

Das physikalische Denken in der Geschichte der Medizin. Von Prof. Dr. med. et phil. Dr. h. c. Paul **Diepgen**. 1939. 39 S. Gr.-8°. Geh. RM 2.—

Käufergruppen: Erforscher und Freunde der Geschichte der Medizin und der Naturwissenschaften, Physiker, Philosophen, Kulturhistoriker.

Werbemittel: Prospekt Wachsmuth: Der Arzt in der Dichtung.

Die Bewertung des Röntgenbefundes bei der kindlichen Tuberkulose. Von Dr. Ottokar v. **Chiari**. Mit einem Vorwort von Prof. Dr. Franz Hamburger. Mit 25 Abb. 1939. VII, 44 S. Lex.-8°. = *Archive für Kinderheilkunde. Beihefte. H. 18.* Geh. RM 4.80

Käufergruppen: Kinderärzte, Tuberkulose- u. Röntgen-Fachärzte.

Werbemittel: Prospekt Koester, Röntgendiagnostik.

Röntgendiagnostik der Lungentuberkulose und ihre Bedeutung im Rahmen der Gesamtuntersuchung. Von Dr. Friedrich **Koester**, Chefarzt des Tuberkulosekrankenhauses Hoheneimberg und der Heilstätte Johannesstift, Brilon-Wald i. W. 2. umgearbeitete und erweiterte Auflage. Mit 45 Abb. 1939. VII, 60 S. Lex.-8°. Kart. RM 5.50

Käufergruppen: Praktische Ärzte, Tuberkulose- und Lungenfachärzte, Amts-, Fürsorge und Vertrauensärzte, Röntgenfachärzte.

Werbemittel: Prospekt (4 S. Din A 4, zugleich für Chiari, Röntgenbefund).

Chemische Vitamin-Bestimmungsmethoden für das chemische, physiologische und klinische Laboratorium. Von Mag. pharm. et Dr. phil. Fritz **Gstirner**. Mit 22 Abb. u. 36 Tabellen. 1939. VII, 138 S. Lex.-8°. Geh. RM 10.50, in Leinen geb. RM 12.—

Käufergruppen: Chemiker, insbesondere analytische, medizinische u. Nahrungsmittel-Chemiker, Physiologen, Pflanzenphysiologen, Pharmakologen, Apotheker, die entsprechenden Hochschulen, Institute, Laboratorien an Kliniken und Krankenhäusern, Untersuchungsämter, pharmazeutische Industrie.

Werbemittel: Prospekt (4 S. Din A 4, zugleich für Vogel, Bierhefe-Verwertung).

Organische Fällungsmittel in der quantitativen Analyse. Von Dr. Wilhelm **Prodinger**. Mit 4 Abb. u. 5 Tabellen. 2. umgearbeitete und erweiterte Auflage. 1939. XVI, 204 S. Lex.-8°. = *Die chemische Analyse, herausg. v. Prof. Dr. W. Böttger, Bd. 37.* Geh. RM 17.—, in Lein. geb. RM 18.80

Käufergruppen: Chemiker (insbesondere medizinische Chemiker, Analytiker, Organiker), Apotheker, Pharmakologen, Pflanzenphysiologen, die entsprechenden Hochschul-Institute und Laboratorien, klinische Untersuchungs-Laboratorien, chem. Untersuchungsämter, biologische und hydrobiologische Institute, die chemische u. pharmazeutische Industrie.

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

Die Technik der Bierhefe-Verwertung. Von Ing. Hans **Vogel**. Mit 11 Abb. und 2 Tabellen. 1939. 95 S. Lex.-8°. = *Sammlung chemischer u. chem.-techn. Vorträge, herausgeg. von Prof. Dr. R. Pummerer, N. F. H. 42.* Geh. RM 6.90 —, für Abonnenten der Sammlung geh. RM 6.—

Käufergruppen: Brauereien, Lebensmittel- u. Futterfabriken, Pharmazeutische, Kunstharz-, Seifen-, Klebstoff- und Putzmittel-Fabriken, Chemiker u. Techniker der Hefefabriken, Biochemiker, Pharmakologen, Apotheker, die entsprechenden Hochschulen und Laboratorien, Landwirte.

Werbemittel: Prospekt (4 S. Din A 4, zugleich für Gstirner, Vitaminbestimmungsmethoden. Außerdem 2-seitigen Sonderprospekt Din A 4 mit Brauerei-Literatur auf der zweiten Seite!).

Mensch und Volk der Großstadt. Von Prof. Dr. phil. Dr. med. Willi **Hellpach**. 1939. XII, 139 S. Lex.-8°. Geh. RM 5.80, in Leinen geb. RM 7.40

Käufergruppen: Bevölkerungs- und Sozialpolitiker, Sozial-, Staats- u. Wirtschaftswissenschaftler, Rassenhygieniker, Psychologen, Volkskundler, Anthropologen, Ärzte (insbesondere Amtsärzte), Arbeits-, Gesundheits- u. Wohlfahrtsämter, die leitenden Männer, Behörden und Dienststellen der Großstädte und des Staates, Amts- und öffentliche Büchereien.

Werbemittel: Prospekt (4 S. Din A 5)

Die Entwicklung des Gutgläubensschutzes im 19. u. 20. Jahrhundert mit besonderer Berücksichtigung des Wechselrechts.

Von Dr. Karl **Lux**. 1939. IV, 74 S. Gr.-8°. = *Abhandlungen aus dem ges. Handelsrecht, Bürgerl. Recht u. Konkursrecht. Beihefte der „Zeitschrift für das ges. Handelsrecht u. Konkursrecht“.* H. 16. Geh. RM 2.60

(Z)

Ferdinand Enke / Verlag / Stuttgart-W.