

Trotz fortschreitender Säkularisierung sind neue religiöse Gruppen sehr erfolgreich und ziehen durch verschiedene Marketing-Strategien jährlich hunderte von Menschen an. Was genau macht ihre Attraktion aus?

Eine Antwort darauf gibt Nicole Maria Bauers religionswissenschaftliche Analyse des »Kabbalah Centre«, einer Ende der 1960er Jahre in den USA gegründeten neureligiösen Bewegung, die seit einigen Jahren auch in Deutschland vertreten ist und der sich Menschen aus unterschiedlichen religiösen Kontexten anschließen. Die transdisziplinäre Studie beleuchtet die Konstruktion religiöser Identität auf institutioneller und personaler Ebene und entwirft einen neuen Ansatz für deren Untersuchung. Dabei werden auch aktuelle Trends wie etwa die Frage nach »Religious Branding« aufgegriffen und mit neueren Ansätzen aus der Identitätsforschung verknüpft.