



Bologna · Johannes Antonius de Benedictis · 1500

und Kraft ihrer Liniensprache. Die verschiedenen Temperamente der abendländischen Völker äußern sich auf bezeichnend verschiedene Weise. Der Deutsche erzählt gern, der Italiener pflegt das gehaltene Gleichmaß, die Franzosen und Engländer lieben spätmittelalterlichen Prunk. Wie ein gotischer von einem Weintraubemuster durchwebter Teppich wirkt de Vingles Marke mit Windspiel und Löwe. Die Vorliebe für das klarste und einfachste Ornament ist in Venedig zu Hause, wo die strengen Marken mit dem Symbol von Weltkugel und Kreuz entstehen. Mit einer wunderbaren Leichtigkeit und Zügigkeit wird das Motiv in Lyon von Huss in das Zarte und Elegante verändert. Die Marken des 16. Jahrhunderts haben nicht mehr das unmittelbar Über-

deutsche Freude am liebevoll gegebenen Detail verrät (die Marke ist übrigens einem Stich Martin Schongauers nachgebildet), und der italienischen Marke des Bevilaqua, die in ihrer wohlabgewogenen Sparsamkeit der graphischen Mittel nicht minder eindrucksvoll ist. Das Mittelalter verstand sich darauf, wirksame Zeichen zu schaffen, wie die Flaggen und Wappen, Siegel und Hausmarken der Zeit beweisen. Die frühesten Drucker haben noch teil an dieser mittelalterlichen Begabung. Zuchtvoll in der Zurückdrängung des Unwesentlichen, aber nie ausgeklügelt und konstruiert, sondern von einer frischen Unbekümmertheit und Lebendigkeit sind ihre Signete. Sie „sprechen“ nicht nur durch ihre Darstellungen, wie etwa der Korb des italienischen Druckers Gerla (= Korb) oder der Reiher des Ulmer Druckers Reger (= Reiher), sondern durch die Eindringlichkeit



Florenz · Filippo Giunta · 1517