

Titel/Title: Die religiöse Gemeinde als organisationaler Akteur. Das Wachstum der „Megakirchen“ in den USA

Autor*innen/Author(s): Thomas Kern, Insa Pruisken und Uwe Schimank

Veröffentlichungsversion/Published version: Postprint

Publikationsform/Type of publication: Artikel/Aufsatz

Empfohlene Zitierung/Recommended citation:

Kern, T., Pruisken, I., & Uwe Schimank (2022): Die religiöse Gemeinde als organisationaler Akteur: Das Wachstum der „Megakirchen“ in den USA. Soziale Welt 73(3), 487-515. DOI 10.5771/0038-6073-2022-3-485

Verfügbar unter/Available at:

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

doi.org/10.5771/0038-6073-2022-3-485

Zusätzliche Informationen/Additional information:

Thomas Kern, Universität Bremen, E-Mail: thomas.kern@uni-bremen.de
Insa Pruisken, Universität Bremen, E-Mail: pruisken@uni-bremen.de
Uwe Schimank, Universität Bremen, E-Mail: uwe.schimank@uni-bremen.de

Thomas Kern*, Insa Pruiskens** und Uwe Schimank***

Die religiöse Gemeinde als organisationaler Akteur

Das Wachstum der „Megakirchen“ in den USA****

Zusammenfassung: Der Beitrag führt das Größenwachstum der Megakirchen in den USA auf eine neuartige Verzahnung zwischen Gesellschafts-, Organisations- und Interaktionsebene zurück. Auf der Grundlage eines Vergleiches von vier US-amerikanischen Gemeinden – davon drei Megakirchen – identifizieren wir vier von den Gemeindeleitungen strategisch eingesetzte Wirkkräfte des Wachstums: Die ersten beiden Wirkkräfte beschreiben unspezifische Bedingungen für Wachstum, die sich auf die Akteurwerdung der Gemeinden beziehen und insofern auch für andere Organisationen gelten. (1) Mit der Umstellung auf Zweckprogrammierung lösen sich die Megakirchen von der Denomination. Konditionalprogramme werden zunehmend durch Zweckprogramme ersetzt (oder ergänzt). (2) Organisationsstrukturen werden auf der Basis von präferenzbasierten Standards evaluiert. Die Angebote der Gemeinden werden auf diese Weise – über Denominationsgrenzen hinweg – vergleichbar gemacht. Die weiteren beiden Wirkkräfte sind spezifische Bedingungen für das Wachstum der Megakirchen: (3) Wachsende Gemeinden bilden an ihrer Peripherie eine breite Zone der populären Kultur aus. Durch organisierte Events werden so viele Personen wie möglich in die Gemeinde integriert. (4) Der Modus der Einbindung von Mitgliedern verschiebt sich von der Identifikation mit der Denomination auf das Angebot einer Vielzahl an Leistungen zur Förderung der persönlichen Spiritualität. Über Angebote zur methodischen Selbstperfektionierung wachsen die Mitglieder aber nicht nur spirituell, sondern werden systematisch immer stärker in die Organisation eingebunden.

Stichworte: Megakirchen; Organisationswachstum; Akteurwerdung; Popularisierung; Standards

* Thomas Kern, Universität Bremen, Mary-Somerville-Straße 5, 28359 Bremen, E-Mail: thomas.kern@uni-bremen.de.

** Insa Pruiskens, Universität Bremen, Mary-Somerville-Straße 5, 28359 Bremen, E-Mail: pruiskens@uni-bremen.de.

*** Uwe Schimank, Universität Bremen, Mary-Somerville-Straße 5, 28359 Bremen, E-Mail: uwe.schimank@uni-bremen.de.

**** Wir danken den Herausgeber*innen sowie den Gutachter*innen für die hilfreichen Überarbeitungsvorschläge. Zudem danken wir der Deutschen Forschungsgemeinschaft für die Förderung des Projektes im Rahmen einer Sachbeihilfe.

The Religious Congregation as an Organizational Actor: The Growth of Megachurches in the US

Abstract: This contribution attributes the growth of megachurches in the US to a new configuration in the relationship between the three levels of society, organization, and interaction. Based on a comparison between four US-American congregations – three of them are megachurches – we identify four mechanisms that are strategically implemented by congregational leaders: The first two mechanisms describe unspecific conditions for growth that are related to the transformation into organizational actors and apply to other organizations as well. (1) With the transition to goal programming, megachurches loosen their bonds with the denomination. (2) Organizational structures are evaluated based on preference-based standards. In this way, the religious goods and services of congregations are made comparable beyond denominational boundaries. The other two mechanisms refer to specific conditions for the growth of megachurches: (3) Around the strict religious core of their organizational center, growing congregations establish a broad zone of popular culture. Through organized events, as many people as possible are integrated into the activities of the congregation. (4) The inclusion of members into the congregation is increasingly based on a large number of religious goods and services that promote the development of personal spirituality. Through offers that allow the methodical perfecting of the self, members do not only grow spiritually, but they are also systematically involved in activities of the organization.

Keywords: Megachurches; Organizational Growth; Actorhood; Popularization; Standards

1 Einleitung

Das Konzept der Organisationsgesellschaft verweist darauf, dass sich in modernen Gesellschaften ein großer Teil des sozialen Lebens in Organisationen, zwischen Organisationen sowie zwischen Organisationen und den Individuen um sie herum abspielt. Dieser Sachverhalt ist in vielen Hinsichten folgenreich für die Beteiligten und die Gesellschaft (Schimank 2005). Die nahezu allgegenwärtige Präsenz von Organisationen – so die Behauptung – macht für die Qualität des sozialen Lebens einen erheblichen Unterschied.

Der Weg der Moderne in die Organisationsgesellschaft hat sich über einen langen Zeitraum hingezogen und variierte in seiner Dauer, seinen Ausprägungen und Verlaufsformen zwischen den verschiedenen gesellschaftlichen Sphären beträchtlich. Dabei gilt bis heute, dass Organisation nicht gleich Organisation ist – anders als dies eine verfälschende Lesart von Max Webers (1980: 126ff.) Idealtypus „bürokratischer Herrschaft“ suggeriert. Ein erheblicher Teil der Organisationsforschung hat

nach dem Zweiten Weltkrieg immer wieder den empirischen Beweis erbracht, dass die Ausprägungen von Organisationsförmigkeit stark variieren und dass dies u.a. von der Größe, dem Alter, der Technologie organisationaler Leistungsproduktion, der Umweltbeschaffenheit und dem Organisationstypus abhängt (resümierend Mayntz 2018). Ein junges Start-up ist anders organisiert als ein hundert Jahre alter Großkonzern, ein Krankenhaus anders als eine Verwaltungsbehörde, eine politische Partei in Deutschland anders als in den USA, Interessenorganisationen anders als Arbeitsorganisationen (Schimank 2003).

Die Organisationsgesellschaft konvergiert also keineswegs in allen gesellschaftlichen Sphären und überall auf der Welt in Webers Bürokratie. Mehr noch: Auch für bestimmte Arten von Organisationen in bestimmten Settings gilt nicht, dass sie irgendwann einmal eine ultimative Gestalt annehmen und sich fortan nicht mehr ändern. Daher stellt sich immer wieder aufs Neue die Frage, „inwiefern neue Organisationsformen – und somit Organisationsunterschiede – einen Unterschied für die Gesellschaft machen“ (Arnold/Hasse/Mormann 2021: 5). Auf dieser Linie wenden wir uns hier einem bemerkenswerten Phänomen zu, das in einer organisationssoziologisch kaum betrachteten gesellschaftlichen Sphäre zu beobachten ist: Es geht um die Ausbreitung der Megakirchen in den USA seit den 1970er Jahren (Kern/Pruisken 2020).¹ Megakirchen sind protestantische Kirchengemeinden, deren regelmäßige Teilnehmer*innenzahl an den Gottesdiensten oft schnell bislang selten erreichte Größenordnungen erreicht. Üblicherweise wird von mindestens 2.000 Besucher*innen an einem Wochenende ausgegangen.

Genauso augenfällig wie dieses quantitative Merkmal ist ein qualitatives: Die Organisationsform der Megakirchen unterscheidet sich in vielen Aspekten stark von der traditionellen protestantischen Kirchengemeinde (Kern/Schimank 2013).² Dahinter steht nicht nur der altbekannte und wenig überraschende Sachverhalt, dass größere Organisationen in der Regel stärker formalisierte Strukturen ausbilden als kleinere (Hall/Johnson/Haas 1967). Viele Beobachter*innen des Phänomens vermuten vielmehr einen kausalen Wirkungszusammenhang derart, dass das Größenwachstum der Megakirchen gerade auf ihre besondere Organisationsform zurückgeht, die *intentional* auf die Verwirklichung religiös legitimierter Wachstumsziele ausgerichtet ist. Wie genau das Größenwachstum mit der Organisationsform verbunden ist, wurde bislang allerdings nicht überzeugend ausbuchstabiert. Unsere These hierzu, in Anlehnung an Niklas Luhmanns (2014) Konzept der Differenzierung von Ebenen sozialer Ordnung formuliert, lautet: Das „Erfolgsrezept“, auf dem das gezielt

1 Die ersten Megakirchen entstanden als Ergebnis von Missionierungsaktivitäten US-amerikanischer protestantischer Kirchen im Nachkriegs-Südkorea und wurden dann von dort in die USA re-importiert. Auch in Lateinamerika und Afrika haben sich die Megakirchen ausgebreitet (Kern 2005).

2 Wichtige Vorläufer für die Entstehung der Megakirchen waren beispielsweise die professionell organisierten evangelikalen Erweckungsveranstaltungen vor allem in den USA, die tausende Besucher*innen anzogen und zur Bekehrung motivierten.

herbeigeführte Größenwachstum der Megakirchen beruht, besteht darin, dass sie auf der Organisationsebene eine neuartige Verzahnung von Gesellschafts- und Interaktionsebene etablieren. Auf diese Weise entwickeln sich Megakirchen – ähnlich wie Organisationen in anderen gesellschaftlichen Sphären – zu organisationalen Akteuren, die ihr Wachstum gezielt selbst gestalten können.

Im Anschluss an einen Überblick über den Forschungsstand zum Wachstum der protestantischen Megakirchen stellen wir zunächst ein theoretisches Konzept religiöser Organisationen vor, welches diese in der christlich geprägten, westlichen Kultur als Vermittlungsebene zwischen religiösen Interaktionen auf der einen Seite und der ausdifferenzierten gesellschaftlichen Wertsphäre der Religion auf der anderen Seite begreift. Mit diesem Konzept wenden wir uns auf der Grundlage qualitativer Fallstudien den US-amerikanischen Megakirchen zu. Uns interessiert dabei nicht, warum Megakirchen wachsen *wollen*, sondern – gesetzt, sie haben dieses Ziel – die Frage: Wie *können* sie es erreichen? Es sind vielerlei Wachstumsmotive denkbar, die sich auf einem Spektrum zwischen theologischen Erwägungen und persönlichen Eigeninteressen der Protagonisten bewegen können. Für manche signalisiert massenhafte Attraktivität die Richtigkeit der eigenen Glaubensinhalte gerade im Vergleich; andere wollen als Pastor*innen religiöse „Popstars“ werden; und es sind viele Mischungsverhältnisse beider Motive sowie noch weitere denkbar. Dies erklärt allerdings nicht, dass und wie diese erfolgversprechend realisiert werden können. Deshalb stellen wir hier die „Könnensfrage“ nach den Bedingungen der Möglichkeit des Größenwachstums von Megakirchen.

2 Kirchenwachstum: bisherige Erklärungsangebote

Trotz ihrer wachsenden gesellschaftlichen, politischen und religiösen Bedeutung (Chaves 2017) – vor allem in den USA, aber auch in vielen Ländern Lateinamerikas, Afrikas und Asiens – hat sich die soziologische und religionswissenschaftliche Forschung mit dem Phänomen der Megakirchen bislang nur am Rande beschäftigt. Für das außergewöhnliche Wachstum ihrer Teilnehmer*innenzahlen stehen hauptsächlich zwei Erklärungsangebote zur Verfügung.

(1) Für den *religionsökonomischen Ansatz* ist die Lösung der Wachstumsprobleme von religiösen Organisationen unter Wettbewerbsbedingungen an die Mobilisierung der dafür erforderlichen Ressourcen gekoppelt. Im Zentrum steht die Annahme, dass sich religiöses Handeln an den gleichen Rationalitätskriterien orientiert wie ökonomisches Handeln (Stark/Bainbridge 1980; Finke/Stark 1992). Das Wachstum einer religiösen Organisation ist demgemäß vor allem von der Zeit und dem Geld abhängig, das die Gläubigen in sie investieren (Iannaccone/Olson/Stark 1995: 706). Daraus wird abgeleitet, dass eine religiöse Gemeinschaft stärker wächst als andere, wenn es ihr gelingt, ihren Mitgliedern einen höheren „Einsatz“ abzuverlangen, sie also „strenger“ sind. Die Lösung des sogenannten „Trittbrettfahrerproblems“ spielt dabei eine Schlüsselrolle: Je besser es gelingt, den Anteil religiöser

„Trittbrettfahrer“ zu minimieren, die von den Leistungen einer Gemeinde profitieren, ohne einen signifikanten Eigenbeitrag zu leisten, desto mehr Ressourcen lassen sich mobilisieren und desto stärker wächst die Organisation (Iannaccone 1994). Entsprechend wird gerade für den evangelikalischen Protestantismus, der in den USA für den konservativen Flügel steht (Kern/Pruisken 2017a), ein Mitgliederzuwachs prognostiziert, da in „strengerem“ Gemeinschaften die Eintrittsbarrieren für religiöse Mitläufer*innen normalerweise höher sind.

Dieser Erklärungsansatz hat in der Religionssoziologie breite Anerkennung gefunden, wird mittlerweile aber selbst von einigen seiner Vertreter*innen in Frage gestellt, wenn es um die Megakirchen geht: Zum einen bezieht sich das klassische religionsökonomische Erklärungsmodell empirisch nicht auf einzelne Kirchengemeinden, sondern auf Denominationen. Denominations- und Gemeindegewachstum müssen aber nicht notwendig zusammenhängen.³ Zum anderen – und eigentlich entscheidend – zeichnen sich die Megakirchen gerade nicht durch jene besondere religiöse Strenge aus, die aus religionsökonomischer Perspektive postuliert wird. Das Gegenteil ist der Fall: Die Megakirchen gehören mehrheitlich eher zu den moderaten Vertretern des Evangelikalismus. Von der Ruhr und Daniels argumentieren dementsprechend, dass das „Business Model“ (Ruhr/Daniels 2012b: 476) der Megakirchen die Kosten religiöser Partizipation gerade nicht erhöhe, sondern reduziere, indem sie die Teilnahme am Gemeinschaftsleben mit säkularen Gütern wie Sport-, Freizeit- und Lebenshilfeangeboten etc. „subventionierten“ (Ruhr/Daniels 2012a; Ruhr/Daniels 2012b; Ruhr 2020). Jeder Anschein von „Strenge“ wird dabei vermieden, um möglichst niemanden abzuschrecken. Ist die Bindung an die Gemeinde aber erst einmal hergestellt, indem sich die Neumitglieder etwa einer Kleingruppe anschließen (Kern/Schimank 2013: 298ff.), werden sie fortwährend ermutigt, sich mit Zeit und Geld in den Dienst der Gemeinde und ihres Wachstums zu stellen: So werden die für Wachstum erforderlichen Ressourcen mobilisiert, ohne Barrieren der „religiösen Strenge“ gegen „Trittbrettfahrer“ zu errichten. Der religionsökonomische Ansatz bietet somit zwar eine theoretisch plausible Erklärung für Kirchenwachstum – die aber auf Megakirchen empirisch nicht zutrifft. Diese Fehleinschätzung geht nicht zuletzt darauf zurück, dass die religionsökonomische Perspektive der besonderen Organisationsform der Megakirchen kaum Beachtung schenkt.

Während der religionsökonomische Ansatz die Lösung des Trittbrettfahrerproblems in den Mittelpunkt stellt, beschäftigt sich der (2) *kulturelle Ansatz* mit der Frage, *warum* die Megakirchen im Vergleich zu anderen religiösen Anbietern für ein breites Publikum attraktiver sind. Es wird argumentiert, dass die Megakirchen wachsen, weil sie ihre Programme besser am Geschmack moderner religiöser Konsument*innen ausrichten, die zunehmend wählerisch abwägen „which options might

3 Denominationen können auch durch die Neugründung vieler kleiner Kirchengemeinden (*church planting*) wachsen (Roozen/Hadaway 1993).

best serve their interests“ (Roof 2001: 13). Megakirchen wachsen demnach, weil ihre Angebote besser zu den religiösen Präferenzen der Gläubigen passen (Ellingson 2013). So sieht etwa Miller (1998: 206) gerade hier den Grund dafür, dass die Megakirchen das kirchenferne Publikum erfolgreicher adressieren als konventionelle Kirchengemeinden (vgl. auch Hunt 2020: 8).

Trotz der verschiedenen Nuancen innerhalb des kulturellen Ansatzes sind sich die meisten Studien einig, dass der Schlüssel zur Erklärung des Megakirchenwachstums in der besonderen Mobilisierungswirkung der Gottesdienste liegt (Wollschleger 2012; Wellman/Corcoran/Stockly 2020). Die Gläubigen partizipieren am religiösen Leben der Megakirchen insbesondere aufgrund der im Gottesdienst erzeugten hohen „emotionalen Energie“ (Collins 2014, vgl. auch Kern/Schimank 2013: 303ff.). Einige Studien stützen sich dabei auf Collins' Theorie der Erfolgsbedingungen von Interaktionsritualen (Collins 2014). Collins nennt vier Bedingungen: körperliche Anwesenheit, Grenzen nach Außen, wechselseitige Aufmerksamkeit und geteilte Emotionen (Collins 2014: 48). In der Folge ist zu erwarten, dass von Kirchengemeinden, die im Gottesdienst eine hohe emotionale Energie produzieren, eine größere Anziehungskraft ausgeht.

Ähnlich gelagerte Studien im deutschsprachigen Raum rücken die „Eventisierung“ von religiösen Festivals und Ereignissen in den Mittelpunkt (Gebhardt 2018). Events sind definiert als „systematisch geplante“ und „monothematisch fokussierte“ (Gebhardt 2018: 597-598) Aktivitäten, die den Beteiligten Zugänge zu emotionalen Erlebnismöglichkeiten eröffnen und soziale Bindungen erleichtern. Obwohl Events als *geplante* Interaktionsrituale eine Möglichkeit bieten würden, die Organisationsebene des Geschehens genauer in den Blick zu nehmen, wird die Rolle der Organisation innerhalb des kulturellen Ansatzes aber nicht systematisch analysiert. Die Produktion emotionaler Energie in Gottesdiensten ist an technische und personelle Bedingungen gebunden, die durch eine darauf ausgerichtete Organisation geplant und bereitgestellt werden müssen. Die Anforderungen an die Leistungen dieser Organisation wachsen dabei in dem Maße, in dem sich die Teilnehmer*innenzahl an Interaktionsritualen vergrößert.

Aus unserer Sicht fehlt es sowohl im religionsökonomischen als auch im kulturellen Ansatz an einer hinreichenden *organisationssoziologischen* Perspektive, die uns den Schlüssel für eine adäquate Erklärung des Wachstums der Megakirchen in die Hand gibt, wie wir im Weiteren darlegen wollen.

3 Ein neues Erklärungsangebot: Organisation als mittlere Ebene sozialer Ordnungsbildung

Für Niklas Luhmann (1975) ist der Übergang zur funktional differenzierten, modernen Gesellschaft mit einer vertikalen Differenzierung der Ebenen des Sozialen (Interaktion, Organisation, Gesellschaft) verbunden. Die soziale Ordnung archaischer, segmentär differenzierter Gesellschaften war hochgradig interaktions-

verhaftet, weshalb ihre Größe stark beschränkt war. Aber auch stratifikatorisch differenzierte Hochkulturen bis hin zum europäischen Mittelalter funktionierten noch in beträchtlichem Maße als „Vergesellschaftung unter Anwesenden“ (Schlögl 2014: 39). Das soziale Geschehen, insbesondere wenn es um wichtige Ereignisse ging, war im Hier und Jetzt räumlich und zeitlich lokalisiert. Wichtiges musste interaktiv zelebriert werden, um sich gesellschaftlich einzuprägen. Durch die wachsende räumliche Mobilität sowie weiter gespannte zeitliche Horizonte des Vergangenen und Zukünftigen wurde die enge Bindung von Raum und Zeit jedoch zunehmend aufgebrochen. Einen wesentlichen Anstoß gab die Erfindung neuer Verbreitungsmedien wie die Schrift und der Buchdruck (Luhmann 1997: 202ff.).

Wir übernehmen von Luhmann zwar die Vorstellung der Drei-Ebenen-Differenzierung des Sozialen, verbinden diese aber nicht mit Typen sozialer Systeme, sondern sozialer Ordnungen im handlungstheoretischen Sinne – bei deren näherer Charakterisierung wir wiederum auf einige Hinweise Luhmanns zurückgreifen können. Wir schließen dabei an eigene Arbeiten an, die Luhmanns Systemtheorie mit der Akteursperspektive verbinden (Schimank 1985, 1988). Mit dem Übergang zur funktional differenzierten Moderne veränderte sich die Beziehung zwischen der Gesellschafts- und Interaktionsebene in zwei Hinsichten entscheidend:⁴

- Beide Ebenen sozialer Ordnung traten zunehmend auseinander. Auf der Gesellschaftsebene differenzierten sich verschiedene Teilsysteme bzw. Wertsphären wie Wissenschaft, Kunst, Religion, Politik, Wirtschaft etc. gegeneinander aus. Das soziale Geschehen in den meisten dieser Sphären vollzieht sich heute in hohem Maße jenseits von Face-To-Face-Begegnungen; auch hervorstechende Ereignisse müssen nicht mehr unbedingt lokal in Kopräsenz stattfinden. Mit diesem gesellschaftlichen Funktionsverlust der Interaktion korrespondieren jedoch neue Möglichkeiten der funktionalen Spezialisierung, insbesondere der Kultivierung von Intimbeziehungen und anderen Formen von Geselligkeit etwa in Vereinen oder Freizeiteinrichtungen sowie – uns im Weiteren beschäftigend – von religiösen Gemeinschaftserlebnissen.
- Zwischen Gesellschafts- und Interaktionsebene schob sich – in vielfältigen Varianten und als neue Ebene des Sozialen – die formale Organisation. Dabei handelt es sich in einzelnen Elementen um eine durchaus ältere, spezifisch moderne Art sozialer Ordnung, die von Talcott Parsons (1964: 347ff.) als „evolutionary universal“ betrachtet und von Max Weber (1980: 124ff.) in der Gestalt „bürokratischer Herrschaft“ ausgearbeitet worden ist. Diese Ebene hat die Moderne nachhaltig geprägt – Organisationen fungieren demnach nicht nur als handlungsprägende soziale Struktur, sondern auch als handlungsfähige korporative Akteure (Meyer/Jepperson 2000).

⁴ Ein im systemtheoretischen Rahmen durchdachtes Verständnis dieser Ebenendifferenzierung skizziert Petzke (2013: 140ff.), woran wir aber handlungstheoretisch nicht anschließen können.

Wie stellt sich diese moderne Ebenendifferenzierung in der Sphäre der Religion dar – genauer: im US-amerikanischen Protestantismus? Und wie haben die Megakirchen, von ihrem Wachstumsziel angetrieben, die bisherige Ebenendifferenzierung umgestaltet? Die Religion gehört – wie etwa auch die Bildung, der Sport, das Gesundheitswesen und vor allem die Intimbeziehungen – zu denjenigen gesellschaftlichen Sphären, deren Leistungsproduktion im „people processing“ (Hasenfeld 1972) besteht, die also weiterhin stark interaktionsverhaftet sind. Wenn am Körper und an der Psyche von Menschen gearbeitet wird, bleibt dies vielfach auf Interaktionen zwischen den Beteiligten angewiesen. Beispiele sind Lehrer*innen und Schüler*innen, sportliche Wettkämpfer*innen oder Liebespaare. Selbst wenn in der Bildung beispielsweise – wie es mit Corona pandemiebedingt geschah – auf digitales Lehren umgestellt wird, sind sich die Betroffenen der Grenzen und Verluste schmerzlich bewusst, die mit dem Fehlen von körperlicher Anwesenheit einhergehen. Ganz ähnlich sind auch Transzendenzerfahrungen in religiösen Gemeinschaften in vielen Hinsichten auf das Face-To-Face-Zelebrieren der Mitglieder vor allem in Gottesdiensten und anderen Ritualen angewiesen.

Mit Blick auf die Ebenendifferenzierung repräsentieren Rituale (insbesondere Gottesdienste) als *Interaktions-Gemeinschaften* die eine konstitutive Seite von Religion als sozialem Geschehen (Durkheim 2007). Die andere konstitutive Seite bilden Glaubensgemeinschaften als „*imagined communities*“ auf der Gesellschaftsebene.⁵ Die Sphäre der Religion ist dabei segmentär in verschiedene Glaubensgemeinschaften – Christentum, Judentum, Islam, Hinduismus etc. – mit je eigenen Deutungs- und Erwartungsstrukturen in Gestalt von Dogmen, Verhaltensvorschriften und Ritualen differenziert. Um „*imagined communities*“ handelt es sich, weil die Größenordnung und räumliche Verteilung von Glaubensgemeinschaften es nicht zulässt, dass alle Mitglieder einander persönlich kennen und jede mit jedem in Kontakt steht – ganz zu schweigen davon, dass sämtliche Mitglieder regelmäßig oder auch nur einmalig gleichzeitig an einem Ort zusammenkommen könnten. Mit Blick auf das Christentum gilt diese Einschränkung nicht nur für die katholische „Weltkirche“, sondern auch für die sehr viel kleineren und teilweise regional konzentrierten protestantischen Denominationen (Niebuhr 1957). Dennoch gibt es ein starkes „Wir-Gefühl“ zwischen den Mitgliedern, eine auf gemeinsamen Glaubensüberzeugungen und -erfahrungen beruhende kollektive Identität (Giesen 1999).

Über lokalspezifische naturreligiöse Kulte hinausreichende Religionen haben zu allen Zeiten diese beiden Ebenen sozialer Ordnung – die Interaktions-Gemeinschaft der Ritualteilnehmer*innen und die vorgestellte gesellschaftliche Gemeinschaft der „Glaubensbrüder“ (Weber 1980: 351) – miteinander verbunden. Jede Gläubige und jeder Gläubige besitzen stets eine ‚Doppel-Teilhabe‘ an beiden Ebenen religiöser Ordnung – im einen Fall durch Anwesenheit, im anderen durch ein

5 Wir übernehmen hier ein Konzept, das Anderson (2006) für den modernen Nationalstaat ausgearbeitet hat.

„Wir-Gefühl“. Dazwischen haben sich im modernen Christentum, vorbereitet durch eine allmähliche Proto-Organisierung der Katholischen Kirche im Mittelalter, mal stärker und mal schwächer ausgeprägt, formale Organisationen herausgebildet, in denen Teilhabe durch Mitgliedschaft konstituiert wird (Luhmann 1964: 39). Der uns interessierende US-amerikanische Protestantismus kennt vor allem zwei Organisationsebenen: die Kirchengemeinde und die verbandsförmige Organisation der Denomination wie die für unsere empirischen Fälle relevante *Southern Baptist Convention*. Zwischen diesen beiden Organisationsebenen besteht eine funktionale Arbeitsteilung: Während im Zentrum der Kirchengemeinde die Interaktionsrituale der lokalen Gottesdienstgemeinschaft stehen, organisiert die Denomination – als eine durch „Ressourcenzusammenlegung“ (Coleman 1974) gebildete „Interessenorganisation“ (Schimank 2003: 32ff.) – die übergreifende Gemeinschaft aller Gläubigen.

Die Verbindung beider Aktivitäten des Organisierens innerhalb des US-amerikanischen Protestantismus kann man sich als einen verbandlich geregelten Prozess der Leistungsproduktion in der Kirchengemeinde vorstellen. Zum einen bedarf die Gottesdienstgemeinschaft als regelmäßiges handelndes Zusammenwirken umso mehr einer dauerhaften Organisation durch die Kirchengemeinde, je höher die Teilnehmer*innenzahl ist. Zum anderen repräsentiert die Denomination als Verband die „imagined community“ aller, die denselben Glauben teilen. Der Verband fungiert so als Sprecher religiöser Autorität, der den Zugang zu Heilsgütern kontrolliert (Weber 1980: 29). Damit definiert die Denomination die theologischen Leitplanken, innerhalb derer die von der Kirchengemeinde organisierten Rituale der Gottesdienstgemeinschaft stattfinden.⁶ Die Denomination reguliert so als „Meta-Organisation“ (Ahrne/Brunsson 2008) die ihr angehörenden lokalen Gemeinden, die dann in den Gottesdienstgemeinschaften interaktiv die spezifisch religiöse „emotionale Energie“ (Collins 2014) produzieren, was wiederum die „imagined community“ reproduziert. In dieser organisationalen Doppelstruktur werden im US-amerikanischen Protestantismus Religion als gesellschaftliche Sphäre und interaktive religiöse Erfahrung miteinander verzahnt.

Das bisherige Arrangement zwischen Gottesdienstgemeinschaft, Kirchengemeinde und Denominationen als „Meta-Organisation“ (Ahrne und Brunsson 2008) einerseits und „imagined community“ andererseits gestaltet sich wie folgt: Die Gottesdienst-Gemeinschaft wird durch Anwesenheit (Interaktion) konstituiert und vollzieht die Rituale. Zugleich prägt die religiöse Gemeinschaft der Denomination – hier: als „imagined community“ – mehr oder weniger stark den Vollzug der Rituale. Gleichzeitig ist die Denomination aber auch eine „Meta-Organisation“, die wesentlich Einfluss nimmt auf die Mobilisierung und Verteilung von Ressourcen (Chaves

6 Wie Chaves (1993) betont, mobilisiert die Denomination zudem die notwendigen Ressourcen, um übergreifende Aufgaben zu koordinieren, die alle Gemeinden betreffen und welche die Möglichkeiten einer lokalen Kirchengemeinde normalerweise überschreiten.

1993). Die Kirchengemeinde, als Untereinheit dieser „Meta-Organisation“, ist ebenfalls primär für die Mobilisierung und Verteilung von Ressourcen zuständig: Hier werden Personal- und Finanzentscheidungen getroffen sowie Seelsorge, Kinderprogramme und Gottesdienste *organisiert*. Der Denominationsverband beeinflusst diese Entscheidungen in unterschiedlichem Maße. Chaves (1993) spricht auf der Ebene der Denominationen von einer „dual structure“ und verweist damit auf die enge Verschränkung von „Meta-Organisation“ und „religiöser Gemeinschaft“.

Dieses bisherige Arrangement wird durch die Ausbreitung und das Wachstum der Megakirchen jedoch zunehmend in Frage gestellt. Im Verhältnis zu konventionellen Kirchengemeinden verfügen die Megakirchen als lokale Organisationen über weit größere Spielräume bei der Gestaltung ihrer Aktivitäten. Generell gilt, dass die Relevanz der Denominationen in den USA in den vergangenen Jahrzehnten stark abgenommen hat (Chaves 2017; Warner 1994; Wuthnow 1988). Der Anteil der „unabhängigen“ Gemeinden, die keine Bindung an eine Denomination haben, liegt mittlerweile schon bei etwa einem Viertel (Chaves 2017: 60). Unter den Megakirchen ist dieser Anteil noch höher: Einer neuen Studie zufolge bezeichnen sich 40 Prozent von ihnen als unabhängig (Bird/Thumma 2021: 3).⁷ Die größere Autonomie der Megakirchen gegenüber der Denomination als „Meta-Organisation“ zeigt sich darin, dass sich selbst dann, wenn Megakirchen einer Denomination angehören, bei der Gestaltung der Gottesdienste selbst kaum noch Hinweise auf die denominationale Tradition finden lassen. Von einer Regulierung der Kirchengemeinde als Organisation durch die „Meta-Organisation“ kann daher in vielen Hinsichten nicht mehr die Rede sein. Aufgrund der teilweise enormen Ressourcen, die den Megakirchen zur Verfügung stehen, sind sie mit wachsender Größe auch immer weniger auf Unterstützung durch eine Denomination angewiesen.⁸ Wie im Folgenden deutlich wird, lassen sich die wachsenden Autonomiespielräume der Megakirchen als intentionale Bewegung hin zur „organizational actorhood“ (Meyer/Jepperson 2000) interpretieren: Die einzelne Kirchengemeinde löst sich organisational von der Denomination als „Meta-Organisation“ ab. Auf genau diesem Vorgang beruht das enorme Mitgliederwachstum der Megakirchen. Die Denomination als Verband verliert dabei stark an Bedeutung und auch die Glaubensgemeinschaft wird für einen erheblichen Teil der Teilnehmenden lokal reproduziert (vgl. Abbildung 1), wie noch gezeigt wird: vor allem in der „Peripherie“ der Gemeinde (vgl. Kap. 4.3). Man könnte daher von einer Wiederkehr der „Vergesellschaftung unter

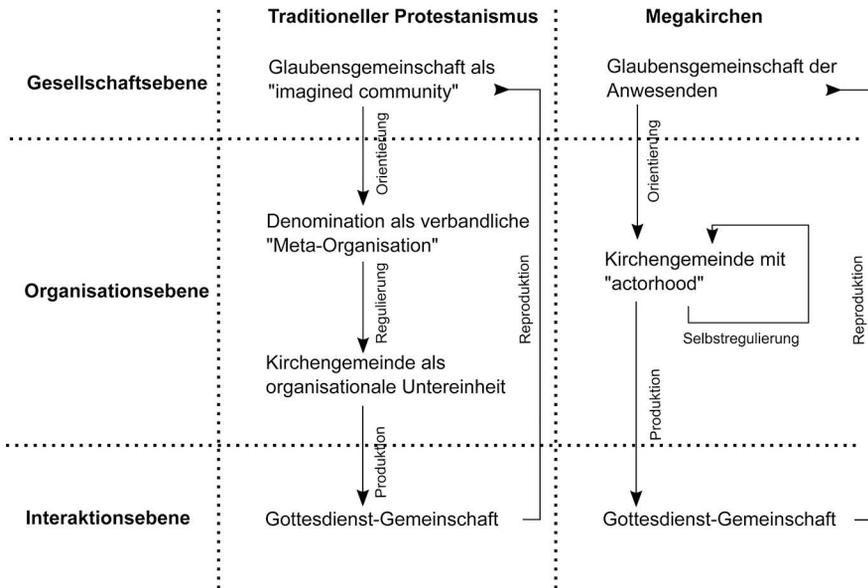
7 15 Prozent gehören zudem der *Southern Baptist Convention* und 5 Prozent den pfingstlerischen *Assemblies of God* an, die beide ihren Gemeinden traditionell eine sehr hohe Autonomie einräumen (<http://hrr.hartsem.edu/megachurch/summary-data-2020-megachurches.pdf>, aufgerufen am 13.06.21).

8 „The biggest 1 percent of Protestant churches ... contain approximately 20 percent of all the people, money, and staff“ (Chaves 2017: 70).

Anwesenden“ (Schlögl 2014: 39) sprechen, wobei dies heutzutage – wenn auch in abgeschwächter Form – auch digitale Präsenz sein kann.⁹

Der bis hierher entwickelte theoretische Bezugsrahmen, der die nun anschließende Interpretation unserer empirischen Fälle anleitet, ist in der folgenden Abbildung zusammengefasst:

Abbildung 1: Theoretischer Bezugsrahmen



Quelle: Eigene Darstellung.

4 Empirische Basis: Fallstudien von Megakirchen

Das empirische Material, auf dem die folgende Analyse beruht, wurde im Rahmen einer qualitativ-vergleichenden Untersuchung von vier unterschiedlich großen evangelikalen Gemeinden aus einer Metropolregion im Süden der USA erhoben. Im Rahmen eines sechswöchigen Forschungsaufenthaltes im Jahr 2013 wurden in jeder Gemeinde zwölf bis zwanzig Interviews mit dem Leitungspersonal und Mitarbeiter*innen durchgeführt, Veranstaltungen besucht und Dokumente gesammelt (vgl. auch Kern/Pruisken 2017b; Kern/Pruisken 2020; Pruisken/Loebell/Monowski/Kern 2021). Alle 70 Interviews wurden transkribiert und kodiert.

⁹ Inwiefern die Digitalisierung das religiöse Leben verändert, kann hier nicht abschließend beantwortet werden. Hier wäre noch weitere Forschung nötig.

Die folgende Tabelle bietet einen Überblick über die vier Gemeinden.

Tabelle 1: Übersicht über die vier ausgewählten Gemeinden

| Attribute | Konventionelle Gemeinde | Megakirchen | | |
|----------------------------------|----------------------------|-------------|-----------|----------------------|
| | 1 | 2 | 3 | 4 |
| Denomination | Baptisten | Baptisten | Baptisten | Ohne Denomination |
| Gründungsjahr | 1903 | 1962 | 1841 | 1993 |
| Mitarbeiter*innen | 26 | 49 | 168 | 47 |
| Budget (Mio. \$) | 1,5 | 8 | 20,4 | 5,4 |
| Teilnehmer*innenzahl | ca. 500 | ca. 1.800 | ca. 5.000 | ca. 2.800 |
| Wachstum seit 1992 ¹⁰ | Schrumpfend | schwach | Mittel | stark |

Quelle: Eigene Darstellung.

5 Gemeindegewachstum durch Organisation: vier Wirkkräfte

Obwohl traditionelle protestantische Kirchengemeinden in den USA immer noch von mehr Personen wöchentlich besucht werden als evangelische Gemeinden in Deutschland, stehen auch erstere vor erheblichen Problemen der Mitgliederfluktuation, des Mitgliederrückzugs oder -schwunds in einer sich wandelnden sozialen und kulturellen Umwelt. Immer weniger Personen besuchen regelmäßig den Gottesdienst oder sie sind gelangweilt und wenden sich ab. Die Regulierung der Gemeinden durch die Denominationen läuft dadurch oft ins Leere. Megakirchen beheben diese Schwäche, indem sie auf eine neue Art der Gottesdienstgemeinschaft umstellen. Voraussetzung dafür ist die Erweiterung von Handlungsspielräumen durch eine vergrößerte Autonomie der Gemeinde gegenüber der „Meta-Organisation“. Da Denominationen formal ‚von unten‘ gebildete Interessenorganisationen sind, gibt es – anders als in der katholischen Kirche – eine einfache Exit-Option: Die Gemeinden können entweder ganz denominationslos werden oder es von vornherein sein, oder sie können die Regulierungen durch die Denominationen für sich zurückweisen. Die so sich auftuende Regulierungslücke erfordert, ermöglicht aber auch, eine weitgehende Selbst-Regulierung durch die Gemeindeleitung.

Im Folgenden arbeiten wir vier Wirkkräfte heraus, derer sich die Gemeindeleitungen im Rahmen dieser ergriffenen Selbstregulierung strategisch bedienen, um ihre Wachstumsziele zu verfolgen. Bei den ersten beiden Wirkkräften – Zweckprogrammierung und Standardisierung – handelt es sich um unspezifische Bedingungen, die nicht nur für Megakirchen gelten, sondern auch für andere Organisationen wie Unternehmen, Behörden, Parteien oder Universitäten (Brunsson/Sahlin-Andersson 2000). Sie sind außerdem nicht nur für die Realisierung von Wachstumszielen rele-

¹⁰ Die qualitative Einschätzung des Wachstums seit 1992 basiert auf Daten, die von den Gemeinden zur Verfügung gestellt wurden.

vant, sondern auch für andere mögliche Zwecke, die eine Organisation sich setzen könnte. Die weiteren Wirkkräfte – Popularisierung und Angebote zur Selbstperfektionierung – beschreiben hingegen spezifische Wachstumsstrategien, mit denen sich Megakirchen an den religiösen Wandel in den USA anpassen.

5.1 Zweckprogrammierung

In modernen Gesellschaften wird von Organisationen erwartet, dass sie ihre eigenen Ziele definieren „as opposed to centrally imposed tasks or assigned societal functions“ (Krücken/Meier 2006: 248; Meier 2009). Viele Kirchengemeinden sind hingegen bis heute nur als Untereinheiten ihrer Denomination mit zugewiesenen breit definierten Aufgaben wie Gottesdienst, christliche Erziehung, Missionsarbeit, Diakonie etc. einzustufen (Warner 1994: 63f.), die kaum eigenständig definierte Ziele verfolgen. Bei diesen Aufgaben handelt es sich um „nontangible goals“ (Demerath III/Schmitt 1998: 392), die sich im herkömmlichen Verständnis nur schwer operationalisieren, gezielt umsetzen und hinsichtlich der Zielerreichung messen lassen. Die Bereitstellung kollektiver Gemeinschaftserfahrungen – was oft als Hauptfunktion der Gemeinde angesehen wird – wird dann in die Kategorie der „Zustände, die wesentlich Nebenprodukte sind“ (Elster 1987) eingeordnet und gilt nicht als gezielt verfolgbarer Organisationszweck.

Die Verwandlung der Gemeinde von einer organisationalen Untereinheit der Denomination in einen selbstbestimmt handelnden, rationalen Akteur setzt vor diesem Hintergrund die Definition eines übergreifenden Organisationszwecks voraus, an dem sie ihre kollektiven Aktivitäten strategisch ausrichtet (Krücken/Meier 2006: 241). Eine solche Selbstermächtigung zur „Planungsautorität“ (Hwang 2006: 85) beruht auf dem Glauben, dass sich gewollter Wandel durch die strategische Anwendung von Wissen erreichen lässt (Hwang 2006: 70). Ziel ist es, eine lernende Organisation zu werden, die sich systematisch reflektiert, ihre Standards fortlaufend überprüft und ihre wichtigsten Ziele in einen Handlungsplan übersetzt. Ergebnis dieses Prozesses ist ein selbst entschiedenes Zweckprogramm (Luhmann 1984), in dem die spezifischen Ziele der Gemeinde – etwa Wachstumsziele für den Sonntagsgottesdienst – festgelegt sind.

Diese Zweckprogramme sind prinzipiell zukunfts- und ergebnisorientiert. Ihr Gegenteil sind Konditionalprogramme, die festlegen, was zu tun ist, wenn eine Organisation einen bestimmten Impuls aus der sozialen Umwelt registriert (Kühl 2011: 103), in religiösen Organisationen etwa die Sakramente: Diese benennen kein Ziel des Handelns, sondern schreiben ein abzuarbeitendes Ritual vor, wenn eine bestimmte biografische Situation wie Geburt, Beginn des Erwachsenenalters, Heirat, Krankheit oder Tod eintritt. Die Rituale selbst haben einen selbstzweckhaften Eigenwert und dienen keinem über sie hinausweisenden weiteren Organisationszweck. Konditionalprogramme sind also reaktiv, arbeiten bereits bekannte ‚Standardsituationen‘ ab, während Zweckprogramme zukunftsbezogen Neues ins Auge

fassen lassen. Durch Konditionalprogramme vermag die Organisation nicht zu lernen und sich an die Umwelt anzupassen, durch Zweckprogramme hingegen schon.

Die nachfolgenden Befunde sprechen dafür, dass in den großen Megakirchen die Konditional- gegenüber der Zweckprogrammierung in den Hintergrund tritt. Konditionalprogramme bleiben – wie in jeder Organisation – unerlässlich, werden aber nun als Mittel zum Zweck verstanden, also selbst definierten Zielsetzungen der Gemeinde untergeordnet. Dass die Ziele selbst definiert sind, heißt im Umkehrschluss, dass die enge Kopplung der Gemeinde an Vorgaben der „Meta-Organisation“ der Denomination entscheidend gelockert wird. Die Rückbindung der Gemeinde an die religiöse Wertesphäre wird dabei weiterhin durch die theologische Legitimation der Zwecke (Missionsauftrag, spirituelles Wachstum etc.) gewährleistet.

Für die Megakirchen hat sich dabei vor allem, wie wir noch genauer zeigen, das Wachstum als zentrales Kriterium für religiösen Erfolg etabliert. Dieses Erfolgskriterium trägt zugleich religiösen und organisationalen Anforderungen Rechnung: Theologisch lässt sich Teilnehmer*innenwachstum als Erfüllung des biblischen Missionsbefehls deuten, organisatorisch handelt es sich um einen objektiv messbaren Erfolgsindikator.

These 1: Wachsende Gemeinden verstehen ihre religiösen Praktiken immer weniger als abzuarbeitende Konditionalprogramme, sondern als Mittel, mit denen selbst definierte Zwecke realisiert werden sollen.

Die Analyse der vier Gemeinden deutet darauf hin, dass die beiden größeren Megakirchen sich Zweckprogramme zur strategischen Ausrichtung gegeben haben – mit einer Orientierung an Wachstum als zentralem Hebel. Die beiden kleineren Gemeinden zeigen sich an diesem Punkt wesentlich wachstumsskeptischer. Für die Pastor*innen und Mitarbeiter*innen der kleinsten Gemeinde 1 spielt die kulturelle Identifikation mit der Denomination und die Einordnung in die Denomination als „Meta-Organisation“ weiterhin eine zentrale Rolle. Zwar hat die Gemeinde einen Leitbildprozess durchlaufen, dabei jedoch hauptsächlich Ziele formuliert, die nicht über das traditionelle Verständnis einer baptistischen Gemeinde hinausgehen. Gegenüber dem Wachstumsziel positioniert sie sich zudem kritisch. Eine ähnlich skeptische Einstellung gegenüber Wachstum als Organisationsziel findet sich auch bei den Mitarbeiter*innen aus Gemeinde 2. Aus ihrer Perspektive sollte quantitatives Wachstum an sich kein Ziel sein. Der Senior Pastor sagt:

„Growth in a church can be intoxicating. I mean, it can be exhilarating“ (Interview 211).

Die beiden größeren Megakirchen (Gemeinden 3 und 4) haben hingegen eine klare Wachstumsvision für ihre Organisation entwickelt. In der Gemeinde 3 besteht die zentrale Aufgabe des Senior Pastors darin, eine strategische Langzeitvision dafür zu entwickeln. Auf die Frage, wo er die Gemeinde in zehn Jahren sieht, antwortet dieser:

„It would be wonderful to have 5.000 outside these doors worshipping as well. That would double our impact and we'd reach 10.000 people which would be awesome” (Interview 310).

Wachstum als Zweckprogramm enthält dabei eine quantitative und eine qualitative (spirituelle) Dimension. Die Gemeinde will nicht nur neue Mitglieder anziehen, sondern ebenso einen Einfluss auf deren spirituelle Entwicklung ausüben. Am stärksten dem Wachstumsziel verpflichtet ist die jüngste und in letzter Zeit am schnellsten gewachsene Gemeinde 4. Ein Mitarbeiter drückt dies wie folgt aus:

„We felt that God has given us responsibility for a geography of people to reach for Jesus. We want every man, woman, and child to this geography, to have the opportunity to hear the gospel and to be invited to a campus” (Interview 410).

Auf der Grundlage dieses übergeordneten Zweckprogramms leiten die Pastoren (Frauen werden in dieser Gemeinde nicht ordiniert) Teilziele ab und übertragen diese an ihre Teams, ohne genauer zu spezifizieren, wie diese im Einzelnen erreicht werden sollen. Im Sinne der strategischen Planung werden nur der Zeitrahmen und die Ziele vorgegeben. Dabei steht in beiden Megakirchen das religiöse Bildungs- und Erziehungsprogramm im Zentrum der strategischen Planung. Über religiöse Bildungsangebote werden neue Mitglieder angeworben, trainiert, für weitere Aufgaben qualifiziert und motiviert. In diesem Bereich werden zum einen immer neue ehrenamtliche Mitarbeiter*innen gebraucht, während zum anderen die Mitglieder durch Engagement stärker an die Gemeinde gebunden werden. Ohne einen kontinuierlichen Zuwachs an Personen, die Zeit und Geld investieren, ist Gemeindegewachstum – an diesem Punkt liegt der religionsökonomische Ansatz richtig – nicht möglich.

„Just as we grow, we know we're always going to need more leaders [...]. And so it's being prepared ahead of the curve to have people in place that are ready to lead and to be able to lead at a high level” (Interview 412).

5.2 Standardisierung

Während eine wachsende Kirchengemeinde durch die Formulierung eigener Zwecke vor allem gegenüber der Denomination als „Meta-Organisation“ ihre Autonomie vergrößert, wird sie mit der freiwilligen Anpassung an sich in der religiösen Sphäre verbreitende, allgemein anerkannte Standards gesellschaftlich rückgebunden. Die Vergleichbarkeit von Gütern und Produkten anhand von Standards ist ein zentrales Element der Wettbewerbs- und Marktlogik, die sich im religiösen Feld in den USA zunehmend durchsetzt (Kern/Pruiskien 2018; Pruiskien/Loebell/Monowski/Kern 2021). In der Wirtschaft dienen Standards potenziellen Konsument*innen und Wettbewerber*innen als Grundlage für die Definition und Bewertung von Qualitäten (Busch/Bingen 2006: 3). Während auf „profanen“ Märkten ein transparenter Wettbewerb ohne Qualitätsstandards nicht vorstellbar ist, gilt im Bereich der Religion normalerweise, dass religiöse Organisationen ihre „heiligen“ Lehren oder Rituale nicht einfach an wandelbaren Marktstandards oder Kundenpräferenzen messen lassen und gegebenenfalls an diese anzupassen bereit sind. Religiöse Heils-

güter entziehen sich vielmehr nach herkömmlicher Auffassung grundsätzlich dem objektivierenden Vergleich, wie sie in folgender Frage zum Ausdruck kommt: „How can we compare the value of being a Baptist or a Buddhist“ (Bruce 2011: 151)?

Traditionell orientieren religiöse Gemeinschaften sich daher an einer „logic of appropriateness“ (March/Olsen 2008). Ihre normativen Erwartungen an die Gläubigen sind enttäuschungsfest, halten also nicht zur Lernbereitschaft an (Luhmann 1984: 441ff.). Selbst wenn sich im Extremfall die Gläubigen wegen deren Normen von einer Religionsgemeinschaft abwenden, wie es beispielsweise viele Katholik*innen aufgrund der rigiden, von der katholischen Kirche gepredigten, Sexualmoral tun, werden diese Normen deswegen nicht in Frage gestellt. Die Dogmen und Lehren gelten vielmehr als „natural, rightful, expected, and legitimate“ (March/Olsen 2008: 689). Im Gegensatz dazu basieren Versuche der Verbesserung messbarer Qualität auf einer „logic of consequentiality“ (March/Olsen 2008). Sie sind nicht identitätskonstituierend, sondern orientieren Interessen; und wenn sie eine unzureichende Interessenrealisierung anzeigen, stimulieren sie eine Suche nach Alternativen zum Status quo (March/Olsen 2008: 691). In dieser Logik müssen sich nicht die Gläubigen ändern, sondern die Gemeinde muss sich Gedanken über Veränderungen machen, wenn sie nicht attraktiv genug ist.

Um als Signale für Veränderungsnotwendigkeiten wirken zu können, müssen Standards Vergleichbarkeit zwischen Akteuren herstellen; denn Qualität lässt sich selten absolut messen, und auch Zeitvergleiche desselben Akteurs sagen noch nicht viel aus: Ab wann ist ein Rückgang der Gottesdienstteilnehmenden ein Problem? Am aussagefähigsten sind daher nicht zeitliche, sondern soziale Vergleiche, insbesondere in kompetitiven Kontexten, und dafür werden solche Standards benötigt, die Märkte durch eine „legitimate [...] comparability“ (Timmermans/Epstein 2010: 75) homogenisieren. Standards sind dann besonders instruktiv, wenn sie eine mögliche Defizitdiagnose mit einer Standard-Therapie verknüpfen, also „best practices“ benennen, um einem Mitgliederschwund der Gemeinde entgegenwirken und, mehr noch, ein (quantitatives) Mitgliederwachstum erzielen zu können. So können die Orientierung an Standards und die Zweckprogrammierung ineinandergreifen.

Mit der Ausbreitung von allgemeinen Standards etwa für „attraktive“ Gottesdienste oder Bibelschulprogramme – die unabhängig davon funktionieren, welcher Denomination eine Gemeinde angehört oder welcher theologischen Orientierung sie folgt – ist zu erwarten, dass die Verbindlichkeit und normative Bindungskraft denominationaler Traditionen schwächer wird. Standards stärken so die Planungsautorität der einzelnen Gemeinde und fördern deren „Akteurwerdung“. Die Orientierung an Standards vergrößert aber nicht nur die Distanz zwischen Gemeinde und Denomination als „Meta-Organisation“, sondern ebenfalls zur Denomination als „imagined community“ geteilter normativer Erwartungen hinsichtlich des Erlösungsstrebens. Die Rückbindung an die religiöse Wertsphäre insgesamt wird aber auch weiterhin dadurch gewährleistet, dass sich immer mehr Gemeinden aus unterschiedli-

chen Traditionen bzw. denominationsunabhängige Gemeinden an den gleichen Standards innerhalb des protestantischen Feldes orientieren.

These 2: Wachsende Gemeinden habe eine starke Tendenz, ihre eigenen Strukturen und Praktiken auf der Basis von Vergleichbarkeit herstellenden Bewertungsstandards und „best practices“ zu beurteilen.

In den beiden kleineren Gemeinden unserer Studie dominiert die Skepsis gegenüber standardisierten und wachstumsorientierten Organisationsstrukturen. Sie betrachten ihre Gemeindeidentität als einzigartig und inkommensurabel. In Gemeinde 1 ist der Widerstand gegen eine Anpassung an die Präferenzen des religiösen Publikums besonders groß:

„Sometimes someone will come visit our church and say: 'Well, I'm looking for a church, but I don't think you're the right church for me.' And I would say: 'Well, tell me why.' And they'll say: 'Well, I hold these set of views that are much more progressive than we are.' Or, 'I hold these set of views that are much more conservative than we are.' Or, 'I like what you're saying, but I want a different style of music in worship.' And I will send people to those churches. [...] I'm not very competitive in the kingdom“ (Interview 110).

Auch der Pastor von Gemeinde 2 kritisiert den Wert von standardisierten „best practices“:

„A lot of churches tried and didn't do so well, you know? I think it's hard to replicate what's successful in another place. So, Chicago is Chicago [i.e., Willow Creek], it's not [this city]“ (Interview 207).

„A border plate project is when everything is standard and if you follow the procedures and you come out with a predetermined result. There's no such thing as that for church work. [...] No, there are a lot of interesting books on how somebody else did it. But I've discovered that there is no one source or any multiple sources that tells you how to do that“ (Interview 207).

Die beiden größeren Megakirchen gestalten ihre Gemeindestrukturen dagegen stärker auf der Grundlage standardisierter Modelle. Die Leiterin der Kindergottesdienste aus Gemeinde 4 beispielsweise beschreibt den Einfluss von einer der größten Megakirchen in den USA, der *Willow Creek Community Church*, auf ihre Gemeinde während der Gründungsphase:

„At the very beginning, Willow Creek [in Chicago] was kind of who we modeled after and we would go to their conferences and we can learn so much from them because they were so far ahead of us. [...] That was our model, you know. One day we're going to be like Willow Creek, you know“ (Interview 402).

„Indicators for gauging progress“ (Hwang/Suarez 2005: 73) rücken so ins Zentrum des organisationalen Entscheidens. Die Leitungen der beiden größeren Gemeinden überwachen und evaluieren den Fortschritt ihrer Aktivitäten kontinuierlich durch Wachstumsindikatoren. Ein Pastor der Gemeinde 3 erwähnt, dass das Leitungsteam seiner Gemeinde sich jeden Montag trifft, um die zurückliegende Woche zu besprechen. Die erste Frage lautet jedes Mal:

„What has God done yesterday in the Sunday services?“

Anschließend folgt eine Diskussion, die sich an einem „Dashboard“ orientiert

„that we update weekly, that gives like statistical matrices of things that we're looking at – offerings, attendance, decisions, web hits, that sort of thing“ (Interview 301).

Die Praxis des „Zählens“ und „Messens“ ist in Gemeinde 4 noch stärker ausgeprägt. Die Leitung evaluiert ihre religiösen Programme fortwährend im Hinblick auf „contextual relevance“ (Interview 411). Mit diesem Begriff wird die – im Folgenden noch anzusprechende – gezielte Ausrichtung an den Präferenzen des religiösen Publikums umschrieben. Reflektiert werden Besuchs- und Teilnehmezahlen, die Zahl der unterstützten Familien, das gespendete Geld, die Zahl der Ehrenamtlichen oder Taufen etc. Jedes Jahr werden diese Statistiken im Jahresbericht anschaulich aufbereitet und visualisiert.

In beiden großen Megakirchen spielt zudem die Entwicklung zur *multisite*-Gemeinde als weiteres Standard-Rezept für Kirchenwachstum eine zentrale Rolle im Organisationsprozess. Ziel des *multisite*-Konzepts ist es, eine Gemeinde mit mehreren Standorten (zumeist in einer Region) aufzubauen, wobei die Organisationsidentität der Hauptgemeinde alle anderen bestimmt. Viele *multisite*-Gemeinden übertragen die Predigt des Senior-Pastors, die am Hauptstandort gehalten wird, *live* zu den anderen Standorten. In den letzten drei Jahrzehnten wurde dieses Modell zu einem prägenden Leitbild für die meisten wachsenden Gemeinden:

„I think the driving force behind our multisite vision was to be able to reach neighborhoods in – let me say it like this: We are a regional church, so people will come from 50 miles, 80 miles to attend. So, [this city] is growing so fast that we [...] can't keep up with the number of people that are coming here. [...] So we need all the churches in [this city] to grow. One of the ways that we can grow is by using multisite because it's efficient. We're able to go out to where the people are“ (Interview 308).

Eine wichtige Rolle bei der Ausbreitung des *multisite*-Modells spielen auf Kirchengemeinden ausgerichtete Beratungsagenturen, deren Aufgabe darin besteht, Standardlösungen zu produzieren und ihre Umsetzung zu betreuen und zu überwachen:¹¹

„Multisite started about 25 years ago in its current form and so [...] there hasn't been, until very recently, data and studies and consultants to be able to really say: 'Okay. Here are the best practices for a multisite program.' And so, now that we've got a model, you can see my 'Ms' [i.e., multisite campuses] are [an] effective model that extends this ministry“ (Interview 308).

5.3 Popularisierung

Eine Gemeinde mit Wachstumszielen will so viele weitere Gemeindemitglieder gewinnen wie möglich. Für religiöse Organisationen folgt daraus, dass sie die Zugangsbarrieren für neue Mitglieder so stark wie möglich absenken sollten. Jede interessierte Person sollte teilnehmen können, unabhängig von ihren spezifischen

11 Diese auf Kirchengemeinden spezialisierten Organisationsberatungen beraten nicht nur bei dem *multisite*-Modell, sondern bieten Angebote in verschiedensten Bereichen.

kulturellen oder sozialen Merkmalen. Es gilt: Je mehr sich eine Gemeinde für verschiedene Gruppen öffnet, desto günstiger sind ihre Wachstumschancen. Damit steht die Gemeinde aber vor einem Dilemma: Auf der einen Seite sollten die Zugangsbarrieren niedrig sein, insbesondere für kirchenferne Personen. Auf der anderen Seite muss sich die Gemeinde – um ihre religiöse Identität zu bewahren – aber weiterhin von der säkularen Umwelt abgrenzen (Hinings/Raynard 2014). Weber (1980: 30) beschreibt dieses Dilemma in seiner berühmten Unterscheidung zwischen Kirche und Sekte.

Die Megakirchen lösen dieses Dilemma über eine organisationale Zentrum-Peripherie-Struktur, die Mitglieder und Teilnehmer*innen unterscheidet. Im Zentrum der Gemeinde befinden sich die engagierten Gläubigen mit einer hohen „religiösen Qualifikation“ (Weber 1980: 327). Sie haben einen formalen Mitgliedsstatus, ihre Teilhabe basiert also auf einer beiderseitigen Entscheidung des Individuums und der Organisation. Die Anforderung an das Engagement ist bei ihnen hoch, ebenso die soziale Kontrolle. In der Peripherie verwischen dagegen die Grenzen zur säkularen Umwelt, die religiöse Qualifikation ist niedriger und das Engagement eher geringer. In Bezug auf die Peripherie gestaltet sich die Megakirche somit als „partial organization“ (Ahrne/Brunsson 2011), die Mitgliedschaft suspendiert und auch die anderen Komponenten einer organisationalen sozialen Ordnung abschwächt: die Auferlegung hierarchischer Macht und insbesondere die Auferlegung von Regeln einschließlich einer Kontrolle ihrer Befolgung sowie Sanktionierung ihrer Nichtbefolgung.

Die für die dauerhafte Bindung der Peripherie genutzte Popularisierung der Religion zeichnet sich dadurch aus, dass die Grenzen des Religiösen zur säkularen Kultur überschritten werden (Knoblauch 2009). Um jene zu integrieren, die nur mehr oder weniger regelmäßig am Gottesdienst teilnehmen, ohne Mitglied zu sein oder sich weiter zu engagieren, bilden wachsende Gemeinden eine „schwache“ kulturelle Zone in der Peripherie sowie eine „starke“ – das heißt, religiös und moralisch anspruchsvolle – Kultur im Zentrum aus. Schultz und Breiger reservieren den Begriff der „starken“ Kultur für „tightly bounded groups where everyone has access to the same fundamental assumptions“ (Schultz/Breiger 2010: 616). Als soziales Netzwerk zeichnet diese Kultur sich vor allem durch starke Bindungen aus. Die „schwache Kultur“ baut hingegen Brücken zu relativ unangebundenen Gruppen und Akteuren, die ansonsten ausgeschlossen blieben (Schultz/Breiger 2010: 610).

Das Zentrum trägt die Züge einer hochorganisierten, kulturell (relativ) homogenen Einheit. Als engagierte Mitarbeiter*innen unterwerfen sich diese Gläubigen in hohem Maße freiwillig den organisationalen Verhaltenserwartungen der Gemeinde. In der Peripherie dominieren dagegen Interaktionszusammenhänge – wie vor allem der oft stark frequentierte Sonntagsgottesdienst, der für alle Interessierten offen ist und ein, im Vergleich zu traditionellen Ritualen, hohes Maß an Spontantät zulässt, worauf wir noch eingehen werden. Mit dieser lockeren interaktiven Einbindung

vergrößert die Gemeinde ihre Spielräume für Ressourcenmobilisierung. Die Rückbindung zwischen Organisations- und Interaktionsebene erfolgt durch systematisch geplante „Events“.

These 3: Wachsende Gemeinden bilden an ihrer Peripherie eine breite Zone der populären Kultur aus. Ihr organisatorisches Zentrum ist hingegen durch eine starke religiöse Kultur geprägt.

In der Analyse zeigt sich, dass die beiden kleineren Gemeinden generell stärker an der Bewahrung der baptistischen Tradition interessiert sind. Von den Gottesdienstteilnehmer*innen wird im Grundsatz erwartet, dass sie sich mehr oder weniger explizit mit der baptistischen Tradition identifizieren. In den Sonntagsgottesdiensten gilt ein konservativer Dresscode mit Anzügen für Männer und Kleidern oder Hosenanzügen für Frauen. Gemeinde 1 orientiert sich bei der Planung ihres Sonntagsgottesdienstes zudem am liturgischen Kalender. Im Gottesdienst werden traditionelle Kirchenlieder gesungen, begleitet durch Orgel und Chor, und das „Vaterunser“ gebetet. Ähnliches gilt für Gemeinde 2. Diese hat ihr Angebot aber durch einen sogenannten *contemporary service* erweitert, in welchem Elemente der Populärkultur eingebaut sind: Gitarren, Schlagzeug, christliche Popmusik, unkonventionelle und „spontane“ Gebetsformen etc. Der traditionelle Gottesdienst ist im Moment aber noch besser besucht. Beide Gemeinden – die erste stärker als die zweite – sind somit weiterhin deutlich von ihrer religiösen Tradition geprägt. Die schwache populäre Kultur in den großen Megakirchen wird demgegenüber als Ausdruck eines zunehmenden religiösen „Konsumerismus“ kritisiert:

„This consumer mentality that a lot of attenders have, that is not the right attitude“ (Interview 212).

„We are coming together corporately to worship. It should be about the God who has created us. That should be a worship service that focuses on him“ (Interview 201).

Die Verantwortlichen für den Sonntagsgottesdienst in Gemeinde 1 vertreten in einem Bericht sogar die Position, dass persönliche „Zufriedenheit“ und „Unterhaltung“ überhaupt keine legitimen Gründe seien, am Gottesdienst teilzunehmen:

„We, the congregation, must gather as performers to participate actively in worshipping God, not as an audience to be passively entertained“ (Report of Worship Task Force).

Die beiden größeren Gemeinden nutzen dagegen gezielt Genres und Formate der „Populärkultur“ (Knoblauch 2009), um vor allem kirchenferne Personen zu erreichen, denen das Wissen über die Traditionen und Lehren des Baptismus fehlt. Vor allem in Gemeinde 4 wird im Sonntagsgottesdienst ein unpräntiöser, lockerer und einladender Stil gepflegt. Die Pastoren tragen Jeans und T-Shirts. Gemeinde 3 ist in diesem Punkt noch etwas konservativer und stärker an der Tradition orientiert. In beiden Fällen ist die Predigt jedoch leicht verständlich, wenig theologisch beladen und auf die Lebenspraxis bezogen. Die im *contemporary service* – der in beiden Gemeinden im Mittelpunkt steht – gespielte Musik orientiert sich am Country-Stil mit religiösen Texten, manchmal singt ein Gospelchor. Die auftretenden Musi-

ker*innen sind in hohem Maße professionell. Die Mitarbeiter*innen vermeiden ganz bewusst jeden Eindruck von kultureller Distinktion oder Exklusivität. In beiden Gemeinden sind organisierte religiöse Events wie der Sonntagsgottesdienst der Schlüssel zur Inklusion der schwachen Kultur an der Peripherie der Gemeinde:

„I think everybody could have their own opinion. Mine, I think, which reflects the heart of the church, is to obviously be hospitable, obviously, and be as inclusive as we can“ (Interview 308).

„It's more of, you know, delight and I think that's the difference that you see it: They're very welcoming in coming, 'come to have a cup of coffee', 'come bring your children to the program', 'get involved as much as you would like', 'just come and hear the word.' And so I think that is what makes it very easy for people to come“ (Interview 414).

5.4 Angebote zur Selbstperfektionierung

Im Zeitalter des „Denominationalismus“ (Niebuhr 1957) basierten die Bindungen der meisten Gläubigen an ihre Gemeinde auf lokalen, ethnischen und sozialen Gruppenzugehörigkeiten. Von den Gläubigen wurde erwartet, dass sie sich mit ihrer Denomination identifizieren und über diese „imagined community“ eine starke Bindung an die Gemeinde entwickeln. Die Gemeinde präsentierte sich so als (relativ) homogenes Kollektiv. Kehrseite dessen war eine begrenzte Anpassungsfähigkeit an sozialen und kulturellen Wandel – etwa bei Gottesdienstliturgien, der Auswahl von Gesangsbüchern oder der Beteiligung von Frauen etc. Will eine Gemeinde wachsen, verändert sich diese Ausgangsbasis aber grundlegend. Die Flexibilitätsanforderungen vergrößern sich. Die Gemeinde muss sich immer neu den volatilen religiösen Präferenzen ihres Publikums anpassen, neue popkulturelle Trends aufnehmen und auf demografische Veränderungen in ihrem Umfeld schnell reagieren können. Eine starke Identifikation mit der Tradition steht einer solchen Wandlungsfähigkeit im Weg. So wird in vielen Gemeinden immer stärker getrennt zwischen persönlicher Spiritualität – den religiösen „Präferenzen“ – einerseits und etablierter Religion andererseits.

In der Religionssoziologie wird dieser Wandel als „Privatisierung“ und „Deinstitutionalisierung“ der Religion diskutiert (Knoblauch 2009; Pollack/Pickel 2007; Kern/Pruisken 2020). Die persönliche Spiritualität wird dabei häufig als Gegenbegriff zur etablierten Religion konzeptualisiert (Chaves 2017: 39). Wie Ammerman (2013: 47) jedoch gezeigt hat, gilt zumindest für die USA, dass einerseits die meisten Gläubigen keinen Widerspruch zwischen persönlicher Spiritualität und etablierter Religion sehen. Andererseits zeigen die Ergebnisse ihrer umfangreichen Studie, dass trotz der prinzipiellen Vereinbarkeit von persönlicher Spiritualität und etablierter Religion viele Menschen „spirituell“ sind, *ohne* einer etablierten Religion anzugehören.¹² Zugleich scheint aber das zunehmende persönliche Interesse an spirituellen Erfahrungen immer stärker ins Zentrum des organisierten religiösen Lebens

12 Umgekehrt identifizieren sich viele Menschen weiterhin stark mit ihrer religiösen Tradition, ohne wirklich „spirituell“ zu sein (Ammerman 2013: 92).

gerückt zu sein. Mit anderen Worten, viele Gläubige partizipieren an organisierten religiösen Angeboten, weil sie darin einen „Nutzen“ für ihre persönliche Spiritualität sehen.

Wie unsere Befunde zeigen, reagieren die Megakirchen auf diesen Wandel, indem sie ihr Angebot an spirituellen Erfahrungs- und religiösen Identifikationsmöglichkeiten ausdehnen. Durch die Kombination von starken und schwachen Bindungsangeboten lassen sich unterschiedliche Bedürfnisse und Zielgruppen ansprechen. Dabei gilt: Je vielfältiger und unterschiedlicher die persönlichen Teilnahmemotive, desto größer die Heterogenität des Kollektivs, und desto mehr nimmt notwendig die Autonomie der Gemeinde als Organisation gegenüber jedem einzelnen ihrer Mitglieder zu. Dies ist ein wesentlicher Teil der Ebenendifferenzierung: Die Gemeinde kann ihre Ziele jetzt nicht mehr an einer (relativ) homogenen Mitgliedschaft ausrichten. Im Gegenzug vergrößert sich aber auch die Unabhängigkeit der Mitglieder. Die Subjektivierung ihres Glaubens findet ihren stärksten Ausdruck im zunehmenden Fokus auf „spirituelles Wachstum“ als persönlichem Ziel. Die Gemeinde wird unter diesem Gesichtspunkt oft nur noch als „Leistungsanbieter“ betrachtet, den man bei Unzufriedenheit einfach wechseln kann.

Spirituelles Wachstum wird weithin als stufenartige religiöse Selbstperfektionierung gedeutet, bei der die Gläubigen sich immer mehr dem Ideal eines religiösen „Virtuosen“ (Weber 2016: 206) annähern. Im Weltbild des Evangelikalismus wird von den Gläubigen erwartet, dass sie sich Gott als „Werkzeug“ zur Verfügung stellen, um die Welt zu verändern. Diese Verbindung wird in den Megakirchen zumeist so gedeutet, dass die Gläubigen durch Engagement in der Gemeinde dem Reich Gottes am besten dienen: Wer sich in der Gemeinde engagiert, der wächst spirituell; und wer spirituell wächst, der engagiert sich auch in der Gemeinde. Das Leitbild des religiösen „Virtuosen“, der sich in der Gemeinde engagiert, konstituiert so den ideellen Kern der starken Kultur im Zentrum der Organisation. Die Kopplung von spirituellem Wachstum und Engagement mündet damit in ein wechselseitiges Steigerungsverhältnis: Je mehr die Gläubigen ihr spirituelles Wachstum in den Mittelpunkt stellen, desto mehr Ressourcen (Zeit und Geld) investieren sie in die Gemeinde und desto mehr tragen sie zum Wachstum der Gemeinde bei. Umgekehrt bestätigt das Wachstum der Gemeinde die Gläubigen in ihrem Weltbild und der Erwartung, dass sie durch ihr Engagement die Welt tatsächlich im Sinne Gottes umgestalten – mit messbarem Erfolg, je mehr Menschen sich der Gemeinde anschließen.

These 4: In wachsenden Gemeinden stützt sich die Ressourcenmobilisierung auf eine enge Kopplung von spirituellem Wachstum und Engagement in der Gemeinde. Dem spirituellen Wachstum auf persönlicher Ebene entsprechen verschiedene Stufen der institutionellen Einbindung auf organisationaler Ebene.

Alle Gemeinden unserer Studie betrachten spirituelles Wachstum und religiöse Selbstperfektionierung als wichtiges Merkmal der „gesunden“ religiösen Entwick-

lung einer Person. Bei der Institutionalisierung dieses Wachstums unterscheiden sie sich jedoch deutlich. Die kleinste Gemeinde 1 sieht spirituelles Wachstum nicht als Entwicklung persönlicher religiöser Kompetenzen an, sondern als sozialintegrativen Prozess, in dessen Verlauf die Gläubigen sich zunehmend als Mitglied der Gemeinschaft definieren. Eine Mitarbeiterin beschreibt dies wie folgt:

„On paper, for the most part, my job is to focus on young adult discipleship: So making sure that the young adults have bible study opportunities to grow in their faith, to have discipleship opportunities that nurture them in their life and kind of help them grow, have friends here at church and help them connect with the larger congregation, so that they aren't just all the young adults by themselves all the time, but they connect with the larger congregation“ (Interview 101).

Mit etwa 500 bis 800 regelmäßigen Gottesdienstbesuchern gilt Gemeinde 1 in den USA als relativ groß. Sie bietet dennoch keine speziellen Programme an, die sich an Gläubige in unterschiedlichen Phasen des spirituellen Wachstums richten. Vielmehr geht es darum, dass die Gläubigen lernen, ihre individuellen Bedürfnisse denen der Gemeinschaft unterzuordnen:

„I think a lot of people have gotten this perception that formal traditional church is boring or old or not relevant, not modern and so. They want to go to some place that is relevant and modern. But I think some of that is kind of lazy thinking – and lazy spirituality – because I think part of being a good disciple is working at it (Interview 101).

Die drei größeren Gemeinden betonen demgegenüber stark die subjektive Dimension des Glaubens. Neue Besucher*innen sollen sich vor allem „wohl fühlen“:

„My first thing that I have tried to do is to make the worship services really great because that's what most people define churches. [...]. I wanted the worship services to really be really good, really quality, really impactful, really touch your heart“ (Interview 310).

„[...] when they come on Sundays, our goal is to make it the best two hours of their week. We want kids to [have] – and we feel like if we can make it – the best two hours of their week, then the other 166 hours they are going to live it“ (Interview 319).

Diese Gemeinden investieren viel Energie in die Förderung ihrer Mitglieder auf jeder Stufe des spirituellen Wachstums und motivieren sie stets, den nächsten „Schritt zu gehen“. In diesem Sinn verstehen die Pastoren ihre Gemeinden weniger als „Gemeinschaft der Heiligen“ (Weber 1980: 721), denn als spirituelles „Trainingszentrum“:

„So, that's where we see ourselves in society. We feel like this is not a sanctuary. We feel like this is a training place. We feel like we want to equip our members to go out and be solved in the light in society“ (Interview 301).

„We want to take people at whatever level they are and move them along a pipeline to help them grow up as leaders“ (Interview 412)

„And so it's a discipleship making process. Hopefully, it starts with me, and then I make disciples, and I help mentor them, and then in return they're doing the same thing“ (Interview 205).

Die Mitarbeiter*innen der drei größeren Gemeinden deuten spirituelles Wachstum als Prozess, in dem die Gläubigen drei Stufen durchlaufen können. Auf der ersten

Stufe – in der organisationalen Peripherie – sind die Besucher*innen noch unerfahren und verfügen über wenig religiöses Wissen. Ihre Teilnahme an religiösen Programmen und am Gottesdienst ist unregelmäßig. Auf der zweiten Stufe haben die Gläubigen den formalen Status eines Gemeindeglieds angenommen, sind also im Zentrum der Organisation angekommen. Sie müssen getauft sein und die Mitgliedschaftsregeln der Gemeinde anerkennen. Religiöse und moralische Erwartungen werden auf dieser Stufe wichtiger (Interview 309). Darüber hinaus wird erwartet, dass sie regelmäßig an den Programmen der Gemeinde teilnehmen. Die soziale Kontrolle bleibt dennoch gering (Interview 303): Regelbefolgung wird nicht systematisch überwacht, und eine Sanktionierung von Regelverstößen unterbleibt weitgehend. In diesen beiden Hinsichten tritt ihnen die Megakirche also weiterhin als „partial organization“ gegenüber. Auf der dritten Stufe engagieren sich die Gläubigen dann als Ehrenamtliche. Diese Gruppe – sozusagen das Zentrum des Zentrums – leistet den größten Teil der Arbeit in der Gemeinde. Ein leitender Mitarbeiter von Gemeinde 2 sagt:

„When you join the church, we usually don't let you get involved right away. We want to kind of see you at work and get to know you a little bit. And so, for a six months period, we just kind of sit back and watch them worship and watch them in bible study and see how their leadership qualities come out. And then, we approach them“ (Interview 214).

Die Ehrenamtlichen werden – im Sinne ihres spirituellen Wachstums – auf dieser Stufe weiter systematisch gefördert und in ihren Leitungskompetenzen, ihrer Teamfähigkeit und ihrem theologischen Wissen ausgebildet. Zugleich verschärft sich die soziale Kontrolle:

„They are very, very particular on checking there. They are very very cautious who they let to be [small group leaders]. They want that person to be qualified so they seek and represent the church to a group [and] to learn more about God and his changing“ (Interview 416).

Von der ersten zur zweiten und nochmals von der zweiten zur dritten Stufe findet eine starke Selektion statt. Die meisten bleiben in der Peripherie Teilnehmende ohne Mitgliedschaftsstatus, und die allerwenigsten stoßen bis zur dritten Stufe vor.

6 Schluss

Auf der Grundlage eines Vergleichs von vier unterschiedlich großen evangelikalen Gemeinden haben wir vier von den Gemeindeleitungen strategisch eingesetzte Wirkkräfte herausgearbeitet, die eng mit Prozessen der gesellschaftlichen Ebenendifferenzierung verbunden sind und mit denen wir das Wachstum der Megakirchen erklären: Die Wirkkräfte (1) Zweckprogrammierung und (2) Standardisierung haben wir als *unspezifische Bedingungen* für das Größenwachstum von Megakirchen beschrieben: Organisationen mit Wachstumszielen müssen von der Gesellschaftsebene ausreichend unabhängig sein, wenn es darum geht, flexibel auf Umweltveränderungen zu reagieren, eigene Ziele zu definieren und diese systematisch umzusetzen. Anders gesagt: Organisationen müssen sich zu relativ autonomen Akteuren

entwickeln, wenn sie gezielt wachsen wollen (Krücken/Meier 2006; Meier 2009). Die Wirkkräfte (3) Popularisierung und (4) Angebote zur methodischen Selbstperfektionierung verweisen demgegenüber auf *spezifische Bedingungen* für Größenwachstum. Mit ihnen lässt sich zeigen, wie sich die Megakirchen die besonderen Bedingungen des protestantischen Feldes in den USA zu Nutze machen, um ihre Wachstumsziele zu realisieren. Durch die Ausbildung einer „schwachen“ Mitgliedschaft in der Peripherie (Popularisierung) erweitern sie ihr Ressourcenmobilisierungspotenzial erheblich. Angebote religiöser Selbstperfektionierung sind im nächsten Schritt der Schlüssel zur systematischen Rekrutierung und Ausbildung des für Wachstum erforderlichen Personals.

Zum Schluss stellt sich die Frage: Was können Organisations- und Religionssoziologie am Fall der Megakirchen voneinander lernen? Wie die Studie zeigt, ist das protestantische Feld in den USA zurzeit in hohem Maße von der Ausbreitung neuer religiöser Organisationsformen betroffen, die durchaus in einem der globalen Trends des Organisationswandels liegen („Akteurwerdung“). Aus einer solchen organisationssoziologischen Perspektive erscheint die religionssoziologische Beobachtung von „Privatisierung“ und „Deinstitutionalisierung“ der Religion in einem anderen Licht: Spirituelle Erfahrungen in der Megakirche bleiben in einen spezifisch organisationalen Kontext eingebettet. Die religiöse Organisation verschwindet nicht, sie verändert nur ihre Form, um sich einem breiteren Spektrum spiritueller Bedürfnisse anpassen zu können.

In der anderen Richtung eröffnen die so betrachteten Megakirchen interessante Vergleichsmöglichkeiten mit Organisationen aus anderen gesellschaftlichen Sphären wie etwa politischen Parteien oder Sportvereinen, die vielfach an Mitgliederschwund leiden und wieder wachsen wollen. Mit Blick auf „Akteurwerdung“ könnte ein Vergleich der Megakirchen mit europäischen Universitäten instruktiv sein, die – wie es eine deutsche Programmschrift (Müller-Böling 2000) plakativ formulierte – „entfesselt“ werden müssten, um endlich zu leistungsfähigen Organisationen zu werden. So wie die Megakirchen sich von den Denominationen gelöst haben, sollten sich die Universitäten – wenngleich nicht so weitreichend – von den Ministerien unabhängig machen. In beiden Richtungen – von der Organisations- zur Religionssoziologie und umgekehrt – eröffnen sich also hier nur andeutbare, aber doch vielversprechende Chancen eines nutzbringenden Transfers von Perspektiven, Konzepten und Modellen.

Literaturverzeichnis

- Ahrne, Göran & Brunsson, Nils (2008): *Meta-Organizations*. Cheltenham, Northampton, MA: Edward Elgar Publishing.
- Ahrne, Göran & Brunsson, Nils (2011): Organization outside organizations: the significance of partial organization. *Organization* 18(1): 83–104.
- Ammerman, Nancy T. (2013): *Sacred Stories, Spiritual Tribes*. Oxford University Press.

- Anderson, Benedict (2006): *Imagined Communities. Reflections on the Origin and Spread of Nationalism*. London, New York: Verso.
- Arnold, Nadine, Hasse, Raimund & Mormann, Hannah (2021): Organisationsgesellschaft neu gedacht: Vom Archetyp zu neuen Formen der Organisation. *Kölner Zeitschrift für Soziologie und Sozialpsychologie*, <https://doi.org/10.1007/s11577-021-00795-3>.
- Bird, Warren & Thumma, Scott (2021): *Megachurch 2020: The Changing Reality in America's Largest Churches*. Hartford: Hartford Institute of Religious Research.
- Bruce, Steve (2011): *Secularization. In Defence of an Unfashionable Theory*. Oxford: Oxford University Press.
- Brunsson, Nils & Sahlin-Andersson, Kerstin (2000): Constructing Organizations: The Example of Public Sector Reform. *Organization Studies* 21(4): 721–746.
- Busch, Lawrence & Bingen, Jim (2006): Introduction: A New World of Standards, in: Jim Bingen & Lawrence Busch (Hrsg.), *Agricultural Standards: The Shape of the Global Food and Fiber System*. Dordrecht: Springer Netherlands. S. 3–28.
- Chaves, Mark (1993): Denominations as Dual Structures: An Organizational Analysis. *Sociology of Religion* 54(2): 147–169.
- Chaves, Mark (2017). *American Religion. Contemporary Trends*. 2. Aufl. Princeton, NJ: Princeton University Press.
- Coleman, James S. (1974): *Power and the Structure of Society*. New York: Norton.
- Collins, Randall (2014): *Interaction Ritual Chains*. Princeton: Princeton University Press.
- Demerath III, N. J. & Schmitt, Terry (1998): Transcending Sacred and Secular. Mutual Benefits in Analyzing Religious and Nonreligious Organizations, in: Nicholas Jay Demerath (Hrsg.), *Sacred companies. Organizational aspects of religion and religious aspects of organizations*. New York: Oxford University Press. S. 381–400.
- Durkheim, Émile (2007): *Die elementaren Formen des religiösen Lebens*. Frankfurt am Main, Leipzig: Verlag der Weltreligionen.
- Ellingson, Stephen (2013): Packaging Religious Experience, Selling Modular Religion: Explaining the Emergence and Expansion of Megachurches, in: François Gauthier & Tuomas Martikainen (Hrsg.), *Religion in Consumer Society. Brands, Consumers, and Markets*. London and New York: Routledge. S. 59–74.
- Elster, Jon (1987): Zustände, die wesentlich Nebenprodukt sind, in: Jon Elster (Hrsg.), *Subversion der Rationalität*. Frankfurt/Main: Campus-Verlag. S. 141–209.
- Finke, Roger & Stark, Rodney (1992): *The Churching of America, 1776-1990: Winners and Losers in Our Religious Economy*. New Brunswick: Rutgers University Press.
- Gebhardt, Winfried (2018): Religiöse Szenen und Events, in: Pollack, Detlef, Krech, Volkhard, Müller, Olaf, Hero, Markus (Hrsg.), *Handbuch Religionssoziologie*. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften. S. 591–610.
- Giesen, Bernhard (1999): *Kollektive Identität*. Frankfurt am Main: Suhrkamp.
- Hall, Richard H., Johnson, Norman J. & Haas, J. Eugene (1967): Organizational Size, Complexity, and Formalization. *American Sociological Review* 32(6): 903–912.
- Hasenfeld, Yeheskel (1972): People Processing Organizations: An Exchange Approach. *American Sociological Review* 37(3): 256–263.

- Hinings, C. Robin & Raynard, Mia (2014): Organizational Form, Structure, and Religious Organizations, in: Paul Tracey, Nelson Phillips & Michael Lounsbury (Hrsg.), *Religion and Organization Theory*. Bingley: Emerald. S. 159–186.
- Hunt, Stephen (2020): Introduction: The Megachurch Phenomenon, in: Stephen Hunt (Hrsg.), *Handbook of megachurches*. Leiden, Boston: BRILL. S. 1–20.
- Hwang, Hokyu (2006): Planning Development: Globalization and the Shifting Locus of Planning, in: Gili S. Drori, John W. Meyer & Hokyu Hwang (Hrsg.), *Globalization and Organization. World Society and Organizational Change*. Oxford: Oxford Univ. Press. S. 69–90.
- Hwang, Hokyu & Suarez, David F. (2005): Lost and Found in the Translation of Strategic Plans and Websites, in: Barbara Czarniawska & Guje Sevon (Hrsg.), *How Ideas, Objects, and Practices Travel in the Global Economy*. Malmö: Liber & Copenhagen Business Press. S. 71–93.
- Iannaccone, Laurence R. (1994): Why Strict Churches Are Strong. *American Journal of Sociology* 99(5): 1180–1211.
- Iannaccone, Laurence R., Olson, Daniel V. A. & Stark, Rodney (1995): Religions Resources and Church Growth. *Social Forces* 74(2): 705–731.
- Kern, Thomas (2005): Religion in Südkorea, in: Thomas Kern & Patrick Köllner (Hrsg.), *Südkorea und Nordkorea. Einführung in Geschichte, Politik, Wirtschaft und Gesellschaft*. Frankfurt: Campus. S. 190–215.
- Kern, Thomas & Pruiskens, Insa (2017a): Evangelikalismus als Bewegung, in: Frederik Elwert, Martin Radermacher & Jens Schlamelcher (Hrsg.), *Handbuch Evangelikalismus*. Bielefeld: Transcript. S. 261–273.
- Kern, Thomas & Pruiskens, Insa (2017b): Kontingenzbewältigung durch Organisation, in: Heidemarie Winkel & Kornelia Sammet (Hrsg.), *Religion soziologisch denken. Reflexionen auf aktuelle Entwicklungen in Theorie und Empirie*. Wiesbaden: Springer. S. 407–427.
- Kern, Thomas & Pruiskens, Insa (2018): Was ist ein religiöser Markt? Zum Wandel der religiösen Konkurrenz in den USA. *Zeitschrift für Soziologie* 47(1): 29–45.
- Kern, Thomas & Pruiskens, Insa (2020): Der Wandel religiöser Inklusion in den USA: Von der „traditionellen“ zur „vernetzten“ Religiosität?, in: Hubert Knoblauch (Hrsg.), *Die Refiguration der Religion. Perspektiven der Religionssoziologie und Religionswissenschaft*. Weinheim: Beltz Juventa. S. 147–168.
- Kern, Thomas & Schimank, Uwe (2013): Megakirchen als religiöse Organisationen: Ein dritter Gemeindetyp jenseits von Kirche und Sekte? *Kölner Zeitschrift für Soziologie und Sozialpsychologie* 65 (Sonderheft 53: Religion und Gesellschaft): 285–309.
- Knoblauch, Hubert (2009): *Populäre Religion. Auf dem Weg in eine spirituelle Gesellschaft*. Frankfurt am Main: Campus.
- Krücken, Georg & Meier, Frank (2006): Turning the University into an Organizational Actor, in: Gili S. Drori, John W. Meyer & Hokyu Hwang (Hrsg.), *Globalization and Organization. World Society and Organizational Change*. Oxford: Oxford Univ. Press. S. 241–312.
- Kühl, Stefan (2011): *Organisationen. Eine sehr kurze Einführung*. Wiesbaden: VS, Verl. für Sozialwiss.
- Luhmann, Niklas (1964): *Funktionen und Folgen formaler Organisation*. Berlin: Duncker & Humblot.
- Luhmann, Niklas (1975): *Soziologische Aufklärung 2*. Opladen: Westdeutscher Verlag.

- Luhmann, Niklas (1984): *Soziale Systeme. Grundriß einer allgemeinen Theorie*. Frankfurt am Main: Suhrkamp.
- Luhmann, Niklas (1997): *Die Gesellschaft der Gesellschaft*. Frankfurt-am-Main: Suhrkamp.
- Luhmann, Niklas (2014): Ebenen der Systembildung – Ebenendifferenzierung (unveröffentlichtes Manuskript 1975), in: Bettina Heintz & Hartmann Tyrell (Hrsg.), *Interaktion – Organisation – Gesellschaft revisited. Anwendungen, Erweiterungen, Alternativen*. Berlin, Boston: De Gruyter Oldenbourg. S. 6–39.
- March, James G. & Olsen, Johan P. (2008): The Logic of Appropriateness, in: Robert E. Goodin, Michael Moran & Rein (Hrsg.), *The Oxford Handbook of Public Policy, edited by M. Moran, M. Rein, and R. E. Goodin*. Oxford: Oxford University Press. Oxford: Oxford University Press. S. 689–708.
- Mayntz, Renate (2018): *Soziologie der Organisation*. Reinbek bei Hamburg: Rowohlt repertoire.
- Meier, Frank (2009): *Die Universität als Akteur. Zum institutionellen Wandel der Hochschulorganisation*. Wiesbaden: VS Verlag.
- Meyer, John W. & Jepperson, Ronald L. (2000): The “Actors” of Modern Society: The Cultural Construction of Social Agency. *Sociological Theory* 18(1): 100–120.
- Miller, Donald E. (1998): Postdenominational Christianity in the Twenty-First Century. *The Annals of the American Academy of Political and Social Science* 558: 196–210.
- Müller-Böling, Detlef (2000): *Die entfesselte Hochschule*. Gütersloh: Bertelsmann Stiftung.
- Niebuhr, H. Richard (1957): *The Social Sources of Denominationalism*. New York: Meridian Books.
- Parsons, Talcott (1964): Evolutionary Universals in Society. *American Sociological Review* 29: 339–357.
- Petzke, Martin (2013): *Weltbekehrungen. Zur Konstruktion globaler Religion im pfingstlich-evangelikalen Christentum*. Bielefeld: Transcript.
- Pollack, Detlef & Pickel, Gert (2007): Religious Individualization or Secularization? Testing Hypotheses of Religious Change – the Case of Eastern and Western Germany. *The British Journal of Sociology* 58: 603–632.
- Pruisken, Insa, Loebell, Josefa, Monowski, Nina & Kern, Thomas (2021): From Denominationalism to Market Standards: How Does the Religious Market Affect Authority Relations in Protestant Congregations? *Research in the Social Scientific Study of Religion* (forthcoming).
- Roof, Wade Clark (2001). *Spiritual Marketplace. Baby Boomers and the Remaking of American Religion*. Princeton: Princeton University Press.
- Roosen, David A. & Hadaway, C. Kirk (Hrsg.) (1993): *Church and Denominational Growth*. Nashville: Abingdon Press.
- Ruhr, Marc von der (2020): Megachurches in the Religious Marketplace, in: Stephen Hunt (Hrsg.), *Handbook of megachurches*. Leiden, Boston: BRILL.
- Ruhr, Marc von der & Daniels, Joseph P. (2012a): Examining Megachurch Growth: Free Riding, Fit, and Faith. *International Journal of Social Economics* 39(5): 357–372.
- Ruhr, Marc von der & Daniels, Joseph P. (2012b): Subsidizing Religious Participation Through Groups: A Model of the “Megachurch” Strategy for Growth. *Review of Religious Research* 53(4): 471–491.

- Schimank, Uwe (1985): Der mangelnde Akteurbezug systemtheoretischer Erklärungen gesellschaftlicher Differenzierung – Ein Diskussionsvorschlag. In: *Zeitschrift für Soziologie* 14: 421-434.
- Schimank, Uwe (1988): Gesellschaftliche Teilsysteme als Akteurfiktionen. In: *Kölner Zeitschrift für Soziologie und Sozialpsychologie* 40: 619-639.
- Schimank, Uwe (2003): Organisationen: Akteurkonstellationen – korporative Akteure – Sozialsysteme, in: Jutta Allmendinger & Thomas Hinz (Hrsg.), *Organisationssoziologie*. Wiesbaden: Westdeutscher Verlag, S. 29–35.
- Schimank, Uwe (2005): Organisationsgesellschaft, in: Wieland Jäger & Uwe Schimank (Hrsg.), *Organisationsgesellschaft. Facetten und Perspektiven*. Wiesbaden: VS Verl. für Wissenschaft, S. 21–50.
- Schlögl, Rudolf (2014): *Anwesende und Abwesende: Grundriss für eine Gesellschaftsgeschichte der Frühen Neuzeit*. Konstanz: Konstanz University Press.
- Schultz, Jennifer & Breiger, Ronald L. (2010): The Strength of Weak Culture. *Poetics* 38: 610–624.
- Stark, Rodney & Bainbridge, William Sims (1980): Towards a Theory of Religion: Religious Commitment. *Journal for the Scientific Study of Religion* 19(2): 114–128.
- Timmermans, Stefan & Epstein, Steven (2010): A World of Standards but not a Standard World. Toward a Sociology of Standards and Standardization. *Annual Review of Sociology* (36):69–89.
- Warner, R. Stephen (1994): The Place of the Congregation in the Contemporary American Religious Configuration, in: James P. Wind & James W. Lewis (Hrsg.), *American Congregations: New Perspectives in the Study of Congregations*. Chicago: University of Chicago Press, S. 54–99.
- Weber, Max (1980): *Wirtschaft und Gesellschaft*. 5. Aufl. Tübingen: Mohr.
- Weber, Max (2016): *Die protestantische Ethik und der „Geist“ des Kapitalismus*. Wiesbaden: Springer.
- Wellman, James K., Corcoran, Katie E. & Stockly, Kate (2020). *High on God. How Megachurches Won the Heart of America*. New York: Oxford University Press.
- Wollschleger, Jason (2012): Interaction Ritual Chains and Religious Participation. *Sociological Forum* 27(4): 896–912.
- Wuthnow, Robert (1988): *The Restructuring of American Religion. Society and Faith since World War II*. Princeton: Princeton University Press.