

## Erzählen vom Erfolg: Japans Nachkriegsunternehmer und ihre Autobiographien. Eine Bestandsaufnahme

Matthias WITTIG

*The article gives a brief introduction about Japan's post-World-War-II economic development in regards to how it gave birth to a new type of entrepreneur and how it shaped the economical and sociopolitical issues Japan currently faces. It then presents various examples of autobiographical writings by Japanese postwar entrepreneurs and tries to asset their value for Japanese literary production. Japan has a rich history of autobiographical writings, reaching as far back as the Heian period. This article raises, as often has been done before, the question of why these writings have for the most part been ignored by Japanese literary scholars or have rarely been acknowledged as literature. Finally, by introducing Tomonari Noboru's study about the relationship of autobiography and modernity as a possible approach to entrepreneurial autobiography, the article proposes a closer look at what entrepreneurs actually write, their reasons for doing so and their intended audiences. The goal of this is to reach a deeper understanding of how the entrepreneurial self is being constructed and how the entrepreneur constructs himself as a person by writing about his own life.*

### **I. Einführung: Japans Wirtschaft – Japans Unternehmer**

In der „Rundfunkübertragung der kaiserlichen Stimme“ (*gyokuon hōsō*) zur Mittagszeit des 15. August 1945 verlas Tennō Hirohito den „Kaiserlichen Erlass zur Beendigung des Großostasiatischen Krieges“ (*Daitōa sensō shūketsu no shōsho*). Darin wies er die japanische Regie-

rung an, die Potsdamer Erklärung zu akzeptieren und somit der Forderung nach der bedingungslosen Kapitulation Japans nachzukommen. In der Folge stand Japan bis zum Inkrafttreten des Friedensvertrages von San Francisco am 28. April 1952 unter amerikanischer Besatzung. Zu den Zielen des SCAP (*Supreme Commander for the Allied Powers*) gehörte unter anderem die Umstrukturierung des wirtschaftlichen und politischen Systems Japans. Um das Land zu stabilisieren musste jedoch zunächst dessen Wirtschaft wiederbelebt werden. Auf das Problem der Inflation, das in den Jahren zwischen 1945 und 1949 immer drängender wurde, reagierten die Vereinigten Staaten mit der Entsendung des Bankers Joseph Dodge, einem Wirtschaftsliberalen klassischer Prägung. Dodge hatte bereits die Stabilisierung der deutschen Nachkriegswirtschaft, insbesondere die Währungsreform vorangetrieben, die am 20. Juni 1948 in Kraft trat und mit der die Deutsche Mark die alte inflationäre Reichsmark ablöste. Den Entscheidungsträgern in Japan empfahl er nun ebenfalls verschiedene Maßnahmen (*Dodge line*), um die Wirtschaft erneut auf Kurs zu bringen. Ferner hatte der Ausbruch des Koreakriegs (1950-1953) positive Auswirkungen auf das Wachstum der japanischen Wirtschaft. Bis zur Ölkrise im Jahr 1973 wuchs das japanische Bruttoinlandsprodukt im Durchschnitt jährlich um 10 Prozent, so dass das Land zur drittgrößten Volkswirtschaft hinter den USA und der Sowjetunion heranwuchs. Eine Ursache für Japans rasanten wirtschaftlichen Aufstieg (*kōdo keizai seichō*) sieht der Japanhistoriker Gordon in Japans unternehmerischem Potenzial:

Why did Japan's economy grow with particular speed? A few of the international factors favored Japan more than others. [...] But a full explanation of economic growth must look in addition to domestic factors. Entrepreneurship is one of them. A new generation of daring young managers took charge of established companies and founded new ones. [...] In several famous cases,

they defied the cautious warnings of government bureaucrats to invest in new fields and new technologies, despite the presence of experienced global competitors. (Gordon 2003:246 ff.)

Neben verschiedenen globalwirtschaftlichen Faktoren, die das japanische Wirtschaftswachstum besonders begünstigten, war es eine neue Generation junger Unternehmer,<sup>1</sup> die der japanischen Wirtschaft ihren Stempel aufdrückte und maßgeblichen Anteil sowohl an der Gestaltung des nationalen Selbstbildes als auch des internationalen Bildes von Japan hatte.

Der Zerschlagung der großen japanischen Wirtschaftskonglomerate (*zaibatsu*) nach dem Zweiten Weltkrieg folgte die Reorganisation neuer Unternehmensgruppen (*keiretsu*). Innerhalb dieser war es üblich, dass Mitgliedsunternehmen die Aktien der jeweils anderen Mitglieder hielten, um sich gegen eine Übernahmen von außerhalb zu schützen. Neben den *keiretsu* existierten ferner zahlreiche kleine und mittelgroße Unternehmen, die in Privatbesitz waren, wie auch die Großunternehmen Sony, Honda oder Toyota, die in der Hand ihrer Gründer und deren Familien verblieben (Kōsai 1989:528).<sup>2</sup> In der japanischsprachigen Literatur wird diese Gruppe der Nachkriegsunternehmer häufig auch als Motor oder Träger des Wirtschaftswachstums und ihre Mitglieder als „Macher des modernen Japans“ (*kindai nihon o tsukutta kigyōka*) teils überschwänglich gelobt. In manchen Fällen werden einzelne Unternehmer wie Volkshelden (*kokuminteki hīrō*) verehrt (Miyamoto 2011:5 f.), so z.B. Matsushita Kōnosuke (1894-1989), der Gründer von *Matsushita denki*, eher bekannt unter dem Namen *Panasonic*, der auch

---

1 Der Begriff *Unternehmer* bezeichnet im Folgenden keine homogene Gruppe, sondern versammelt sowohl Unternehmensgründer als auch Manager sowie andere hohe Entscheidungsträger innerhalb eines Unternehmens.

2 Für einen ausführlichen Überblick über die wirtschaftliche Entwicklung Japans nach dem Zweiten Weltkrieg vgl.: Kōsai Yutaka (1989): „The postwar Japanese economy, 1945-1973“. In: Duus, Peter (Hg.) (1989): *The Cambridge History of Japan, Bd. 6: The Twentieth Century*. Cambridge: Cambridge University Press, S. 494-538.

den Beinamen ‚Managementgott‘ (*keiei no kamisama*) trägt. Japan, das bis zum Ende der 1960er Jahre in Deutschland wie in anderen westlichen Ländern noch als exotisches Inselreich wahrgenommen wurde, entwickelte sich zum wirtschaftlichen Konkurrenten,<sup>3</sup> und im Zuge dieser Entwicklung wuchs auch das Interesse an der Motivation und den geistigen Perspektiven der führenden industriellen Schicht Japans (Pye 1989:291). Vor dem Hintergrund dieser wirtschaftlichen Entwicklung sowie der seit Ende der 1980er Jahre voranschreitenden Globalisierung nimmt die Bedeutung ökonomischer Themen auch im japanischen Alltag zu.

Die Geschichte der japanischen Kaufleute und Unternehmer wurde sowohl in Japan als auch im Westen bereits oft und unter Berücksichtigung verschiedener Gesichtspunkte erzählt.<sup>4</sup> Darüber hinaus liegen zahlreiche Biographien erfolgreicher Unternehmer wie Shibusawa Eiichi, Matsushita Kōnosuke oder Honda Sōichirō sowie Firmengeschichten großer *zaibatsu* wie Mitsubishi, Mitsui, Sumitomo oder Yasuda auch in westlichen Sprachen vor. Seit den 1980er Jahren wurde ebenfalls eine Vielzahl von Biographien und Autobiographien japanischer Unternehmer in westlichen Sprachen veröffentlicht. Man interessierte sich vor allem für das enorme wirtschaftliche Wachstum Japans und erhoffte sich von den entsprechenden Texten eine Erklärung des japanischen Wirtschaftswunders wenn nicht sogar eine Anleitung zum

---

3 Dieser Wandel spiegelt sich auch in der Japan-Berichterstattung des Nachrichtenmagazins DER SPIEGEL wider. Vgl. dazu die Untersuchung: Nagata, Sabine (2000): *Die Japan-Berichterstattung des deutschen Nachrichtenmagazins DER SPIEGEL (1947-1988)*. OAG Taschenbuch Nr. 77. Tōkyō: OAG Deutsche Gesellschaft für Natur- und Völkerkunde Ostasiens. Zur Entexotisierung Japans vgl. ferner die Aufsätze in: Hijiya-Kirschneireit, Irmela (1988): *Das Ende der Exotik*. Edition Suhrkamp 1466, Neue Folge, Bd. 466. Frankfurt/ M.: Suhrkamp sowie den jüngst erschienenen Band ders. (2013): *Was vom Japaner übrig blieb. Transkultur, Übersetzung, Selbstbehauptung*. Iaponia Insula. Studien zu Kultur und Gesellschaft Japans, Bd. 26. München: Iudicium.

4 Einen knappen, informativen Überblick über Publikationen zum Thema gibt: Bierwirth, Gerhard (2013): *Shōnindō - Der Weg des Kaufmanns. Von der Diskriminierung eines Standes zur Ökonomisierung einer Kultur*. Iaponia Insula. Studien zu Kultur und Gesellschaft Japans, Bd. 28. München: Iudicium, S. 27 f.

Kopieren des Erfolgs. Solche Titel wurden sozusagen als Ratgeberliteratur rezipiert. Ein weit verbreiteter Titel ist die Autobiographie Morita Akios (1921-1999), die den plakativen Titel *Made in Japan*<sup>5</sup> trägt. 1946 gründete Morita gemeinsam mit Ibuka Masaru (1908-1997) das Unternehmen *Tōkyō tsūshin kōgyō* [Tōkyōter Gesellschaft für Kommunikationstechnik], heute weltweit bekannt unter dem Namen *Sony*. Aber auch die (Auto)Biographien bereits genannter Unternehmerpersönlichkeiten wie Shibusawa Eiichi (Shibusawa, Craig 1994), Matsushita Kōnosuke (Matsushita 1988; Kotter 1997) oder Honda Sōichirō (Honda 1980; Derisbourg 1994) sind dem interessierten Leser bekannt. Historisch betrachtet war die Weiterentwicklung von Handel, Geldwirtschaft, Industrie etc. seit dem 17. Jahrhundert nicht unmittelbar mit einer gesteigerten gesellschaftlichen Anerkennung von Kaufleuten bzw. Unternehmern verknüpft, die im Ständesystem der Tokugawa-Zeit den untersten Rang belegt hatten.<sup>6</sup> Auf diese Anerkennung mussten sie noch bis ins 20. Jahrhundert warten, und es ist überlegenswert, ob sie nicht das Ergebnis eines langen Kampfes um die Zulassung zu den herrschenden Diskursen ist (Bierwirth 2013:28), die das Selbstverständnis japanischer Unternehmer der Gegenwart prägt. Bierwirth führt aus:

Erst als es den Kaufleuten gelungen war, sich aktiv an den zentralen Kontroversen über Machterhalt und Herrschaftslegitimation, Markt und Politik, privaten Reichtum und Gemeinwohl zu beteiligen, konnten sie selbst ihren Vorstellungen von Effizienz, Rationalität, Produktivität und Profit Geltung verschaffen. Dass

---

5 Vgl. Morita Akio (1986; 1988): *Made in Japan. Akio Morita and Sony*. New York: Dutton/Signet. Eine deutsche Übersetzung des in englischer Sprache erschienenen Texts wurde unter dem Titel „Made in Japan. Eine Weltkarriere“ bereits im selben Jahr 1986 bei Hestia veröffentlicht, die japanische Ausgabe, erschienen bei Asahi shinbun sha, folgte zuletzt 1987.

6 Mittlerweile werden an verschiedenen Stellen Zweifel hinsichtlich des modernen Verständnisses des hierarchischen *shi-nō-kō-shō*-Ständesystems (Krieger *shi*, Bauern *nō*, Handwerker *kō* und Kaufleute *shō*) geäußert. Vgl. hierzu z.B. Bierwirth 2013:30 ff. und Metzler; Smits 2010:6 f.

es nicht bei der Selbstbehauptung blieb, sondern sich die Teilhabe der führenden Unternehmer an den zentralen Diskursen zu einer Deutungshoheit der Wirtschaft und mithin zu einer Ökonomisierung der japanischen Kultur entwickelte, wird man auf dem Hintergrund der jahrelang verweigerten Anerkennung nicht anders als eine spezifisch japanische ideologische Überkompensation dieser Missachtung deuten müssen. (Bierwirth 2013:28)

Um die Wende zum 21. Jahrhundert bezeichnete der Begriff der sogenannten „verlorenen zehn Jahre“ (*ushinawareta 10 nen*) den Zeitraum seit Platzen der Spekulationsblase Ende der 1980er Jahre und das Abrutschen der japanischen Wirtschaft in die Deflation.<sup>7</sup> Seither sind erneut mehr als zehn Jahre vergangen, und die Rede ist heute nicht mehr von der „verlorenen Dekade“, sondern von den „verlorenen zwanzig Jahren“ (*ushinawareta 20 nen*).<sup>8</sup> Zu Japans Haushaltsdefizit und Staatsverschuldung, die durch die Ausgaben im Zuge der Wiederaufbauarbeiten in den vom Erdbeben und dem darauffolgenden Tsunami vom 11. März 2011 zerstörten Gegenden Nordjapans noch zusätzlich anwächst, gesellen sich Probleme wie die aus der Katastrophe resultierende Energieknappheit, verschiedene Grenzkonflikte, die Überalterung der japanischen Gesellschaft sowie die Risikofurcht einer jungen Generation, die in Zeiten von Deflation und wirtschaftlicher Stagnation aufwuchs (GEM 2013:Table 1). Im Hinblick auf das vom *Global Entrepreneurship Monitor* untersuchte Kriterium der unternehmerischen Initiative im Gründungsstadium (*Early-stage entrepreneurial activity*)

---

7 Vgl. z.B. Wood, Christopher (1992): *The Bubble Economy: Japan's Extraordinary Speculative Boom of the '80s and the Dramatic Bust of the '90s*. New York: Atlantic Monthly Press.

8 Auch die deutsche Zeitungslandschaft bedient sich der Begriffe. So z.B. das Nachrichtenmagazin DER SPIEGEL in Ausgabe 41/2008 „Das verlorene Jahrzehnt. Was Amerika aus den Fehlern der Japaner lernen kann“, S. 63, die Frankfurter Allgemeine Zeitung vom 12.1.2010 „Zwei verlorene Jahrzehnte“. Vgl.: <http://www.faz.net/aktuell/wirtschaft/japan-zwei-verlorene-jahrzehnte-1892668.html> (letzter Zugriff 4.11.2013).

liegt Japan von den 69 untersuchten Ländern gemeinsam mit Italien und Russland auf dem letzten Platz (GEM 2013:Table 2). Die Bevölkerung des Landes, so heißt es weiter, verfüge weder über ausreichende Fähigkeiten noch das nötige Know How, ein Unternehmen zu gründen. Im Vergleich zu den anderen untersuchten Nationen fiel die Einschätzung der japanischen Experten am pessimistischsten aus (GEM 2013:36).<sup>9</sup>

Nach dem Zusammenbruch von Japans Seifenblasen-Wirtschaft Anfang der 1990er Jahre hat auch das Interesse in der deutschen Politik und Öffentlichkeit erneut abgenommen (Teichler 2003:63). Stattdessen gerieten Themen aus dem Bereich japanischer Populärkultur wie z.B. Manga oder Anime insbesondere bei der jungen Generation in den Fokus des Interesses und geben häufig sogar den Ausschlag für die Aufnahme eines japanologischen Studiums.<sup>10</sup> Trotz dieser aktuellen Entwicklungen war es der rasante wirtschaftliche Aufstieg Japans nach dem Zweiten Weltkrieg, sowie dessen Unternehmer, die diesen ermöglichten, und das Bild prägten, das im Westen noch immer von Japan dominiert.<sup>11</sup>

## II. Autobiographien japanischer Unternehmer als Gegenstand der Forschung

Sieht man vorerst davon ab, dass im weiteren Sinne jegliche Form fiktionalen Schreibens zugleich auch autobiographisches Schreiben ist

---

9 Dass das Problem als solches im öffentlichen Bewusstsein existiert zeigen Publikationen wie der Titel von Shimada, der die junge Generation ausdrücklich dazu ermuntert, Unternehmen zu gründen. Vgl. Shimada Kōji (2002): *Kigyōkatachi no jidai ga kita. Wakamono yo kigyō shiyō!* [Das Zeitalter der Unternehmer ist gekommen. Junge Leute gründet Unternehmen!] Tōkyō: Bungeisha.

10 Vgl. hierzu z.B. die Beiträge des aktuellen Bandes: Mae, Michiko; Scherer, Elisabeth (2014): *Nipponspiration: Japonismus und japanische Populärkultur im deutschsprachigen Raum*. Wien, Köln, Weimar: Böhlau.

11 Vgl. z.B. Johnstone, Bob (1999): *We Were Burning. Japanese Entrepreneurs and the Forging of the Electronic Age*. New York: Basic Books.

(und umgekehrt) und versucht stattdessen als Ausgangsbasis für die nachfolgenden Ausführungen Autobiographie als Genre zu definieren, so ließe sich mit einiger Vorsicht festhalten, dass es sich um eine von der Intention her nicht-fiktionale Textsorte handelt, die in der Regel in Prosaform abgefasst ist und in der ein Verfasser meist in der Perspektive des Ich-Erzählers retrospektiv aus seinem Leben berichtet. Dabei versucht er die Entwicklung der eigenen Persönlichkeit bis hin zum Schreibzeitpunkt zu erklären. Beispielhaft soll an dieser Stelle eine Passage aus dem Anfang der Autobiographie von Noma Seiji (1878-1938),<sup>12</sup> dem Gründer des Verlagshauses *Kōdansha*, angeführt werden, in dem dieser Schreibabsicht sowie Textadressaten benennt. Gleichzeitig bringt Noma drei Fragen zur Sprache, die für die Beschäftigung mit Autobiographien grundlegend sind: Wer schreibt? Für wen wird geschrieben? Warum wird geschrieben?

Mein Ziel ist nicht Eigenruhm oder Reklame für mich selbst: Es ist kein anderes als mich getreulich und offenherzig beim englischen Lesepublikum einzuführen, damit man mich richtig versteht – so wie ich bin. [...] In der Erwägung, daß eine stetig wachsende Neugier besteht, über den Lebenslauf von Männern etwas zu erfahren, die in der Welt etwas erreicht haben und da auch ich mich in der Gefahr befinde, manchmal mit Farben und manchmal mit Schmutz abkonterfeit zu werden, glaube ich mir selbst nicht mehr als das einfachste Recht zuteil werden zu lassen, wenn ich eine wahre Geschichte von dem Mann erzähle, den ich vielleicht besser kenne, als irgendjemand sonst in der Welt. (Noma 1935:7)

Noma fordert gleich zu Beginn des Textes sein „Privileg der Selbstdefinition“ (Gergen 1998:196) und sichert sich die Interpretations- bzw.

---

<sup>12</sup> Die englischsprachige Originalausgabe des Textes sowie dessen Übersetzung ins Japanische erschienen 1928.

Deutungshoheit über das eigene Leben und Werk.

In einigen Fällen folgt die Erzählung in Autobiographien einer strengen Chronologie, beginnend mit der Erörterung der Familienkonstellation, der eigenen Kindheit sowie verschiedenen charakterprägenden Stationen auf dem Weg in die Schreibgegenwart. Dann wiederum gibt es Narrative, die bewusst diskontinuierlich über die Vergangenheit berichten, von Ereignis zu Ereignis springen, später wieder auf das ein oder andere zurückkommen, Zukünftiges vorwegnehmen, hier und da kürzen, an anderer Stelle wiederum dehnen oder Unangenehmes gänzlich verschweigen (Smith; Watson 2010:78). Es liegt in der Natur der Sache, dass eine Autobiographie stets unvollständig bleiben muss und beliebig oft neugeschrieben werden kann (Löschnigg 2008:34 f.). In der Autobiographie schließen Autor und Leser einen Pakt miteinander, der die Lektüre als referentiell nahelegt. Die Identität von Erzähler, Autor und Protagonist ist im *pacte autobiographique* verbrieft, der durch den Namen des Verfassers auf dem Titelblatt besiegelt wird (Lejeune 1994:14 f.).

Wendet man sich der japanischsprachigen Literaturwissenschaft zu, so muss konstatiert werden, dass eine umfassende wissenschaftliche Auseinandersetzung mit der Gattung, von einigen vereinzelt Bemühungen besonders des Literaturwissenschaftlers und Nestors der wissenschaftlichen Beschäftigung mit Autobiographien in Japan, Saeki Shōichi, bisher nicht stattgefunden hat (Saeki 1974, 1981). Als mögliche Ursache dafür kann die ungeklärte Zugehörigkeit der Autobiographie angeführt werden, die als historisches Zeugnis oder literarisches Kunstwerk gelesen werden kann und somit das Dasein eines Grenzgängers zwischen Geschichte und Literatur fristet (Wagner-Egelhaaf 2005:1). Einerseits werden Texte wie die Autobiographie von Fukuzawa Yukichi (1835-1901) (Fukuzawa 1971) oder die Lebensgeschichte von Shibusawa Ei'ichi (1840-1931) (Shibusawa 1994) zwar als referentielle Texte, die den Anspruch erheben, ebenso wie der wissenschaftliche oder der historische Diskurs, eine Information über eine Realität, die außer-

halb des Textes existiert, zu präsentieren (Lejeune 1994:39 f.) sowohl in der japanischen als auch in den westlichen Geschichtswissenschaften als Quellen herangezogen. Dabei haftet ihnen jedoch stets der „Makel“ der subjektiven Autorposition an. Andererseits, so Saeki, wurden die Texte der Gattung, die in Japan auf eine lange Tradition zurückblickt und den Vergleich zu ihrem westlichen Counterpart nicht zu scheuen braucht (Saeki 1985:357), sowohl von der Literaturwissenschaft als auch der Literaturkritik vollkommen ignoriert (Saeki 1991:15). Diesen Umstand führte er auf eine „übermäßige Romanzentriertheit“ sowie die „Tendenz hin zu einem Roman-Imperialismus“ zurück (Saeki 1981:285). Dieser Umstand dauert größtenteils bis heute fort. Erwähnt man im akademischen Umfeld, dass man sich mit Autobiographien beschäftigt und diese als Literatur versteht, so kommt nicht selten der Hinweis von japanischen Kollegen, dass dies eine sehr interessante Herangehensweise sei. Dies verwundert umso mehr vor dem Hintergrund der großen Popularität derer sich Erinnerungstexte, Lebensberichte und Tagebücher auch im Hinblick auf die sogenannte *jibunshi*-Bewegung (Eigengeschichte-Bewegung) (Buchholz 2003:122-147), beim japanischen Lesepublikum erfreuen. Ferner muss besagter Umstand ebenso vor der Folie des besonderen japanischen Literaturbegriffs gesehen werden, der Werke der sogenannten reinen bzw. Hochliteratur (*junbungaku*) und der Populär- oder Unterhaltungsliteratur (*taishū bungaku*) strikt voneinander trennt. Auch darf nicht vergessen werden, dass im Westen ebenfalls eine ähnliche Zweiteilung für das Genre Autobiographie existiert. Schließlich steht auch hier einer Gruppe von kanonisierten Texten, die analog zur japanischen Bezeichnung ebenfalls als hohe Literatur bezeichnet wird (vgl. die *Confessiones* des Augustinus oder Goethes *Dichtung und Wahrheit*) eine Masse autobiographischer Texte, produziert bzw. in Auftrag gegeben von Sportlern, TV-Stars und -Sternchen oder Politikern, die in der Hauptsache als Unterhaltungsliteratur rezipiert werden, gegenüber. Diese Texte firmieren als eine Art Gegenkanon zu den kanonisierten Texten der *hohen Literatur* (Smith; Watson 2010:199).

Die wissenschaftliche Untersuchung von Autobiographien sowie Tagebüchern und anderen autobiographischen Texten von Unternehmern spielt jedoch nicht allein in der japanischen, sondern auch in der ausländischen japanologischen Forschung bislang lediglich eine Nebenrolle. Wissenschaftliche, mit einer Einleitung und Anmerkungen versehene Übersetzungen von Unternehmer-Autobiographien, wie von Shibusawa Ei'ichi, dem Vater des japanischen Kapitalismus (*nihon shihonshugi no chichi*)<sup>13</sup>, sind selten. Dabei kann sich die Erforschung unternehmerischer Selbstzeugnisse für die Shōwa-Zeit und insbesondere die Zeit nach dem Zweiten Weltkrieg auf eine breite Quellenbasis stützen (Fürstenberg 1992:160). Man kann heute sogar davon sprechen, dass es der Regelfall ist, dass sich Unternehmer nach Beendigung ihrer aktiven Berufslaufbahn mit dem Abfassen ihrer Autobiographie bzw. Memoiren beschäftigen. Diese Tatsache wird nachfolgend anhand einer Textpassage aus der Autobiographie des Erfinders der Instant-Nudelsuppe (*Chikin-rāmen*) Andō Momofuku (1910-2007) illustriert. Andō hatte mehr als 15 Jahre lang verschiedene Anfragen der *Nikkei shinbun*, seine Autobiographie für die Serie *Watashi no rirekisho* zu schreiben, zurückgewiesen. Auch das Argument, dass bereits ein Großteil berühmter Unternehmensgründer der Nachkriegszeit dieser Anfrage

---

13 Vgl. Shibusawa Ei'ichi; Craig, Teruko (1994): *The Autobiography of Shibusawa Eiichi. From Peasant to Entrepreneur*. Translated, with an Introduction and Notes. Tōkyō: University of Tōkyō Press. Der Band enthält eine vollständige Übersetzung des Textes *Amayo-gatari* (Tales of a Rainy Night), ferner Auszüge aus Shibusawas *Kōsei nikki* (Journal of a Voyage to the West). 1997 erschien derselbe Text erneut als Band 41 der Reihe *Ningen no kiroku* [Aufzeichnungen von Menschen]. Dort ist statt der Lesung *Amayo-gatari* die Lesung *Uya monogatari* angegeben. Ferner enthält der Band in seinem zweiten Teil die gekürzte Version eines Textes mit dem Titel *Shibusawa Ei'ichi jijoden* [Die Autobiographie von Shibusawa Ei'ichi], entnommen aus *Ijin resshiden hensan sho* [Herausgeber von Biographien imposanter Persönlichkeiten] aus dem Jahre 1938, so dass deutlich wird, dass es sich bei dem von Craig bearbeiteten Text nicht um die Autobiographie, sondern lediglich um *einen* autobiographischen Text Shibusawas handelt. Letztgenannter Text endet mit Shibusawas 60. Geburtstag im Jahre 1900. Ein Nachdruck der Ausgabe von 1938 findet sich in: Shibusawa Ei'ichi (1998): *Shibusawa Ei'ichi jijoden* [Die Autobiographie von Shibusawa Ei'ichi]. *Kindai nihon kigyōkaden sōsho* [Biografische Reihe japanischer Unternehmer der Moderne], Bd. 9. Tōkyō: Ozorasha.

nachgekommen seien, lediglich er noch fehle, vermochte ihn nicht zu überzeugen. Erst als Zweifel an seiner Tugendhaftigkeit kolportiert wurden, greift er letztlich zum Stift, so dass sein Text, wie es die Autobiographie bereits seit der Antike tut, die Grundfunktion eines Rechenschaftsberichts erfüllt (Wagner-Egelhaaf 2005:4). Andō führt aus:

Doch im Frühling 2001, zu Beginn des 21. Jahrhunderts, erreichte mich erneut eine ordentliche Anfrage. Ich hatte natürlich abgelehnt, doch über den Anzeigen-Verantwortlichen kam mir Folgendes zu Ohren: „Es ist merkwürdig, dass Herr Andō nicht in der Reihe *Watashi no rirekisho* erscheint, obwohl seine Instant-rāmen als die herausragende Erfindung des 20. Jahrhunderts gelten. Ich wundere mich, ob es da nicht etwas Unangenehmes gibt, das er den Leuten nicht erzählen kann“ soll der zuständige Journalist über mich gesagt haben. Das gab letztlich den Ausschlag.<sup>14</sup> In meinem Leben gibt es nichts, für das ich ein schlechtes Gewissen haben müsste. Ich habe nichts getan, wofür man heimlich mit dem Finger auf mich zeigen könnte. Bis zum heutigen Tage, wo ich 92 Jahre zähle, hat mir dieser Stolz Kraft für mein Leben gegeben. Ich nahm diese Misere dermaßen ernst, dass es schließlich ihr geschuldet war, dass ich in der Kolumne *Watashi no rirekisho* erschien. Ehrlich gesagt ist mir diese Geschichte peinlich. (Andō 2008:7 f.; Ü: Matthias Wittig)

Ob Andō wirklich keinen Sinn darin sah, aus seinem Leben zu erzählen, oder es sich hier lediglich um Koketterie handelt oder er schlichtweg keine Lust hatte, sich im hohen Alter mit der eigenen Vergangenheit auseinanderzusetzen, verbleibt im Reich der Spekulationen. Die zitier-

---

14 Dem von Andō bezeichneten Journalist, der Zweifel an dessen Rechtschaffenheit bekundete, kommt hier die Aufgabe zu, der Zielperson zu schmeicheln bzw. sie aus der Reserve zu locken mit dem Ziel, sie zum Verfassen eines Textes zu nötigen. Der Soziologe Ken Plummer nennt solche Personen in seiner Studie *Telling Sexual Stories coaxer* bzw. *coercer*.

te Passage zeigt jedoch deutlich, was es zu untermauern galt, nämlich, dass es eher ungewöhnlich ist, keine Autobiographie zu schreiben denn umgekehrt.

### III. Das Material

An der nachgezeichneten Entwicklung hatte die seit Mitte der 1950er Jahre täglich erscheinende Kolumne *Watashi no rirekisho* der Nihon keizai shinbun großen Anteil. Darüber hinaus belegt die Herausgabe umfangreicher Serien das große Interesse, das man in Japan an Autobiographien, nicht nur an solchen von Unternehmern, hat. Die Reihe „Autobiographien von Japanern“ (*Nihonjin no jiden*, 1980-1982), erschienen im Verlag Heibonsha, betreut von Saeki Shōichi, umfasst 23 Bände mit insgesamt 68 Autobiographien sowie zwei Supplementbände. Die „(Auto-)biographische Bibliothek“ (*Denki sōsho*, 1985-2000) des Verlags Ōzorasha umfasst 350 Bände biographischer und autobiographischer Texte, die seit der Meiji-Zeit erschienen sind. Neben der 110-bändigen Serie „Autobiographien von Schriftstellern“ (*Sakka no jiden*, 1994-2000) erschien die 170 Bände umfassende Reihe „Aufzeichnungen von Menschen“ (*Ningen no kiroku*, 1997-2005), beide im Verlag Nihon tosho sentā. Letztere enthält neben den Autobiographien von Politikern und Unternehmern auch solche von Künstlern, Sportlern, Sozialaktivisten und Gelehrten seit der Meiji-Zeit, darunter mehrere Bände von Frauen, wie z.B. der Unternehmerin Sōma Kokkō (1876-1955), die gemeinsam mit ihrem Mann das Unternehmen *Shinjuku Nakamura* gründete.<sup>15</sup>

Bei der Serie *Watashi no rirekisho* die bereits an verschiedenen Stellen Erwähnung fand, handelt es sich um eine Autobiographie-Kolumne (*jiden no ran*), die von März 1956 bis in die Gegenwart im Kulturteil

---

<sup>15</sup> Für eine Übersicht vgl.: „Ningen no kiroku“ henshūshitsu (Hg.) (2004; 2005): *Ningen tte omoishiroi. Shirizu „Ningen no kiroku“ gaido* [Menschen sind interessant. Der Guide zur Serie „Aufzeichnungen von Menschen“]. Tōkyō: Nihon tosho sentā.

der Morgenausgabe der *Nihon keizai shinbun* über den Zeitraum eines Monats in Fortsetzung erscheint. Die erste Autobiographie bzw. der erste *Lebenslauf*, der dort im März 1956 erschien, war der des Vorsitzenden der Sozialistischen Partei, Suzuki Mosaburō (1893-1970). Seither erschien *Watashi no rirekisho* täglich, und bis zum Februar 2007 wurden die Lebensläufe von 689 Personen, „Spitzen aus Politik, Wirtschaft, Kultur, Wissenschaft, Kunst, Sport etc.“ (Tamura 2007:218) veröffentlicht. Der Publikationszeitraum, der ursprünglich eine Woche umfasst hatte, wurde diverse Male angepasst und 1987 auf die Dauer eines Monats fixiert. Ferner erschien in den Jahren 1980/81 eine erste, 18 Bände umfassende, Gesamtausgabe, die speziell die Texte von 134 sogenannter *keizaijin*, Personen aus der Welt der Wirtschaft (hier aus pragmatischen Gründen durchgehend als *Unternehmer* übersetzt), sammelte. Zwischen 1986/87 erschienen erneut sechs Bände mit 34 Texten zu denen aufgrund der großen Nachfrage 2004 weitere 14 Bände hinzukamen. Somit erfasst die Gesamtausgabe in derzeit 38 Bänden 243 Lebensläufe.<sup>16</sup> Die Quantität der Texte von *Watashi no rirekisho* spricht für die Bemühungen der Redaktion, ein möglichst facettenreiches Bild vom Japan des 20. und 21. Jahrhunderts zu zeichnen, indem sie gelebte Geschichte in autobiographischer Form sammelt und archiviert. 1991 wurde als erster Text eines Ausländers der Lebenslauf des ehemaligen US-Senators J.W. Fulbright (1905-1995) veröffentlicht, und ihm folgten zahlreiche weitere. Gegenwärtig erscheinen etwa ein bis zwei von Ausländern verfasste Texte pro Jahr (Tamura 2007:227).

Da die Kolumne das erste Mal 1956 erschien, lässt sich für den Zeitraum von 48 Jahren ein Schnitt von fünf Autobiographien sogenannter *keizaijin* pro Jahr errechnen. Die Größe des Textkorpus lässt nicht nur

---

16 Vgl. *Nihon keizai shinbun sha* (Hg.) (1980-2004): *Watashi no rirekisho* [Mein Lebenslauf]. Bd. 1-38. Tōkyō: Nihon keizai shinbun sha. Ein Supplementband (*bekkan*) enthält neben Angaben zu den Verfassern der bisher erschienenen Lebensläufe ca. 13.000 Einträge zu Personen, die in den Texten der *keizaijin* genannt werden. Hinzu kommen mehr als 6.000 Einträge zu Organisationen und Unternehmen, zu denen die Unternehmer Beziehungen unterhielten bzw. unterhalten.

Schlüsse hinsichtlich des öffentlichen Interesses an der Textsorte im Allgemeinen zu – andernfalls würde die Kolumne nicht bis in die Gegenwart fortgeführt –, sondern auch in Bezug auf den Stellenwert, den sie für die Veröffentlichung von Autobiographien einnimmt, letzteres umso mehr im Falle von Autobiographien der sogenannten *keizaijin*.<sup>17</sup> Vor diesem Hintergrund erscheint es angemessen, von ihr als einer, wenn nicht der relevanten, Publikationsform für von Unternehmern verfasste Autobiographien zu sprechen. Allein in den ersten vier Jahren waren 39 von insgesamt 88 Texten solche von Personen aus dem Bereich Wirtschaft. Die Liste der Verfasser liest sich wie ein *who is who* japanischer Unternehmer, Firmengründer, Firmenpräsidenten und Manager des 20. und 21. Jahrhunderts, die sich in der Nachkriegszeit einen Namen gemacht und von denen viele auch außerhalb Japans einen hohen Bekanntheitsgrad erreicht haben. Für das allgemeine Interesse am autobiographischen Schreiben und der Serie *Watashi no rirekisho* im Besonderen spricht neben der Existenz zahlreicher Abhandlungen, in denen anhand mannigfacher Beispiele und Texte berühmter Persönlichkeiten aus verschiedenen Bereichen des Lebens erläutert wird, wie Autobiographien aufgebaut sein können (Ishida 2003) und welche Wesenszüge diese tragen je nachdem, welcher Berufsgruppe ihre Verfasser zugehören (Hosaka 1988). Die Herausgabe eines mit dem Titel der Serie *Watashi no rirekisho* versehenen darüber hinaus jedoch (von Vorschlägen für die Inhalte der bereits vorgegebenen Kapitel einmal abgesehen) lediglich leere Seiten bereitstellenden Bandes, das der schreibwillige Käufer mit dem eigenen Leben füllen kann (Nihon keizai shinbun sha 2001a) zeigt, wie stark die Motivation, über das eigene Leben zu schreiben ist.

---

17 Aussagen über den Stellenwert der Serie lassen sich auch mittels verschiedener Publikationen über die Serie treffen. Vgl. z.B. Yoshida Masaaki (2012): *Bijinesu wa „Watashi no rirekisho“ ga oshiete kureta*. „Nikkei“ *rensai no keizaijin 295 nin o chūshin ni* [Über das Business hat mich „Mein Lebenslauf“ aufgeklärt. Die „Nikkei“-Serie stellt 295 Unternehmer ins Zentrum]. Tōkyō: Chūō kōrōn jigyō shuppan.

Das Interesse der japanischen Leserschaft an der „bewegten“ Shōwa-Zeit (*gekidō no shōwa jidai*) (1926-1989) insbesondere hinsichtlich der Selbstzeugnisse von Unternehmern als den Trägern des Wirtschaftswachstums bzw. der Personengruppe, die nach dem Zweiten Weltkrieg die für das Wachstum notwendigen Bedingungen schufen, ist groß. Entsprechend umfangreich sind die Bemühungen, autobiographische Texte zu erschließen und zugänglich zu machen. Zum Vergleich: In ihrer Studie zu Erinnerungen deutschsprachiger Unternehmer des 20. Jahrhunderts macht Sandra Markus für die Zeit zwischen 1945/1948 und dem Jahr 2000 nur ungefähr 85 veröffentlichte deutschsprachige Erinnerungen aus (Markus 2002:36). Doch das Interesse der japanischen Öffentlichkeit an der unternehmerischen Lebenswelt beschränkt sich nicht allein auf Autobiographien oder Biographien. Darüber hinaus erscheinen zahlreiche Serien und Bände, die ausgewählte Unternehmer vorstellen und in den zeitlichen Kontext ihrer wirtschaftlichen Aktivitäten betten (Nihon keizai shinbun sha 1992; Nihon keizai shinbun sha 2000, 2001a; Sasaki 2001a/b, 2003, 2011; Udagawa 2002; Miyamoto 2011) sowie Nachschlagewerke, die Unternehmer in alphabetischer Reihenfolge auflisten (Nichigai asoshiëtsu 2010) oder sogar mitsamt ihren biographischen und autobiographischen Schriften aufführen (Nichigai asoshiëtsu 2003). Daneben existieren zahlreiche Veröffentlichungen, die in mehrseitigen Artikeln Auskunft über Unternehmer, selten auch Unternehmerinnen verschiedener Epochen geben, die Entwicklung ihrer Unternehmen nachzeichnen oder deren Unternehmensführung und Managementphilosophie erörtern (Jiji tsūshinsha sangyōbu 2000; Aoki, Kagiya, Toriba, Yano 2005; Murahashi 2007). Außerdem erscheinen in regelmäßigen Abständen biographische Comic-Serien (*Business Comic Challenge 21*, *Project X Challengers*, *Atomu poketto jinbutsukan*, *Sekai no denki NEXT*), in denen die (berufliche) Laufbahn berühmter Unternehmer vom Zeitpunkt der Geburt bzw. Unternehmensgründung bis in die Gegenwart nachgezeichnet wird sowie TV-Dokumentationen (*Project X Challengers*, *Za Messëji I, II*), in denen berühmte Unternehmer portraitiert

werden. Natürlich legen viele Unternehmer auch persönlich Zeugnis von ihrer individuellen Unternehmensführung oder Managementstrategie ab (Tateishi 1992; Inamori 1997, 1998, 2010) oder beziehen zu konkreten sozialen und politischen Fragen Stellung (Morita 1987; Higuchi 1999, 2000), in einigen Fällen auch in gemeinsamer Herausgeberschaft (Higuchi, Fukukawa 2000). Inamori Kazuo, Gründer des Feinkeramikkonzerns *Kyōcera* sowie des Telekommunikationsunternehmens *KDDI* kommentiert das japanische Management mit den folgenden Worten:

Japanisches Management zog einst weltweite Aufmerksamkeit auf sich. Für die westliche Welt war es äußerst schwer, zu verstehen, wieso Angestellte für ein Unternehmen so hart arbeiten konnten. Viele Beobachter zogen daraus den Schluß, daß Japan eine Art magisches Managementsystem haben müsse. Damit hatten sie jedoch unrecht. Die japanische Arbeitskraft wurzelt in einer Tradition, die Fleiß besonders hochhält. Der Grund, weshalb einige japanische Unternehmen so hervorragende Erfolge erzielen, ist, daß ihre Angestellten dieses Wertesystem akzeptieren und hart für das Unternehmen arbeiten. (Inamori 2010:156)

Zuletzt sei ein Format vorgestellt, das berühmte Aussprüche von Unternehmern sammelt: die sogenannten *meigen roku* (Sammlungen berühmter Worte), deren zahlreiche Veröffentlichungen ebenfalls auf ein besonderes Interesse der Leserschaft schließen lässt, die sich, so steht zu vermuten, von dieser Textsorte Inspiration oder Rat für die eigene berufliche Laufbahn verspricht (Tanizawa 2001; Nihon keizai shinbun sha 2004a/b; Biji-nesu tetsugaku kenkyūkai 2008, Ishida 2008). Ergänzend zu den zahlreichen, das Interesse der lesenden Bevölkerung Japans an Unternehmern und deren Lebensgeschichte bekundenden Publikationen stellt das Unternehmersmuseum in Ōsaka (*Ōsaka kigyōka myūjiamu*)<sup>18</sup> in einer ständigen

---

18 Vgl. <http://www.kigyoka.jp/> (letzter Zugriff 13.11.2013).

Ausstellung 105 Unternehmer aus der Region Ōsaka vor darunter auch die genannten Unternehmer-Schwergewichte Matsushita Kōnosuke (*Panasonic*) und Andō Momofuku (*Nisshin shokuhin*) mit dem Ziel über die japanische Modernisierung zu informieren und den unternehmerischen Geist an die nächste Generation weiterzureichen.

#### IV. Ausblick

Man kann sich Autobiographien auf verschiedene Arten und mit verschiedenen Erkenntnisinteressen nähern. Exemplarisch sei kurz auf die Studie *Constructing Subjectivities* (Tomonari:2008) eingegangen, die das Verhältnis von Autobiographie und japanischer Moderne sowie den sozioökonomischen Stellenwert von Autobiographien untersucht. Es ist dies die erste Studie, in der die Beziehung zwischen autobiographischem Schreiben und unternehmerischen Aktivitäten thematisiert wird, weshalb sie in diesem Zusammenhang von besonderem Interesse ist. Tomonari Noboru geht nicht allein von der Annahme aus, der Modernisierungsprozess habe Auswirkungen auf das Schreiben über die eigene Person gehabt. Er sieht die Texte selbst als einflussreiche Kräfte hinter der japanischen Modernisierung und misst ihnen einen hohen Stellenwert für Herausbildung und Transformation von Subjektivität, Identität und Werten bei. Ferner geht er davon aus, dass die Motivation, Erinnerungen in Form von Autobiographien festzuhalten, erst in der späten Meiji-Zeit entstand, da das Interesse in der Bevölkerung an solchen Texten bis in die 1890er Jahre marginal gewesen sei. Das vermehrte Verfassen von Autobiographien und deren allgemeine Verbreitung versteht er als Entwicklung, die im Zusammenhang mit der Entstehung einer neuen sozialen Klasse mit neuen Interessen gesehen werden muss (Tomonari 2008:37). Mit Blick auf die Autobiographien von Fukuzawa Yukichi und Shibusawa Eiichi bemängelt er, dass deren Texte bisher ausschließlich separat vom Gesamtwerk ihrer Verfasser betrachtet wurden. Gleichzeitig kritisiert er die damit einhergehende

Trennung von Privat- und öffentlicher Autorperson, welche die Autobiographie in der privaten, alle übrigen Texte dagegen in der öffentlichen Sphäre ansiedelt (Tomonari 2008:38).<sup>19</sup> Das weitgehende Ausbleiben einer wissenschaftlichen Beschäftigung mit den Autobiographien von Fukuzawa und Shibusawa sowohl zum Zeitpunkt ihres Erscheinens als auch heute sei darin begründet, dass nicht die akademische Welt, sondern die sogenannten Newcomer der späten Meiji-Zeit (1868-1912), das *white-collar* Management mit Universitätsabschluss, die später selbst Unternehmer wurden, die anvisierte Zielgruppe verkörperte (Tomonari 2008:39). Den Texten käme Pioniercharakter zu, insofern sie nachfolgende Unternehmergenerationen zum Verfassen von Autobiographien angeregt haben. Die Studie überschaute einen Untersuchungszeitraum von der späten Edo-Zeit (1603-1868) bis in die 1950er Jahre und deckt inhaltlich Autobiographien von Unternehmern des proto-industriellen Zeitalters und solche moderner Unternehmer der Meiji-Zeit sowie Autobiographien von Anarchisten und Sozialisten der 1920er Jahre und von Frauen der 1950er Jahre ab. Tomonaris Studie zeigt das Ineinandergreifen von gesellschaftlichem Wandel und dem Verfassen von Autobiographien; das Erzählen von sich selbst, so Tomonari, birgt das Potenzial, nicht nur das erzählende Individuum, sondern auch das Kollektiv zu verändern. Bleibt jedoch zu klären, wie das *Erzählen von sich selbst*, dem Tomonari diesen weitreichenden Einfluss zuschreibt, überhaupt vonstatten geht? Insgesamt muss für die Beschäftigung mit Autobiographien japanischer Unternehmer festgehalten werden, dass eine Untersuchung, die sich speziell mit der für die Außenwelt bestimmten

---

19 Vgl. ferner Hirakawa Sukehiro (1990): „Benjamin Franklin and Fukuzawa Yukichi. Two Autobiographies Compared“. In: Toyama, Jean; Ochner, Nobuko (Hg.): *Literary Relations East and West. Selected Essays*. Honolulu, Hawaii: University of Hawaii Press, S. 96–131; Itō Masao (1976): „‘Fukuō jiden’ wa ika ni yomarete kita ka. Yamaji Aizan kara Saeki Shōichi shi made“ [Wie wurde Fukuō jiden gelesen? Von Yamaji Aizan bis Saeki Shōichi]. In: *Fukuzawa Yukichi nenkan* 3. Tōkyō: Fukuzawa Yukichi Kyōkai, S. 202-204; Kano Masanao (1998): *Fukuzawa Yukichi to Fukuō jiden* [Fukuzawa Yukichi und Fukuō jiden]. Tōkyō: Asahi shinbunsha, S. 235 f.

textuellen Selbstkonzeption der Verfasser bzw. deren Selbstverortung im Hinblick auf verschiedene Bezugssysteme, die sich aus dem Zusammenwirken verschiedener sozialer und politischer Diskurse ergeben sowie der Schreibabsicht in Bezug auf verschiedene Deutungsgemeinschaften bzw. implizite und explizite Adressaten mit den Mitteln einer umfassenden Erzähltheorie, die neben ihrer Textorientiertheit auch interpretative Fragen, Kontexte der Produktion, Publikation, Verbreitung und Rezeption mit berücksichtigt, noch immer ein Forschungsdesiderat darstellt. Die Unternehmerautoren gestalten in ihren Texten ihre beruflichen Aktivitäten, im Zuge der Rekonstruktion ihres Lebens als Geschichte, narrativ aus und beschreiben ihr Leben dabei als zielgerichtete Ereigniskette, die trotz verschiedener Hindernisse und dank einiger Zufälle zum gegenwärtigen Zustand geführt hat. Das Erzählen ihres Lebens bietet ihnen eine grundlegende Erkenntnisstruktur, die unübersichtliche Vielfalt der Ereignisse zu ordnen und Erklärungsmuster zu liefern (Fludernik 2006:9 f.). Eine umfassende narratologische Untersuchung, die über die Textlektüre nicht die sich im Laufe der Arbeit entwickelnden interpretativen Fragen aus den Augen verliert, verspricht fruchtbare Ergebnisse für das Herausarbeiten der unternehmerischen Selbstkonzeptionen im Text.

Die Beschäftigung mit Selbstzeugnissen, mit Autobiographien und insbesondere mit Autobiographien von Unternehmern nichteuropäischer Kulturen steht noch immer erst am Anfang. Da sie jedoch zunehmend an Bedeutung gewinnt, kann eine Analyse von Unternehmerautobiographien, eingebettet in den internationalen Vergleich des Schreibens über die eigene Person als soziale und kulturelle Praxis, auch durch das Hinterfragen der japanischen „Besonderheiten“ zu einer besseren Vergleichbarkeit der japanischen Kultur mit westlichen Kulturen beitragen.

## Literatur

- Andō Momofuku (2008): *Mahō no rāmen hatsumei monogatari* [Die Geschichte von der Erfindung der magischen Rāmen]. Nikkei bijinesu bunko. Watashi no rirekisho. Tōkyō: Nihon keizai shinbun shuppan sha.
- Aoki Sadao; Kagiya Hidesaburō; Toriba Hiromichi; Yano Hirotake (2005): *Shachō no tetsugaku* [Die Philosophie der Chefs]. Tōkyō: Chichi shuppan sha.
- Bierwirth, Gerhard (2013): *Shōnindō - Der Weg des Kaufmanns. Von der Diskriminierung eines Standes zur Ökonomisierung einer Kultur*. Iaponia Insula. Studien zu Kultur und Gesellschaft Japans, Bd. 28. München: Iudicium.
- Bijinesu tetsugaku kenkyūkai (2008): *Kokoro ni hibiku meikeieisha no kotoba*. [Worte berühmter Unternehmer, die das Herz anrühren]. Tōkyō: PHP kenkyūjo.
- Buchholz Petra (2003): *Schreiben und Erinnern. Über Selbstzeugnisse japanischer Kriegsteilnehmer*. Iaponia Insula. Studien zu Kultur und Gesellschaft Japans, Bd. 10. München: Iudicium.
- Derisbourg, Yves (1994): *Soichiro Honda. Auto Biographie*. Hamburg: Hoffmann und Campe.
- Fludernik, Monika (2006; 2010): *Erzähltheorie. Eine Einführung*. 3. Auflage. Darmstadt: Wissenschaftliche Buchgesellschaft.
- Fürstenberg, Friedrich (1992): „Autobiographies of Japanese Entrepreneurs“. In: Formanek, Susanne; Linhart, Sepp (1992): *Japanese Biographies: Life Histories, Life Cycles, Life Stages*. Beiträge zur Kultur- und Geistesgeschichte Asiens, Nr. 11. Wien: Verlag der österreichischen Akademie der Wissenschaften, S. 159-178.
- Fukuzawa Yukichi (1971): Eine autobiographische Lebensschilderung. Tōkyō: Keio Gijyuku Universität.
- Gergen, Kenneth J. (1998): „Erzählung, moralische Identität und historisches Bewußtsein. Eine sozialkonstruktionistische Darstellung“. In: Straub, Jürgen (Hg.) (1998): *Erzählung, Identität und*

- historisches Bewußtsein. Die psychologische Konstruktion von Zeit und Geschichte. Erinnerung, Geschichte, Identität I.* Suhrkamp Taschenbuch Wissenschaft 1402. Frankfurt/ M.: Suhrkamp, S. 170-202.
- Gordon, Andrew (2003): *A Modern History of Japan. From Tokugawa Times to the Present.* New York: Oxford University Press.
- Higuchi Hirotarō (1999): *Jinzairon* [Abhandlung über menschliche Ressourcen]. Tōkyō: Kōdansha.
- Higuchi Hirotarō (2000): *Sainōron* [Abhandlung über Talent]. Tōkyō: Kōdansha.
- Higuchi Hirotarō; Fukukawa Shinji (2000): *IT jidai. Seikōsha no hasō* [Das IT Zeitalter. Ideen erfolgreicher Menschen]. Tōkyō: PHP kenkyūjo.
- Hijiya-Kirschnerreit, Irmela (1988): *Das Ende der Exotik.* Edition Suhrkamp 1466, Neue Folge, Bd. 466. Frankfurt/ M.: Suhrkamp.
- Hijiya-Kirschnerreit, Irmela (2013): *Was vom Japaner übrig blieb. Transkultur, Übersetzung, Selbstbehauptung.* München: Iudicium.
- Honda Sōichirō (1980): *Honda über Honda.* Stuttgart: Seewald.
- Hosaka Masayasu (1988): *Jiden no kakikata* [Wie man eine Autobiographie schreibt]. Tōkyō: Shinchōsha.
- Inamori Kazuo (1997): *For People and for Profit. A Business Philosophy for the 21st Century.* Tōkyō, New York, London: Kōdansha International.
- Inamori Kazuo (1998): *Jinsei to keiei. Ningen toshite tadashii koto o tsuikyū suru* [Leben und Unternehmensführung. Als Mensch nach dem Rechten streben]. Tōkyō: Chichi shuppan sha.
- Inamori Kazuo (1996; 2010): *Erfolg aus Leidenschaft. Das Credo von Japans führendem Unternehmer.* Wien: Signum.
- Ishida Nobuo (2003): *Jiden no kakikata* [Wie man eine Autobiographie schreibt]. Tōkyō: Hakusuisha.
- Ishida Shūdai (2008): *Nihon keizai shinbun „Watashi no rirekisho“ meigoroku* [Berühmte Worte aus der Serie „Watashi no rirekisho“ der

- Nihon keizai shinbun]. Tōkyō: Mikasa shobō.
- Jiji tsūshinsha sangyōbu (2000): *Kīpāson & kīwādo de yomu kigyōkatachi no chōsen* [Anhand Schlüsselpersonen und -begriffen über die Herausforderungen von Unternehmern lesen]. Tōkyō: Jiji tsūshin sha.
- Johnstone, Bob (1999): *We Were Burning. Japanese Entrepreneurs and the Forging of the Electronic Age*. New York: Basic Books.
- Kōsai Yutaka (1989): „The Postwar Japanese Economy, 1945-1973“. In: Duus, Peter (Hg.) (1989): *The Cambridge History of Japan, Bd. 6: The Twentieth Century*. Cambridge: Cambridge University Press, S. 494-538.
- Kotter, John P. (1997): *Matsushita. Der erfolgreichste Unternehmer des 20. Jahrhunderts*. Wien: Ueberreuter.
- Lejeune, Philippe (1994): *Der autobiographische Pakt*. Neue Folge, Band 896. Frankfurt/ M.: Suhrkamp.
- Löschnigg, Martin (2008): „Autobiography“. In: Herman, David; Jahn, Manfred; Ryan, Marie-Laure (Hg.) (2008): *Routledge Encyclopedia of Narrative Theory*. London, New York: Routledge.
- Mae, Michiko; Scherer, Elisabeth (2014): *Nipponspiration: Japonismus und japanische Populärkultur im deutschsprachigen Raum*. Wien, Köln, Weimar: Böhlau.
- Markus, Sandra (2002): *Bilanzieren und Sinn stiften. Erinnerungen von Unternehmern im 20. Jahrhundert*. Studien zur Geschichte des Alltags, Bd. 20. Stuttgart: Steiner.
- Matsushita Kōnosuke (1988): *Quest for Prosperity. The Life of a Japanese Industrialist*. Tōkyō, Kyōto, Singapur: PHP Institute.
- Metzler, Mark; Smits, Gregory (2010): „Introduction: The Autonomy of Market Activity and the Emergence of *Keizai* Thought“. In: Gramlich-Oka, Bettina; Smits, Gregory (Hg.) (2010): *Economic Thought in Early Modern Japan. Monies, Markets, and Finance in East Asia, 1600-1900, Bd. 1*. Leiden, Boston: Brill.
- Miyamoto Matao (Hg.) (1999): *Nihon no kindai 11. Kigyōkatachi no chōsen* [Japans Moderne 11. Die Herausforderungen der Unterneh-

- mer]. Tōkyō: Chūō kōron shin sha.
- Miyamoto Matao (Hg.) (2002, 2011): *Nihon o tsukutta kigyōka* [Die Unternehmer, die Japan erschufen]. Tōkyō: Shinshokan.
- Morita Akio; Reingold, Edwin M.; Shimomura Mitsuko (1986): *Made in Japan. Eine Weltkarriere*. Bayreuth: Hestia.
- Morita Akio (1987; 2000): *Gakureki muyōron* [Abhandlung über die Sinnlosigkeit des schulischen und universitären Werdegangs]. Asahi bunko. Tōkyō: Asahi shinbun sha.
- Murahashi Katsuko (2007): *Nippon kigyōka retsuden* [Einige Biographien japanischer Unternehmer]. Nikkei bijinesu bunko. Tōkyō: Nihon keizai shinbun shuppan sha.
- Nagata, Sabine (2000): *Die Japan-Berichterstattung des deutschen Nachrichtenmagazins DER SPIEGEL (1947-1988)*. OAG Taschenbuch Nr. 77. Tōkyō: OAG Deutsche Gesellschaft für Natur- und Völkerkunde Ostasiens.
- Nichigai asoshiētsu (Hg.) (2003): *Nihon no jitsugyōka. Kindai nihon o tsukutta keizaijin denki mokuroku* [Japans Unternehmer. Biographisches Verzeichnis der Unternehmer die das moderne Japan schufen]. Tōkyō: Nichigai asoshiētsu.
- Nichigai asoshiētsu (Hg.) (2010): *Nihon no sōgyōsha. Kingendai kigyōka jinmei jiten* [Japans Unternehmensgründer. Namenslexikon moderner Unternehmer]. Tōkyō: Nichigai asoshiētsu.
- Nihon keizai shinbun sha (Hg.) (1980-2004): *Watashi no rirekisho* [Mein Lebenslauf]. Bd. 1-38. Tōkyō: Nihon keizai shinbun sha.
- Nihon keizai shinbun sha (1992): *Watashi no rirekisho. Shōwa no kei-isha gunzō I-X* [Mein Lebenslauf. Die Gruppe der Unternehmer der Shōwa-Zeit I-X]. Tōkyō: Nihon keizai shinbun sha.
- Nihon keizai shinbun sha (Hg.) (2000): *20 seiki nihon no keizaijin* [Japanische Unternehmer des 20. Jahrhunderts]. Nikkei bijinesu bunko. Tōkyō: Nihon keizai shinbun sha.
- Nihon keizai shinbun sha (Hg.) (2001a): *20 seiki nihon no keizaijin II* [Japanische Unternehmer des 20. Jahrhunderts II]. Nikkei bijinesu

- bunko. Tōkyō: Nihon keizai shinbun sha.
- Nihon keizai shinbun sha (Hg.) (2001b): *Jibun de kaku „Watashi no rirekisho“* [„Watashi no rirekisho“ selber schreiben]. Tōkyō: Nihon keizai shinbun sha.
- Nihon keizai shinbun sha (Hg.) (2004a): *Keizaijin no meigen. Yūki to chie no jinseikun, jō* [Berühmte Aussprüche von Unternehmern. Lehren fürs Leben von Mut und Verstand (oben)]. Nikkei bijinesu bunko. Tōkyō: Nihon keizai shinbun sha.
- Nihon keizai shinbun sha (Hg.) (2004b): *Keizaijin no meigen. Yūki to chie no jinseikun, ge* [Berühmte Aussprüche von Unternehmern. Lehren fürs Leben von Mut und Verstand (unten)]. Nikkei bijinesu bunko. Tōkyō: Nihon keizai shinbun sha.
- „Ningen no kiroku“ henshūshitsu (Hg.) (2004; 2005): *Ningen tte omoshiroi. Shirīzu „Ningen no kiroku“ gaido* [Menschen sind interessant. Der Guide zur Serie „Aufzeichnungen von Menschen“]. Tōkyō: Nihon tosho sentā.
- Noma Seiji (1935): Kodansha. Die Autobiographie des japanischen Zeitungskönigs. Berlin: Holle & Co.
- Plummer, Ken (1995): *Telling Sexual Stories. Power, Change and Social Worlds*. London, New York: Routledge.
- Pye, Michael (1989): „Woran glauben Japans Großindustrielle?“. In: Antes, Peter; Pahnke, Donat (Hg.): *Die Religion von Oberschichten. Religion – Profession – Intellektualismus*. Marburg: Diagonal Verlag, S. 291-311.
- Saeki Shōichi (1974; 1991): *Nihonjin no jiden* [Autobiographien von Japanern]. Tōkyō: Kōdansha gakujuutsu bunko.
- Saeki Shōichi (1981): *Kindai nihon no jiden* [Moderne japanische Autobiographien]. Tōkyō: Kōdansha.
- Sasaki Satoshi (Hg.) (2001a; 2003; 2011): *Nihon no kigyōka gunzō I, II, III*. [Japans Unternehmer I, II, III.] Tōkyō: Maruzen shuppan kabushikigaisha.
- Sasaki Satoshi (Hg.) (2001b): *Nihon no sengo kigyōka shi. Hankotsu no*

- keifu*. [Geschichte von Japans Unternehmern der Nachkriegszeit. Eine Genealogie der Kompromisslosigkeit] Tōkyō: Yūhikaku.
- Shibusawa Eiichi; Craig, Teruko (1994): *The Autobiography of Shibusawa Eiichi. From Peasant to Entrepreneur*. Translated, with an Introduction and Notes. Tōkyō: University of Tōkyō Press.
- Shimada Kōji (2002): *Kigyōkatachi no jidai ga kita. Wakamono yo kigyō shiyō!* [Das Zeitalter der Unternehmer ist gekommen. Junge Leute gründet Unternehmen!] Tōkyō: Bungeisha.
- Smith, Sidonie; Watson, Julia (2010): *Reading Autobiography. A Guide for Interpreting Life Narratives*. Second Edition. Minneapolis, London: University of Minnesota Press.
- Tamura Shōzō (2007): „Nikkei ‚*Watashi no rirekisho*‘ meigenroku. Gojūnen tsuduku meibutsu kikaku, tōjō shita hito wa roppyaku hachijū kyū nin“ [Berühmte Texte aus *Nikkeis* „Mein Lebenslauf“. In dem Projekt über berühmte Personen, das seit fünfzig Jahren weitergeführt wird, traten 689 Personen auf]. In: *Bungei shunjū*, Sonderausgabe zum 85. Jubiläum.
- Tanizawa Eiichi (2001): *Sōgyōsha hyaku nin hyaku go. Ikiru chie seikō no hiketsu* [Hundert Gründer, hundert Worte. Lebensweisheiten und Erfolgsgeheimnisse]. Tōkyō: Kairyūsha.
- Tateishi Kazuma (1992): *Unternehmensevolution. Eine japanische Firmenphilosophie*. Düsseldorf, Wien, New York, Moskau: Econ.
- Teichler, Ulrich (2003): „Japan als Gegenstand der Forschung in Deutschland“. In: *Asien*, 88 (Juli 2003), S. 63-70.
- Tomonari, Noboru (2008): *Constructing Subjectivities. Autobiographies in Modern Japan*. Lanham, MD: Lexington.
- Udagawa Masaru (Hg.) (2002): *Kēsu sutadī. Nihon no kigyōka shi* [Fallstudie. Japanische Unternehmensgeschichte]. Tōkyō: Bunshindō.
- Wagner-Egelhaaf, Martina (2005): *Autobiographie*. 2., aktualisierte und erweiterte Auflage, Sammlung Metzler, Bd. 323. Stuttgart, Weimar: Metzler.
- Wood, Christopher (1992): *The Bubble Economy. Japan's Extraordinary*

*Speculative Boom of the '80s and the Dramatic Bust of the '90s*. New York: Atlantic Monthly Press.

Xavier, Siri Roland; Kelley, Donna; Kew, Jacqui u.a. (2013): *Global Entrepreneurship Monitor. 2012 Global Report*. Online einsehbar unter: <http://www.gemconsortium.org/docs/2645/gem-2012-global-report>.

Yoshida Masaaki (2012): *Bijinesu wa „Watashi no rirekisho“ ga oshiete kureta. „Nikkei“ rensai no keizaijin 295 nin o chūshin ni* [Über das Business hat mich „Mein Lebenslauf“ aufgeklärt. Die „Nikkei“-Serie stellt 295 Unternehmer ins Zentrum]. Tōkyō: Chūō kōrōn jigyō shuppan.

