest. Die hochkarätig besetzte Jury hat über 1'000 eingereichte Fotos gesichtet. Nominiert wurden in diesem Jahr insgesamt 60 Bilder aus sechs Kategorien. Jetzt ist die Öffentlichkeit dran, unter www.pr-bild-award.ch über die besten PR-Bilder des Jahres abzustimmen. Bereits zum zwölften Mal haben sich Unternehmen, Organisationen und PR-Agenturen aus Deutschland, Österreich und der Schweiz für den renommierten Branchenpreis der sda-Tochter news aktuell beworben.

«Die eingereichten Bilder zeigen, dass visuelles Storytelling immer professioneller wird. Die nominierten Fotos überzeugten unsere Jury durch ihre handwerkliche Qualität und ihre Kreativität. Und sie machen deutlich: Bild-PR ist heute facettenreicher denn je. Ich bin schon sehr auf die Bewertungen der Öffentlichkeit gespannt», sagt Kai Gerwig, Geschäftsführer von news aktuell (Schweiz) AG.

Aus der Schweiz sind in diesem Jahr sechs Unternehmen und Organisationen nominiert worden, darunter Ärzte ohne Grenzen, Victorinox und Schweiz Tourismus.

Alle Schweizer Unternehmen und Organisationen auf der Shortlist 2017:

Médecins Sans Frontières / Ärzte ohne Grenzen (MSF) / CH

Save the Children / CH

Victorinox AG / CH

Genossenschaft Migros Zürich / CH

Schweiz Tourismus / CH

Schnyder Werbung AG / CH

Alle Informationen zum PR-Bild Award: www.pr-bild-award.ch\n

Die Medienmitteilung gibt es [hier](#).\n

Kontakt: Kai Gerwig, Geschäftsführer news aktuell (Schweiz) AG, +41 43 960 68 01, gerwig@newsaktuell.ch



Abb. 1: Hansjürg Saager, der langjährige Verwaltungsratspräsident, Besitzer und Ehrenpräsident von AWP, ist Mitte Juli verstorben

AWP

Nachruf auf den langjährigen AWP VR-Präsident Hansjürg Saager

Mitte Juli ist Hansjürg Saager im Alter von 77 Jahren nach kurzer schwerer Krankheit verstorben. Die Nachricht vom unerwarteten Tod des langjährigen VR-Präsidenten hat das AWP Team sehr getroffen. Wir haben mit ihm einen Menschen verloren, der in den vergangenen fünfzig Jahren in verschiedenen Funktionen und Aufgaben untrennbar mit AWP verbunden war: Zuerst als freier Journalist, dann als fester Angestellter und nach dem Tod des Firmengründers Walter von Känel ab 1972 als Eigentümer und Geschäftsführer.

Früh erkannte Saager - vom Elternhaus aus eng mit dem Bankgeschäft verbunden - die Chancen, welche sich im Bereich von real-time Börsennachrichten eröffnen würden. Bereits im Jahr 1974 schloss er entsprechend mit der damaligen Telekurs (heutige SIX Financial Services) einen Vertrag zur Lieferung von Finanznachrichten. Mit grosser Weitsicht und viel strategischem Gespür baute er AWP anschliessend zusammen mit seiner Ehefrau Franziska Schritt für Schritt zur führenden Finanz-Nachrichtenagentur der Schweiz aus.

Auch seinen Rückzug bei AWP bereitete Saager von langer Hand vor. Er verkaufte seine Aktien zwischen 2000 und 2005 nach und nach an die Schweizerische Depeschagentur sda und zog sich Ende 2005 aus der operativen Leitung der Gesellschaft zurück. Fortan übernahm er das Amt des Verwaltungsratspräsidenten, das er bis zur Generalversammlung am 15. März 2017 ausübte. Aufgrund seiner grossen Verdienste ernannten ihn die Aktionäre danach zum Ehrenpräsidenten der Gesellschaft.

Doch Saager war nicht nur Journalist und Medienunternehmer. Seine beruflichen, kulturellen und gesellschaftlichen Interessen und Engagements umfassten eine einmalige Bandbreite. So war Saager etwa eng mit Südafrika verbunden, wo er das Weingut Eikendal besass und sich mit grossem Engagement sowohl für die Menschen wie auch für die Tierwelt einsetzte. Er galt als einer der erfahrensten und kenntnisreichsten Schweizer Südafrikakexperten.

Auch die Kunst sowie die klassische Musik gehörten zu seinen Passionen. Saager war ein leidenschaftlicher Sammler afrikanischer und antiker Kunst, von römischen und griechischen Münzen und ein grosser Liebhaber von Mozart.

Für Saager gab es keine halben Sachen. In allen Dingen, denen er sich gewidmet, die er unterstützt oder gesammelt hat, war er ein profunder Kenner oder sogar ein Experte, der sein Wissen und seine Erfahrungen gerne teilte und weitergab.

Mit Hansjürg Saager verlieren wir einen grossen Fürsprecher, treuen Begleiter, grossherzigen und grosszügigen Menschen und guten Freund. Wir werden ihn vermissen.

Christoph Gaberthüel, Geschäftsführer AWP

Beitrag von Hansjürg Saager zum 50 Jahre Jubiläum von AWP im Jahr 2007

Nachfolge Didier Burkhalter

Die drei Bundesratskandidaten der FDP im Vergleich

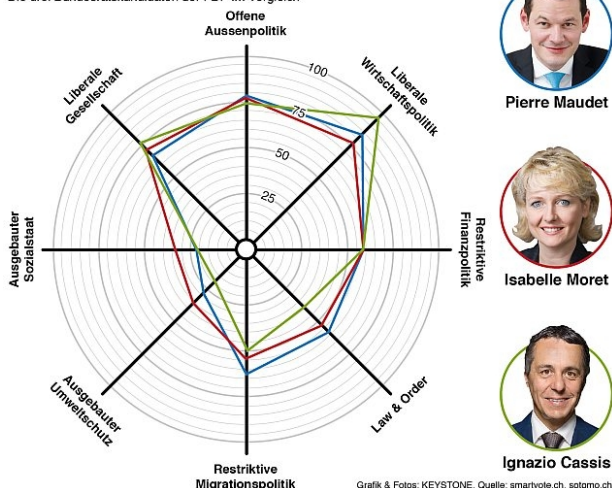


Abb. 1: Infografik by KEYSTONE/Gerhard Riezler

KEYSTONE

Animierte Information

«Tell me and I'll forget,
show me and I'll remember,
involve me and I'll understand.»
Konfuzius

Infografiken gehören zu den Informationsbildern und nehmen in der Medien- und Kommunikationswelt einen immer höheren Stellenwert ein. Sie sind als professionelles Illustrationselement für Zeitungen, Fachpublikationen, Kundenzeitschriften, Bücher, Präsentationen für Firmen oder Schulen, sowie für Websites, Screens und Social-Media Plattformen unverzichtbar. Sachinformationen wie Funktionsweisen, Strukturen oder Prozesse werden in Form von grafischen Elementen übersichtlicher dargestellt, als dies ein Text oder ein Bild zu leisten vermag. Diese Visualisierungen präsentieren die äusserste Reduktion von Komplexität mit kurzen und schnell erfassbaren Inhalten. Sie zeigen, was man nicht sieht.

Die Produktlinie umfasst neben den Still-, auch animierte und interaktive Infografiken. Letztere bieten multimediale Applikationen für Webportale und Mobile-Anwendungen zu Top-Themen aus den Bereichen Sport, Wissen, historische Ereignisse und Politik an. Der User hat auf den ersten Blick eine Übersicht und kann sich damit auf spielerische Weise durch komplexe Inhalte mit Grafiken, Bildern und Texten durchklicken.

Mit der Auftragsgrafik profitiert der Kunde von massgeschneiderten Infografiken. Daten und Themen können grafisch umgesetzt und auf die individuellen Bedürfnisse abgestimmt werden. Der Kunde bestimmt den Inhalt, KEYSTONE bietet Beratung, Konzeption und liefert die optische Umsetzung gemäss Vorstellungen und dem jeweiligen Corporate Design des Kunden: Das Resultat ist ein sinnvolles und eigenständiges Bild mit klar strukturiertem Inhalt, welches eine zentrale Aussage visualisiert, um den User dort abzuholen, wo er steht.

KEYSTONE bietet im Bereich News Infografiken zu aktuellen Schweizer Themen. Neben nationalen Inhalten werden auch internationale Themen aufgenommen und auf eine Schweizer Perspektive angepasst. Im Bereich

Hintergrund werden grafische Visualisierungen angeboten, die durch detaillierte Informationen und umfangreiche Zusammenhänge eine Vertiefung ermöglichen. Die Infografiken sind im Abonnement oder im Einzelbezug sowohl in Deutsch als auch in Französisch (auf Anfrage) zu beziehen.

Informationen auf das Wesentliche reduzieren, komplexe Zusammenhänge oder Hintergründe einfach darstellen und auf einen Blick sichtbar machen: KEYSTONE Infografik steht für qualitativ hochstehende Illustration. Inhaltlich klare und grafisch einfache Umsetzungen sind dabei ebenso wichtig wie Aktualität, Geschwindigkeit und Relevanz der Inhalte.

Nutzen auch Sie unsere Ressourcen: Buchen Sie eine Auftragsgrafik für Ihre individuellen Wünsche oder profitieren Sie von unserem Online-Infografik-Angebot. Gerhard Riezler vom Infografik-Service, grafik@keystone.ch, +41 44 200 14 70, berät Sie gerne und geht auf Ihre individuellen Bedürfnisse ein.

Cristina Tonitto, Marketing & Kommunikation

Kurz und bündig

News aus der SDA-Gruppe

Französischsprachige Sportredaktion unter neuer Leitung

Im Zuge des Wechsels der französischsprachigen Sportredaktion von Genf nach Bern kommt es an deren Spitze per 1. Januar 2018 zu einer Änderung. Julien Pralong, seit 2005 bei der Sportinformation respektive sda angestellt, wurde von der Chefredaktion zum neuen Leiter der Redaktion gewählt. Er übernimmt damit die Aufgaben von Laurent Wirz, der die Chefredaktion Ende Juli darüber informierte, das Amt als Leiter der französischsprachigen Redaktion abgeben zu wollen.

Julien Pralong verfügt in der Romandie über ein aussergewöhnlich gutes Beziehungsnetz - sowohl was die Kunden als auch die Sportverbände, Klubs und die wichtigsten Entscheidungsträger betrifft.

Jürg Rüttimann wird neuer Leiter Business Development

Am 1. Oktober 2017 startet Jürg Rüttimann bei AWP als Leiter Business Development. In dieser neu geschaffenen Kader-Position wird er redaktionelle Projekte verantworten, im Verkaufsteam mitarbeiten und auch redaktionelle Arbeit leisten. Mit Jürg Rüttimann gewinnen wir einen äusserst erfahrenen und vielseitigen Mitarbeiter, der die weitere Entwicklung unserer Agentur massgebend mitprägen wird.

Jürg Rüttimann ist seit Dezember 2015 als Redaktor beim Tages Anzeiger tätig. Davor leitete er bei der sda die Wirtschaftsredaktion.

AWP ist Sponsor des SIPUG Tages

Auch dieses Jahr ist AWP Finanznachrichten Sponsor des SIPUG-Tages, welcher am 31. Oktober 2017 stattfindet. Der SIPUG-Tag gehört zu den wichtigsten Netzwerk-Events im Bereich Marktdaten in der Schweiz.

Die SIPUG (Swiss Information Providers User Group) ist eine informelle

Gruppe von Fachleuten der Schweizer Banken. Der Verein wurde 1992 gegründet und zählt heute 20 Mitglieder. Er gewährleistet die Vertretung gemeinsamer Mitgliederinteressen gegenüber Informations- und Systemlieferanten, speziell in den Bereichen Börseninformationen und Transaktions-Systemen, sowie gegenüber den Anbietern von Infrastruktursystemen für Händlereinrichtungen.