



Die wiedergegründete Schützenkompanie von Afing: Schützen und Marketenderin geben ein harmonisches Bild der alten Tschöggelberger Tracht.

Foto: Axel Heller, Sigrid

Schützinnen oder Marketenderinnen

In der Zeit der Napoleonischen Kriege organisierten sich die zum Kampf ausziehenden Schützen in Kompanien, die sich jeweils aus den Freiwilligen eines Ortes zusammensetzten. Als es nach dem Wiener Kongress und besonders nach der 1838 erfolgten Erbhuldigung an Kaiser Ferdinand I. zur Reorganisation des Schützenwesens in Schützenvereinen kam, wurde diese Ordnung zwar beibehalten, doch da die Schützen fortan einen irregulären Teil der österreichischen Armee bildeten, blieben Frauen aus dem Schützenvereinen weiterhin ausgeschlossen.



Zum hundertjährigen Bestehen (1796-1896) wurde die Musikkapelle Kastelruth neu eingekleidet. Die Postkarte von 1896 (im Trachtenarchiv H. Rizzolli) zeigt noch eine Trachtsituation, die erst im Juni 2012 durch die Arbeitsgruppe „Unsere Tracht“ verbessert werden konnte.

Sie finden sich lediglich als Ehrenjungfrauen, Fahnenpatinnen oder als Schankpersonal bei den zur Übung im Umgang mit der Waffe eingerichteten Schießständen. Gegen das Ende des 19. Jahrhunderts entstand, und dies nicht nur in Tirol, das Bedürfnis auch der weiblichen Bevölkerung, in den Schützenvereinen Mitglied zu werden. Hintergrund waren neue politische Ideen, die auch den Tiroler Raum mit Bozen erfassten: der Gedanke des Nationalstaates und das Zugehörigkeitsgefühl zum deutschen Volk führten gegen Ende des 19. Jahrhunderts nicht nur zu einem Wiederaufleben des in manchen Gegenden völlig darniederliegenden Trachtenwesens, sondern seit 1870 auch zur Neugründung zahlreicher Traditionsvereine in denen auch Frauen ihre Rolle zu spielen gedachten. Die daraus entstehende Diskussion um die Rolle der Frauen, insbesondere in den Schützenvereinen, wurde intensiv geführt und fand ihren Niederschlag in den einschlägigen Zeitschriften und Presseorganen. Sie schwankte von der Aufnahme der interessierten Frauen als Schützinnen bis hin zu Tendenzen, welche die Traditionsvereine den Männern vorbehalten wollten. Das Konzept der Marketenderin Schließlich entstand daraus das Konzept der Marketenderin. Der Begriff entstammt den romanischen Sprachen und leitet sich vom Wort für Händler ab. Gemeint waren damit Frauen und Männer, Marketenderinnen und Marketender, die innerhalb der frühneuzeitlichen Heere zum Tross gehörten und

eine ganze Reihe von Aufgaben für die kämpfende Truppe zu erledigen hatten. Im Vordergrund stand dabei die Versorgung der Soldaten und Kriegsknechte mit Lebensmitteln und Kleidung, aber auch die medizinische und hygienische Versorgung als Feldscher und Baderinnen. Die Heere der frühen Neuzeit, besonders während des Dreißigjährigen Krieges in Deutschland, wurden von einer größeren Anzahl von Frauen begleitet, die oft auch über eigene Wagen verfügten und sogar ihre Kinder dabei hatten. Je moderner jedoch die Armeen wurden, desto mehr wurde auch die Versorgung der Truppe und die Zusammensetzung des Trosses durch den Stab und die Offiziere organisiert und die Zivilisten verschwanden mehr und mehr aus den militärischen Unternehmungen.

Der Rückgriff auf diese Funktion der Marketenderin innerhalb des Trosses früherer Heere ermöglichte es seit den 1880 Jahren Frauen in trachtentragende Traditionsvereine, besonders bei den Schützen, zu integrieren. Sie erhielten damit eine neue Aufgabe, nämlich bei Umzügen und Aufmärschen ihre

männlichen Kameraden zu flankieren und durch ihre Tracht die Gruppe stimmig zu ergänzen.

MARKETENDERINNEN UND TRACHT

Gerade in Hinblick auf die Tracht stellen die Marketenderinnen allerdings eine besondere Herausforderung dar. Ihre historischen Vorbilder aus dem Spätmittelalter und der frühen Neuzeit waren weder in eine besondere Festtagstracht gekleidet, noch verfügten sie als Zivilisten im Tross über eine entsprechende Uniformierung. Seit ihrem Auftreten in der trachtentragenden Traditionsvereinen hat es sich daher durchgesetzt, dass ihre Tracht der der männlichen Kollegen in zeitlicher und geografischer Hinsicht angepasst wurde. Sie ist in der Regel ebenso ortstypisch wie die der Männer und auch der gleichen Epoche zuzuordnen.

Dies bedeutet, dass etwa bei den Schützenkompanien und Musikkapellen, die sich für das Tragen der ortstypischen frühen Tracht mit Lederhose und Scheibenhut entscheiden, die Frauen eine Schnürmiedertracht wählen und nicht die spätere Tücheltracht. Bei Trachtenberatungen, wie sie die Arbeitsgruppe „Unsere Tracht“ seit Jahren im ganzen Tiroler Raum zwischen Kufstein und Ala durchführt, wurde stets ganz genau auf diesen Umstand geachtet.

MARKETENDERINNEN IN DEN MUSIKKAPELLEN

Nicht vergessen werden darf der Umstand, dass es heute nicht nur bei den Schützenkompanien, sondern auch bei anderen trachtentragenden Traditionsvereinen, vornehmlich den Musikkapellen, Marketenderinnen gibt. Hier kommt es in der Regel auch trachtenmäßig zur Unterscheidung zwischen Marketenderinnen und

den weiblichen Musikantinnen, die in manchen Kapellen früher die Männertracht trugen.

Auch wenn in der Reihe der Veröffentlichungen des Südtiroler Landesarchivs ein von Siglinde Clementi herausgegebenes Buch jüngst die Geschichte der Marketenderinnen und die Rolle der Frauen in den Traditionsvereinen behandelt, bleiben manche Gebiete unbearbeitet. So fehlt bislang eine Darstellung der Marketenderinnen und Musikantinnen bei den Musikkapellen, obwohl diese seit 1863 nachweisbar sind. Damals gab es den großen Festzug anlässlich der 500-Jahrfeier Tirols zu Habsburg, wo man die Marketenderinnen bereits mit Schnapsfäßchen und blumengeschmückten Büffelhörnern ausstattete. Oft bietet die Anzahl der paarweise auftretenden Marketenderinnen in den Musikkapellen die Möglichkeit, mehrere Varianten der Frauentrachten zu zeigen. Auch dieser Aspekt wird genauso wie die komplexe Thematik

rund um deren bekleidungs- und trachtengeschichtliche Entwicklung der Frauen in den Traditionsvereinen in den bisherigen Veröffentlichungen ausgeklammert. Dies muss offensichtlich künftigen Arbeiten vorbehalten bleiben.



Foto: Musikkapelle Kastelruth

Auch in Tracht unterscheiden sich die Musikantinnen der Musikkapelle Kastelruth von den Marketenderinnen.



Foto: Musikkapelle Kastelruth

Die Kleidung der Marketenderinnen der Musikkapelle Kastelruth entspricht seit 2012 genau dem historischen Vorbild der Frauentracht in diesem Gebiet.



Diesen Artikel hat Univ.-H.Prof. Doz. DDr. Helmut Rizzolli, Präsident der Stiftung Bozner Schlösser für Sie verfasst.