

Fachbereich 9 - Medienstudiengänge

Department 9 - Media Courses

Kommentar zur Lehrveranstaltung im WiSe 2025/2026

Description of seminars

Veranstalter*in:

Lecturer:

Christoph Pieper

Sport- und Organisationskommunikation in der Fußball-Bundesliga am Beispiel von Werder Bremen

Titel (dt.):

Sports and organizational communication in German Bundesliga on the example of Werder Bremen

Titel (engl.):

Beschreibung:

In diesem Praxisseminar geht es um die Sport- und Organisationskommunikation bei Werder Bremen. Fußballvereine in der Bundesliga haben heute nicht nur Verpflichtungen gegenüber den Inhabern der Medienrechte, die über die DFL (Deutsche Fußball Liga) vermarktet werden und pflegen intensiven Austausch mit Medienveteranen:innen. Die Vereine, bzw. die den Profifußball tragenden Kapitalgesellschaften, treten auch selbst als Medienschaffende auf und bieten Fans und Interessierten eine Vielzahl an verschiedenen Medienprodukten von Print über Bewegtbild hin zu Social Media: <https://www.werder.de/der-svw/medienservice/werder-medien/> Das Seminar beschäftigt sich dabei konkret mit Kommunikationsstrategien in der Fußball-Bundesliga und den Frage, welche Inhalte sind für welche (Social) Media Kanäle und die dazugehörigen Zielgruppen geeignet, dem Umgang mit Krisen im Fußballgeschäft sowie den wachsenden Anforderungen an Vereine, Themen zu kommunizieren, die nicht direkt mit dem Kerngeschäft Fußball zu tun haben. Dabei erhalten die Studierenden auch Einblick die Strukturen und Arbeitsweisen des Medienservice bei Werder Bremen: <https://www.werder.de/der-svw/medienservice/ansprechpartnerinnen/>

Bitte beachten Sie die Anwesenheitsregelung in Modul KMW 6 / C.2 aufgrund der spezifischen Praxisausrichtung und begrenzten Kapazität.

Description:

This media praxis seminar is about sports and organizational communication at Werder Bremen. Soccer clubs in the Bundesliga today not only have obligations to the owners of the media rights, which are marketed via the DFL (German Football League), and maintain an intensive exchange with media representatives. The clubs, or rather the corporations that run the professional soccer team, also act as media professionals themselves and offer fans and interested parties a variety of different media products from print to moving images to social media: <https://www.werder.de/der-svw/medienservice/werder-medien/> The seminar deals specifically with communication strategies in the Bundesliga and the question of which content is suitable for which (social) media channels and the associated target groups, how to deal with crises in the soccer business and the growing demands on clubs to communicate topics that are not directly related to the core business of soccer. Students will also gain an insight into the structures and working methods of the media service at Werder Bremen: <https://www.werder.de/der-svw/medienservice/ansprechpartnerinnen/>

Please pay attention to the absence rules in module KMW 6 / C.2 due to specific practice orientation and limited capacity.

Literatur:

Literature: