

Warum?

Fröhliche Fragen zum Nachdenken von Fritz Müller-Partenkirchen

Dieses wichtige und wohlfeile Sommerbuch hat, wie zu erwarten, jeden Leser in ungewöhnlichem Maße beschäftigt und eine lebhaftere Nachfrage nach „Lösungen“ wachgerufen. Der Autor gibt aber mit Absicht keine Lösungen; der Leser soll vielmehr selber nachdenken. Um nun aber mit der Zeit in die Lage versetzt zu werden, die Neugier der Rätselrater zu befriedigen, wollen wir selbst gute und treffende Lösungen aus dem Leserkreis sammeln und erlassen zu diesem Zweck ein

Preisauschreiben

unter folgenden Bedingungen:

1. Die 46 knappen Geschichten des Büchleins „Warum“ enden sämtlich mit einem Fragezeichen.
2. Wir bitten die Leser des Buches, auf beliebig ausgewählte 12 von diesen Kurzaesichten möglichst knapp und treffend Antwort zu erteilen — nicht immer braucht die Antwort einer Lösung gleichzustehen.
3. Für die treffendsten, knappsten und originellsten je 12 Antwortsätze gewähren wir

a) einen ersten Preis von **Rm. 200.—**

b) einen zweiten Preis von **Rm. 100.—**

c) einen dritten Preis von **Rm. 50.—**

d) **25 Preise à 10 Rm. = Rm. 250.—**

insgesamt **Rm. 600.—**

4. Annahmeschluss der Lösungen 30. November 1926; die Preise werden den Gewinnern bis zum 15. Dezember 1926 bar überwiesen.
5. Jeder Käufer kann sich an dem Preisauschreiben beteiligen; die Antworten müssen deutlich Name und Adresse des Einsenders enthalten, außerdem ist der schmale, gelbe Buchstreifen oder die Kaufbestätigung einer Sortimentsbuchhandlung mit einzusenden.
6. Preisrichter sind der Autor, Herr Professor Meyer: Nürnberg und der literarische Beirat des Verlages; die Entscheidung dieser Herren ist eine endgültige.
7. Die Lösungen gehen in den Besitz des Verlages über, und die „Besten Antworten auf alle Geschichten“ werden etwa von Mitte Dezember 1926 ab an alle Interessenten kostenlos abgegeben.
8. Die Lösungen sind an den Verlag einzusenden.

□

Wir hoffen, durch dieses Preisauschreiben das ohnehin große Interesse an der erfolgreichen Neuigkeit „Warum“ noch ganz wesentlich zu steigern und dem Sortiment, das sich z. T. in dankenswerter Weise sehr lebhaft für den Vertrieb des Werkes eingesetzt hat, ein neues, zugkräftiges Werbemittel an die Hand zu geben. Kleine Prospekte mit den Bedingungen des Preisauschreibens liefern wir in beliebiger Anzahl kostenlos; wir bitten zu verlangen.



L. Staackmann Verlag G. m. b. H., Leipzig

