

Zeitschrift: Der Fourier : offizielles Organ des Schweizerischen Fourier-Verbandes und des Verbandes Schweizerischer Fouriergehilfen
Herausgeber: Schweizerischer Fourierverband
Band: 10 (1937)
Heft: 7

Titelseiten

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist die Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften auf E-Periodica. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Zeitschriften und ist nicht verantwortlich für deren Inhalte. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern beziehungsweise den externen Rechteinhabern. Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen sowie auf Social Media-Kanälen oder Webseiten ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. [Mehr erfahren](#)

Conditions d'utilisation

L'ETH Library est le fournisseur des revues numérisées. Elle ne détient aucun droit d'auteur sur les revues et n'est pas responsable de leur contenu. En règle générale, les droits sont détenus par les éditeurs ou les détenteurs de droits externes. La reproduction d'images dans des publications imprimées ou en ligne ainsi que sur des canaux de médias sociaux ou des sites web n'est autorisée qu'avec l'accord préalable des détenteurs des droits. [En savoir plus](#)

Terms of use

The ETH Library is the provider of the digitised journals. It does not own any copyrights to the journals and is not responsible for their content. The rights usually lie with the publishers or the external rights holders. Publishing images in print and online publications, as well as on social media channels or websites, is only permitted with the prior consent of the rights holders. [Find out more](#)

Download PDF: 03.02.2026

ETH-Bibliothek Zürich, E-Periodica, <https://www.e-periodica.ch>

DER FOURIER

OFFIZIELLES ORGAN DES SCHWEIZ. FOURIERVERBANDES

Von der Marketenderei.

Von Oberst Stambach, K. K. der St. Gotthard-Besatzung.

Marketender (vom italienischen mercatante = Kaufmann, Händler) nennt man jene Personen, die bei Uebungen und im Felde die Truppe auf Wagen (Marketender- und Kantinenwagen) ständig begleiten und gegen Bezahlung jene Gegenstände, auch Nahrungs- und Genussmittel, liefern, die auf Märschen und an den Fronten schwer oder gar nicht zu erhalten sind.

Die Einrichtung der Marketendereien bestand schon im Altertum und im Mittelalter. Wenn etwas vom Altertum durch all' die Jahrhunderte hindurch bis zum heutigen Tag sich zu erhalten vermochte, so muss es wohl eine gute und nützliche, sogar eine unentbehrliche Einrichtung sein.

Eine zusammenfassende „Geschichte“ der Marketenderei besteht u. W. nicht. Sie wurde aus begreiflichen Gründen nie geschrieben, denn der wirtschaftliche Teil, der in der Kriegsgeschichte nur vereinzelt und andeutungsweise erwähnt wird, bot zu wenig Interesse, während die Marketenderei im Dienste der Spionage und im Dienste anderer Belange des Soldatenlebens von der Romanliteratur und in neuester Zeit auch vom Film in mehr oder weniger guter und glaubwürdiger Weise behandelt ist.

Im dreissigjährigen Kriege spielte die Marketenderei gelegentlich eine bedeutsame Rolle. Die bekannte Marketenderin aus der Geschichte, die Gustel von Blasewitz, die „heute da und morgen dort, wie einen der rauhe Kriegsbesen fegt und schüttelt von Ort zu Ort“ scheint weit in den Landen herum gekommen zu sein und muss es wohl verdient haben, wenn sie in Schiller's „Wallensteins Lager“ verewigt worden ist.

Es sei im Nachstehenden versucht, zu zeigen, welche Bedeutung die Marketenderei in den einzelnen Heeren vor, während und nach dem Kriege beigemessen wurde, wobei wir uns selbstverständlich auf den wirtschaftlichen Teil dieses Sondergebietes des „rückwärtigen Dienstes“ beschränken wollen.

Der Nachschub von Lebensmitteln, der sogenannte „biologische Bedarf“ genügt nicht, um eine Truppe bei gutem Mut zu erhalten. Der Soldat will die Möglichkeit haben, kleinere Bedarfsartikel, die zum täglichen Leben und zum Wohlbefinden gehören, käuflich zu erwerben. Die Notwendigkeit einer solchen Einrichtung bestand zu allen Zeiten und bei allen Heeren in gleicher Weise. Es ist deshalb auch gar nicht verwunderlich, wenn die Marketenderei in einzelnen Armeen zu einem besondern Zweig der Heeresverwaltung erhoben und im Interesse des Wohlbefindens des Soldaten gepflegt wurde. Aus besondern Gründen und in Anpassung an die Verhältnisse wurde die Marketenderei in einzelnen Ländern, so auch in der Schweiz, der privaten Initiative überlassen.