

Zeitschrift: Zürcher Illustrierte
Band: 15 (1939)
Heft: 9

Artikel: Der Schelm und die Neugierde
Autor: Goetz, K.
DOI: <https://doi.org/10.5169/seals-753349>

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist die Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften auf E-Periodica. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Zeitschriften und ist nicht verantwortlich für deren Inhalte. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern beziehungsweise den externen Rechteinhabern. Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen sowie auf Social Media-Kanälen oder Webseiten ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. [Mehr erfahren](#)

Conditions d'utilisation

L'ETH Library est le fournisseur des revues numérisées. Elle ne détient aucun droit d'auteur sur les revues et n'est pas responsable de leur contenu. En règle générale, les droits sont détenus par les éditeurs ou les détenteurs de droits externes. La reproduction d'images dans des publications imprimées ou en ligne ainsi que sur des canaux de médias sociaux ou des sites web n'est autorisée qu'avec l'accord préalable des détenteurs des droits. [En savoir plus](#)

Terms of use

The ETH Library is the provider of the digitised journals. It does not own any copyrights to the journals and is not responsible for their content. The rights usually lie with the publishers or the external rights holders. Publishing images in print and online publications, as well as on social media channels or websites, is only permitted with the prior consent of the rights holders. [Find out more](#)

Download PDF: 14.01.2026

ETH-Bibliothek Zürich, E-Periodica, <https://www.e-periodica.ch>

Der Schelm und die Neugierde

von K. GOETZ

Abu Hassan traf seinen Freund, den Teehändler Mohammed Ali, der gedruckte Zettel auf der Straße verteilte, um seinen Tee anzupreisen. Aber nur die wenigsten nahmen ihm die Zettel ab, und wer es tat, warf einen kurzen Blick darauf. Dann warf er das Papier fort, ohne die lange Lobeserhebung dieses Tees zu lesen. Mohammed Ali war mißgestimmt, weil seine Reklame so wenig Erfolg hatte, denn er hatte dafür viel Geld ausgegeben, und Geschäfte gingen nicht gut. Er klagte dem Abu Hassan sein Leid.

Dieser aber antwortete ihm: «Du kannst doch nicht verlangen, daß alle deine Zettel lesen, wenn sie nicht dazu zwingst. Kein Mensch hat an deinen Lobsprüchen Interesse, denn jeder weiß, daß jeder Kaufmann seine Ware lobt.»

«Was soll ich aber tun?» fragte bekümmert der Teehändler. «Und wie soll ich die Menschen zwingen, die Zettel zu lesen? Ich bin doch kein Herrscher, der Strafen verhängen oder durch Strafen seinen Willen den Menschen aufzwingen kann. Was ich in der Anpreisung sage, ist Wahrheit. Mein Tee ist sehr gut und billig, und wer meine Worte lesen würde, würde ihn kaufen.»

Abu Hassan überlegte eine Weile. Dann sagte er:

«Hast du noch viele Zettel? Dann gib sie mir. Ich will versuchen, ob ich etwas finde, die Leute zum Lesen zu zwingen.»

Der Teehändler gab ihm sehr viele Zettel und ging.

Einige Tage später sah er, wie einige Diener Abu Hassans Zettel verteilten, die von jedem genommen und ge-

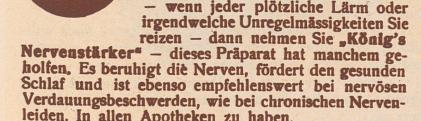
lesen wurden. Er ließ sich auch eine solche Anpreisung geben und wunderte sich, daß darüber ein rotes Stück Papier klebte, auf dem die Worte standen: «Lest nicht, was darunter steht. Lest nur die Worte: Mein Tee ist gut und billig!» Dieses Papier war so leicht angelebt, daß es sehr schnell herunterzunehmen war. Und alle standen und rissen es herunter, um zu sehen, was darunter stand.

Der Teehändler freute sich, daß seine Anpreisung jetzt so großen Erfolg hatte, und ging zu Abu Hassan, um ihn zu fragen, wieso er dieses Wunder erreicht und wozu er den roten Zettel aufgeklebt hatte.

Abu Hassan lächelte und erwiderte:

«Es war ein kleiner Trick, der mir der menschlichen Schwäche, der Neugierde, rechnete. Wenn etwas absichtlich verklebt ist, so will man wissen, was es war, was der Mann zu verborgen hat, der die Zettel verteilt. Jeder wird darum das rote Papier abreißen, und den gedruckten Inhalt darunter zu lesen. Das liegt im Wesen der menschlichen Natur begründet. Als ich überlegte, wie ich die Menschen zwingen könnte, die Anpreisungen zu lesen, ohne ein Herrscher zu sein, kam ich auf den Gedanken, ihre Schwäche, nämlich die Neugierde, dazu zu benutzen. Und ich habe mich nicht getäuscht.»

«Oh, von dir kann man lernen!» sagte der Teehändler und ging.



Im Hochgebirge und bei empfindlicher Haut: Crème Hamol Ultra 2000 in Tuben zu Fr. 1.— und 2.— Im Vorgebirgs-Schnee: Sonnenöl Hamol Ultra in Flaschen zu Fr. 1.75 — HAMOL A.G. ZÜRICH