

Mirjam Schallberger // **Die Studentin untersucht in ihrer Masterarbeit am ZRWP, wie christliche Freikirchen das Angebot der traditionellen Landeskirche indirekt beeinflussen. Dabei geht sie von ökonomischen Denkmodellen aus, die sie sich im Studiengang *Religion – Wirtschaft – Politik* angeeignet hat.**

# WETTBEWERB AUF DEM MARKT DER RELIGIONEN

Gleich zu Beginn muss ich ein Geständnis ablegen: Ich bin Religionswissenschaftlerin und habe mir früher mit Ökonomie-studierenden gerne heftige, von Klischees gezeichnete Debatten über den Wert der beiden Fachrichtungen geliefert. Primat des Wettbewerbs, der allmächtige Homo oeconomicus und Profitgier gegen Traumvorstellungen, realitätsfremde und fehlende effiziente Lösungsansätze.

Es schien da zwei Welten zu geben, denen wenig gemeinsam war.

## Geisteswissenschaftler gegen Ökonomen

Als ich mich nach Abschluss meines Bachelorstudiums für den neuen Masterstudiengang *Religion – Wirtschaft – Politik* entschied, war ich deshalb besonders gespannt auf die Schnittstelle von Religion und Wirtschaft. Das erste Semester bestand unter anderem aus einer Einführung in ökonomische Denkmodelle – für mich absolutes Neuland. Ich begann zu erahnen, wieso sich Geisteswissenschaftler und Ökonomen so oft in die Haare geraten. Eine ganz andere Art des Denkens liegt den beiden Richtungen zugrunde. Während ich gewohnt war, am Ende einer Seminararbeit verschiedene mögliche Lösungsansätze zu präsentieren und nicht nach *der* Lösung suchte, so zielen die ökonomischen Denkmodelle mehr darauf hin, innert nützlicher Frist das bestmögliche Ergebnis zu präsentieren. Nach vier Jahren Geisteswissenschaft hatte dieses andersartige Denken eine gleichzeitig faszinierende wie abschreckende Wirkung auf mich.

Von der Ökonomie-Einführung sind mir zwei Schlüsselbegriffe besonders stark geblieben: der freie Markt und der Wettbewerb. Auch auf dem Markt der Religionen werben heute verschiedene Bewegungen um neue Kundschaft. Es gibt Gewinner und Verlierer. Und es gibt innovative Ideen, um im Konkurrenzkampf um den «besten Glauben» oben mitmachen zu können. Zurzeit sind es vor allem die christlichen Freikirchen, die den traditionellen Landeskirchen die jungen Mitglieder abwerben.

Im nächsten Semester werde ich mit meiner Masterarbeit beginnen. Den Fokus lege ich genau auf diesen aktuellen Trend, da sich hier offenbar eine spannende Schnittstelle von Religion und Wirtschaft abzeichnet. Meinen Überlegungen liegt ein einfacher ökonomischer Lehrsatz zugrunde: Wenn ein Produkt nicht mehr

**Verkaufsstrategie heisst das Zauberwort.**

gekauft wird, muss es in einer neuen Verpackung auf den Markt, um wieder erfolgreich zu sein. Verkaufsstrategie heisst das Zauberwort. Mich interessiert, ob und wie die erfolgreichen Freikirchen die Botschaft des Evangeliums auf den Markt bringen und so bedeutend mehr – vor allem junge – Anhänger gewinnen als andere christliche Bewegungen. Das Evangelium kann man nicht neu schreiben, sehr wohl aber die Art und Weise, wie

die Botschaft verbreitet wird. Offenbar treffen laute Rockkonzerte, multimediale Bühnenspektakel und charismatische Prediger den Nerv der Zeit besser als traditionelle Gottesdienste mit Orgelmusik und Kirchengesang.

Wettbewerb hat neben der Eigenschaft, nicht profitfähige Marktteilnehmer auszuschalten, auch die Fähigkeit, Innovationen zu fördern. Meine Arbeit möchte den Fokus auf die Landeskirchen richten und untersuchen, inwiefern die neue Konkurrenz ihr Angebot verändert hat.

## Über den Tellerrand hinausblicken

Auch wenn ich mit meinem bescheidenen ökonomischen Wissen keine Wirtschaftsprognosen über den Markt der Religionen der nächsten zehn Jahren liefern kann, so hat mich mein Studium trotzdem dazu ermuntert, die Grenzen der beiden Disziplinen und ihre Berührungspunkte auszuloten. Im Kern bleibe ich zweifellos Religionswissenschaftlerin, aber eine, die sich traut, über den eigenen Tellerrand hinauszublicken. Eine Eigenschaft, die in unserer globalisierten, vernetzten Welt unabdingbar und entsprechend gefordert ist – nicht zuletzt von der Wirtschaft.

*Mirjam Schallberger studiert im dritten Semester des Masterstudiengangs «Religion – Wirtschaft – Politik».*