



Kunst ist, daß sie in der Schwarz-weiß-Zeichnung dieselben Wirkungen erzielt, daß sie im Reichtum ihres inneren Lebens sich nicht mit der Übersetzung eines Motivs aus der einen Technik oder Größe in die andere begnügt, sondern daß es immer wieder neu aus den Tiefen zu quellen scheint. Das Gorgo-Haupt mit den Maccaroni: verkleinert neben den Koch gesetzt, behält es seine Kraft als Marke. Der Scintilla-Blitzmensch: die Marke lebt, wandelt sich, aber ist in tausend Formen immer wieder dieselbe. Die drei Männlein für Partenope-Bier: auch einen allein kennt man wieder, kennt auch die Köpfe wieder, die des Körpers nicht bedürfen.

Für Nestlé Kindermehl schuf Maga eine ganze Reihe Kinder mit der Büchse, immer neue Ab-

wandlungen eines und desselben, an sich banalen Gedankens, wirksam nicht nur durch diesen Reichtum, sondern auch durch die Einfachheit und Sicherheit der zeichnerischen Behandlung, durch den Verzicht auf unnötiges Beiwerk. Ich sah die Anzeigen in Familienblättern, sie schlugen durch, und ich hätte als Reklamefachmann wer weiß was für einen solchen Mitarbeiter gegeben.

Eine der hervorragendsten Schöpfungen der Maga ist eine Werbedrucksache für die schweizerische Bleistiftfabrik Caran d'Ache. Sie enthält außer einer Anzahl malerisch aufgefaßter Eindrücke aus der Fabrik von Nizzoli – hier sind die Künstler genannt – Variationen über das Thema »Der Bleistift«. Was die Künstler aus dem geraden, nüchternen Bleistift herausgeholt haben, ist

SCINTILLA

