

Die Neurosen des Kindesalters. Von Prof. Dr. Franz **Hamburger**, Direktor der Univ.-Kinderklinik Wien. 1939. VIII, 297 S. Lex.-8°. Geh. RM 12.80, in Leinen geb. RM 14.60

Käufergruppen: Kinderärzte, Nervenärzte, Psychiater und Allgemeinpraktiker.

Werbemittel: Prospekt (4 S. Din A 5).

Die körperliche und geistige Erziehung der Kinder und Jugendlichen. Von Doz. Dr. med. habil. Kurt **Hofmeier**, Direktor d. Kaiserin-Auguste-Viktoria-Hauses, Reichsanstalt z. Bekämpfung d. Säuglings- und Kleinkindersterblichkeit. Eine Vortragsreihe herausgegeben v. ... Mit einem Geleitwort des Reichssportführers von Tschammer und Osten. 1939. VII, 76 S. Gr.-8°. Geh. RM 2.40.

Käufergruppen: Kinderärzte, Schul- und Amtsärzte, Jugendführer, Turn- und Sportlehrer, Praktische Ärzte, Lehrer, Psychologen, Kindergärten u. -heime, Schulen, Wehrmacht.

Werbemittel: Prospekt (4 S. Din A 5)

Leitfaden der tierärztlichen Lebensmittelüberwachung. Von Dr. Max **Hopfengärtner**, Veterinärmedizinalrat a. d. Bayer. Veterinärpolizeilichen Anstalt Schleißheim. Mit 5 Abb. 1939. XV, 240 S. Lex.-8°. Geh. RM 12.—, in Leinen geb. RM 13.60

Käufergruppen: Amtstierärzte, Praktische Tierärzte, Veterinäroffiziere, Veterinärpraktikanten, Studierende, Schlachthöfe und Veterinäruntersuchungsanstalten.

Werbemittel: Prospekt (4 S. Din A 5)

Die Ernährungswirtschaft der Erde und ihre Zukunftsaussichten für die Menschheit. Von Prof. Dr. Karl **Sapper**. Mit 1 Karte. 1939. XI, 160 S. Lex.-8°. = „Strömungen der Weltwirtschaft“, herausgeg. von Prof. Dr. Ernst Schultze-Leipzig, Bd. 5. Geh. RM 8.—, in Leinen geb. RM 9.60

Käufergruppen: Volkswirtschaftler, Politiker, Landwirte, Dienststellen und Organisationen der Wirtschaft und der Landwirtschaft, Erd- und Völkerkundler, Zoologen, Botaniker, Forstleute, Jagd- und Fischereinteressenten.

Werbemittel: Prospekt (4 S. Din A 4)

Englands Abwendung von der Weltwirtschaft. Von Dr. Fritz **Heyer**, Generalkonsul a. D. 1939. 87 S. 8°. = *Wirtschaftlich-soziale Weltfragen*, herausgeg. von Prof. Dr. Ernst Schultze-Leipzig, H. 10. Geh. RM 3.30

Käufergruppen: Volkswirtschaftler, Politiker, Diplomaten, Konsulate, Handels- und Industriekammern, Wirtschafts-Organisationen u. -Behörden, Seeschifffahrt u. alle am Export interessierten Handels- u. Industriekreise.

Werbemittel: Prospekt Sapper, Ernährungswirtschaft

Die chemische Analyse in der Stahlindustrie. Von Ing. Robert **Wehrich**, Chefchemiker der Poldihütte. 2., umgearbeitete Auflage von J. Kabler: Untersuchungsmethoden für Roheisen, Stahl und Ferrolegierungen. Mit 23 Abb. und 3 Tabellen. XV, 208 S. Lex.-8°. = *Die chemische Analyse*, hrsg. von Prof. Dr. W. Böttger, Bd. 31. Geh. RM 18.—, in Leinen geb. RM 19.60

Käufergruppen: Chemiker (insbesondere Anorganiker, Hütten- und Gießereichemiker), Metallurgen, Berg-, Hütten- und Gießerei-Ingenieure, die entsprechenden Hochschulen und Laboratorien, technische Lehranstalten, Gießereien, Berg-, Hütten- und Stahlwerke, die gesamte Eisen und Stahl verarbeitende Industrie.

Werbemittel: Prospekt (4 S. Din A 4)

Die feste Kohlensäure (Trockeneis). Von Dr.-Ing. J. **Kuprianoff**. Herstellung und Verwendung. Mit 20 Abb. und 19 Tabellen. 1939. VII, 102 S. Lex.-8°. Geh. RM 8.—

Käufergruppen: Chemiker, Kältetechniker, Patentanwälte, Kohlensäure-, Eis- u. Eiskremfabriken, Industrie und Handel der leicht verderblichen Nahrungs- und Genußmittel, Schlachthäuser, Großbrauereien, Bergbau, Feuerwehr, Institute der Schädlingsbekämpfung.

Werbemittel: Buchkarte. Ⓜ

Ferdinand Enke / Verlag / Stuttgart-W.