

Inhalt

Einleitung	7
1. Die historischen Wurzeln des <i>prosperity gospel</i>	17
1.1 Die Puritaner	21
1.2 Der Puritanismus als Grundlage des <i>prosperity gospel</i> ?	27
1.3 Merchant for the Lord: George Whitefield und die erste große Erweckungsbewegung	35
1.4 Werben für die Konversion: Charles Grandison Finney und die Etablierung des evangelikalen Konsenses	43
1.5 Gottes professioneller Geschäftsmann: Dwight L. Moody und die Anfänge des <i>prosperity gospel</i>	53
1.6 Zwei Dollar pro Seele: Billy Sunday und die Kommerzialisierung des Revivals	66
1.7 Zur Bedeutung der Revivalisten für die Entstehung des <i>prosperity gospel</i>	79
2. Die modernen Megachurches	83
2.1 Die Entstehung der Megachurch als feste Institution des Revivals	83
2.2 Vorläufer der Megachurch	85
2.3 Die Institutionalisierung des Revivals im Angelus Temple	88
2.4 Erklärungsansätze zum Wachstum der modernen Megachurches	103
2.5 Die Typisierung von Megachurches	105
3. Die Lakewood Church	118
3.1 Die Geschichte der Lakewood Church	118
3.2 Die Lakewood Church als typische unternehmerische Megachurch	123
3.3 Beschreibung der Lakewood Church	126
3.4 Die Erzeugung des Gottesdienstraumes	142

3.5 Die Theologie der Lakewood Church	149
3.5.1 Gottesbild	149
3.5.2 Glaube	159
3.5.3 Christlicher Lebensstil	172
3.5.4 Methoden zur Erfüllung der göttlichen Verheißung	178
3.5.5 Zusammenfassende Betrachtung	189
3.6 Kritiker der Botschaft Joel Osteens	193
4. Die Rezipientensstudie in der Lakewood Church	200
4.1 Intention und Aufbau der Studie	201
4.1.1 Forschungsinteresse	201
4.1.2 Qualitative Forschung: Grundannahmen	202
4.1.3 Die Methode der <i>Grounded Theory</i>	204
4.1.4 Induktion, Deduktion und Abduktion	206
4.1.5 Methoden der Datenerhebung	208
4.2 Datenverarbeitung	213
4.2.1 Daten-Triangulation	213
4.2.2 Analyseverfahren nach <i>Grounded Theory</i> : Kodieren und Memos	214
4.3 Die Lakewood Church als Ort der Identitätsarbeit	219
4.3.1 Das Erzeugen von Gruppenidentität	219
4.3.1.1 Die gemeinsame Symbolik	219
4.3.1.2 Das gemeinsame Erzeugen von Gefühlen	226
4.3.2 Die individuelle Identitätsarbeit	229
4.3.2.1 Die Ressource Lakewood Church	231
4.3.2.2 Narrationsarbeit als gelenkter Prozess	233
4.3.2.3 Gott als identitätsstiftendes Subjekt	235
4.3.2.4 Konfliktaushandlungen: das Problem der Kohärenz	242
4.3.2.5 Die Lakewood Church als Ort der Identitätsarbeit: Fazit	248
4.4 Der Gläubige als Konsument	249
4.4.1 <i>Church shopping</i>	250

4.5	Attraktivitätsfaktoren	254
4.5.1	Faktor Megachurch	254
4.5.2	Faktor Botschaft	260
4.5.3	Faktor Joel Osteen	263
4.5.4	Joel Osteen als Guru?	268
4.5.5	Faktor Gott	271
4.5.6	Attraktivitätsfaktoren: Fazit	274
4.6	Reziprozität zwischen Gläubigen und Gott	276
4.6.1	Die Bedeutung von Geld	277
4.6.2	Spenden an die Gemeinde: Die Bedeutung der <i>tithe</i>	278
4.6.3	Das Ernteprinzip	282
4.6.4	Die reziproke Beziehung zwischen Gott und Gläubigen	286
4.6.5	Reziprozität zwischen Gläubigen und Gott: Fazit	291
5.	Abschließende Betrachtungen	293

Anhang

God is a rewarder – Predigt #510 Joel Osteens	304
Bibliografie	314
Quellen	321
Abbildungsverzeichnis	323