

KAPELLMEISTER **MICHAEL SCHUGALTÉ** CONDUCTOR  
 UND SEINE EINSTELLUNG ZUR REKLAME AND HIS ATTITUDE TOWARDS ADVERTISING

Ich konzertierte zum erstenmal in Deutschland. Da die Konkurrenz hier sehr groß ist, beabsichtigte ich, durch ein interessantes Plakat die Aufmerksamkeit des Publikums auf mich zu lenken. Durch einen glücklichen Zufall lernte ich den durch seine ausgezeichneten Plakattendwürfe bekannten Zeichner Oscar Berger kennen, der mir schon von seinem Direktor, Herrn Fritz Unger, empfohlen worden war. Herr Berger machte mir einen Entwurf, der in seiner Art einzig dastehend ist.

Schon die Reklame für die Kapellmeister Jack Hylton, Paul Whiteman usw. beweist, wieviel großzügiger das Ausland in seinen Propagandafeldzügen ist. Meiner Meinung nach haben diese Künstler 50 Proz. ihres Namens und ihres Erfolges den gut gelungenen Plakatreklamen zu verdanken.

Dank der unerhört geschickten Reklame des Herrn Direktor Unger bin ich schon nach dreimonatiger Arbeit in meinem hiesigen Wirkungskreis in eine Reihe mit den prominentesten Kapellen, wie Dajos Belà, Barnabas von Geczy usw. gerückt, die sich ihr Renommee in jahrelangem Wirken erworben haben.

Der Beweis ist, daß ich zu den größten Konkurrenzen herangezogen wurde. Ich gewann die „Goldene Funkuhr“ und durch Abstimmung des Publikums den großen Wettkampf um das „Goldene Saxophon“ im Großen Schauspielhaus, nach welchem mich die führenden Zeitungen als einen der Besten bezeichnen.

Die fabelhafte Idee des Herrn Oscar Berger verhalf mir in Berlin zu meiner geradezu blitzhaft schnellen Karriere, die mit meinem ersten Bogenstrich hier begann.

Hinter der Reklame muß natürlich wirkliches Können stehen, welches das durch die Reklame gewonnene Publikum überzeugt und erhält.

**RESÜMEE:**

Wirkliches Können, Kunst und guter Wille, verbunden mit origineller, künstlerischer Reklame ergeben das Resultat:

**ERFOLG!**

1. für den Künstler,
2. für das Unternehmen.

I am giving concerts in Germany for the first time. Since there is great competition here, I intended to draw public attention to myself by means of an interesting poster. A fortunate accident led to my making the acquaintance of Oscar Berger, well-known for the excellence of his poster designs. His director, Herr Fritz Unger, recommended him to me. Herr Berger made a design for me which is really unique of its kind.

The advertising done for conductors such as Jack Hylton, Paul Whiteman, etc., proves that propaganda campaigns are entered upon abroad on a much larger scale, and in my opinion these artists owe 50 p. Ct. of their fame and success to the excellence of their poster advertising.

Thanks to the extraordinarily clever propaganda made for me by Director Unger, I have advanced to a stage where my name is mentioned in the same breath with the most prominent orchestra directors, such as Dajos Belà, Barnabas von Geczy, etc., etc., who have been building up their fame for years, although I have only been working here for three months.

A proof of this is that I have been chosen to take part in the most important contests: I won the gold watch awarded to the most popular broadcasting conductor, and according to the public vote, also the great contest for the Golden Saxophone in the Großen Schauspielhaus, after which the leading newspapers singled me out as one of the best of the competitors.

Oscar Berger's marvellously good idea helped me to make a lightning career in Berlin, a career that began with the first stroke of my bow across the strings.

Of course, behind the mere advertising, there must be real ability, which convinces and holds the public which has been won by publicity.

**TO SUM UP:**

Real ability, art and good will, combined with original, artistic advertising gives a result:

**SUCCESS!**

1. For the artist.
2. For the concern with which he is connected.

Trans. by E. T. S.



OSCAR BERGER

Vignette