

Mitgliederversammlung der BSM 6.4.2001

Rechenschaftsbericht des Vorstands für das Jahr 2000

Kurzberichte der Vorstandsmitglieder

Allgemeine Informationen

Mitgliederzahl 31.12.2000: 593, Steigerung gegenüber 31.12.99 (533 Mitglieder) um 11,3 %. Eintritte 97, Austritte 37. Zum Zeitpunkt der Mitgliederversammlung am 6.4.2001 hat die BSM 688 Mitglieder.

Hilde Gaus und Brigitte List-Gessler

Beisitzerinnen

Fundraiserinnen-Netzwerk

Am 18. November 2000 fand der 5. Fundraiserinnen-Tag statt. Über 100 Frauen aus dem gesamten Bundesgebiet waren zum Erfahrungsaustausch und Kontakteknüpfen ins Roncalli-Haus nach Wiesbaden gekommen.

Dr. Marita Haibach, Geschäftsführerin und 2. BSM-Vorsitzende, eröffnete die Veranstaltung mit ihrem Vortrag zum Thema "Fundraiserinnen 2000: Trends und Perspektiven". Sie kam zu dem Ergebnis, dass Fundraising in Deutschland für Frauen ein zunehmend attraktives Berufsfeld wird und Fundraiserinnen auch gute Zukunfts-Chancen auf dem Stellenmarkt haben. Durch die großzügigen Räumlichkeiten im Roncalli-Haus war es möglich, am Vormittag parallel 8 Workshops zu unterschiedlichen Themen wie "Fundraising im Internet" und "Großspenden-Fundraising" anzubieten. Die einzelnen Gruppen wurden wieder von erfahrenen Fundraiserinnen moderiert. Am Nachmittag begeisterte Erfolgsautorin und Managementtrainerin Sabine Asgodom mit ihrem Vortrag "Eigenlob stimmt - Schluss mit der Bescheidenheit".

Abschließend wurde im Plenum Rückschau gehalten auf die vergangenen 5 Jahre Fundraiserinnen-Netzwerk und Fundraiserinnen-Tag, um dann Ideen für die weitere Zukunft zu entwickeln. Die Teilnehmerinnen äußerten sich insgesamt positiv über die bisherigen Aktivitäten. Bei den Anregungen ging es vor allem um die Frage, wie wir die Kommunikation untereinander noch effizienter gestalten können. Das Ergebnis wird Grundlage für die weitere Gestaltung des Fundraiserinnen-Netzwerkes und des nächsten Fundraiserinnen-Tages am 17. November 2001 sein.

Organisiert wurde der Fundraiserinnen-Tag von den Frauen im BSM-Vorstand, Dr. Marita Haibach, Brigitte List-Gessler und Hilde Gaus. Mit von der Partie war BSM-Büroleiterin Ruth Pinto. Ein ganz herzliches Dankeschön an dieser Stelle noch einmal den Moderatorinnen der einzelnen Gruppen, die durch ihren ehrenamtlichen Einsatz zum Erfolg der Veranstaltung beigetragen haben.

Fachgruppe Diakonie

Die Fachgruppe "Diakonie" traf sich während des BSM-Kongresses in Leipzig. Die ursprünglich geplante Fachtagung konnte leider nicht realisiert werden. Sprecherin der Fachgruppe war wieder Selma Reese, Christoffel Blindenmission/Bensheim, die Vertretung blieb bei Reinhard Greulich vom Stephansstift/Hannover.

Fachgruppe Kultur

Die 2. Deutsche Fundraising-Fachtagung "Kunst und Kultur" fand am 18. Oktober im renommierten Museum für Angewandte Kunst in Köln statt. Über 70 Vertreter aus allen Bereichen der Kultur waren gekommen, um erfahrene FundraiserInnen aus dem Bereich Kunst und Kultur zu hören. Beiträge gab es u. a. von der Hausherrin Dr. Susanne Anna, von Dr. Andreas Grosz, dem Autor des Buches "Die Kultur AG", und von Gerhardt Haag, dem Leiter des Theaters im Bauturm, Köln. In sechs Parallelseminaren mit erfahrenen Praktikern zum Thema "Fundraising & Sponsoring" hatten die Teilnehmer die Möglichkeit, Kurzreferate zu hören und ihre Erfahrungen auszutauschen. Abgerundet wurde die Veranstaltung durch eine große Podiumsdiskussion mit dem Auditorium und Vertretern aus dem Bereich Kultur. Die Resonanz auf die Fachtagung war durchweg positiv und die Teilnehmer wünschten sich eine Fortsetzung dieser Veranstaltung, mit noch mehr Arbeitsgruppen, Erfahrungsaustausch und Praxisbeispielen.

Die Fachtagung wurde wieder gemeinsam von der BSM-Fachgruppe Kultur und dem Deutschen Kulturrat durchgeführt. Möglich war dieses Angebot nur durch das unentgeltliche Engagement der Referenten, die Sponsoreneinnahmen, einen Zuschuss der BSM und vor allem den ehrenamtlichen Einsatz von Hauptorganisator Tyark Thumann, dem Sprecher der Fachgruppe Kunst und Kultur. Wie schon im Vorjahr wurde er wieder von Marita Weinberg/S.T.E.P. GmbH Kommunikation + Marketing unterstützt. Ein herzliches Dankeschön an alle für den engagierten Einsatz.

Fundraising-Treffs

Im letzten Berichtszeitraum blieb es bei den bundesweit 18 etablierten Treffs. Überwiegend wurden im vergangenen Jahr zwischen drei und fünf Treff-Termine vor Ort angeboten, und in der Regel waren zu den Veranstaltungen Referenten zu speziellen Fundraising-Themen eingeladen. Die Erfahrung hat gezeigt, dass ein regelmäßiges attraktives Angebot eine wachsende Teilnehmerzahl von Fundraisern und Fundraising-Interessierten bringt. Bei einzelnen Veranstaltungen waren über 30 TeilnehmerInnen anwesend. Die Finanzierung der Treffs erfolgt inzwischen zum überwiegenden Teil durch die Erhebung eines Kostenbeitrages von den Anwesenden.

Für Herbst 2001 ist ein Treffen für alle Organisatorinnen und Organisatoren in Berlin geplant, um Erfahrungen auszutauschen und die zukünftigen Ziele der BSM-Treffs gemeinsam zu erarbeiten.

Unterfränkischer Fundraising-Tag

Am 28. Oktober organisierte der Würzburger Fundraising-Treff den 1. Unterfränkischen Fundraising-Tag. Diese eintägige Fortbildungsveranstaltung war als Ergänzung des regionalen BSM-Angebotes konzipiert und wurde vor allem von "Neueinsteigern" genutzt. In einem Vortrag und vier Workshops gab es viele wertvolle Tipps für die tägliche Arbeit. Auch der Erfahrungsaustausch der insgesamt 27 Teilnehmer/innen kam dabei nicht zu kurz.

Die Abschlussdiskussion zeigte den wachsenden Bedarf für Veranstaltungen dieser Art. Aufgrund der positiven Resonanz wird für das Jahr 2001 bereits die Fortführung geplant.

Mitgliederwerbung

Innerhalb des Vorstandes formierte sich eine Arbeitsgruppe "Mitglieder-Werbung", die sich im Berichtszeitraum zweimal getroffen hat, um ein Konzept zu erarbeiten. Bei verschiedenen Fortbildungsveranstaltungen wurden BSM-Materialien verteilt, während der Fachtagung Kultur und dem Bad Honnefer Fundraising-Forum waren Hilde Gaus und Brigitte List-Gessler vom Vorstand mit einem BSM-Stand vertreten. Auch beim diesjährigen Fundraising-

Kongress besteht die Möglichkeit, sich an einem Infotisch über die BSM zu informieren. Darüberhinaus wird für die Mitglieder und vor allem für die Neulinge unter den Mitgliedern ein informelles Treffen zum Kennenlernen und Gedankenaustausch angeboten.

Für groß angelegte Werbemaßnahmen fehlen der BSM leider die finanziellen und personellen Ressourcen. Abgesehen von der hervorragenden Arbeit, die unsere hauptamtliche Büroleiterin Ruth Pinto seit Juli 2000 im Bereich Mitgliederwerbung leistet, erfolgt die Ansprache von Interessierten über den Vorstand oder über engagierte Mitglieder auf ehrenamtlicher Basis. Infopakete zur Weitergabe an Interessierte können jederzeit bei Frau Pinto angefordert werden.

Im Dezember wurde zur Aktualisierung und Ergänzung der Datenbank eine Mitgliederbefragung durchgeführt. Das neue Verzeichnis wird über das Internet passwortgeschützt ausschließlich den Mitgliedern zur Verfügung gestellt.

Anlässlich der außerordentlichen Mitgliederversammlung im Januar wurde die Einführung unterschiedlicher Mitgliedskategorien und -beiträge diskutiert, um den Kreis potentieller Mitglieder zu vergrößern. Die Gewährung eines ermäßigten Beitrags für die Studenten der Fundraising-Akademie erbrachte z.B. einen beachtlichen Mitgliederzulauf. Angedacht ist u.a. auch ein Sondertarif für "ehrenamtliche Fundraiser/Innen". Die Diskussion wird im Rahmen der anstehenden Strukturänderung der BSM (künftig auch institutionelle Mitgliedschaften möglich) fortgesetzt.

Einer E-Mail-Umfrage im Vorfeld der MV im Januar nach zu urteilen, sind die Mitglieder mit den individuellen Benefits der BSM-Mitgliedschaft sehr zufrieden.

Dr. Marita Haibach

2. Vorsitzende

Aus- und Fortbildung

Im vergangenen Jahr nahm die inhaltliche Begleitung des Aufbaus der Fundraising-Akademie (Kurswochen, Regionalgruppen) einen großen Raum in der Tätigkeit von Dr. Marita Haibach in diesem Bereich ein. Die Erwartungen sind groß: die Qualität muss stimmen. Die Zahl der Studierenden (derzeit vier laufende Kurse und insgesamt fast 100 Studierende) belegt: Die Gründung kam zum richtigen Zeitpunkt. Die Nachfrage ist nach wie vor groß. Noch offen ist die Frage der staatlichen Anerkennung. Hier laufen verschiedene Initiativen seitens der Akademie, auch unter Mitwirkung von Marita Haibach, doch da es sich um ein ungewöhnliches Fortbildungsangebot für einen noch ungewöhnlichen Beruf handelt, dauert es länger, als ursprünglich angenommen. Doch es zeichnen sich Lösungsmöglichkeiten ab, wahrscheinlich in Zusammenarbeit mit einer Fachhochschule.

Internationale Zusammenarbeit

Die Zusammenarbeit auf internationaler Ebene hat im vergangenen Jahr weiter an Bedeutung gewonnen. Es ist viel in Bewegung gekommen. Die internationale "Fundraising-Szene" formiert sich neu. Ein wesentlicher Faktor ist dabei die zunehmende Professionalisierung des Fundraising in nahezu allen westeuropäischen Ländern und in diesem Zusammenhang die Schaffung von nationalen Fundraising-Verbänden. Unter aktiver Mitwirkung von Dr. Marita Haibach wurde die Schaffung der EUROPEAN FUNDRAISING ASSOCIATION (EFA), einer Organisation der Fundraising-Verbände in Europa vorangetrieben. Diese befindet sich nun inmitten des formalen Gründungsprozesses (Sitz: Brüssel). Zu ihren wesentlichen Aufgaben wird das immer wichtiger werdende Lobbying bei der EU zählen. Auch bei dem von der Resource Alliance (früher: International Fundraising Group) während des

International Fundraising Workshop in Noordwijkerhout veranstalteten Treffen der Fundraising-Verbände weltweit war die BSM durch Marita Haibach vertreten. Auch hier zeichnen sich positive Entwicklungen ab: das Interesse an Vernetzung und Austausch ist groß. Die Resource Alliance hat sich bereit erklärt, nun alljährlich ein solches Treffen während der Konferenz zu veranstalten.

Joachim Klemens
Schatzmeister
Kasse

Seit der Mitgliederversammlung im April liegt die Kassenführung bei Joachim Klemens. Regelmäßig finden Lastschriftinzüge der Abo- und Mitgliedsbeiträge statt, werden Rechnungen bezahlt, wird das Budget aufgestellt und überwacht.

Dr. Christoph Müllerleile
1. Vorsitzender

Ethik

Der Mitgliederversammlung im April in Leipzig lag der Entwurf eines Ehrenkodexes vor, der einem neugewählten Ethikausschuss zur Überarbeitung übergeben wurde. Daraus entstanden nach mehreren Sitzungen und regem Mail-Austausch unter Vorsitz von Dr. Jens-Uwe Böttcher "Grundregeln für unsere Arbeit als Fundraiserinnen und Fundraiser", die eine außerordentliche Mitgliederversammlung im Januar verabschiedete.

BSM-Newsletter

Im vergangenen Jahr erschienen vier BSM-Newsletter. Mit der Gestaltung durch SAZ Dialog Marketing in Garbsen genügt die Zeitschrift auch vom Layout her professionellen Ansprüchen. Die Druckauflage betrug bei Ausgabe 1/2000, die zu Werbezwecken an Interessenten verschickt und verteilt wurde, 9000, sonst im Durchschnitt 1100 Exemplare. Die Zahl der Abonnenten sank von 146 auf 68. Der Rückgang ist dadurch bedingt, dass Abonnenten zu Mitgliedern wurden und der Bezug der Zeitschrift im Beitrag enthalten ist.

BSM-Schriftenreihe

Restexemplare der bisherigen BSM-Schriftenreihe werden noch vom Nonprofit Verlag Konstanz verkauft. Die Verhandlungen mit der Fundraising Akademie über eine Fortführung im Rahmen der Zusammenarbeit sind noch nicht abgeschlossen.

Online-Auftritt BSM

Die BSM bietet unter www.sozialmarketing.de 71 Internetseiten zur Abfrage an. In den Monaten Mai 2000 bis März 2001 zählte die Website 90.850 Besucher auf 250.284 Seiten, im Schnitt täglich also mehr als 271 Besucher auf jeweils 2,8 Seiten. Besonders begehrt sind die Informationen über Stellenangebote, Stellengesuche, Statistiken, Aus- und Fortbildungsangebote, Agenturen und Dienstleister. Sie können dank einer neuen Datenbank-Hinterlegung von der Zugangsberechtigten laufend auf den aktuellen Stand gebracht werden.

Das BSM-Online-Info, das 24-mal erschien, überbrückt die Zeit zwischen den BSM-Newsletters mit Meldungen an alle Mitglieder, die E-Mail-Anschluss haben und den Dienst wünschen. Aus aktuellem Anlass wurden Mitglieder per E-Mail, zum Teil auch per Fax, über interessante Fernseh- und Presseberichte informiert und zu aktuellen Problemen befragt.

Stellennachweise

Ohne selber vermittelnd tätig zu sein konnte die BSM indirekt durch Bereitstellung von Angeboten und Nachfragen im Internet zur Bewegung auf dem Stellenmarkt beitragen.

Kontakte zu anderen Organisationen in Deutschland

Regelmäßige Kontakte gab es im Jahre 2000 zum Deutschen Spendenrat in Bonn, dem Deutschen Zentralinstitut für soziale Fragen in Berlin, dem Dritter Sektor Institut in Berlin und dem Deutschen Direktmarketing Verband in Wiesbaden. Beteiligt war die BSM als ideeller Partner am 3. Deutschen Sponsoring Kongress in Berlin.

Lobbyarbeit

Die BSM ist in der Lobbyliste des Deutschen Bundestages eingetragen. Im vergangenen Jahr galten die Bemühungen dem neuen Spendenrecht. Es bestand regelmäßiger Kontakt zu den für Spenden- und Gemeinnützigkeitsrecht zuständigen Stellen im Bundesfinanzministerium. Ein angestrebtes persönliches Gespräch im Expertenkreis kam im Februar 2001 zustande.

Geschäftsstelle

Bis zum 30. Juni befand sich die Geschäftsstelle in den Räumen von Steffen Scharrer Social Marketing in Obernburg. Seit dem 1. Juli ist sie in den Räumen des Gemeinschaftswerks der Evangelischen Publizistik in Frankfurt eingerichtet. Dort kann die BSM die Infrastruktur des Hauses nutzen. Frau Ruth Pinto wurde als Büroleiterin mit einer Arbeitszeit von zunächst 24 Stunden pro Woche eingestellt.

Die neue Geschäftsstelle mit Frau Pinto hat sich sehr bewährt und den Vorstand stark entlastet. Hier werden täglich große Mengen von Anfragen bearbeitet, Gremiensitzungen und Fachveranstaltungen vorbereitet. Auch die räumliche Nähe zur Fundraising Akademie ist von großem Vorteil.

Christian Osterhaus
Beisitzer

Presse- und Öffentlichkeitsarbeit

Die BSM konnte im Jahr 2000 ihre wichtigsten Daten und Informationen in den Medien platzieren sowie die bedeutendsten Anlässe erfolgreich nutzen.

Highlight unter den zahlreichen Medien-Berichten über den 7. Fundraising Kongress war sicher ein Beitrag in der ZDF-Drehscheibe. Alle Nachrichtenagenturen haben unsere Kern-Message 'Spendenbereitschaft trotz CDU-Spendenskandal ungebrochen' verbreitet, auch einige Beiträge im Hörfunk und in der Fachpresse waren zu verzeichnen. Die regionale Presse hingegen hat sich mit dem Abdruck der Agentur-Meldungen begnügt, es gibt also Raum für Verbesserungen beim 8. Kongress.

Die Jahres-Übersicht der Spendeneinnahmen der Organisationen ist zwar ein Fixpunkt der alljährlichen Pressearbeit, sie wurde auch in 2000 nicht nur von den Nachrichtenagenturen sondern auch von Info-Grafikdiensten verbreitet. Doch da die Zahlen erst im August vorlagen und die Daten damit eigentlich zu alt für die Tagesmedien sind, können wir hier nicht das volle Potential dieser Daten ausreizen.

Im Herbst war die BSM mit zahlreichen Meldungen auf dem Markt: "Geld für Kultur" (Oktober) anlässlich der 2. BSM-Fachtagung Kunst und Kultur, "Langzeitstudie: Spendenmarkt stagniert" (November) über die gfs-BSM-Studie zum Spendenverhalten der Deutschen, "Skandal um Tierhilfswerk: Fundraising-Verband fordert stärkere Transparenz" (November), "Fundraising: Frauen-Beruf mit Zukunft" (November) zum 5. Fundraiserinnen-Tag, "Nur jeder dritte Deutsche spendet" (Dezember) mit den neusten Daten von Emnid

Dieser für BSM-Verhältnisse regelrechte Medienwirbel führte nicht nur zu der (inzwischen bei fast allen BSM-Meldungen üblichen) Verbreitung via Nachrichtenagenturen sondern zu einer erheblichen Zahl von Anfragen von Journalisten anlässlich ihrer vorweihnachtlichen Recherchen zum Spendenwesen. Der Pressesprecher konnte diverse Interviews mit Fundraisern aus diversen Organisationen vermitteln, die in diversen Berichten und Beiträgen auch in bedeutenden Medien wie der SZ, Finanztest, n-tv etc. führten.

Seit April wickelt die Agentur "Neues Handeln" die BSM-Pressearbeit ab, eine angenehme und effektive Kooperation.

Sicherlich gehört die BSM nicht zu den Top-Nachrichtenerlieferanten unter den deutschen Berufsverbänden (angesichts unserer Größe und dem sehr geringen Etat auch kein Wunder), doch ist es keine Anmaßung zu behaupten, dass es nur noch selten größere Reportagen über das Thema "Fundraising" gibt, die nicht auf BSM-Aktivitäten zurückgehen oder zumindest unser Daten- und Infomaterial einsetzt. Auch via unserer Homepage gelingt es zunehmend, den Kenntnisstand in den Medien zu unserem Thema zu erhöhen.

Patrick Tapp
2. Vorsitzender

Deutscher Fundraising Kongress

Mit dem 8. Deutschen Fundraising Kongress bietet die BSM zwischenzeitlich den bei weitem größten Kongress des deutschsprachigen Raums an. Über 500 Fachleute, Besucher, Referenten und Pressevertreter pflegen auch im Jahr 2001 den informellen Kontakt und nehmen Vorträge, Workshops und Plenumsveranstaltungen von beachtlicher Breite und Qualität in Anspruch.

Die BSM ist damit der größte Multiplikator von Fachinformation und Fachwissen der Fundraising Szene.

Hochkarätige Referenten suchen den Weg und das Gespräch zu den Fundraising Fachleuten, die sich beim BSM Kongress treffen. Mit Paul Gräßl konnte auch 2001 wieder ein Preisträger mit dem Deutschen Fundraisingpreis ausgezeichnet werden, der auch der BSM zur Ehre gereicht.

Fundraising Akademie

In weiterer Funktion bin ich seit Januar 2000 für zunächst fünf Jahre der vom Vorstand gewählte Vertreter der BSM in der Gesellschafterversammlung der Fundraising Akademie GmbH und im Stiftungsrat der Stiftung Fundraising. Die Fundraising Akademie hat sich zwischenzeitlich hervorragend als Berufsakademie etabliert. Drei zur Zeit laufende Kurse zeugen von der Notwendigkeit und einer großen Nachfrage. Eine qualifizierte Ausbildung, ein Berufsbild "Fundraiser" hilft uns auch als Berufsorganisation Stellenbeschreibung, Gehaltsstrukturen und Umfeldbedingungen zu formulieren, die der Wichtigkeit dieses Berufes entsprechen. Diesen Anspruch vertrete ich aktiv in den Gremien, in die mich der BSM Vorstand entsandt hat.

Kontaktgespräche

Kontakt- und Gremienpflege z.B. Gespräche mit dem DZI, dem Deutschen Spendenrat und Vertretern der Politik sind Bestandteil der Aufgaben, die in Unterstützung und Begleitung des Vorsitzenden die Rolle des Stellvertreters ausmachen.

Ich verlasse den BSM-Vorstand mit Ablauf dieser Mitgliederversammlung. Ich wünsche dem Kongress eine weiterhin optimale Entwicklung und der BSM Mut und Entschlusskraft, auch grundsätzliche Zeichen der Zeit umzusetzen.

In den Gremien der Gesellschafterversammlung der Akademie werde ich als stellvertretender Vorsitzender der Gesellschafterversammlung und als stellvertretender Vorsitzender des Stiftungsrates der Stiftung Fundraising weiterhin an der Entwicklung der Berufsausbildung aktiv mitwirken.

Dr. Michael Urselmann
Beisitzer

Betreuung von Diplomanden und Doktoranden

Die Wissenschaftliche Kontaktstelle betreute im Berichtszeitraum ca. 40 Diplomanden und Doktoranden, die sich wissenschaftlich mit den Themen Sozialmarketing im Allgemeinen bzw. Fundraising im Speziellen auseinandersetzten. Im Vordergrund standen Literaturempfehlungen, Diskussion und Hilfestellung zu inhaltlichen Fragen sowie Vermittlung von Ansprechpartnern aus dem wissenschaftlichen Umfeld. Besonders anzumerken ist die Tatsache, dass fast alle Studierenden durch eine Internet-Recherche auf das Angebot der Wissenschaftlichen Kontaktstelle der BSM aufmerksam wurden.

Durch Lehraufträge an den Fachhochschulen Köln und Luzern konnte Dr. Michael Urselmann weitere Studenten auf das Thema Fundraising aufmerksam machen und eine wissenschaftliche Beschäftigung mit dem Thema anregen.

BSM-Studie zur Entwicklung des Deutschen Spendenmarktes

Im Jahr 2000 führte Dr. Michael Urselmann wie auch schon 1998 - im Auftrag der BSM und mit Unterstützung der GfS die Studie "Neueste Entwicklungen und Trends auf dem Deutschen Spendenmarkt" durch. Die Studie ist eine Fortführung der empirischen Arbeit, die Dr. Urselmann im Rahmen seiner Doktorarbeit zum Thema "Erfolgsfaktoren im Fundraising von Nonprofit-Organisationen" 1996 begonnen hatte.

Die Studie basiert auf einer persönlichen Befragung der Fundraising-Führungskräfte der 79 größten, spendensammelnden Organisationen in Deutschland. Positiv anzumerken ist, dass in der Untersuchung 2000 erstmals auch der Deutsche Caritasverband mit seinem nicht unerheblichen Spendenvolumen teilnahm. Erstmals wurden die Befragten auch gebeten, eine Prognose zur Entwicklung der wichtigsten Fundraising-Instrumente bis zum Jahre 2010 abzugeben. Die Auswertung ergab ein interessantes Zukunftsszenario für das Fundraising.

Das Interesse an den wichtigsten Ergebnissen der Studie war groß. So berichtete u.a. der Bayerische Rundfunk, der Deutschlandfunk, KNA und einige Tageszeitungen und Zeitschriften. Aufgrund der positiven Resonanz wird die Studie 2002 weitergeführt und aktualisiert werden.