

Inhaltsverzeichnis

Vorwort	7
1. Einleitung	10
2. Theorie: Religiös-säkulare Konkurrenz in der Ich-Gesellschaft ..	20
2.1 Theorien zu Religion und Moderne	21
2.2 Die allgemeine Theorie religiös-säkularer Konkurrenz	30
2.3 Sozio-historische Konkretisierung	46
2.4 Hypothesen	61
3. Vier Gestalten des (Un-)Glaubens	65
3.1 Eine Typologie auf zwei Ebenen	66
3.2 Institutionelle	69
3.3 Alternative	71
3.4 Distanzierte	75
3.5 Säkulare	77
4. Identität und Sozialstruktur	79
4.1 Typen, Subtypen und Identität	80
4.2 Soziodemographische Merkmale der Typen	88
5. Glauben, Wissen, Erfahren, Handeln	93
5.1 Institutionelle Religiosität	95
5.2 Alternative Spiritualität	100
5.3 Distanzierte Religiosität	105
5.4 Säkularität	110
6. Werte und Wertewandel	115
6.1 Die Typen und ihre Werte	116
6.2 Wertewandel und Religiosität	122

7.	Kirchen, Freikirchen und alternativ-spirituelle Anbieter	127
7.1	Drei Typen von Anbietern	128
7.2	«Heilsgüter» und «Nutzen» der Angebote	132
7.3	Das Mitgliedschaftsverhältnis zum religiös-spirituellen Anbieter . . .	137
7.4	Die Wahrnehmung der religiös-spirituellen Anbieter	141
8.	Die Wahrnehmung und Bewertung von Religion(en)	150
8.1	Wahrnehmung und Bewertung von «Religion an sich»	151
8.2	Wahrnehmung und Bewertung spezifischer religiöser Gruppen . . .	156
8.3	Ursachen der Wahrnehmungen und Bewertungen	164
9.	Der Wandel von Religiosität, Spiritualität und Säkularität	172
9.1	Der Übergang zur Ich-Gesellschaft	174
9.2	Individuelle Anpassungen	196
9.3	Effekte auf Typen und Milieus	203
10.	Schluss: Religion und Spiritualität in der Ich-Gesellschaft	207
10.1	Rückblick	207
10.2	Die Zukunft der Religion und Spiritualität in der Ich-Gesellschaft . .	216
11.	Literatur	218
12.	Anhang	240
12.1	Methode	240
12.2	Kurzporträts der Befragten (qualitative Stichprobe)	248
12.3	Tabellen	264