

BIOGRAFISCHES LEXIKON DER KOMMUNIKATIONSWISSENSCHAFT

Barbara Baerns

Lexikoneintrag von Michael Meyen am 20. Februar 2014

8. Februar 1939

Die Arbeiten von Barbara Baerns zum Verhältnis von PR und Journalismus gehören zu den Klassikern der deutschsprachigen Kommunikationswissenschaft. Baerns ist dabei nicht nur inhaltlich eine Pionierin der PR-Forschung innerhalb des Fachs, sondern auch persönlich und institutionell.

Barbara Baerns (Foto: privat)



Stationen

Geboren in Rinteln an der Weser. Vater und Mutter Geschäftsleute (Inhaber eines Modehauses). 1959 bis 1965 Studium an der FU Berlin (Publizistik, Germanistik, Theaterwissenschaft, Anglistik). Daneben Volontariat bei der *Hannoverschen Presse* bzw. bei der *Neuen Hannoverschen Presse*. 1967 Promotion. Im gleichen Jahr Presse- und Kulturreferentin im United States Information Center in Hannover. 1969 Redakteurin für Politik bei der *Neuen Hannoverschen Presse*. 1971 zunächst Redakteurin, ab 1972 Abteilungsleiterin in der PR-Abteilung von Coca-Cola Central Europe in Essen. 1973 Redakteurin für Politik bei der *Neuen Ruhr Zeitung* in Essen. 1974 Wissenschaftliche Mitarbeiterin der Sektion für Publizistik und Kommunikation an der Ruhr-Universität Bochum, 1975 Akademische Rätin, 1976 Beamtin auf Lebenszeit, 1977 Oberrätin. 1982 Habilitation und C2-Professorin für Publizistik- und Kommunikationswissenschaft. 1989 C3-Professorin für Theorie und Praxis des Journalismus und der Öffentlichkeitsarbeit an der FU Berlin (bis 2004). 1991 Mitglied der Gründungskommission für einen Fachbereich Kommunikations- und Medienwissenschaft an der Universität Leipzig. 1993 Ruf auf die C4-Professur für Öffentlichkeitsarbeit/Public Relations in Leipzig (abgelehnt). Verheiratet, keine Kinder.

Publikationen

- Ost und West. Eine Zeitschrift zwischen den Fronten. Münster: Fahle 1968 (= Studien zur Publizistik, Bremer Reihe: Deutsche Presseforschung Band 10). (Dissertation).
- Öffentlichkeitsarbeit oder Journalismus? Zum Einfluss im Mediensystem. Köln: Verlag

- Wissenschaft und Politik 1985 (Habilitation).
- Die DDR in Deutschland. Köln: Verlag Wissenschaft und Politik 1986 (Herausgeberin).
 - PR-Erfolgskontrolle. Messen und Bewerten in der Öffentlichkeitsarbeit. Verfahren, Strategien, Beispiele. Frankfurt/Main: Institut für Medienentwicklung und Kommunikation 1995 (Herausgeberin).
 - Leitbilder von gestern? Zur Trennung von Werbung und Programm. Eine Problemskizze und Einführung. Wiesbaden: VS Verlag 2004 (Herausgeberin).

Die Arbeiten von Barbara Baerns zum Verhältnis von PR und Journalismus gehören zu den Klassikern der deutschsprachigen Kommunikationswissenschaft. Die von Baerns zunächst in einem Aufsatz (vgl. Baerns 1979) und dann in ihrer Habilitationsschrift (vgl. Baerns 1985) entwickelte Determinationsthese wird im *Handbuch der Public Relations* (Erstaufgabe 2005) mit einem eigenen (fast 20-seitigen) Eintrag gewürdigt (vgl. Raupp 2008). Die Determinationsthese hat zahlreiche Untersuchungen angeregt, ist zumindest im deutschen Sprachraum unverzichtbarer Bezugspunkt für Konzeptualisierungen der Öffentlichkeitsarbeit (etwa für das Intereffikationsmodell) und integraler Bestandteil von Einführungsveranstaltungen zum Thema. Barbara Baerns ist dabei nicht nur inhaltlich eine Pionierin der PR-Forschung innerhalb der Publizistik- und Kommunikationswissenschaft, sondern auch persönlich und institutionell. Sie hatte anderthalb Jahrzehnte eine Professur für Theorie und Praxis des Journalismus und der Öffentlichkeitsarbeit an einem der Traditionsstandorte des Fachs (an der Freien Universität Berlin, 1989 bis 2004), hat dort ihre eigene Nachfolgerin ausgebildet (Juliana Raupp, berufen 2006) und als Mitglied der Gründungskommission für einen Fachbereich Kommunikations- und Medienwissenschaft mit dafür gesorgt, dass an der Universität Leipzig Anfang der 1990er-Jahre der erste Lehrstuhl für Öffentlichkeitsarbeit/PR in Deutschland installiert werden konnte. Den Ruf auf diesen Lehrstuhl hat Baerns dann allerdings abgelehnt und hier die Pionierrolle dem fast zehn Jahre jüngeren **Günter Bentele** überlassen.

Zu Beginn ihres Studiums war nicht abzusehen, dass Barbara Baerns eines Tages Professorin sein würde. Wie die meisten Altersgefährten aus der Generation der „Jungtürken“ in der Kommunikationswissenschaft ist sie an die Universität gegangen, um Journalistin zu werden (vgl. Meyen/Löblich 2007). Die typischen Voraussetzungen für diesen Beruf brachte sie mit: erste Veröffentlichungen als Schülerin, ein Praktikum bei der örtlichen Zeitung und einen Volontariatsplatz, der es ihr erlaubte, die nötigen Stunden während der Semesterferien zusammenzustückeln (vgl. Baerns 2014). Nach einem Start in Germanistik und Anglistik sowie einem Ausflug in die Theaterwissenschaft wechselte Barbara Baerns in die Publizistikwissenschaft und erlebte dort die „empirisch-sozialwissenschaftliche Wende“ des Fachs (Löblich 2010) hautnah mit. Dass sie sich in ihrer Dissertation dann mit der Besatzungszeit beschäftigte (vgl. Baerns 1969), war kein Zufall: Das Thema DDR hatte schon **Emil Dovifat** gepflegt, der von 1928 bis 1945 Leiter des Deutschen Instituts für Zeitungskunde und von 1948 bis 1959 Ordinarius für Publizistik an der neu gegründeten Freien Universität in Berlin war. Dovifats Nachfolger Fritz Eberhard nahm diesen Ball auf und hatte vor allem in **Elisabeth Löckenhoff** eine Mitarbeiterin, die wie keine zweite Fachvertreterin für die frühe Beschäftigung der westdeutschen Community mit den Medien im Osten des Landes steht. Die Arbeiten von Löckenhoff gehören zu einer Forschungstradition, die später das Etikett „systemimmanent“ bekam (vgl. Geserick/Kutsch 1988). Barbara Baerns ist dem Gegenstand DDR auch auf ihren weiteren akademischen Stationen in Bochum und Berlin treu geblieben – gewissermaßen ihr zweites großes Thema neben der Öffentlichkeitsarbeit.

Zwischen der Promotion und dem Einstieg in eine Universitätskarriere liegen mehrere Berufsstationen im Journalismus und in der PR. Im Rückblick hat Barbara Baerns diesen Umweg auch mit den Zeitumständen begründet – vor allem mit den Erwartungen, die damals an eine Ehefrau gestellt wurden. Vor allem das, was sie bei Coca-Cola „über die Steuerungsmöglichkeiten von Medien beobachten konnte“, habe sie dann allerdings motiviert, „an die Universität zurückzugehen, um die Problematik genauer zu bearbeiten“ (Baerns 2014).

Literaturangaben

- Barbara Baerns: Öffentlichkeitsarbeit als Determinante journalistischer Informationsleistungen. Thesen zur realistischen Beschreibung von Medieninhalten. In: Publizistik 24. Jg. (1979), S. 301-316.
- Barbara Baerns: Öffentlichkeitsarbeit oder Journalismus? Zum Einfluss im Mediensystem. Köln: Verlag Wissenschaft und Politik 1985.
- Barbara Baerns: **Eine Brücke schaffen zwischen Theorie und Praxis**. In: Michael Meyen/Thomas Wiedemann (Hrsg.): Biografisches Lexikon der Kommunikationswissenschaft. <http://blexkom.halemverlag.de/bruecke/>.
- Maria Löblich: **Die empirisch-sozialwissenschaftliche Wende in der Publizistik- und Zeitungswissenschaft**. Köln: Herbert von Halem 2010.
- Michael Meyen/Maria Löblich (Hrsg.): **„Ich habe dieses Fach erfunden“. Wie die Kommunikationswissenschaft an die deutschsprachigen Universitäten kam. 19 biografische Interviews**. Köln: Herbert von Halem 2007.
- Juliana Raupp: Determinationsthese. In: Günter Bentele/Romy Fröhlich/Peter Szyszka (Hrsg.): Handbuch der Public Relations. Wissenschaftliche Grundlagen und berufliches Handeln. Mit Lexikon. 2. Auflage. Wiesbaden: VS Verlag 2008, S. 191-208.

Weiterführende Literatur

- Barbara Baerns: Ost und West. Eine Zeitschrift zwischen den Fronten. Münster: Fahle 1968.
- Juliana Raupp/Joachim Klewes (Hrsg.): Quo vadis Public Relations? Auf dem Weg zum Kommunikationsmanagement: Bestandsaufnahmen und Entwicklungen. Wiesbaden: VS Verlag 2004 (Festschrift für Barbara Baerns).

Weblinks

- **Barbara Baerns, Arbeitsstelle Organisationskommunikation, Institut für Publizistik- und Kommunikationswissenschaft, Freie Universität Berlin**
- **Wikipedia-Eintrag**
- **Determinationsthese**

Empfohlene Zitierweise

Michael Meyen: Barbara Baerns. In: Michael Meyen/Thomas Wiedemann (Hrsg.): Biografisches Lexikon der Kommunikationswissenschaft. Köln: Herbert von Halem 2014. <http://blexkom.halemverlag.de/barbara-baerns/> (Datum des Zugriffs).

