



Universiteit
Leiden
The Netherlands

Tuta sub aegide Pallas. Drukkersmerken door de eeuwen heen
Hoftijzer, P.G.

Citation

Hoftijzer, P. G. (2005). Tuta sub aegide Pallas. Drukkersmerken door de eeuwen heen. *Jaarverslag 2004 Van De Koninklijke Brill Nv*, 69-81. Retrieved from <https://hdl.handle.net/1887/15633>

Version: Not Applicable (or Unknown)

License: [Leiden University Non-exclusive license](#)

Downloaded from: <https://hdl.handle.net/1887/15633>

Note: To cite this publication please use the final published version (if applicable).

Tuta sub aegide Pallas

Drukkersmerken door de eeuwen heen

Paul Hoftijzer



IUSTINI HISTORIAE PHILIPPICAE

Cum integris Commentariis

IAC. BONGARSII, FRANC. MODII,
MATTH. BERNECCERI, M. Z. BOX-
HORNII, IS. VOSSII, I. FR. GRONO-
VII, I. G. GRAEVII, T. FABRI,
I. VORSTII, I. SCHEFFERI,

Et excerptis H. LORITI GLAREANI atque
EDITORIS OXONIENSIS.

Curante

ABRAHAMO GRONOVIO.

Edito Secunda.



LUGDUNI BATAVORUM.

Apud SAMUELEM et JOANNEM LUCHTMANS,
Academiae Typographos. 1760.

Tuta sub aegide Pallas



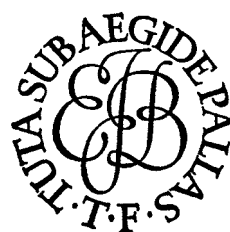
allegorie van de boekhandel is dat het tegelijkertijd een portret is van Samuel Luchtmans, zoon van de stichter Jordaan Luchtmans, en zijn gezin. [2] Het motto bij het huidige drukkersmerk, 'Tuta sub aegide Pallas' (Pallas is veilig achter haar schild), is echter ontleend aan een veel ouder beeldmerk van de firma Luchtmans, dat in 1714 voor het eerst werd toegepast. [3] Het symboliseert de bescherming die door Athene wordt verleend aan de wetenschap in het algemeen en de Leidse universiteit in het bijzonder. Athene is afgebeeld met haar oorlogsattributen – een schild met daarop de afschrikwekkende Medusa-kop, een helm en een lans –, maar ook met haar trouwe uiltje dat op een boek zit. Op de achtergrond bevinden zich de Leidse Burcht en een klassieke tempel, die zonder twijfel de universiteit moet voorstellen.

2. *Nicolaas Meyers,
Allegorie op de boekhandel,
ca. 1750. Bedrijfscollectie Brill.*

De uitgaven van Brill voeren sinds 1990 een modern drukkersmerk, vormgegeven door Anthon Beeke op basis van diverse oudere ontwerpen. [1] Het merk gaat terug op het bekende, rond 1750 gemaakte schoorsteenstuk van Nicolaas Meyers dat nu in het nieuwe gebouw van Brill hangt, maar oorspronkelijk afkomstig is uit het statige pand Rapenburg 69 te Leiden, waar Brill's voorgangers, de familie Luchtmans, zovele jaren hebben gewoond. Hierop zijn Pallas Athene, godin van de wijsheid, en Hermes, god van de handel en boodschapper van de goden, afgebeeld, met aan hun voeten drie met boeken en prenten spelende putti. Het brengt de nauwe band tot uitdrukking die sinds de uitvinding van de boekdrukkunst bestaat tussen boekhandel en wetenschap. Immers, dankzij de drukpers kon kennis en informatie beter dan ooit tevoren worden verspreid. Het aardige van deze



1. *Modern drukkersmerk
van Brill. Ontwerp van
Anthon Beeke, 1990.*



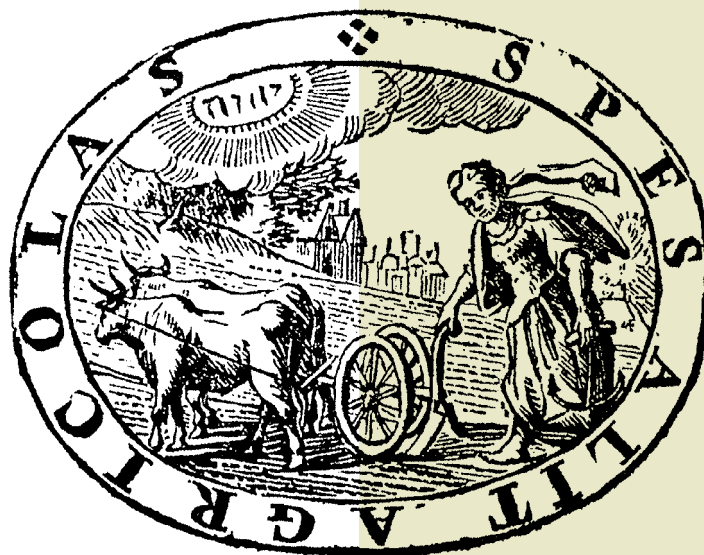
6. *Een van diverse
twintigste-eeuwse
drukkersmerken
van Brill.*



3. 'Tuta sub aegide Pallas',
Samuel Luchtmans, 1714.

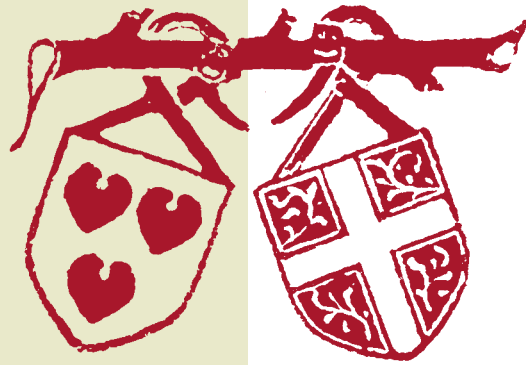


5. 'Deo duce ingenio arte vigilantia labore', Samuel en Johannes Luchtmans, ca. 1750.



4. 'Spes alit agricolas',
Jordaan Luchtmans, 1685.

De firma Luchtmans heeft trouwens nog wel meer drukkersmerken gevoerd. Uit de beginjaren van het bedrijf stamt een afbeelding met een ploegende boer, met de spreuk 'Spes alit agricolas' (Hoop voedt de boeren), een citaat uit de *Elegiae* van de Romeinse schrijver Tibullus. [4] In de achttiende eeuw werden nog verscheidene andere vignetten gebruikt, waaronder een gecompliceerde voorstelling met een staande vrouw met een vlam op het hoofd en in haar handen een hamer en een timmermanshaak, vergezeld van een kraanvogel met een steen in zijn poot, symbool van de oplettendheid. Het motto luidt 'Deo duce ingenio arte vigilantia labore' (Onder Gods leiding, met vernuft, kunst, waakzaamheid en inspanning). [5] Brill, tenslotte, voerde in de twintigste eeuw diverse merken met de initialen van Evert Jan Brill, die in 1848 de firma Luchtmans had overgenomen. [6]



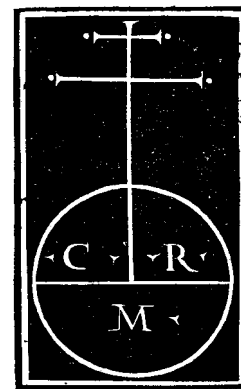
7. Mauricius Yemantszoon en
Jacob Jacobszoon van der Meer,
Delft, 1473.



8a. Johannes Grüninger,
Straatsburg, 1498.



8b. Uldrich Scinzenzeler,
Milaan, 1500.



8c. Georgius de Rusconibus,
Venetië, 1509.

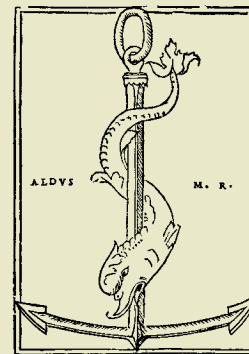
De drukkersmerken van Luchtmans en Brill staan in een oude traditie. Dergelijke tekens vinden hun oorsprong in de gedachte dat een niet te vervalsen afbeelding bescherming kon bieden tegen een van de grootste kwaden waarmee de uitgeverij vroeger, maar ook nog wel heden ten dage, te maken kon krijgen: de roof- of piratendruk. Het kwam al te vaak voor dat kwaadwillende drukkers succesvolle uitgaven slecht gecorrigeerd en op goedkoop papier nadrukten, om ze vervolgens tegen een lagere prijs dan het origineel op de markt te brengen, tot groot nadeel van de oorspronkelijke uitgever. Maar de drukkersmerken hadden nog een tweede functie. Zij konden tevens de identiteit van de uitgever en zijn bedrijf tot uitdrukking brengen, waardoor ze tot een handelsmerk uitgroeiden dat in sommige gevallen, zoals bij Brill, eeuwen heeft stand gehouden.

Aanvankelijk werden voor de drukkersmerken eenvoudige afbeeldingen gekozen, bijvoorbeeld het wapenschild van de drukker-uitgever.

Een Nederlands voorbeeld daarvan is terug te vinden in de zogenaamde 'Delftse bijbel', de eerste gedrukte vertaling van de bijbel in het Nederlands, die in 1477 te Delft door Mauricius Yemantszoon en Jacob Jacobszoon van der Meer werd uitgegeven. [7]

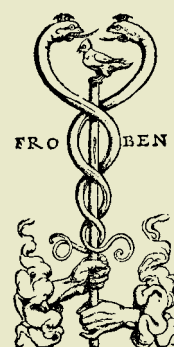
Daarnaast komt men ook wel fraai gestileerde monogrammen tegen. [8] Maar steeds vaker werden afbeeldingen gekozen met een symbolische betekenis, steevast gebaseerd op klassieke of christelijke motieven.

De beroemde Venetiaanse drukker-uitgever Aldus Manutius had vanaf 1499 als merk een dolfijn die zich om een anker slingert [9a en b], een voorstelling die al is te vinden op munten uit de Romeinse tijd. De bijbehorende spreuk 'Festina lente' (Haast je langzaam) was het devies van keizer Augustus. Volgens Erasmus, die met Manutius bevriend was, staat het anker voor de periode van reflectie die voor het schrijven van een boek nodig was, terwijl de dolfijn de snelheid verbeeldt waarmee het werk dankzij de boekdrukkunst door de wereld gaat. Aan de andere kant van de Alpen, in Bazel, gebruikte Johannes Froben, die eveneens nauwe banden met Erasmus onderhield, een drukkersmerk met daarop een staf met een dubbele slang en een duif, een verwijzing naar Mattheüs 10:16: 'Zie, ik zend u als schapen in het midden der wolven: zijt dan voorzichtig gelijk de slangen, en oprecht gelijk de duiven.' [10]



9b. Aldus Manutius, Venetië, 1513.

FLAVII IOSEPHI OPERA



BASILEAE M D XLIIII

10. Vignet van Johannes Froben, hier in een uitgave van zijn zoon Hieronymus, Bazel, 1544.



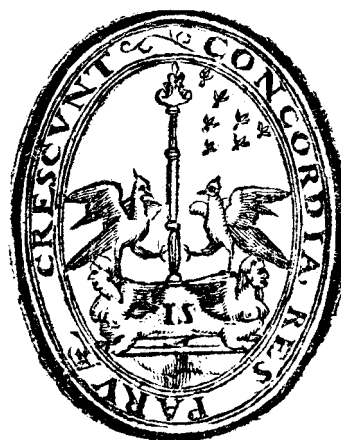
9a. Vroegste voorkomen van het beeldmerk van Aldus Manutius. Uit: Hypnerotomachia Poliphili (Venetië, 1499).



Dergelijke beeldepigrammen waren vooral in trek onder humanistisch georiënteerde drukkers, die op deze manier een visitekaartje afgaven aan hun potentiële auteurs en klanten. Bij de keuze van hun drukkersmerk lieten zij zich leiden door klassieke en bijbelse spreekwoorden en verhalen, alsmede door het nieuwe genre van de emblematiek, de woord-beeldkunst, die zich vooral sinds de verschijning van het *Emblematum liber* (1531) van de Italiaanse jurist Andrea Alciato in een ongekende populariteit mocht verheugen. In de zestiende en zeventiende eeuw verschenen talloze emblembundels, waarin motto, afbeelding en onderschrift op vernuftige wijze met elkaar in verband staan. Veel van deze zinnebeelden vonden een tweede toepassing als drukkersmerk. De zestiende-eeuwse Antwerpse drukker Willem Steelsius bijvoorbeeld had zijn merk met de zinspreuk 'Res parvae concordia crescunt' (Eendracht maakt macht) [11] rechtstreeks uit Alciato overgenomen, terwijl de zeventiende-eeuwse Leidse drukker Willem Christiaensz van der Boxe zijn vignet van een struisvogel met het motto 'Nil penna sed usus' (Niet de veer maar het gebruik) ontleende aan de bundel *Nucleus emblematum* (1611) van Gabriel Rollenhagen. [12] Het was een goede keuze, want het onderschrift bij Rollenhagen luidt: 'Zie, de struisvogel heeft niets aan zijn vleugels, omdat hij niet weet hoe deze te gebruiken. Zoals het niet de pen is die iemand tot schrijver maakt, maar het gebruik.'



12. Willem Christiaensz van der Boxe, Leiden, 1642.



11. Drukkersmerk van Willem Steelsius uit: Claude Paradin & Gabriele Simeoni, *Heroica et symbola*, Antwerpen, 1563.

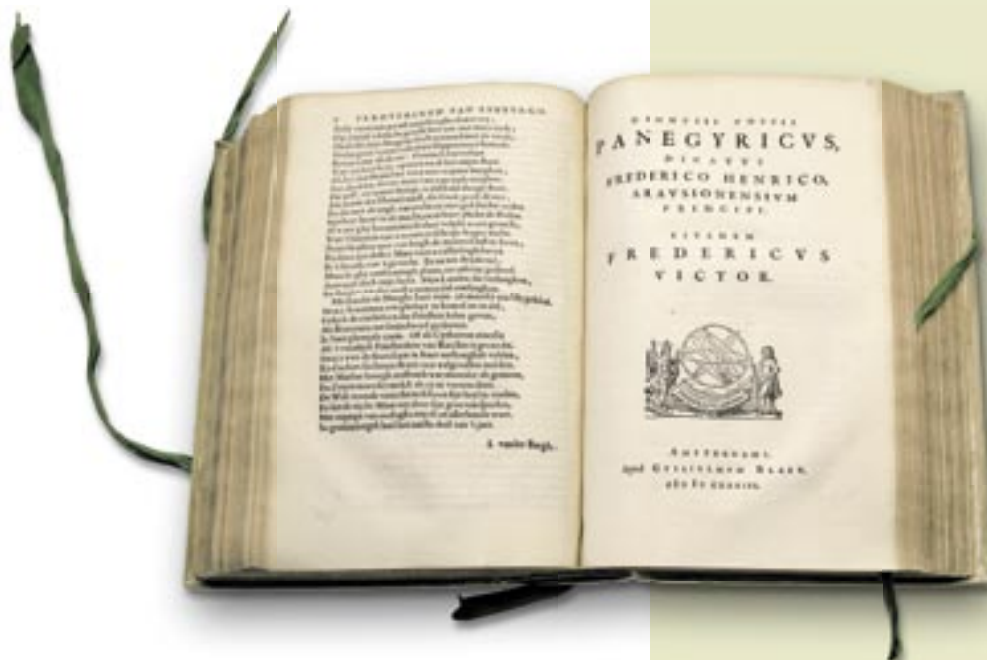


14. Christoffel Plantijn,
Antwerpen, 1580.



13. Willem Jansz Blaeu,
Amsterdam, 1633.

Soms werden bij het bedenken van een drukkersmerk bevriende geleerden ingeschakeld. Zo adviseerde de Leidse humanist Petrus Scriverius in 1621 zijn uitgever Willem Jansz Blaeu in Amsterdam bij het ontwerp van diens nieuwe drukkersmerk. Het toont een hemelsfeer, symbool van Blaeu's specialisatie op het gebied van kartografie en zeevaartkunde, met links Chronos, god van de tijd met een zandloper op zijn hoofd en een zeis in de hand, en rechts Herakles met zijn knuppel. [13] Het motto 'Indefessus agendo' (Onvermoeid in het werk) komt uit boek IX van de *Metamorphoses* van Ovidius, waarin de kwellingen van Herakles worden beschreven. Het vignet van Blaeu is waarschijnlijk geïnspireerd door het veel bekender drukkersmerk 'Labore et constantia' (Door arbeid en standvastigheid), dat vanaf 1557 in allerlei uitvoeringen in gebruik was bij Christoffel Plantijn en zijn nazaten in Antwerpen en Leiden. [14] Het toont een passer, waarvan het bewegende been de arbeid verbeeldt, en het staande de standvastigheid. Het is een uitermate toepasselijk embleem, omdat Plantijn sterke verwantschap gevoelde met de filosofie van het neostoïcisme, waarin standvastigheid ten opzichte van de onzekerheid van het menselijk bestaan het kernbegrip vormt. Een van de bestsellers in het fonds van Plantijn was bovendien het boekje *De constantia* van huisauteur Justus Lipsius, verschenen in Leiden in 1584.





15. Charles Estienne,
Parijs, 1556.



16. Abraham en
Bonaventura Elzevier,
Leiden, 1647.

Hoeveel waarde men hechte aan een gezichts-
bepalend drukkersmerk kan worden afgeleid
uit het feit dat sommige drukkers en uitgevers
de merken van beroemde voorgangers imiteerden.
De beroemdste Franse drukkersdynastie uit de
zestiende eeuw is het geslacht Estienne. Zij hadden
onder andere een vignet waarop een oude wijze man
is afgebeeld naast een wilde olijfbboom met het motto
'Noli altum sapere' (Wees niet hoogmoedig) [15], een
verwijzing naar de brief van Paulus aan de Romeinen
11:16-24, waarin gewaarschuwd wordt tegen ongelooft
en hovaardij. De Leidse Elzeviers gebruikten in de
zeventiende eeuw een merk dat sterk hierop lijkt [16],
met dien verstande dat de boom hier een olm is die
omstrengheld wordt door een wijnrank. De impliciete,
zowel op klassieke als emblematische bronnen terug
te voeren boodschap 'samen sterk' wordt nog eens
benadrukt door het bijbehorende motto 'Non solus'
(Niet alleen). Toen de Rotterdamse boekverkoper
J.G. Robbers in 1880 de Uitgevers-Maatschappij
'Elsevier' oprichtte, bijna 200 jaar na de ondergang
van het oorspronkelijke Leidse bedrijf, was hij zo slim
om ook het oude drukkersmerk in ere te herstellen.
Het is nog altijd bij Elsevier Reed in gebruik.





18. Pieter van Steenwijk,
Vanitas met boeken, ca. 1655.
 Stedelijk Museum 'De Lakenhal',
 Leiden.

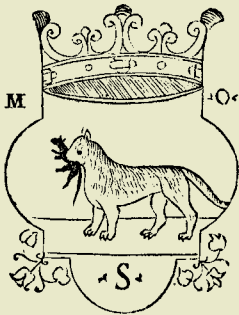


17. Pieter Leffen, Leiden, 1651.

De variëteit van de drukkersmerken in de zestiende en zeventiende eeuw kent geen grenzen. Talloze beelden, motieven en thema's zijn toegepast. Toch steekt één categorie boven alle andere uit: de planten- en dierenwereld. Er zijn honderden drukkersmerken met bomen, bloemen, vogels, reptielen, vissen, zoogdieren, zelfs insecten, vaak in een klassiek-mythologische en/of bijbelse context. Zo had de zeventiende-eeuwse Leidse drukker Pieter Leffen een vignet met een afbeelding van de Egyptische phoenix die oprijst uit het vuur, een zinnebeeld dat trouwens vaker in Leiden is gebruikt. Het motto luidt 'Ex morte immortalitas' (Onsterfelijkheid uit de dood). [17] Leffen gebruikte het onder andere op het titelblad van zijn uitgave van een Latijnse oratie op de dood van de beroemde Nederlandse admiraal Maarten Harpertsz Tromp in 1653 van de hand van de Leidse hoogleraar Anthonie Thysius jr. Hetzelfde boekje vinden we terug op een vanitas stilleven van de Delftse schilder Pieter van Steenwijk van enkele jaren later, waarbij het drukkersmerk met phoenix gedeeltelijk zichtbaar is. [18] Goedingevoerde tijdgenoten zal deze verhulde toespeling op Tromps onsterfelijke roem niet zijn ontgaan.



19. Jean des Tournes,
Lyon, 1557.



21. Melchior Sessa,
Venetië, 1505.

Wat de zestiende- en zeventiende-eeuwse drukkersmerken, naast het intellectuele woord-beeld spel, vaak zo aantrekkelijk maakt, is hun grafische expressiviteit. Dit is mede een gevolg van het feit dat ze vrijwel altijd in hout waren uitgesneden, een medium dat het moet hebben van een krachtige lijnvoering en zwart-wit contrast. Sommige merken, zoals de vignetten van de zestiende-eeuwse uitgevers Jean des Tournes [19] uit Lyon en Petrus Perna [20] uit Bazel, zijn prachtige voorbeelden van houtsnijkunst. Daarnaast getuigen de drukkersmerken niet zelden van humor. Zo vertonen de verschillende merken van de zestiende-eeuwse Venetiaanse drukkerdynastie Sessa steevast een kat met een muis in zijn bek, waarmee overigens wel niet de relatie uitgever-auteur bedoeld zal zijn. [21]



20. Petrus Perna,
Bazel, 1580.

Aandoenlijk in zijn mythische absurditeit is het vignet van de Mainzer uitgever Petrus Quentel, voorstellende Chronos, de god van de tijd die zijn eigen kinderen opeet. [22] Hij dacht daardoor de voorspelling teniet te kunnen doen dat een van zijn zoons – naar later zou blijken was dat Zeus – hem van de godentron zou stoten. Het bijbehorende motto is afkomstig uit de *Fasti* van Ovidius: ‘Tempora labuntur, tacitisque senescimus annis. Et fugiunt freno non remorante dies’ (De tijd verglijdt, met de jaren worden we ongemerkt oud. En de dagen vlieden heen, zonder dat wij er iets aan kunnen doen).

In de loop van de achttiende eeuw begint de toepassing van drukkersmerken geleidelijk uit de mode te raken. Hoewel er nog allerlei fraaie, nu steeds meer in gravure of ets uitgevoerde merken werden gebruikt, zoals het vignet van de Amsterdamse uitgever Gerard onder de Linden met het toepasselijke motto ‘Tiliae sub tegmine tutus’ (Veilig onder het bladerdak van de linde) [23], lijkt de rijke symboltaal van de emblematiek in de eeuw van de rede zijn zeggingskracht te verliezen. Steeds meer uitgevers presenteren hun boeken met een onopgesmukte, zuiver typografische titelpagina. Pas in de tweede helft van de negentiende eeuw volgt een opleving.

Tempus nosce,



Omnia rodit edax, uel sint adamantina Tempus.

22. Petrus Quentel,
Mainz, 1535.



23. Gerard onder de Linden,
Amsterdam, 1734.

Aangesproken door de traditie voelen veel uitgevers opnieuw de behoefte hun beroepstrots tot uitdrukking brengen door middel van een eigen beeldmerk. De oude formule van zinspreuk en afbeelding blijft gehandhaafd, maar zij wordt in een nieuwe jas gestoken doordat nogal eens de eigen initialen in het motto worden verwerkt. De grote uitgever A.W. Sijthoff, die zo'n belangrijke stoot heeft gegeven aan de modernisering van het Leidse boekenbedrijf, had als merk een adelaar die op een rots om zich heen ziet. Het motto luidt 'Altyt Waek Saem'. [24] Anderen grijpen terug op voorbeelden uit de (post-)incunabeltijd. Zo vinden we in het vignet van Martinus Nijhoff, de gerenommeerde, van origine negentiende-eeuwse Haagse uitgeverij die in 2003 door Brill is overgenomen, het monogram van Wouter Nijhoff, kleinzoon van de stichter, in combinatie met zijn lijfspreuk 'Alles komt terecht'. [25]



24. A.W. Sijthoff, Leiden,
tweede helft negentiende eeuw.



25. Martinus Nijhoff,
Den Haag, 1922.



26. Oxford University
Press, 1975.

In de twintigste eeuw doet zich een nieuwe ontwikkeling voor. De drukkers- en uitgeversmerken verliezen vrijwel geheel hun symbolische betekenis. Zij worden gereduceerd tot een signet of logo, samengesteld uit een enkelvoudig beeld of de beginletters van de uitgeverij. Vormgevers van naam en faam worden ingeschakeld om dergelijke beeldmerken – men denke aan de vignetten van De Bezige Bij en Van Oorschoot in Nederland of Penguin in Groot-Brittannië en Fischer Verlag in Duitsland – te produceren, dezelfde vormgevers die ook de logo's voor vliegtuigmaatschappijen, levensmiddelenhandels en bank- en verzekeringsbedrijven ontwerpen. De kracht van het merk is in toenemende mate gelegen in de visuele herkenbaarheid, de styling. Identiteit is hier verbonden met uiterlijke vorm, niet meer met inhoud. Toch zijn er gelukkig nog een paar uitgeverijen die vasthouden aan hun traditionele drukkersmerk. Oxford University Press gebruikt nog altijd haar zeventiende-eeuwse vignet met een opengeslagen boek waarin de woorden van de psalmist 'Dominus illuminatio mea' (De Heer is mijn licht), tevens het devies van de oudste universiteit van Engeland. [26] Het hoeft geen verbazing te wekken dat het juist de ondernemingen zijn met een lange bestaansgeschiedenis en een sterk zelfbewustzijn die hiervoor kiezen. Brill is er een van.

Het merendeel van de illustraties bij deze bijdrage is gekozen uit boeken in het bezit van Brill en van de Bibliotheca Thysiana, een zeventiende-eeuwse openbare bibliotheek aan het Leidse Rapenburg, bij testament gesticht door Joannes Thysius (1622-1653)

Er bestaat een omvangrijke, overvloedig geïllustreerde literatuur op het gebied van de Europese drukkersmerken. De onderstaande titels zijn een bescheiden selectie.

H.W. Davies, *Devices of early printers, 1457–1560.*

Their history and development, with a chapter on portrait figures of printers (London, 1935).

H. Grimm, *Deutsche Buchdruckersignete des XVI.*

Jahrhunderts (Wiesbaden, 1965).

P. van Huisstede & J.P.J. Brandhorst, *Dutch*

printer's devices, 15th–17th century. A catalogue, 3 vols. + cd-rom (Nieuwkoop, 1999).

M.J. Husung, *Die Drucker- und Verlegerzeichen*

Italiens im XV. Jahrhundert (München, 1929).

R.B. McKerrow, *Printer's and publisher's devices*

in England and Scotland, 1558–1640 (London, 1913).

Ph. Renouard, *Les marques parisiennes des XVe*

et XVIe siècles (Paris, 1926–28).

L. Schlüter & P. Vinken, *The Elsevier Non Solus*

imprint (Amsterdam, 1997).

L.C. Silvestre, *Marques typographiques, ou, recueil*

des monogrammes, chiffres, enseignes, emblèmes, devises, rébus et fleurons des libraires et imprimeurs (Paris, 1867).

E. Weil, *Die deutschen Druckerzeichen des XV.*

Jahrhunderts (München, 1924).

Zie voorts de website van Mnemosyne

(www.mnemosyne.org) en de drukkersmerken

databases van de Universitat de Barcelona

(<http://eclipsi.bib.ub.es/imp/impcat.htm>) en

van de drukkersmerken databases van de University

of Florida en (<http://web.uflib.ufl.edu/spec/rarebook/devices/device.htm>).

Paul Hoftijzer (1954) is bijzonder hoogleraar in de geschiedenis van het Nederlandse boek in de vroegmoderne tijd vanwege de Dr. P.A. Tiele-Stichting aan de Universiteit Leiden.