



Wer viel hat, dem wird gegeben

Am Anfang steht immer ein Antrag: auf Forschungsförderung. Ein Bericht über Geist und Geld.

Ralf Dzioblowski

Jeder Geistesblitz in der universitären Forschung beginnt mit ihm. Jeder Nobelpreis, jede wissenschaftliche Erkenntnis. Selbst wenn eine Entdeckung die Welt aus ihren Angeln heben sollte: Am Anfang steht immer der Antrag – auf Forschungsförderung. Nur mal angenommen, Ihnen schwebt ein Forschungsprojekt vor. Ihre Idee ist brillant. Aber was fehlt, ist Geld. 245 Mio. Euro betragen die staatlichen Forschungsmittel für Universitäten und weitere Forschungseinrichtungen im Jahr 2008. Bis 2010 wird sich der Betrag um 53 Prozent auf über 374 Mio. Euro erhöhen. Ein erfreuliches Signal. Die Zahl der Anträge aber ebenfalls.

Was man nicht recht weiß, ist, wie effizient diese Gelder verteilt und eingesetzt werden, geschweige denn, wie sich erfolgreiche Förderung und Forschung überhaupt messen lässt. Dass es für Letztere nicht genügend Geld gibt und die Univer-

sitäten außerdem nicht genug davon abbekommen, glauben wiederum alle zu wissen.

Auch über Forschung wird geforscht. Antragsteller erwartet ein strenger Fragenkatalog. An erster Stelle: „Wo liegt die Innovation?“ Außerdem: „Wo liegt der Mehrwert für die Region, für Österreich, für Europa – wie nachhaltig ist das Projekt?“ Geisteswissenschaftler oder Betriebswirte kriegen da meist keine zündende Antwort zustande.

Forschung zur Forschung

Die Bürokratie der Antragstellung ist meist überbordend. Jeder Antrag braucht eine ellenlange Projektdarstellung, einen Finanzierungsplan, getrennt nach Sachmitteln und Personal, aufgeschlüsselt bis in die Fahrtkosten für jede geplante Dienstreise. Alles muss begründet werden, danach wird später auch abgerechnet, gewöhnlich bis auf jeden einzelnen Beleg. Eines ist sicher: Egal ob großer oder kleiner Antrag, der Ver-



Egal ob großer oder kleiner Antrag, der Verwaltungsaufwand ist hoch. Die Bewilligungsquote aber auch. Foto: Photos.com

waltungsaufwand ist hoch. Die Bewilligungsquote aber auch. Verglichen mit den gerade einmal sieben Prozent der USA ist die Bewilligungsquote für Förderungsanträge mit knapp 40

Prozent geradezu exorbitant. In Amerika herrscht die Pipette vor, nicht die schnell vergessene europäische Gießkanne. Eine Universität wie Harvard bestreitet ein Fünftel ihres Etats

mit öffentlichen „Research Grants“, jährlich etwa 600 Mio. Dollar (409 Mio. Euro).

Wichtigstes Entscheidungskriterium ist „wissenschaftliche Exzellenz“, ein dehnbarer Begriff. Wie sich diese Komplikation auflösen lässt, danach zu forschen, wäre – ausnahmsweise auch mal ohne Antrag – lohnenswert. Der Bürger hätte mitunter von einer Ortsumgebung mehr als von einem Meilenstein in der Grundlagenforschung zu kondensierter Materie. Daher arbeiten Forscher und Förderer nicht ungewöhnlicherweise Hand in Hand. Man schweigt und forscht oder schweigt und fördert. Zu beobachten ist eine immer stärkere Konzentration. Entscheidend ist heute, was dem Standort, nicht aber dem Forscher zugetraut wird. Die Gutachter von Forschungsförderungsanträgen stehen unter großem Druck. Wer kann schon die konkreten Erfolgsaussichten eines vagen Forschungsprojektes tatsächlich überschauen?

Notiz Block



Henkel stärkt Standort Wien

Nach einer Investition von rund vier Mio. Euro ging die neue Flüssigabfüllanlage bei Henkel am Produktionsstandort Wien in Betrieb. Sie zeichnet dafür verantwortlich, dass Waschmittel und Weichspüler der Mar-

ken Perwoll, Silan und Fewa für zentraleuropäischen Raum effizienter produziert werden können. Insgesamt investiert das Unternehmen heuer in Österreich rund 8,5 Mio. Euro in innovative Projekte, darunter 700.000 Euro in das Cimsec-Fliesenkleber-Werk im oberösterreichischen Ebensee.

Markenwert: Banken verlieren

Coca-Cola bleibt mit 68,73 Mrd. Dollar die wertvollste Marke der Welt. Dahinter folgen mit IBM, Microsoft und General Electric (GE) drei weitere US-Konzerne. An fünfter Stelle kommt mit Nokia der erste Europäer. Unter die Top Ten reiht sich als zweites Unternehmen außerhalb der USA noch Toyota auf Platz 8. Verlierer waren zuletzt die Finanzdienstleister, geht aus der kürzlich veröffentlichten Studie *Best Global Brands 2009* der US-Beratungsfirma Interbrand hervor. Die Krise hat sich auch hier ausgewirkt: Zum ersten Mal in der Geschichte des Rankings waren die Marken weniger wert, der Rückgang lag insgesamt bei 4,6 Prozent. Aus Österreich ist kein Unternehmen unter den 100 wertvollsten Marken der Welt gelistet. Red Bull wäre wohl ein Kandidat, werde aber nicht in die Liste aufgenommen, weil die erforderlichen Daten nicht öffent-

lich zur Verfügung stünden, so eine Unternehmenssprecherin. Um ins Ranking aufgenommen zu werden, muss laut aktueller Presseinformation mindestens ein Drittel des Umsatzes im Ausland erwirtschaftet werden. Zudem müssen ausreichende, öffentlich zugängliche Marketing- und Finanzdaten vorhanden sein. Google, vergangenes Jahr erst von Platz 20 auf zehn emporgeschwungen, macht ebenfalls 2009 wieder Plätze gut und schob sich auf Rang sieben vor. Der Internet-Konzern erzielte auch in diesem Jahr wieder die größte Zunahme überhaupt: Er steigerte seinen Markenwert um 25 Prozent auf 31,98 Mrd. Dollar. Zu den Gewinnern des Rankings gehören neben Google Amazon, Zara, Nestlé und Apple. Die Verlierer 2009 kommen vor allem aus der Finanzbranche. Angeführt werden diese von UBS (minus 50 Prozent), gefolgt von Citi (minus 49 Prozent), Harley Davidson (minus 43 Prozent) und American Express (minus 32 Prozent).

Jobchancen für Behinderte

Kürzlich wurde die Initiative „Career Moves“ präsentiert. Das Projekt der Online-Jobbörse Careesma.at und der Unternehmensberatung für Bewegungseingeschränkte Motary ermöglicht Unternehmen, ihre Jobangebote mit verschiedenen Symbolen zu versehen. Und somit zu signalisieren, dass auch Mitarbeiter mit motorischen, Gehör- oder Seheinschränkungen willkommen sind. Betroffene, das Arbeitsmarktservice, das Bundessozialamt und Baumax unterstützen die Job-Initiative, die „Leistungen in den Vordergrund stellt“. „Erstmals geht es um die Leistung der Jobsuchenden, und die Behinderung ist dabei kein Hemmschuh mehr“, so Gregor Demblin, Geschäftsführer von Motary. Vor allem kleine und mittlere Unternehmen haben seit dem Start im Juni das innovative Angebot genutzt. *APA/kl*

www.careesma.at