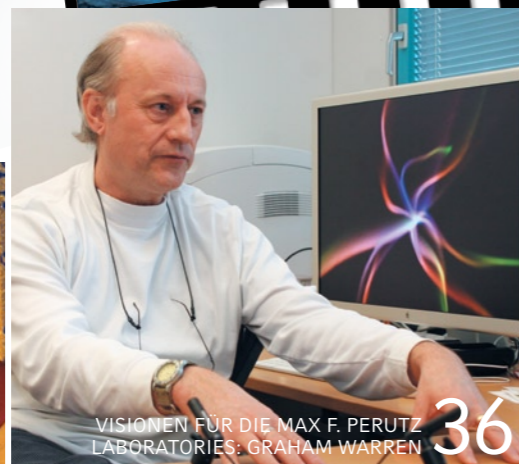


38

PERSÖNLICHE PARADIGMEN: MANUELA BACCARINI UND FRIEDRICH STADLER



VISIONEN FÜR DIE MAX F. PERUTZ LABORATORIES: GRAHAM WARREN



GEMEINSAME INTERESSEN: DEBORAH KLIMBURG-SALTER UND DER DALAI LAMA

**EDITORIAL**

- 4 **PROJEKTVORSTELLUNGEN**
- 5 **BRIEF DES PRÄSIDENTEN**

**THEMA**

- 6–11 Momentaufnahme Spitzenforschung

**FOKUS**

- 12 Personalkostensätze 2009
- 13–15 TRP: Ein flexibles Instrument in der „Förderlücke“
- 16–19 Porträt FWF-Kuratorium
- 20–25 Schwerpunkt-Programme 2008: eine große Bandbreite an Themen
- 26–27 Agentur für wissenschaftliche Integrität aus der Taufe gehoben
- 28 Karriereentwicklung für Wissenschaftlerinnen 2008
- 29 Neues bilaterales Abkommen ESRC – FWF

20

NEUE SCHWERPUNKT-PROGRAMME ERÖFFNEN NEUE HORIZONTE

44

WISSENSCHAFTSKOMMUNIKATION: INTERNATIONALE FACHTAGUNG IN WIEN

**PANOPTIKUM**

- 30–31 **Unterwegs**  
New York: Daniela D. Pollak
- 32–35 **Frau in der Wissenschaft**  
Deborah Klimburg-Salter
- 36–37 **Interview**  
Graham Warren
- 38–41 **Persönliche Paradigmen**  
Manuela Baccarini und Friedrich Stadler
- 42 **In the Web: Projekt-Websites**

30

UNTERWEGS: NEUROWISSENSCHAFTERIN DANIELA D. POLLAK IM BIG APPLE



**EVENT**

- 43 **Am Puls** Große Gefühle!
- 44–45 **Wissenschaftskommunikation**  
Wissenschaft publik machen
- 46–47 **40 Jahre FWF**  
Jubiläumsausstellung

**CALL**

- 48 ERC Advanced Grants 2009
- 49 START-Programm
- 49 Bilder der Wissenschaft 2009

**FWF INTERN**

- 50 website.corner
- 50 Personalia

**51 KARIKATUR**

**52 PRESSECLIPPINGS**



**Trotzdem: gut, besser, spitze**

» Gut, besser, spitze – wenn man die Karriereentwicklung für WissenschaftlerInnen als unregelmäßige Steigerungsform eines Adjektivs denkt, zeigt sich wie der FWF versucht, gute zu besseren Kunden des FWF zu machen. Auf einem Gipfel ihrer Karrieren stehen die ProjektnehmerInnen des FWF sicher, wenn ihnen die Eigenschaft „spitze“ attribuiert werden kann. Die Prämierungen im Rahmen des START-Programms und des Wittgenstein-Preises illustrieren den mit diesen Programmen angestrebten Superlativ. Im Thema wird Ihnen die Möglichkeit geboten, dies nachzuvollziehen. Wie es zu solch einem Erfolg kommen kann, können Sie zu einem gewissen Teil nach der Lektüre des übrigen Hefes nachvollziehen, denn alles, was wir Ihnen zur Kenntnis bringen, hat allein das Ziel zu informieren, zu dokumentieren und zu illustrieren, wie man persönlich wissenschaftlichen Ideen zum Erfolg verhelfen kann. Einerseits sind da, wie schon angesprochen, die großen Erfolge, andererseits die kleinen Schritte, die dorthin führen: die Wahrnehmung der Interessen der Community; die Unterstützung von Outreach-Aktivitäten; die Hebung der Aufmerksamkeit für die Bedeutung von Grundlagenforschung; die sensible Administration; der verantwortungsvolle Umgang mit heiklen Fragen; die motivierende Berichterstattung über Erfolge; und natürlich die aktuelle Berichterstattung über Ausschreibungen und anderes. Wie immer haben Sie die Möglichkeit, auf unsere Aktivitäten zu reagieren und uns mitzuteilen, wie Sie dazu stehen. Abschließend noch ein paar Worte zum Cover. Parallelen zu einzelnen Artikeln bleiben dem Leser überlassen: Am Gipfel ist die Luft dünn, der Wind rau. Der Weg war schwer und er bleibt es. Besonders wenn am Horizont dichte Wolken aufziehen...

**Stefan Bernhardt, Alexander Damianisch und Marc Seumenicht**

**IMPRESSUM Medieninhaber und Herausgeber** Fonds zur Förderung der wissenschaftlichen Forschung (FWF), Haus der Forschung, Sensengasse 1, 1090 Wien, Tel.: 01–505 67 40–0, Fax: 01–505 67 39, office@fwf.ac.at, www.fwf.ac.at **Präsident** Christoph Kratky **Geschäftsführer** Gerhard Kratky **Redaktion** Stefan Bernhardt (stb), Alexander Damianisch (ad), Marc Seumenicht (ms) **Kontakt** redaktion@fwf.ac.at **MitarbeiterInnen dieser Ausgabe** Josef Martin Bergant (jmb), Milojka Gindl (mg), Petra Grabner (pg), Sabine Haubenwallner (sh), Susanne Menschik (sume), Rudolf Novak (rn), Daniela D. Pollak, Margit Schwarz-Stiglbauer (mas), Barbara Zimmermann (bz) **Karikatur** Raoul Nerada **Cover** RadiusImages, European Communities **Grafik und Produktion** Starmühler Agentur & Verlag **Druck** Ueberreuter Print und Digimedia GmbH. **Erscheinungsweise** viermal jährlich, kostenlos zu bestellen beim FWF **Hinweis** Die Kommentare und Statements externer AutorInnen müssen nicht die Meinung der Redaktion wiedergeben. **Gender-Regelung** Bei Zitaten und Interviews wird der Authentizität wegen darauf verzichtet, durchgehend das Binnen-I einzufügen. Steht die männliche Form allein, ist es im diesem Sinne als generisches Maskulinum zu verstehen.