

Wirtschaft und Religion. Zugänge der Religionsökonomie

Abstract

Dieser Beitrag bietet einen einführenden Überblick über die Religionsökonomie. Er stellt die vier Forschungsbereiche der Religionsökonomie vor, um anschließend auf zwei dieser Bereiche zu fokussieren: 1) die Anwendung wirtschaftswissenschaftlicher Ansätze auf Religion (z.B. dem Homo Oeconomicus Modell) und 2) die empirische Untersuchung des Einflusses von Religion auf Wirtschaft (z.B. religiöser Einfluss auf wirtschaftliches Handeln und Entwicklung). Der Beitrag zeichnet die Grundkonzepte sowie die groben Forschungslinien dieser beiden Bereiche nach und stellt jeweils einen Anwendungsfall aus diesen vor. Im Fazit werden die Ergebnisse des Beitrags kurz zusammenfasst und künftige Forschungspotentiale präsentiert.

1) Einleitung

In den 1980er und 1990er Jahren breitet sich eine neue religiöse Bewegung in Brasiliens Slums aus: die Pfingstbewegung. In den Armutsvierteln fehlt es häufig am Nötigsten wie etwa gesundheitlicher Versorgung und ausreichend Nahrung. Wie verschiedene Studien zeigen, ermöglicht die Pfingstbewegung ihren Mitgliedern mit Armut umzugehen (Chesnut 1997; Mariz 1992; Mariz 1994). So biete sie den Mitgliedern Orientierung in Form von moralischen Werten wie Ehrlichkeit, Zuverlässigkeit, harter Arbeit, Enthaltensamkeit von Drogen und Alkohol. Diese moralische Orientierung und die Hoffnung, die die Bewegung spende, habe einen Einfluss auf das wirtschaftliche Handeln der Mitglieder, die sich zunehmend als eigenmächtige Akteure verstehen und nun der harten Arbeit zuwenden. So verweisen die Studien darauf, dass die Mitgliedschaft in der Pfingstbewegung ökonomische Besserstellungen ermögliche. Dieses Beispiel illustriert den Einfluss von Religion auf Wirtschaft. Religiöse Glaubensvorstellungen und Praktiken können wirtschaftliches Handeln anleiten. Je nach Glaubensausrichtung können sie Menschen dazu motivieren, hart zu arbeiten und wirtschaftlichen Erfolg anzustreben oder aus der alltäglichen Welt der

* Universität Basel/Universität Oslo

wirtschaftlichen Aktivität auszubrechen, um sich einzig der religiösen Kontemplation (z.B. Gebet, Meditation, Studium heiliger Schriften) zu widmen.

Die Frage nach dem Einfluss von Religion auf wirtschaftliches Handeln ist ein zentrales Themenfeld der Religionsökonomie. Religionsökonomie beschäftigt sich mit den unterschiedlichen Wechselverhältnissen von Religion und Wirtschaft. Ziel dieses Beitrags ist es, einen einführenden Überblick über die Religionsökonomie zu liefern. Der folgende Abschnitt vermittelt einen Überblick über vier Forschungsbereiche der Religionsökonomie. Dabei werden zwei Kernbereiche der Religionsökonomie identifiziert, auf die sich der Beitrag im Folgenden konzentriert. Hierbei handelt es sich um (1) den Einfluss von Religion auf Wirtschaft und (2) die Anwendung wirtschaftswissenschaftlicher Konzepte zur Erklärung von Religion. Der Beitrag führt die Leser:innen im dritten Abschnitt in diese beiden Forschungsrichtungen ein. Im vierten Abschnitt beschreibt er dann zwei Anwendungsfälle aus diesen beiden Kernbereichen der Religionsökonomie. Der letzte Abschnitt fasst die Ergebnisse zusammen und präsentiert einen Forschungsausblick.

2) Religionsökonomie: ein heterogenes Forschungsfeld

Bei der Religionsökonomie handelt es sich um ein verhältnismäßig junges und wachsendes Forschungsfeld, dessen Grenzen und Inhalte nicht klar abgesteckt sind (Seele et al. 2014; Koch 2014; Iannaccone und Bainbridge 2010; McCleary 2011; Iyer 2016; McCleary und Barro 2019; Freudenberg und Rezania 2023). So gibt es unterschiedliche Auffassungen davon, worin der zu untersuchende Phänomenbereich der Religionsökonomie besteht. Häufig wird Religionsökonomie in englischsprachigen Debatten als ökonomische Untersuchung von Religion im Sinne einer «Wirtschaftswissenschaft der Religion» («Economics of Religion») verstanden. Bei dieser Religionsökonomie im engeren Sinne geht es dann vornehmlich um die Anwendung ökonomischer Theorien und Methoden (z.B. Ökonometrie) auf Religion. Jedoch lassen sich weitere Forschungsbereiche identifizieren und so ist es sinnvoll, Religionsökonomie breiter zu definieren. Bei einem breiten Verständnis kann die Religionsökonomie grob in vier Bereiche unterteilt werden:

- (1) Die Erforschung des Einflusses von Religion auf Wirtschaft: Hierbei wird untersucht, inwiefern bestimmte religiöse Vorstellungen und Praktiken einen Einfluss auf die Höhe oder Art der ökonomischen

Aktivität haben. So wird etwa basierend auf der Protestantismusthese von Max Weber (1864–1920) (2013 [1904/1905]) untersucht, ob Protestant:innen eine höhere Affinität zum modernen Kapitalismus aufweisen und dazu tendieren, wirtschaftlich erfolgreicher zu sein als Anhänger:innen anderer Religionen. Auch gibt es beispielsweise verschiedene Studien, die den Einfluss von Religion auf ethisches Wirtschaften und Corporate Social Responsibility untersuchen (Ramasamy et al. 2010; Williams und Zinkin 2010; Mazereeuw-van der Duijn Schouten, Corrie et al. 2014). Dieser Strang der Religionsökonomie wird im dritten und vierten Abschnitt des Beitrags näher beleuchtet.

- (2) Die Erforschung des Einflusses von Wirtschaft auf Religion: In diesem weniger stark beforschten Teilbereich wird untersucht, welchen Einfluss der moderne Kapitalismus auf Religion hat (Gauthier et al. 2011; Luca 2011; Miller 2005). Dieser Einfluss kann sich beispielsweise darin spiegeln, dass religiöse Organisationen zunehmend professionelle Marketingstrategien anwenden, um ihre Religion zu «vermarkten» und neue Anhänger:innen anzuwerben (Einstein 2008; Usunier und Stolz 2014; Wagner 2017). Ebenfalls mögen Religionen Vorstellungen aus dem modernen Kapitalismus aufgreifen und diese in die eigenen Glaubensvorstellungen integrieren. Ein Beispiel ist etwa das «Prosperity Gospel», in dem davon ausgegangen wird, dass wirtschaftlicher Reichtum ein Zeichen von Gottes Segen sei (Meyer 2007; Fröchtling 2015; Koehrsen 2018b; Comaroff und Comaroff 2000). Ein weiterer Strang innerhalb dieses Bereichs untersucht die Effekte wirtschaftlichen Wohlstands und sozialer Ungleichheit auf Religion (Barro und McCleary 2003; Buser 2015).
- (3) Die Anwendung wirtschaftswissenschaftlicher Ansätze auf Religion: Hierbei wird auf theoretische Konzepte aus der Wirtschaftswissenschaft zurückgegriffen, um religiöse Dynamiken zu erklären. So ist es gelungen, mittels wirtschaftswissenschaftlicher Grundkonzepte eine komplexe Religionstheorie zu entwickeln (Stark und Finke 2000). Diese setzt sowohl auf der Mikroebene (religiöse Individuen) als auch auf der Mesoebene (religiöse Organisationen) und Makroebene (religiöse Dynamiken auf nationaler Ebene) an. Damit ermöglicht sie es beispielsweise, das Handeln religiöser Akteure zu erklären (Mikroebene) und zu begründen, warum in bestimmten Ländern mehr Menschen aktiv einer Religion nachgehen als in anderen (Makroebene). Wie dies funktioniert, wird in den weiteren Abschnitten unten ausgeführt.
- (4) Die Anwendung religiöse konnotierter Begriffe zur Erklärung von Wirtschaft: Dieser weniger prominente Bereich nutzt religiöse Begriffe

und Metaphern sowie andere religiöse Bezugspunkte (z.B. historische Religionsbezüge), um Wirtschaft oder Wirtschaftswissenschaft zu deuten. Dementsprechend wird er mitunter als «Religious Economics» bezeichnet (Iyer 2016, 397). Ein bekannteres Beispiel aus diesem Bereich ist es etwa, Kapitalismus als eine Religion zu interpretieren (Baecker 2009; Benjamin 2009). In diesem Sinne können auch bestimmte wirtschaftliche Produkte oder Führungsfiguren mit religiösem Vokabular beschrieben werden (z.B. Steve Jobs als Messias). Weiterhin wird in diesem Strang thematisiert, dass Teile der wirtschaftswissenschaftlichen Theorie einer Glaubenslehre ähneln und dass enge historische Verknüpfungen der Wirtschaftswissenschaft zur Religion vorliegen (Sedlacek 2012; Hörisch 2013; Nelson 2001).

Die Forschungsbereiche (1) und (3) haben starke Aufmerksamkeit erfahren, so dass in diesen beiden Bereichen verhältnismäßig viele Studien vorliegen. Dementsprechend werden sie häufig als die eigentlichen Kernbereiche der Religionsökonomie betrachtet. Die Bereiche (2) und (4) hingegen wurden weniger prominent bearbeitet. Besonders der Teilbereich (4) gilt nicht bei allen Vertreter:innen der Religionsökonomie als Teil eben dieser. In einem zentralen Überblicksartikel grenzt etwa Iyer (2016) diesen Bereich deutlich von der Religionsökonomie ab. Im Sinne eines engen Verständnisses stehen bei der Religionsökonomie also besonders (1) und (3) im Fokus. Da der Beitrag nicht alle Bereiche abdecken kann, legt er einen Fokus auf die beiden prominenten Bereiche (1) und (3), ohne hiermit jedoch eine enge Definition von Religionsökonomie zu vertreten.

Mit Blick auf die unterschiedlichen Teilbereiche können wir von der Religionsökonomie als einem heterogenen wissenschaftlichen Feld sprechen, das sich im Spektrum von Religion und Wirtschaft bewegt. Wie die Darstellung der Teilbereiche bereits andeutet, partizipieren unterschiedliche Fachdisziplinen an der Religionsökonomie. Hierzu gehören vornehmlich die Wirtschaftswissenschaft, Soziologie, Politikwissenschaft und Religionswissenschaft. Für die beiden Teilbereiche der Religionsökonomie, die hier nun im Fokus stehen sollen, ist die Wirtschaftswissenschaft zentral, da auf wirtschaftswissenschaftliche Theorien und Methoden zurückgegriffen wird. Der Rückgriff auf die Wirtschaftswissenschaft erfolgt hierbei nicht zwingend durch Wirtschaftswissenschaftler:innen sondern auch durch Wissenschaftler:innen aus anderen Disziplinen (z.B. Soziolog:innen, Religionswissenschaftler:innen) (siehe auch Iyer 2016).

Zwei Konzepte aus der Wirtschaftswissenschaft sind zentral für die Anwendung wirtschaftswissenschaftlicher Theorien auf Religion: der Homo

Oeconomicus und das neoklassische Marktmodell. Das Konzept des Homo Oeconomicus geht davon aus, dass Menschen in Entscheidungssituationen nutzenmaximierend handeln. Sie werden jene Option wählen, die ihnen den höchsten Nutzen beschert. Dieses Konzept wird in religionsökonomischen Ansätzen auf religiöse Akteure angewandt, um hiermit deren Handeln zu erklären. Die Vorstellung des sich selbstregulierenden Marktes ist ein zweites prominentes wirtschaftswissenschaftliches Konzept in religionsökonomischen Ansätzen. Es geht davon, dass sich Märkte von selbst – wie durch eine «unsichtbare Hand» – regulieren. Preise steigen und fallen solange bis sich Angebot und Nachfrage anpassen und es schließlich zur Markträumung kommt. Aufgrund dieses Selbstregulierungsmechanismus gelten staatliche Eingriffe in den Markt als kontraproduktiv: Sie halten den Markt davon ab, sich selbst anzupassen und führen langfristig zu einer geringeren ökonomischen Aktivität. Es wird dementsprechend davon ausgegangen, dass freie, deregulierte Märkte die höchste ökonomische Aktivität hervorbringen und zum höchsten gesellschaftlichen Wohlstand führen. Diese beiden wirtschaftswissenschaftlichen Grundkonzepte sind besonders relevant für die Anwendung wirtschaftswissenschaftlicher Ansätze auf Religion und werden in den folgenden Abschnitten aufgegriffen, um religiöse Dynamiken zu erklären.

3) Zwei prominente Teilbereiche der Religionsökonomie

Eine wirtschaftswissenschaftliche Theorie der Religion

Wirtschaftswissenschaftliche Konzepte können auf unterschiedliche Weise auf Religion angewandt werden. Ein früher Ansatz etwa verwendet ein ökonomisches Haushaltsmodell, um zu analysieren, wie Haushalte Religion «konsumieren» (Azzi und Ehrenberg 1975). Auch können bereits bei Adam Smith (1723–1790), dem Gründungsvater der modernen Wirtschaftswissenschaft, Aussagen zur Religion gefunden werden (Smith 1776/2005, 643ff.). So macht sich Smith dafür stark, dass es möglichst viele unterschiedliche religiöse Gemeinschaften geben sollte, da durch den Wettbewerb zwischen den religiösen Weltbildern religiöser Fanatismus verhindert werde.

Seit den 1990er Jahren ist ein Theoriestrang wissenschaftlich besonders sichtbar geworden, der in der Literatur unter unterschiedlichen Bezeichnungen firmiert, so z.B. «Rational Choice Theory of Religion», «Economic Theory of Religion», «Market Theory of Religion», «Supply Side Theory». Prägend für diesen waren Rodney Stark (1980; 1985; 1994), Roger Finke

(1997; 1993; 2001; 2003) und Laurence R. Iannaccone (1990; 1997; 1998; 1994; 1992). Dieser Theoriestrang greift auf die dominanten neoklassischen Konzepte der Wirtschaftswissenschaft zurück und bezieht sich besonders auf das oben beschriebene Konzept des sich selbstregulierenden Marktes und des Homo Oeconomicus. Ein zentrales Werk, das die Religionstheorie dieses Strangs vorstellt, ist «Acts of Faith: Explaining the Human Side of Religion» (Stark und Finke 2000) (siehe für einen Überblick über das Werk auch Köhrsen 2019a). Trotz vereinzelten Unterschieden zwischen den verschiedenen Studien und Ansätzen kann dieses Werk als eine Art Richtwert für den Strang gelten.

Das Ziel dieses Strangs ist es eine umfassende Theorie der Religion vorzulegen. Die Theorie setzt hierbei auf drei Ebenen an: das religiöse Verhalten von Individuen (Mikroebene), das Agieren religiöser Organisationen (Mesoebene) und religiöse Dynamiken auf Länderebene (Makroebene). Da die Mikroebene die Basis der Theorie bildet, wird sich dieser Abschnitt besonders der Mikroebene zuwenden.

Der Ansatz zielt darauf ab herauszuarbeiten, dass religiöses Verhalten auch immer rationales Verhalten ist. Die Vertreter:innen wollen sich somit von der Idee absetzen, dass Religion etwas Irrationales sei. Mit rationalem Verhalten ist nutzenmaximierendes Verhalten gemeint. Entsprechend dem Konzept des Homo Oeconomicus wird davon ausgegangen, dass Individuen versuchen mittels Religion Nutzen zu generieren. Was ist nun aber Religion aus Perspektive dieses Ansatzes und wie unterscheidet sie sich von anderen Möglichkeiten Nutzen zu generieren? Stark und Finke legen in ihrem zentralen Werk folgende Definition vor:

“Religion consists of very general explanations of existence, including the terms of exchange with a god or gods.” (Stark und Finke 2000, 36)

Religion wird über den Bezug auf Transzendenz („god or gods“) definiert. Eine Religion bestehe aus einem Erklärungssystem, das Menschen das Sein in der Welt („existence“) erklärt. Dabei ist zentral, dass die Erklärungen auch die Austauschbeziehungen zwischen Mensch und der Transzendenz (z.B. einem Gott) einschließen. Das religiöse Erklärungssystem regelt das Verhältnis – die Geschäftsbedingungen («terms of exchange») – zwischen Gott (oder einer anderen Form von Transzendenz) und Mensch. Es legt damit fest, was ein Mensch zu tun hat, um eine bestimmte Gegenleistungen (z.B. ewiges Leben, Erlösung, Wiedergeburt, diesseitige Güter ein schönes Auto) von der Transzendenz zu erhalten. Dies ist zentral für die Idee der Nutzenmaximierung, da mit dieser Definition bereits indirekt vorausgesetzt wird, dass Menschen durch Religion nutzen generieren können.

Darüber hinaus hat die welterklärende Funktion von Religion einen ganz grundsätzlichen Nutzen: Sie hilft Menschen, ihre Existenz zu verstehen, Geschehnisse zu interpretieren und bietet Orientierung.

Der Ansatz geht davon aus, dass Menschen in ihrer Religiosität frei sind. Sie haben die Möglichkeit über die Form und die Ausgestaltung ihrer religiösen Praxis zu entscheiden. Sie können sich etwa entscheiden, zu welcher Religion sie sich bekennen wollen und innerhalb der jeweiligen Religion können sie entscheiden, welcher Gemeinschaft sie sich hier anschließen wollen. Haben sie sich für eine Religion und religiöse Gemeinschaft innerhalb dieser entschieden, dann können sie als Mitglieder dieser Gemeinschaft darüber entscheiden, was für religiöse Angebote sie hier wahrnehmen wollen (z.B. in einer Kirche: Kirchenchor, regelmäßiger Sonntagsgottesdienstbesuch, oder nur Abendmahl oder nur Feiertagsgottesdienste). Der Ansatz nimmt an, dass es nicht willkürlich ist, wie diese Entscheidungen getroffen werden. Stattdessen werden sich Menschen rational verhalten und die verschiedenen Möglichkeiten nach Nutzen und Kosten abwägen. Sie überlegen sich also etwa, was es ihnen an Nutzen bringt, Sonntags in den Gottesdienst zu gehen. Für viele Menschen in Westeuropa scheint der Nutzen heute geringer zu sein als die Kosten. Deswegen gehen nur noch ein geringer Teil der Bevölkerung in die Kirchen.

Menschen werden also nach einer möglichst gewinnbringenden religiösen Option suchen. Was nützlich erscheint und was nicht, entscheidet sich an den Präferenzen. Menschen haben konstante Präferenzen, so die Theorie (Iannaccone 1997, 26): Die Präferenzen der Menschen ändern sich über die Zeit nicht. Auch wird davon ausgegangen, dass die Präferenzen zwischen unterschiedlichen Menschen sehr ähnlich sind. Damit ergibt sich nun jedoch ein Problem in der Theorie: Wenn alle Menschen nach dem größten Nutzen streben und ähnliche Präferenzen haben, stellt sich die Frage, warum sie nicht alle die gleiche Religion ausüben. Wieso wenden sich nicht alle Menschen der einen Religion zu, die den höchsten Nutzen generiert? Das folgende Zitat erklärt dies:

„Within the limits of their information and understanding, restricted by available options, guided by their preferences and tastes, humans attempt to make rational choices.“ (Stark und Finke 2000, 38)

Das Zitat verweist darauf, dass Menschen in ihrem rationalen Handeln eingeschränkt sind. Zunächst einmal sind sie durch die ihnen zur Verfügung stehenden Informationen eingeschränkt. So kennen sie beispielsweise die unterschiedlichen Optionen nicht ausreichend, um genau abzuwägen, welche Religion ihnen den höchsten Nutzen bringen würde. Darüber hinaus

variieren die Rahmenbedingungen (z.B. vorhandene religiöse Optionen, soziales Netzwerk, soziale Position), unter denen Menschen handeln. So mag es in dem Dorf, in dem eine Person lebt, eine bestimmte Religion, die einen höheren Nutzen erzeugen würde, einfach nicht geben.

Überraschenderweise wird nun zusätzlich angenommen, dass sich Menschen in ihren Präferenzen unterscheiden. Die Präferenzen eines Menschen geben an, aus was für Dingen sie für sich einen Nutzen ziehen. So mögen bestimmte Menschen eine Vorliebe für Rockmusik in der Kirche haben, während andere aus klassischer Musik einen größeren Nutzen ziehen. Auch mag die jeweilige Religion selbst einen Einfluss auf die Ausgestaltung der Präferenzen ihrer Anhänger:innen haben, wenn etwa bestimmte Güter (z.B. Seelenheil) über andere (z.B. materieller Reichtum) gestellt werden. Mit Blick auf die vorherige Annahme konstanter Präferenzen wirkt der Verweis auf die Unterschiedlichkeit der Präferenzen irritierend. Tatsächlich zeigen sich in dem Theoriestrang unterschiedliche Positionen mit Blick auf Präferenzen. Während etwa Iannaccone von der Ähnlichkeit der Präferenzen zwischen Menschen spricht (Iannaccone 1997, 26), räumen Stark und Finke ein, dass Unterschiede in den Präferenzen vorliegen können. Sie gehen jedoch nicht näher auf diese Unterschiede und die Konsequenzen dieser für ihre Theorie ein. Dementsprechend wird nicht deutlich, wie wichtig ihnen, die Unterschiedlichkeit der Präferenzen tatsächlich ist.

In Abhängigkeit von den genannten Faktoren – Informationen, Rahmenbedingungen, Präferenzen – werden Akteure, so die Theorie, nutzenmaximierend handeln und versuchen mit ihrer religiösen Praxis einen möglichst hohen Nutzen zu generieren. Aus der Unterschiedlichkeit dieser Faktoren bei einzelnen Menschen ergibt sich, dass diese zu verschiedenen Religionen tendieren, die für sie jeweils das optimale Nutzen-Kosten Verhältnis repräsentieren. Worin besteht nun aber der Nutzen von Religion? Grundsätzlich kann zwischen einem diesseitigen, irdischen Nutzen und einem jenseitigen antizipierten Nutzen unterschieden werden.

Der diesseitige, irdische Nutzen kann etwa in dem Wohlbefinden bestehen, das durch das soziale Miteinander in einer religiösen Gemeinschaft generiert wird. Die Gemeinschaft ermöglicht dem Einzelnen sich als Teil dieser zu fühlen und eine bereichernde Zeit mit anderen Anhänger:innen dieser Gemeinschaft zu verbringen. Auch können durch die sozialen Netzwerke in der Gemeinschaft andere positive Effekte entstehen, wie etwa die Vermittlung eines Arbeitsplatzes, soziale Unterstützungsleistungen, Hilfe bei alltäglichen Angelegenheit (z.B. Einkauf). Darüber hinaus sind die bereits oben angesprochenen Erklärungsleistungen durch Religion und die Orientierung, die durch diese gespendet wird, von großen Nutzen.

Weiterhin spielt für viele Gläubige ein antizipierter diesseitiger Nutzen eine Rolle, der durch die Transzendenz vermittelt wird. Damit ist die Erwartung eines diesseitigen Nutzens gemeint, der aus einer transzendenten Intervention entsteht. Dies ist etwa der Fall, wenn eine Person ein religiöses Ritual ausübt (z.B. religiöse Opfergabe an einen katholischen Volksheiligen), um die Transzendenz davon zu überzeugen, auf das diesseitige Geschehen so einzuwirken, dass die Person einen besser bezahlten Arbeitsplatz erhält. Unabhängig davon, ob dieses Ritual nun funktioniert, kann das Ritual helfen, Zuversicht in einer schwierigen Situation zu spenden. So gibt es Untersuchungen zur physischen und psychischen Gesundheit von gläubigen Menschen. Einige dieser Untersuchungen deuten darauf hin, dass es gläubigen Menschen gesundheitlich bessergeht (Bernardi et al. 2001).

Neben dem diesseitigen Nutzen bietet Religion einen antizipierten jenseitigen Nutzen. Der in Aussicht gestellte Nutzen richtet sich meistens auf eine postirdische Zukunft, eine Zukunft nach dem diesseitigen Leben. Dabei handelt es sich um Formen von Nutzen, die mit natürlichen Mitteln nicht zugänglich sind und deshalb nur über Transzendenz erworben werden können: etwa ein Leben nach dem Tod oder die Überwindung des Todes. Der jenseitige Nutzen ist das Alleinstellungsmerkmal von Religion. Andere Formen sozialer Aktivität (z.B. Sport, Shopping, Bildung, Vereinsarbeit) können zwar verschiedene Formen diesseitigen Nutzens vermitteln (z.B. Gemeinschaftsgefühl, sozialer Aufstieg); sie können Menschen jedoch keinen jenseitigen Nutzen in Aussicht stellen. Mitunter können sich die unterschiedlichen Formen des Nutzens von Religion auch vermischen. Dies geschieht etwa, wenn Religion im Zuge von Sterbeprozessen Erklärungen anbietet, die den Beteiligten sowohl einen diesseitigen Nutzen bieten (Umgang mit Unsicherheit) als auch einen antizipierten jenseitigen Nutzen (z.B. Leben nach dem Tod) in Aussicht stellen.

Um zu wissen, was entsprechend der eigenen Religion getan werden muss, um Aussicht auf den jenseitigen Nutzen zu haben, ist religiöses Wissen nötig. Zur Vermittlung dieses Wissen bildet sich im Laufe gesellschaftlicher Evolution die Rolle des religiösen Spezialisten heraus. Religiöse Spezialisten vermitteln zwischen Menschen und der Transzendenz. Hierzu gehört, dass sie die Anhänger:innen der jeweiligen Religion damit vertraut machen, wie diese sich angemessen gegenüber der Transzendenz zu verhalten haben (z.B. Ritualabläufe, moralische Verhaltensregeln). In vielen Gesellschaften sind diese Spezialisten heute eingebettet in religiöse Organisationen (z.B. Kirchen). So übernehmen religiöse Organisationen die Aufgabe der Vermittlung des nötigen religiösen Wissens. Wichtig ist hierbei, dass sie nicht nur Wissen vermitteln, sondern dass sie als Agenten für

die jeweilige Religion agieren: Sie bieten die Religion potentiellen Anhänger:innen an und treten damit als Anbieter am religiösen Markt auf. Die Marktperspektive auf Religion wird als ein Anwendungsfeld wirtschaftswissenschaftlicher Religionstheorie im späteren Verlaufs des Beitrags vertieft. Hier werden dann auch kritische Perspektiven auf wirtschaftswissenschaftliche Religionstheorien vorgestellt.

Neben der hier vorgestellten Mikroperspektive und der Makroperspektive (Märkte), gibt es andere religionsbezogene Themenfelder, auf die wirtschaftswissenschaftliche Erklärungsansätze angewandt werden. Hierzu gehören etwa die Erklärung von religiösen Extremismus und Terrorismus (Berman und Laitin 2008, siehe hierzu in diesem Band den Beitrag von Saal und Liedhegener 2024) und die Mesoebene, bei der der Blick auf religiöse Organisationen gelenkt wird. Beispielsweise wurde untersucht, warum es gerade konservativen religiösen Organisationen gelingt, Mitglieder anzuziehen und zu halten (Iannaccone 1994).

Der Einfluss von Religion auf Wirtschaft

Als zweiten prominenten Teilbereich der Religionsökonomie wenden wir uns nun der Erforschung des Einflusses von Religion auf Wirtschaft zu. In diesem Bereich wird untersucht, inwiefern religiöse Vorstellungen und Werte das wirtschaftliche Handeln von Individuen beeinflussen und damit auch einen Einfluss auf die wirtschaftliche Entwicklung ganzer Regionen (z.B. Weltregionen, Länder, regionale Räume in bestimmten Ländern) haben. Besonders einschlägig für diesen Forschungsbereich ist Max Webers Protestantismusthese (Weber 2013 [1904/1905]), da sie mit ihren Annahmen über den Einfluss von Religion auf Wirtschaft die Grundlage für weitere Studien geschaffen hat. Die Grundlinien dieser Studie werden nun kurz beschrieben, um den Forschungsbereich zu illustrieren. Daraufhin wird auf weitere Studien aus dem Forschungsbereich eingegangen.

Webers Protestantismusthese postuliert einen Zusammenhang zwischen der Verbreitung des Protestantismus und der Entwicklung des modernen Kapitalismus. Weber geht davon aus, dass die Eigenschaften des Protestantismus die Entwicklung und Verbreitung des modernen Kapitalismus vorangetrieben haben. In besonderer Weise bezieht sich Weber hierbei auf den calvinistischen Protestantismus. Als zentral betrachtet er die Prädestinationslehre, welche davon ausgeht, dass bereits festgelegt ist, wen Gott erlöst. Wer erlöst werde und wer nicht, sei jedoch nicht erfahrbare. Diese Ungewissheit ist schwer erträglich, da die Gläubigen die Erlösung ersehnen. Deshalb werde nach erkennbaren Zeichen für Erlösung gesucht. Diese werden in einem sittlichen Lebensstil und Erfolg gefunden. Weber spricht

in diesem Zusammenhang von innerweltlicher Askese. Die innerweltliche Askese bilde die Antwort auf die Frage der Rechtfertigung vor Gott. Sie zeige sich an einer religiös durchstrukturierten Lebensführung, die auf Erfolg und Sittlichkeit ausgerichtet sei. Weber schreibt hierzu:

„(...) die Unerforschlichkeit und Unerkennbarkeit der Prädestination zur Seligkeit oder zur Verdammnis waren dem Gläubigen naturgemäß unerträglich, er suchte nach der „certitudo salutis“, nach einem Symptom also dafür, dass er zu den Prädestinierten gehöre, und konnte es, da die außerweltliche Askese verworfen war, einerseits in dem Bewusstsein finden streng rechtlich und vernunftgemäß, unter Unterdrückung aller kreatürlichen Triebe zu handeln, andererseits darin, dass Gott seine Arbeit sichtbar segne. (...) Und da der Erfolg der Arbeit das sicherste Symptom ihrer Gottwohlgefälligkeit ist, so ist der kapitalistische Gewinn einer der wichtigsten Erkenntnisgründe, dass der Segen Gottes auf dem Geschäftsbetrieb geruht hat.“ (Weber 2000 [1919/1920], 346–347)

Gemäß diesen Vorstellungen, entwickle sich unter Protestant:innen ein Lebensstil, der auf die Produktion der Erlösungsmerkmale ausgerichtet sei. Die damit verbundene Arbeitsethik richtet sich ganz auf den Erfolg aus. Die Vermehrung des Eigentums bei gleichzeitigem Verzicht auf Luxus, Verschwendung und Genuss stehen im Zentrum. Ziel des Eigentums ist es nicht das diesseitige Leben zu genießen, sondern sich der Erlösung zu vergewissern. Harte Arbeit wird damit im Protestantismus zu einer zentralen Tugend. Mit dieser Arbeitsethik geht ein Lebensstil einher, der stark jenem des aufkommenden modernen Kapitalismus entspricht. Harte Arbeit und wirtschaftliche Erträge werden zu zentralen Pfeilern menschlichen Handelns. Zugleich hilft der sittliche Lebensstil Vertrauen für wirtschaftliche Transaktionen zu schaffen. Aufgrund der strikten Prüfung der Lebensführung der Mitglieder in den protestantischen Gemeinden werden Protestant:innen beim Kauf und Verkauf von Waren und Dienstleistungen als vertrauenswürdig wahrgenommen. Die Mitgliedschaft in bestimmten protestantischen Gemeinschaften fungiert als eine Art Gütesiegel. Dies führt zu einer erhöhten Geschäftstätigkeit.

Der Protestantismus befördert den modernen Kapitalismus. Es wird mehr gearbeitet, mehr gehandelt und mehr produziert. In der Konsequenz bedeutet dies, dass die Wirtschaftsleistung und damit auch der Wohlstand steigen. Protestant:innen und protestantisch geprägte Länder erleben eine wirtschaftliche Besserstellung. Auf diese Weise können Ungleichheiten zwischen Ländern, die durch unterschiedliche religiösen Traditionen geprägt sind, erklärt werden. Tatsächlich vergleicht Weber den

Protestantismus mit anderen Religionen wie dem Buddhismus, Taoismus und Hinduismus und stellt fest, dass diese keinen Antrieb zu einer rationalen Lebensführung ähnlich dem Protestantismus hervorbringen. Stattdessen seien sie häufig auf Weltflucht und Kontemplation nicht aber wie der Protestantismus auf innerweltliches Handeln ausgerichtet. So könne sich in Weltregionen, in denen andere Religionen vorherrschen, zwar der Kapitalismus entwickeln nicht aber der besondere kapitalistische Geist, der dem modernen Kapitalismus und Protestantismus entspreche. Letztlich kann die Protestantismusthese so interpretiert werden, dass sich wirtschaftliche Entwicklungsdefizite aus der religiösen Prägung der betroffenen Länder ergeben haben: Weite Teile der Welt konnten aufgrund ihrer religiösen Traditionen keine moderne wirtschaftliche Entwicklung durchlaufen, die jener der protestantisch geprägten Länder gleicht.

Kritisch kann diesem Gedankengang entgegengebracht werden, dass sich der moderne Kapitalismus heute nahezu überall auf der Welt verbreitet hat. Jedoch muss hierbei beachtet werden, dass sich die These Webers auf die historische Entstehung und Verbreitung des modernen Kapitalismus bezieht. Der moderne Kapitalismus habe sich im Laufe der gesellschaftlichen Evolution letztlich von seinen religiösen Wurzeln losgesagt, so dass er sich ohne eine Bindung an den Protestantismus weiterverbreiten konnte. Dennoch kann die Protestantismusthese genutzt werden, um historische Entwicklungsunterschiede zwischen Ländern zu erklären. Hier kommt die Forschung zu unterschiedlichen Ergebnissen. So liegen viele Studien vor, die – anschließend an die Weber-These – einen besonderen Fokus auf die Erklärung des wirtschaftlichen (Miss-)Erfolgs von Protestant:innen gelegt haben (Hayward und Kimmelmeier 2011; Berger 2010; Becker und Woessmann 2009; Lehrer 2004; Keister 2003; Keister 2008; Guiso et al. 2003). Einige dieser Studien unterstreichen, dass der Protestantismus eine starke Affinität zum modernen Kapitalismus aufweist (Lenski 1961; Hayward und Kimmelmeier 2011). Dabei verweisen bestimmte Untersuchungen auf die Rolle von Bildung: der Protestantismus habe eine förderliche Wirkung auf die Bildung und nur vermittelt über die Bildung auf den wirtschaftlichen Erfolg von Protestant:innen (Becker und Woessmann 2009). Jedoch zeigen sich auch hier wiederum Nuancen, die verdeutlichen, dass der Protestantismus nicht nur einen starken Effekt auf die Bildung habe, sondern auch einen verstärkenden Effekt auf die Arbeitsethik aufweise (Schaltegger und Torgler 2010).

Andere Studien wiederum kommen zu abweichenden Ergebnissen, indem sie zeigen, dass der Katholizismus ähnliche Affinitäten zum modernen Kapitalismus besitze (Greeley 1969; Guiso et al. 2003). Darüber hinaus

wird bestimmten Strömungen des Protestantismus ein negativer Einfluss auf wirtschaftlichen Erfolg zugeschrieben. In den USA zeichnen sich etwa protestantische Fundamentalisten durch verhältnismäßig geringen ökonomischen Wohlstand aus. Keister (2008) führt dies auf die religiösen Werteinstellungen und die damit verbundenen Verhaltensmuster der protestantischen Fundamentalisten zurück. So gelte die Akkumulation von diesseitigem Wohlstand als nicht erstrebenswert, da diesseitiger Reichtum von Gott ablenke. Aber auch die Tendenz zur frühen Familiengründung und Bildung von größeren Familien wirke sich negativ auf den wirtschaftlichen Wohlstand aus. Nicht zuletzt spielt Bildung hierbei eine große Rolle, wie weitere Studien belegen (Sherkat und Ellison 1999; Darnell und Sherkat 1997). Konservative Christen tendieren zu geringerer schulischer Bildung als Mitglieder anderer Religionsgruppierungen, da sie sich gegen das säkulare Bildungssystem wenden, indem Werte und Wissensinhalte vermittelt werden, die dem Wertefundus konservativer Protestanten widersprechen. So würden fundamentalistische Familien dazu neigen, die säkulare Bildungsphase ihres Nachwuchses möglichst kurz zu halten. Geringe Schulbildung geht wiederum mit niedrigeren Einkommen und weniger Möglichkeiten zum Ansparen von Kapital und dessen Re-Investment in die Bildung der nachfolgenden Generation einher. Es ergeben sich somit Pfadabhängigkeiten bei der mangelnden Wohlstandsbildung fundamentalistischer Protestant:innen in den USA. Grundsätzlich zeigt sich aber auch hier wieder der Zusammenhang von religiösen Werteinstellungen und wirtschaftlichen Handeln sowie Wohlstand.

Neben den vielen Studien, die auf Protestant:innen fokussieren, gibt es auch zahlreiche Studien, die unterschiedliche religiöse Traditionen in den Blick nehmen und erforschen, wie sich diese auf die Wirtschaftskraft und die historische wirtschaftliche Entwicklung von Weltregionen (z.B. Mittlerer Osten) ausgewirkt haben (Heath et al. 1995; Noland 2005; Bettendorf und Dijkgraaf 2010; Young 2009; Barro und McCleary 2003; Kuran 1997; Kuran 2004; Kuran 2011; Bryan et al. 2020). Eine Schwierigkeit bei diesen Studien ist die interne Heterogenität von religiösen Traditionen. So sind religiöse Traditionen häufig durch unterschiedliche Strömungen geprägt, welche die jeweilige Tradition auf verschiedene Weise interpretieren. Dadurch bringen die verschiedenen Strömungen unterschiedliche Wertvorstellungen hervor, die das Verhalten der Anhänger:innen dann auf jeweils eigene Art beeinflussen. Die Wirtschaftsleistung einer religiösen Tradition zu untersuchen geht häufig damit einher, implizit annehmen zu müssen, dass die Tradition nach innen relativ einheitlich und nach außen ausreichend unterschiedlich von anderen Traditionen ist.

Andere Studien in diesem Forschungsbereich untersuchen, inwiefern sich Religionen auf die wirtschaftliche Innovationsfähigkeit (Dana 2009; Dana 2010; Dodd und Gotsis 2007), auf das ethische Wirtschaften sowie Corporate Social Responsibility (Ramasamy et al. 2010; Williams und Zinkin 2010; Mazereeuw-van der Duijn Schouten, Corrie et al. 2014; Ulshöfer 2024) und auf das Erbringen von Wohlfahrtsleistungen etwa im Rahmen der Entwicklungshilfe (Koehrsen und Heuser 2020) auswirken. Ebenso wird untersucht, welchen Einfluss Religiosität auf den Arbeitsalltag in Unternehmen hat und was für Konsequenzen dies für das Personalmanagement hat (z.B. Berücksichtigung religiöser Feiertage, religiöse Symbole am Arbeitsplatz, siehe hierzu in diesem Band den Beitrag von Alewell 2024). Viele der Untersuchungen in diesem Forschungsbereich der Religionsökonomie wenden ökonomische Methoden (Ökonometrie) an. Dies betrifft insbesondere Studien, die den Einfluss von Religion auf die Wirtschaftsleistung untersuchen.

4) Anwendungsbeispiele für religionsökonomische Forschungsansätze

Dieser Abschnitt stellt jeweils einen Anwendungsfall aus den beiden Forschungsbereichen kurz vor. Mit Blick auf die Anwendung wirtschaftswissenschaftlicher Theorien wird der Zusammenhang von religiöser Vitalität und staatlichen Eingriffen in religiöse Märkte beschrieben. Als Fallbeispiel für die Erforschung des Einflusses von Religion auf wirtschaftliche Aktivität wendet sich der Abschnitt Studien zu, die die Rolle der Pfingstbewegung für wirtschaftliches Handeln und Entwicklung untersuchen.

Religiöse Märkte als Anwendungsfall wirtschaftswissenschaftlicher Konzepte

Ein prominenter Anwendungsfall wirtschaftswissenschaftlicher Konzepte ist die Untersuchung religiöser Vitalität und Konkurrenz mittels neoklassischer Marktmodelle (siehe für einen Überblick auch Koehrsen 2019b). Religion als ein gesellschaftlicher Teilbereich neben anderen – wie etwa Politik, Wirtschaft, Bildung – wird als ein Markt verstanden. Stark und Finke schreiben hierzu:

„(...) the religious subsystem of any society is entirely parallel to the subsystem involved with the secular (or commercial) economy: both involve the interplay of supply and demand for valued products. Religious economies consist of a market of current and potential followers (demand), a set of organizations (suppliers) seeking to serve that market,

and the religious doctrines and practices (products) offered by various organizations.“ (Stark und Finke 2000, 36)

Religion als gesellschaftlicher Teilbereich verhalte sich also wie ein wirtschaftlicher Markt. Zentral für den Markt sind Angebot und Nachfrage. Die Nachfrage bestehe aus (potentiellen) religiösen Anhänger:innen, während das Angebot von verschiedenen religiösen Organisationen in Form von religiösen Glaubensvorstellungen und Praktiken bereitgestellt wird. Angebot und Nachfrage interagieren auf dem Markt miteinander. Der Marktansatz geht davon aus, dass sich die Präferenzen der (potentiellen) religiösen Anhänger:innen auf der Nachfrageseite über die Zeit stabil verhalten. Die grundsätzliche Nachfrage nach religiösen Dienstleistungen habe sich in den letzten Jahrhunderten nicht geändert und sei auch über verschiedene Länder gleichbleibend.

Wie können dann jedoch Unterschiede in der religiösen Vitalität erklärt werden? Bestimmte Länder wie etwa Dänemark zeichnen sich durch eine sehr geringe Religiosität aus (2.54 % der Bevölkerung gehen wöchentlich in den Gottesdienst), während andere Länder wie etwa die USA (36 %) sich durch eine sehr hohe Religiosität auszeichnen (Pew Research Center 2018; Pew Research Center 2014). Der Marktansatz setzt zur Erklärung dieser Unterschiede an der Angebotsseite an. Deshalb wird er häufig auch als «Supply Side Theory» beschrieben. Zentral für die religiöse Vitalität eines Landes sei der religiöse Wettbewerb auf der Angebotsseite. Umso stärker dieser Wettbewerb ausfalle, desto höher sei die religiöse Vitalität. Dies hänge mitunter damit zusammen, dass die religiösen Anbieter durch den hohen Wettbewerb gezwungen sind, attraktive Angebote zu lancieren, die den Präferenzen der religiösen Nachfrage entsprechen, und diese Produkte gut zu vermarkten. Die Wahrscheinlichkeit einer Übereinstimmung von Angebot und Nachfrage sei bei einem hohen Wettbewerb also höher als bei einem geringen Wettbewerb.

Die Koordination von Angebot und Nachfrage läuft in freien Märkten über den Selbstregulierungsmechanismus («invisible Hand»). Angebot und Nachfrage passen sich automatisch aneinander an. Werde der Selbstregulierungsmechanismus jedoch teilweise außer Kraft gesetzt, dann komme es zu einer ungestillten Nachfrage und zu Angeboten, für die keine entsprechende Nachfrage bestehe. Der Grad zu dem der Selbstregulierungsmechanismus des Marktes wirken könne, hänge von der staatlichen Regulierung des religiösen Marktes ab. Die staatliche Regulierung habe direkten Einfluss auf die Angebotsseite und könne somit den freien Wettbewerb zwischen den Anbietern beschneiden. Grundsätzlich kann zwischen zwei Marktty-

pen unterschieden werden: dem regulierten Markt und dem deregulierten («freien») Markt.

In dem regulierten Markt werden einzelne Anbieter durch den Staat gefördert. Diese Förderung kann auf unterschiedliche Weise geschehen. Oft werden einzelne Anbieter finanziell unterstützt oder bessergestellt (z.B. Erheben von Kirchensteuern, staatliche Unterstützungsleistungen für Kirchengebäude, Steuererleichterungen). Zudem kann der Staat einzelne Religionen zu Staatsreligionen deklarieren oder sie staatlich anerkennen. Dies kann mit einer höheren Legitimität in der Öffentlichkeit und einem Zugang zu staatlichen Institutionen einhergehen, wie etwa Schulen in Form des Schulunterrichts. Die staatlichen Eingriffe in den religiösen Markt gehen mit einer direkten oder indirekten Benachteiligung anderer Anbieter einher, die diese Vorzüge nicht genießen und mitunter mit zusätzlichen Auflagen belastet werden (z.B. Kontrolle durch «Sektenbeauftragte»; für Religionspolitik siehe in diesem Band die Beiträge von Heimbach-Steins 2024 und Liedhegener 2024b). Gemäß dem Ansatz führen die Eingriffe zu einer Verzerrung des Angebots. So schreibt Finke mit Blick auf die staatlich geförderten religiösen Anbieter kritisch:

“(...) when clergy are civil servants (as they are in Germany and Scandinavia), they have more to gain from empty churches (which make no demands on their time) than from full ones.” (Finke und Stark 2001, 178–179)

Demgegenüber handelt es sich beim deregulierten Markt um einen Markt, auf dem das Wettbewerbsgeschehen frei agieren kann, da der Staat nicht in diesen eingreift. Weder fördert noch beschneidet er bestimmte Anbieter. So gehe dieser Markt mit einer hohen religiösen Vitalität einher. „To the degree that religious economies are unregulated and competitive, overall levels of religious participation will be high“ (Stark und Finke 2000, 201). Ein klassisches Beispiel für den deregulierten Markt sind die USA. Wenn es nun zukünftig zu einer zunehmenden Deregulierung komme und der Wettbewerb und die Pluralität der religiösen Anbieter zunehme, dann steige die religiöse Vitalität. Dementsprechend prophezeit Iannaccone der Welt eine Rückkehr der Religion dank zunehmender Deregulierung:

“Indeed given the historic trend away from state-supported religious-monopolies and the current trend toward religious tolerance in Eastern Europe and the Soviet Union, converts' to the theory of religious markets might well predict that the 21st century will be the true Age of Faith.” (Iannaccone 1991, 174)

Chaves und Cann (1992) greifen die Argumente des Marktansatzes auf und untersuchen den Zusammenhang zwischen staatlicher Regulierung und religiöser Vitalität. Hierzu vergleichen sie den Grad der religiösen Regulierung unterschiedlicher Länder und der wöchentlichen Teilnahme am Gottesdienst. Tatsächlich zeichnet sich ein Einfluss der staatlichen Regulierung auf die Religiosität ab. Interessanterweise zeigt sich dieser Zusammenhang deutlicher für protestantisch geprägte Länder. So weist etwa das katholisch geprägte Frankreich trotz geringer Regulierung nur eine geringe Religiosität auf. Zur Erklärung dieser Herausforderungen im Modell verweisen die beiden Autoren auf die historische Entwicklung der jeweiligen Länder. So habe die politische und religiöse Geschichte Frankreichs zu einer geringen religiösen Vitalität geführt.

Um den Marktansatz hat sich eine vielfältige Debatte entwickelt, die neben Befunden, die diese Modelle unterstützen (Chaves und Cann 1992; Finke und Iannaccone 1993; Iannaccone 1991; Chesnut 2003), auch kritische Positionen hervorgebracht hat. Eine Schwierigkeit deutet sich bereits mit dem Beitrag von Chaves und Cann (1992) an. Der Marktansatz alleine kann die Unterschiede in der religiösen Vitalität zwischen den Ländern nicht erklären. Es sind zusätzliche Erklärungsansätze nötig, die sich nicht unmittelbar aus der wirtschaftswissenschaftlichen Theorie der Religion ableiten lassen. Die historische Entwicklung eines Landes und der kulturelle Kontext sind weitere wichtige Erklärungsfaktoren für dessen religiöse Vitalität.

Eine vehemente Kritik des Ansatzes stammt von Steve Bruce (2000). Bruce zeigt an den nordischen Staaten Europas – Dänemark, Finnland, Norwegen und Schweden –, dass trotz fortschreitender Deregulierung weder der Rückgang an Religiosität aufgehalten wurde noch die Pluralität des religiösen Angebots zugenommen habe. Zugleich zeigt sich ähnlich wie bei Chaves und Cann, dass zur Erklärung der Unterschiede in der religiösen Vitalität zwischen diesen Ländern der Rückgriff auf deren geschichtliche Entwicklung nötig ist. Das kritische Fazit von Bruce lautet:

“The economist rational choice theory works best (if it works at all) for something like car purchase, where there is widespread demand for the product but very little brand loyalty. The people are free to engage in maximising behaviour. The United States perhaps offers a culture in which religion in general is regarded as a good thing but people are not terribly fussy about what religion one supports. In European countries where religion remains in popular it does so as part of an inherited and

ascribed social identity deeply embedded in painful struggles for ethnic and national autonomy.” (Bruce 2000, 44)

Das ökonomische Modell sei zur Beschreibung der europäischen Realität unpassend, weil es kulturelle und geschichtliche Faktoren außer Acht lasse. Hans Joas (2004) vertritt eine ähnliche Kritik. Das ökonomische Erklärungsmodell lasse sich nicht problemlos auf Europa übertragen. Statt den Fokus auf die Angebotsseite zu richten, sei es nötig, die gewachsenen kulturellen Eigentümlichkeiten als Erklärungsfaktoren für die religiöse Vitalität in den Blick zu nehmen. Weitere Kritikpunkte, die vorgebracht werden können, sind die Reduktion von Religion auf «Kirchlichkeit» (die Partizipation in einer religiösen Organisation), während das vermeintliche Anwachsen von individualisierten Formen der Spiritualität nicht ausreichend abgebildet wird. Auch wird den wirtschaftswissenschaftlichen Ansätzen mitunter ein ökonomischer Fundamentalismus vorgeworfen, der wie eine Self-Fulfilling-Prophecy wirke. Gauthier schreibt etwa:

“Rational Choice and its derivatives operate a straightforward naturalisation of neoclassical economic concepts, starting with the individual as a homo oeconomicus, and the legitimization of an essentially economic worldview. (...) They are mirror images, and as such fail to provide proper analytical tools for understanding social realities. They are, in a word, profoundly normative and ideological, as they serve an essentially legitimising function (...)” (Gauthier 2020, 17–18)

Später fügt er hinzu: “In other words, RCT is a science-clad ideology, not a scientific theory.” (Gauthier 2020, 21) Gauthier betrachtet die beschriebenen religionsökonomischen Ansätze somit als seine Art Ideologie, die dazu diene, Tatsachen zu schaffen und Gesellschaften in einer Weise zu transformieren, dass sie den Konzepten des Modells entsprechen (z.B. Homo Oeconomicus, liberale Märkte). Ob diese Kritik tatsächlich greift, lässt sich schwer wissenschaftlich ermitteln. Deutlich werden jedoch neben den Stärken des Modells, die in dessen Einfachheit und Erklärungspotential liegen, auch dessen Schwächen, die eng mit dem modellhaften Reduktionismus verknüpft sind, der es nicht ermöglicht, kulturelle und geschichtliche Faktoren ausreichend zu berücksichtigen. Neben der Kritik am Modell finden sich auch neuere und revidierte Ansätze. Beispielsweise weitet Jörg Stolz (2013) das Modell auf den Wettbewerb zu säkularen Angeboten aus: Religiöse Angebote ständen heute in ständigen Wettbewerb zu säkularen Angeboten (z.B. Sportvereine, Streaming von Serien, online Netzwerke).

Der Einfluss der Pfingstbewegung auf wirtschaftliche Wohlfahrt

Viele Studien gehen von einem Einfluss von Religion auf ökonomische Entwicklung aus. Besonders in Hinblick auf eine religiöse Gruppierung wurden starke Annahmen formuliert: die Pfingstbewegung. Anschließend an Webers Protestantismusthese wird der Pfingstbewegung im globalen Süden ein ähnlicher Effekt auf wirtschaftliche Entwicklung zugeschrieben wie ursprünglich dem Protestantismus (Berger 2010; Martin 2002; Freeman 2012). Die Pfingstbewegung, so die These, ermögliche die Verbreitung einer neuen kapitalistischen Arbeitsethik und damit eine sozioökonomische Verbesserung im globalen Süden.

Bei der Pfingstbewegung handelt es sich um eine Erneuerungsbewegung innerhalb des Protestantismus, die am Anfang des 20. Jahrhunderts entsteht. Da sich die Pfingstbewegung durch eine enorme Vielfalt an unterschiedlichen Ausdrucksweisen auszeichnet, liegt keine einheitliche Definition vor (Anderson 2004, 10; Robbins 2004, 119). Dennoch werden für gewöhnlich bestimmte Eigenschaften mit der Pfingstbewegung in Verbindung gebracht. Hierzu gehört der Glaube, dass sich der Heilige Geist im diesseitigen Leben manifestiert und den Anhänger:innen der Bewegung bestimmte Gaben verleihen kann, wie etwa das Sprechen in fremden Sprachen (Zungenrede), Heilung von Krankheiten, Geisteraustreibung und Prophetie. Dies kann sich im Gottesdienst darin äußern, dass religiöse Praktiken durchgeführt werden, die sich auf den Heiligen Geist beziehen, wie etwa Zungenrede, Geistheilungen und Exorzismen (Anderson 2004, 14; Cox 2001, 81–110; Jenkins 2007, 8, 73; Schäfer 1992, 53–57). Zugleich sind die pfingstlichen Gottesdienste für ihre expressive Atmosphäre und Emotionalität bekannt. So gehören das laute Singen, das Heben der Arme, plötzliche Ausrufe, das Weinen oder mitunter auch das Tanzen zum Repertoire vieler pfingstlicher Gottesdienste. Ein zentraler Bestandteil der Pfingstbewegung ist die Konversion. Sie besteht in einem radikalen Bruch mit der Vergangenheit: Der Bekehrte beginnt ein neues Leben, das Jesus gilt. Mit diesem neuen Leben ist auch ein neues Normensystem verbunden, in dem vorehelicher Sex, Drogen und Alkoholkonsum verboten sind, während harte Arbeit, Zuverlässigkeit und Ehrlichkeit gefordert werden (Freeman 2012; Meyer 1998; Meyer 2004; Lehmann 2003; Robbins 2004; van Dijk 2012; Chesnut 1997).

Mit geschätzt 600 Millionen Anhänger:innen handelt es sich bei der Pfingstbewegung um jene religiöse Bewegung, die sich im Laufe des Zwanzigsten Jahrhunderts am stärksten verbreitet hat (Johnson 2013). Sie hat sich besonders stark im subsaharischen Afrika, Lateinamerika und Teilen

Asiens ausgebreitet, weitaus weniger jedoch in Europa. In vielen Ländern hat sie ihre Anhänger:innen besonders aus der Unterschicht rekrutiert, während die Ausbreitung der Bewegung in der Mittelschicht zögerlicher verlaufen ist (Chesnut 2003, 39–34; Koehrsen 2016; Bastian 1997, 59–72; Schäfer 2010).

Ihr Erfolg in wirtschaftlich ärmeren Ländern und hier besonders unter ärmeren Bevölkerungsgruppen hat dazu geführt, dass wissenschaftlich versucht wurde, den Zusammenhang zwischen Armut und der Ausbreitung der Pfingstbewegung zu deuten. So erschien ab den 1990er Jahren eine Reihe von Studien, die die Stärken der Pfingstbewegung im Umgang mit Armut aufzeigen. Der Grundtenor dieser Studien ist, dass die Pfingstbewegung eine Milderung der Armutseffekte und damit eine relative Verbesserung der Lebensqualität ermögliche (Nolivos 2012; Mariz 1994; Mariz 1992; Chesnut 1997; Chesnut 2003). Freeman (2012, 3) interpretiert die armuts-mindernden Effekte der Pfingstbewegung in folgender Weise:

„(...) Pentecostal churches are often rather more effective change agents than are development NGOs. (...) they are exceptionally effective at bringing about *personal transformation* and empowerment, they provide the moral legitimacy for a set of behavior changes that would otherwise clash with local values, and they radically reconstruct families and communities to support these *new values* and new behaviours.”

Die provokante Behauptung, dass Pfingstkirchen effektivere Entwicklungsakteure seien als klassische Entwicklungsorganisationen, beruht auf dem Konversionsfokus der Pfingstbewegung. Eine radikale Verbesserung des eigenen Lebens werde durch den Persönlichkeitswandel vollzogen, der mit der Konversion einhergeht. Mit der Konversion zur Pfingstbewegung fallen alte und möglicherweise schädliche Verhaltensweisen weg (z.B. teure traditionelle Feste). Neue Werte leiten nun das Verhalten der Person an. Diese sind konformer mit dem kapitalistischen System. Hierzu gehören harte Arbeit, Ehrlichkeit, Selbstdisziplin sowie Abstinenz von Drogen und Alkohol. Zugleich werden durch die Pfingstbewegung Werte bereitgestellt, die Verhaltensweisen legitimieren, welche vorher in bestimmten Regionen nicht als legitim galten. Hierzu gehören etwa das Anhäufen von Kapital, das Generieren von ökonomischen Gewinnen und Sparsamkeit. Die Konversion sei somit nicht nur eine religiöse Konversion sondern auch eine Konversion zum modernen Kapitalismus.

Wissenschaftliche Beiträge zu diesem Thema heben unterschiedliche Dimensionen der Pfingstbewegung hervor, die eine Lebensverbesserung ermöglichen (siehe für einen Überblick Koehrsen 2015). Diese lassen sich

grundsätzlich in vier Ressourcentypen unterteilen: normative Ressourcen, psychosoziale Ressourcen (z.B. Hoffnung), organisationale Ressourcen und symbolische Ressourcen. Normative Ressourcen beziehen sich auf die Veränderung von Werten und des Lebensstils durch die Konversion. Psychosoziale Ressourcen beinhalten unterschiedliche Formen der psychologischen Unterstützung etwa durch Predigten, die den Aufbau eines positiven Selbstbildes ermöglichen und die Anhänger:innen ermutigen, aktiv zu werden, um ihr Leben in eine bessere Bahn zu führen. Organisationale Ressourcen sind Einrichtungen der Pfingstkirchen, die eine unterstützende Wirkung entfalten. Hierzu gehören etwa Kurse (z.B. Reparieren von Gebrauchsgegenständen), Seminare (z.B. Managementseminare), Fachberatungen (z.B. Rechtsberatungen), Schulen und medizinische Hilfsdienste. Symbolische Ressourcen beziehen sich auf die gesellschaftliche Wahrnehmung von Pfingstler:innen. So werden sie von der Mittelschicht häufig als zuverlässige und tüchtige Arbeitskraft eingeschätzt, was ihre «employability» verbessere. Diese Ressourcen verweisen darauf, dass Religion zur Humankapitalbildung beitragen kann. Religionen können dazu beitragen, dass Arbeitnehmer:innen zusätzliche Kompetenzen aufbauen, die sie im Arbeitsalltag einsetzen können (z.B. Kompetenz im Umgang radikaler Unsicherheit, die für Führungskräfte in Unternehmen zentral ist; siehe in diesem Band die Beiträge von Alewelll 2024 und Ulshöfer 2024).

Die Literatur geht davon aus, dass es den Pfingstkirchen mittels der zuvor genannten Ressourcen gelingt, die Lebensqualität ihrer Mitglieder zu verbessern. Für die ökonomische Besserstellung sind alle genannten Ressourcen wichtig. Der Bruch mit der Vergangenheit und der erlebte Neubeginn des Lebens, das sich von nun an auf den Glauben und die neuen Werte stützt, helfen beim Weg zur Besserstellung. Da sich die lebensverändernden Effekte der einzelnen Mitglieder akkumulieren, entstehe letztlich ein umfassender gesellschaftlicher Wandel. Die massive Ausbreitung der Pfingstbewegung trage somit zur sozioökonomischen Transformation in breiten Teilen des globalen Südens bei (Martin 2002; Maxwell 1998).

Jedoch ist umstritten, inwiefern die Pfingstbewegung tatsächlich einen umfassenden Einfluss auf die sozioökonomischen Transformationen von Gesellschaften im globalen Süden hat (Chesnut 2012, 219; Heuser 2013; Gooren 2011). Neben den häufig optimistischen Einschätzungen finden sich auch kritische Stimmen, die davon ausgehen, dass das Potential der Pfingstbewegung, wirtschaftliche Entwicklung voranzutreiben, stark überschätzt werde. Letztlich würden die Armen arm bleiben, denn die Pfingstbewegung ermöglicht nur minimale ökonomische Verbesserungen, aber keinen Aufstieg in die Mittelschicht (Míguez 2001; Woodberry 2006, 29,

35). Das hänge unter anderem damit zusammen, dass die Mitgliedschaft in einer Pfingstgemeinde durch die Teilnahme an den langen Gottesdiensten, den Bibelgruppen und das ehrenamtliche Engagement äußerst zeitintensiv sein könne (Gifford 2004, 157; Woodberry 2006, 31, 34). Dabei handelt es sich um Zeit, die für ökonomische Aktivität verloren geht. Auch wird ein Teil des verdienten Geldes in die Kirchen reinvestiert (durch die Abgabe des Zehnten sowie Spenden), so dass Pfingstler:innen diese finanziellen Mittel nicht sparen oder andersartig reinvestieren können (z.B. in Bildung) (Gifford 2004, 159). Zugleich können die mitunter rigorosen Moralvorstellungen dazu führen, dass die ökonomische Aktivität eingeschränkt wird (Gooren 2002, 37). Auch erfährt die Pfingstbewegung häufig eine Stigmatisierung in der Mittelschicht (Koehrsen 2016; Koehrsen 2018a). Dies kann zum Ausschluss aus sozialen Netzwerken führen, die relevant für die Arbeitssuche sind. Zugleich ist zu beachten, dass es Teilen der Pfingstbewegung in einigen lateinamerikanischen Ländern gelungen ist, Einfluss auf die Politik zu nehmen und damit zur sozioökonomischen Umgestaltung der Länder beizutragen (siehe für politischen Einfluss von religiösen Gemeinschaften in diesem Band den Beitrag von Liedhegener 2024a). Ein Beispiel hierfür ist etwa Brasilien in der Regierungszeit von Jair Bolsonaro. In der Regierung Bolsonaros hatten pfingstliche Interessengruppen einen großen Einfluss und unterstützten getrieben durch liberale Wirtschaftsvorstellungen die Abholzung des Regenwalds (siehe für den Einfluss von Religion auf Umweltpolitik in diesem Band die Beiträge von Glaab 2024 und Koehrsen 2024).

5) Fazit

Der Beitrag hat unterschiedliche Teilbereiche der Religionsökonomie identifiziert. Besonders prominent sind die beiden Teilbereiche, die sich mit der Anwendung wirtschaftswissenschaftlicher Theorien auf Religion und der Untersuchung des Einflusses von Religion auf Wirtschaft auseinandersetzen. Auf diese beiden Teilbereiche wurde hier ein Fokus gelegt.

Mit Blick auf die Anwendung wirtschaftswissenschaftlicher Theorien zeigt sich, dass es diesem Teilbereich gelungen ist, eine komplexe Religions-theorie vorzulegen. Diese kann, wie der Marktansatz zeigt, auf empirische Befunde angewandt werden, um diese zu erklären (z.B. Unterschiede in der religiösen Vitalität zwischen Ländern). Im Zuge der Anwendung ergeben sich jedoch auch Herausforderungen, die darauf hindeuten, dass eine rein ökonomische Theorie nicht ausreichend ist, um religiöse Dynamiken zu

erklären. Der «ökonomische Reduktionismus» dieses Strangs hat dementsprechend vielfältige Kritik erfahren. Neben der Notwendigkeit kulturelle Rahmenbedingungen einzubeziehen, zeigen sich weitere Herausforderungen. Eine Herausforderung dieses Forschungsbereichs ist der starke Fokus auf das Christentum. Entsprechende Studien zu den Wettbewerbsdynamiken anderer Religionen liegen bisher kaum vor. Auch haben ökonomische Ansätze bisher besonders das religiöse Handeln von Einzelindividuen sowie religiöse Marktdynamiken in den Blick genommen, während das strategische Handeln von religiösen Organisationen weniger Aufmerksamkeit erhalten hat (Miller 2002). Hier erweist sich der akteursbasierte Fokus als Herausforderung. Um das strategische Handeln von religiösen Organisationen zu erklären, ist eine stärkere Berücksichtigung der institutionellen Einbettung in die Eigendynamiken religiösen Wettbewerbs nötig. Feldmodelle könnten hilfreich sein, um diese Theorielücke zu füllen (Fligstein und McAdam 2011; Fligstein und McAdam 2012; Jackwerth-Rice et al. 2023).

Mit Blick auf die Untersuchung des Einflusses von Religion auf wirtschaftliche Aktivität liegen zahlreiche Studien vor, die sich unterschiedlichen Phänomenen (z.B. wirtschaftlicher Erfolg, Innovationsfähigkeit, ethisches Wirtschaften) zuwenden. Geprägt durch Webers Protestantismustheorie hat die Erforschung des Protestantismus und dessen Einfluss auf das wirtschaftliche Handeln besonders viel Aufmerksamkeit erfahren. Mitunter wurde diese These auf die Pfingstbewegung als modernen Ausdruck des Protestantismus übertragen. Es wird vermutet, dass die Ausbreitung der Pfingstbewegung helfe, den sozioökonomischen Umbau von Gesellschaften im globalen Süden in Richtung des neoliberalen Kapitalismus voranzutreiben. Ob die Mitgliedschaft in der Pfingstbewegung dann auch gleichbedeutend mit sozialen Aufstieg und ökonomischen Wohlstand ist, bleibt kritisch zu hinterfragen. Um dies genauer zu untersuchen, wären qualitative Mikrostudien nötig, die ethnographisch herausarbeiten, ob und in welcher Weise religiöse Vorstellungen das Alltagshandeln von Gläubigen tatsächlich beeinflussen. Wünschenswert wäre auch eine stärkere Kopplung von qualitativer und quantitativer Forschung (Mixed Methods), um mit den Analysen sowohl in die Breite (starke Fundierung der Ergebnisse durch hohe Fallzahlen) als auch in die Tiefe (vertiefende Analysen der Wirkmechanismen mittels Einzelfallstudien) gehen zu können.

6) Auswahlbiographie

Weber, Max. 2013 [1904/1905]. *Die protestantische Ethik und der Geist des Kapitalismus*, 4. Aufl. München: Beck.

In diesem Klassiker stellt Max Weber die prominente Protestantismusthese vor. Diese geht davon aus, dass der Protestantismus einen wichtigen Beitrag zur Verbreitung des modernen Kapitalismus geleistet hat.

Stark, Rodney, und Roger Finke. 2000. *Acts of faith: Explaining the human side of religion*. Berkeley, Calif.: Univ. of California Press.

Rodney Stark und Roger Finke legen mit diesem Werk eine komplexe Religionstheorie vor, die auf wirtschaftswissenschaftlichen Grundkonzepten beruht. Diese Theorie nimmt sowohl das religiöse Handeln von Individuen als auch die Dynamiken religiöser Märkte in den Blick. Damit handelt es sich bei dem Werk um die zentrale Zusammenführung der Theoriebausteine des Ansatzes.

Chesnut, Andrew R. 2003. *Competitive Spirits: Latin America's new religious economy*. Oxford: Oxford Univ. Press.

Andrew Chesnut überträgt die Idee des religiösen Marktes auf Lateinamerika. Damit gelingt es ihm den wachsenden religiösen Wettbewerb zwischen unterschiedlichen Anbietern in Lateinamerika zu deuten und auch den Erfolg einzelner Anbieter am religiösen Markt zu erklären.

Iyer, Sriya. 2016. *The New Economics of Religion*. *Journal of economic literature* 54 (2): 395–441. doi: 10.1257/jel.54.2.395.

Der Aufsatz von Sriya Iyer verschafft einen Überblick über empirische religionsökonomische Studien. Dabei legt er einen Fokus auf die Nutzung ökonomischer Theorien und Methoden (z.B. Ökonometrie) zur Untersuchung von Religion. Entsprechend stehen die hier vorgestellten Bereiche (1), (2), und (3) (siehe zweiter Abschnitt) im Fokus, nicht jedoch die Anwendung religiöser Perspektiven auf Wirtschaft. Auch liegt der Fokus auf quantitativen Studien.

Literaturverzeichnis

Alewell, Dorothea; Ulshöfer, Gotlind (2024): Religion und Management. Ein transdisziplinäres Gespräch. In: Antonius Liedhegener und Jens Köhrsen (Hg.): Religion – Wirtschaft – Politik. Wege zur transdisziplinären Forschung. Baden-Baden, Zürich: Nomos; Pano by TVZ (Religion – Wirtschaft – Politik, 24).

- Anderson, Allan (2004). *An Introduction to Pentecostalism*. Global Charismatic Christianity. Cambridge, Cambridge Univ. Press.
- Azzi, Corry/Ehrenberg, Ronald (1975). Household allocation of time and church attendance. *The Journal of Political Economy*, 27–56.
- Baecker, Dirk (Hg.) (2009). *Kapitalismus als Religion*. Berlin, Kulturverl. Kadmos.
- Barro, Robert J./McCleary, Rachel M. (2003). Religion and Economic Growth across Countries. *American Sociological Review* 68 (5), 760–781. <https://doi.org/10.2307/1519761>.
- Bastian, Jean-Pierre (1997). La mutación religiosa de América Latina. Para una sociología del cambio social en la modernidad periférica. México, Fondo de Cultura Económica.
- Becker, Sascha O./Woessmann, Ludger (2009). Was Weber Wrong? A Human Capital Theory of Protestant Economic History. *Quarterly Journal of Economics* 124 (2), 531–596. <https://doi.org/10.1162/qjec.2009.124.2.531>.
- Benjamin, Walter (2009). *Kapitalismus als Religion*. In: Dirk Baecker (Hg.). *Kapitalismus als Religion*. Berlin, Kulturverl. Kadmos, 15–18.
- Berger, Peter L. (2010). Max Weber is Alive and Well, and living in Guatemala: The Protestant Ethic Today. *The Review of Faith & International Affairs* 8 (4), 3–9. <https://doi.org/10.1080/15570274.2010.528964>.
- Berman, Eli/Laitin, David (2008). Religion, Terrorism and Public Goods: Testing the Club Model. National Bureau of Economic Research Working Paper Series (13725). <https://doi.org/10.3386/w13725>.
- Bernardi, L./Sleight, P./Bandinelli, G./Cencetti, S./Fattorini, L./Wdowczyk-Szulc, J./Lagi, A. (2001). Effect of rosary prayer and yoga mantras on autonomic cardiovascular rhythms: comparative study. *BMJ* 323 (7327), 1446–1449. <https://doi.org/10.1136/bmj.323.7327.1446>.
- Bettendorf, L./Dijkgraaf, E. (2010). Religion and income: Heterogeneity between countries. *Journal of Economic Behavior & Organization* 74 (1–2), 12–29. <https://doi.org/10.1016/j.jebo.2010.02.003>.
- Bruce, Steve (2000). The supply-side model of religion: The Nordic and Baltic States. *Journal for the Scientific Study of Religion* 39 (1), 32–46.
- Bryan, Gharad/Choi, James J./Karlan, Dean (2020). Randomizing Religion: the Impact of Protestant Evangelism on Economic Outcomes. *Quarterly Journal of Economics* 136 (1), 293–380. <https://doi.org/10.1093/qje/qjaa023>.
- Buser, Thomas (2015). The Effect of Income on Religiousness. *American Economic Journal: Applied Economics* 7 (3), 178–195. <https://doi.org/10.1257/app.20140162>.
- Chaves, Mark/Cann, D. E. (1992). Regulation, Pluralism, and Religious Market Structure: Explaining Religion's Vitality. *Rationality and Society* 4 (3), 272–290. <https://doi.org/10.1177/1043463192004003003>.
- Chesnut, Andrew R. (1997). *Born Again in Brazil. The Pentecostal Boom and the Pathogens of Poverty*. New Brunswick/N.J., Rutgers Univ. Press.
- Chesnut, Andrew R. (2003). *Competitive Spirits. Latin America's new religious economy*. Oxford, Oxford Univ. Press.

- Chesnut, Andrew R. (2012). Prosperous Prosperity: Why the Health and Wealth Gospel is Booming across the Globe. In: Amos Yong/Katherine Attanasi (Hg.). *Pentecostalism and Prosperity. The Socio-Economics of the Global charismatic Movement*. New York, Palgrave Macmillan, 215–223.
- Comaroff, Jean/Comaroff, John (2000). Privatizing the Millenium. *New Protestant Ethics and the Spirits of Capitalism in Africa, and Elsewhere*. *Afrika Spectrum* 35 (3), 293–312.
- Cox, Harvey (2001). *Fire from heaven. The rise of pentecostal spirituality and the reshaping of religion in the twenty-first century*. Cambridge/Mass., Da Capo Press.
- Dana, Léo-Paul (2009). Religion as an Explanatory Variable for Entrepreneurship. *The International Journal of Entrepreneurship and Innovation* 10 (2), 87–99. <https://doi.org/10.5367/000000009788161280>.
- Dana, Léo-Paul (Hg.) (2010). *Entrepreneurship and religion*. Cheltenham, Edward Elgar Publishing.
- Darnell, Alfred/Sherkat, Darren E. (1997). The Impact of Protestant Fundamentalism on Educational Attainment. *American Sociological Review* 62 (2), 306–315. <https://doi.org/10.2307/2657306>.
- Dodd, Sarah Drakopoulou/Gotsis, George (2007). The Interrelationships between Entrepreneurship and Religion. *The International Journal of Entrepreneurship and Innovation* 8 (2), 93–104. <https://doi.org/10.5367/000000007780808066>.
- Einstein, Mara (2008). *Brands of faith. Marketing religion in a commercial age*. London/New York, Routledge.
- Finke, Roger (1997). The Consequences of Religious Competition. Supply-Side Explanations for Religious Change. In: Lawrence Alfred Young (Hg.). *Rational choice theory and religion. Summary and assessment*. New York, Routledge, 45–61.
- Finke, Roger/Iannaccone, Laurence R. (1993). Supply-Side Explanations for Religious Change. *Annals of the American Academy of Political and Social Science* 527 (1), 27–39. <https://doi.org/10.1177/0002716293527001003>.
- Finke, Roger/Stark, Rodney (2001). The New Holy Clubs. Testing Church-to-Sect Propositions. *Sociology of Religion* 62 (2), 175–189. <https://doi.org/10.2307/3712454>.
- Finke, Roger/Stark, Rodney (2003). The dynamics of religious economies. *Handbook of the sociology of religion*, 96–109.
- Fligstein, Neil/McAdam, Doug (2011). Toward a General Theory of Strategic Action Fields. *Sociological Theory* 29 (1), 1–26. <https://doi.org/10.1111/j.1467-9558.2010.01385.x>.
- Fligstein, Neil/McAdam, Doug (2012). *A theory of fields*. New York, Oxford University Press.
- Freeman, Dena (2012). The Pentecostal Ethic and the Spirit of Development. In: Dena Freeman (Hg.). *Pentecostalism and Development. Churches, NGOs and Social Change in Africa*. Basingstoke/[Jerusalem], Palgrave Macmillan; Van Leer Jerusalem Institute, 1–38.
- Freudenberg, Maren/Rezania, Kianoosh (2023). *Religionsökonomie. Einführung für Studierende der Religionswissenschaft und Wirtschaftswissenschaften*. [S.l.], UTB GmbH.

- Fröchtling, Drea (2015). Between Gutter and Gucci, Boss and Botho: A Relocation of 'Prosperity Gospel' by Nigerian Pentecostal Christians in Soweto, South Africa. In: Andreas Heuser (Hg.): Pastures of plenty. Tracing religio-scapes of prosperity gospel in Africa and beyond. Frankfurt am Main, Peter Lang Edition.
- Gauthier, François (2020). Religion, modernity, globalisation. Nation-state to market. Abingdon, Oxon/New York, NY, Routledge.
- Gauthier, François/Martikainen, Tuomas/Woodhead, Linda (2011). Introduction. Religion et société de consommation/ Religion in Consumer Society. Social Compass 58 (3), 291–301. <https://doi.org/10.1177/0037768611412141>.
- Gifford, Paul (2004). Ghana's new Christianity. Pentecostalism in a Globalising African Economy. London, Hurst & Co.
- Glaab, Katharina (2024): Religion und die internationale Klimapolitik. In: Antonius Liedhegener und Jens Köhrsen (Hg.): Religion – Wirtschaft – Politik. Wege zur transdisziplinären Forschung. Baden-Baden, Zürich: Nomos; Pano by TVZ (Religion – Wirtschaft – Politik, 24).
- Gooren, Henri (2002). Catholic and Non-Catholic Theologies of Liberation: Poverty, Self-Improvement, and Ethics Among Small-Scale Entrepreneurs in Guatemala City. Journal for the Scientific Study of Religion 41 (1), 29–45.
- Gooren, Henri (2011). The Pentecostalization of Religion and Society in Latin America: First Findings from Chile. Milwaukee, annual meeting of the Society for the Scientific Study of Religion, 2011.
- Greeley, Andrew M. (1969). Continuities in Research on the "Religious Factor". American Journal Of Sociology 75 (3), 355–359.
- Guiso, Luigi/Sapienza, Paola/Zingales, Luigi (2003). People's opium? Religion and economic attitudes. Journal of monetary economics 50 (1), 225–282.
- Hayward, R. D./Kimmelmeier, M. (2011). Weber Revisited: A Cross-National Analysis of Religiosity, Religious Culture, and Economic Attitudes. Journal of Cross-Cultural Psychology 42 (8), 1406–1420. <https://doi.org/10.1177/0022022111412527>.
- Heath, W.C/Waters, M.S/Watson, J.K (1995). Religion and economic welfare: An empirical analysis of state per capita income. Journal of Economic Behavior & Organization 27 (1), 129–142. [https://doi.org/10.1016/0167-2681\(94\)00028-D](https://doi.org/10.1016/0167-2681(94)00028-D).
- Heimbach-Steins, Marianne (2024): Religionspolitik und Religionsfreiheit in sozial-ethischer Perspektive. In: Antonius Liedhegener und Jens Köhrsen (Hg.): Religion – Wirtschaft – Politik. Wege zur transdisziplinären Forschung. Baden-Baden, Zürich: Nomos; Pano by TVZ (Religion – Wirtschaft – Politik, 24).
- Heuser, Andreas (2013). „Refuse To Die in Poverty“. Armutsüberwindung und Varianten des Wohlstandsevangelioms in Afrika. Theologische Zeitschrift 69 (1/2), 146–171.
- Hörsch, Jochen (2013). Man muss dran glauben. Die Theologie der Märkte. Paderborn, Fink.
- Iannaccone, Laurence R. (1990). Religious Practice: A Human Capital Approach. Journal for the Scientific Study of Religion 29 (3), 297–314.
- Iannaccone, Laurence R. (1991). The Consequences of Religious Market Structure. Adam Smith and the Economics of Religion. Rationality and Society (3), 156–177.
- Iannaccone, Laurence R. (1992). Religious Markets and the Economics of Religion. Social Compass 39 (1), 123–131.

- Iannaccone, Laurence R. (1994). Why Strict Churches Are Strong. *American Journal of Sociology* 99 (5), 1180. <https://doi.org/10.1086/230409>.
- Iannaccone, Laurence R. (1997). Rational Choice. Framework for the Scientific Study of Religion. In: Lawrence Alfred Young (Hg.). *Rational choice theory and religion. Summary and assessment*. New York, Routledge, 25–45.
- Iannaccone, Laurence R. (1998). Introduction to the Economics of Religion. *Journal of economic literature* 36 (3), 1465–1495.
- Iannaccone, Laurence R./Bainbridge, William Sims (2010). Economics of religion. In: John R. Hinnells (Hg.). *The Routledge companion to the study of religion*. 2. Aufl. London, New York, Routledge, 461–475.
- Iyer, Sriya (2016). The New Economics of Religion. *Journal of economic literature* 54 (2), 395–441. <https://doi.org/10.1257/jel.54.2.395>.
- Jackwerth-Rice, Deborah/Koehrsen, Jens/Mattes, Jannika (2023). The Resources of Institutional Entrepreneurs in Different Structural Settings. *Organization Theory* 4 (2). <https://doi.org/10.1177/26317877231180630>.
- Jenkins, Philip (2007). *The next Christendom. The rise of global Christianity*. Oxford/New York, Oxford Univ. Press.
- Joas, Hans (2004). Glaube und Moral im Zeitalter der Kontingenz. In: Hans Joas (Hg.). *Braucht der Mensch Religion? Über Erfahrungen der Selbsttranszendenz*. Freiburg, Herder, 32–49.
- Johnson, Todd M. (2013). Global Pentecostal Demographics. In: Donald E. Miller/Kimon H. Sargeant/Richard Flory (Hg.). *Spirit and Power: The Growth and Global Impact of Pentecostalism*. New York, Oxford University Press, 319–328.
- Keister, Lisa A. (2003). Religion and wealth: The role of religious affiliation and participation in early adult asset accumulation. *Social Forces* 82 (1), 175–207. <https://doi.org/10.1353/sof.2003.0094>.
- Keister, Lisa A. (2008). Conservative protestants and wealth: How religion perpetuates asset poverty. *American Journal Of Sociology* 113 (5), 1237–1271. <https://doi.org/10.1086/525506>.
- Koch, Anne (2014). *Religionsökonomie. Eine Einführung*. s.l., Kohlhammer Verlag.
- Koehrsen, Jens (2015). Pentecostal Improvement Strategies. A Comparative Reading on African and South American Pentecostalism. In: Andreas Heuser (Hg.). *Pastures of plenty. Tracing religio-scapes of prosperity gospel in Africa and beyond*. Frankfurt am Main, Peter Lang Edition, 49–64.
- Koehrsen, Jens (2016). *Middle Class Pentecostalism in Argentina. Inappropriate Spirits*. Leiden/Boston, Brill.
- Koehrsen, Jens (2018a). Religious Tastes and Styles as Markers of Class Belonging. A Bourdieuan Perspective on Pentecostalism in South America. *Sociology* 53 (6), 1237–1253. <https://doi.org/10.1177/0038038517722288>.
- Koehrsen, Jens (2018b). The Economy of Prosperity Gospel: Hybrid or Distinctive Social Worlds? In: Annette Schnabel/Melanie Reddig/Heidemarie Winkel (Hg.). *Religion in Context*. Baden-Baden, Nomos, 159–172.
- Koehrsen, Jens (2019a). Acts of Faith. In: Christel Gärtner/Gert Pickel (Hg.). *Schlüsselwerke der Religionssoziologie*. Wiesbaden, Springer, 519–529.

- Koehrsen, Jens (2019b). Supply Side Theory. In: Adam Possamai/Anthony Blasi (Hg.). *The SAGE Encyclopedia of the Sociology of Religion*. London, Sage Publications, (forthcoming).
- Köhrsen, Jens (2024): Klimawandel und Religion in lokalen und nationalen Kontexten. In: Antonius Liedhegener und Jens Köhrsen (Hg.): *Religion – Wirtschaft – Politik. Wege zur transdisziplinären Forschung*. Baden-Baden, Zürich: Nomos; Pano by TVZ (Religion – Wirtschaft – Politik, 24).
- Koehrsen, Jens/Heuser, Andreas (Hg.) (2020). *Faith Based Organizations in Development Discourses and Practices*. London, Routledge.
- Kuran, Timur (1997). Islam and Underdevelopment: An Old Puzzle Revisited. *Journal of Institutional and Theoretical Economics* (153), 41–71.
- Kuran, Timur (2004). Why the Middle East is Economically Underdeveloped: Historical Mechanisms of Institutional Stagnation. *Journal of Economic Perspectives* 18 (3), 71–90. <https://doi.org/10.1257/0895330042162421>.
- Kuran, Timur (2011). *The long divergence. How Islamic law held back the Middle East*. Princeton/Oxford, Princeton University Press.
- Lehmann, David (2003). Disidencia y Confirmismo en los movimientos religiosos: ¿Qué diferencia hay entre la renovación carismática católica y las iglesias pentecostales? *Concilium – Revista internacional de Teología* (301), 477–495.
- Lehrer, Evelyn L. (2004). Religion as a Determinant of Economic and Demographic Behavior in the United States. *Population and Development Review* 30 (4), 707–726. <https://doi.org/10.1111/j.1728-4457.2004.00038.x>.
- Lenski, Gerhard (1961). *The Religious Factor: A Sociological Study of Religion's Impact on Politics, Economics, and Family Life*. Garden City/N.Y., Doubleday.
- Liedhegener, Antonius (2024a): Politik und Religion in der empirischen Politikwissenschaft. In: Antonius Liedhegener und Jens Köhrsen (Hg.): *Religion – Wirtschaft – Politik. Wege zur transdisziplinären Forschung*. Baden-Baden, Zürich: Nomos; Pano by TVZ (Religion – Wirtschaft – Politik, 24).
- Liedhegener, Antonius (2024b): Religionspolitik und Religionsfreiheit in liberalen Demokratien. In: Antonius Liedhegener und Jens Köhrsen (Hg.): *Religion – Wirtschaft – Politik. Wege zur transdisziplinären Forschung*. Baden-Baden, Zürich: Nomos; Pano by TVZ (Religion – Wirtschaft – Politik, 24).
- Luca, Nathalie (2011). Multi-Level Marketing: At the Crossroads of Economy and Religion. In: Lionel Obadia/Donald C. Wood (Hg.). *The economics of religion. Anthropological approaches*. Bingley, UK, Emerald, 217–239.
- Mariz, Cecília Loreto (1992). Religion and Poverty in Brazil: A Comparison of Catholic and Pentecostal Communities. *Sociological Analysis* (53), 63–70.
- Mariz, Cecília Loreto (1994). *Coping with Poverty. Pentecostals and Christian Base Communities in Brazil*. Philadelphia, Temple Univ. Pr.
- Martin, David (2002). *Pentecostalism. The world their parish*. Oxford, Blackwell.
- Maxwell, David (1998). 'Delivered from the Spirit of Poverty?': Pentecostalism, Prosperity and Modernity in Zimbabwe. *Journal of Religion in Africa* 28 (3), 350–373. <https://doi.org/10.2307/1581574>.

- Mazereeuw-van der Duijn Schouten, Corrie/Graafland, Johan/Kaptein, Muel (2014). Religiosity, CSR Attitudes, and CSR Behavior: An Empirical Study of Executives' Religiosity and CSR. *Journal of Business Ethics* 123 (3), 437–459. <https://doi.org/10.1007/s10551-013-1847-3>.
- McCleary, Rachel M. (2011). The Economics of Religion as a Field of Inquiry. In: Rachel M. McCleary (Hg.). *The Oxford handbook of the economics of religion*. New York, Oxford University Press, 3–37.
- McCleary, Rachel M./Barro, Robert J. (2019). *The wealth of religions. The political economy of believing and belonging*. Princeton, Princeton University Press.
- Meyer, Birgit (1998). 'Make a Complete Break with the Past.' Memory and Post-Colonial Modernity in Ghanaian Pentecostalist Discourse. *Journal of Religion in Africa*, 316–349.
- Meyer, Birgit (2004). Christianity in Africa: From African Independent to Pentecostal-Charismatic Churches. *Annual Review of Anthropology* 33 (1), 447–474. <https://doi.org/10.1146/annurev.anthro.33.070203.143835>.
- Meyer, Birgit (2007). Pentecostalism and Neo-Liberal Capitalism: Faith, Prosperity and Vision in African Pentecostal-Charismatic Churches. *Journal for the Study of Religion* 20 (2), 5–28. <https://doi.org/10.4314/jsr.v20i2.47769>.
- Míguez, Daniel (2001). La conversión religiosa como estrategia de supervivencia. Los pentecostales y el descenso social durante la “década perdida”. *Intersecciones en Antropología* (2), 73–88.
- Miller, Kent D. (2002). Competitive strategies of religious organizations. *Strategic Management Journal* 23 (5), 435–456. <https://doi.org/10.1002/smj.234>.
- Miller, Vincent Jude (2005). *Consuming Religion: Christian Faith and Practice in a Consumer Culture*. London, Continuum.
- Nelson, Robert H. (2001). *Economics as religion. From Samuelson to Chicago and beyond*. University Park, Pa., Pennsylvania State University Press.
- Noland, Marcus (2005). Religion and economic performance. *World Development* 33 (8), 1215–1232. <https://doi.org/10.1016/j.worlddev.2005.03.006>.
- Nolivos, Eloy (2012). Capitalism and Pentecostalism in Latin America: Trajectories of Prosperity and Development. In: Amos Yong/Katherine Attanasi (Hg.). *Pentecostalism and Prosperity. The Socio-Economics of the Global charismatic Movement*. New York, Palgrave Macmillan, 88–105.
- Pew Research Center (2014). *Religious Landscape Study. Attendance at religious services*. Online verfügbar unter <https://www.pewresearch.org/religion/religious-landscape-study/attendance-at-religious-services#attendance-at-religious-services> (abgerufen am 01.02.2023).
- Pew Research Center (2018). *Being Christian in Western Europe*. Online verfügbar unter <https://www.pewforum.org/2018/05/29/being-christian-in-western-europe/> (abgerufen am 09.09.2019).
- Ramasamy, Bala/Yeung, Matthew C. H./Au, Alan K. M. (2010). Consumer Support for Corporate Social Responsibility (CSR): The Role of Religion and Values. *Journal of Business Ethics* 91 (S1), 61–72. <https://doi.org/10.1007/s10551-010-0568-0>.

- Robbins, Joel (2004). The Globalization of Pentecostal and Charismatic Christianity. *Annual Review of Anthropology* 33 (1), 117–143. <https://doi.org/10.1146/annurev.anthro.32.061002.093421>.
- Saal, Johannes; Liedhegener, Antonius (2024): Religion und politische Gewalt. Neue empirische Erkenntnisse zu religiöser Radikalisierung und Terrorismus. In: Antonius Liedhegener und Jens Köhrsen (Hg.): Religion – Wirtschaft – Politik. Wege zur transdisziplinären Forschung. Baden-Baden, Zürich: Nomos; Pano by TVZ (Religion – Wirtschaft – Politik, 24).
- Schäfer, Heinrich (1992). Protestantismo y crisis social en América Central. San José, Departamento Ecueménico de Investigaciones.
- Schäfer, Heinrich (2010). Religion in der konfliktiven Moderne Lateinamerikas. In: Michael Reder/Matthias Rugel (Hg.). Religion und die umstrittene Moderne. Stuttgart, Kohlhammer, 89–113.
- Schaltegger, Christoph A./Torgler, Benno (2010). Work ethic, Protestantism, and human capital. *Economics Letters* 107 (2), 99–101. <https://doi.org/10.1016/j.econlet.2009.12.037>.
- Sedlacek, Tomas (2012). Die Ökonomie von Gut und Böse. München, Hanser, Carl.
- Seele, Peter/Gatti, Lucia/Lohse, Aline (2014). Whose Economics of Religion? An Explorative Map Based on a Quantitative Review of a Multi-Disciplinary Bibliography. *Journal of Religion in Europe*, 51–79. <https://doi.org/10.1163/18748929-00701003>.
- Sherkat, Darren E./Ellison, Christopher G. (1999). Recent developments and current controversies in the sociology of religion. *Annual Review of Sociology* 25, 363–394. <https://doi.org/10.1146/annurev.soc.25.1.363>.
- Smith, Adam (1776/2005). The Wealth of Nations. An Inquiry into the Nature and Causes of the Wealth of Nations. Hazleton, Pennsylvania State University.
- Stark, Rodney/Bainbridge, William Sims (1980). Towards a Theory of Religion: Religious Commitment. *Journal for the Scientific Study of Religion* 19 (2), 114–128.
- Stark, Rodney/Bainbridge, William Sims (1985). The future of religion. Secularization, revival and cult formation. Bekerley/Los Angeles/London, Univ. of California Press.
- Stark, Rodney/Finke, Roger (2000). Acts of faith. Explaining the human side of religion. Berkeley/Calif., Univ. of California Press.
- Stark, Rodney/Iannaccone, Laurence R. (1994). A Supply Side Reinterpretation of the “Secularization” of Europe. *Journal for the Scientific Study of Religion* 33, 230–252.
- Stolz, Jörg (2013). Entwurf einer Theorie religiös-säkularer Konkurrenz. *KZfSS Kölner Zeitschrift für Soziologie und Sozialpsychologie* 65 (1), 25–49. <https://doi.org/10.1007/s11577-013-0217-6>.
- Ulshöfer, Gotlind (2024): Management und Religion. In: Antonius Liedhegener und Jens Köhrsen (Hg.): Religion – Wirtschaft – Politik. Wege zur transdisziplinären Forschung. Baden-Baden, Zürich: Nomos; Pano by TVZ (Religion – Wirtschaft – Politik, 24).
- Usunier, Jean-Claude/Stolz, Jörg (Hg.) (2014). Religion as brands. New perspectives on the marketization of religion and spirituality. Burlington VT, Ashgate.

- van Dijk, Rijk (2012). Pentecostalism and Post-Development: Exploring Religion as a Developmental Ideology in Ghanaian Migrant Communities. In: Dena Freeman (Hg.). *Pentecostalism and Development. Churches, NGOs and Social Change in Africa*. Basingstoke/[Jerusalem], Palgrave Macmillan; Van Leer Jerusalem Institute, 87–109.
- Wagner, Tom (2017). The “Powerful” Hillsong Brand. In: Tanya Riches/Tom Wagner (Hg.). *The Hillsong Movement Examined: You Call Me Out Upon the Waters*. Cham, Springer International Publishing, 253–269.
- Weber, Max (2000 [1919/1920]). *Die protestantische Ethik*. 9. Aufl. Gütersloh, Gütersloher Verlag-Haus.
- Weber, Max (2013 [1904/1905]). *Die protestantische Ethik und der Geist des Kapitalismus*. 4. Aufl. München, Beck.
- Williams, Geoffrey/Zinkin, John (2010). Islam and CSR: A Study of the Compatibility Between the Tenets of Islam and the UN Global Compact. *Journal of Business Ethics* 91 (4), 519–533. <https://doi.org/10.1007/s10551-009-0097-x>.
- Woodberry, Robert D. (2006). The economic consequences of pentecostal belief. *Society* 44 (1), 29–35. <https://doi.org/10.1007/BF02690465>.
- Young, Cristobal (2009). Religion and economic growth in western Europe: 1500–2000. Manuscript. Stanford: Stanford University. Retrieved from http://www.stanford.edu/~cy10/public/Religion_and_Economic%20Growth_Western_Europe.pdf.