

7.4 Schlussbetrachtung

Mein Anliegen in diesem Kapitel war es, der Rolle apokalyptischer Angebote auf dem religiösen Markt nachzugehen. Dazu habe ich eine religionsökonomische Perspektive eingenommen und zwei Anbieter auf dem religiösen Markt der USA einander gegenübergestellt, die idealtypisch für eine Ausweitung des Lebens *in* der Welt sowie eine Erlösung *von* der Welt stehen. Maßgeblich für die Auswahl der Fälle war ein Argument von Peter Berger zur Standardisierung bzw. Differenzierung religiöser Traditionen als Folge der religiösen Marktlage: Berger geht von einer grundsätzlichen Standardisierung des religiösen Angebots unter dem Primat eines einheitlichen Verbraucherwillens aus, auf die die Anbieter*innen mit einer »Differenzierung von Nebensachen« reagieren, um sich voneinander abzugrenzen. Während Berger v.a. auf interkonfessionelle Differenzen und Ähnlichkeiten abhebt, habe ich das Augenmerk auf *inner*konfessionelle Diversität gelegt und zwei Fallbeispiele aus dem Spektrum der als konservativ geltenden texanischen Southern Baptists ausgewählt. Die zentrale Forschungsfrage lautete dabei: Worin besteht die Attraktion der Heilsargumente »Ausweitung« und »Erlösung« und wie wird sie theologisch, rhetorisch und performativ hergestellt?

Als erstes Ergebnis ist festzuhalten, dass die beiden Angebote neben einigen Gemeinsamkeiten eine Reihe tiefgreifender *Unterschiede* aufweisen, die sich nicht in bloßen »Nebensachen« erschöpfen. Dazu gehören zunächst die zentralen Heiskonzepte: Während Joel Osteen mit großem Erfolg einen Prosperity Gospel in Verbindung mit konkreter Lebenshilfe vermarktet, setzt Paul Washer auf radikale Gegenweltlichkeit und die Attraktion einer exklusiven christlichen Avantgarde. Angesichts der augenscheinlichen Gefälligkeit von Osteens Versprechen einer quantitativen Ausweitung des irdischen Lebens mag die Zugkraft von Washers Bußpredigten überraschen. Der Blick auf die Nachfrageseite zeigt indes, dass es gerade seine Hochschwelligkeit und die Bewährungsdimension sind, die Washer glaubwürdig und attraktiv machen. Dahinter steht das Bild von einer Art Äquivalententausch: Etwas derart Kostbares wie das Reich Gottes kann nicht anders als teuer erkauft werden.

Zweitens fällt auf, dass die Anhänger*innen von Osteens Wohlstandsevangelium seltener auf *theologische Argumente* oder biblische Aussagen zurückgreifen, um seine Attraktion zu beschreiben. Wenn dies doch geschieht, dann meist in apologetischer Absicht, um Vorwürfe von Materialismus und Bibelferne zurückzuweisen. Stattdessen sehen sie, im Einklang mit der Prä-

destinationslehre des Prosperity Gospel, in Osteens Erfolgen als Prediger und Live Coach den Ausdruck seiner religiösen Dignität. Weitere Aufschlüsse über die Faszination von Osteens Gottesdiensten könnte eine umfassendere Analyse der Kommentardiskussion zu seinen Predigten erbringen, zumal er in dem hier verwendeten Zusammenschnitt nur als Interviewpartner, aber nicht als Prediger auftritt.

Drittens ist festzustellen, dass es sich bei beiden Angeboten um *globale religiöse Massenphänomene* handelt, die eine große Bandbreite an Medien und Kommunikationswegen nutzen. Im Fall von Osteen und seiner Megachurch liegt das auf der Hand und gibt ein dankbares polemische Thema für seine Gegner*innen ab. Doch auch Washers Bußpredigten, die immer wieder auf die enge Pforte und die »radikale« Minderheit der Erlösten abheben, sind paradoxerweise längst zu einer Massenware geworden. Eine wichtige Triebkraft dieser Ausweitung der verknappten Erlösung sind engagierte Anhänger*innen, die sich von Washers Offenbarungsgestus inspirieren lassen und im Internet die Aussagen »wahrer« und »falscher« Prediger*innen in entlarvender Absicht zusammenmontieren. Zugleich sucht Washer selbst die breite Öffentlichkeit, sei es durch reißerische Titel (»Shocking Message«, s.o.) oder das Bemühen um eine professionelle Corporate Identity für seine Predigten unter dem Label der »HeartCry Missionary Society«.

Viertens lassen sich – bei allen Unterschieden – einige zentrale *Gemeinsamkeiten* der beiden Anbieter ausmachen, die auf ihre Verwurzelung im Milieu der Southern Baptists hinweisen. Dazu gehört etwa ein defizitorientierter Blick auf den menschlichen Körper, der für Washer der Sitz weltlicher Begierden und für Osteen eine Quelle von Krankheiten sowie Gegenstand göttlicher Heilung ist. Auch eine mehr oder weniger ausgeprägte Naherwartung verbindet die beiden Prediger. Sie bezieht sich bei Washer auf das göttliche Gericht, in dem die Gerechten von den Ungerechten geschieden werden, und bei Osteen auf das »plötzliche« Eintreten des göttlichen Segens im Hier und Jetzt. Schließlich finden sich in beiden Fällen dualistische Unterscheidungen, etwa zwischen Gottlosen und Gerechten (Osteen) bzw. zwischen einem geradezu manichäistischen Bild des zugleich liebenden und hassenden Gottes (Washer).

Fünftens und letztens wirft die vernetzte Analyse von Anbieter- und Nachfrageseite einige Fragen zu Bergers Verständnis von religiöser *Pluralisierung und religiösen Märkten* auf. So kann man die klare Unterscheidung zwischen im Wettbewerb stehenden religiösen Produzent*innen und konsumierenden Endkund*innen für das vorliegende Fallbeispiel nicht aufrechterhalten. Zwar

lässt sich Washer als Teil einer innerbaptistischen Reform- und Gegenbewegung gegen den Prosperity Gospel verorten und nimmt immer wieder in Anspielungen auf Osteen Bezug, der eigentliche religiöse Wettbewerb scheint allerdings auf der Ebene der Anhänger*innen stattzufinden, die somit weniger als »Verbraucher*innen« und vielmehr als Zwischenhändler*innen oder Franchise-Nehmer*innen zu kennzeichnen wären. In der Folge gilt es, das in der Religionsökonomie verbreitete voluntaristische Bild des*der religiösen Unternehmer*in, der seine*ihre Angebote strategisch und kenntnisreich platziert, zu überdenken.

Die geschilderten Phänomene lassen sich mit religionssoziologischen Globalformeln wie »Pluralisierung führt zu Vitalisierung« nicht adäquat einordnen. Die verwischende Grenze zwischen Anbieter*innen und Kund*innen auf dem religiösen Markt lässt sich durchaus als Ausdruck einer Individualisierung und Privatisierung von Religion verstehen, die im Widerspruch zu postsäkularen Diagnosen einer neuen Öffentlichkeit religiöser Gemeinschaften zu stehen scheinen (Casanova 1994; Habermas 2008). Man kann man darin allerdings auch einen *Formenwandel* religiöser Gemeinschaftlichkeit von lokal integrierten Gruppen hin zu translokalen Themen-Communities sehen (Brüggemann/Hepp/Kleinen-von KönigsLöw 2009). Diese erschöpfen sich nicht im abstrakten Bewusstsein eines geteilten Bekenntnisses oder gemeinsamer Werte, sondern beruhen auf der Globalisierung eines charismatischen Lehrer*in-Schüler*in-Verhältnisses und den dazugehörigen Abgrenzungsdiskursen. Schließlich, aber nicht zuletzt, nähren die hier verhandelten Fallbeispiele Zweifel an einer Verfallsgeschichte der zunehmenden »Verweltlichung« des Christentums zulasten von Erlösungshoffnungen. Sie verweist vielmehr auf die Gleichzeitigkeit von innerweltlicher Lebenshilfe und außerweltlicher Erlösung als attraktiven Heilsangeboten eigener Art.

Im folgenden Kapitel wende ich den Blick von der Mesoebene der anhaltenden Attraktion apokalyptischer Angebote innerhalb des religiösen Feldes auf die Mikroebene der Handlungsrelevanz endzeitlicher Deutung und einer apokalyptischen Situationsdefinition.

