



Das Wappen der Mitsui

200 Jahre vor Wamaker und Marshall Fields Entstehung, die Mitsui errichteten. Von dort ging auch ihre originelle Reklame aus, die für Japan, und nicht nur für Japan, damals ein Novum war. In der langen Regenzeit verteilte man an die vom Regen überraschte Kundschaft des Kaufhauses große Schirme aus Ölpapier, auf denen der Name Mitsui weithin sichtbar zu lesen war. So wurden die Kunden unfreiwillig die ersten „Sandwich-Männer“ der Mitsui. Sie beklebten auch als die ersten Hauswände und Mauern mit ihren Reklamen, finanzierten Schauspiele und Pantomimen, in denen ihr Name vorkam und arrangierten in ihrem Warenhaus „Gelegenheitskäufe“, alles zu einer Zeit, da solche Formen der Reklame, die man gewöhnlich als Blüte modernsten Kapitalismus betrachtet, im Abendlande noch nicht bekannt waren!

Die Bureauräume der Mitsui auf dem Broadway in New York sind sehr umfangreich; haben sie doch allein 90 Prozent der Anteile einer der größten Baumwoll-Ausfuhrfirmen der Vereinigten Staaten in Händen. — Die Mitsui haben ferner einen Vertrag mit der chinesischen Regierung, der ihnen das Monopol zur Errichtung drahtloser Stationen in ganz China sichert. Die Leitung der japanischen Stahlwerke liegt gleichfalls in ihren Händen. Ihre Kohlenlager in Hokkaido und Kyushu sind die umfangreichsten des Landes; ihre Bank spielt eine bestimmende Rolle in der Finanzwirtschaft Japans; auch ein Papierfabrikations-Trust ist in letzter Zeit von ihr ins Leben gerufen worden. Aber zu all diesen Unternehmen, die die Hausmarke der Mitsui tragen, kommen noch die vielen andern, hinter denen ihr Kapital anonym steht.

In gewissem Sinne bedeutet die Wirtschaftsgeschichte der Mitsui zugleich diejenige Japans. Man darf diese Familie als den Generalnenner der Wirtschaft Japans bezeichnen.

Achtzigtausend Angestellte zählt der Mitsui-Konzern, die sämtlich in irgendeiner Weise an den Einkünften beteiligt sind.

„Arbeit auf Gegenseitigkeit“ — „Kyoson“

lautet der Wahl- und Wappenspruch der Familie, der, vom Ahnherrn vererbt, als oberstes Hausgesetz und Geschäftsprinzip durch die Generationen hindurch heilig gehalten worden ist. Kyoson ist das japanische Wort dafür, kaum übersetzbar in ein westliches Idiom. Es umschließt sowohl den genannten Begriff wie auch die Verquickung von Humanität und Geschäft. Humanität: Jeder Angestellte, ob Minenarbeiter, Prokurist, Laufjunge, Matrose oder Buchhalter — weiß, daß, wenn er seine Pflicht tut, er bis ans Lebensende bei der Firma bleibt und daß auch nach seinem Tode für seine Familie gesorgt wird. Deswegen ist bei den Mitsui weder jemals ein Lohnstreik ausgebrochen, noch je ein Matrose ihrer Ozeandampfer desertiert. Schon im 18. Jahrhundert kannte man im Hause Mitsui Wohlfahrtspflege für das eigene Personal; gedruckte Vorschriften, wie man hygienisch leben soll, etc. wurden unter den Angestellten verteilt. Ruhepausen in die Arbeitszeit eingeschoben, reinliche Kleidung und Körperpflege empfohlen. Schon damals begann das uns fast kommunistisch anmutende Prinzip der Gewinnteilung sich auszuwirken: Überschüsse von einer bestimmten Höhe an wurden unter dem fleißigsten und tüchtigsten Personal aufgeteilt, die „Arbeit auf Gegenseitigkeit“ ist eben von Anbeginn bis heute oberstes Geschäftsprinzip und Hausgesetz geblieben.

Diese Gesinnung erstreckt sich aber nicht nur auf die eigenen Angestellten; in den weiten Parks, auf den Besitzungen und Ländereien der Mitsui wurden nach dem furchtbaren Erdbeben im Herbst 1923 Tausende von Flüchtlingen untergebracht, beköstigt, gekleidet. Die Wohlfahrtsunternehmungen der Familie, für die eine große Zentrale besteht, erstrecken sich über die halbe Erde. Doch kommt es niemals vor, daß ein einzelnes Familienmitglied mit dieser oder jener Aktion in Verbindung gebracht, daß etwa ein Name genannt wird. Die F a m i l i e baut Hospitäler;