



# Neurowissenschaften in den Medien: Die Sicht neurowissenschaftlicher Experten

Joachim Allgaier, Sharon Dunwoody, Hans Peter Peters, Dominique Brossard und Yin-Yueh Lo

Wie Wissenschaftler mit Journalisten interagieren und wie die Berichterstattung über ihr Forschungsfeld aussieht, wird oftmals als Problem wahrgenommen. Im Vordergrund der Diskussion stehen dabei meist Aspekte der Genauigkeit der Darstellung von Forschungsergebnissen, oder von medialen Verzerrungen bei der Auswahl von Studien, über die berichtet wird (z.B. Gonon 2012; O'Connor et al. 2012; O'Connell et al. 2011; Illes et al. 2010). Implizit geht es dabei um die Verlässlichkeit der Medienberichterstattung als Grundlage einer Meinungsbildung von Laien bzw. um die Qualität des öffentlichen Diskurses um Ergebnisse und mögliche Anwendungen der Neurowissenschaften (z.B. Hennen et al. 2008; Abi-Rached 2008). In den vergangenen Jahren wird aber auch die zunehmende Medienorientierung der Wissenschaft kritisch gesehen. Der Wissenschaftssoziologe Peter Weingart (2001) hat mit seiner These von der „Medialisierung der Wissenschaft“ den Blick auf mögliche Rückwirkungen der Beteiligung der Wissenschaft an der medialen Kommunikation gelenkt und befürchtet Qualitätsprobleme der Forschung, wenn sich Wissenschaftler zur Optimierung ihrer öffentlichen Selbstdarstellung bereits bei der Forschung und innerwissenschaftlichen Publikation an medialen statt genuin wissenschaftlichen Kriterien orientieren. Fallstudien sowie standardisierte Wissenschaftlerbefragungen ergeben in der Tat gewisse Hinweise darauf, dass solche Effekte innerhalb der Neurowissenschaften (sowie anderen Wissenschaftsbereichen) eine Rolle spielen (Heinemann 2012; Peters et al. 2012).

Rückwirkungen der öffentlichen Kommunikation auf den Forschungsprozess muss man jedoch nicht notwendigerweise negativ bewerten; sie ließen sich auch als ein Mechanismus gesellschaftlicher „Wissenschafts-Governance“ ansehen, insofern über den Medialisierungseffekt gesellschaftliche Erwartungen innerhalb der Wissenschaft Geltung erlangen. In einem sozialwissenschaftlichen Forschungsprojekt

innerhalb des BMBF-Forschungsschwerpunkts „Neue Governance der Wissenschaft – Forschung zum Verhältnis von Wissenschaft, Politik und Gesellschaft“ untersuchen wir daher in Deutschland und den USA die Wechselwirkungen zwischen den Neurowissenschaften und der Medienberichterstattung unter der Perspektive, welche Steuerungseffekte auf die neurowissenschaftliche Forschung damit verbunden sind.<sup>1</sup> Das Projekt umfasst eine standardisierte Befragung von deutschen und US-amerikanischen Neurowissenschaftlern zu Mediennutzung und Zuschreibung von Medieneffekten (Allgaier et al. 2012a), eine Inhaltsanalyse der Medienberichterstattung über neurowissenschaftliche Forschung in beiden Ländern und Leitfadeninterviews mit Neurowissenschaftlern in Deutschland und den USA (Allgaier et al. 2012b).

In diesem Beitrag fassen wir einige Ergebnisse der Leitfadeninterviews mit 30 Neurowissenschaftlern in beiden Ländern zusammen. Die von uns befragten Neurowissenschaftler sind tätig in der Grundlagenforschung, klinischen Forschung sowie in der Forschung zu nicht-medizinischen Anwendungen. Für diese Interviews haben wir einen Leitfaden verwendet, der aus zwei Teilen besteht. Erstens haben wir unsere Gesprächspartner zu Planung und Durchführung der Forschung und den dabei zu berücksichtigenden Faktoren befragt, zum anderen über ihre Wahrnehmung der Bedeutung öffentlicher Sichtbarkeit und ihre Erfahrungen mit Medien und Medienberichterstattung.

## Ergebnisse

Im Großen und Ganzen stehen die befragten Wissenschaftler Interaktionen mit Massenmedien aus verschiedenen Gründen positiv gegenüber und viele der Befragten sehen einen Nutzen darin, wenn über die eigene Forschung in den Medien berichtet wird. Allerdings wird auch auf die zeitliche Konkurrenz mit Tätigkeiten höherer Priorität (Forschung und Lehre) hingewiesen

und insbesondere der zeitliche Aufwand beklagt, der vor allem mit Fernsehberichten und Drehterminen vor Ort verbunden ist. Vereinzelt sagen die interviewten Neurowissenschaftler, dass sie nicht gerne mit Journalisten sprechen und ihnen persönlich Medienaufmerksamkeit nicht wichtig sei und für sie bestenfalls eine Art notwendiges Übel darstelle. Für „notwendig“ halten sie Medienpräsenz vor allem deshalb, weil sie zum einen davon ausgehen, dass die Organisationen, an denen sie arbeiten, Medienpräsenz positiv einschätzen bzw. diese sogar erwarten, sie zum anderen aber auch eine Reihe direkter Vorteile der Medienberichterstattung wahrnehmen.

Gründe, die für Medieninterviews genannt werden, sind beispielsweise die empfundene Verantwortung, die Öffentlichkeit über die Forschung zu informieren und damit eine Gegenleistung an die Steuerzahler zu erbringen, die die Forschung überwiegend finanzieren. Gleichzeitig hoffen die Wissenschaftler, durch positive Medienberichterstattung weiterhin die Unterstützung der Öffentlichkeit für die zukünftige öffentliche Finanzierung von Forschungsvorhaben zu erhalten. In diesem Fall ist die breite Öffentlichkeit die Zielgruppe von Medienberichterstattung über neurowissenschaftliche Forschung. Eine besonders relevante Teilöffentlichkeit, die in den Interviews genannt wurde, bilden für die klinisch relevante Forschung Patienten und deren Angehörige, die über die Medien über neue Erkenntnisse zu neurologischer Störungen und Erkrankungen und mögliche Behandlungsmöglichkeiten informiert werden können.

Die befragten Wissenschaftler unterstellen häufig, dass politische und andere Entscheidungsträger mediale Sichtbarkeit als Indikator für die öffentliche Relevanz der Forschung wahrnehmen. Medienberichterstattung kann in diesem Sinne als Ressource für Legitimitätserhöhung dienen. Entsprechend haben die befragten Neurowissenschaftler auch Forschungsförderer im Blick, wie etwa öffentliche und private Stiftungen oder Ministerien. Mediensichtbarkeit gilt hier als Erfolgsindikator für „broader impact“, der zeigt, dass Forschung auch von Akteuren außerhalb des Wissenschaftssystems als relevant und wichtig wahrgenommen wird. Vereinzelt kam in den Interviews auch zutage, dass manche Geldgeber schon bei der Einreichung des Forschungsantrags Wert auf öffentliche Verbreitungsstrategien der Erkenntnisse aus der Forschung legen. Einige Wissenschaftler berichten von Erfahrungen, dass sich Medienpräsenz positiv auf die Einwerbung

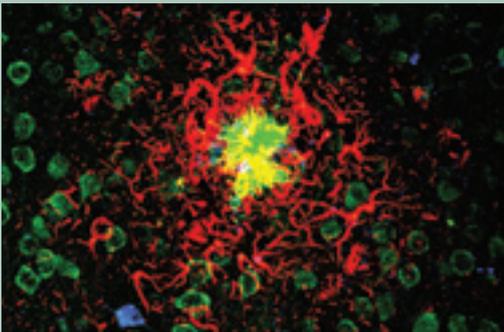
<sup>1</sup> Das Projekt „Mediale (De-)Legitimation der Forschung als informelle Governance der Wissenschaft“ (2010-2013) wird vom BMBF gefördert; Projektleiter: Prof. Dr. Hans Peter Peters.

# THE FENS EJN AWARD

RECOGNISING OUTSTANDING SCIENTIFIC WORK  
IN ALL AREAS OF NEUROSCIENCE

PRIZE: £10,000

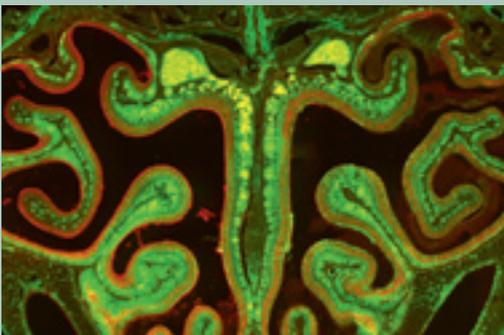
SPONSORED BY WILEY-BLACKWELL



Candidates should be nominated by a FENS member (no self application) and must be either working in a European institute or be of European origin if working abroad.

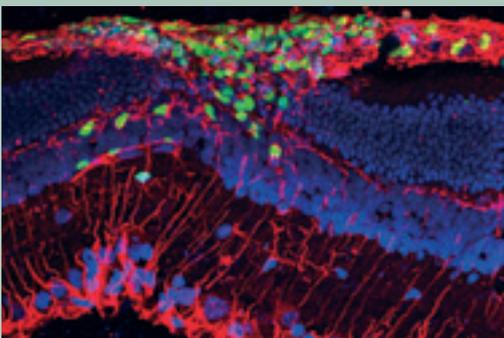
The prize winner is required to give a Special Lecture at the FENS Forum 2014, Milan, Italy, July 5 - 9 2014 (where the Award will be presented) and write a mini-review for publication in EJN.

[www.ejneuroscience.org](http://www.ejneuroscience.org)



**The applications will be evaluated by a Committee formed by members of the FENS Executive Committee and the co-Editors in Chief of EJN**

- Silvia Arber, Switzerland (Chair of the Programme Committee)
- Jean-Marc Fritschy, Switzerland (Editor-in-Chief EJN)
- Marian Joëls, The Netherlands (FENS President)
- Martin Sarter, USA (Editor-in-Chief EJN)
- Kyriaki Thermos, Greece (Chair of Publication and Communication Committee)



Deadline for nominations: December 31, 2012

Visit the FENS website at [www.fens.org/awards](http://www.fens.org/awards) for further information

 WILEY-BLACKWELL





von finanziellen Mitteln auswirken kann, wie etwa in diesem zugegebenermaßen extremen Beispiel aus den USA:

„There was once an article about our work in the *New York Times* and some person from California called me and expressed interest. Flew out on his private jet, spent two hours talking to me and gave me a check for a quarter of a million Dollars.“

Insgesamt ist sowohl unter deutschen als auch unter US-Neurowissenschaftlern die Ansicht verbreitet (wenngleich nicht einhellig), dass Medienberichterstattung positive Effekte auf den Erfolg von Drittmittel-Einwerbungen haben kann. Auf der Basis unserer Leitfadeninterviews ist es schwierig zu entscheiden, ob solche Erwartungen in den USA stärker als in Deutschland vorhanden sind, obwohl dies angesichts der größeren Bedeutung nicht-staatlicher Stiftungen und Förderer plausibel ist. Jedenfalls wird auch von einer Reihe von in Deutschland tätigen Neurowissenschaftlern unterstellt, dass positive Medienberichterstattung indirekten Einfluss auf Förderentscheidungen von EU, BMBF oder sogar DFG haben kann. Unterstellt wird zwar, dass wissenschaftliche Fachgutachter sich in der Regel nicht durch Medienberichterstattung sondern durch wissenschaftliche Leistungen beeindrucken lassen. An Entscheidungen beteiligte Akteure außerhalb der jeweiligen Scientific Community nehmen jedoch nach Auffassung einiger Befragter Medienberichterstattung zusätzlich zu den wissenschaftlichen Leistungen als Indikator für gesellschaftliche Relevanz wahr.

Wissenschaftsorganisationen sind erheblich an öffentlicher Sichtbarkeit interessiert und betreiben deshalb strategisch ausgerichtete Öffentlichkeitsarbeit (Peters 2012). Wissenschaftler, die zu diesem Organisationsziel Beiträge leisten, indem über ihre Forschung in den Medien berichtet wird, sollten daher organisationsinterne Vorteile wahrnehmen. Dies zeigt sich in der Tat in den Interviews. Eine wichtige Zielgruppe bei Medienberichten besteht daher aus Entscheidungsträgern in den Institutionen selbst, in denen die befragten Neurowissenschaftlern arbeiten:

„Wenn man sich zum Beispiel an einem Institut etablieren will, dann ist es schon ein wichtiger Bereich, dass man auch in der Öffentlichkeit präsent ist. Also, das spielt für Chefs schon ‚ne Rolle, dass da jemand ist, der irgendwie Arbeit macht, die auch in der Öffentlichkeit rezipiert wird. Und deswegen kann man eigentlich wieder nicht *nein* sagen.“

Einige der befragten Wissenschaftler sehen klare Vorteile in der Allokation von Ressourcen in der eigenen Organisation,

wenn sie in den Medien präsent sind, und nehmen Vorteile für ihre Karriere wahr. So gab etwa eine amerikanische Neurowissenschaftlerin an, dass ihr nach positiver Medienberichterstattung über ihre Forschung von verschiedenen Institutionen attraktive Stellen angeboten wurden. Andere Interviewpartner berichten über Publikationsangebote oder wissenschaftliche Kontakte über Grenzen von Forschungsfeldern hinaus, die in einem berichteten Fall zu einer interdisziplinären Forschungskooperation geführt haben. Medienberichterstattung kann zudem hilfreich sein, wenn Versuchsteilnehmer mit bestimmten seltenen Erkrankungen oder Voraussetzungen gesucht werden.

In Bezug auf wahrgenommene Reaktionen seitens von Kollegen aus der Scientific Community entsprechen unsere Schlussfolgerungen in etwa denen, zu denen auch andere Studien im biomedizinischen Bereich kommen (Rödter 2009; Peters et al. 2008). In der Regel müssen Wissenschaftler keine Nachteile durch Medienberichterstattung für ihre wissenschaftliche Reputation befürchten, wenn sie bestimmte Voraussetzungen beachten, also etwa übertriebene Selbstdarstellung oder aggressives Selbstvermarkten vermeiden, sich auf ihr Fachgebiet beschränken, und sich nur mit seriösen Medien einlassen. Sind Forscher jedoch sehr häufig in Medien präsent oder machen sie Aussagen, die sich durch ihre Forschung nicht decken lassen, oder sind in unseriösen Medien vertreten, kann dies zu einem Reputationsverlust unter den Fachkollegen führen:

„Ich glaub‘, wenn der Name zu häufig in der Öffentlichkeit auftaucht, wird das [...] suspekt. Weil wir wissen schon, dass man die Hauptzeit, wenn man seriös an irgendwas arbeitet, sollte man die meiste Zeit eigentlich die Tür geschlossen halten und arbeiten. Das erwarten wir eigentlich auch voneinander. Und natürlich wird man auch nicht ‚nein‘ sagen, wenn mal ein Reporter anklopft. Aber wenn einer dann eben dreimal im Monat irgendwie in der *Zeit* oder in der *Süddeutschen* interviewt wird, dann denkt man sich, vielleicht schreit der auch manchmal von sich aus hier, und ein paar Mal zu oft. Kommt unter den Kollegen nicht so gut an.“

Tierversuche gelten als ein heikles Thema in Bezug auf mediale Kommunikation. Es ist weniger, dass man sich in den Medien selbst attackiert sieht. In einem der Interviews schildert ein erfahrener Neurowissenschaftler, dass Journalisten auch von sich aus davon absehen, Darstellungen von Tierversuchen im Fernsehen zu zeigen, da sie damit einen Teil der Zuschauer verstören. Die Befürchtung auf der Basis von Erwartungen oder Erfahrungen von Kollegen ist eher,

dass man ins Visier radikaler Tierschützer geraten kann, wenn man in den Medien mit Tierversuchen in Verbindung gebracht wird.

Die befragten Neurowissenschaftler gehen davon aus, dass es in der Öffentlichkeit ein großes Interesse an ihrem Fachbereich gibt. Hierbei wird oft angenommen, dass sich dieses Interesse vorwiegend auf die medizinisch relevanten Aspekte erstreckt. Dies liegt ihrer Ansicht nach daran, dass neurologische oder neurodegenerative Störungen oder Erkrankungen weit verbreitet sind und viele Bürger selbst betroffen sind, bzw. annehmen, in Zukunft davon betroffen zu sein, oder Familienangehörige, Freunde oder Bekannte haben, die daran leiden. Vereinzelt nehmen die Interviewten auch an, dass sich die Öffentlichkeit auch für alltagsrelevante Themen aus der Neurowissenschaft interessiert. Aber nur sehr wenige gehen davon aus, dass die Bürger sich für Grundlagenforschung und die Wirkungs- und Funktionsweisen des Gehirns interessieren.

Die Wahrnehmung, dass das öffentliche Interesse an Neurowissenschaft sich auf medizinische und alltagsrelevante Aspekte beschränkt, hat Konsequenzen für die Selbstdarstellung der neurowissenschaftlichen Forschung, insbesondere für die Grundlagenforschung. Oft wird angenommen, dass die Öffentlichkeit sich nicht für die Forschung interessiert, wenn kein Bezug zu medizinischen Anwendungen hergestellt werden kann. Aus diesem Grund betont etwa ein Grundlagenforscher in den USA:

„It depends on the audience, but in press releases it [our research] is always, always disease relevant.“

Die Anpassung an eine durch medizinische Anwendbarkeit dominierte Darstellung der Neurowissenschaft kann tatsächlich dazu führen, dass die Forschung eher öffentlich wahrgenommen wird und auch, dass darüber in den Medien berichtet wird. Diese Vorgehensweise kann jedoch auch unbeabsichtigte Nebenfolgen mit sich bringen, indem beispielsweise unrealistische Erwartungen über Therapieangebote geweckt werden. In der Praxis äußert sich das darin, dass viele unserer Interviewpartner darauf hinweisen, dass die Erwähnung oder gar Versprechung neuer Therapiemöglichkeiten oftmals zu einem regelrechten Ansturm von potenziellen Patienten oder Angehörigen führen kann, die sich in E-Mails, Briefen und Telefonanrufen über die neuen Behandlungsmöglichkeiten erkundigen möchten. Diese Anfragen werden als zeitraubend, arbeitsintensiv und besonders für Grundlagenforscher als nervenaufreibend und als schwierig zu beantworten wahrgenommen. Diese Erfahrung wirkt vermutlich als Kor-

Call for Symposia

# 9<sup>th</sup> FENS FORUM OF NEUROSCIENCE

Milan | Italy July 5 – 9, 2014

Organised by the Federation of European  
Neuroscience Societies | FENS

Hosted by the Società Italiana  
di Neuroscienze | SINS

**Submission of proposals:**  
February 1 – March 2, 2013

The Programme Committee will establish the scientific programme of the FENS Forum 2014 on the basis of proposals from scientists from all over the world and all areas of neuroscience research.

For instructions and application for symposium and technical workshop proposals, please connect to <http://forum.fens.org/2014>

A must in Europe for neuroscientists all over the world





rektiv gegen die übertriebene Darstellung von Anwendungsnähe.

Die Gespräche mit Neurowissenschaftlern zeigen, dass Medienkontakte von den meisten Kollegen als notwendig und in verschiedener Hinsicht nützlich angesehen werden, wenngleich nicht alle persönlich begeistert davon sind und auch eine Reihe von möglichen negativen Auswirkungen wahrgenommen werden. Hinweise darauf, dass die Medienorientierung den Forschungsprozess in größerem Umfang direkt beeinflusst, lassen sich in unseren Interviews nicht finden. Solche Fälle mag es vereinzelt geben (z.B. Heinemann 2012); das strategische Denken der Neurowissenschaftler bei der Planung und Gestaltung von Forschung wird aber eher von ökonomischen Kriterien und damit den Erwartungen derjenigen bestimmt, die über Ressourcen entscheiden. Allerdings wird in den Erwartungen und Erfahrungen der befragten Wissenschaftler ein indirekter Effekt der Medien auf die Forschung deutlich: Forschung mit potenzieller medialer Resonanzfähigkeit besitzt angesichts des medialisierten wissenschaftspolitischen Umfelds innerhalb und außerhalb der eigenen Organisation einen Selektionsvorteil in Bezug auf Förderung und Anerkennung.

## Literatur

- Abi-Rached, J.M. (2008): The implications of the new brain sciences. *EMBO reports* 9: 1158-1162.
- Allgaier, J.; Brossard, D.; Dunwoody, S.; Lo, Y.-Y. und Peters, H.P. (2012a): Mediennutzung und Einschätzung von Medieneffekten durch Neurowissenschaftler in Deutschland und USA: Ergebnisse einer Online-Befragung. In: Robertson-von Trotha, C. Y. und Muñoz Morcillo, J. (Hrsg.): *Öffentliche Wissenschaft und Neue Medien. Die Rolle der Web 2.0-Kultur in der Wissenschaftsvermittlung*. Karlsruhe: KIT Scientific Publishing; 205-214.
- Allgaier, J.; Brossard, D.; Dunwoody, S.; Lo, Y.-Y.; und Peters, H.P. (2012b): Neuroscientists' media interactions and their repercussions on research. In: Bucchi, M. und Trench, B. (Hrsg.): *Quality, Honesty and Beauty in Science and Technology Communication: PCST 2012 Book of Papers*. Vincenza: Observa Science in Society; 303-306.
- Gonon, F.; Koonsman, J.-P.; Cohen, D. und Boraud, T. (2012): Why Most Biomedical Findings Echoed by Newspapers Turn Out to be False: The Case of Attention Deficit Hyperactivity Disorder. *PLoS ONE* 7(9): e44275. doi:10.1371/journal.pone.0044275.
- Heinemann, T. (2012): *Populäre Wissenschaft: Hirnforschung zwischen Labor und Talkshow*. Göttingen: Wallstein-Verlag
- Hennen, L.; Grünwald, R.; Revermann, C. und Sauter, A. (2008): *Einsichten und Eingriffe in das Gehirn. Die Herausforderung der Gesellschaft durch die Neurowissenschaften*. Berlin: edition sigma
- Illes, J.; Moser, M.A.; McCormick, J.B.; Racine, E.; Blakeslee, S.; Caplan, A.; Hayden, E.C.; Ingram, J.; Lohwater, T.; McKnight, P.; Nicholson, C.; Phillips, A.; Sauvé, K.D.; Snell, E. und Weiss, S. (2010): Neurotalk: improving the communication of neuroscience research. *Nature Reviews Neuroscience* 11: 61-69
- O'Connell, G.; De Wilde, J.; Haley, J.; Shuler, K.; Schafer, B.; Sandercock, P. und Wardlaw, J.W. (2011): The brain, the science and the media. *EMBO reports* 12: 630-636
- O'Connor, C.; Rees, G. und Joffe, H. (2012): Neuroscience in the Public Sphere. *Neuron* 74: 220-226.
- Peters, H.P. (2012): Scientific sources and the mass media: Forms and consequences of medialization. In: Rödder, S.; Franzen, M. und Weingart, P. (Hrsg.): *The Sciences' Media Connection – Public Communication and its Repercussions*. Dordrecht, NL: Springer; 217-240.
- Peters, H.P.; Brossard, D.; de Cheveigné, S.; Dunwoody, S.; Kallfass, M.; Miller, S. und Tsuchida, S. (2008): Science Communication: Interactions with the mass media. *Science* 321, 204-205.
- Peters, H.P.; Spangenberg, A. und Lo, Y.-Y. (2012): Variations of scientist-journalist interactions across academic fields: Results of a survey of 1600 German researchers from the humanities, social sciences and hard sciences. In: Bucchi, M. und Trench, B. (Hrsg.): *Quality, Honesty and Beauty in Science and Technology Communication: PCST 2012 Book of Papers*. Vincenza: Observa Science in Society; 257-263.
- Rödder, S. (2009): *Wahrhaft sichtbar - Human genomforscher in der Öffentlichkeit*. Baden-Baden: Nomos.
- Weingart, P. (2001): *Die Stunde der Wahrheit?* Weilerswist: Velbrück Wissenschaft.

## Angaben zu den Autoren

**Joachim Allgaier** ist Soziologe am Institut für Neurowissenschaften und Medizin: Ethik in den Neurowissenschaften des Forschungszentrums Jülich und Honorary Fellow an der School of Journalism and Mass Communication der University of Wisconsin-Madison, USA.

**Sharon Dunwoody** ist Evjue-Bascom Professorin an der School of Journalism and Mass Communication der University of Wisconsin-Madison, USA.

**Hans Peter Peters** ist Kommunikationswissenschaftler am Institut für Neurowissenschaften und Medizin: Ethik in den Neurowissenschaften des Forschungszentrums Jülich und Honorarprofessor für Wissenschaftsjournalismus an der Freien Universität Berlin.

**Dominique Brossard** ist Professorin am Department of Life Sciences Communication der University of Wisconsin-Madison, USA.

**Yin-Yueh Lo** ist wissenschaftliche Mitarbeiterin am Institut für Neurowissenschaften und Medizin: Ethik in den Neurowissenschaften des Forschungszentrums Jülich und Doktorandin am Institut für Publizistik- und Kommunikationswissenschaft der Freien Universität Berlin.

## Korrespondenzadressen

**Joachim Allgaier, Yin-Yueh Lo, Hans Peter Peters**

Forschungszentrum Jülich  
Institut für Neurowissenschaften und Medizin

INM 8: Ethik in den Neurowissenschaften  
52425 Jülich

E-Mail: jo.allgaier@fz-juelich.de  
y.lo@fz-juelich.de  
h.p.peters@fz-juelich.de

**Sharon Dunwoody**

School of Journalism and  
Mass Communication  
University of Wisconsin-Madison  
821 University Avenue  
Madison, WI 53706, USA  
E-Mail: dunwoody@wisc.edu

**Dominique Brossard**

Department of Life Sciences  
Communication  
University of Wisconsin-Madison  
1545 Observatory Drive  
Madison, WI 53706, USA  
E-Mail: dbrossard@wisc.edu

## Neueintritte

Folgende Kolleginnen und Kollegen dürfen wir als Mitglieder der Neurowissenschaftlichen Gesellschaft begrüßen:

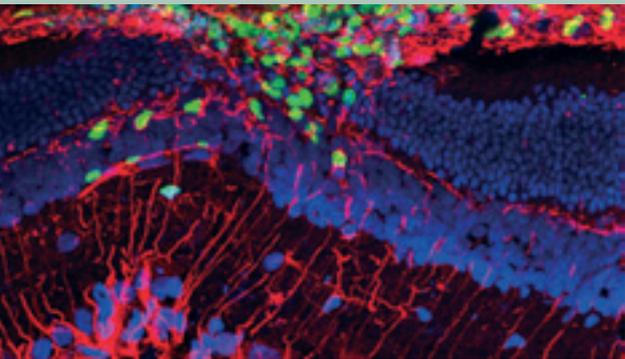
Tömen, Nergis (Bremen)  
Hübener, Dr. Fabienne (München)  
Schneider, Dr. Till (Hamburg)  
Wolf, Dr. Susanne (Berlin)  
Savanthrapadian, Shakuntala (Freiburg)  
Heine, Dr. Martin (Magdeburg)  
Plested, Andrew (Berlin)  
Franke, Katrin (Tübingen)

Der Mitgliedsstand zum 01. November 2012 beträgt 2.087 Mitglieder.

# EJN BEST PUBLICATION AWARD 2013

RECOGNIZING THE BEST RESEARCH ARTICLE PUBLISHED IN EJN OVER THE PRECEDING TWO-YEAR PERIOD. THIS PERSONAL PRIZE OF £3,000 WILL BE AWARDED TO THE FIRST AUTHOR(S) OF THE SELECTED ARTICLE.

In collaboration with FENS and Wiley-Blackwell, EJN is calling for applications to the “**Best Publication Award 2013**”.



Nominations are accepted from the readership of EJN, including from any co-author on behalf of the first author of an article published or accepted in 2011 and 2012. The award will be presented at the FENS Featured Regional Meeting in Prague (September 11-14, 2013). The award winner will be required to give a Special Lecture at the meeting.

For full instructions on how to apply, please visit:

[www.fens.org/awards/](http://www.fens.org/awards/)

or [www.ejnblog.org](http://www.ejnblog.org)

**Submission deadline:  
February 28, 2013**

 WILEY-  
BLACKWELL

