

In den letzten Wochen wurden ausgegeben:

TECHNIK

Rechnung mit Operatoren nach Oliver Heaviside. Ihre Anwendung in Technik und Physik. Von E. J. Berg. Deutsche Bearbeitung von Dr.-Ing. Otto Gramisch und Dipl.-Ing. Hans Tropper. 1932. 198 Seiten, 65 Abb. Gr.-8°. Brosch. M. 10.—, in Leinen geb. M. 12.—.

Käufergruppen: Ingenieure, Techniker, Mathematiker und Physiker. Lehrer und Studierende der Elektrotechnik. Bibliotheken und Institute der Technischen Hochschulen.
Werbemittel: Buchkarte, Prospekt.

Freileitungsbau mit Schleuderbetonmasten. Von Dr.-Ing. Ludw. Heuser und Obering. Robert Burget. 1932. 184 S., 148 Abb. Gr.-8°. Brosch. M. 10.—.

Käufergruppen: Die Bau- und elektrotechnische Industrie, insbesondere die Leitungen bauende Industrie, Elektrizitätswerke, Elektro- und Bauingenieure, Bauunternehmer, staatl. und kommunale Baubehörden, Bibliotheken.
Werbemittel: Buchkarte.

Tabellen und Diagramme für Wasserdampf. Berechnet aus der spezifischen Wärme. Bearbeitet von Prof. Dr. phil. Dr.-Ing. e. h. Oscar Knoblauch, Dr.-Ing. E. Raisch, Dr.-Ing. H. Hausen und Dr.-Ing. W. Koch. Zweite, neubearbeitete u. erweiterte Auflage der „Tabellen und Diagramme für Wasserdampf“ von Knoblauch-Raisch-Hausen. 1932. 46 S., 1 Abb. im Text, 5 Zahlentaf. und 2 mehrfarb. Diagrammtaf. als Beilage. Lex.-8°. Kart. M. 4.60.

Käufergruppen: Alle Ingenieure und Techniker, die mit Wärmetechnik, besonders Wasserdampf, zu tun haben, diese Maschinen-Industrie, Physiker, Institute und Bibliotheken.
Werbemittel: Buchkarte.

Luftfahrtforschung. Band IX.

Heft 3: Zur Berechnung auf Knickbiegung beanspruchter Flugzeugholme. Von Alfred Teichmann. 1931. 50 S., 47 Abb., 27 Formeltafeln, 7 Zahlentafeln. M. 9.40 (Vorzugspreis für Mitglieder der Wissenschaftl. Ges. für Luftfahrt lt. Verk.-Ordg. § 11, 1).
Werbemittel: Prospekt.
Fortsetzungslisten!

Die brautechnischen Untersuchungsmethoden. Von F. Pawlowski. Bearbeitet von Dr. A. Doemens. 4. Auflage. 1932. 372 S., 87 Abb. im Text, 10 Tabellen. 8°. Brosch. M. 11.50, in Leinen geb. M. 13.—.

Käufergruppen: Das gesamte Gärungsgewerbe, Brauerschulen, die Brauindustrie, Chemiker und einschlägige Laboratorien.
Werbemittel: Buchkarte, Prospekt.

**Über den Schallschutz durch Baukonstruktions-
teile.** Von Dr.-Ing. H. Reiher. 1932. 28 S., 9 Abb. 6 Zahlentaf. DIN-A 4, Brosch. M. 4.80 (= Beiheft zum Gesundheits-Ingenieur. Reihe II, Heft 11).

Käufergruppen: Gesundheitstechniker, Bautechniker, Baubehörden, Physiker, Dozenten, Studierende, Institute, Bibliotheken.
Werbemittel: Buchkarte. (Vorzugspreis für die Bezieher der Zeitschrift „Gesundheits-Ing.“ lt. Verk.-Ordg. § 13, 3.)

Die Schäden an Bauwerken. Von Christoforo Russo. Mit einem Vorwort von Emilio Marullier. Nach der dritten Auflage übersetzt von Dipl.-Ing. F. Häusler. Überarbeitet und mit Beiträgen versehen von Dr.-Ing. Karl Schäfer. 1932. 245 Seiten, 125 Abb. 8°. Brosch. M. 11.—, in Leinen geb. M. 12.50.

Käufergruppen: Bauunternehmer, Architekten, Bauingenieure, die einschlägige Industrie, staatliche und kommunale Baubehörden, Bauschulen, Institute und Bibliotheken.
Werbemittel: Buchkarte, Prospekt.

GESCHICHTE / PHILOSOPHIE

Die Weltstellung des Deutschen Reiches 911—1047. Von Prof. Alexander Cartellieri. 1932. 551 S. Gr.-8°. Brosch. M. 28.—, in Leinen geb. M. 30.—.

Käufergruppen: Historiker an Hochschulen und höheren Schulen, allgemein geschichtlich Interessierte, besonders aber Käufer des vom gleichen Verfasser erschienenen Werkes: 382—911, die Zeit der Reichsgründungen.
Werbemittel: Buchkarte, Prospekt.

Theophrast von Hohenheim, gen. Paracelsus. Sämtliche Werke.

I. Abteilung: Medizinische, naturwissenschaftliche und philosophische Schriften. Herausg. von Karl Sudhoff. **Band 13:** Schriften unbestimmter Zeit zur Meteorologie. Kleineres „Philosophia ad athenienses“, „Manualia“. 1932. 586 S., 2 Abb. Broschiert M. 31.—, in Leinen geb. M. 34.50.

Fortsetzungslisten!

Der Weltsinn der Technik. Als Schlüssel zu ihrer Kulturbedeutung. Von Paul Krannhals. 1932. 221 S. 8°. Brosch. M. 6.50, in Leinen geb. M. 7.80.

Käufergruppen: Philosophen, Naturphilosophen und Naturwissenschaftler, allgemein philosophisch Interessierte. Bibliotheken.
Werbemittel: Buchkarte, Prospekt.

Ibn Khaldûns Gedanken über den Staat. Ein Beitrag zur Geschichte der mittelalterlichen Staatslehre. Von Erwin Rosenthal. 1932. 126 S. 8°. Broschiert M. 6.50 (= Beiheft 25 der Historischen Zeitschrift).

Käufergruppen: Historiker, Kulturhistoriker, Geschichts-, Kultur- und Staatsphilosophen, Soziologen, solche Institute und Bibliotheken.

Werbemittel: Buchkarte. (Vorzugspreis für Bezieher der Historischen Zeitschrift und der Forschg. zur brandenbg. und preuß. Gesch. lt. Verk.-Ordg. § 13, 3).

Territorialwirtschaft und Stadtwirtschaft. Ein Beitrag zur Kritik der Wirtschaftsstufentheorie. Von H. Spangenberg. 1932. 155 S. 8°. Brosch. M. 8.50. (= Beiheft 24 der Historischen Zeitschrift).

Käufergruppen: Historiker, Kulturhistoriker, Nationalökonom, Volkswirtschaftler, solche Institute und Bibliotheken.

Werbemittel: Buchkarte. (Vorzugspreis für Bezieher der Historischen Zeitschrift und der Forschg. zur brandenbg. und preuß. Gesch. lt. Verk.-Ordg. § 13, 3).

Die Ausbreitung des Deutschtums in Südtirol im Lichte der Urkunden. Dargest. v. Prof. Dr. Otto Stolz. Herausgegeben von dem Institut für Sozialforschung in den Alpenländern an der Universität Innsbruck und der Stiftung für deutsche Volks- und Kulturbodenforschung Leipzig.

3. Band: Die Ausbreitung des Deutschtums im Gebiete von Bozen und Meran. 1. Teil: Darstellung. 1932. 443 S. Gr.-8°. Brosch. M. 16.50.

Käufergruppen: Historiker, Sprachforscher, Pädagogen, Ethnographen, Ethnologen, Kulturhistoriker, Staatswissenschaftler, Bibliotheken, Institute und Behörden.

Werbemittel: Buchkarte.

Fortsetzungslisten! (Bd. III Teil 2 erscheint im Laufe des Jahres.)



R. Oldenbourg, München und Berlin