

Call for Abstracts *Kreativität und Medialität im Deutschunterricht*

40. Jahrestagung der AG Medien des Symposion Deutschdidaktik vom 26.-27.3. 2026 in Tübingen

Die PISA-Studie 2022 hat das kreative Denken erstmals als zentrale Kompetenz erhoben und damit sichtbar aufgezeigt, wohin Bildungsdiskussionen unter den Bedingungen einer digitalen Gesellschaft in Zukunft gehen könnten. Nur 50 Prozent der Jugendlichen gaben an, dass ihre Lehrkräfte sie ermutigen, originelle Ideen zu entwickeln (Diedrich et al. 2024). Dabei gilt Kreativität – im Rahmen der sogenannten 4K-Modells (Kreativität, Kollaboration, Kommunikation und Kritisches Denken, vgl. Pfiffner et al. 2021) – als Schlüsselqualifikation für Lernende im 21. Jahrhundert. Die grundlegende These von einer „Ästhetisierung der Gesellschaft“ (Reckwitz 2012) verweist zudem darauf, dass Kreativität heute nicht mehr allein in den Künsten, sondern in allen gesellschaftlichen Bereichen als Leitwert gilt. Kreativität erscheint in diesem Sinne sowohl als Ressource für individuelle Persönlichkeitsentwicklung als auch als ökonomisch und gesellschaftlich funktionalisierte Erwartung. Für die Deutschdidaktik stellt sich daher die Herausforderung, Kreativität nicht nur in unterschiedlichen Facetten von sprachlicher, literarischer und medialer Bildung zu rekonstruieren und zu konzeptualisieren, sondern sie vor den heterogenen gesellschaftlichen und schulischen Ausgangsbedingungen für alle Jahrgangsstufen fruchtbar zu machen.

Vor diesem Hintergrund stellt sich für einen zeitgemäßen Deutschunterricht aktuell die Frage, wie **Kreativität und Medialität** produktiv für alle Lernende zusammenwirken können. Denn Kreativität ist nicht nur ein individuelles Potenzial, sondern eng verbunden mit medialen Praktiken, sprachlichen und ästhetischen Ausdrucksformen und kulturellen Aushandlungsprozessen. Daher sind alle Lernbereiche des Deutschunterrichts adressiert.

Leitfragen für die Abstracts der Jahrestagung der AG Medien könnten u. a. sein:

- **Sprachdidaktik**
 - Welche kreativen Schreib- und Sprachpraktiken (z. B. performatives, digitales, multimodales Schreiben) lassen sich im Deutschunterricht fördern (z.B. Spoken Word, Podcasting)?
 - Wie können sprachliche Kreativität und Präzision in einem Spannungsfeld zwischen alltäglicher Medienkommunikation, schulischer Sprachbildung und normativen Erwartungen vermittelt werden?
- **Literaturdidaktik**
 - Wie lässt sich literarisches Lernen so gestalten, dass kreative und literarische Ausdrucksformen und Rezeptionsprozesse gefördert und zugleich kritisch-reflexive Zugänge zu ästhetischen Medienpraxen ermöglicht werden?
 - Welche Rolle spielen digitale Formate (z. B. Fanfiction, Poetry Slam, Social Reading) bei der Ausbildung kreativer Praktiken im Umgang mit Literatur?
- **Mediendidaktik**
 - Inwiefern eröffnen digitale Medien neue Räume kreativer Kollaboration und Kommunikation im Deutschunterricht?
 - Wie können Schülerinnen und Schüler in der Auseinandersetzung mit medialen Formaten (z. B. Memes, Videos, KI-generierter Texte und Bilder) zu kritisch-kreativem Denken befähigt werden?
 - Welche Chancen und Risiken birgt der Imperativ der creative industries für schulische Medienbildung?

Wir laden Beiträge ein, die sich theoretisch, empirisch oder praxeologisch mit dem Verhältnis von **Kreativität und Medialität** im Deutschunterricht auseinandersetzen und die genannten Fragestellungen vertiefen oder ausweiten. Willkommen sind sowohl konzeptionelle Arbeiten als auch unterrichtspraktische Beispiele und empirische Studien. Wir bitten um Einreichungen für Vorträge von max. 30 Minuten oder Plakatvorschläge. Exposés (max. 350 Wörter) können bis zum **19. Dezember 2025 (verlängerte Abgabefrist)** in der folgenden Cloud eingereicht werden: [Zur Einreichung der Beiträge](#)

Rückfragen können bei Bedarf gern an Daniela Matz (daniela.matz@uni-tuebingen.de) und Carolin Führer (carolin.fuehrer@uni-tuebingen.de) gestellt werden. Wir freuen uns auf Ihre Beitragsvorschläge!

Angegebene Literatur

Diedrich, Jennifer; Patzl, Sabine; Todtenhöfer, Pia; Lewalter, Doris (2024): *Kreatives Denken in Deutschland und im internationalen Vergleich. Kurzbericht der Ergebnisse der innovativen Domäne aus PISA 2022*. Münster: Waxmann Verlag.

Pfiffner, Manfred; Sterel, Saskia; Hassler, Dominic (2021): *4K und digitale Kompetenzen. Chancen und Herausforderungen*. Zürich: hep Verlag.

Reckwitz, Andreas (2012): *Die Erfindung der Kreativität – Zum Prozess gesellschaftlicher Ästhetisierung*. Berlin: Suhrkamp Verlag.

Weitere (deutschdidaktische) Hinweise

Matz, D. (Preprint). Künstlicher Intelligenz mit Kreativität begegnen. Zur Bedeutung von Kreativität als didaktischer Norm für den Literaturunterricht. In: F. Hesse & L. Jagdschian (Hrsg.), *Literatur // Künstliche Intelligenz \ Didaktik* DOI: [10.13140/RG.2.2.13634.24003](https://doi.org/10.13140/RG.2.2.13634.24003)

Schindler, K., & Zepter, A. L. (Hrsg.) (2025). *Sprachliche Kreativität in Bildungs- und Fachsprache: Textproduktion und Diskurspraktiken*. Tübingen: Narr Francke Attempto.

Spinner, K. H. (2001): *Kreativer Deutschunterricht. Identität – Imagination – Kognition*. Seelze: Kallmeyer. 7., unveränderte Auflage 2021.

Ziaja, U. (2021). Was ist Kreativität? Begriffsbestimmungen der Kreativitätsforschung. In: W. Willms (Hrsg.), *Kontexte kreativen Schreibens* (S. 25–38). Berlin: Frank & Timme.