

Titel/Title: Megakirchen als religiöse Organisationen: Ein dritter Gemeindetyp jenseits von Sekte und Kirche?

Autor*innen/Author(s): Thomas Kern & Uwe Schimank

Veröffentlichungsversion/Published version: Postprint

Publikationsform/Type of publication: Artikel/Aufsatz

Empfohlene Zitierung/Recommended citation:

Kern, T., Schimank, U. Megakirchen als religiöse Organisationen: Ein dritter Gemeindetyp jenseits von Sekte und Kirche?. Köln Z Soziol 65 (Suppl 1), 285–309 (2013).
<https://doi.org/10.1007/s11577-013-0227-4>

Verfügbar unter/Available at:

(wenn vorhanden, bitte den DOI angeben/please provide the DOI if available)

<https://doi.org/10.1007/s11577-013-0227-4>

Zusätzliche Informationen/Additional information:

This version of the article has been accepted for publication, after peer review and is subject to Springer Nature's AM terms of use, but is not the Version of Record and does not reflect post-acceptance improvements, or any corrections. The Version of Record is available online at:
<https://doi.org/10.1007/s11577-013-0227-4>.

CONTACT

Thomas Kern, Institut für Soziologie, Technische Universität Chemnitz, Thüringer Weg 9, 09126, Chemnitz, Deutschland, thomas.kern@soziologie.tu-chemnitz.de

Megakirchen als religiöse Organisationen: Ein dritter Gemeindetyp jenseits von Sekte und Kirche?

Thomas Kern · Uwe Schimank

Zusammenfassung: In den letzten Jahrzehnten hat sich die religiöse Landschaft in den USA durch das rapide Wachstum und die Ausbreitung von sogenannten Megakirchen stark verändert. Der Begriff Megakirche bezeichnet evangelikal-protestantische Einzelgemeinden, deren Gottesdienste regelmäßig von mindestens 2000 Gläubigen (oft deutlich mehr) besucht werden. Bei den Megakirchen deutet vieles auf ein neuartiges Gemeindemodell hin, dessen spezifisch organisatorische Merkmale im Verlauf dieser Studie herausgearbeitet werden. Im Mittelpunkt stehen zwei Fragen: 1) Wie bewältigen die Megakirchen ihre wachstumsbedingten Spannungen? 2) Was sind ihre organisatorischen Erfolgsmechanismen? Die Argumentation entfaltet sich in zwei Schritten: Zuerst wird die religiös begründete Wachstumsdoktrin der Megakirchen im Kontext einer spezifischen Konstellation von Kirchen und religiösen Adressaten in den USA betrachtet. Im zweiten Schritt steht die Binnenorganisation der Megakirchen im Mittelpunkt. Es werden diejenigen Strukturen identifiziert, die das Ordnungsmuster einer dynamischen Stabilität reproduzieren und so die Wachstumsdoktrin der Megakirchen tragen.

Schlüsselwörter: Megakirchen · Organisationssoziologie · USA

Megachurches as religious organizations: a third type beyond sect and church?

Abstract: Due to the rapid growth and expansion of so-called Megachurches, the religious landscape of the United States has been changing greatly over the past decades. The term *Megachurch* usually refers to evangelical congregations which draw at least 2,000 attenders to their regular weekly services and often significantly more. Megachurches can be thought of as representing a novel form of congregation. This study explores their specific organizational features. It addresses the following questions: (1) How do Megachurches cope with the structural strains

caused by their rapid growth? (2) What are the organizational factors which are contributing to their success? The investigation consists of two parts: First, we examine the growth doctrine of the Megachurches, which draws its legitimation from religious sources and has to be viewed in a larger context of churches and religious audiences in the United States. Second, we focus on the internal organization structures that reproduce the patterns of dynamic stability underlying this growth doctrine.

Keywords: Megachurches · Organizational sociology · USA

1 Einleitung

Weltweit gilt die *Yoido Full Gospel Church* in Seoul, die sich in den späten 1960er Jahren formierte, als erste und mit angeblich 230 000 sonntäglichen Gottesdienstbesuchern bis heute mit Abstand als weltweit größte Megakirche (Kern 2002, S. 166). Seit den 1980er Jahren breiten sich die Megakirchen über Südkorea und die USA hinaus in zahlreichen Ländern Lateinamerikas, Afrikas und Südostasiens aus (Kern 2001, 2002). Obgleich sich in Deutschland und anderen europäischen Ländern bisher nur wenige Megakirchen entwickelt haben, handelt es sich somit im Weltmaßstab um ein sehr erfolgreiches, neueres religiöses Organisationsmodell, das sich möglicherweise als Leitidee langfristig auch in Europa verbreiten könnte, selbst wenn protestantische Gemeinden in Deutschland eine vergleichbar hohe Zahl von aktiven Mitgliedern in absehbarer Zukunft sicherlich nicht erreichen werden. In diesem Beitrag wird das Phänomen der Megakirchen näher untersucht, und zwar am Beispiel der USA, die zum Kristallisationspunkt dieser weltweiten Entwicklung geworden sind.

Die Kirchenlandschaft in den USA hat sich durch die rapide Ausbreitung großer evangelikaler Gemeinden in den letzten Jahrzehnten nachhaltig verändert (Ellingson 2007, 2010; Wollschleger und Porter 2011). Megakirchen sind zumeist definiert als evangelikal-protestantische Einzelgemeinden, deren Gottesdienste regelmäßig von mindestens 2000, oftmals deutlich mehr Gläubigen besucht werden (Chaves 2006, S. 329). 1984 existierten in den USA schätzungsweise 70 Gemeinden mit über 2000 Gottesdienstbesuchern (Thumma und Travis 2007, S. 6–7). 1990 lag die Anzahl bereits bei 310 und stieg bis 2007 auf 1250. Heute wird von über 1600 Megakirchen ausgegangen (Thumma und Bird 2012, S. 1). Die *Lakewood Church* in Houston, Texas, gilt zur Zeit mit über 40 000 Gottesdienstbesuchern als größte Gemeinde in den USA. Die durchschnittliche US-Megakirche hat ein Jahresbudget von geschätzten 6,5 Millionen US-Dollar (CNN, 21.1.2010, *Megachurches mean big business*), 60 Angestellte und knapp 3600 regelmäßige Gottesdienstbesucher (Thumma und Bird 2012). Alle Megakirchen würden der Größe nach zusammen, hinter der *Southern Baptist Convention* (Pew 2008, S. 12), mit etwa 5,7 Millionen die zweitgrößte protestantische Denomination¹ in den USA bilden (Thumma und Bird 2012, S. 1). Zwar erreichen die US-Megakirchen trotz dieser beeindruckenden Zahl bis heute nur eine Minderheit aller Gläubigen, und selbst aller Protestan-

1 Wir verstehen hier Denominationen als „[...] religious bodies or associations of congregations that are united under a common historical and theological umbrella, that are presumed equal under the law [...]“ (Roberts und Yamane 2011, S. 187).

ten, in den USA. Unüberschbar ist aber, dass ihre Leitwerte und Programme mittlerweile vielen kleineren protestantischen Gemeinden als Vorbild dienen (Bird 2007, S. 51); es ist durchaus vorstellbar, dass das mit der Größe und dem Wachstum der Megakirchen verknüpfte Organisationsmodell weiter Schule macht.

Das auf der Gemeindeebene verkörperte Organisationsmodell der US-amerikanischen Megakirchen steht im Mittelpunkt des vorliegenden Beitrags. Unsere Studie beschränkt sich auf die überwiegend von Angehörigen der weißen Mittel- und Oberschicht dominierten Gemeinden, die zugleich die große Mehrzahl der US-Megakirchen auf sich vereinigen.² Organisationssoziologisch zeichnen sich diese Megakirchen durch zwei bemerkenswerte Charakteristika aus: Erstens haben sie in der jüngeren Vergangenheit zumeist mehrere schubartige Wachstumsphasen durchlaufen, in denen sich ihre Mitgliederzahl in kurzer Zeit vervielfacht hat; bei einem Teil von ihnen hält dieses Wachstum auch weiterhin an. Zweitens scheint es vielen Megakirchen zu gelingen, trotz oft starker Fluktuation, weil viele Gottesdienstbesucher nach einiger Zeit wieder die Gemeinde verlassen, ihre Mitgliederzahl auf hohem Niveau zu stabilisieren. In diesem Sinne befinden sie sich, auch wenn sie nominell nicht mehr weiter wachsen, in einem dauerhaften Zustand dynamischer Stabilität.

Der dauerhafte Mitgliederzufluss durch Wachstum oder Fluktuation konfrontiert die Megakirchen mit einem grundlegenden Ordnungsproblem. Ständig müssen neue Mitglieder sozialisiert werden, und die alten Mitglieder dürfen dadurch nicht verprellt werden. Ebenso muss die Ressourcenmobilisierung auf Dauer gestellt und die Organisationsidentität immer wieder neu stabilisiert werden. Diese Art von Ordnungsproblem ist im Bereich der Kirchenorganisationen etwas Neues und hat sich bei den beiden bedeutendsten Organisationstypen religiöser Vergemeinschaftung, Sekten und Kirchen (Weber 1972, S. 30; Troeltsch 1912), in dieser Form bislang nicht gestellt. Während Sekten idealtypisch die besondere religiöse Qualifikation ihrer Mitglieder in den Mittelpunkt stellen und deshalb eher dazu neigen, kleine stabile Gemeinden zu bilden (Iannaccone 1988, S. 255–256), werden die Mitglieder von Kirchen automatisch in ihre jeweilige Gemeinde hineingebo- ren (Pickel 2011, S. 25–31; Knoblauch 1999, S. 146–149). In beiden Fällen ist Wachstum kein zentrales Organisationsproblem. Vieles spricht somit dafür, dass es sich bei den Megakirchen um einen dritten Gemeindetypus, jenseits von Sekte und Kirche, handelt.³

Vor diesem Hintergrund stellt sich die in der Literatur bislang unzureichend behandelte Frage, auf welche Weise das wachstumsbedingte Ordnungsproblem in den Megakirchen bewältigt wird. Was sind, anders gesagt, ihre organisatorischen Erfolgsmechanismen?⁴

2 Die „Black“ oder „African-American Megachurches“, die einige Besonderheiten aufweisen, blenden wir hier aus. Neuere Umfragen gehen davon aus, dass nur etwa 10 % der Gottesdienstbesucher in den Megakirchen einen afrikanisch-amerikanischen Hintergrund haben. Die große Mehrheit, 82 %, ist „weiß“ (Thumma und Bird 2012, S. 6–7).

3 Vergleiche zu den allgemeinen Sozialformen des Religiösen finden sich bei Krech et al. in diesem Band.

4 Es existieren zwar bereits einige organisationssoziologische Studien über die Megakirchen (Martin 2007; Ellingson 2007, 2010; Smith 2010; Wheeler 2008; Chaves 2006); wie die Gemeinden ihr wachstumsinduziertes Ordnungsproblem lösen, wurde bislang aber nicht untersucht.

Unsere These ist, dass es den Megakirchen in einem dreistufigen Prozess gelingt, bei einem Teil der Interessenten eine dauerhafte und starke Bindung aufzubauen. Zunächst können die Megakirchen eine große Anzahl von Gläubigen zu einer unverbindlichen „Besichtigung“ ihres Angebots bewegen. Auf dieser Grundlage wird sodann ein deutlich kleinerer Anteil dieser Interessenten, der aber zahlenmäßig im Vergleich zu konventionellen Gemeinden immer noch groß ist, dauerhaft eingebunden. Von ihnen wiederum fühlt sich schließlich ein größerer Teil zunehmend der Gemeinde verpflichtet und bringt sich entsprechend ein.

Diese These entfalten wir in zwei Schritten. Im ersten Schritt wird die religiös begründete Wachstumsdoktrin der Megakirchen in der spezifischen Landschaft von Kirchen und Adressaten in den USA verortet (Abschn. 2). Im zweiten Schritt steht die Binnenorganisation der Megakirchen im Mittelpunkt (Abschn. 3). Dabei werden unter Rückgriff auf Einsichten der Organisationssoziologie diejenigen Strukturen identifiziert, die das Ordnungsmuster dynamischer Stabilität reproduzieren und so die Wachstumsdoktrin tragen. Dabei stützen wir uns zum einen auf neuere Forschungsliteratur über die US-amerikanischen Megakirchen sowie Zwischenergebnisse aus eigenen empirischen Diskursanalysen im Bereich der evangelikalen Gemeindegrowthliteratur sowie Interviews und Beobachtungen in Megakirchen im Großraum Houston.⁵

2 Die Wachstumsdoktrin der US-Megakirchen in ihrem religiösen Umfeld

Anders als in größeren Teilen Europas, wo eine massenhafte Säkularisierung zumindest als Meidung des Kontakts mit Kirchen oder als Kirchenaustritt stattgefunden hat (Pickel 2011; Pollack 2003),⁶ zeichnen sich die USA durch nach wie vor vergleichsweise lebendige Kirchengemeinden aus. 73 % der US-Amerikaner bezeichnen sich als Mitglied einer christlichen Kirche; etwa 40 % nehmen regelmäßig an wöchentlichen Gottesdiensten teil (Chaves 2011, S. 46). Dennoch haben auch die US-amerikanischen Kirchen mit Mitgliedschaftsproblemen zu kämpfen. Ein erstes Problem ist die hohe Fluktuation zwischen den Religionsgemeinschaften. Nach neueren Umfragen haben 28 % der US-Amerikaner diejenige Religionsgemeinschaft verlassen, in der sie aufgewachsen sind, und sich einer neuen angeschlossen. Werden die Konversionen innerhalb des Protestantismus mitberücksichtigt, erhöht sich die entsprechende Zahl auf etwa 44 % (Pew 2008, S. 5). Ein zweites Problem ist der rasante Anstieg von Personen ohne irgendeine Bindung an eine Religionsgemeinschaft. Ihr Anteil an der Bevölkerung hat sich allein zwischen 2007 und 2012 von 16 % auf knapp 20 % erhöht (Pew 2012, S. 9). Auffällig ist der hohe Anteil

5 In Rahmen des laufenden DFG-Projekts KE 797/8-1 „Warum sind Megakirchen attraktiv? Kulturelle Reproduktion und Netzwerkstrukturen einer neuen kirchlichen Organisationsform in den USA“ wurden in einer ersten Erhebungsphase Anfang 2013 insgesamt 70 Leitfadenterviews mit Mitarbeitern und Mitgliedern von Megakirchen durchgeführt. Wir bedanken uns bei den Projektmitarbeiterinnen Insa Pruisken und Janina Coronel für ihre Hinweise und Ergänzungen bei der Überarbeitung dieses Artikels.

6 Inwieweit es zudem noch eine „unsichtbare Religion“ (Luckmann 1991) gibt, ist nach wie vor umstritten und für unsere Fragen nicht von Belang.

jüngerer Bevölkerungsgruppen. Daten des *General Social Survey* (GSS) zeigen, dass der Anteil der Menschen, die ganz ohne Bindung an eine Religionsgemeinschaft aufwachsen, von 3 % in den 1970er Jahren auf 8 % im letzten Jahrzehnt angewachsen ist (Pew 2012, S. 16; Chaves 2011).

Somit muss auch in den USA von den Kirchen etwas getan werden, um der wachsenden Kirchendistanz bestimmter Bevölkerungsgruppen und der Lockerung der Mitgliedschaftsverhältnisse zu begegnen. Viele Kirchen haben dies fast durchgängig mit Maßnahmen versucht, die das Verbleiben in der Mitgliedschaft attraktiver und weniger lästig machen sollen. Überspitzt gesagt, betreiben diese Kirchen ein „bargaining with modernity“ (Berger 1979, S. 95–124), bei dem die Gläubigen immer weniger merken sollen, dass sie sich in einem religiösen Kontext bewegen, der sie in bestimmten Hinsichten auch fordert. Stattdessen findet im Rahmen von Diakonie Geselligkeit, Freizeit, Sport, Therapie, politisches Engagement, Eheberatung, medizinische Selbsthilfe und anderes statt. Gleichzeitig wird die Seelsorge auf wenige einschneidende Lebensereignisse wie Geburt, Heirat, Krankheit und Tod zurückgedrängt und kommt selbst bei diesen Gelegenheiten, weil die Gläubigen entwöhnt sind, kaum zur Geltung. Darüber hinaus wird Seelsorge oft etwa mit Mitteln der Kunst oder Popkultur „eventisiert“, um sie auch für die „religiös Unmusikalischen“ unterhaltsamer zu machen.

Gegen diese Tendenzen gibt es indessen eine insbesondere unter christlichen Fundamentalisten institutionalisierte Abwehrhaltung. Sie lehnen es dezidiert ab, den religiösen Leitwert und die theologische Dogmatik⁷ durch Kompromisse mit dem „modernen Leben“ zu kompromittieren. Was die liberaleren Kirchen immer mehr aufgeben, die Durchdringung aller Lebensbereiche der Gläubigen mit religiösen Grundsätzen und Vorgaben, wird von dieser Gegenbewegung, den „strict churches“ (Iannaccone 1994), hochgehalten.

Damit stellen sich den protestantischen Kirchen in den USA zunächst zwei Alternativen: Sie können zum einen unter Verzicht auf eine strenge religiöse Ausrichtung versuchen, zumindest die bestehende Mitgliedschaft zu halten, vielleicht auch unter günstigen Umständen ein bescheidenes Größenwachstum zu erzielen. Zum anderen können einzelne Gemeinden eine „Gesundschumpfung“ auf diejenigen Mitglieder vornehmen, die sich in tiefer Glaubensüberzeugung strengen Verhaltensstandards unterwerfen.⁸ Bezogen auf die klassische Typologie religiöser Sozialformen entspricht erstere Strategie der „Kirche“, letztere der „Sekte“ (vgl. auch Krech et al. in diesem Band). Charakteristisch für die Megakirchen ist nun, dass sie diese Alternativen unterlaufen und eine dritte Strategie wählen.

2.1 Wachstum als wertrationale Idee

Die beispiellose Größenexpansion der Megakirchen deutet bereits darauf hin, dass sie offensichtlich auf keine der beiden skizzierten Alternativen setzen. Sie streben faktisch nach Mitgliederwachstum. Dies geschieht aber nicht ungeplant, sondern ist das Ergeb-

7 Im Folgenden bezieht sich der Begriff Dogma auf die zentralen theologischen Leitsätze und Bekenntnisse protestantischer Denominationen.

8 Die ganz analoge Alternative für politische Parteien heißt: „Catch-all party“ oder „Allerweltpartei“ (Kirchheimer 1965).

nis einer systematisch konzipierten und implementierten Wachstumsstrategie. Es geht um mehr als nur allfällige zweckrationale Individual- oder Organisationsinteressen wie etwa Einkommenssteigerung der Pastoren oder Einflussicherung durch organisatorische „Marktmacht“. Derartige Interessen mag es geben; wo sie im Einzelfall im Vordergrund stehen, liegt aber bereits eine zu verheimlichende Devianz im Sinne der Anbetung „weltlicher Götzen“ wie Macht, Prestige oder Reichtum vor. Wachstum ist den Megakirchen vielmehr eine wertrationale, also um ihrer selbst willen verfolgte Idee. Der ideelle „Weichensteller“ (Weber 1986, S. 252), der das Wachstumsinteresse hervorbringt, ist die Vorstellung, dass Mitgliederwachstum ein „Wahrheitsbeweis“ für die eigenen religiösen Überzeugungen und das daran orientierte „richtige“ religiöse Handeln in der eigenen Gemeinde darstellt.

Hier kommt die Verankerung der Megakirchen im protestantischen Evangelikalismus, speziell in der sogenannten „Gemeindegrowthbewegung“ zum Tragen, die das kulturelle Leitbild der Megakirche seit den 1960er Jahren stark geprägt hat (McGavran 1990; Wagner 1998, 1999). Ausgangspunkt dieser religiösen Bewegung unter Theologen und Missionaren war das evangelikale Ziel der Weltmission, demzufolge die Bestimmung jeder Gemeinde darin besteht, möglichst viele Menschen für den Glauben zu gewinnen: „The chief and irreplaceable purpose of mission is church growth. [...] God’s servants carry on mission in a fast-moving world and must constantly adjust the proportions of service and evangelism, as the church grows from a few scattered cells to churches forming substantial majorities of the population“ (McGavran 1990, S. 22).

Der evangelikale Vordenker der Gemeindegrowthbewegung, Donald McGavran (1990, S. 20), definiert diese sich auf das Neue Testament berufende Position als „God’s program for humans“. Auf der Grundlage neutestamentarischer Quellen allein lässt sich die systematische Ausrichtung auf Wachstum aber nicht ausreichend legitimieren. Zusätzlich wird als Begründung auf die von Gott geschaffenen und der menschlichen Vernunft durch Beobachtung zugänglichen Gesetzmäßigkeiten in Natur und Gesellschaft verwiesen.⁹ Rick Warren, Gründer der *Saddleback Church* und führender US-Megakirchenpastor, legitimiert sein Gemeindegrowthmodell in diesem Sinne wie folgt: „All living things grow – you don’t have to make them grow. It’s the natural thing for living organisms to do if they are healthy. [...] Lack of growth usually indicates an unhealthy situation, possibly a disease. In the same way, since the church is a living body, it is natural for it to grow if it is healthy. [...] If a church is not growing, it is dying“ (Warren 1995, S. 15–16).

Wenn das Christentum als die einzig wahre Religion angesehen und Evangelisierung als religiöse Pflicht aller Gläubigen betrachtet wird (Kern 1997), bestätigt jeder Fortschritt in dieser Richtung diese Überzeugung. Darunter fallen auf der ersten Stufe Missionierungserfolge im Sinne der Bekehrung von Nicht-Gläubigen (un-churched people). Auf der zweiten Stufe schließt sich die Hinwendung zum Evangelikalismus und, im regionalen Einzugsbereich, zur engagierten Mitgliedschaft in einer (Mega-) Kirche an.

9 Taylor (2009, S. 379–459) würde hier von „providenziellem Deismus“ sprechen. Der göttliche Plan offenbart sich demzufolge in der Natur und ist der menschlichen Vernunft durch Beobachtung zugänglich. Die hier mit der säkularen Wissenschaft eingegangenen Kompromisse werden von den protestantischen Fundamentalisten zumeist scharf kritisiert und als Verwässerung des Glaubens abgelehnt.

Mit der dominanten Wachstumsausrichtung koppeln sich die Megakirchen von spezifischen theologischen Bekenntnissen der etablierten protestantischen Denominationen immer stärker ab. Fragen der richtigen Theologie und Liturgie treten in den Hintergrund. Dies geschieht aber, anders als bei den liberaleren protestantischen Kirchen, die sich so einem glaubensschwächeren Publikum anpassen, nicht als „bargaining with modernity“ (Berger 1979), sondern ist Nebeneffekt der wertrationalen Inthronisierung des Kirchenwachstums. Als substantielle Füllung der Wachstumsdoktrin bleiben nur die wenigen allgemeinen Leitsätze des evangelikalischen Bekenntnisses übrig. C. Peter Wagner (1999, S. 67), ein weiterer Vordenker der Gemeindegrowthbewegung, fasst die „theological absolutes“ der Megakirchen wie folgt zusammen: „1. The Bible is true and normative. It is the absolute authority for faith and practice. 2. Jesus is God and Lord. 3. An individual’s personal relationship with Jesus Christ makes the difference between heaven and hell.“

Die theologische Unterbestimmtheit dieser evangelikalischen „doctrinal minimalists“ (Miller 1997, S. 121) ist der Wachstumsorientierung in dem Sinne förderlich, als niemand durch spezifische denominationale Zugehörigkeiten und Bekenntnisse ausgeschlossen wird. Diese drei theologischen Grundsätze ergänzt Wagner durch drei, oftmals rigoros vertretene, moralische „nonnegotiables“, in denen die politisch-konservative Haltung vieler Pastoren und Megakirchenmitglieder zum Ausdruck kommt: „1. Human life begins at conception. 2. Homosexuality is sin against god. 3. Extramarital heterosexual relationships are also sin.“ Diese moralisch-konservative Ausrichtung stößt in weiten Kreisen der US-Bevölkerung, insbesondere bei Anhängern der Republikanischen Partei, auf Zustimmung und wirkt daher ebenfalls überwiegend nicht ausgrenzend, sondern attraktiv. Denn so bieten die Megakirchen eine klare weltanschauliche Orientierung und stehen für eine alternative Lebensform zu einer säkularen Welt, die von vielen US-Amerikanern, gerade im Süden der USA, abgelehnt wird.

Darüber hinaus bereitet der dogmatische Minimalismus vieler Megakirchen den Boden für die Ausbreitung eines im evangelikalischen Lager durchaus umstrittenen „prosperity gospel“, das beim Publikum weithin auf positive Resonanz stößt. Das „prosperity gospel“ hat sich in den vergangenen Jahren in den USA zu einer populären religiösen Lehre entwickelt (Patterson 2007). Nach einer Umfrage des *Time Magazine* von 2005 sind 61 % der christlichen Gläubigen in den USA davon überzeugt, dass Gott den Menschen Wohlstand und Gesundheit schenken will. Physisches und psychisches Wohlbefinden sowie wirtschaftlicher Erfolg sind demzufolge zentrale Themen des Glaubens. Einige der größten Megakirchen sprechen diese Publikumsbedürfnisse gezielt an.¹⁰ Auch in denjenigen Megakirchen, die das „prosperity gospel“ nicht unterstützen, gilt es als völlig in Ordnung, wenn es den Gläubigen finanziell gut geht, solange sie ihr Geld in den Dienst des Glaubens stellen und die Gemeinde großzügig unterstützen (Wagner 1999, S. 253). Die Megakirchen finanzieren sich hauptsächlich über Mitgliedschaftsbeiträge und Spenden, wobei, wie in evangelikalischen Kreisen üblich, 10 % des Bruttoeinkommens angestrebt (aber keinesfalls immer realisiert) werden. Der Glaube an den Zusammenhang von individuellem

10 Vgl. dazu die Glaubensbekenntnisse der *Lakewood Church* in Houston und der *World Changers International Church* in Atlanta. Beide gehören zu den fünf größten Megakirchen in den USA. <http://ww2.joelosteen.com/About/WhatWeBelieve/Pages/WhatWeBelieve.aspx>, <http://www.worldchangers.org/Statement-Of-Beliefs.aspx> (Zugegriffen: 28.11.2012).

Wohlstand, Wohlbefinden und Erlösung befindet sich somit in harmonischem Einklang mit der Wachstumsdoktrin der Megakirchen.

Insgesamt verlieren somit im US-amerikanischen Protestantismus zuvor identitätsbildende theologische und historische Differenzen zwischen den Denominationen für die Glaubenspraxis an Bedeutung (Wuthnow 1988). Dies gilt zugespitzt für die Megakirchen, von denen inzwischen mehr als die Hälfte keiner Denomination angehört (Thumma und Bird 2012). Die zentrale Leistung der Megakirchen für ihre Mitglieder besteht dann weniger im praktischen Vollzug bestimmter Liturgien und theologischer Bekenntnisse als in der Vermittlung spiritueller Erfahrungen. Im Evangelikalismus war eine affektive Erlebnisorientierung des Glaubens von Beginn an charakteristisch. Pointiert formuliert: Wenn ein Gläubiger sich im Kontakt mit Gott fühlt, ist dies ein Beweis seines Glaubens. Mit der charismatischen Bewegung sind, diese Haltung verstärkend, seit den 1960er Jahren zunehmend Elemente aus der pfingstlerischen Spiritualität in den Evangelikalismus eingedrungen (Kern 1997). Einflüsse der Jesusbewegung gingen in den 1970er Jahren in dieselbe Richtung. Sie kritisierte den Protestantismus als lebensfern und bemühte sich um eine religiöse Erneuerung. Der Mainstream der Evangelikalen grenzte sich von diesen Bewegungen bis in die 1980er Jahre scharf ab. Danach öffneten sich immer mehr Gemeinden, darunter auch die Megakirchen, für diese neue Spiritualität. Die affektiven spirituellen Ausdrucksformen dieser Bewegungen erwiesen sich wiederum als förderlich für das Wachstum der Gemeinden (Wagner 1998, 1999).

Das religiöse Leben in den Megakirchen ist aber nicht allein durch die Suche nach Transzendenzerfahrungen bestimmt. Die Diakonie im Sinne einer Hilfe zur Bewältigung „sozialstrukturelle[r] Probleme in personalisierter Form“ (Luhmann 1982, S. 57) spielt ebenfalls eine wichtige Rolle. Seelsorge wird durch Diakonie oft in der Form ergänzt, dass auch Letztere Nicht-Gläubige anziehen kann und soll. Dabei kann sich zwischen Kirchenwachstum und Diakonie ein wechselseitiger Steigerungszusammenhang herausbilden: Je größer eine Gemeinde ist, desto größer ist ihre finanzielle Leistungsfähigkeit, weil ihr Spendenaufkommen stark von der Mitgliederzahl abhängt. Durch Wachstum wird ihr Dienstleistungsangebot vielfältiger und leistungsstärker. Umgekehrt fördert eine leistungsstarke Diakonie wiederum die Attraktivität der Kirchenmitgliedschaft für Personen, die auf Hilfe angewiesen sind oder Hilfe durch finanzielle Spenden oder eigenen Einsatz geben möchten.

Insgesamt kann für die Megakirchen und ihr Führungspersonal festgehalten werden, dass sie erstens aus tiefen religiösen Überzeugungen heraus wachstumsorientiert handeln. Diese Haltung ist zweitens mit einer Ausgestaltung des Glaubens verknüpft, die als Seelsorge affektive Erlebnisse ohne übermäßig strenge Verhaltensstandards und als Diakonie vielfältige praktische Lebenshilfen einschließlich einer oftmals rigorosen Bestärkung konservativer politisch-moralischer Grundsätze anbietet. Mit diesem Angebot positionieren sich Megakirchen in Konkurrenz zu anderen religiösen Anbietern, einschließlich anderen Megakirchen. Es ist davon auszugehen, dass die konkrete Angebotsgestaltung mit Blick auf die Wachstumsziele permanent beobachtet und gegebenenfalls angepasst wird.

2.2 Adressatenspezifik: Suchen und Bleiben

Wendet man sich dem tatsächlichen oder prospektiven Publikum der Megakirchen zu, lässt sich eine große Adressatengruppe ausmachen, auf die deren Angebot zu passen scheint. So gilt generell für die meisten Gläubigen, egal welcher religiösen Zugehörigkeit, dass sie keine „religiösen Virtuosen“ (Weber 1972, S. 327) sein wollen und können, schon gar nicht in der intellektualistischen Variante des dogmatischen Gelehrtentums. Vielmehr sollen die religiös auferlegten Pflichten die alltägliche Lebensführung nicht allzu sehr einschränken. Oft muss eine „fides implicita“ genügen: „[...] kein persönliches Fürwahrhalten von Dogmen [...], sondern eine Erklärung des Vertrauens und der Hingabe an einen Propheten oder an eine anstaltsmäßig geordnete Autorität“ (Weber 1972, S. 342). Diese Glaubenstreue wird am besten gesichert, und sei es auch nur als „Konsensfiktion“ (Hahn 1983), wenn sie nicht durch rigorose Überzeugungs- und Verhaltensaufgaben gefordert wird. Die Masse der Gläubigen würde somit nicht freiwillig in eine Sekte oder irgendeine andere Art von „strict church“ (Iannaccone 1994) eintreten.

Die Megakirchen kommen diesem Bedürfnis mit ihrem „doctrinal minimalism“ ebenso entgegen wie die meisten Varianten des liberalen Protestantismus. Anders als diese bestärken die Megakirchen mit ihrem politisch-moralischen Konservatismus zudem ohnehin vorhandene ideologische Haltungen vieler US-Amerikaner, vor allem in den Südstaaten. Mit Ralf Dahrendorfs (1979) Konzept der Lebenschancen ausgedrückt: Die relativ schwach ausgeprägte Dogmatik ermöglicht es den Megakirchen, unterschiedliche Stufen der Mitgliedschaft zu entwickeln, die den Gläubigen größere Freiräume bei der Gestaltung ihrer persönlichen Einbindung in die Gemeinde lassen und damit keine Optionen der Lebensführung nehmen; zugleich bieten die konservative politisch-moralische Ausrichtung und das „prosperity gospel“ Ligaturen, also sinnstiftende Bindungen, für die Lebensführung an, die für viele Gläubige in hohem Maße attraktiv sind.

Die Megakirchen schwimmen überdies mit ihrer generellen Ausrichtung auf eine affektive Spiritualität in einem breiten Strom des kulturellen Wandels „from institution to impulse“ als Quelle des „real self“ mit (Turner 1976). Seit den späten 1960er Jahren hat sich in allen westlichen Ländern eine weitreichende Transformation der gesellschaftlichen „Subjektkultur“ vollzogen. Eine der beiden Hauptrichtungen dieses Wandels geht in Richtung einer Ästhetisierung und intensivierten Expressivität der Lebensführung (Reckwitz 2006). In diesem Kontext wird das religiöse Leben in den Vereinigten Staaten zunehmend von einer „sucher-orientierten“ Spiritualität geprägt (Wuthnow 1998; Roof 2001). Die nachlassende Bindung vieler US-Amerikaner an etablierte religiöse Traditionen geht mit einem Streben nach Innerlichkeit, Subjektivität, Erfahrungen und Authentizität einher. Spiritualität „is thought of as a process, as movement, as journey“ (Roof 2000, S. 57). Die Megakirchen bieten damit keinen traditionsgestützten oder theologisch-systematisch explizierbaren, sondern einen erlebnisgetragenen Glauben an, der den „Suchern“, über einen mehr oder weniger langen Zeitraum hinweg, eine „Bleibe“ bietet: „Once inside their new dwelling place, our American seekers make a major effort to solidify it. They work hard at studying the faith. They actively participate in all sorts of congregational events. They take part in active discussions about how the community should manage its affairs. They try to make their new dwelling more exciting, more meaningful than the one that they have left behind“ (Madsen 2009, S. 1287).

Megakirchen stellen in diesem Sinne Orte „post-traditionaler Vergemeinschaftung“ dar (Hitzler et al. 2001).¹¹ Es handelt sich erstens um Gemeinschaften, die man bewusst aus Alternativangeboten wählt und wieder verlässt, sobald sich interessantere Alternativen bieten. Zweitens geht es um „Teilzeit-Gesellungsformen“ (Hitzler et al. 2001, S. 21), die anders als Mönchsorden oder Sekten keine „greedy institutions“ (Coser 1974) oder „totale Institutionen“ (Goffman 1972) darstellen, sondern den Individuen trotz situativer affektiver Vereinnahmung die Aufrechterhaltung einer Halbdistanz ermöglichen. Die Bindungen sind keineswegs locker oder unverbindlich, sondern „tight but brittle“ (Madsen 2009, S. 1287). Dem Einzelnen bleibt es demzufolge überlassen, wie flächendeckend er seine Lebensführung von der Megakirche bestimmen lässt.

Die vorliegenden Daten über die Gemeindemitglieder von Megakirchen passen zu diesen theoretischen Überlegungen und Befunden. Die wichtigsten Faktoren, welche die Mitglieder anziehen und längerfristig binden, sind der „worship style“, der „senior pastor“, die „church reputation“ und „music/arts“ (Thumma und Bird 2009, S. 15–16). Drei dieser vier Faktoren, mit Ausnahme der vagen „church reputation“, verweisen klar auf eine affektive Ansprache. Demgegenüber spielt die „denomination“, also die theologische und liturgische Ausrichtung der Gemeinde, nur eine untergeordnete Rolle. Überdurchschnittlich gebildete, gutverdienende, oft räumlich mobile „young and single adults“ (Thumma und Bird 2009, S. 3) kommen häufiger als in konventionellen Gemeinden vor. Es ist genau dieser Personenkreis, der „post-traditionale Vergemeinschaftungen“ sucht. So besehen haben die Megakirchen ein beträchtliches Wachstumspotenzial. Ihre Anziehungskraft entfaltet sich in drei Stufen:

- (1) Viele aus der Zielgruppe nehmen nur einmalig oder wenige Male an Veranstaltungen der Megakirche teil. Über die Zahl und Struktur dieser kurzfristig Interessierten gibt es bislang keine Studien. Manche bleiben „church hopper“, andere verbleiben in konventionellen Gemeinden ihrer Nachbarschaft oder kirchenfern.
- (2) Ein Teil der neuen Gäste binden sich als regelmäßige Gottesdienstbesucher dauerhaft an die Megakirche. Diese schwache Form der Mitgliedschaft gilt für knapp die Hälfte aller Gottesdienstbesucher („attenders“) von Megakirchen: „Nearly 45 % say they never volunteer“ (Thumma und Bird 2009, S. 7 f.), und 41 % gehören keiner der Kleingruppen ihrer Megakirche an.
- (3) Umgekehrt folgt daraus: 59 % der Megakirchenmitglieder gehören mindestens einer Kleingruppe an, 26 % sogar mehr als einer (Thumma und Bird 2009, S. 8). Hier kann man von einer starken Mitgliedschaft im Sinne eines größeren Engagements, mit entsprechendem Zeitaufwand, und einer engeren Bindung an die Megakirche sprechen.

Hinsichtlich der Art der Kleingruppen, die etwa drei Fünftel der Gemeindemitglieder zusätzlich binden, gilt schließlich, dass „support [or] recovery groups“, also Lebenshilfe sowie „community service groups“, die bedürftigen Anderen helfen, nur von 7 % bzw. 10 % der Mitglieder aufgesucht werden. Diakonie scheint somit, was angesichts der noch

11 Der Begriff der „post-traditionalen Vergemeinschaftung“ bezieht sich auf spezifische Gemeinschaftsformen, nicht auf ihre Inhalte, die sich durchaus im Widerspruch zu modernen liberalen Lebensentwürfen auf traditionelle Moralvorstellungen berufen können; siehe dazu etwa Riesebrodt (1990) Konzept des „reflexiven Traditionalismus“.

darzustellenden Angebotsfülle überrascht, als Mitgliedschaftsmotiv nur bei einer kleinen Teilgruppe eine Rolle zu spielen. „Religious education“ und „spiritual growth groups“ (Thumma und Bird 2009, S. 8) werden viel stärker nachgefragt.

3 Das Ordnungsmuster dynamischer Stabilität der US-Megakirchen

Bis hierher ist geklärt: Die protestantischen Megakirchen in den USA folgen einer Wachstumsdoktrin und finden dafür auch eine große Zielgruppe potenzieller Mitglieder vor, womit eine wichtige sozialstrukturelle Erfolgsbedingung für ihr wertrationales Organisationshandeln erfüllt ist. Uns interessieren nun allerdings die organisationsstrukturellen Erfolgsbedingungen: Wie kann sich die organisationale Ordnung angesichts starker Wachstums- und Fluktuationsdynamiken der Mitgliedschaft erhalten? Diese Fragestellung ist in der bisherigen Literatur zur Organisation der Megakirchen nur unzureichend erforscht (Martin 2007; Ellingson 2007, 2010; Smith 2010; Wheeler 2008; Chaves 2006).

Um sich die Strukturkomponenten, die hierfür bedeutsam sind, systematisch zu vergegenwärtigen, bietet sich Luhmanns (1975, 2000, S. 222–329) griffige Konzeptualisierung besonders an, weil sie die in der Forschung identifizierten Strukturmerkmale formaler Organisationen integriert und anschaulich zusammenfasst. Demnach sind Organisationen durch drei Arten von formalen Strukturen geprägt: Programm-, Kommunikations- und Personalstrukturen (Kühl 2011, S. 102–109; Meier und Schimank 2012, S. 36–41). Programmstrukturen sind festgelegte inhaltliche „Bedingungen für die Richtigkeit“ (Luhmann 1984, S. 432) des Handelns von Organisationsmitgliedern – von den generellen Organisationszielen bis zu spezifischen Gesichtspunkten, denen einzelne Aktivitäten genügen müssen. Die Kommunikationsstrukturen einer Organisation setzen sich aus den festgelegten Kontaktbahnen, Zuständigkeiten und Befugnissen der verschiedenen Organisationsmitglieder zusammen. Die Personalstrukturen schließlich legen die spezifischen Anforderungen und Qualifikationen fest, denen bestimmte Organisationsmitglieder genügen müssen.

Im Folgenden wenden wir uns im ersten Schritt den Programmstrukturen zu, in denen die Wachstumsdoktrin der Megakirchen festgeschrieben und spezifiziert wird. Im zweiten und dritten Schritt stehen die dazu passenden Kommunikations- und Personalstrukturen im Mittelpunkt. Im vierten Schritt beschäftigen wir uns mit dem Gottesdienst als zentralem Interaktionsereignis, in welchem sich die Handlungsprägungen dieser Strukturen bündeln.

3.1 Programmstrukturen

Zentraler Fokus der organisatorischen Programmstrukturen ist die Wachstumsdoktrin der Megakirchen. Vor allem drei eng zusammenhängende Programmkomponenten formulieren diese Doktrin weiter aus: Mitgliederwachstum als überragendes Organisationsziel, eine systematische Evaluierung der Wachstumsstrategie und eine konsequente Zielgruppenausrichtung des Leistungsangebots.

Die Konzepte der „Gemeindegewachsbewegung“ haben die Entstehung und Entwicklung der Megakirchen stark beeinflusst (McGavran 1990; Wagner 1998, 1999). Ins-

besondere Denominationen mit einer starken kongregationalistischen Identität, die der Autonomie der einzelnen Gemeinde einen hohen Wert beimessen und damit religiösen „Unternehmern“ und Gemeindegründern oft weite Handlungsspielräume eröffnen, wie beispielsweise die *Southern Baptist Convention*, haben sich für die Ideen der Gemeindegrowthbewegung weit geöffnet.¹² Aus dieser Perspektive ist Wachstum das wichtigste Ziel jeder Gemeinde, weil zentraler Gradmesser ihrer religiösen Vitalität. Manchmal wird dies sogar zahlenmäßig festgehalten. Beispielsweise formulierte die *Saddleback Church* in ihrem Gründungsgottesdienst von 1980 ein damals noch kaum vorstellbares Ziel von 20 000 Mitgliedern (Warren 1995, S. 43).

Durch die Untersuchung von schnell wachsenden Gemeinden innerhalb und außerhalb der USA suchten die Anhänger der „Gemeindegrowthbewegung“, zumeist evangelikale Theologen und Missionare, seit den 1960er Jahren nach allgemeinen Prinzipien des Kirchenwachstums. Davon ausgehend wurden zahlreiche Maßnahmen und Vorschläge entwickelt, um Gemeinden auf Wachstumskurs zu bringen. Diese Konzepte zeichnen sich durch eine große Nähe zu populären Unternehmens- und Managementstrategien aus (Martin 2007, S. 169–170). Ebenso wurden Strategien zur erfolgreichen Gründung neuer Gemeinden („church planting“) entwickelt, um die Ausbreitung des christlichen Glaubens zu fördern. Im Zentrum steht die methodisch gesicherte Wirksamkeitsprüfung der eingesetzten evangelistischen Methoden: „If methods currently being used for some evangelistic effort, for example, are not accomplishing the stated goals, they must be revised or scrapped. A strategy must be substituted that will produce the results that God desires“ (Wagner 1998, S. 32).

Obleich der Missionsauftrag traditionell im Evangelikalismus eine zentrale Rolle spielt, ist die kontinuierliche Überprüfung von Missionierungsmethoden in weiten Kreisen der Evangelikalen bis heute umstritten. Im traditionellen evangelikalen Denken sollen die Gläubigen zwar ihr Möglichstes tun, um den Glauben zu verbreiten, der Erfolg kommt jedoch von Gott. Im Gegensatz dazu steht das Wachstumsprogramm für eine strikt instrumentelle Herangehensweise. Für die Vertreter dieses Denkansatzes ist Kirchenwachstum nicht allein das Ergebnis außergewöhnlicher Gnade, sondern eine Folge quasi- „natürlicher“ religiöser und sozialer Gesetzmäßigkeiten, die sich durch statistische Methoden und Vergleiche entschlüsseln und optimieren lassen:¹³ „The facts of growth will not in themselves lead anyone to Christ. But they can be of marked value to any church that desires to know where, when, and how to carry on its work so that the maximum increase of soundly Christian churches will result“ (McGavran 1990, S. 68).

Für die einzelne Megakirche ist Wachstum somit ein überprüfbares Ergebnis organisatorischer Entscheidungen, die sich dem Management der Gemeinde zurechnen lassen.

12 Eine umfassende Analyse dieses vermuteten Zusammenhangs zwischen der formalen Struktur einzelner Denominationen und dem Wachstum der Megakirchen würde den Rahmen dieser Studie sprengen. Innerhalb des laufenden DFG-Projekts KE 797/8–1 wird demnächst eine Publikation von Pruisken und Coronel (2014) erscheinen, die sich mit dieser Thematik auseinandersetzt.

13 Dies steht nicht im Widerspruch zur oben erläuterten Funktion von Kirchenwachstum als Indikator für den rechten Glauben. Dass man religiös „richtig“ liegt, ist eine notwendige, aber eben noch keine hinreichende Voraussetzung für Wachstum; es bedarf menschlichen Zutuns in Gestalt geeigneter organisationaler Strategien und Strukturen.

Wachstumserfolge lassen sich aus diesem Blickwinkel der Organisationsleitung als legitimierendes Votum eines Publikums aus Interessenten und Mitgliedern deuten. Strukturelle Mängel werden systematisch identifiziert und beseitigt. Damit wird eine scharfe Wende vom traditionellen zum zweckrationalen Handeln vollzogen. Gut besuchte Gottesdienste galten bislang allenfalls als Beleg für die rhetorischen Fähigkeiten des Predigers, also für eine nur begrenzt beeinflussbare Komponente der Personalstruktur. Unter dem Einfluss des Wachstumsprogramms stehen nun alle Elemente des Gottesdienstes und des spirituellen Lebens der Gemeinde beständig auf dem Prüfstand. Die Megakirche nimmt sich sozusagen als permanente „lernende Organisation“ (Argyris und Schön 1996) ernst.

Dies erweist sich auch in einer konsequenten Zielgruppenorientierung der Megakirchen. Wie dargestellt, gibt es eine große, aber keineswegs homogene Adressatengruppe, welche von den Megakirchen mit Aussicht auf Erfolg angesprochen werden kann. Diese Adressatengruppe muss für eine zielgenaue Ansprache zerlegt werden. Ein zentrales Konzept der „Gemeindegrowthbewegung“ ist in diesem Zusammenhang die „homogene Einheit“ (*homogenous unit*) (McGavran 1990, S. 69–71).¹⁴ Damit wird betont, dass sich Menschen unter ihresgleichen wohler fühlen als unter Personen aus ganz anderen gesellschaftlichen Gruppen. Die homogene Einheit bildet demzufolge die Grundlage für die Entstehung eines starken Zusammengehörigkeitsgefühls unter den Gemeindegrowthmitgliedern auf der Grundlage soziokultureller Ähnlichkeit. Die Vertreter des Gemeindegrowthgedankens leiten daraus organisatorische Gestaltungsprinzipien ab, denen zufolge die Eintrittshürden für Außenstehende mit ähnlichen soziokulturellen Orientierungen und demographischen Merkmalen möglichst niedrig gehalten werden sollen: „People like to become Christians without crossing racial, linguistic or class barriers“ (McGavran 1990, S. 163).

Wachsende Gemeinden sind somit dadurch charakterisiert, dass sie ihre evangelistischen Aktivitäten auf die Mobilisierung ganz bestimmter Bevölkerungsgruppen konzentrieren. So konzipierte beispielsweise Warren (1995, S. 170) für die *Saddleback Church* das geographisch, demographisch, kulturell und spirituell differenzierte Profil des sogenannten „Saddleback Sam“, der die wesentlichen Merkmale der Zielgruppe seiner Gemeinde verkörpert.¹⁵ Bei der Entwicklung entsprechender Profile werden häufig Marktforschungsinstrumente eingesetzt. Im nächsten Schritt werden die Angebote der Gemeinde gezielt auf diese Gruppe zugeschnitten.

Durch ihren dogmatischen Minimalismus haben sich die Megakirchen hierbei vieler Beschränkungen entledigt, die ansonsten Interessenorganisationen im Allgemeinen und Kirchen im Speziellen auferlegt sind (Luhmann 1972, S. 255–262). Während Arbeitsorganisationen, wie zum Beispiel Unternehmen, eine weitreichende „Zweck-Motiv-Trennung“ (Luhmann 1976, S. 100) längst praktizieren, ihre jeweiligen organisatorischen Zielsetzungen also nicht zur Mitarbeitermotivation einsetzen und damit große Freiheitsgrade des Zielwechsels genießen, erzeugen Interessenorganisationen durch die Identifika-

14 Das Konzept geht ebenfalls auf McGavran (1957) zurück, der sich vor dem Hintergrund von Erfahrungen aus der Missionsarbeit außerhalb des westlichen Kulturkreises von gängigen individualistischen Evangelisierungskonzepten abwendete.

15 Eine ähnlich differenzierte Kunstfigur ist „unchurched Harry“ (Pritchard 1997, S. 56–75) von der *Willow Creek Community Church* in Chicago.

tion der Mitglieder mit den inhaltlichen organisatorischen Zielsetzungen ein dauerhaftes „commitment“ (Meier und Schimank 2012, S. 25–36). Jede Zieländerung ist dann riskant. Während politische Parteien zumindest über Mehrheitsentscheidungen der Mitglieder Ziele und Programmatiken, wie etwa die Sozialdemokratische Partei Deutschlands in den 1950er Jahren von Sozialismus auf soziale Marktwirtschaft, weitreichend verändern und damit neuen Umständen und Lernerfahrungen Rechnung tragen können, sind Kirchen zusätzlich an theologische Bekenntnisse gefesselt, deren Kernelemente nicht als von Menschen entschieden, sondern als göttliche Offenbarung gelten (Luhmann 1972, 1982, 2000). Diese Fesseln haben die Megakirchen in starkem Maße abgeworfen, sodass dem organisatorischen Opportunismus bei der Zielgruppenansprache kaum noch hinderliche Grenzen gesetzt sind.

3.2 Kommunikationsstrukturen

Die Wachstumsprogrammatik der Megakirchen stellt, sofern sie erfolgreich umgesetzt wird, an deren Kommunikationsstrukturen hohe Anforderungen. Einerseits sollen die Kirchen den Gläubigen eine stabile Gemeinschaft bieten, in der sie ihren religiösen Lebenswandel festigen können; andererseits müssen teilweise hunderte bis tausende neuer Mitglieder, die oft nicht über gefestigte religiöse Überzeugungen verfügen, fortwährend integriert werden. Organisationswachstum heißt hier nicht weniger als kontinuierliche Diskontinuität. Wie wird diese Spannung kommunikativ so aufgefangen, dass eine Bindung der neuen ebenso wie der alten Gemeindeglieder erzeugt oder bewahrt wird? Drei Komponenten der Kommunikationsstruktur bringen im Zusammenwirken diese Bindungen hervor: die Gottesdienste als affektive Gemeinschaftserlebnisse, die Kleingruppen sowie das charismatisch-präsidiale interne „governance regime“.¹⁶

Auf den Gottesdienst als augenfälligste Komponente der Kommunikationsstruktur wird später ausführlich eingegangen, weil sich hier anschaulich zeigen lässt, wie Kommunikations-, Personal- und Programmstrukturen ineinandergreifen. Daneben weisen die Megakirchen eine Kleingruppenstruktur auf, welche die tragende Säule der starken Mitgliedschaft bildet (Miller 1997; Martin 2007). Kleingruppen sind im Protestantismus kein neues Phänomen. Über 70% aller US-amerikanischen Gemeinden verfügen über Kleingruppen, die sich mindestens einmal monatlich treffen. Ihre große Bedeutung in der US-amerikanischen Gesellschaft allgemein wird daran deutlich, dass in den 1990er Jahren, bei steigender Tendenz, mindestens vier von zehn Erwachsenen einer Kleingruppe angehörten (Wuthnow 1994, S. 45–46). Davon waren mehr als die Hälfte einer Kirche oder Synagoge zugeordnet, und ein großer Teil der Gruppen hatte religiöse Themen zum Inhalt.

Insoweit stützen sich die US-Megakirchen auf ein gesellschaftlich verbreitetes Instrument und stemmen sich zugleich gegen den von Putnam (2000) diagnostizierten Trend in Richtung eines zunehmenden Gemeinschaftsverfalls. Im Jahr 2005 kam die *Saddleback Church* beispielsweise auf 2600 Kleingruppen in 83 Städten (Martin 2007, S. 22). Diejenigen drei von fünf Mitgliedern einer Megakirche, die einer Kleingruppe beitreten,

16 Die erste und die letzte Komponente setzen die im nächsten Abschnitt noch anzusprechende Figur des charismatischen Pastors als tragendes Element der Personalstrukturen voraus.

engagieren sich häufig in mehreren davon. Neben dem typisch evangelikalischen Hauskreis, in dem die Bibel studiert und gebetet wird, finden sich in den Megakirchen häufig noch Fitness-, Mütter-, Jugend-, Single-, Männer-, Senioren-, Koch-, Literatur- bis hin zu beispielsweise Motorradfahrergruppen. Die intensiviertere Einbindung in die Megakirche wird wesentlich über den Besuch einer Kleingruppe gewährleistet. So wird die Anonymität des Gottesdienstbesuchs überwunden und das Mitglied der sozialen Kontrolle durch die anderen unterstellt (Martin 2007). Über die Kleingruppen gelingt den Megakirchen die Herstellung eines Gemeinschaftsgefühls, das sich in seiner Qualität und Intensität von kleinen Kirchen- oder Sektengemeinden nicht unterscheidet (Dougherty und Whitehead 2011). Über das Gemeinschaftserlebnis hinaus sind die Kleingruppen ein Sprungbrett für den Aufstieg innerhalb der pastoralen Hierarchie, in der Laien oft eine hervorgehobene Rolle spielen (Kwon 1997). Darüber hinaus sind die Kleingruppen eine wichtige Quelle für Innovationen. In den meisten Fällen gehen neue Initiativen für pastorale oder soziale Dienstleistungen von den Kleingruppen aus. Dieser Innovationsmechanismus wird von den Gemeindeleitungen der Megakirchen gezielt gefördert (Miller 1997, S. 138).

Ogleich die Kleingruppen normalerweise von Laien geleitet werden, geben die Megakirchen die pastorale Aufsicht nicht aus der Hand (Miller 1997, S. 137; Martin 2007). Mitglieder des professionellen Mitarbeiterstabs sind zumeist für die Betreuung einer bestimmten Zahl von Kleingruppen zuständig und nehmen in Abständen an Gruppentreffen teil. Das Augenmerk liegt vor allem auf der Schulung und Begleitung der Laien-Gruppenleiter. Die Intensität hierarchisch gesteuerter sozialer Kontrolle ist hoch, wie das Beispiel der *Willow Creek Community Church* zeigt: „Each small group consisted of four couples, each in a similar stage of life. One of the four couples was trained by the Small Group Ministry team to handle group leader responsibilities“ (Mellado 1999, S. 11). Die Kleingruppenleiter fertigen für die Gemeindeleitung zudem oft schriftliche Berichte über ihre Gruppenmitglieder an (Warren 1995, S. 328).

Die Intensität der sozialen Kontrolle ist somit stark ausgeprägt. Doch trotz dieser Aufsichtsmaßnahmen kommt Martin (2007) in ihrer Feldstudie zu dem Ergebnis, dass die Megakirchen keinesfalls dem Bild einer „strict church“¹⁷ entsprechen. Ihre besondere Stärke besteht gerade darin, dass die Mitglieder ihre Kleingruppe jederzeit wechseln können, wenn sie unzufrieden sind oder wenn es zu Konflikten kommt: „Small groups foster a sense of a personal God who meets daily mundane needs, and these groups tend to be unconditionally accepting rather than demanding (or strict). Small groups tend not to challenge participants to service and higher truths. In addition, while group members may faithfully attend a weekly bible study or activity night, the commitment to the specific group may be quite shallow. If conflict arises, one may simply find a new one“ (Martin 2007, S. 172).

17 Iannacone (1994) formuliert die Hypothese, dass „strict churches“, die ihren Mitgliedern hohe Opfer abverlangen, tendenziell stärker wachsen, weil sie Trittbrettfahrer abschrecken, wodurch die Intensität und Attraktivität des Gemeinschaftslebens größer werden. Die Megakirchen stehen dazu im Widerspruch: „They accept new attendees without pressure to participate, contribute money, or volunteer time. They provide group activities, many of which are anchored in secular activities, in an effort to help assimilate new members and deepen their affiliation with the church“ (Ruh und Daniels 2012a, S. 477). Die Zugangsschwellen sind demzufolge niedrig und dennoch sind die Wachstumsraten hoch.

Die Fluktuation in und zwischen den Gruppen ist daher teilweise hoch. In diesem Sinne sind die Bindungen innerhalb der Gruppe, wie schon erwähnt, tendenziell „tight but brittle“ (Madsen 2009, S. 1287). Das heißt, die Beziehungen werden zwar oft als sinnstiftend und intensiv empfunden, lassen sich aber auch wieder leicht auflösen. Die Kleingruppe bietet somit eine Gelegenheitsstruktur für die Entstehung starker Bindungen, welche aber längst nicht immer zustande kommen, weil sie auch nicht in jedem Fall gesucht werden und es daher beim „bowling with strangers“ (Martin 2007, S. 173) bleibt. Auch aus Organisationssicht ist eine enge Gruppeneinbindung nicht zwingend erforderlich, im Gegenteil: Durch die große Auswahl an Kleingruppen und die Möglichkeit eines Wechsels kann die Loyalität des Einzelnen zur Gesamtorganisation gerade gestärkt werden.

Wie schon verschiedentlich angeklungen, bedarf es zudem einer Leitungsstruktur, die einerseits dazu beiträgt, das „commitment“ der Gemeindeglieder zu erhalten, und andererseits durchsetzungsfähig genug ist, um die Organisation in allen drei Strukturdimensionen adäquat gestalten zu können. Hier steht die Figur des Seniorpastors im Zentrum, der oft auch Gründer der Megakirche ist. Ihr muss Entfaltungs- und Darstellungsraum geboten werden, um als charismatischer Führer (siehe Abschn. 3.3) wirken zu können. Dabei kommt es immer wieder zu gewissen Spannungen in zwei Richtungen. Zum einen besteht ein Grundprinzip protestantischer Gemeinden darin, dass sie sich ihre Pastoren selbst wählen. Davon kann bei den Megakirchen, die als Sammlungen von ständig hinzuströmenden Gläubigen zustande kommen, erst dann die Rede sein, wenn es um einen Nachfolger des Gründer-Pastors geht, was dann oft eine schwierige Situation ist (Smith 2010; Wheeler 2008). Zum anderen zeigt sich ab einer gewissen Organisationsgröße, dass zwischen Predigt und Organisationsmanagement als Haupttätigkeitsfeldern der Leitung eine Zeitkonkurrenz auftreten kann und dass beides unterschiedliche Qualifikationen erfordert, die nicht immer in derselben Person zusammenkommen; so auch die Erfahrung der *Willow Creek Community Church*: „It had been very rare for a gifted preacher to also have the required leadership skills to properly manage a much larger organization.“ Woraus dort der Schluss gezogen wurde, „[...] that the leadership function should be separated from the preaching function“ (Mellado 1999, S. 15). Doch diese Rolentrennung ist nicht unkompliziert und kann zu neuen Spannungen führen.

3.3 Personalstrukturen

Die Megakirchen werden, wie gerade dargestellt, personell mit ihren Seniorpastoren zumeist ähnlich identifiziert wie politische Parteien mit ihren Führern oder große Konzerne mit ihren CEOs. In ihrer Popularität als „frontmen“ stehen die Seniorpastoren der größten Megakirchen prominenten Politikern, Schauspielern oder Popstars in nichts nach; und auch bei den kleineren Megakirchen erstreckt sich die Bekanntheit ihrer Pastoren immerhin auf die regionale und lokale Ebene. Dieser Effekt wird durch die starke Präsenz der Megakirchen in TV, Radio, Printmedien und Internet verstärkt. In diesem von Bildern geprägten Kontext „the pastor can become the visible symbol of and a potent

brand name for the church“ (Thumma und Travis 2007, S. 57; Twitchell 2004).¹⁸ Einige Megakirchen bauen ihren Seniorpastor gezielt zu einer Marke auf, um die Identität der Organisation zu stärken (Bartholomew 2006; Kinder 2010). In anderen Fällen vermarkten die Pastoren ihre Predigten und Schriften über eigens gegründete Firmen. Manche verzichten sogar auf ihr Pastorengeloh und leben nur von ihren Einnahmen aus Büchern und öffentlichen Auftritten.

Somit gehört Medientauglichkeit, gutes Aussehen, Redegewandtheit etc., auch in kleineren Megakirchen zu den zentralen Persönlichkeitsmerkmalen des Seniorpastors. In kritischen Medienberichten werden Megakirchenpastoren daher oft als schillernde Charismatiker beschrieben, die mit ihrer Verführungskunst eine große Anhängerschaft um sich scharen (DIE ZEIT, 04.08.2005, Nr.32). Obgleich dieser Befund teilweise zutreffen mag, kann der Erfolg der Megakirche als spezifischer Organisationsform dadurch allein nicht erklärt werden. Damit eine Gemeinde eine Vielzahl von Anhängern über einzelne Events hinaus erfolgreich anziehen, dauerhaft einbinden und auf diesem Weg teilweise enorme Ressourcen mobilisieren kann, müssen zahlreiche weitere Bedingungen auf der organisatorischen Ebene erfüllt sein. In diesem Sinne zeichnen sich die Seniorpastoren oft durch ein starkes unternehmerisches Denken sowie ausgeprägte Managementqualitäten aus. Einer neueren Studie zufolge werden heute noch immer acht von zehn Megakirchen von ihren Gründern oder denjenigen Pastoren geleitet, unter denen ihr stärkstes Wachstum erfolgte (Thumma und Bird 2012, S. 11).

Dieser männliche Personenkreis ist im Durchschnitt 51 Jahre alt und damit etwas jünger sowie akademisch höher gebildet, nicht selten promoviert, als die Pastoren kleinerer Gemeinden. Fast alle Megakirchenpastoren haben eine wenigstens minimale theologische Ausbildung. Die Hälfte übernahm erst nach 1997 ihr Pastorenamt. Ergebnisse aus Fallstudien deuten darauf hin, dass ein großer Anteil der Pastoren bereits Gemeinden oder andere Organisationen gegründet hat, bevor sie zu ihren jetzigen Kirche stießen (Smith 2010, S. 176). Außerdem verfügten sie zu diesem Zeitpunkt zumeist über langjährige kirchliche Leitungserfahrungen (Thumma und Bird 2012, S. 11).

In der einschlägigen Gemeindegrowthliteratur werden dem Seniorpastor vor allem zwei Funktionen in der Gemeinde zugeschrieben (Thumma und Travis 2007, S. 62–69). An erster Stelle steht die Entwicklung einer überzeugenden Vision, im Sinne eines Organisationsleitbilds, das die spezifische Identität der Gemeinde beschreibt und zugleich den Rahmen für konkrete Ziele und Strategien absteckt. An zweiter Stelle wird vom Pastor erwartet, dass er mit seinen Predigten die Zuhörer begeistern kann. In den meisten Megakirchen zeichnen sich die Predigten, im Vergleich zu konventionellen Gemeinden, vor allem durch Einfachheit und Anschaulichkeit aus (Thumma und Travis 2007, S. 65). Der Erfolg des Seniorpastors bemisst sich letztendlich am Wachstum der Gemeinde: „The largest megachurches are viewed as the most successful“ (Martin 2007, S. 169). Wachstum ist ausschlaggebend für seine Reputation, seinen Status und sein Gehalt (Bird 2012). Dies deutet darauf hin, dass sich inzwischen ein relativ abgegrenztes Organisationsfeld von Megakirchen entwickelt hat, innerhalb dessen die einzelnen Gemeinden und ihr Leitungspersonal sich aneinander orientieren.

¹⁸ Dies wird nicht nur in der kirchenkritischen Öffentlichkeit, sondern auch im evangelikalen Lager immer wieder als Personenkult gebrandmarkt.

In Megakirchen mit Tausenden von Gottesdienstbesuchern und Hunderten von Kleingruppen haben die einfachen Gemeindeglieder oft kaum einen direkten Zugang zum Seniorpastor. Die praktische pastorale Arbeit liegt in der Hand von Co-Pastoren, welche die verschiedenen, oft von engagierten Laien geleiteten Dienste und Abteilungen der Gemeinde, wie Sonntagsschulen, Jugendarbeit, Seniorenarbeit, Mission, Musik, Soziales etc. betreuen und beaufsichtigen. Die durchschnittliche Megakirche kommt auf elf hauptberufliche und vier nebenberufliche Co-Pastoren (Thumma und Bird 2012, S. 11). Obgleich die meisten Co-Pastoren über eine theologische Ausbildung verfügen und nicht selten durch eine Denomination ordiniert wurden, handelt sich in einigen Fällen auch um Hauskarrieren von Personen, die als engagierte Laien in der Gemeinde angefangen haben (Bird 2007, S. 70). Die Kirchen profitieren von der besonderen „säkularen“ beruflichen Qualifikation dieses Personenkreises, etwa von betriebswirtschaftlichen Kenntnissen oder sozialpädagogischen Qualifikationen. Für die professionelle Verwaltung der Gemeinde stehen im Durchschnitt 33 hauptberufliche und 27 nebenberufliche Mitarbeiter zur Verfügung, wobei sich diese Zahl seit dem Jahr 2000 stetig vergrößert (Thumma und Bird 2012, S. 11).

Trotz der wachsenden Bedeutung des professionellen Mitarbeiterstabs liegt die Durchführung religiöser und sozialer Programme in den Megakirchen zumeist in der Hand eines Heeres von Freiwilligen als Träger „sekundärer Leistungsrollen“ (Stichweh 2005, S. 35; Volkman 2010; Kern 2011). Umfragen zufolge beteiligen sich 29% der Gottesdienstbesucher regelmäßig an Aktivitäten der Gemeinde (Thumma und Bird 2009, S. 7). Das Spektrum der Tätigkeiten reicht von der persönlichen Begrüßung neuer Besucher beim Gottesdienst bis zur Leitung von Kleingruppen. Die Aktivierung dieses freiwilligen Engagements ist für den Erfolg der Organisation somit von zentraler Bedeutung, weshalb die Kirchen einen wesentlichen Teil ihrer Ressourcen in die Mobilisierung ihrer Mitglieder investieren. Die Einbindung der Laien auf allen Ebenen der Produktion kirchlicher Dienstleistungen ist ein zentraler Faktor für die Erklärung des starken Gemeindegewachstums. Vor diesem Hintergrund deuten zahlreiche Studien darauf hin, dass das religiöse Engagement der Laien in den Megakirchen, trotz ihrer Größe, dem niedrighschwelligem Zugang und der vermeintlichen Anonymität, das Engagement in konventionellen Gemeinden teilweise übertrifft (Ruhr und Daniels 2012b). Miller (1997, S. 139) zufolge ist die Rolle der Laien in den Megakirchen noch stärker aufgewertet, als es im Protestantismus bereits üblicherweise, etwa im Vergleich zur katholischen Kirche, der Fall ist.

Der Übergang eines Teils der Gemeindeglieder vom religiösen Konsumenten zum hochengagierten Träger einer „sekundären Leistungsrolle“ ist für das Wachstum der Megakirche somit von zentraler Bedeutung. Oben wurden bereits die drei wesentlichen Stufen dargestellt, in denen sich die Anziehungskraft der Megakirchen entfaltet. In der Gemeindegrowthsliteratur liegen mittlerweile zahlreiche Studien vor, die sich mit den Stadien und Übergängen bei der „Assimilation“ (Segura-Guzman 2010) von Gemeindegliedern beschäftigen. Oft werden unterschiedliche Typologien von Gemeindegliedern entwickelt, an denen sich die Leitung der Gemeinde orientiert. Warren (1995, S. 307) unterscheidet in seiner Gemeinde vier Typen von Mitgliedern: 1) Gottesdienstbesucher, 2) Mitglieder, 3) engagierte Mitglieder und 4) Laien mit Führungsverantwortung. Die gesamte Organisationsstruktur ist darauf ausgerichtet, aus Gottesdienstbesuchern engagierte Laien zu machen. Bei möglichst vielen Gelegenheiten werden die Teilnehmer

gezielt zum Engagement und zur Innovation ermutigt. In der *Saddleback Church* werden die Übergänge von einem zum anderen Stadium zudem durch spezielle Kurse markiert, die den persönlichen Glauben vertiefen und das Gemeinschaftsbewusstsein, und damit die Bereitschaft zum Engagement stärken sollen: „They are contributors, not just consumers“ (Warren 1995, S. 309). Auf diese Weise bildet sich innerhalb der Organisation eine Prestigeordnung mit interessanten Aufstiegs- und Distinktionsmöglichkeiten heraus, von der ein starker Anreiz zum Engagement ausgeht (Martin 2007, S. 171).¹⁹

Insgesamt sorgen diese Personalstrukturen der Megakirchen dafür, dass durch die charismatischen Pastoren Personen angezogen werden, von denen ein Teil vor allem im Gottesdienst in Form einer schwachen Mitgliedschaft eingebunden wird. Ein weiterer, größerer Teil wird durch die Kleingruppenstruktur und die darin angelegten Karrierestufen sukzessiv in eine starke Mitgliedschaft eingebunden. Bei einem beträchtlichen Teil davon geht dies wiederum so weit, dass sie fortan, das Wirken des Pastors flankierend, in „sekundären Leistungsrollen“ als Kleingruppenleiter zur dauerhaften Einbindung anderer beitragen.

3.4 Gottesdienst

Das Wachstumsprogramm hat für die Organisation der Megakirchen vor allem zwei Funktionen. Erstens dient es als Maßstab für die kontinuierliche Evaluation und Gestaltung von Kommunikations- und Personalstrukturen. Diese Funktion kann es aber langfristig nur ausfüllen, wenn zweitens die Mitglieder und Sympathisanten von der Richtigkeit des Wachstumsprogramms überzeugt sind. Insofern hat es als zentraler kultureller Leitwert für die Organisationsstruktur eine wichtige Legitimationsfunktion, die in den Veranstaltungen der Gemeinde immer wieder bestätigt wird. Unter diesem Gesichtspunkt kommt religiösen „events“, wie Gottesdiensten oder Evangelisationskampagnen als kulturellen Verstärkern bestimmter Leitwerte und Ideen (Möllering 2011; Lechner und Boli 2005, S. 81–108), eine zentrale Bedeutung zu. Durch die kollektiven religiösen Erlebnisse im Rahmen dieser „events“ wird das Wachstumsprogramm der Megakirchen sakralisiert und zu einem zentralen Bestandteil ihrer Wirklichkeitsdefinition.

In diesem Kontext sind die Sonntagsgottesdienste die zentralen kommunikativen Ereignisse, bei denen sich die Mitglieder einer Megakirche „face-to-face“ begegnen. Bevor sich jemand einer Kleingruppe anschließt, besucht er die Gottesdienste; wie dargestellt gibt es auch eine große Anzahl von Personen, die sich auf eine solche schwächere Form der Mitgliedschaft beschränken. Neulinge werden größtenteils über Freunde, Arbeitskollegen oder Verwandte eingeladen (Thumma und Bird 2009, S. 15). Aufgrund der starken Medienpräsenz und des gezielten Marketings über Fernsehen und Internet ziehen aber gerade die großen Megakirchen immer wieder auch Personen an, die von sich aus kommen.

Unter Wachstumsgesichtspunkten wird fortwährend jedes Element des Gottesdienstes geprüft und so weit wie möglich den kulturellen Gewohnheiten und Bedürfnissen der Zielgruppe angepasst. Einen typischen Einblick bieten erneut die Ratschläge von Warren

¹⁹ Dies dürfte analog der Dynamik verlaufen, die Christian Stegbauer (2009, S. 75–96) für Nutzerkarrieren bei Wikipedia nachgezeichnet hat.

(Warren 1995, S. 251–277; Mellado 1999, S. 8–9) zur Gestaltung von Gottesdiensten. Das primäre Anliegen der Kirchenleiter solle demnach darin bestehen, die kulturellen Differenzen zwischen der Gemeinde und der Zielgruppe auf ein Minimum zu reduzieren. Das Motto lautet: „Create a service that is intentionally designed for your members to bring their friends to. And make the service so attractive, appealing, and relevant to the unchurched that your members are eager to share it with the lost people they care about“ (Warren 1995, S. 253).

Folgerichtig ist der gesamte Gottesdienst darauf ausgerichtet, dass vor allem neue Besucher sich wohlfühlen. Dies fängt bei der Reservierung von Parkplätzen für neue Gäste in der Nähe des Gottesdienstgebäudes an. Weitere Ratschläge betreffen die Bereitstellung ausreichender Parkplätze, einfach verständliche Parkleitsysteme, Begrüßungspersonal, Informationsstände und schriftliches Programmmaterial, das in verständlicher Sprache über den Ablauf des Gottesdienstes informiert. Außerdem werden helle und saubere Räumlichkeiten, Kaffee und Kuchen für Gespräche und ausreichende Kinderbetreuungsmöglichkeiten empfohlen. Zugleich wird vor jeder Form von Aufdringlichkeit gewarnt. Das Anonymitätsbedürfnis vieler neuer Gottesdienstbesucher solle umfassend respektiert werden. Dennoch versuchen die Gemeindeführungen zumindest die Kontaktdaten möglichst systematisch zu erfassen, um zügig auf neue Besucher zugehen zu können, falls diese dafür aufgeschlossen sind.

Viele Megakirchen veranstalten mehrere Gottesdienste zu unterschiedlichen Uhrzeiten, um der Zielgruppe Auswahlmöglichkeiten anzubieten und damit deren sonntägliche Abläufe möglichst wenig zu stören. Die Struktur des Gottesdienstes wird entsprechend den massenmedial erzeugten Entertainment-Gewohnheiten der meisten US-Amerikaner so getaktet, dass keine Langeweile bei den Besuchern aufkommt. An dieser Stelle greifen die Personal- und Kommunikationsstrukturen der Megakirchen ineinander. Wie bereits erwähnt, beschäftigt sich die Predigt aus religiöser Perspektive in einfach verständlicher Sprache mit den Belangen und Problemen der Zielgruppe. Die rhetorischen Fähigkeiten des Pastors sind an dieser Stelle entscheidend. Der Wachstumsgedanke tritt an diesem Punkt, komplementär zum quantitativen Wachstumsverständnis, als „spiritual growth“ in Erscheinung, also als qualitative Intensivierung des Glaubens.

In den gottesdienstlichen Kommunikationsstrukturen spielen moderne Unterhaltungs- und Kommunikationstechnologien eine zentrale Rolle. Der zeitgemäße und gefühlsbetonte Musik- und Gesangsstil gilt für den Erfolg des Gottesdienstes und damit für das Wachstum der Gemeinde als zentral: „Worship style is the strongest factor in initial attraction to a Megachurch“ (Thumma und Bird 2009, S. 15), noch vor der Reputation des Seniorpastors. Durch das gemeinsame Singen, Beten und Klatschen zu christlicher Country- und Popmusik erhöht sich die Empfänglichkeit für religiöse Erlebnisse (Kern 1997). Dieser Effekt wird durch die einfache Struktur von Texten und Melodien weiter verstärkt. Die Megakirchen nutzen diese Effekte, um eine religiös stimulierende Atmosphäre zu erzeugen. Der Gottesdienst in den Megakirchen stützt sich dabei auf moderne Sound-, Video- und Lichtsysteme. Eindrucksvolle Lichteffekte und Bildprojektionen auf riesigen Videoleinwänden verstärken diese Wirkung. Megakirchen nutzen häufiger als andere Gemeinden in den USA moderne Musikinstrumente wie Gitarre oder Schlagzeug (Thumma und Travis 2007, S. 151). Die typische Beschreibung der Gottes-

dienste in Kategorien wie „joyful“, „inspiration“ oder „exciting“ belegt ebenfalls die zentrale Bedeutung des Ästhetischen und Affektiven.

Die Gestaltung des Gottesdienstes ist aber nicht nur instrumentell auf das Wachstum der Gemeinde bezogen, sondern deren Größe bildet auch eine Gelegenheitsstruktur für intensivere religiöse Erlebnisse. Von hier lässt sich erneut eine Verbindung zur Diskussion über „posttraditionale Gemeinschaften“ (Hitzler et al. 2008) und „Events“ (Gebhardt 2000, 2007) herstellen: Neben der thematischen Fokussierung, der strategischen Planung und dem gezielten Einsatz expressiver und ästhetischer Gestaltungsmittel ist die Teilnehmerzahl selbst eine wesentliche Komponente des kollektiven Erlebnisses (Gebhardt 2008, S. 202), da mit zunehmender Gruppengröße auch das Wir-Gefühl der Zugehörigkeit zu einer starken Gemeinschaft gefestigt wird. Dabei spielt weniger der sich aufdrängende kognitive Eindruck eine Rolle, dass so viele Gleichgesinnte sich nicht irren können; vielmehr ist es die reflexive Begeisterung, die aus dem unmittelbar erlebten emotionalen Gleichklang so Vieler erwächst.

4 Schluss

Wie im Vorangehenden deutlich wurde, ist die Megakirche mehr als nur eine Gemeinde mit über 2000 sonntäglichen Gottesdienstbesuchern. Auf der organisationssoziologischen Ebene wurde gezeigt, wie die Megakirchen über das Zusammenwirken spezifischer Programm-, Kommunikations- und Personalstrukturen ihre Anziehungs- und Bindungskraft entwickeln und so ihre wertrationale Wachstumsdoktrin kultivieren können. Dieses Organisationsmodell greift Komponenten der beiden herkömmlichen Modelle von Kirche einerseits, Sekten andererseits auf und kombiniert sie, indem sowohl eine schwache als auch eine starke Mitgliedschaft nicht nur zugelassen, sondern organisatorisch funktional für eine Wachstumsdynamik miteinander verknüpft werden. Dies stellt im Sinne Schumpeters (1942) eine eminente institutionelle Innovation dar, womit die Megakirchen als „schöpferische Zerstörer“ in der US-amerikanischen Landschaft der protestantischen Kirchen auftreten und starke Innovationsgewinne einstreichen. Dies geschieht teils auf Kosten etablierter Gemeinden, teils aber auch durch Anziehung zuvor kirchenferner Mitglieder.

In den USA beruht der Erfolg dieses Organisationsmodells somit auf spezifischen Randbedingungen, die es möglich gemacht haben, dass das Leitbild der Megakirche als ein religiös plausibles Angebot aufkommen konnte und zugleich bei hinreichend vielen Nachfragern auf eine wachsende Akzeptanz gestoßen ist. Einige dieser für die USA spezifischen Randbedingungen wurden im vorliegenden Artikel bereits benannt: hoher Wettbewerbsdruck innerhalb des kirchlichen Feldes, angetrieben durch einen starken Kongregationalismus, sowie eine weite Verbreitung des evangelikalen Denkens innerhalb des protestantischen Feldes und eine starke Akzeptanz konservativer Werteinstellungen in der Bevölkerung.

Ob diese Voraussetzungen an anderen Orten, wo sich die Megakirchen ebenfalls verbreitet haben, dieselben oder andere sind, bleibt ebenso in weiteren Studien zu klären wie die Frage, ob bislang fehlende Erfolgsvoraussetzungen für Megakirchen in Westeuropa und speziell Deutschland sich einstellen oder sogar gezielt geschaffen werden könnten.

Literatur

- Argyris, Chris, und Donald Schön. 1996. *Organizational learning II. Theory, method, and practice*. Reading: Addison-Wesley.
- Bartholomew, Richard. 2006. Publishing, celebrity, and the globalisation of conservative protestantism. *Journal of Contemporary Religion* 21:1–13.
- Berger, Peter A. 1979. *The heretical imperative: Contemporary possibilities of religious affirmation*. New York: Anchor Books.
- Bird, Warren. 2007. *Megachurches as spectator religion: Using social network theory and free-rider theory to understand the spiritual vitality of America's largest-attendance churches*. Unveröffentlichte Dissertation, Fordham University.
- Bird, Warren. 2012. 2012 – Large church salary report. Research trends from leadership network leadership network, Dallas. http://leadnet.org/docs/2012_Large_Church_Salary_Report.pdf (Zugegriffen: 10. Dez. 2012).
- Chaves, Mark. 2006. All creatures great and small: Megachurches in context. *Review of Religious Research* 47:329–346.
- Chaves, Mark. 2011. *American religion: Contemporary trends*. Princeton: Princeton University Press.
- Coser, Lewis A. 1974. *Greedy institutions. Patterns of undivided commitment*. New York: Free.
- Dahrendorf, Ralf. 1979. *Lebenschancen. Anläufe zur sozialen und politischen Theorie*. Frankfurt a. M.: Suhrkamp.
- Dougherty, Kevin D., und Andrew L. Whitehead. 2011. A place to belong: Small group involvement in religious congregations. *Sociology of Religion* 72:91–111.
- Ellingson, Stephen. 2007. *The megachurch and the mainline: Remaking religious tradition in the twenty-first century*. Chicago: University of Chicago Press.
- Ellingson, Stephen. 2010. New research on megachurches. Non-denominational and sectarianism. In *The new Blackwell companion to the sociology of religion*, Hrsg. Bryan S. Turner, 247–252. Oxford: Wiley-Blackwell.
- Gebhardt, Winfried, Hrsg. 2000. *Events: Soziologie des Außergewöhnlichen*. Opladen: Leske und Budrich.
- Gebhardt, Winfried, Hrsg. 2007. *Megaparty Glaubensfest: Weltjugendtag: Erlebnis – Medien – Organisation*. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.
- Gebhardt, Winfried. 2008. Gemeinschaften ohne Gemeinschaft. Über situative Event-Vergemeinschaftungen. In *Posttraditionale Gemeinschaften. Theoretische und ethnografische Erkundungen*, Hrsg. Anne Honer Ronald Hitzler und Michaela Pfadenhauer, 202–213. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.
- Goffman, Erving. 1972. *Asyle: Über die soziale Situation psychiatrischer Patienten und anderer Insassen*. Frankfurt a. M.: Suhrkamp.
- Hahn, Alois. 1983. Konsensfiktionen in Kleingruppen. Dargestellt am Beispiel von jungen Ehen. In *Gruppensoziologie*, Hrsg. Friedhelm Neidhardt, 210–232. Opladen: Westdeutscher.
- Hitzler, Ronald, Anne Honer und Pfadenhauer, Michaela, Hrsg. 2008. *Posttraditionale Gemeinschaften: Theoretische und ethnografische Erkundungen*. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.
- Hitzler, Ronald, Thomas Bucher und Arne Niederbacher. 2001. *Leben in Szenen. Formen jugendlicher Vergemeinschaftung heute*. Opladen: Leske + Budrich.
- Iannaccone, Laurence R. 1988. A formal model of church and sect. *The American Journal of Sociology* 94:241–268.
- Iannaccone, Laurence R. 1994. Why strict churches are strong. *American Journal of Sociology* 99:1180–1211.
- Kern, Thomas. 1997. *Zeichen und Wunder. Enthusiastische Glaubensformen in der modernen Gesellschaft*. Frankfurt a. M.: Peter Lang.

- Kern, Thomas. 2001. Das andere Wachstumswunder: Protestantische Kirchen in Südkorea. *Zeitschrift für Soziologie* 30:341–361.
- Kern, Thomas. 2002. Mega-Kirchen in Südkorea. Eine Fallstudie am Beispiel der Yoido Full Gospel Church. In *Korea 2002. Politik, Wirtschaft, Gesellschaft*, Hrsg. Patrick Köllner, 165–196. Hamburg: Institut für Asienkunde.
- Kern, Thomas. 2011. Differenzierung als kreativer Prozess: Die Herausbildung von Rollen in Publikumsnetzwerken. In *Soziale Differenzierung: Erkenntnisgewinne handlungs- und system-theoretischer Zugänge*, Hrsg. Jens Greve Thomas Schwinn und Clemens Kroneberg, 285–304. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.
- Kinder, Glenn Paul. 2010. *Consumers in the pews: Exploring the relationship between consumption experience and emotional brand attachment in a megachurch context*. Dissertation, Capella University.
- Kirchheimer, Otto. 1965. Der Wandel des westeuropäischen Parteiensystems. *Politische Vierteljahresschrift* 6:4–21.
- Knoblauch, Hubert. 1999. *Religionssoziologie*. Berlin: Walter de Gruyter.
- Kühl, Stefan. 2011. *Organisationen: Eine sehr kurze Einführung*. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.
- Kwon, Kang-Dong. 1997. The structure and functions of cell group ministry in a Korean christian church. *Journal for the Scientific Study of Religion* 36:247–256.
- Lechner, Frank J., und John Boli. 2005. *World culture. Origins and consequences*. Malden: Wiley-Blackwell.
- Luckmann, Thomas. 1991. *Die unsichtbare Religion*. Frankfurt a. M.: Suhrkamp.
- Luhmann, Niklas. 1972. Die Organisierbarkeit von Religionen und Kirchen. In *Religion im Umbruch*, Hrsg. Jakob Wössner, 245–285. Stuttgart: Enke.
- Luhmann, Niklas. 1975. Allgemeine Theorie organisierter Sozialsysteme. In *Soziologische Aufklärung 2. Aufsätze zur Theorie der Gesellschaft*, Hrsg. Niklas Luhmann, 39–50. Opladen: Westdeutscher.
- Luhmann, Niklas. 1976. *Funktionen und Folgen formaler Organisation*. Berlin: Duncker & Humblot.
- Luhmann, Niklas. 1982. *Funktion der Religion*. Frankfurt a. M.: Suhrkamp.
- Luhmann, Niklas. 1984. *Soziale Systeme. Grundriss einer allgemeinen Theorie*. Frankfurt a. M.: Suhrkamp.
- Luhmann, Niklas. 2000. *Organisation und Entscheidung*. Opladen: Westdeutscher Verlag.
- Madsen, Richard. 2009. The archipelago of faith: Religious individualism and faith community in America today. *American Journal of Sociology* 114:1263–1301.
- Martin, Nancy J. 2007. *Small groups in big churches*. Dissertation, The University of Arizona.
- McGavran, Donald A. 1957. *The bridges of god*. London: World Dominion.
- McGavran, Donald A. 1990. *Understanding church growth*. Grand Rapids: Eerdmans.
- Meier, Frank, und Uwe Schimank. 2012. *Organisation und Organisationsgesellschaft*. Hagen: FernUniversität.
- Mellado, James. 1999. *Willow Creek Community Church*. Boston: Harvard Business School.
- Müller, Donald Earl. 1997. *Reinventing American protestantism: Christianity in the new millenium*. Berkeley: University of California Press.
- Möllering, Guido. 2011. Umweltbeeinflussung durch Events? Institutionalisiertungsarbeit und feldkonfigurierende Veranstaltungen in organisationalen Feldern. *Zeitschrift für betriebswirtschaftliche Forschung* 63:458–484.
- Patterson, Charmayne E. 2007. *Give us this day our daily bread: The African American Megachurch and prosperity theology*. Atlanta: Georgia State University (Thesis).
- Pew Forum. 2008. U.S. Religious landscape survey. Religious affiliation: Diverse and dynamic. The Pew forum on religion & public life, Washington, D.C. <http://religions.pewforum.org/pdf/report-religious-landscape-study-full.pdf> (Zugegriffen: 14. Nov. 2012).

- Pew Forum. 2012. „Nones“ on the rise: One-in-five adults have no religious affiliation. Pew forum on religion & public life, Washington, D.C. http://www.pewforum.org/uploadedFiles/Topics/Religious_Affiliation/Unaffiliated/NonesOnTheRise-full.pdf (Zugegriffen: 14. Nov. 2012).
- Pickel, Gert. 2011. *Religionssoziologie: Eine Einführung in zentrale Themenbereiche*. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.
- Pritchard, Greg A. 1997. *Willow Creek – Die Kirche der Zukunft?* Bielefeld: CLV Christliche Literatur-Verbreitung e. V.
- Pruisken, Insa, und Janina Coronel. 2014. Megakirchen: Managerialisierung im religiösen Feld? In *Sozialformen der Religionen im Wandel*, Hrsg. Patrick Heiser Christian Kurrat und Christian Ludwig. Wiesbaden: Springer VS. (im Erscheinen).
- Pollack, Detlef. 2003. *Säkularisierung – ein moderner Mythos? Studien zum religiösen Wandel in Deutschland*. Tübingen: Mohr Siebeck.
- Putnam, Robert D. 2000. *Bowling alone. The collapse and revival of American community*. New York: Simon & Schuster.
- Reckwitz, Andreas. 2006. *Das hybride Subjekt. Eine Theorie der Subjektkulturen von der bürgerlichen Moderne zur Postmoderne*. Weilerswist: Velbrück.
- Riesebrodt, Martin. 1990. *Fundamentalismus als patriarchalische Protestbewegung*. Tübingen: J.C.B. Mohr.
- Roberts, Keith A., und David Yamane. 2011. *Religion in sociological perspective*. Los Angeles: Sage.
- Roof, Wade C. 2000. Spiritual seeking in the United States: Report on a panel study. *Archives de Sciences Sociales des Religions* 45:49–66.
- Roof, Wade C. 2001. *Spiritual marketplace: Baby boomers and the remaking of American religion*. Princeton: Princeton University Press.
- Ruhr, Marc von der, und Joseph P. Daniels. 2012a. Subsidizing religious participation through groups: A model of the „Megachurch“ Strategy for growth. *Review of Religious Research* 53:471–491.
- Ruhr, Marc von der, und Joseph P. Daniels. 2012b. Examining megachurch growth: Free riding, fit, and faith. *International Journal of Social Economics* 39:357–372.
- Schumpeter, Joseph. 1942. *Capitalism, socialism and democracy*. New York: Harper & Row.
- Segura-Guzman, Osias. 2010. *Asimilacion: A study of Costa Rican newcomers in their search for a church, and the church's response to them*. Dissertation, Asbury Theological Seminary.
- Smith, Sheila Strobel. 2010. *Complexities of pastoral change and transition in the megachurches of the Baptist general conference, evangelical Lutheran church in America, and Presbyterian church (USA)*. Dissertation, St. Paul: Luther Seminary.
- Stegbauer, Christian. 2009. *Wikipedia: Das Rätsel der Kooperation*. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.
- Stichweh, Rudolf. 2005. *Inklusion und Exklusion. Studien zur Gesellschaftstheorie*. Bielefeld: Transcript.
- Taylor, Charles. 2009. *Ein säkulares Zeitalter*. Frankfurt a. Main: Suhrkamp.
- Thumma, Scott, und Dave Travis. 2007. *Beyond megachurch myths. What we can learn from America's largest churches*. San Francisco: John Wiley & Sons.
- Thumma, Scott, und Warren Bird. 2009. Not who you think they are: The real story of people who attend America's megachurches. Leadership Network & Hartford Seminary, Dallas & Hartford. <http://hrr.hartsem.edu/megachurch/National%20Survey%20of%20Megachurch%20Attendees%20-final.pdf> (Zugegriffen: 24. Nov. 2012).
- Thumma, Scott, und Warren Bird. 2012. A new decade of megachurches: 2011 profile of large attendance churches in the United States. Leadership Network & Hartford Seminary, Dallas & Hartford. <http://hrr.hartsem.edu/megachurch/megachurch-2011-summary-report.htm> (Zugegriffen: 23. Nov. 2012).
- Troeltsch, Ernst. 1912. *Die Soziallehren der christlichen Kirchen und Gruppen*. Tübingen: Mohr.

- Turner, Ralph H. 1976. The real self: From institution to impulse. *The American Journal of Sociology* 81:989–1016.
- Twitchell, James B. 2004. *Branded nation: The marketing of megachurch, college inc., and museumworld*. New York: Simon and Schuster.
- Volkman, Ute. 2010. Sekundäre Leistungsrolle: Eine differenzierungstheoretische Einordnung des Prosumenten am Beispiel des Leser-Reporters. In *Prosumer revisited. Zur Aktualität einer Debatte*, Hrsg. Birgit Blättel-Mink, und Kai-Uwe Hellmann, 206–220. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.
- Wagner, C. Peter. 1998. *Your church can grow*. Eugene: Wipf and Stock.
- Wagner, C. Peter. 1999. *Churchquake: How the new apostolic reformation is shaking up the church as we know it*. Ventura: A Division of Gospel Light.
- Warren, Rick. 1995. *Purpose driven church. Every church is big in god's eyes*. Grand Rapids: Zondervan.
- Weber, Max. 1972. *Wirtschaft und Gesellschaft*. Tübingen: J.C.B. Mohr.
- Weber, Max. 1986. *Gesammelte Aufsätze zur Religionssoziologie*. Tübingen: J.C.B. Mohr.
- Wheeler, Meredith Edward. 2008. *The leadership succession process in megachurches*. Dissertation, Philadelphia: Temple University.
- Wollschleger, Jason, und Jeremy Porter. 2011. A ‚WalMartization‘ of religion? The ecological impact of megachurches on the local and extra-local religious. *Economy* 53:279–299.
- Wuthnow, Robert. 1988. *The restructuring of American religion: Society and faith since World War II*. New Jersey: Princeton University Press.
- Wuthnow, Robert. 1994. *Sharing the journey: Support groups and America's new quest for community*. New York: Free.
- Wuthnow, Robert. 1998. *After heaven: Spirituality in America since the 1950s*. Berkeley: University of California Press.

Thomas Kern, 1968, Prof. Dr., Institut für Soziologie, Technische Universität Chemnitz. Forschungsgebiete: Soziologische Theorie, politische Soziologie, Kultur- und Religionssoziologie. Veröffentlichungen: Translating global values into national contexts: The rise of environmentalism in South Korea. *International Sociology* 25, 2010. Differenzierung als kreativer Prozess: Die Herausbildung von Rollen in Publikumsnetzwerken. In: Schwinn, Thomas, Jens Greve und Clemens Kroneberg (Hrsg.), *Soziale Differenzierung: Erkenntnisgewinne handlungs- und systemtheoretischer Zugänge*. Wiesbaden 2011.

Uwe Schimank, 1955, Prof. Dr., Institut für Soziologie, Universität Bremen. Forschungsgebiete: Soziologische Theorie, Theorie moderner Gesellschaften, Organisations- und Wissenschaftsforschung. Veröffentlichungen: Gesellschaft. Bielefeld 2013. Kapitalistische Gesellschaft – eine differenzierungstheoretische Perspektive, in: Dörre, Klaus, Dieter Sauer und Volker Wittke (Hrsg.), *Kapitalismustheorie und Arbeit – Neue Ansätze soziologischer Kritik*. Frankfurt a. M. 2012. Gesellschaftliche Differenzierungsdynamiken – ein Fünf-Fronten-Kampf. In: Schwinn, Thomas, Clemens Kroneberg und Jens Greve (Hrsg.), *Soziale Differenzierung – Handlungstheoretische Zugänge in der Diskussion*. Wiesbaden 2011.