

schlug er dieser Russin vor: er werde sie unter dem Namen einer Prinzessin Tr. in Paris lancieren. Die Ähnlichkeit sei derart, daß es ihr nicht schwer fallen werde, die Fiktion für einige Zeit aufrecht zu erhalten.

Die Russin ging darauf ein.

Der Manager lancierte sie mit großer Propaganda als „Chef-Mannequin“ in einem bekannten Modosalon in der Rue Faubourg St. Honoré mit dem Ergebnis, daß der Salon von diesem Tage an überlaufen war. Alle Amerikanerinnen wollten von der berühmten Prinzessin Tr. bedient werden.

Bald darauf kam es zwischen der Russin und dem Manager zu Differenzen. Er drohte ihr mit Entlarvung. Sie ließ sich dadurch nicht einschüchtern.

Der Manager, dessen wesentlichstes Geschäft bei dieser Sache im Vertrieb von Photos und Zeitungsartikeln lag, ergriff die Gelegenheit zu einer sensationellen Wendung: er deckte den Betrug auf (ohne sich dabei selbst allzusehr zu kompromittieren) und vernichtete die Existenz der armen, hübschen Russin genau so schnell, wie er sie aufgebaut hatte . . .

Das heißt: nur beinahe. Denn als der Inhaber des Modosalons sein Chef-Mannequin auf die neuen Artikel hin erbittert zur Rede stellte, bewies die unbekannte Russin an Hand ihrer Papiere untrüglich, daß sie wirklich die Prinzessin Tr. war. Die „Ähnlichkeit“, die der Journalist entdeckt hatte, war kein Zufall gewesen. Sie hatte nur ein halbes Jahr lang unter falschem Namen gelebt, um den Auswirkungen einiger früherer Affären zu entgehen . . .

So kam es, daß die großangelegte Sensationsaffäre des allzu tüchtigen Managers ins Gegenteil umschlug: nicht die Russin war die Blamierte, sondern er selbst — und dieselben Zeitungen, die bisher seine Version der Geschichte veröffentlicht hatten, brachten jetzt die ironischen Bemerkungen der Prinzessin Tr. zu der Sache . . .

Oder mit anderen Worten: „Durch Nacht zum Licht“, oder „Die Wahrheit währet ewiglich“ oder „Auch zum Betrug gehört Routine“.



„So eine Unverschämtheit, jetzt verfolgt mich der freche Kerl bis ins Wasser . . .“
(Saturday Evening Post)