

gelegt, will er sich unterrichten. Also da heißt es einhalten. Für viele ersetzt die Politik oder die Beschäftigung mit ihr die Liebhaberei, die man früher hatte. Für Liebhabereien findet sich aber immer noch eher Geld im Beutel als für andere Zwecke.

Das Thema läßt sich selbstverständlich nicht in gedrängter Kürze ausschöpfen. Hier sind nur einige Hinweise möglich, die aber sicherlich nur angeführt zu werden brauchen, um weitere Gedanken in dieser Hinsicht in Fluß zu bringen.

Verlangt der Kunde etwas, ist die Sache einfach. Sie wird erst schwieriger, wenn der Sortimentler über das Geforderte hinaus einen Verkauf tätigen oder wenigstens einen späteren Verkauf einleiten und vorbereiten will. Die Schwierigkeiten liegen nun darin, herauszubekommen, welche Stellung der Kunde einnimmt, welche Spielart der Politik sein Feld ist.

Der Verkäufer muß sich als Grundlage dafür über die verschiedenen politischen Grundrichtungen klar sein.

Es wird sich heute auf jeden Fall lohnen, auf Grund der Kundenkartei eine »politische« Kartei aufzuziehen. Für kleinere und mittlere Orte schlage ich sogar eine politische Überarbeitung des Adreßbuches vor, indem man versucht, die politische Zugehörigkeit bei allen Amtspersonen, Lehrkräften, Rechtsanwälten, Ärzten und größeren Firmen (Chefs und Prokuristen) und die politische Einstellung zu vermerken. Daß die Frau dabei nicht übersehen wird, ist wohl selbstverständlich.

Der Verleger kann seinerseits dabei auch helfen, indem er sachlich bekanntgibt, welche Richtung sein Verfasser vertreten will, wo er herkommt, was er auf dem Gebiet schon geleistet hat, ob er nur als Wissenschaftler hervorgetreten ist oder auch praktische Arbeit geleistet hat und aus solcher Praxis heraus Stellung nimmt. Es ließe sich dazu sehr gut die Innenklappe des Schutzumschlages verwenden, gegebenenfalls auf perforiertem Streifen, damit er unter Umständen abgetrennt werden kann.

Der Sortimentler sage nun nicht: Das Feld ist verbaut, es gibt SPD-, SPD., NSD- und Ludendorff-Buchhandlungen. Ja, es gibt Läden, die die offizielle Literatur verkaufen. Aber Buchhändler stehen kaum oder nur in wenigen Fällen hinter dem Ladentisch, meist sind es Parteibeamte, deren Horizont über das Parteiblatt nicht hinausragt. Das Feld ist also für den, der es versucht, noch in ungeahntem Ausmaß frei. Darüber muß man sich jedoch klar sein, daß man Geschäft und Privatansicht auseinanderhalten muß und es auch kann, ohne dabei vor sich selbst zum Heuchler zu werden. Die Kunden kommen doch zum Buchhändler, nicht um von ihm belehrt zu werden, sondern um sich seiner Vermittlung zu bedienen, das von ihnen Gesuchte schnell und sicher zu erhalten. Es heißt heute mehr als je, ganz allgemein Kunden heranzuholen und in ihnen schlummernde Kaufwünsche zu wecken und sie schließlich so zu befriedigen, daß sie den Laden mit dem Gefühl verlassen, gut beraten zu sein.

Ein erprobtes Vorgehen, das zwar nicht immer sofort den Erfolg mit sich bringt, aber manchen Kaufwunsch weckt und Zukunftsläufe einleitet, ist folgendes: man nimmt sich einige Neuerscheinungen vor, arbeitet sie auf interessante Stellen durch, merkt sich diese durch Zeichnen an und gibt sie dann den in Frage kommenden Kunden — ohne jeden Kaufvorschlag — zu lesen. Der Kunde fühlt sich sehr persönlich behandelt, bewundert die Belesenheit seines Buchhändlers und so wird mancher Zukunftsverkauf eingeleitet.

Die eigentliche ideale Aufgabe des Buchhändlers: seine Kunden zu wertvoller Literatur hinzuleiten, braucht dabei keineswegs ausgeschaltet zu werden. Warum sollte ich nicht mit Aussicht auf Erfolg einem Widerstandsleser den Stidelberger-Band »Reformation« vorlegen können, wenn ich ihn insbesondere auf die letzte Novelle »Der unbekannte Soldat« verweise, oder die Leser von Timmermans oder Hans Friedrich Blund auf Borms, des Flamenführers, Selbstbiographie: »10 Jahre im belgischen Kerker« aufmerksam machen können.

Nun kann es allerdings mal vorkommen, daß in einem kleineren Ort ein Kunde an dem oder jenen politischen Werke Anstoß nimmt. Eine sachliche, verbindliche Antwort wird stets das Beste sein. Man wird darauf verweisen, daß ja auch die und jene Veröffentlichung, die der Einstellung des Kunden zusagt, vorrätig ist. Die eigene politische Einstellung darf natürlich dabei nicht hervorgekehrt werden. Aberängstlich dem Kunden entgegenkommen, wird meiner Erfahrung nach überflüssig sein. Man kann höflich darauf aufmerksam machen, daß man kein Parteibeamter ist, sondern sich in freiem Wettbewerb durchschlagen muß. Um keine Seite herauszufordern, kann man die verschiedenen Richtungen zu Worte kommen lassen, namentlich bei der Schaufensterdekoration. Eine geschickt abgefahne Überschrift kann die Werbewirkung außerdem noch aufs Beste heben und das Streben des Buchhändlers, weitesten Kreisen dienen zu wollen, dabei sinnfällig vor Augen führen.

Ich fasse meine Darlegungen noch einmal kurz zusammen: Wie der Buchhändler literarisches Fingerspitzengefühl sich zu eigen machen muß, um seiner Kundschaft dienen zu können, so muß er sich heutzutage auch politisches Fingerspitzengefühl zu eigen machen, um seinem politischen Zeitalter gerecht werden zu können. W. E. F.

Handwörterbuch der Soziologie. In Verbindung mit . . . hrsg. von Alfred Vierkandt, a. o. Professor der Soziologie an der Universität Berlin. Stuttgart 1931: Ferdinand Enke. XII, 690 S. 4° Lw. 74.—

Die Soziologie gehört zu den jüngeren Wissenschaftszweigen und befindet sich in mancher Hinsicht immer noch in der Entwicklung. Es kann unter diesen Umständen gewagt erscheinen, schon jetzt mit einer derartigen enzyklopädischen Bearbeitung des gesamten Gebietes hervorzutreten. Umgekehrt aber ist vielleicht auch schon in diesem Stadium nichts so notwendig wie gerade eine derartige Zusammenfassung. Denn nicht nur die an der Forschung Beteiligten werden es dankbar begrüßen, auf diese Weise eine allgemeine Übersicht und ein bequemes Orientierungsmittel namentlich nach den Randgebieten hin zu erhalten; mindestens ebenso wichtig und nützlich ist das vielmehr auch für alle Außenstehenden, die sich einen Einblick in das bisher Erreichte und das weiterhin Beabsichtigte verschaffen wollen. Vom Standpunkt des Buchhandels ist in diesem Zusammenhang in erster Linie darauf aufmerksam zu machen, wie eng sich die soziologische Forschungsarbeit in weiten Bereichen mit dem berührt, was sich der Buchhandel als Grundlage für seine Werbetätigkeit wünscht und zu erarbeiten hat. Man könnte sich denken, daß Freizeiten, Wochenendtreffen und Arbeitsgemeinschaften des Jungbuchhandels der Reihe nach die verschiedensten Beiträge des Handwörterbuchs durcharbeiten und zum Gegenstand eingehender Erörterungen machen. Namentlich wenn sich daran bibliographische Arbeiten anschließen, die zu den behandelten Gedankengängen die entsprechenden Werke und Autoren nicht nur wissenschaftlicher Art heraussuchen und zusammenstellen, werden sich für die Vertriebsarbeit und das Verkaufsgespräch die mannigfaltigsten Anregungen ergeben. Die Soziologie ist ja die Wissenschaft, die nicht zuletzt die Äußerungen des kulturellen Lebens auf der Grundlage der gesellschaftlichen Zusammenhänge verfolgen und erklären will. Das Handwörterbuch zeigt für den erwähnten Zweck insofern noch einen besonderen Vorzug, als es sich aus großen, zusammenhängenden Beiträgen aufbaut und den Stoff nicht zu sehr nach zahllosen verselbständigten Einzelstichworten aufteilt. Die Übersicht bleibt also überall erhalten und man sieht stets die großen Zusammenhänge und Entwicklungen. Es sei deshalb auch an dieser Stelle auf die wertvolle Publikation besonders aufmerksam gemacht.

Dr. Menz.

Hegel-Literatur.

(Georg Wilhelm Friedrich Hegel. * 27. Aug. 1770, † 14. Nov. 1831.)

In Auswahl zusammengestellt von Emil Walf, Berlin-Dahlem.

- Werke:
- Hegel, G. W. F.: Werke. Vollständige Ausgabe durch einen Verein von Freunden. Leipzig, Dunder & Humblot. 1832—42. 18 Bde. und als 19. Bd. Briefwechsel, hrsg. v. K. Hegel. 1887.
- Sämtliche Werke. Jubil.-Ausg. auf Grund des Orig.-Druckes im Faksimileverfahren neu hrsg. von H. Glockner. 20 Bde. Stuttgart: Fr. Frommann. (Bd. I: Aufsätze aus dem kritischen Journal der Philosophie und andere Schriften aus der Jenaer Zeit. Lw. 11.10. — II: Phänomenologie des Geistes. Lw. 11.75. — III: Philosophische Propädeutik, Gymnasialreden und Gutachten über den Philosophie-Unterricht. Lw. 7.40. — IV/V: Wissenschaft der Logik. 2 Bde. Lw. 13.40 und 7.60. — VI: Enzyklopädie der philosophischen Wissenschaften im Grundrisse und andere Schriften aus der Heidelberger Zeit. Lw. 10.50. — VII: Grundlinien der Philosophie des Rechts. Lw. 9.25. — VIII—X: System der Philosophie. 3 Bde. Lw. 9.15, 13.40 und 9.50. — XI: Vorlesungen über die Philosophie der Geschichte. Lw. 11.—. — XII—XIV: Vorlesungen über die Ästhetik. 3 Bde. Lw. 10.90, 9.50 und 11.25. — XV/XVI: Vorlesungen über die Philosophie der Religion. 2 Bde. Lw. 9.50 und 10.75. — XVII—XIX: Vorlesungen über die Geschichte der Philosophie. 3 Bde. Lw. 8.85, 11.25 und 13.—. — XX: Vermischte Schriften aus der Berliner Zeit. Lw. 10.90. Broschierte Bände kosten je RM. 2.— weniger, in Halbleder gebundene je RM. 1.50 mehr.)
- Sämtliche Werke. Erste kritische Gesamtausgabe in 26 Bänden. Hrsg. von Georg Lasson. Leipzig: Felix Meiner. (Bisher sind erschienen: Bd. I: Erste Druckschriften. Lw. 12.—. — II: Phänomenologie des Geistes. Lw. 11.—. — III/IV: Die Wissenschaft der