

Sarrasani — wie ich ihn sehe. Ist der Direktor da? Wo ist der Direktor? — flüstert's und raunt's von Mund zu Mund, leise, ganz leise, im Bereich seines Wagens, weil man annimmt, er könnte da sein, könnte noch schlafen, nach langer Nachtarbeit, und niemand ihn wecken möchte, um keinen Preis der Welt nicht!

Er ist noch nicht da — und doch ist er da! Das ist vielleicht einer der merkwürdigsten und stärksten Eindrücke, den ich von diesem Manne gewinnen konnte.

*

Persönlichkeit ist alles — und das weiß dieser Mann. Das wäre vielleicht die letzte Erklärung seines phänomenalen Aufstiegs: vom „Schweinchen-Clown“ zum Zirkuskönig. Das Fluidum, das von ihm ausgeht, geht von keinem anderen Zirkusmanne aus — das gibt selbst die Konkurrenz zu. Das Fluidum, das sein Name „Sarrasani“ ausstrahlt, den er über Nacht vor dreißig Jahren auf sein junges Unternehmen setzte, und das Fluidum, das die Zehntausende allabendlich berauscht, die ihn als Maharadschah in goldüberladnem Dreß inmitten seiner Riesenelefantenherde sehen!

Aber auch das Wort, das geschriebene Wort, das er hinaussendet in die Stadt, in die er kommt, das er hinausschickt ins Land im weitesten Umkreis, sei es auf den Plakaten, sei es in seinen Briefen.

Ich — Hans Stosch-Sarrasani — ich — er vermeidet es, im Gegensatz zu allen anderen Unternehmungen und Geschäften, von „wir“ und „uns“ zu sprechen, bei ihm gibt es nur — ein „Ich“.

Ich bedauere außerordentlich — Ich begrüße Sie — Ich bitte Sie ebenso höflich wie dringend. — Oder auf seinen großen Anschlägen: Ich grüße Berlin! Ich grüße Buenos-Aires! Ich grüße Australien!

So geht kein Brief aus dem Hause — und die Post ist oft ungeheuerlich groß —, der nicht von ihm mit vollem Namenszug unterschrieben wäre. Sei es ein Schreiben an den Lord-Mayor von London oder ein Dreizeilenbrief an die zwölfjährige Mia, die sich an dem Kinder-Preisausschreiben beteiligt hat — es wird von Hans Stosch-Sarrasani selbst unterschrieben.

Jeder Brief muß beantwortet werden — jeder, sagt er — und wenn er nur die Wirkung hat, daß der Postbeamte auf dem schönen bunten Umschlag liest: Sarrasani.

Hans Stosch-Sarrasani ist aber auch der witzigste und genialste Kopf seines Unternehmens. Gewiß — er hat einen Presse- und Reklamechef, der auch manchmal eine Idee hat, aber die Schlager, die ganz großen Kanonen-Ideen der Reklame, die entspringen nur seinem Hirn, dem Hirn des mit allen Wassern der Erde gewaschenen Schaumannes. Oder wäre ein anderer auf den Einfall gekommen, als vor Jahren in Frankfurt a. M. während eines heißen Kampfes gegen das Lustbarkeitssteuergesetz zufällig einer der großen Elefanten starb, diesen auf einem tannenbekränzten Rollwagen durch die Stadt zu fahren mit dem Plakat: Das erste Opfer der Lustbarkeitssteuer! Oder: Recklinghausen — noch geht's durch die ganze Presse unter „Der witzige Sarrasani“. Also, das dortige Städtische Jugendamt verbot als „Schund und