Zeitschrift: Allgemeine schweizerische Militärzeitung = Journal militaire suisse = Gazetta militare svizzera

Band: 20=40 (1874)

Heft: 24

Rubrik: Verschiedenes

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: 31.07.2025

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

Besoldung des aktiven Heeres ist im Allgemeinen reichlich bemessen und mit Rücksicht auf die Landesverhältnisse gut regulirt und verwaltet. (Presse.)

Verschiedenes.

— (Marketenderei.) In dem Aprilheft der Militärischen Blätter finden wir einen längern Artikel über das Marketenderwesen der preußischen Armee. Da diese Frage auch bei uns nicht erledigt ist, so wollen wir das Wesentlichste, was über die Frage gesagt wird, hervorheben. Wer die letzten Feldzüge mitgemacht hat, wird wissen, sagt der Verfasser, wie sehr die Marketenderei bei uns im Argen liegt und hinter den ähnlichen Einrichtungen anderer Armeen im Allgemeinen zurücksteht.

Zuvörderst würde die Frage zu beantworten sein: Ist der Marketender für die Truppen eine Nothwendigkeit, oder auch nur ein ungern entbehrtes Bedürfniß? Wir glauben, dies bejahen zu müssen. In diesem Falle aber muß die Marketenderei aufhören, ein höchstens geduldeter, nie gern gesehener Parasit des Heereskörpers zu sein; es muß ihr eine dienstlich scharf abgegrenzte Stellung angewiesen, mit einem Worte, sie muß militärisch organisirt werden.

Unsere bisherige Praxis war folgende. Man überließ es den Truppen, ob sie einen Marketender mit ins Feld nehmen wollten oder nicht, verpflichtete dieselben nur, dem Marketender eine Legitimation auszufertigen und unterstellte denselben der Disciplinarstrafgewalt des betreffenden Truppentheils. Dieser letztere forderte von dem sich als Marketender Meldenden in der Regel eine zu hinterlegende Caution, welche nicht selten der Compagnie-Chef dem Manne aus seiner Tasche vorstreckte, um nur überhaupt einen Marketender zu bekommen. War der Mann bemittelt, so brachte er Pferd und Wagen von Hause aus mit, wenn nicht, so stellte man ihm anheim, sich bald möglichst dergleichen zu verschaffen, was denn auch, namentlich in Feindes Land mit einer mindestens verdächtigen Schnelligkeit zu geschehen pflegte. Welche Vorräthe und auf welchem Wege er sie sich beschaffen wollte, wurde dem Marketender meistentheils überlassen, der Truppentheil kümmerte sich nicht darum; derselbe achtete allenfalls darauf, daß die Waaren genießbar und die Preise nicht übertrieben hohe waren, was zu controlliren oft seine Schwierigkeiten hatte. Wenn der Marketender seine Sache verstand und ehrlich war, so versorgte er die Truppen mit Allem, was Lieferung, Magazin- und Quartierverpflegung nicht zu geben vermag, aber den Leuten Bedürfniß ist, als Spirituosen, Butter, Käse, Wurst, Backwaare, Zucker, Taback, Cigarren ꝛc. Es hat Truppentheile gegeben, welche in dieser Weise während des ganzen Feldzuges gut und zu allseitiger Zufriedenheit bedient wurden; der Marketender betrieb sein Geschäft mit Umsicht, die Preise waren mäßige, beide Theile fanden ihre Rechnung. Diese Fälle aber rechnen leider zu den Ausnahmen. Die Regel war, daß der Marketender seiner Truppe sehr bald, besonders bei schnellen Märschen, von gar keinem Nutzen war, sondern derselben lediglich zur Last fiel und den Troß unnützer Weise vermehrte. Dazu kommt, daß ein erheblicher Bruchtheil dieser Individuen, der Hefe des Volkes entsprossen, sich zu diesem Posten drängte, weil er nichts zu verlieren hatte, aber im Geheimen hoffte, im Gefolge des Heeres im Trüben fischen zu können, und, ohne wählerisch in den Mitteln zu sein, ein schönes Stück Geld auf diese oder jene Weise zusammenzuschlagen. Wir gehen nicht zu weit, wenn wir diese Kategorie geradezu als professionirte Marodeurs und Spitzbuben vom reinsten Wasser bezeichnen, welche die im Kriege unvermeidlich sich einstellende Gesetz- und Regellosigkeit der civilen Verhältnisse auf dem Kriegsschauplatze sich zu Nutze machen, um, wie man zu sagen pflegt, ihr Schäfchen ins Trockne zu bringen. Dies Urtheil ist hart, aber leider wahr, wie Schreiber dieses, durch geradezu haarsträubende Beispiele belehrt, bezeugen kann. Plünderung, Erpressung, Mißhandlung friedlicher Landesbewohner sind Excesse, welche der besten Armee der Welt, wenn auch nur in vereinzelten Fällen, nicht ganz erspart bleiben. Abgesehen davon, daß der Krieg selbst der Rohheit und Verwilderung der Sitten entschieden Vorschub leistet, giebt es ja fast in jeder Truppe verworfene Subjecte von höchst zweifelhafter Moralität, welche, wenn nicht beaufsichtigt, ihre Raub- und Beutelust zu befriedigen bestrebt sind. Dergleichen gehörte, Gottlob, Dank der Manneszucht und dem Ehr- und Pflichtgefühl des deutschen Heeres, zu den seltensten Ausnahmen, ist aber in der Mehrzahl der zur Kenntniß gekommenen Fälle erwiesener Maßen auf Marketender und deren Anhang zurückzuführen. Ferner wird man nicht fehl greifen, wenn man behauptet, daß jenes lichtscheue Gesindel, welches von Schlachtfeldern unzertrennlich ist, Todte und Verwundete plündert und vor keinerlei Scheußlichkeit zurückschreckt (die sogenannten Hyänen des Schlachtfeldes), sich wesentlich aus diesen Subjecten recrutirt. Sie sind es, welche auch im letzten Kriege den guten Ruf der Armee oft genug schwer geschädigt und die Veranlassung gegeben haben, zu jenen gehässigen Verläumdungen, welche wir kurzweg als „Pendülengeschrei" bezeichnen können. Wir behaupten deshalb, „die Marketenderei, wie sie bisher betrieben wurde, ist ein offener Krebsschaden am Heereskörper, welcher wohl oder übel beseitigt werden muß."

Wir übergehen die Beweise, welche der Herr Verfasser anführt, und begnügen uns seine Vorschläge anzuführen: 1) Der Marketender ist nach Wahl des Compagnie- (Escadron-, Batterie-) Chefs aus Reih und Glied zu entnehmen; für je 2 Compagnieen wird 1 Marketender genügen. 2) Wagen und Pferd beschafft der Staat. Zu ersteren könnten, wenn Neubeschaffung zu kostspielig, die etwa noch vorhandenen Fahrzeuge der Kriegsbeute, besonders die sogenannten und vielfach als Packkarren benutzten fourgons verwendet werden. 3) Der Compagnie-Chef bestimmt Art und Preise der zu beschaffenden Vorräthe.

Geschichte. — Geographie.

Soeben erschien und wird auf frankirtes Verlangen gratis und franco zugesandt:

Catalog Nr. 59. Geschichte. Genealogie. Numismatik, Geographie und Reisen. Atlanten, Karten und Pläne. 2214 Nummern.

Wir erlauben uns, auf diesen reichhaltigen Catalog ganz besonders aufmerksam zu machen.

[H-3242-Z] **Schweizer. Antiquariat in Zürich.**

Verlag der **Deutschen Buchhandlung** in **Metz.**

Anleitung zur Anfertigung

von

Recognoscirungsberichten und Croquis.

Von **von Rüdgisch,**

Hauptmann und Lehrer an der Kriegsschule zu Metz.

Preis 16 Sgr.

Von der Kritik auf's Wärmste empfohlen!

Von demselben Verfasser erschien kürzlich:

Die Bergzeichnung auf Plänen.

Mit zahlreichen Figurentafeln.

Preis 1 Thlr. 15 Sgr.

Im Verlage von **E. S. Mittler & Sohn** in **Berlin** ist eben erschienen und bei **F. Schultheß** in **Zürich** zu haben:

Sedan.

Ein Vortrag,

gehalten in dem wissenschaftlichen Verein von Berlin

von

A. Helmuth,

Hauptmann im großen Generalstabe.

Mit 1 Karte.

Fr. 1. 35.