

Maren Freudenberg und Kianoosh Rezania

5 Religionsökonomie. Systematisierung der methodischen Zugänge

Abstract: Das Kapitel systematisiert bestehende Ansätze zur Untersuchung des Verhältnisses von Religion und Wirtschaft unter Berücksichtigung sowohl der anglophonen als auch der deutschsprachigen Religionsökonomie. Die Einleitung führt in die dem Beitrag zugrunde liegende differenzierungstheoretische Perspektive ein und skizziert knapp die Geschichte der Religionsökonomie. Der Hauptteil unterscheidet drei Kernbereiche religionsökonomischer Forschung und Theoriebildung: (1) den Einfluss von Religion auf Wirtschaft, (2) den Einfluss von Wirtschaft auf Religion und (3) ökonomische Methoden zur Untersuchung von Religion. Wir enden mit einem Ausblick auf religionsökonomische Forschungsdesiderate.

1 Einleitung

1.1 Religion und Wirtschaft als gesellschaftliche Teilsysteme

Nähert man sich dem Verhältnis von Religion und Wirtschaft aus methodologischer Perspektive, so kann man vorerst und ganz basal konstatieren, dass wir es mit zwei gesellschaftlichen Teilsystemen zu tun haben, die in noch näher zu bestimmendem Bezug zueinander stehen. Religion und Wirtschaft funktionieren (wie z. B. auch Politik, Recht, Gesundheit usw.), zumindest in modernen Gesellschaften, nach eigenen Logiken und Rationalitäten, um ihre gesellschaftliche Funktion zu erfüllen. Mit der Systemtheorie Niklas Luhmanns ist die Aufgabe des Teilsystems Religion die Bewältigung von Kontingenzen, also Erklärungen dafür zu liefern, warum die Welt so ist, wie sie ist, und nicht anders.¹ Dazu bezieht sich Religion in ihrer Kommunikation auf die grundlegende Unterscheidung zwischen Immanenz und Transzendenz, also dem Beobachtbaren, Bekannten, Begreifbaren – z. B. Rituale wie die Heilige Messe oder Artefakte wie das Kreuz – und dem Unbeobachtbaren, Unbekannten, Unbegreifbaren – z. B. die Gottheiten, die verehrt werden. Aus systemtheoretischer Sicht haben wir es mit Religion zu tun, wenn mit immanenten Mitteln auf das Transzendentale verwiesen und somit Kontingenzbewältigung geleistet wird.² Aus religionswissenschaftlicher Perspektive versteht sich von selbst, dass dabei keine Werturteile über

¹ Luhmann, Niklas: Die Religion der Gesellschaft, Frankfurt a. M. 2002.

² Vgl. jeweils die Beiträge von Volkhard Krech/Dominika Motak, Martin Radermacher und Jens Schlamelcher in diesem Band.

Religion gefällt werden oder gar der Wahrheitsgehalt verschiedener Religionen zum Gegenstand gemacht wird; dies ist Aufgabe der Religionen selbst. Wir unterscheiden an dieser Stelle die Objektebene, die Ebene der religiösen Kommunikation, von der Metaebene, der Ebene der Kommunikation *über* Religion.

Aus systemtheoretischer Perspektive ist die Aufgabe des gesellschaftlichen Teilsystems Wirtschaft das Lösen wirtschaftlicher Probleme.³ Dazu bezieht sich Wirtschaft in ihrer Kommunikation auf die grundlegende Unterscheidung zwischen Zahlung und Nichtzahlung – es verweist also auf finanzielle Transaktionen und andere, auch ältere Formen des Warentauschs sowie die Unfähigkeit zu zahlen (z. B. Insolvenz). In diesem Sinne ist Wirtschaft sowohl auf der Mikroebene, also der Ebene privater Haushalte und einzelner Unternehmen, als auch auf der Makroebene ganzer Volkswirtschaften vorzufinden. Auch hier lässt sich die Objektebene – wirtschaftliche Kommunikation – von der Metaebene – Kommunikation *über* Wirtschaft – unterscheiden.

Die Unterscheidung von Objekt- und Metaebene spielt für den Gegenstand des vorliegenden Beitrags eine entscheidende Rolle. Religion und Wirtschaft befinden sich als gesellschaftliche Teilsysteme auf der Objektebene; in ihnen beobachten wir religiöse bzw. wirtschaftliche Kommunikation. Geht es um eine Systematisierung der verschiedenen Ansätze, die das Verhältnis von Religion und Wirtschaft untersuchen, so bewegen wir uns auf der Metaebene, der Kommunikation *über* die Zusammenhänge zwischen Religion und Wirtschaft. Hier geht es um die Frage, wie verschiedene wissenschaftliche Disziplinen – darunter die Ökonomie, die Religionswissenschaft, die Wirtschaftsgeschichte und die Wirtschaftssoziologie – diese Zusammenhänge aus ihren jeweiligen Fachrichtungen und teilweise auch interdisziplinär abstrahieren und analysieren. Eine solche Systematisierung auf der Metaebene ist das Anliegen dieses Beitrags.

Der vorliegende Beitrag macht es sich zur Aufgabe, bestehende Ansätze zur Untersuchung des Verhältnisses von Religion und Wirtschaft unter Berücksichtigung sowohl der anglophonen als auch der deutschsprachigen Religionsökonomie zu systematisieren. Dazu werden – nach einer knappen Skizze der Geschichte der Religionsökonomie – im nächsten Abschnitt einige wenige bereits bestehende Feldsystematisierungen vorgestellt, bevor anschließend unsere eigene Systematisierung vorgeschlagen wird.⁴ Wir enden mit einem Ausblick auf religionsökonomische Forschungsdesiderate.

1.2 Eine kurze Geschichte der Religionsökonomie

Wie die vorangegangenen Beiträge in diesem Teil des Handbuchs ausführlich diskutiert haben, geht die wissenschaftliche Beschäftigung mit dem Verhältnis von Religion

³ Luhmann, Niklas: Die Wirtschaft der Gesellschaft, Frankfurt a. M. 1994.

⁴ S. auch Freudenberg, Maren/Rezania, Kianoosh: Religionsökonomie. Einführung für Studierende der Religionswissenschaft und Wirtschaftswissenschaften, Stuttgart 2023, S. 29–34.

und Wirtschaft weit in der Geschichte unterschiedlicher Disziplinen zurück: Mit Adam Smith, Karl Marx, Max Weber und Émile Durkheim seien nur die bekanntesten „Klassiker“ genannt.⁵ Die religionsökonomische Forschung im engeren Sinne nahm erst in der zweiten Hälfte des 20. Jahrhunderts ihren Anfang: In ihrem 1975 veröffentlichten Artikel *Household Allocation of Time and Church Attendance* entwickelten die amerikanischen Ökonomen Corry Azzi und Ronald Ehrenberg ein Zeitallokationsmodell zum Messen religiöser Teilhabe (s. Abschnitt 3.3).⁶ Sie konnten zeigen, inwiefern Kirchenbesuche von der ökonomischen Ratio bestimmt sind und die religiöse Teilhabe von Frauen und älteren Menschen jeweils größer ist als die von Männern und jüngeren Menschen. Damit hatte das Thema Religion in die neuere Ökonomie Einzug gefunden.

Der wahrscheinlich bekannteste Forschungsstrang innerhalb der Religionsökonomie ist der ab den 1980er Jahren in der amerikanischen Religionssoziologie entwickelte *economics of religion*-Ansatz, der die bis dahin anhaltend hohen Religiositätsraten in den USA – im Sinne von Kirchenzugehörigkeit und Kirchenbesuch – zu erklären versuchte.⁷ Ihm liegt die These zugrunde, dass die Deregulierung des religiösen Marktes den Wettbewerb unter religiösen Anbietern erhöht und dadurch die „religiöse Vitalität“ einer Gesellschaft insgesamt zunimmt.⁸ Er verortet sich in der in den Wirtschaftswissenschaften als Neoklassik bekannten Schule, baut er doch in seinem Verständnis individuellen Handelns auf die *rational choice*-Theorie und dem Modell des *homo oeconomicus* auf. Trotz weitreichender Kritik (s. unten Absatz 3.3) erfreut sich der *economics of religion*-Ansatz weiter großer Beliebtheit und wird teilweise mit dem eigentlich viel breiter angelegten Feld der Religionsökonomie insgesamt gleichgesetzt.⁹ Dies zeigt sich in der Behandlung des Bereichs in einschlägigen Handbüchern, darunter der *Wiley Blackwell Companion to the Study of Religion* (2021) und der *Routledge Companion to the Study of Religion* (2010).¹⁰ In beiden wird die Religionsökonomie ausschließlich im engeren Sinne der *economics of religion* aufgefasst; auch das *Oxford Handbook of the Economics of Religion* (2011) orientiert sich eng daran.¹¹ Der vorliegende Beitrag fasst die Religionsökonomie deutlicher weiter, um sowohl die so

⁵ Vgl. die Beiträge von Lutz und Maurer in diesem Band.

⁶ Azzi, Corry/Ehrenberg, Ronald: Household Allocation of Time and Church Attendance, in: *Journal of Political Economy* 83, 1975, S. 27–56.

⁷ Vgl. auch den Beitrag von Anne Koch in diesem Band.

⁸ Stark, Rodney/Finke, Roger: *Acts of Faith. Explaining the Human Side of Religion*, Berkeley 2000, S. 193–217.

⁹ S. z. B. Carvalho, Jean-Paul [u. a.]: *Advances in the Economics of Religion*, London 2019.

¹⁰ S. z. B. Bruce, Steve: *God is Dead. Secularization in the West*, Malden 2002; Pollack, Detlef/Rosta, Gergley: *Religion in der Moderne. Ein internationaler Vergleich*, Frankfurt a. M. 2015; und ausführlich Freudenberg/Rezania, *Religionsökonomie*, S. 234–238; s. auch Roubekas, Nickolas P./Segal, Robert A. (Hrsg.): *The Wiley Blackwell Companion to the Study of Religion*, Chichester 2021 und Hinnells, John. R. (Hrsg.): *The Routledge Companion to the Study of Religion*, London 2010.

¹¹ McCleary, Rachel (Hrsg.): *The Oxford Handbook of the Economics of Religion*, Oxford 2011.

wichtige deutschsprachige Religionsökonomie als auch Weiterentwicklungen der *economics of religion* miteinzubeziehen, und versteht die *economics of religion* dementsprechend als einen Ansatz unter mehreren im Feld.

Mit der Verhaltensökonomie und der Neuen Institutionenökonomik haben sich zum Ende des 20. und Beginn des 21. Jahrhunderts in den anglophonen Wirtschaftswissenschaften Teildisziplinen entwickelt, die zwar auf dem neoklassischen Modell des *homo oeconomicus* aufbauen, die *rational choice*-Theorie aber um das Konzept der eingeschränkten Rationalität (*bounded rationality*) bzw. subjektiven Wahrnehmung der Entscheidungsmöglichkeiten unter Risiko (*Prospect Theory*) erweitern.¹² Das Individuum wird dabei nicht mehr ausschließlich als seinen Eigennutz maximierend aufgefasst, sondern als soziales Wesen, dessen Entscheidungen auch von Umwelteinflüssen beeinträchtigt werden. Während die Verhaltensökonomie auf der Ebene einzelner Akteure arbeitet und ihre Kooperationsfähigkeit unter Berücksichtigung psychischer Faktoren im Rahmen der Spiel- und Kognitionstheorie in den Blick nimmt, setzt die Neue Institutionenökonomik auf der wirtschaftlichen Meso- und Makroebene an und untersucht die Einflüsse von Institutionen (im weitesten Sinne verstanden als gesellschaftliche „Spielregeln“) auf wirtschaftliches Verhalten.¹³

Die deutschsprachige Religionsökonomie war dagegen von Beginn an breiter in ihrer Bearbeitung des Verhältnisses von Religion und Wirtschaft aufgestellt. In den 1990ern etablierte der Religionswissenschaftler und klassische Philologe Burkhard Gladigow mit seinen Kollegen und Schülern in Tübingen die Religionsökonomie als eine Subdisziplin der Religionswissenschaft, die weit über das neoklassische Modell hinausging. Bereits seit 1974 setzte er sich mit der Entwicklung von Jenseitsvorstellungen aus ökonomischer sowie historischer Perspektive auseinander und konzipierte die Seele als religiös-wirtschaftliche Institution, die das jenseitige Leben mit dem irdischen Tun verbindet (s. Abschnitt 3.2).

In der deutschsprachigen Forschung trieben die Ökonomen Dieter Schmidtchen und Achim Mayer die Religionsökonomie durch Systematisierungen des Feldes sowie institutionenökonomische Arbeiten zu römisch-katholischen Auffassungen von Paradies, Hölle und Fegefeuer im Mittelalter voran.¹⁴ Das Besondere an ihrer Forschung

¹² Kahneman, Daniel/Tversky, Amos: Prospect Theory. An Analysis of Decision under Risk, in: *Econometrica* 47, 1979/2, S. 263–291.

¹³ Zur Verhaltensökonomie s. z. B. Dreher, Lena: Neuroökonomie. Eine wissenschaftstheoretische Analyse, Wiesbaden 2022, S. 25–52; Ensminger, Jean: Transaction Costs and Islam. Explaining Conversion in Africa, in: *Journal of Institutional and Theoretical Economics* 153, 1997, S. 4–29 und Cartwright, Edward: Behavioral Economics. 3. Aufl. New York 2018; zur Neuen Institutionenökonomik s. North, Douglass C: Institutions, Institutional Change and Economic Performance, Cambridge 1990; North, Douglass C: Understanding the Process of Economic Change, Princeton 2005; Scott, Richard W: Institutions and Organizations. Ideas, Interests, and Identities, Los Angeles 2014; s. auch Abschnitt 3.1 und 3.3.

¹⁴ S. Schmidtchen, Dieter: Ökonomik der Religion, in: *Zeitschrift für Religionswissenschaft* 8, 2000, S. 11–43; Schmidtchen, Dieter/Mayer, Achim: Established Clergy, Friars and the Pope. Some Institution-

ist die präzise ökonomische Modellierung historischer religiöser Institutionen und somit die Veranschaulichung der ökonomischen Ratio in geschichtlichen Entwicklungen (s. Abschnitt 3.3). Auch der deutsche Ökonom Ron Brinitzer lieferte mit seiner Untersuchung von Religion in Deutschland einen wichtigen Beitrag zur institutionen-ökonomischen Forschung von Religion.¹⁵ Die erfolgversprechenden Ansätze der deutschen Religionsökonomie sind im englischsprachigen Wissenschaftskontext bislang jedoch kaum aufgegriffen worden.

2 Bestehende Feldsystematisierungen

Die Religionsökonomie als eigenes Forschungsfeld liegt an der Grenze zwischen der Religionswissenschaft und der Ökonomie und schließt somit auch die Wirtschaftsgeschichte und die Wirtschaftssoziologie ein. Innerhalb dieser Bereiche gibt es einige Vorschläge, das Feld zu sondieren und bestehende Ansätze zu systematisieren. Diese werden im Folgenden knapp dargestellt, bevor wir im nächsten Schritt eine eigene Systematisierung vorschlagen.

Dieter Schmidtchen unterscheidet in einem der ersten deutschsprachigen Systematisierungsversuche des Feldes in seinem Artikel *Ökonomik der Religion* vier Bereiche, angelehnt an die Arbeiten von Laurence Iannaccone.¹⁶ Ausführlich konzentriert er sich auf die auf der *rational choice*-Theorie aufbauende ökonomische Analyse der Religion und diskutiert das Modell der Haushaltsproduktion von Zeitinvestition in Religion nach Azzi und Ehrenberg.¹⁷ Er geht knapp auf die Rolle religiösen Humankapitals bei der Produktion und Wertschätzung religiöser Güter ein und bespricht ausführlicher die Modellierung von Glauben als Versicherung sowie die Rolle von Kirchen als Clubs bzw. Firmen bei der Produktion religiöser Güter. Zuletzt bespricht er das Marktmodell und dessen grundlegende These, dass Wettbewerb religiöse Aktivität anrege und Monopolisierung sie dämpfe. Der zweite Bereich der Ökonomik der Religion umfasst nach Schmidtchen die ökonomischen Konsequenzen von Religion sowohl auf der gesellschaftlichen Makroebene, wie sie allen voran in Max Webers Protestantis-

al Economics of the Medieval Church, in: Journal of Institutional and Theoretical Economics 153, 1997, S. 122–149, Mayer, Achim: Fegefeuer und Bettelorden: päpstliches Marketing im 13. Jahrhundert. Ein Beitrag zur Analyse der Unternehmensgeschichte der katholischen Kirche unter Einsatz der Franchisetheorie, Marburg 1996; Schmidtchen, Dieter/Mayer, Achim: Ökonomische Analyse der Religion, in: Ramb, Bernd-Thomas/Tietzel, Manfred (Hrsg.): Ökonomische Verhaltenstheorie, München 1993, S. 310–341.

¹⁵ Brinitzer, Ron: Religion – eine institutionenökonomische Analyse, Würzburg 2003.

¹⁶ Schmidtchen, Ökonomik, S. 11–43, Iannaccone, Laurence: Introduction to the Economics of Religion, in: Journal of Economic Literature 36, 1998/3, S. 1465–1495.

¹⁷ Azzi/Ehrenberg, Household Allocation, S. 27–56.

musthese zum Ausdruck kommen, aber auch auf Haushalte auf der Mikroebene.¹⁸ Die Neue Institutionenökonomik vertieft er insbesondere mit Blick auf die Senkung von Transaktionskosten und die Erhöhung von Transaktionssicherheit und arbeitet deren Relevanz mit Blick auf Religion vor dem Hintergrund eines 1997 im *Journal of Institutional and Theoretical Economics* erschienenen Sonderhefts *The New Institutional Economics. Religion and Economics* heraus.¹⁹ Den dritten Bereich, die religiöse Ökonomik – darunter versteht er die religiöse Perspektive auf Wirtschaftspolitik und die Struktur der Volkswirtschaft – sowie den vierten Bereich, das religiöses Consulting, das religiöse Einrichtungen als Unternehmen auffasst und sie nach Ressourcen- und Marktnutzungseffizienz mit dem Ziel des Kirchenwachstums bewertet, erwähnt Schmidtchen lediglich einleitend und vertieft sie nicht.

Anne Koch unterscheidet aus kulturwissenschaftlicher Perspektive in ihrem Aufsatz *Zur Interdependenz von Religion und Wirtschaft – Religionsökonomische Perspektiven* ebenfalls vier Bereiche: erstens Religion als Wirtschaftsfaktor, worunter sie die Finanzierung von Religion und ihren ökonomischen Nutzen als gesellschaftliche „Institution“ versteht;²⁰ zweitens die Arten, wie sich durch religiöse Überzeugungen einerseits und bestimmtes wirtschaftliches Verhalten andererseits unterschiedliche Mentalitäten in verschiedenen kulturellen Kontexten herausbilden; drittens ökonomische Theorien als Gegenstand der Religionswissenschaft; und viertens ökonomische Theorien als Modelle der Religionswissenschaft. Mit ökonomischen Theorien als Gegenstand der Religionswissenschaft bezeichnet sie dabei insbesondere die auf der *rational choice*-Theorie aufbauenden Arbeiten Iannaccones sowie Finke und Starks,²¹ ökonomische Theorien als Modelle der Religionswissenschaft hingegen sind laut Koch vor allem die Verhaltensökonomie und Neue Institutionenökonomik. Ihr 2014 erschienener Band *Religionsökonomie. Eine Einführung* entwickelt diese Feldsystematisierung weiter und setzt sich eine Synthese der von der *rational choice*-Theorie so stark geprägten anglophonen Religionsökonomie mit der eher historisch und soziologisch orientierten deutschen Religionsökonomie zum Ziel.²² Hier werden nur noch drei religiösenökonomische Teilbereiche unterschieden: Zum einen die Wissensgeschichte von Religion und Wirtschaft, worunter auch die Wirtschaftsethnologie, die Wirtschaftssoziologie und Kulturökonomie fallen; zum zweiten ökonomische Theorien als Modelle der Religionsökonomie, worunter nun Pierre Bourdieus Ökonomie der symbolischen

¹⁸ Vgl. Beitrag von Andrea Maurer in diesem Band.

¹⁹ Schlicht, Ekkehart (Hrsg.): *The New Institutional Economics. Religion and Economics*, in: *Journal of Institutional and Theoretical Economics* 153, 1997, S. 1–290.

²⁰ Koch, Anne: *Zur Interdependenz von Religion und Wirtschaft – Religionsökonomische Perspektiven*, in: *Jahrbuch Normative und institutionelle Grundfragen der Ökonomik* 6, 2007, S. 37–61.

²¹ S. z. B. Stark, Rodney [u. a.]: *Pluralism and Piety*. England and Wales, 1851, in: *Journal for the Scientific Study of Religion*, 1995, S. 431–444; Stark, Rodney [u. a.]: *Religion, Science, and Rationality*, in: *The American Economic Review* 86, 1996/2, S. 433–437.

²² Koch, Anne: *Religionsökonomie. Eine Einführung*. Stuttgart 2014, S. 14–20.

Güter sowie das Marktmodell Peter L. Bergers und das Marktmodell der *economics of religion* nach Iannaccone ebenso fallen wie die Verhaltensökonomie, die Neue Institutionenökonomik und die Kulturokonomie; und zum dritten ökonomische Theorien als Gegenstand der Religionsökonomie, hier gefasst als ökonomische Theorien und Literatur, der Komplex der Ökonomisierung, Kommerzialisierung und Kommodifizierung sowie islamisches Wirtschaften und muslimische Konsumkultur als eigenständige religiöse Ökonomien.

Martin Lutz unterscheidet im Beitrag *Religion und Wirtschaft* zum *Handbuch Religionssoziologie* ebenfalls drei Bereiche im Feld der Religionsökonomie.²³ Einerseits könne man Religion als abhängige Variable fassen, nämlich, wenn ökonomische Methoden herangezogen werden, um Religion zu untersuchen – wie es vor allem in den *economics of religion* der Fall sei. Andererseits könne Religion als unabhängige Variable gefasst werden, wenn Gegenstand der Untersuchung die wirtschaftlichen Konsequenzen von Religion auf individuelles Handeln auf der Mikroebene und auf die Entwicklung ganzer Wirtschaftssysteme auf der Makroebene ist. Der dritte Bereich sei die Untersuchung von Religion aus institutionentheoretischer Perspektive im Sinne vor allem des Neo-Institutionalismus und der Neuen Institutionenökonomik. Die Unterscheidung zwischen Religion als abhängiger und als unabhängiger Variable ist in der Forschungsliteratur etabliert. Aus unserer Sicht stellt sich jedoch die Frage, ob sie in der üblichen Form stimmig ist. Denn wenn man von Religion als „abhängiger“ Variable im Kontext der Ansätze spricht, die ökonomische Methoden zur Untersuchung von Religion heranziehen, scheint ein Kategorienfehler zwischen Objekt- und Metaebene vorzuliegen. Denn eigentlich muss, wenn Religion die abhängige Variable ist, die Wirtschaft (und nicht wirtschaftswissenschaftliche Methoden) als unabhängige Variable verstanden werden.²⁴ Es ist das Ansinnen des vorliegenden Beitrags, einerseits Religion und andererseits Wirtschaft, drittens aber die Heranziehung wirtschaftswissenschaftlicher Methoden als jeweils „unabhängige Variablen“ zu betrachten, freilich ohne sich dieses Terminus zu bedienen.

Im Folgenden stellen wir eine alternative Systematisierung des Feldes vor, die an unseren Vorschlag im 2023 erschienenen einführenden Lehrbuch *Religionsökonomie* anschließt.²⁵ Diese alternative Systematisierung knüpft in Teilen an die in diesem Abschnitt besprochenen Vorschläge an, insbesondere mit der Betonung der Verhaltensökonomie und der Neuen Institutionenökonomik als vielversprechende Ansätze. Darüber hinaus setzt sie sich jedoch dezidiert zum Ziel, einerseits die mikroökonomische Modellierung als ein Standbein der Religionsökonomie in der Tradition Schmidtchens näher in den Blick zu rücken. Andererseits hebt sie die histo-

²³ Lutz, Martin: Religion und Wirtschaft. in: *Handbuch Religionssoziologie*, Wiesbaden 2018, S. 715–740.

²⁴ S. auch Freudenberg/Rezania, Religionsökonomie, S. 29–31.

²⁵ Freudenberg/Rezania, Religionsökonomie.

rische Religionsforschung, insbesondere zur Finanzierung von Religion und der Übernahme wirtschaftlicher Logiken in religiöse Glaubenssysteme, hervor.

3 Systematisierung der Forschungsansätze innerhalb der Religionsökonomie

Der vorliegende Beitrag unterscheidet drei Bereiche im Feld der Religionsökonomie: Im ersten geht es um Studien, die sich der Frage widmen, wie Religion die Wirtschaft beeinflusst, vor allem durch religiöse ökonomische Ethiken, die individuelles Handeln einerseits und dessen gesamtwirtschaftliche Konsequenzen andererseits lenken. Der zweite Bereich umfasst Studien, die untersuchen, wie wirtschaftliche Strukturen und Logiken umgekehrt Religion beeinflussen. Hier werden Religionen bzw. religiöse Organisationen als ökonomische Akteure gefasst, die sich finanzieren und vermarkten. In beiden Bereichen werden also ökonomische Prämissen zugrunde gelegt. Im dritten Bereich des Feldes werden nicht nur ökonomische Prämissen, sondern auch ökonomische Methoden zur Untersuchung des Verhältnisses von Wirtschaft und Religion herangezogen, vor allem die ökonomische Modellierung. Hier werden zwar ebenfalls die gegenseitigen Einflüsse von Religion und Wirtschaft beleuchtet – es gibt in diesem Sinne also Überlappungen zwischen den Bereichen –, wir unterscheiden den dritten Bereich aber aus methodologischen Gründen, eben aufgrund der Heranziehung ökonomischer Methoden in den Untersuchungen, von den ersten beiden Bereichen.

3.1 Erster Bereich: Untersuchungen zum Einfluss von Religion auf Wirtschaft

Der erste hier vorzustellende Bereich schließt Studien ein, die sich damit befassen, wie Religion die Wirtschaft beeinflusst. Hier haben wir es mit Fällen zu tun, bei denen die Religion das wirtschaftliche Handeln zu regulieren versucht. Die religiöse Regulierung wirtschaftlichen Handelns greift sowohl auf der Mikro-, als auch auf der Makroebene und ihre Auswirkungen werden dementsprechend auf beiden Ebenen ersichtlich. Diese Auswirkungen sind teilweise intendiert – z. B. in der Vorgabe von spezifischen Ge- und Verboten bezüglich des wirtschaftlichen Handelns einzelner Gläubiger – und teilweise unintendiert, z. B. in ihren gesamtgesellschaftlichen Auswirkungen. Wir unterteilen diesen Bereich in drei Schwerpunkte: (1) Die Untersuchung religiöser ökonomischer Ethiken in verschiedenen Religionen; (2) ihre Konsequenzen auf der gesellschaftlichen Mikroebene, die vor allem die Verhaltensökonomie untersucht; und (3) ihre sozio-ökonomischen Auswirkungen auf der Makroebene.

3.1.1 Religiöse ökonomische Ethiken

Mit religiösen ökonomischen Ethiken haben wir es dort zu tun, wo Religion versucht, ihre Interaktion mit dem gesellschaftlichen Teilsystem Wirtschaft zu regulieren. Religiöse ökonomische Ethiken stellen Ge- und Verbote für das ökonomische Verhalten ihrer Anhänger:innen als Individuen auf, z. B. in der Form des islamischen *hums*, das vorschreibt, dass Muslime ein Fünftel ihrer Einkünfte für öffentliche Zwecke zur Verfügung stellen sollen, oder des *zakāt*, einer Art Vermögenssteuer, oder des Zinsverbots *ribā*.²⁶ Gleichzeitig regulieren religiöse ökonomische Ethiken weit mehr als reines Finanzverhalten, also den Umgang mit Geld; im Judentum wird z. B. ehrliches Handeln und Arbeiten vorgeschrieben und Preisbetrug, Wucher, bewusste Täuschung und Irreführung sowie Korruption und Bestechung streng untersagt.²⁷ Auch das auf unterschiedliche Weise ausgelegte Besitzverbot im Buddhismus geht deutlich über den Umgang mit Geld hinaus.²⁸ Christliche Wirtschaftsethiken regulieren ebenfalls verschiedene Sorten von Besitz und darüber hinausgehend den Umgang mit Reichtum und Armut auf ganz unterschiedliche Weise. Eine nah am Neuen Testament orientierte Wirtschaftsethik ist z. B. deutlicher an der gesamtgesellschaftlichen Wohlfahrt orientiert als das pfingstlerische Wohlstandsevangelium, das Wohlstand individuell begreift und die Verantwortung dafür in die Hände einzelner Gläubiger verlagert.²⁹

In diesen Beispielen wird ersichtlich, dass die Regulierung ökonomischen Handelns durch religiöse ökonomische Ethiken nicht nur die Mikroebene, sondern auch die Makroebene betrifft. In den folgenden beiden Abschnitten stellen wir entsprechend Ansätze vor, die sich jeweils auf eine der beiden Ebenen konzentrieren. Insgesamt sei vorweggestellt, dass die Forschung zu religiösen ökonomischen Ethiken in der Religionsökonomie bei Weitem noch nicht ausgeschöpft ist. Dies liegt möglicherweise daran, dass derartige Untersuchungen auch inhaltliche Kenntnisse bzw. eingehendere Auseinandersetzungen mit bestimmten Religionen voraussetzen, was religionswissenschaftliche Expertise über die Religionsökonomie hinaus verlangt. Eine Ausnahme ist das Thema *Islamic Banking*, das in der religionsökonomischen Forschung Beachtung findet.³⁰

²⁶ Vgl. Freudenberg/Rezania, Religionsökonomie, S. 129–134.

²⁷ Kaplan, Nathan Lee: Wirtschaftsethik, in: Ethik im Judentum, hrsg. v. Zentralrat der Juden in Deutschland/Schweizerischer Israelitischer Gemeindebund, Berlin 2015, S. 189–203.

²⁸ Vgl. Freudenberg/Rezania, Religionsökonomie, S. 142 f.

²⁹ Meeks, M. Douglas: Economics in the Christian Scriptures, in: Oslington, Paul (Hrsg.): The Oxford Handbook of Christianity and Economics, Oxford 2014, S. 3–21; Chesnut, R. Andrew: Prosperous Prosperity. Why the Health and Wealth Gospel is Booming Across the Globe, in: Attanasi, Katherine/Yong, Amos (Hrsg.): Pentecostalism and Prosperity. The Socio-Economics of the Global Charismatic Movement, New York 2012, S. 215–223; Coleman, Simon: The Prosperity Gospel. Debating Charisma, Controversy and Capitalism, in: Hunt, Stephen J. (Hrsg.): The Handbook of Global Contemporary Christianity. Movements, Institutions, and Allegiance, Leiden 2016, S. 276–296.

³⁰ S. z. B. Saeed, Abdullah: Islamic Banking and Interest. A Study of the Prohibition of Riba and Its Contemporary Interpretation (Studies in Islamic Law and Society, 2), Paderborn 1999; Kuran, Timur:

3.1.2 Die Auswirkung von Religion auf individuelles ökonomisches Verhalten: Die Mikroebene (Verhaltensökonomie)

Die Verhaltensökonomie (*behavioral economics*), ein Wissenschaftszweig, der aus der Verbindung von Psychologie und Ökonomie hervorgegangen ist, befasst sich mit der Auswirkung unterschiedlicher Faktoren auf individuelles ökonomisches Verhalten. Innerhalb der Religionsökonomie untersucht die Verhaltensökonomie den Wirkungsgrad religiöser Einstellungen bzw. religiöser Rahmungen einer Situation auf ökonomisches Verhalten.

Als Kritik am Modell des *homo oeconomicus* wurde es um das Konzept der „eingeschränkten Rationalität“ (*bounded rationality*) ergänzt. Es besagt, dass Individuen nur beschränkt nutzenmaximierend handeln können, da sie in Entscheidungsprozessen in Bezug auf Rechnungskapazitäten, Gedächtnis, Informationen, Zeit usw. eingeschränkt sind und kognitiv in bestimmte Richtungen gelenkt werden und die Konsequenzen ihres Handelns dementsprechend nicht vollständig überblicken können. Die Verhaltensökonomie berücksichtigt darüber hinaus, dass ökonomische Akteure stets in direkter oder indirekter Beziehung zueinander stehen und die Präferenzen bzw. den Nutzen anderer Akteure durchaus in Erwägung ziehen. Individuen haben in der Verhaltensökonomie also soziale Präferenzen, die nicht unbedingt mit persönlichem Eigennutz einhergehen; hier definiert sich die Nutzenfunktion eines Akteurs also auf Basis seiner eigenen *und* seiner sozialen Präferenzen. Als Beispiele für soziale Präferenzen lassen sich Altruismus, Fairness, Mitleid, Gerechtigkeit, Bestrafung von Fehlverhalten, Reziprozität, aber auch Neid oder Rachsucht anführen.³¹ Labor- und Feldexperimente bilden einen wichtigen Baustein der Verhaltensökonomie, wobei normalerweise zwei Arten von Daten erhoben werden: Verhaltensdaten, meist gesammelt durch Experimente in Form von Spielen, und Fragebogendaten, die Information zu den religiösen Überzeugungen und dem religiösen Engagement der Probanden liefern sollen. Die Verhaltensökonomie spannt den Bogen von der Mikro- zur Mesoebene, indem sie davon ausgeht, dass das Ausüben von Religion das Vertrauen der Religionsangehörigen ineinander erhöht und somit die Transaktionskosten ökonomischen Handelns reduziert werden.³² Beispielsweise wird in der Verhaltensökono-

Islam and Mammon. The Economic Predicaments of Islamism, Princeton 2004, bes. S. 1–54; Kuran, Timur: Banks and Banking, Modern, in: Encyclopaedia of Islam Three Online, https://referenceworks.brillonline.com/entries/encyclopaedia-of-islam-3/banks-and-banking-modern-COM_24510?&s.num=2&s.f.s2_parent=s.f.cluster.Encyclopaedia+of+Islam&s.q=Waqf (abgerufen am 20. 3. 2022).

³¹ S. Edwards, Ward: The Theory of Decision Making, in: Psychological Bulletin 51, 1954/4, S. 380–417; Simon, Herbert A.: A Behavioral Model of Rational Choice, in: The Quarterly Journal of Economics 69, 1955/1, S. 99–118; Kahneman/Tversky, Prospect Theory; s. auch Cartwright, Economics, S. 3–11, Dreher, Neuroökonomie, S. 7–15, 45–61.

³² Z. B. Informationsbeschaffung, Verhandlung, Kontrolle, Investitionen und Opportunitätskosten; vgl. grundlegend Coase, Ronald H.: The Nature of the Firm, in: Economica 4, 1937, S. 386–405; zum Islam in Afrika vgl. Ensminger, Transaction Costs, S. 4–29.

nomie untersucht, ob religiöse Überzeugungen und das religiöse Engagement oder der Vollzug religiöser Rituale die Kooperationsbereitschaft beeinflussen.³³ Weitere Studien untersuchen den Einfluss des religiösen Glaubens und der religiösen Praxis auf soziale Präferenzen, prosoziales Verhalten oder Vertrauen und Vertrauenswürdigkeit.³⁴ Auch wird der Einfluss der Religiosität auf Diskriminierung und Stereotypisierung untersucht.³⁵

3.1.3 Die sozioökonomischen Auswirkungen religiöser ökonomischer Ethiken: Die Makroebene

Die Regulierung ökonomischen Handelns durch Religion wird nicht nur in individuellem Verhalten auf der Mikroebene ersichtlich, sondern hat auch breitere gesellschaftliche Auswirkungen. Hier geht es vor allem um die nicht-intendierten Effekte religiöser Überzeugungen mit wirtschaftlichem Bezug auf die Gesellschaft. Bei der prägnantesten These in diesem Bereich handelt es sich um den von Max Weber postulierten Zusammenhang zwischen Kapitalismus und Protestantismus, vorgelegt in seinem 1905 erschienenen Werk *Die protestantische Ethik und der Geist des Kapitalismus*.³⁶ Demnach stehen der Protestantismus, die zunehmende Rationalisierung in der frühen Neuzeit und die Ausbreitung des Kapitalismus in keinem monokausalen Zusammenhang; Weber spricht bekanntlich von einer „Wahlverwandtschaft“. Mit der Annahme, die Protestanten in Deutschland seien finanziell erfolgreicher als Katholiken und protestantisch geprägte Staaten ökonomisch stärker als nicht-protestantische, stellt Weber die Frage, warum sich der moderne Betriebskapitalismus nur im protestantisch geprägten Europa herausbildete. Entscheidend hierfür seien die protestantische Rationalisierung, d. h. die Erhöhung der religiösen Eigenverantwortung, und die Befürwortung der Gewinn-

³³ Orbell, John [u. a.]: Religion, Context, and Constraint toward Strangers, in: *Rationality and Society* 4, 1992/3, S. 291–307; Ruffle, Bradley J./Sosis, Richard H.: Does It Pay to Pray? Costly Ritual and Cooperation, in: *The B. E. Journal of Economic Analysis & Policy* 7, 2007, S. 1–30.

³⁴ Zu den sozialen Präferenzen s. Tan, Jonathan H. W.: Religion and Social Preferences. An Experimental Study, in: *Economics Letters* 90, 2006/1, S. 60–67; zum prosozialen Verhalten s. Shariff, Azim F./Norenzayan, Ara: God Is Watching You. Priming God Concepts Increases Prosocial Behavior in an Anonymous Economic Game, in: *Psychological Science* 18, 2007/9, S. 803–809, Paciotti, Brian [u. a.]: Are Religious Individuals More Generous, Trusting, and Cooperative? An Experimental Test of the Effect of Religion on Prosociality, in: Obadia, Lionel/Wood, Donald C. (Hrsg.): *The Economics of Religion. Anthropological Approaches (Research in Economic Anthropology, 31)*, Bingley 2011, S. 267–305; zu Vertrauen und Vertrauenswürdigkeit s. Tan, Jonathan H. W./Vogel, Claudia: Religion and Trust. An Experimental Study, in: *Journal of Economic Psychology* 29, 2008/6, S. 832–848.

³⁵ Fershtman, Chaim [u. a.]: Discrimination and Nepotism. The Efficiency of the Anonymity Rule, in: *The Journal of Legal Studies* 34, 2005/2, S. 371–396.

³⁶ Weber, Max: *Die protestantische Ethik und der Geist des Kapitalismus*. Vollständige Ausgabe [1920], hrsg. v. Kaesler, Dirk, München 2013; vgl. auch den Beitrag von Andrea Maurer in diesem Band.

maximierung als Selbstzweck. Dabei spricht Weber von „*Kapitalbildung* durch asketischen *Sparzwang*“.³⁷ Anschließend habe sich der moderne Kapitalismus aus seinem religiösen Entstehungskontext herausgelöst.

Während Weber eine „positive“ sozioökonomische Auswirkung von religiösen Überzeugungen auf die Gesamtgesellschaft konstatierte, beschäftigen sich viele Forschungen in diesem Bereich mit dem Zusammenhang von Religion und ökonomischer Unterentwicklung. Wird bei Weber die Unterentwicklung der islamischen Länder auf die „Irrationalität“ des Islam zurückgeführt, so stellt der türkisch-amerikanische Ökonom und Politikwissenschaftler Timur Kuran die Frage, warum die Länder der islamischen Welt im Vergleich zu den Ländern des „Westens“ gegenwärtig ökonomisch schwächer dastehen, obwohl sie diesen bis Mitte des 19. Jahrhunderts ökonomisch überlegen waren.³⁸ Dabei hält Kuran die islamischen Institutionen für maßgebend für die derzeitige ökonomische Stagnation des Nahen Ostens, insbesondere (1) das Erbrecht, das zur Vermögenszersplitterung führt und die Kapitalanhäufung verhindert; (2) das Gesellschaftsrecht, das die Gesellschaften (*corporations*) von ihren einzelnen Mitgliedern abhängig macht und somit ihr Fortbestehen auf wenige Generationen begrenzt; und (3) das Zinsverbot, das die Entstehung von Kreditinstituten mit der Möglichkeit der Vergabe größerer Kreditvolumen verhinderte. Einen ökonomischen Wendepunkt setzt Kuran dabei in der Mitte des 19. Jahrhunderts. Die geringe Differenzierung der beiden Teilsysteme Religion und Wirtschaft sowie die zu starke Regulierung der Wirtschaft durch die Religion, nicht zuletzt in Abwesenheit eines anderen regulierenden Teilsystems, wie z. B. dem Staat, hätten zur Unterentwicklung der islamisch geprägten Länder geführt. Zu erwähnen ist, dass Kurans Hypothesen sich nicht auf historische Primärquellen stützen. Somit wurden sie bis jetzt weder in der Islamwissenschaft noch in der Religionsökonomie groß rezipiert.

Die zeitliche Diskrepanz zwischen Webers Arbeiten (Beginn des 20. Jahrhunderts) und Kurans Forschung (Beginn des 21. Jahrhunderts) zeigt, dass der Schwerpunkt der sozioökonomischen Auswirkungen religiöser ökonomischer Ethiken auf der gesellschaftlichen Makroebene relativ komplex ist und bislang nur unzureichend systematisch erforscht wurde. Somit stellt er aus religionsökonomischer Perspektive ein Forschungsdesiderat dar.³⁹

³⁷ Weber, Ethik, S. 194 (Hervorhebung i. O.).

³⁸ Weber, Max: Wirtschaft und Gesellschaft. Grundriss einer verstehenden Soziologie [1922], Paderborn 2006, S. 623–627; Kuran, Islam and Mammon, S. 1–37; und Kuran, Timur: The Long Divergence. How Islamic Law Held back the Middle East, Princeton 2011, S. 3–41.

³⁹ Vgl. den Beitrag von Moritz Hinsch und Maik Patzelt in diesem Band.

3.2 Zweiter Bereich: Untersuchungen zum Einfluss von Wirtschaft auf Religion

Während der erste Bereich Studien einschließt, die durch die Regulierung von Wirtschaft durch Religion charakterisiert sind, deckt der zweite hier vorgestellte Bereich jene Studien ab, die den Einfluss wirtschaftlicher Strukturen und Logiken im religiösen Feld untersuchen. Dabei treten religiöse Organisationen bzw. Religionen als ökonomische Akteure auf, um sich zu finanzieren und teilweise aktiv zu vermarkten. Ferner übernehmen Religionen implizit oder explizit nicht nur strukturell, sondern auch inhaltlich bestimmte Logiken aus der Wirtschaft. Wir unterteilen diesen Bereich entsprechend in drei Schwerpunkte: (1) die Finanzierung von Religion, (2) die Vermarktung von Religion und (3) die Übernahme von Wirtschaftslogiken in religiöse Semantiken.

3.2.1 Finanzierung von Religion

Religiöse Organisationen, z. B. Kirchen, Synagogen oder Moscheen, müssen sich finanzieren – wie andere Organisationen der Gesellschaft auch, z. B. Krankenhäuser oder Schulen. Aus ökonomischer Perspektive dient diese Finanzierung der Deckung der Produktionskosten für die Herstellung religiöser (und nicht-religiöser) Produkte und eventuell noch der Erzielung eines Gewinns. Dasselbe gilt für die Religion insgesamt: Sie muss sich, wie andere gesellschaftliche Teilsysteme auch (z. B. Bildung oder Gesundheit), finanzieren. Dafür ergreifen Religionen unterschiedliche Maßnahmen. Die Religionsökonomie setzt sich in dieser Hinsicht mit der Frage der Finanzierung von Religion und der Klassifizierung verschiedener Finanzierungsformen auseinander.

Dabei werden in der Regel zwei Arten der Finanzierung unterschieden, die direkte und die indirekte Finanzierung. Um direkte Finanzierung handelt es sich, wenn ein religiöses Gut direkt gekauft oder eine religiöse Dienstleistung direkt vergütet wird; indirekte Finanzierung liegt vor, wenn die Mitglieder einer Gemeinde einen Mitgliedschaftsbeitrag unabhängig von ihren spezifischen Nachfragen bezahlen und die Gemeinde unabhängig von der Nachfrage eine Palette an Produkten und Dienstleistungen anbietet. Zumeist existieren beide Finanzierungsformen in derselben Religion; eine ausschließlich indirekte Finanzierung ist selten der Fall.⁴⁰

Eine andere Klassifizierung der Finanzierung von Religion bezieht sich auf die Ebenen der Finanzierung, also auf die Mikro-, Meso- und Makroebene. Auf der Mikroebene wird untersucht, wie(viel) Haushalte, darunter auch Individuen, und Unternehmen in Religion investieren. Auf der Mesoebene wird die Investition in eine bestimmte Religion seitens ihrer Konsumenten und Produzenten beleuchtet. Auf der Makroebene

⁴⁰ Freudenberg/Rezania, Religionsökonomie, S. 160 f.

stellt sich die Frage der Gesamtinvestition in Religion in einer Gesellschaft, ohne zwischen verschiedenen Religionen zu differenzieren. Die oben besprochenen religiösen ökonomischen Ethiken in Form von Ge- und Verboten bezüglich wirtschaftlichen Handelns sichern unter anderem die Finanzierung der einzelnen Religionen.

Die Investition in Religion auf der Meso- und der Makroebene besteht nicht nur aus der Investition der Konsumenten, sondern auch der Investition der Produzenten. Das bedeutet, dass die Produktionskosten der Produzenten zum Teil als Erlöse von Religion betrachtet werden. Die klassischen ökonomischen Produktionsfaktoren Arbeit, Boden und Kapital gelten dabei zumindest teilweise als Investition in Religion. Religiöse Spezialisten werden durch eine aufwendige und langjährige Ausbildung zu Spezialisten, die dann über Kapital verfügen und es in ihre Produktion religiöser Güter und Dienstleistungen einsetzen. Um handlungsfähig zu sein, müssen religiöse Spezialisten über das Kapital hinaus über eine Handlungsberechtigung verfügen. Eine solche zu erlangen und zu bewahren, die wiederum durch die religiösen ökonomischen Ethiken reguliert wird, trägt zur Investition in Religion bei.

Der Aspekt der Finanzierung religiöser Produkte und Dienstleistungen gehört zu den ältesten historischen Erscheinungen von Religion; man denke an die Aufrechterhaltung eines Tempels zum Zweck des Vollzugs eines Rituals oder die Vergütung eines Priesters.⁴¹ In der anglophonen Religionsökonomie wurde dieser Aspekt lange vernachlässigt; die deutsche Religionsökonomie hingegen zog sie prominent in Betracht. Burkhard Gladigow und seine Kollegen begannen ihre Arbeit zur Religionsökonomie in den 1990er Jahren mit dem Thema Finanzierung von Religion.⁴² Das Thema der Finanzierung von Religion bildete damit den Beginn der Subdisziplin Religionsökonomie in der deutschen Religionswissenschaft.

Eine Finanzierungsform, die gerade auch von Religionen genutzt wird, ist das Fundraising. Dieses Thema wurde jüngst in einer Sonderausgabe des *Journal of Cultural Economy* behandelt.⁴³ Jane Caple und Sarah Roddy zeigen in ihrem Beitrag, dass die katholische Kirche in Irland nach der Hungersnot von 1845 bis 1850 ihre Finanzierungsstrategie diversifizierte, um sich nicht zu sehr auf eine einzige Finanz-

⁴¹ Vgl. den Beitrag von Moritz Hinsch und Maik Patzelt in diesem Band.

⁴² S. Gladigow, Burkhard: Religionsökonomie – Zur Einführung in eine Subdisziplin der Religionswissenschaft, in: Kippenberg, Hans G/Luchesi, Brigitte (Hrsg.): Lokale Religionsgeschichte, Marburg 1995, S. 253–258; Auffarth, Christoph: Gaben für die Götter – für die Katz? Wirtschaftliche Aspekte des griechischen Götterkults, in: Kippenberg/Luchesi, Religionsgeschichte, S. 259–272; Hoffmann, Thomas/Kehrer Günter: Finanzierung von Religion. Beispiel: DDR – Der Verlust von Staatsunterstützung, in: Kippenberg/Luchesi, Religionsgeschichte, S. 289–293; Rüpke, Jörg: Was kostet Religion? Quantifizierungsversuche für die Stadt Rom, in: Kippenberg/Luchesi, Religionsgeschichte, S. 273–287.

⁴³ S. Caple, Jane/Roddy, Sarah: Histories of Religious Fundraising. Religion, Economy, and Value in Global Perspective. Introduction, in: *Journal of Cultural Economy* 16, 2023/5, S. 655–664 und weitere Artikel in diesem Heft.

quelle zu verlassen.⁴⁴ Sie wurde erweitert um die Kollekte in der Kirche und vor der Haustür, Glücksspiele in Form von großen Verlosungen oder Lotterien, Gebühren für Übergangsriten, die Mitgiften einer exponentiell wachsenden Zahl von Nonnen und die Vermietung von Kirchenbänken an Gemeindemitglieder. Eine ähnliche Entwicklung beobachten die Autorinnen in den buddhistischen Geluk-Klöstern in Tibet. Mit dem Übergang von einer überwiegend agrarisch geprägten tibetischen Gesellschaft zu einer Marktwirtschaft in den 1980er Jahren veränderte sich die Finanzierung der Klöster von einer Finanzierung durch institutionalisierte Patrone und dem Besitz von Land und Vieh zu einer Finanzierung durch Spenden von Geld, Material und Arbeitskraft. Weitere Finanzierungsformen sind nun der Verkauf religiöser Güter mit hohem Gewinn oder in jüngerer Zeit die Investition in Immobilien, z. B. durch den Bau von Mietgebäuden. Die Autorinnen diskutieren die moralische Kritik, die sich aus diesem Strategiewechseln ergibt und die vor allem in der Anhäufung von Reichtum durch religiöse Organisationen besteht. Andrew Short zeigt in seinem Beitrag in derselben Ausgabe, dass in den 1970er Jahren eine neue Form des Fundraisings in den amerikanischen presbyterianischen Missionsgesellschaften entstand. Obwohl sich diese Gesellschaften der Rhetorik des Investmentkapitalismus bedienten, unterschieden sich ihre Investitionen deutlich von kommerziellen Aktien. Sie zahlten keine Dividenden oder Zinsen, sondern erklärten, dass die „Dividenden“ dieser „Investitionen“ spiritueller Natur seien. Dennoch gaben sie „Aktienzertifikate“ als Gegenleistung für Geldspenden aus, um den religiösen Verdienst der Spender zu materialisieren. Um die Spendenbereitschaft zu erhöhen, hoben die Fundraiser die moralischen und spirituellen Vorteile von Spenden für religiöse Zwecke hervor. Die beiden Artikel zeigen, wie religiöse Organisationen Finanzierungsmechanismen übernehmen, die in der Wirtschaft üblich geworden sind, wie sie sich also an die sie umgebende Wirtschaft anpassen und wie, damit einhergehend, der Finanzierungsdiskurs moralisiert und somit religiös aufgeladen wird.

3.2.2 Vermarktung von Religion

Wirtschaftslogiken beeinflussen Religion auch insofern, als dass sie Anreize zur Vermarktung von Religion bzw. religiösen Organisationen setzen. Allein aus religionswissenschaftlicher Forschung sind in den letzten Jahren eine Reihe von Studien hervorgegangen, die sich diesem Thema aus ganz unterschiedlichen Perspektiven nähern.⁴⁵ Man kann zwischen kulturpessimistisch-marxistischen Perspektiven, die Religion als

⁴⁴ Caple, Jane/Roddy, Sarah: The Stakes of Religious Fundraising. Economic Transition and Religious Resurgence in Irish Catholicism and Tibetan Buddhism, in: Journal of Cultural Economy 16, 2023/5, S. 698–715.

⁴⁵ S. dazu genauer den Beitrag von Anne Koch in diesem Band.

Verblendung und den Kapitalismus als ausbeuterisch fassen, und ihren Gegenstücken unterscheiden, die das Potenzial wirtschaftlicher Einflüsse auf Religion sehen.⁴⁶ Untersuchungen beleuchten die Strategien von Religionen als Marktteilnehmer, sich z. B. mittels Branding und Kommodifizierung in die Konsumkultur einzufügen und so eine größere Reichweite und Mitgliederwachstum zu erzielen.⁴⁷ Dieser Ansatz geht vor dem Hintergrund des proaktiven Engagements auf dem religiösen Markt über die oben erläuterte „einfache“ Finanzierung hinaus. Dabei werden sowohl Mediatisierung und populärkulturelle Anschlussfähigkeit als auch religiöse Selbstvermarktung in den Blick genommen, um den Wandel von Religion in spätkapitalistischen, auf neoliberalen Wirtschaftsordnungen aufbauenden Gesellschaften zu untersuchen.⁴⁸ Diese größtenteils sozial- bzw. kulturwissenschaftlichen Studien legen modernisierungs- und globalisierungstheoretische Ansätze zugrunde und lassen ökonomische Methoden und Modellierungen entsprechend außen vor.⁴⁹

3.2.3 Übernahme von Wirtschaftslogiken in religiöse Semantiken

Während die anglophone Religionsökonomie sich vorwiegend auf die Anwendung der *rational choice*-Theorie auf Religion konzentriert (s. Abschnitt 3.3), stellte sich die deutschsprachige Religionsökonomie von Beginn an breiter auf und interessierte sich für mehrere Facetten des Nexus von Religion und Wirtschaft. In diesem Zusammenhang sei vor allem Burkhard Gladigow erwähnt, der die Religionsökonomie gerade deswegen als eine „Bindestrich-Disziplin“ versteht.⁵⁰ Er interessierte sich unter anderem für die Übernahme von Wirtschaftslogiken in religiöse Semantiken. Aus diesem Blickwinkel setzte er sich bereits seit den 1970er Jahren mit der Entwicklung von Jenseitsvorstellungen in der griechischen Religion auseinander. Er erforschte, wie die Seele in der griechischen Antike konzipiert wurde, um das postmortale Leben, das ursprünglich als unabhängig vom Leben vor dem Tod verstanden wurde, mit diesem in Verbindung zu setzen; eine Kontingenzbewältigung, die kaum von einem anderen

46 S. Gauthier, François/Martikainen, Tuomas (Hrsg.): *Religion in Consumer Society. Brands, Consumers and Markets*, London 2013; Stievermann, Jan [u. a.]: *Religion and the Marketplace in the United States*, Oxford 2015.

47 S. z. B. Jafari, Aliakbar/Sandicki, Özlem (Hrsg.): *Islam, Marketing and Consumption. Critical Perspectives on the Intersections*, London/New York 2016; Usunier, Jean-Claude/Stolz, Jörg (Hrsg.): *Religions as Brands. New Perspectives on the Marketization of Religion and Spirituality*, London 2014; Einstein, Mara: *Brands of Faith. Marketing Religion in a Commercial Age*, London 2008.

48 S. z. B. Wuthnow, Robert: *After the Baby-Boomers. How the Twenty- and Thirty-Somethings are Shaping the Future of American Religion*, Princeton 2007; Hendershot, Heather: *Shaking the World for Jesus. Media and Conservative Evangelical Culture*, Chicago/London 2004.

49 Martikainen, Tuomas/Gauthier, François (Hrsg.): *Religion in the Neoliberal Age. Political Economy and Modes of Governance*, London 2013; Gauthier/Martikainen, *Consumer Society*.

50 Gladigow, Religionsökonomie, S. 255.

gesellschaftlichen Teilsystem außer der Religion zu leisten ist. Gladigow zeigt, wie das postmortale Leben in der griechischen Antike mit dem irdischen Leben in ökonomischen Zusammenhang gesetzt wird, indem eine das biologische Leben überdauernde Auffassung der Seele konzipiert wird, die im Jenseits das „Ergebnis“ der Taten im Diesseits erfährt.⁵¹ Er stellt dar, wie sich eine ökonomische Logik in der griechischen Jenseitskonzeption etablierte und durch diese institutionalisiert wurde. Somit öffnete Gladigow die Religionsökonomie für die historische Religionswissenschaft. Wie sich Religion bzw. religiöse Institutionen in ihren Semantiken eine Wirtschaftslogik zu eigen machen, zeigen uns nach Gladigow die Verwendung von Metaphern wie Rechnungslegung und Buchführung in Zusammenhang mit dem Jenseits. Aus dem Grund ist diese Perspektive auf das Jenseits keine metasprachliche Projektion ökonomischer Logiken auf das religiöse Material, sondern eine objektsprachliche Übernahme von Wirtschaftslogiken durch Religion selbst, die aber dann in der religionsökonomischen Forschung repräsentiert, modelliert und diskutiert werden.⁵² Ein weiteres derartiges Feld der Religion ist das Opferritual (s. Abschnitt 3.3).

Gladigows religionsökonomische Beiträge haben zweierlei Bedeutungen für die Religionsökonomie generell: Erstens hebt er die Untersuchung historischer Religionen neben den Gegenwartsreligionen in der religionsökonomischen Forschung hervor. Zweitens ergänzt er die Religionsökonomie um die Untersuchung von Wirtschaftslogiken in der Religion(sgeschichte), indem er die historische Entwicklung religiöser Institutionen in den Blick nimmt, die aus der Ökonomisierung dieser Institutionen hervorgehen oder mit dieser zusammenhängen.

3.3 Dritter Bereich: Ökonomische Methoden zur Untersuchung von Religion

Im dritten Bereich fassen wir Ansätze zusammen, die ökonomische Prämissen und Methoden zur Untersuchung des Verhältnisses von Wirtschaft und Religion heranziehen. Dazu zählen (1) die ökonomische Modellierung, (2) der *economics of religion*-Ansatz und (3) die Neue Institutionenökonomik. Diese drei Schwerpunkte beleuchten zwar auch die gegenseitigen Einflüsse von Religion und Wirtschaft – es gibt also durchaus Überschneidungen mit den ersten beiden Bereichen –, allerdings unterscheiden wir diesen dritten Bereich aus methodologischen Gründen, eben wegen der Heranziehung von ökonomischen Methoden in den im Folgenden besprochenen Studien.

⁵¹ Gladigow, Burkhard: Jenseitsvorstellungen und Kulturkritik, in: Zeitschrift für Religions- und Geistesgeschichte 26, 1974, S. 289–309, 290.

⁵² Gladigow, Burkhard: Religionsökonomie. Zwischen Gütertausch und Gratifikation, in: Faber, Richard/Lanwerd, Susanne (Hrsg.): Aspekte der Religionswissenschaft, Würzburg 2009, S. 129–140, 133.

3.3.1 Ökonomische Modellierung

Das Verhalten religiöser Akteure kann auf verschiedenen Ebenen und in Abhängigkeit von ihrer Beziehung zum religiösen Produkt ökonomisch modelliert werden: Sie können ein Produkt, wie z. B. Genesung nach einer Erkrankung oder deren Vorbeugung, Wirtschaftserfolg, Bestehen einer Klausur, Wohlbefinden oder Seelenheil, nachfragen oder anbieten und dementsprechend als Konsumenten oder Produzenten modelliert werden; und die Modellierung kann auf der Mikro-, Meso- und Makroebene erfolgen. Auf der Mikroebene wird das Verhalten der Konsumenten und Produzenten einer Religion(sgruppe) modelliert, auf der Mesoebene wird das Verhalten der verschiedenen Religionen in einer Gesellschaft oder der religiösen Schulen einer Religion modelliert, und auf der Makroebene wird das Verhalten von Religion im Vergleich zu anderen gesellschaftlichen Teilsystemen untersucht.

Wie unter 3.2 ausgeführt, können die von der Religion objektsprachlich übernommenen ökonomischen Logiken zum Gegenstand religionsökonomischer Forschung werden. Ein prägnantes Beispiel hierfür ist das Opferritual, in dem das einfache *do-ut-des*-Prinzip vorherrscht und menschliche Leistung und göttliche Gegenleistung in ein Äquivalenzverhältnis gesetzt werden.⁵³ Besonders relevant ist in diesem Zusammenhang das Werk *Die Gabe. Form und Funktion des Austauschs in archaischen Gesellschaften*⁵⁴ des französischen Soziologen, Ethnologen und Religionswissenschaftlers Marcel Mauss. Mauss versteht die Gabe als eine dreifache Verpflichtung, die aus Geben, Empfangen und Erwidern besteht. Das Geben einer Gabe verpflichtet den Empfänger, die Gabe zu erwidern; das Erwidern der Gabe verpflichtet den Geber, eine weitere Gabe zu geben. So entsteht eine Gabenzirkulation.⁵⁵ Auf der Basis dieses Modells lässt sich zunächst eine triadische Beziehung zwischen einem transzendenten Akteur, dem religiösen Produzenten (z. B. Opferpriester) und dem Konsumenten modellieren, die zur Tetrade der religiös-ökonomischen Tauschbeziehung erweitert werden kann. Es wird dann zusätzlich zwischen der Konsumenten- und der Auftraggeberrolle unterschieden, da der Auftraggeber nicht notwendigerweise das vom Produzenten angebotene Produkt konsumiert. Ein Gedenkritual wird z. B. von den Hinterbliebenen, normalerweise den Kindern eines verstorbenen, zu dessen Gunsten finanziert. Dabei stellt die verstorbene Person den Konsumenten und die Hinterbliebenen den Auftraggeber dar. Eine zusätzliche Erweiterung des Modells berücksichtigt, dass ein und dasselbe Produkt von mehreren voneinander unabhängigen Konsumenten konsumiert und gleichzeitig von mehreren voneinander unabhängigen Auftraggebern in Auftrag gegeben werden kann.⁵⁶

⁵³ Gladigow, Religionsökonomie, S. 129.

⁵⁴ Mauss, Marcel: *Die Gabe. Form und Funktion des Austauschs in archaischen Gesellschaften*, Frankfurt a. M. 1968 [französisches Original 1925].

⁵⁵ Papilloud, Christian: Marcel Mauss. *Essai sur le don*, in: Kraemer, Klaus/Brugger, Florian (Hrsg.): *Schlüsselwerke der Wirtschaftssoziologie*, Wiesbaden 2021, S. 155–164; vgl. den Beitrag von Martin Radermacher in diesem Band.

⁵⁶ Freudenberg/Rezania, Religionsökonomie, S. 174–180.

Die Anfänge der Religionsökonomie gehen, wie oben bereits erwähnt, auf den 1975 veröffentlichten Artikel *Household Allocation of Time and Church Attendance* der amerikanischen Ökonomen Azzi und Ehrenberg zurück.⁵⁷ In diesem Artikel schlagen sie ein Zeitallokationsmodell zur Messung religiöser Aktivitäten vor, wobei religiöse Aktivität als Kirchenbesuch und der Haushalt als Geschlechterpaar definiert wird. Auf der Grundlage ihres Modells und empirischer Daten zum Kirchenbesuch in den USA in den Jahren 1926, 1936, 1952 und 1973 erklären die Autoren, warum die Haushaltsmitglieder in der mittleren Phase ihres Lebens, wenn sie hauptberuflich erwerbstätig sind, am wenigsten in die Religion investieren und dass sich Frauen aufgrund ihres durchschnittlich niedrigeren Lohnniveaus stärker an religiösen Aktivitäten beteiligen als Männer. Die Autoren zeigen damit, wie die ökonomische Rationalität, die Nutzenmaximierung, das religiöse Handeln bestimmt. Sie stellen drei Motive für religiöse Aktivitäten vor: das Heilsmotiv (Konsum im Jenseits), das Konsummotiv (Konsum zur Steigerung der Zufriedenheit im Diesseits) und das Motiv des sozialen Drucks (zur Steigerung der Erfolgsschancen in nichtreligiösen Angelegenheiten).

Mithilfe ökonomischer Modelle kann das ökonomische Verhalten religiöser Organisationen bzw. die Funktion religiöser Institutionen in Bezug auf ihre ökonomische Rationalität untersucht werden. Das Buch *Fegefeuer und Bettelorden. Päpstliches Marketing im 13. Jahrhundert* des deutschen Ökonomen Achim Mayer ist ein hervorragendes Beispiel für diesen Ansatz.⁵⁸ Unter Heranziehung ökonomischer Modellierung untersucht Mayer die Verbreitung der Vorstellung des Fegefeuers durch die katholische Kirche im 13. Jahrhundert und das gleichzeitige Aufkommen der Bettelorden. Sein Modell zeigt, dass sich die katholische Kirche ökonomisch rational verhielt, indem sie die Vorstellung verbreitete, dass Katholik:innen ihre Leiden im Fegefeuer durch „gute Werke“ im Diesseits, zum Teil durch den Erwerb von Ablassbriefen, verringern könnten. Mayer und Dieter Schmidtchen führten mit ihren Untersuchungen die Neue Institutionenökonomik in die Religionsökonomie ein.⁵⁹ Dieser Ansatz ist trotz seines Potenzials in der religionsökonomischen Forschung bisher weitgehend unbeachtet geblieben.

Als weiteres Beispiel für die Modellierung von Religion auf der Mesoebene kann ein Artikel der amerikanischen Ökonomen Brooks Hull und Frederick Bold angeführt werden, die mithilfe eines ökonomischen Modells die Frage zu beantworten versuchen, warum Religionen mit einer Paradiesvorstellung neben dem Paradies eine Hölle konzipieren, statt einfach die Belohnungen im Himmel (unbegrenzt) zu erhöhen.⁶⁰ Verkürzt ausgedrückt: Konsumenten erreichen den sogenannten Sättigungspunkt, an dem kein Interesse mehr am Konsum des Paradiesversprechens besteht. An diesem Punkt wird die Drohung mit der Hölle notwendig, um individuelles und gesellschaftli-

⁵⁷ Azzi/Ehrenberg, Household Allocation, S. 27–56.

⁵⁸ Mayer, Fegefeuer, bes. S. 31–89.

⁵⁹ Schmidtchen/Mayer, Analyse, S. 310–341; Schmidtchen/Mayer, Established Clergy, S. 122–149.

⁶⁰ Hull, Brooks B./Bold, Frederick: Hell, Religion, and Cultural Change, in: Journal of Institutional and Theoretical Economics 150, 1994, S. 447–464.

ches Handeln zu regulieren. Die Autoren erweitern ihr Modell dann auf die Makroebene und stellen die Frage, welchen gesellschaftlichen Beitrag die Religion mit ihrer Paradies- und Höllenvorstellung im Vergleich zu anderen gesellschaftlichen Teilsystemen leistet. Sie argumentieren, dass Religion nur in denjenigen Gesellschaften eine regulative Wirkung entfaltet, in denen sie eine größere gesellschaftliche Bedeutung hat als Staat, Familie oder Bildung.

3.3.2 Der *economics of religion*-Ansatz

Der *economics of religion*-Ansatz gehört zu den bekanntesten und meistrezipierten Ansätzen der Religionsökonomie. Er wurde ab den 1980er Jahren in den USA als Kritik am Säkularisierungsparadigma entwickelt, um die weiterhin vergleichsweise hohen Religiositätsraten insbesondere in den USA zu erklären. Der Ansatz geht auf Grundlage der *rational choice*-Theorie von einem Marktmodell aus. Die religiösen Konsumenten agieren im Sinne des *homo oeconomicus* streng nutzenmaximierend. Ihre Nachfrage nach Religion ist dabei latent immer vorhanden und muss von religiösen Produzenten durch überzeugende Produkte und Dienstleistungen „aktiviert“ werden; aus diesem Grund wird der Ansatz auch *supply-side approach* genannt. Religion wird hier also als anthropologische Konstante aufgefasst, wobei der Anbieterseite eine zentrale Rolle zukommt.⁶¹

So erklärt der *economics of religion*-Ansatz geringe Religiositätsraten, wie sie z. B. in vielen europäischen Ländern zu vermerken sind, mit der Unfähigkeit religiöser Produzenten, die latente Nachfrage nach Religion in religiösen Konsumenten zu entfachen. Umgekehrt trage die religiöse Vielfalt der US-amerikanischen Religionslandschaft entscheidend zur hohen Religiosität – verstanden ausschließlich als Kirchenmitgliedschaft und individuelle Beteiligung an kirchlichen Aktivitäten – bei, da Konsumenten bei ihrer Kosten-Nutzen-Abwägung von einem diversen religiösen Angebot zu religiöser Teilhabe angeregt würden. So fallen in unterschiedlichen Religionen unterschiedliche Kosten an, die nicht nur finanzieller Art sind, sondern auch in Form von Verhaltensnormen (z. B. Regulierung des Sexualverhaltens, des Konsums oder des Privatbesitzes) auftreten. Der Nutzen ist umgekehrt einerseits Erlösung und Seelenheil, andererseits soziale Zugehörigkeit zu einer bestimmten Gemeinschaft und das damit einhergehende soziale und kulturelle Kapital. Religiöse Produzenten müssten dabei ein überzeugendes Angebot vorlegen, in dessen Rahmen der Nutzen größer sei als die Kosten. Dabei sei der freie Wettbewerb auf dem religiösen Markt entscheidend: Deregulation steigere letztlich religiöse „Vitalität“, da eine größere Zahl religiö-

⁶¹ Stark/Finke, *Acts of Faith*; Finke, Roger/Iannaccone, Laurence R.: Supply-side Explanations for Religious Change, in: *The Annals of the American Academy of Political and Social Science* 527, 1993/1, S. 27–39.

ser Produzenten die Nachfrage nach Religion seitens Konsumenten erhöhe, während religiöse Monopolbildung – z. B. in Form von Staatskirchen – Religiositätsraten verringere, da Konsumenten nicht zur religiösen Teilhabe angeregt würden.⁶²

Die amerikanischen Soziologen Rodney Stark und Roger Finke arbeiten den *economics of religion*-Ansatz in der Monographie *Acts of Faith. Explaining the Human Side of Religion* auf Grundlage diverser Vorarbeiten umfassend aus. Ihr Ausgangspunkt ist die These, dass das Christentum im spätantiken und mittelalterlichen Europa wesentlich weniger verbreitet war, als allgemeinhin angenommen wird, und man sich entsprechend von der Vorstellung eines Rückgangs von Religion in der Moderne und eines Konflikts mit der wissenschaftlichen Weltsicht verabschieden müsse. Vielmehr spielt Religion auch in modernen Gesellschaften weiterhin eine wichtige Rolle. Den oben skizzierten religiösen Markt fassen die Autoren als aus sechs „Nischen“ bestehend, die bestimmte religiöse Präferenzen aufweisen und in unterschiedlichen Spannungsverhältnissen zu ihrer Umwelt stünden. Dabei erstreckt sich das Spektrum von der „ultra-strenge“ und der „strenge“ Nische über die beiden größten, die „konervative“ und die „moderate“ Nische bis hin zur „liberalen“ und „ultra-liberalen“ Nische. Das Spannungsverhältnis zur Umwelt sei in der „ultra-strenge“ Nische am größten, da sich religiöse Gemeinschaften darin durch ihre strengen Regeln am deutlichsten von der Mehrheitsgesellschaft absetzen, und in der „ultra-liberalen“ Nische am geringsten, da die Regeln hier am wenigsten kostenintensiv seien. Mit dem Nischenmodell schlagen die Autoren eine allgemeine Erklärung für religiösen Wandel vor, da Abspaltungen aus den beiden größten Nischen (konservativ und moderat) sich einen Platz in den Randnischen sicherten, bis sie sich aufgrund von gesellschaftlicher Anpassung immer weiter liberalisierten. Das Modell beansprucht generelle Gültigkeit, passt in der Anwendung letztendlich fast nur auf die USA.⁶³

Stark und Finke beziehen sich in *Acts of Faith* nicht nur auf eigene Vorarbeiten, sondern auch auf den amerikanischen Ökonomen Laurence Iannaccone, einem weiteren Vertreter des *economics of religion*-Ansatzes.⁶⁴ In seinem 1994 erschienenen Aufsatz *Why Strict Churches are Strong* arbeitet Iannaccone die These aus, dass „strenge“ Kirchen – deren Spannungsverhältnis zur Umwelt also hoch ist, da sie strenge Regeln z. B. bezüglich der Ernährung, der Sexualität, der Kleidung, der Freizeitgestaltung usw. auferlegen – aus zwei Gründen erfolgreich sind: Erstens werden durch die relativ hohen Kosten der Zugehörigkeit zur Gemeinschaft Trittbrettfahrer vergrault, also Individuen, die ohne eigene religiöse Investition die Vorteile einer Mitgliedschaft ge-

⁶² Finke, Roger/Stark, Rodney: *The Churching of America 1776–2005. Winners and Losers of Our Religious Economy*, New Brunswick 2006, S. 8–12.

⁶³ Freudenberg, Maren: *A Rational Choice-Based Theory of Religion. On Rodney Stark and Roger Finke, Acts of Faith (2000)*, in: Stausberg, Michael (Hrsg.): *21st Century Theories of Religion*. London, 2025.

⁶⁴ S. Stark, Rodney/Bainbridge, William Sims: *A Theory of Religion*, New York 1987.

nießen.⁶⁵ Zweitens erhöhe sich das Engagement der verbleibenden, aktiven Mitglieder durch die strengen Regeln der Gemeinschaft, da der aus ihnen gezogene Nutzen – vor allem in Form von göttlicher Auserwähltheit und Gemeinschaftszugehörigkeit – die Kosten kompensierten.

Der *economics of religion*-Ansatz hat seiner anhaltend breiten Anhängerschaft zum Trotz fundamentale Kritik erfahren, die hier in aller Kürze zusammengefasst werden soll.⁶⁶ Einerseits wird das neoklassische Paradigma nicht nur in den Geistes- und Sozialwissenschaften, sondern auch in den Wirtschaftswissenschaften selbst aufgrund des stark eingrenzenden *homo oeconomicus* kritisiert; dieser operiere in quasi luftleerem Raum, ohne Berücksichtigung sozialer und kultureller Prägungen sowie kognitiver Einschränkungen.⁶⁷ Innerhalb des *economics of religion*-Ansatzes selbst wird die latent immer vorhandene Nachfrage nach Religion aus unterschiedlichen Perspektiven kritisiert: sie könne den empirisch belegbaren Rückgang an religiöser Beteiligung nicht erklären,⁶⁸ sie lasse keinen analytischen Raum für säkulare Anbieter, die durchaus in Konkurrenz mit religiösen Produzenten stünden,⁶⁹ und sie bleibe letztendlich spekulativ-psychologisierend, statt modellhaft ökonomisch begründet zu werden. Damit zusammenhängend ist hier hinzuzufügen, dass der Fokus allein auf die Anbieterseite die grundlegende ökonomische Prämisse des Marktgleichgewichts ausklammert, laut derer Angebot und Nachfrage in einem modellhaften, sich gegenseitig beeinflussenden Verhältnis stehen.⁷⁰ Ferner wird der einseitige Fokus auf Nordamerika zu Recht kritisiert, da die empirische Anwendung auf US-amerikanische Daten zwar funktioniere, durch Daten aus anderen nationalen Kontexten aber deutlich widerlegt werde. Damit zusammenhängend sei ein Verständnis von Religiosität als Kirchenmitgliedschaft und kirchlichem Engagement verfehlt, weil es individuelle, privatisierte, nicht-institutionelle religiöse Praktiken und Glaubensüberzeugungen nicht berücksichtige. Zuletzt seien die Thesen, dass Vielfalt Religiosität bestärke und Deregulation Wettbewerb ermögliche, mit Blick z. B. auf Polen, Nordirland oder auch Italien widerlegbar.⁷¹ Trotz dieser breiten Kritik erfreut sich der *economics of religion*-Ansatz weiterhin großer Beliebtheit, insbesondere in der anglophonen Religionswissenschaft.⁷²

⁶⁵ Iannaccone, Laurence R.: Why Strict Churches Are Strong, in: American Journal of Sociology 99, 1994, S. 1180–1211.

⁶⁶ S. ausführlicher: Freudenberg/Rezania, Religionsökonomie, S. 234–238.

⁶⁷ Braun, Norman: Rational Choice Theorie, in: Kneer, Georg/Schroer, Markus (Hrsg.): Handbuch soziologische Theorien, Wiesbaden 2013, S. 395–418; Boudon, Raymond: Rational Choice Theory, in: Turner, Bryan S. (Hrsg.): The New Blackwell Companion to Social Theory, Malden 2009, S. 179–195; Kjøsvik, Darley Jose: Methodological Individualism and Rational Choice in Neoclassical Economics. A Review of Institutional Critique, in: Forum for Development Studies 30, 2003/2, S. 205–245.

⁶⁸ Bruce, God is Dead.

⁶⁹ Willems, Ulrich [u. a.] (Hrsg.): Moderne und Religion. Kontroversen um Modernität und Säkularisierung, Bielefeld 2013.

⁷⁰ Freudenberg/Rezania, Religionsökonomie, S. 236.

⁷¹ Pollack/Rosta, Religion, S. 364–374.

⁷² S. z. B. Carvalho [u. a.], Advances; McCleary, Oxford Handbook.

3.3.3 Neue Institutionenökonomik

Die Neue Institutionenökonomik verfolgt seit den 1970er Jahren das Ziel, eine ökonomische Theorie von Institutionen zu entwickeln. Sie hat dabei das neoklassische Modell des *homo oeconomicus* um den Begriff der eingeschränkten Rationalität erweitert, um wirtschaftliches Handeln als mehr als eine reine Markttransaktion bei idealem Markt zu fassen.⁷³ Stattdessen werden die kognitiven Einschränkungen, soziokulturellen Deutungsrahmen und sich ändernde Präferenzen seitens der Akteure ebenso miteinbezogen wie weitere soziale, kulturelle, historische und juristische Rahmenbedingungen. Diese werden in der Neuen Institutionenökonomik als Institutionen verstanden; auch Religion wird dementsprechend als gesellschaftliche Institution in die Analyse wirtschaftlichen Handelns einbezogen.⁷⁴

Der Institutionenbegriff bleibt in der Neuen Institutionenökonomik allerdings schwammig, was nicht zuletzt der Tatsache geschuldet ist, dass sie sehr unterschiedliche Ansätze unter einem Dach vereint.⁷⁵ Der amerikanische Organisationssoziologe W. Richard Scott definiert sie als „regulative, normative, and cultural-cognitive elements that, together with associated activities and resources, provide stability and meaning to social life“.⁷⁶ Die deutsche Wirtschaftssoziologin Konstanze Senge spricht von Institutionen als „soziale Regeln, aus denen sich typisierte Anweisungen für Handlungen ableiten lassen“.⁷⁷ Der einflussreiche amerikanische Ökonom und Wirtschaftshistoriker Douglass C. North geht von Institutionen als „Struktur“ aus, durch die Unsicherheit abgebaut werde und aus der sich formelle und informelle Handlungsbeschränkungen (*constraints*) ergeben.⁷⁸ Diese seien allgegenwärtig und z. B. in Sprache oder in materialen Artefakten, aber auch in menschlichen Überzeugungen und Ideen vorzufinden. In diesem Zusammenhang spricht North von geteilten mentalen Modellen als verinnerlichte Deutungsmuster, die Transaktionskosten (Abschnitt 2) durch das gesteigerte Vertrauen in andere Marktteilnehmende reduzierten, da das Verhalten des Gegenübers bei gemeinsamen Deutungsmustern und Regelauffassungen leichter vorhersagbar sei.⁷⁹

Wandel wird in der Neuen Institutionenökonomik mit Blick auf den Wettbewerb zwischen „unternehmerischen“ Individuen (*organizational entrepreneurs*) als Führungs-

⁷³ Simon, Herbert A.: *Administrative Behavior. A Study of Decision-Making Processes in Administrative Organizations*. 4. Aufl. New York 1947; Simon, Model, S. 99–118.

⁷⁴ S. den Beitrag von Johannes Eurich in diesem Band für ein Anwendungsbeispiel auf Religionen als Wohlfahrtsdienstleister.

⁷⁵ Williamson, Oliver E: *The New Institutional Economics. Taking Stock, Looking Ahead*, in: *Journal of Economic Literature* 38, 2000/3, S. 595–613; Senge, Konstanze: *Das Neue am Neo-Institutionalismus. Der Neo-Institutionalismus im Kontext der Organisationswissenschaft*, Wiesbaden 2011.

⁷⁶ Scott, Institutions, S. 56.

⁷⁷ Senge, Das Neue, S. 152.

⁷⁸ North, Understanding, S. 1–8.

⁷⁹ Denzau, Arthur T./North, Douglass C.: *Shared Mental Models. Ideologies and Institutions*, in: *KY-KLOS International Review for Social Sciences* 47, 1994/1, S. 3–31.

figuren an gesellschaftlichen Schaltstellen (z. B. in Politik und Wirtschaft) gefasst: Je höher der Wettbewerb, desto zügiger der Wandel, da Organisationen – die auf der gesellschaftlichen Mesoebene die Interessen einzelner Akteure (Mikroebene) bündeln und gesamtgesellschaftlichen Einfluss anstreben – kontinuierlich in die immer größer werdende Expertise ihrer Mitarbeiter investierten. Allerdings vollzieht sich Wandel im Verständnis der Neuen Institutionenökonomik nur sehr langsam und ist pfadabhängig. Der Begriff der Pfadabhängigkeit verweist auf das eingeschränkte Entscheidungsspektrum von Institutionen vor dem Hintergrund ihrer historischen Genese, die bestimmte Entwicklungsoptionen von vornherein ausschließt und andere begünstigt: „Path dependence is not ‚inertia,‘ rather it is the constraints on the choice set in the present that are derived from historical experiences of the past“.⁸⁰

In einem paradigmatischen Beitrag aus dem Jahr 2000 unterscheidet der amerikanische Ökonom Oliver E. Williamson vier Ebenen, auf denen die Neue Institutionenökonomik mittlerweile eine Rolle spielt: (1) Die Ebene der *embeddedness*, also der Sozialtheorie, die informelle Institutionen, Traditionen und Bräuche, Normen und Religion einschließt; (2) die politische Ebene, die Regeln insbesondere in Bezug auf Besitz und dessen politische und rechtliche Verwaltung aufstellt; (3) die Ebene der Governance (*play of the game*), auf der Verträge greifen, die Transaktionskosten minimieren sollen; und (4) die Ebene der neoklassischen Ökonomie, auf der es um Ressourcenzuweisungen und Einstellungen, um Preise, Mengen und das Marktgleichgewicht gehe.⁸¹

Die Neue Institutionenökonomik stellt das Werkzeug bereit, um den Einfluss auch religiöser Institutionen auf die Entwicklung ökonomischer Strukturen historisch sowie gegenwärtig zu untersuchen und auch wechselseitige Einflüsse in den Blick zu nehmen. Dabei wird die Sonderstellung religiöser Organisationen berücksichtigt, die nicht als Profitunternehmen aufgefasst werden.⁸² In einer der seltenen institutionenökonomischen Studien mit Bezug auf Religion im deutschsprachigen Raum untersucht Ron Brinitzer Religion und ihre Rituale als Ausdruck mentaler Modelle vor dem Hintergrund der Annahme, dass die institutionelle Struktur die Kosten einer religiösen Organisation senke und ihre Sicherheit erhöhe.⁸³

4 Ausblick

Im vorliegenden Beitrag wurde eine dreiteilige Systematisierung der Forschungsansätze innerhalb der Religionsökonomie vorgeschlagen: Der erste Bereich umfasst Studien, die sich mit dem Einfluss von Religion auf Wirtschaft auseinandersetzen, vor

⁸⁰ North, Understanding, S. 52.

⁸¹ Williamson, New Institutional, S. 597.

⁸² Koch, Religionsökonomie, S. 103–130.

⁸³ Brinitzer, Religion.

allem durch die Betrachtung religiöser ökonomischer Ethiken (in Form von Ge- und Verboten mit Bezug auf wirtschaftliches Handeln) und ihrer Auswirkungen einerseits auf der Mikroebene (wie sie in der Verhaltensökonomie untersucht werden) und andererseits auf der Makroebene, also in Bezug auf gesamtgesellschaftliche sozio-ökonomische Konsequenzen. Der zweite Bereich umfasst Studien, die den Einfluss von Wirtschaft auf Religion untersuchen. Dabei treten religiöse Organisationen bzw. Religionen als ökonomische Akteure auf, um sich zu finanzieren und teilweise aktiv zu vermarkten. Ferner übernehmen Religionen implizit oder explizit nicht nur strukturell, sondern auch in ihren Semantiken bestimmte Logiken aus der Wirtschaft. In diesen beiden Bereichen kommen religionswissenschaftliche Methoden, z. B. der empirischen Sozialforschung oder der Philologie, zum Tragen. Der dritte Bereich umfasst Studien, die ökonomische Methoden zur Untersuchung des Verhältnisses von Wirtschaft und Religion heranziehen, weswegen er gesondert zu betrachten ist. Dazu zählen die ökonomische Modellierung, der *economics of religion*-Ansatz und die Neue Institutionenökonomik. Wie oben betont wurde, beleuchten diese drei Schwerpunkte zwar jeweils die gegenseitigen Einflüsse von Religion und Wirtschaft; allerdings unterscheiden wir den dritten Bereich aus methodologischen Gründen von den ersten beiden, weil im dritten Schwerpunkt insbesondere ökonomische Methoden angewendet werden, um die Wechselwirkung von Religion und Wirtschaft zu untersuchen.

Festzuhalten ist, dass sich der *economics of religion*-Ansatz aller Kritik zum Trotz weiterhin großer Beliebtheit erfreut.⁸⁴ Die Verhaltensökonomie und die Neue Institutionenökonomik gelten als aussichtsreiche komplementäre Forschungsansätze innerhalb der Religionsökonomie;⁸⁵ diesem Fazit schließen wir uns an. Die beiden Ansätze vermögen es, die gegenseitigen Einflüsse von Religion und Wirtschaft auf der individuellen Mikroebene sowie der organisatorischen Mesoebene zu beleuchten. Aus unserer Sicht stellen ferner die ökonomische Modellierung, im erweiterten Sinne und nicht beschränkt auf das Marktmodell, und Studien zur Finanzierung von Religion vielversprechende Ansätze dar, deren Potenzial in der religionsökonomischen Forschung bei Weitem noch nicht ausgeschöpft ist. Auch der komplexe Schwerpunkt der sozioökonomischen Auswirkungen religiöser ökonomischer Ethiken auf der gesellschaftlichen Makroebene ist aus religionsökonomischer Perspektive ein Forschungsdesiderat. Zudem muss beanstandet werden, dass sich die Religionsökonomie zu wenig mit außerchristlichen Religionen befasst, wobei Religionsfelder wie der indische „Religionsmarkt“ vorzügliche Untersuchungsgebiete darstellen würden. Die historische Religionsforschung konstituiert eine sinnvolle Erweiterung der Religionsökonomie. Die erhöhte Schwierigkeit der Aufarbeitung empirischer Daten aus der Vormoderne im Vergleich zu Daten aus der Moderne führt dazu, dass sich die Religi-

⁸⁴ S. z. B. Carvalho [u. a.], Advances; McCleary, Oxford Handbook.

⁸⁵ S. z. B. Koch, Religionsökonomie, S. 95–130; Lutz, Religion und Wirtschaft, S. 729–733; Schmidtchen, Ökonomik der Religion, S. 34–40.

onsökonomie hauptsächlich auf die Gegenwart bzw. höchstens die Moderne konzentriert. Die Wechselwirkung zwischen Religion und Wirtschaft ist jedoch nicht auf die Moderne begrenzt, und ihre Untersuchung ist für ein besseres Verständnis religionsgeschichtlicher Entwicklungen, insbesondere der Differenzierung von Wirtschaft und Religion, höchst förderlich. Durch die Erweiterung der Religionsökonomie über den *economics of religion*-Ansatz hinaus gewinnt das Feld an Bedeutung und blickt einer vielversprechenden Zukunft entgegen.

Auswahlbibliographie

- Azzi, Corry/Ehrenberg, Ronald: Household Allocation of Time and Church Attendance, in: *Journal of Political Economy* 83, 1975, S. 27–56.
- Brinitzer, Ron: Religion – eine institutionenökonomische Analyse, Würzburg 2003.
- Carvalho, Jean-Paul/Iyer, Sriya/Rubin, Jared: *Advances in the Economics of Religion*, London 2019.
- Finke, Roger/Stark, Rodney: *The Churching of America 1776–2005. Winners and Losers of Our Religious Economy*, New Brunswick 2006.
- Freudenberg, Maren/Rezania, Kianoosh: Religionsökonomie. Einführung für Studierende der Religionswissenschaft und Wirtschaftswissenschaften, Stuttgart 2023.
- Gauthier, François/Martikainen, Tuomas (Hrsg.): *Religion in Consumer Society. Brands, Consumers and Markets*, London 2013.
- Glädigow, Burkhard: Religionsökonomie – Zur Einführung in eine Subdisziplin der Religionswissenschaft, in: Kippenberg, Hans G./Luchesi, Brigitte (Hrsg.): *Lokale Religionsgeschichte*, Marburg 1995, S. 253–258.
- Glädigow, Burkhard: Religionsökonomie. Zwischen Gütertausch und Gratifikation, in: Faber, Richard/Lanwerd, Susanne (Hrsg.): *Aspekte der Religionswissenschaft*, Würzburg 2009, S. 129–140.
- Iannaccone, Laurence R.: Why Strict Churches Are Strong, in: *American Journal of Sociology* 99, 1994, S. 1180–1211.
- Iannaccone, Laurence R.: Introduction to the Economics of Religion, in: *Journal of Economic Literature* 36, 1998/3, S. 1465–1495.
- Jafari, Aliakbar/Özlem Sandicki (Hrsg.): *Islam, Marketing and Consumption. Critical Perspectives on the Intersections*, London 2016.
- Kjosavik, Darley J.: Methodological Individualism and Rational Choice in Neoclassical Economics. A Review of Institutional Critique, in: *Forum for Development Studies* 30, 2003/2, S. 205–245.
- Koch, Anne: Zur Interdependenz von Religion und Wirtschaft – Religionsökonomische Perspektiven, in: *Jahrbuch Normative und institutionelle Grundfragen der Ökonomik* 6, 2007, S. 37–62.
- Koch, Anne: Religionsökonomie. Eine Einführung, Stuttgart 2014.
- Kuran, Timur: *Islam and Mammon. The Economic Predicaments of Islamism*, Princeton 2004.
- Kuran, Timur: *The Long Divergence. How Islamic Law Held back the Middle East*, Princeton 2011.
- Lutz, Martin: Religion und Wirtschaft, in: *Handbuch Religionssoziologie*, Wiesbaden 2018, S. 715–740.
- Mayer, Achim: Fegefeuer und Bettelorden: päpstliches Marketing im 13. Jahrhundert. Ein Beitrag zur Analyse der Unternehmensgeschichte der katholischen Kirche unter Einsatz der Franchisetheorie, Marburg 1996.
- McCleary, Rachel (Hrsg.): *The Oxford Handbook of the Economics of Religion*, Oxford 2011.
- North, Douglass C.: Institutions, Institutional Change and Economic Performance, Cambridge 1990.
- North, Douglass C.: Understanding the Process of Economic Change, Princeton 2005.

- Ruffle, Bradley J./Sosis, Richard H.: Does It Pay to Pray? Costly Ritual and Cooperation, in: The B. E. Journal of Economic Analysis & Policy 7, 2007, S. 1–30.
- Schmidtchen, Dieter: Ökonomik der Religion, in: Zeitschrift für Religionswissenschaft 8, 2000, S. 11–43.
- Schmidtchen, Dieter/Mayer, Achim: Ökonomische Analyse der Religion, in: Ramb, Bernd-Thomas/Tietzel, Manfred (Hrsg.): Ökonomische Verhaltenstheorie, München 1993, S. 310–341.
- Schmidtchen, Dieter/Mayer, Achim: Established Clergy, Friars and the Pope. Some Institutional Economics of the Medieval Church, in: Journal of Institutional and Theoretical Economics 153, 1997, S. 122–149.
- Senge, Konstanze: Das Neue am Neo-Institutionalismus. Der Neo-Institutionalismus im Kontext der Organisationswissenschaft, Wiesbaden 2011.
- Stark, Rodney/Finke, Roger: Acts of Faith. Explaining the Human Side of Religion, Berkeley 2000.
- Weber, Max: Die protestantische Ethik und der Geist des Kapitalismus. Vollständige Ausgabe [1920], hrsg. u. eingel. v. Kaesler, Dirk, München 2013.
- Williamson, Oliver E.: The New Institutional Economics. Taking Stock, Looking Ahead, in: Journal of Economic Literature 38, 2000/3, S. 595–613.

