

## Publications Dr. Verena Burk

State: 5. April 2024

### Books

- Burk, V. & Fahrner, M. (Hrsg.). (2020). *Sportwissenschaft. Themenfelder, Theorien und Methoden* (2. Auflage). München: UVK.
- Burk, V. & Nübel, R. (2016). *Werte leben. Protagonisten des Spitzensports im Gespräch mit Studierenden*. Schorndorf: Hofmann.
- Burk, V. & Fahrner, M. (2013). *Einführung in die Sportwissenschaft*. Konstanz, München: UVK.
- Digel, H., Burk, V. & Fahrner, M. (2006). *Die Organisation des Hochleistungssports – ein internationaler Vergleich*. Schorndorf: Hofmann.
- Digel, H., Burk, V. & Fahrner, M. (2006). *Le sport de haut niveau – Une comparaison internationale*. Weilheim/Teck: Bräuer.
- Digel, H., Burk, V. & Fahrner, M. (2006). *High-performance sport – An international comparison*. Weilheim/Teck: Bräuer.
- Digel, H., Burk, V. & Sloboda, H. (2006). *Hochleistungssport in Russland*. Weilheim/Teck: Bräuer.
- Burk, V. (2003). *Sport im Fernsehen. Öffentlich-rechtliche und private Programme im Vergleich*. Darmstadt: Wissenschaftliche Buchgesellschaft.
- Digel, H., Burk, V. & Sloboda, H. (2003). *Hochleistungssport in Großbritannien und Nordirland*. Weilheim/Teck: Bräuer.
- Burk, V. & Milde, C. (Red.). (1998). *Stationen einer Reise. Eine Hommage an 50 Jahre Allgemeiner Deutscher Hochschulsportverband*. Butzbach-Griedel: Afra.

### Journal articles

- Fahrner, M., & Burk, V. (2023). Relevance of university dual career support services – student-athletes' perspectives. *Managing Sport and Leisure*. doi/10.1080/23750472.2023.2191614
- Burk, V. & Grimmer, C. G. (2018). #Sportkommunikation: YouTube, Instagram und Snapchat. *tv diskurs*, 22 (4), 60-63.
- Burk, V. & Grimmer, C. G. (2016). „I apologize to Giorgio Chiellini and the entire football family.“ – Zur Rolle Sozialer Medien in der Krisenkommunikation – dargestellt an Beispielen im Kontext der Fußball-WM 2014 in Brasilien. *Sport und Gesellschaft*, 13 (1), 5-39.
- Burk, V., Grimmer, C. G. & Pawlowski, T. (2014). Stadionzeitung meets Facebook. *Marketing Review St. Gallen* 31 (2), 32-39.
- Burk, V. (2013). „Jede große Reise beginnt mit einem kleinen Schritt“ (Konfuzius). Die Entwicklung des Spitzensports in China. *Leistungssport*, 43 (4), 4-9.
- Burk, V. (2008). Forschung und Lehre! Ein Plädoyer für gute Lehre in der Sportwissenschaft. *Ze-phir*, 15 (2), 12-15.
- Burk, V. (2006). Russland – ein Land und sein Spitzensport im Umbruch. *Olympisches Feuer, o.J.* (4), 38-40.
- Burk, V. (2006). Bildung und Sport in China – Zusammenspiel oder Widerspruch? *Hochschulsport, o.J.* (2), 23-25.
- Burk, V. (2005). Fußball auf chinesisch. *Tübinger Universität Nachrichten*, 25 (122), 10.
- Digel, H. & Burk, V. (2004). Hochleistungssport im internationalen Vergleich. *Aus Politik und Zeitgeschichte, o.J.* (B26), 23-30.

- Burk, V. (2000). Auch national Aktionsplan zur Förderung von Frauen. NOK-Report, o.J. (4), 5.
- Digel, H. & Burk, V. (1999). Zur Entwicklung des Fernsehsports in Deutschland. *Sportwissenschaft* 29, 22-41.
- Burk, V. (1997). TV-Favorit Sport. *TUD-Intern. Informationen und Meinungen aus der Technischen Universität Darmstadt*, 18 (8), 8.
- Burk, V. (1996). Das Erlebnis Wettkampfsport. *DSV-Informationen*, o.J. (3), 19-20.

### **Book chapters**

- Burk, V. (2024). Instagram-Video. Ein beliebtes Feature in der Sportkommunikation?! In S. Rehbach (Hrsg.), *Sport in audiovisuellen Medien – Entwicklungen, Strategien, Inszenierungsformen* (S. 185-204). Wiesbaden: Springer.
- Burk, V. & Fahrner, M. (2020). Managing sports communication in the age of digital media. In A. Goslin, D. A. Kluka, R. Lopéz de D'Amico & K. Danylchuk (Hrsg.), *Managing Sport Across Borders* (pp. 64-82). London: Routledge.
- Burk, V. & Grimmer, C. G. (2018). Sportkommunikation bei Instagram, Snapchat, YouTube und Blogs. In T. Horky, H.-J. Stiehler & T. Schierl (Hrsg.), *Die Digitalisierung des Sports* (S. 42-67). Köln: Herbert von Halem Verlag.
- Burk, V. & Grimmer, C. G. (2017). Die Fußball-WM 2014 im Fokus der Sozialen Medien – Information, Partizipation, Interaktion. In H. Ihle, M. Meyen, J. Mittag & J.-U. Nieland (Hrsg.), *Globales Mega-Event und nationaler Konfliktherd. Die Fußball-WM in Medien und Politik* (S. 83-105). Wiesbaden: Springer.
- Burk, V. & Petry, K. (2016). Germany. In E. Kristiansen, M.M. Parent & B. Houlihan (Ed.), *Elite Youth Sport Policy and Management. A comparative analysis* (S. 47-63). London; New York: Routledge.
- Burk, V. (2015). Zur Verantwortung der Massenmedien und des Sportjournalismus im Spitzensport. In J. Born & T. Gloning (Hrsg.), *Sport, Sprache, Kommunikation, Medien. Interdisziplinäre Perspektiven* (S. 81-91). Gießener Elektronische Bibliothek.
- Burk, V. (2009). Sport im Fernsehen. In T. Horky, T. Schauerte, J. Schwier & DFJV (Hrsg.), *Sportjournalismus* (S. 185-204). Konstanz: UVK.
- Petry, K., Steinbach, D. & Burk, V. (2008). Germany. In B. Houlihan & M. Green (Ed.), *Comparative Elite Sport Development* (S. 115-146). Amsterdam u.a.: Elsevier; Oxford: Butterworth-Heinemann.
- Burk, V. & Schauerte, T. (2007). Das Angebot von Sport in den Medien international. In T. Schierl (Hrsg.), *Handbuch Medien, Kommunikation und Sport* (S. 69-80). Schorndorf: Hofmann.
- Burk, V. (o.D.). Hochleistungssport und Studium sind vereinbar und noch ausbaufähig. In Deutscher Sportbund (Hrsg.), *DSB Jahresmagazin 2005/2006* (S. 40-41). Dreieich: HSM-Druckhaus.
- Burk, V. (2006). Fußball auf europäischen Bildschirmen. In E. Müller & J. Schwier (Hrsg.), *Medienfußball im europäischen Vergleich* (S. 29-46). Köln: Herbert von Halem Verlag.
- Burk, V. (2002). Entwicklung, Funktion, Präsentationsformen und Texttypen der Sportsendungen. In J.-F. Leonhard, H.-W. Ludwig, D. Schwarze & E. Straßner (Hrsg.), *Medienwissenschaft. Ein Handbuch zur Entwicklung der Medien und Kommunikationsformen. 3. Teilband* (S. 2388-2405). Berlin, New York: Walter de Gruyter.
- Burk, V. & Digel, H. (2002). Zur Entwicklung des Fernsehsports in Deutschland. In J. Schwier (Hrsg.), *Mediensport. Ein einführendes Handbuch* (S. 101-124). Baltmannsweiler: Schneider Verlag.
- Burk, V. (2002). Fußball als Fernseheseignis. In M. Herzog (Hrsg.), *Fußball als Kulturphänomen: Kunst – Kult – Kommerz* (S. 233-250). Stuttgart: W. Kohlhammer Verlag.

- Burk, V. (2002). Dynamik und Ästhetik der beliebtesten TV-Sparte – Fußball als Fernsehereignis. In Herzog, M. (Hrsg.), *Fußball als Kulturphänomen: Kunst – Kultur – Kommerz* (233-250). Stuttgart, Berlin, Köln: Kohlhammer.
- Burk, V. (2001). Australien. In Deutscher Sportbund/Nationales Olympisches Komitee für Deutschland (Hrsg.), *Handbuch internationale Sportstrukturen* (S. 137-144). Frankfurt/Main: o.V.
- Burk, V. (2001). Großbritannien. In Deutscher Sportbund/Nationales Olympisches Komitee für Deutschland (Hrsg.), *Handbuch internationale Sportstrukturen* (S. 97-106). Frankfurt/Main: o.V.
- Burk, V. & Eboe, M. (2001). Vereinigte Staaten von Amerika. In Deutscher Sportbund/Nationales Olympisches Komitee für Deutschland (Hrsg.), *Handbuch internationale Sportstrukturen* (S. 181-187). Frankfurt/Main: o.V.
- Burk, V. & Khodabakhsh, I. (2001). Rußland. In Deutscher Sportbund/ Nationales Olympisches Komitee für Deutschland (Hrsg.), *Handbuch internationale Sportstrukturen* (S. 127-135). Frankfurt/Main: o.V.
- Burk, V. & Utz, A. (2001). Volksrepublik China. In Deutscher Sportbund/Nationales Olympisches Komitee für Deutschland (Hrsg.), *Handbuch internationale Sportstrukturen* (S. 189-195). Frankfurt/Main: o.V.
- Digel, H. & Burk, V. (2001). Sport und Medien. Entwicklungstendenzen und Probleme einer lukrativen Beziehung. In G. Roters/W. Klingler/M. Gerhards (Hrsg.), *Sport und Sportrezeption* (S. 15-31). Baden-Baden: Nomos Verlagsgesellschaft.
- Burk, V. (1999). Inszenierte Wettkämpfe - Zur Rolle des Fernsehens. In G. Thieß & P. Tschiene (Hrsg.), *Handbuch zur Wettkampflehre* (S. 129-140). Aachen: Meyer & Meyer.
- Burk, V. (1996). Frauen in Sportvereinen und-verbänden. In Fachhochschule Darmstadt – die Frauenbeauftragte (Hrsg.) *Frauen machen Frauen zum Thema* (48-64). Darmstadt: Hausdruckerei der Fachhochschule Darmstadt.

### Online publications

- Condello, G., Capranica, L., Doupona, M., Varga, K. & Burk, V. (2019). Dual-career through the elite university student-athletes' lenses: The international FISU-EAS survey. *PLoS ONE* 14 (10): e0223278. <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0223278>
- Burk, V. (2018). Digitalisierung als Herausforderung. In ORF (Hrsg.), *Sport in öffentlichen Medien* (S. 22-27). Wien: ORF-Verlag.
- Burk, V. (2015). Zur Verantwortung der Massenmedien und des Sportjournalismus im Spitzensport. In J. Born & T. Gloning (Hrsg.), *Sport, Sprache, Kommunikation, Medien. Interdisziplinäre Perspektiven* (S. 81-91). Gießener Elektronische Bibliothek. Abrufbar unter: <http://geb.uni-giessen.de/geb/volltexte/2015/11823/>.
- Burk, V., Grimmer, C. G. & Pawlowski, T. (2015). "Same, Same – but Different!" On Consumers' Use of Corporate PR Media in Sports. *Journal of Sport Management*, abrufbar unter: <http://dx.doi.org/10.1123/jsm.2015-0180>.
- Burk, V. (2012, 8. Juni). *Der Traum vom großen Geld*. Vocer, abrufbar unter: [www.vocer.org/de/artikel/do/detail/id/193/der-traum-vom-grossen-geld.html](http://www.vocer.org/de/artikel/do/detail/id/193/der-traum-vom-grossen-geld.html).