Inhaltsübersicht

Inhaltsverzeichnis 8

Abbildungsverzeichnis 13

1 Einleitung 14

2 Definitorische Abgrenzungen 18

2.1 Unternehmer 18

2.2 Der Unternehmer in der Erzählliteratur 19

2.3 Bedeutung von Romanen für Unternehmer 24

2.4 Zusammenfassung der definitorischen Abgrenzungen 25

3 Stand der Forschung 26

3.1 Kulturgeschichtliche Forschungsrichtung 26

3.2 Forschungsrichtung der Managementlehre 30

3.3 Forschungsrichtung der Allgemeinbildung 34

3.4 Zusammenfassung zum Stand der Forschung 35

4 Forschungsziel, -modell und -fragen 37

4.1 Forschungsziel 37

4.2 Forschungsmodell 38

4.3 Forschungsfragen 43

4.4 Zusammenfassung Forschungsziel, -modell und -fragen 47

5 Forschungsmethodik 49

5.1 Wissenschaftstheoretische Ebene: Hermeneutik Paul RICOEURS 49

5.2 Methodische Ebene: New Historicism 57

5.3 Methodisches Vorgehen der Arbeit 65

5.4 Kriterien zur Qualitätssicherung der Interpretation 72

5.5 Zusammenfassung Forschungsmethodik 73

6 Fiktives Unternehmerbild und Bedeutung von Unternehmerromanen für Unternehmer 74

6.1 Funktion 1: Erklärungsfunktion 74

6.2 Funktion 2: Lehrfunktion 96

6.3 Funktion 3: Spiegelfunktion 128

6.4 Funktion 4: Kritikfunktion 170

6.5 Funktion 5: Unterhaltungsfunktion 198

7 Schlussteil 225

7.1 Zusammenfassung 225

7.2 Ausblick 231

Literaturverzeichnis 236

Inhaltsverzeichnis

1 Einleitung 14

2 Definitorische Abgrenzungen 18

2.1 Unternehmer 18

2.2 Der Unternehmer in der Erzählliteratur 19

2.2.1 Literaturgattung der Erzählliteratur 20

2.2.2 Personenbezug der Handlung 21

2.2.3 Literarische Epoche 22

2.2.4 Kulturraum 22

2.2.5 Dargestellte Perspektiven auf den fiktiven Unternehmer 23

2.2.6 Branche des fiktiven Unternehmers 24

2.2.7 Beschäftigungsverhältnis des fiktiven Unternehmers 24

2.3 Bedeutung von Romanen für Unternehmer 24

2.4 Zusammenfassung der definitorischen Abgrenzungen 25

3 Stand der Forschung 26

3.1 Kulturgeschichtliche Forschungsrichtung 26

3.1.1 Deutschsprachige Untersuchungen 26

3.1.2 Nicht-deutschsprachige und komparatistische Analysen 29

3.1.3 An Unternehmerromane angrenzende Gebiete 29

3.2 Forschungsrichtung der Managementlehre 30

3.2.1 Unternehmerforschung 31

3.2.2 Aus- und Weiterbildung von Organisationsmitgliedern 32

3.2.3 Ansätze zur Lösung interpersoneller Konflikte im betrieblichen Alltag 33

3.3 Forschungsrichtung der Allgemeinbildung 34

3.4 Zusammenfassung zum Stand der Forschung 35

4 Forschungsziel, -modell und -fragen 37

4.1 Forschungsziel 37

4.2 Forschungsmodell 38

4.3 Forschungsfragen 43

4.4 Zusammenfassung Forschungsziel, -modell und -fragen 47

5 Forschungsmethodik 49

5.1 Wissenschaftstheoretische Ebene: Hermeneutik Paul RICOEURS 49

5.1.1 Textorientierte Hermeneutik 50

5.1.2 Das narrative Modell: Theorie der dreifachen Mimesis 53

5.2 Methodische Ebene: New Historicism 57

5.2.1 Kontextorientierte Ansätze 57

5.2.2 New Historicism als kontextorientierter Ansatz 58

5.2.2.1 Theoretische Basis 59

5.2.2.2 Methodische Konsequenzen für die Interpretation von Unternehmerromanen 61

5.3 Methodisches Vorgehen der Arbeit 65

5.3.1 Herleitung der Funktion von Unternehmerromanen 65

5.3.2 Auswahl eines Werkes aus einer Gruppe potentieller Romane 66

5.3.3 Interpretation des Romans hinsichtlich seines Unternehmerbildes 67

5.3.4 Untersuchung des Nutzens der Funktion für den Unternehmer 71

5.3.5 Zusammenfassung 72

5.4 Kriterien zur Qualitätssicherung der Interpretation 72

5.5 Zusammenfassung Forschungsmethodik 73

6 Fiktives Unternehmerbild und Bedeutung von Unternehmerromanen für Unternehmer 74

6.1 Funktion 1: Erklärungsfunktion 74

6.1.1 Einführung in die Erklärungsfunktion 74

6.1.2 Herleitung geeigneter Romane: Business Novels 75

6.1.3 Auswahl eines Werkes aus einer Gruppe potentieller Romane 77

6.1.4 Interpretation des Romans *Runamok* von Tom PARK auf sein Unternehmerbild hin 80

6.1.4.1 Inhaltliche Zusammenfassung des Werkes *Runamok* 81

6.1.4.2 Einführung in die Entstehungsgeschichte und die Person des Autors Tom PARK 81

6.1.4.3 Das Unternehmerbild im Roman: Unternehmer John Walpold 83

6.1.4.3.1 Der Privatmann 83

6.1.4.3.2 Der Geschäftsmann 84

6.1.5 Nutzen der Erklärungsfunktion für den Leser 88

6.1.5.1 Illustration und Konkretisierung von wirtschaftlichen Einzelkonzepten 89
6.1.5.2 Vernetzung der verschiedensten Einzelkonzepte 90
6.1.5.3 Darstellung menschlicher und organisationaler Beziehungen 92
6.1.5.4 Methodische Vermittlung von Wissen 93
6.1.6 Zusammenfassung der Erklärungsfunktion 95

6.2 Funktion 2: Lehrfunktion 96

6.2.1 Einführung in die Lehrfunktion 96
6.2.2 Herleitung geeigneter Romane: Aufklärerische Romane 101
6.2.3 Auswahl eines Werkes aus einer Gruppe potentieller Romane 101
6.2.4 Interpretation des Romans *Saubere Arbeit* von David LODGE auf sein Unternehmerbild hin 105
6.2.4.1 Inhaltliche Zusammenfassung des Werkes *Saubere Arbeit* 105
6.2.4.2 Einführung in die Entstehungsgeschichte und die Person des Autors David LODGE 106
6.2.4.3 Das Unternehmerbild im Roman: Unternehmer Victor Wilcox 109
6.2.4.3.1 Der Privatmann 110
6.2.4.3.2 Der Geschäftsmann 113
6.2.5 Nutzen der Lehrfunktion für den Leser 114
6.2.5.1 Vermittlung von unternehmerischer Imagination, Intuition und Vision 115
6.2.5.2 Überwindung der Eindimensionalität 117
6.2.5.2.1 Offenheit 118
6.2.5.2.2 Multiperspektivität 120
6.2.5.2.3 Wertevielfalt 123
6.2.5.2.4 Interessenvielfalt 124
6.2.5.2.5 Kritikfähigkeit 125
6.2.5.3 Verbesserung der Kommunikation 125
6.2.6 Zusammenfassung der Lehrfunktion 127

6.3 Funktion 3: Spiegelfunktion 128

6.3.1 Einführung in die Spiegelfunktion 128
6.3.2 Herleitung geeigneter Romane: Realistische Romane 131
6.3.3 Auswahl eines Werkes aus einer Gruppe potentieller Romane 133
6.3.4 Interpretation des Romans *Ein großer Mann* von Philippe SOUPAULT auf sein Unternehmerbild hin 137
6.3.4.1 Inhaltliche Zusammenfassung des Werkes *Ein großer Mann* 137
6.3.4.2 Einführung in die Entstehungsgeschichte und die Person des Autors Philippe SOUPAULT 138
6.3.4.3 Das Unternehmerbild im Roman: Unternehmer Lucien Gavard 141
6.3.4.3.1 Der Privatmann 141

6.3.4.3.2 Der Geschäftsmann 145
6.3.4.3.3 Seine gesellschaftliche Stellung 152
6.3.5 Nutzen der Spiegelfunktion für den Leser 154
6.3.5.1 Facetten und Wertung von unternehmerischem Handeln 155
6.3.5.2 Problematik der Identität von Unternehmer und Unternehmen 157
6.3.5.3 Vorwurf des „Business als Religionsersatz" 158
6.3.5.4 Frage der Vereinbarkeit von unternehmerischen Gewinnen und moralischer Integrität 162
6.3.5.5 Frage nach der Akzeptanz des Unternehmers in der Gesellschaft 165
6.3.6 Zusammenfassung der Spiegelfunktion 168

6.4 Funktion 4: Kritikfunktion 170

6.4.1 Einführung in die Kritikfunktion 170
6.4.2 Herleitung geeigneter Romane: Satirische Romane 172
6.4.3 Auswahl eines Werkes aus einer Gruppe potentieller Romane 174
6.4.4 Interpretation des gewählten Romans Im Schlaraffenland – Ein Roman unter feinen Leuten von Heinrich MANN auf sein Unternehmerbild hin 178
6.4.4.1 Inhaltliche Zusammenfassung des Werkes *Im Schlaraffenland* 178
6.4.4.2 Einführung in die Entstehungsgeschichte und die Person des Autors Heinrich MANN 180
6.4.4.3 Das Unternehmerbild im Roman: Unternehmer James Louis Türkheimer 184
6.4.4.3.1 Der Privatmann 184
6.4.4.3.2 Der Geschäftsmann 186
6.4.4.3.3 Seine gesellschaftliche Stellung 187
6.4.5 Nutzen der Kritikfunktion für den Leser 191
6.4.5.1 Nutzen aus dem Romaninhalt: Kritik am kapitalistischen System und am Unternehmertum 191
6.4.5.2 Nutzen aus der satirischen Darstellung: Provokation des Lesers 193
6.4.6 Zusammenfassung der Kritikfunktion 196

6.5 Funktion 5: Unterhaltungsfunktion 198

6.5.1 Einführung in die Unterhaltungsfunktion 198
6.5.2 Herleitung geeigneter Romane: Unterhaltungsromane 199
6.5.3 Auswahl eines Werkes aus einer Gruppe potentieller Romane 201
6.5.4 Interpretation des Romans *Das Imperium* von Sidney SHELDON auf sein Unternehmerbild hin 205
6.5.4.1 Inhaltliche Zusammenfassung des Werkes *Das Imperium* 205
6.5.4.2 Einführung in die Entstehungsgeschichte und die Person des Autors

Sidney SHELDON 206
6.5.4.3 Das Unternehmerbild im Roman: Unternehmerin Lara Cameron 207
6.5.4.3.1 Die Privatperson 208
6.5.4.3.2 Die Geschäftsfrau 209
6.5.4.3.3 Ihre gesellschaftliche Stellung 211
6.5.5 Nutzen der Unterhaltungsfunktion für den Leser 212
6.5.5.1 Unterhaltung des Lesers 212
6.5.5.1.1 Unterhaltung aufgrund der Romanstruktur 212
6.5.5.1.2 Unterhaltung aufgrund des Romaninhalts 214
6.5.5.2 Appell an die Emotionen des Lesers 218
6.5.5.2.1 Emotionale Berührung durch den Romaninhalt 219
6.5.5.2.2 Anwendung der emotionalen Erfahrung auf den unternehmerischen Alltag 221
6.5.6 Zusammenfassung der Unterhaltungsfunktion 223

7 Schlussteil 225

7.1 Zusammenfassung 225

7.2 Ausblick 231

Literaturverzeichnis 236

Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1: Aufbau der Dissertation 17
Abbildung 2: Narrative vs. fiktionale Ansätze 38
Abbildung 3: Zusammenfassung der Funktionen von Unternehmerromanen 48
Abbildung 4: Überblick über literaturwissenschaftliche Interpretationsansätze 58
Abbildung 5: Überblick über den New Historicism 65
Abbildung 6: Auswahlprozess der zu interpretierenden Werke 67
Abbildung 7: Kriterienkatalog für die Textanalyse 69
Abbildung 8: Darstellung der Erklärungsfunktion 75
Abbildung 9: Darstellung der Lehrfunktion 101
Abbildung 10: Einbettung der Spiegel- und Kritikfunktion 128
Abbildung 11: Abgrenzung der Spiegel- von der Kritikfunktion 172
Abbildung 12: Überblick über die Gesamtheit der in der Argumentation verwendeten Unternehmerromane 228
Abbildung 13: Darstellung der Rollen des fiktiven Unternehmers entlang der Funktionen 229
Abbildung 14: Zusammenfassung des Nutzens der fünf Funktionen von Unternehmerromanen für den lesenden Unternehmer 230
Abbildung 15: Das Unternehmerlebenszyklusmodell 235