

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. 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. [Siehe Rechtliche Hinweise.](#)

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. [Voir Informations légales.](#)

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. [See Legal notice.](#)

Download PDF: 03.02.2025

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

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

Verchiedenes.

— (Marketenerei.) In dem Aprilheft der Militärischen Blätter finden wir einen längeren Artikel über das Marketenwesen 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 Marketenerei bei uns im Argen liegt und hinter den ähnlichen Einrichtungen anderer Armeen im Allgemeinen zurücksteht.

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

Unsere bisherige Praxis war folgende. Man überließ es den Truppen, ob sie einen Marketenerei mit ins Feld nehmen wollten oder nicht, verpflichtete dieselben nur, dem Marketenerei eine Legitimation auszufertigen und unterstellte denselben der Disziplinarstrafgewalt des betreffenden Truppentheils. Dieser letztere forderte von dem sich als Marketenerei Meldeuden in der Regel eine zu hinterlegende Caution, welche nicht selten der Compagnie-Chef dem Manne aus seiner Tasche vorstreckte, um nur überhaupt einen Marketenerei 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 Marketenerei meistens überlassen, der Truppentheil kümmerte sich nicht darum; derselbe achtete allenfalls darauf, daß die Waaren geneßbar und die Preise nicht übertrieben hohe waren, was zu kontrolliren oft seine Schwierigkeiten hatte. Wenn der Marketenerei 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 Bedürfnis ist, als Spirituosen, Butter, Käse, Wurst, Backwaare, Zucker, Taback, Cigarren etc. Es hat Truppentheile gegeben, welche in dieser Weise während des ganzen Feldzuges gut und zu allseitiger Zufriedenheit bedient wurden; der Marketenerei betrieb sein Geschäft mit Umsicht, die Preise waren mäßige, beste Theile fanden ihre Rechnung. Diese Fälle aber rechnen leider zu den Ausnahmen. Die Regel war, daß der Marketenerei seiner Truppe sehr bald, besonders bei schnellen Marschen, von gar keinem Nutzen war, sondern derselben lediglich zur Last fiel und den Troß unnüßiger 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 wahlfertig 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 Regellosgkeit der civilen Verhältnisse auf dem Kriegsschauplatz sich zu Ruhe machen, um, wie man zu sagen pflegt, ihr Geschäft ins Trockne zu bringen. Dies Urtheil ist hart, aber leider wahr, wie Schreiber dieses, durch geradezu haarsträubende Beispiele bezeugen kann. Plünderung, Erpressung, Mißhandlung treiblicher Landesbewohner sind Excesse, welche der besten Armee der Welt, wenn auch nur in vereinzelt Fällen, nicht ganz erspart bleiben. Abgesehen davon, daß der Krieg selbst der Nothwendigkeit und Verwilderung der Sitten entsetzlichen Vorschub leistet,

gibt es ja fast in jeder Truppe verworfene Subjecte von höchst zweifelhafter Moralität, welche, wenn nicht beaufsichtigt, ihre Raub- und Beuteluft 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 Marketenerei 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 rekrutirt. 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 Marketenerei, wie sie bisher betrieben wurde, ist ein offener Krebs Schaden 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 Marketenerei ist nach Wahl des Compagnie- (Escadron-, Batterie-) Chefs aus Ritz und Stieb zu entnehmen; für je 2 Compagnieen wird 1 Marketenerei genügen. 2) Wagen und Pferd beschafft der Staat. Zu ersteren könnten, wenn Neubeschaffung zu kostspielig, die etwa noch vorhandenen Fahrzeuge der Kriegsbente, besonders die sogenannten und vielfach als Packarren benutzten fourgons verwendet werden. 3) Der Compagnie-Chef bestimmt Art und Preise der zu beschaffenden Vorräthe.

Geschichte. — Geographie.

Eoeben 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

Reconnoissanceberichten und Croquis.

Von von **Hüdigisch**,

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 **G. 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

M. Helmuth,

Hauptmann im großen Generalstabe.

Mit 1 Karte.

Fr. 1. 35.