

# Börsenblatt

für den Deutschen

# Buchhandel

Eigentum Des Börsenvereins Der Deutschen Buchhändler Zu Leipzig

Umschlag zu Nr. 207.

Leipzig, Freitag den 6. September 1935.

102. Jahrgang.

BERLIN WIG

WALTER DE  GRUYTER & CO

UND LEIPZIG

Am 12. September gelangt zur Ausgabe:

**Ethik.** Von NICOLAI HARTMANN, o. Prof. a. d. Univ. Berlin.  
Zweite Auflage. Groß-Oktav. XXII, 746 Seiten.  
RM 9.—, geb. 10.—

Da die Hartmannsche Ethik bei mancherlei Widerspruch, der im einzelnen erhoben wurde, dennoch als Ganzes in ihrer monumentalen Größe von der Kritik allseitig anerkannt wurde, konnte die zweite Auflage unverändert erscheinen, nur, daß Verlag und Autor sie bei gleicher Ausstattung zu einem Drittel des früheren Preises herausbringen. Das hochbedeutsame systematische Werk Nicolai Hartmanns wird in dieser Form zweifellos zu den allen Freunden sich noch zahlreiche neue hinzugewinnen.

Interessenten: Philosophen — Pädagogen — Theologen — Historiker — Soziologen — Lehrer aller Gattungen — Institute — Bibliotheken.

Werbemittel: Publikumskarte.

Soeben gelangt zur Ausgabe:

**Gottfried Daniel Krummacker**  
**und die niederrhein. Erweckungsbewegung**  
**zu Anfang des 19. Jahrhunderts.** Von Dr. theol.  
FRIEDRICH-WILHELM KRUMMACKER. Oktav. 304 Seiten.  
RM 12.—, geb. 13.50

(Arbeiten zur Kirchengeschichte, 24.)

Die Schrift bringt erstmalig eine wissenschaftliche Darstellung der für die Kirchengeschichte des 19. Jahrhunderts bedeutungsvollen Erweckungsbewegung am Niederrhein. In einem ersten biographischen Teil wird die charakteristische Erscheinung des Elberfelder reformierten Pfarrers Gottfr. Daniel Krummacker dargestellt. Die Untersuchung verliert sich aber nicht ins Biographische und Territorialgeschichtliche, sondern bezieht darüber hinaus die Entstehungsgeschichte der preußischen Landeskirche und der rheinischen Kirchenordnung, mit den entscheidungsvollen Kämpfen um die staatliche Kirchenhoheit, um die Union und die Agenda in den Rahmen hinein.

Zahlreiche Beilagen geben einen Einblick in das der Arbeit zugrundeliegende Quellenmaterial.

Interessenten: Theologen — Historiker — Seminare — Bibliotheken.

Werbemittel: Publikumskarte.

Ende September gelangt zur Ausgabe:

**Die Deutsche Schachmeisterschaft**  
**in Aachen 1935.** Von ALFRED BRINCKMANN.  
Herausgegeben im Auftrage des  
Großdeutschen Schachbundes. Oktav. Etwa 80 Seiten. RM 2.50  
Bei Vorausbestellung bis zum Erscheinen . . . . . RM 2.—

Das diesjährige Turnier um die Deutsche Meisterschaft in Aachen ist das große Ereignis des deutschen Schachlebens. Nach schweren Ausscheidungskämpfen hatten sich 15 Spitzenspieler für Aachen qualifiziert. Sie haben im erbitterten, bis zuletzt zweifelhaften Ringen den neuen Meister von Deutschland, Kurt Richter, und neben ihm die Kampfmeisterklasse des Großdeutschen Schachbundes ermittelt. Eine Fülle interessanter Partien sind geliefert worden. Sie bieten — wohlglossiert — den Spielern aller Stärkegrade Anregung und Belehrung.

Interessenten: Alle Schachspieler — alle Schachvereine.

Werbemittel: Doppelkarte.

**Bank-Archiv.** Neuer Bezugspreis. Ab 1. Oktober 1935 wird der Bezugspreis auf RM 5.— pro Vierteljahr ermäßigt. Für Mitglieder der Wirtschaftsgemeinschaft Privates Bankgewerbe — Centralverband des Deutschen Bank- und Bankiergewerbes RM 4.— pro Vierteljahr.

Am 10. September gelangt zur Ausgabe:

**Lehrbuch der organ. Chemie.**  
Von A. F. HOLLEMAN. 20., umgearbeitete u. vermehrte Aufl. von  
FRIEDRICH RICHTER. Mit 78 Fig. Groß-Oktav. XII, 546 Seiten.  
Geb. RM 14.—

Die 20. Auflage ist durch eine gründliche Neubearbeitung wiederum dem heutigen Stand der Wissenschaft angepaßt worden. Verschiedene Abschnitte wurden umgearbeitet oder neu geschrieben. Eingeschaltete Kapitel über Kristallbau organischer Verbindungen, Dipole, Röntgeninterferometrie und thermochemische Messungen geben ein anschauliches Bild von der Festigung und Präzisierung, die die theoretischen Grundlagen der organischen Chemie durch die moderne physikalische Forschung erfahren haben. Auch der Umgestaltung der organischen Technologie durch die Einführung katalytischer Methoden ist an vielen Stellen Rechnung getragen.

Interessenten: Studierende der Chemie, insbesondere der organischen Chemie, an Universitäten, Technischen Hochschulen, Technischen Akademien — deren Institute — Laboratorien.

Werbemittel: Prospekt.

Mitte September gelangt zur Ausgabe:

**Mengenlehre.** Von Dr. F. HAUSDORFF, em. o. Prof.  
der Mathematik an der Univ. Bonn.  
Dritte Auflage. Mit 12 Fig. Groß-Oktav. 307 Seiten. Geb. RM 13.50  
(Göschens Lehrbücherei. Gruppe I, Band 7.)

Die vorliegende dritte Auflage wurde gegenüber der zweiten um ein Kapitel vermehrt. Sie stellt die wichtigsten Theoreme der Mengenlehre (Theorie der reinen Mengen und der Punktmengen) mit vollständig ausgeführten Beweisen dar, so daß sein Studium nirgends der Ergänzung durch fremde Hilfsmittel bedarf, wohl aber seinerseits zum tieferen Eindringen in die umfangreiche Literatur befähigt. Es setzt beim Leser keine höheren mathematischen Kenntnisse als etwa die Anfangsgründe der Infinitesimalrechnung voraus und wird von Studierenden in mittleren Semestern mit Erfolg gelesen werden können.

Interessenten: Mathematiker, vor allem Studierende, aber auch Universitätsdozenten und Lehrer an höheren Schulen.

Werbemittel: Publikumskarte.

Soeben gelangt zur Ausgabe:

**Die Tiefenverhältnisse des**  
**offenen Atlantischen Ozeans.**  
Begleitworte z. Übersichtskarte 1:20 Mill. Von THEODOR STOCKS  
und GEORG WUST. Quart. II, 31 Seiten. Mit 11 Abbildungen  
im Text, drei, teilweise autotypischen Abbildungen auf zwei Tafeln  
und einer mehrfarbigen Beilage. RM 6.—  
(Sonderdr. a. Wissenschaftl. Ergebnisse d. Deutschen Atlant. Expedi-  
tion 1925-1927. Bd. III, 1. Teil.)

Um den an den Tiefenverhältnissen des Atlantischen Ozeans interessierten Kreisen den Bezug der Tiefenkarte, die im Band III der Deutschen Atlantischen Expedition erschienen ist, zu ermöglichen, haben wir uns entschlossen, diese als Sonderausgabe mit dem begleitenden Text herauszugeben.

Interessenten: Schifffahrtsgesellschaften — Geologen — Morphologen — Geographen — Geographische Institute — Bibliotheken.

Werbemittel: Publikumskarte.

