18

Bund der Tiroler Schützenkompanien

6020 Innsbruck, Brixnerstrasse 2, Tel. 0512/566610, kanzlei@tiroler-schuetzen.at

Richtlinien für Marketenderinnen im Bund der Tiroler Schützenkompanien

Stand 12/2013

INHALTSVERZEICHNIS

1. Bund der Tiroler Schützenkompanien

1.1 Beschreibung der Organisation

2. Geschichte

2.1 Allgemein

3. Vielfalt der Frauentracht

3.1 Allgemein

4. Allgemeine Informationen zur Tracht

4.1 Allgemeine Richtlinien zum Tragen der Tracht

4.1.1 Der Hut

4.1.2 Die Trachtenbluse

4.1.3 Stutzen, Strümpfe

4.1.4 Die Schuhe

4.1.5 Das Schnüren des vorhandenen Brustlatzes

4.1.6 Die Schürze/ die Masche der Schürzenbänder

4.1.7 Der schwarze Flor/ Tüchl

4.1.8 Haare, Schmuck

5. Mitgliedschaft und Aufgabe der Marketenderin

5.1 Allgemein

5.2 Funktionen der Marketenderin in der Schützenkompanie

5.3 Heilige Messe

5.4 Kommandos

5.5 Schnapsausschank

6. Jungmarketenderinnen

6.1 Jugendschutzgesetz – Schnapsverkauf

6.2 Tragen der Tracht

7. Auszeichnungen für Marketenderinnen

7.1 Allgemein

7.2 Beschreibungen und das Tragen der Auszeichnungen

1. Bund der Tiroler Schützenkompanien

1.1 Beschreibung der Organisation

Das Bundesland Tirol gliedert sich in die Viertel Oberland, Viertel Tirol-Mitte, Viertel Unterland und Viertel Osttirol. Der Bund der Tiroler Schützenkompanien umfasst insgesamt 26 Bataillone denen 234 Schützenkompanien untergeordnet sind.

Am 17. September 1995 wurden in Innsbruck die Schützenbünde des historischen Tirols (Nordtirol, Osttirol, Südtirol, Welschtirol) zusammengeschlossen und in Form einer Dachorganisation besiegelt. Am 26. November 2011 wurde der GTSB in den neuen Verband der „Tiroler Schützen" übergeführt, um mit der erneuerten Struktur die Zusammenarbeit weiter zu stärken und künftigen Herausforderungen besser begegnen zu können.

Die Bundesleitung ist das oberste Leitungsgremium im Bund der Tiroler Schützenkompanien.

Ihre Mitglieder, mit Ausnahme des Landesschützenkuraten und der Viertelkommandanten, werden von der Bundesversammlung alle 3 Jahre gewählt.

Der Landesschützenkurat wird gebeten, diese Funktion wahrzunehmen. Die Viertelkommandanten werden jeweils in den Viertelversammlungen gewählt und haben dadurch Sitz und Stimme in der Bundesleitung.

Den Vorsitz führt der Landeskommandant.

Bundesleitung 2011 - 2014

Landeskommandant:	Mjr. Mag. Fritz Tiefenthaler
Landeskommandant Stv.:	Mjr. Stephan Zangerl
Bundesgeschäftsführer:	Mjr. Kurt Mayr
Bundesgeschäftsführer Stv.:	Mjr. Walter Flory
Bundesschriftführer:	Mjr. Thomas Putz
Bundeskassier:	Mjr. Paul Hauser
Viertelkommandant Unterland:	Mjr. Johann Steiner
Viertelkommandant Oberland:	Mjr. Fritz Gastl
Viertelkommandant Tirol Mitte:	Mjr. Christian Meischl
Viertelkommandant Osttirol:	Mjr. Josef Außersteiner

Bundesbildungsoffizier:	Mjr. Mag. Hartwig Röck
Bundespressereferent:	Mjr. Erwin Zangerl
Landesjungschützenbetreuer:	Mjr. Patric Niederbacher
Bundeswaffenmeister:	Mjr. Hans Eller
Landeskurat:	Msgr. Josef Haselwanner
Bundesmarketenderin:	Johanna Kob

Bundesausschuss

Der Bundesausschuss im Bund der Tiroler Schützenkompanien trifft alle grundlegenden Entscheidungen und bereitet inhaltlich die Bundesversammlung, bei der alle Kompanien vertreten sind, vor. Der Bundesausschuss besteht aus den Ehrenmitgliedern des Bundes, der Bundesleitung, den Regiments-, Bezirks- und Bataillonskommandanten, den Delegierten der Bataillone und Talschaften, sowie den Vertretern der Jungschützen- und Marketenderinnen.

2. Geschichte des Landes Tirol

2.1 Allgemein

Starke Frauen hat es in Tirol immer schon gegeben, nur wenige sind allerdings historisch in Erscheinung getreten. Dies liegt in erster Linie an den historischen und gesellschaftlichen Rahmenbedingungen.

Ihre Bedeutung im Werden unseres Landes, im Aufbau und in der Verteidigung von Tirol lag nur in wenigen Einzelfällen in militärisch-operativen Aufgaben, sondern hauptsächlich in verlässlicher Arbeit im Hintergrund, im zähen Ringen um Familie und Hof, wie es eben in der Vergangenheit den Frauen zugedacht war. Tausende Frauen haben in allen Kriegen und Konflikten in ganz anderer Weise ihre Wehrhaftigkeit bewiesen. Frauen haben als tragende Säule unserer Gesellschaft einen festen Platz im Tiroler Schützenwesen, heute mehr als jemals zuvor.

3. Vielfalt der Frauentracht

3.1 Allgemein

Alle wesentlichen Teile unserer historischen Tracht sind um 1600 aus der modischen Kleidung in die bäuerliche Tracht übernommen worden.

Die einzelnen Talschaften und Bataillone fangen an sich voneinander zu unterscheiden. Ihren Höhepunkt erreicht die Tracht in der Barockzeit. In ihrem Ursprung gehen unsere Miedertrachten auf diese Zeit zurück.

Gerade im 20. Jahrhundert hat man versucht, die historisch, schweren Trachten tragbar zu machen. Dabei wurde auf eine sanfte Erneuerung Wert gelegt. Wobei das Gesamtbild nicht verändert wurde.

Die Tracht ist ein wichtiger Ausdruck unserer Kultur der Völker. Sie wurde früher tagtäglich von unserer vornehmlich bäuerlichen Bevölkerung getragen. Bedingt durch den gesellschaftlichen und wirtschaftlichen Wandel, ist sie aber aus unserem täglichen Leben verschwunden. Heute sind es vor allem die Traditionsvereine, die uns die Vielfalt der Trachten zu besonderen Anlässen, zu Auge führen.

Die Tracht schafft in unserer heutigen Globalisierung, Gemeinschaft und Zusammengehörigkeitsgefühl.

4. Allgemeine Informationen zur Tracht

Die Bezeichnung „Tracht" leitet sich von „tragen" ab und man verstand im Allgemeinen darunter die Alltagskleidung. Erst im 18. Jahrhundert sollten die schmuckvollen Festtagsgewänder, heute werden sie als Tiroler „Tracht (en)" bezeichnet, entstehen.

Aufgrund der Entwicklungsgeschichte des Tiroler Kleidungsverhaltens, konnte man politische, soziale und wirtschaftliche Gegebenheiten und Veränderungen differenzieren. So trugen Bauern, Bürger und Edelmänner unterschiedliche Gewänder, die ihren sozialen Status nach außen zeigten. Die bäuerliche Bevölkerung verwendete einfache Materialien, wie Woll- oder Lodenstoffe. Diese wurden entweder selbst hergestellt oder man konnte sich das Material leisten.

Wobei Bürger und auch Edelmänner ihre eigene Mode „kreierten", die sich ständig veränderte. Es wurden auch teure und importierte Stoffe, mit reichhaltigem Schmuckzierrat, verwendet.

4.1 Allgemeine Richtlinien zum Tragen der Tracht

Die Marketenderin achtet insgesamt auf ein gepflegtes Äusseres. Die Tracht ist in jedem Fall sauber zu halten. Vor jeder Ausrückung muss die Tracht zeitgerecht auf Flecken und/oder Reparaturen kontrolliert werden.

Die beste Pflege der Tracht ist Sauberkeit und Schonung. Gutes Lüften und Trocknen an der frischen Luft wird empfohlen. Nur nach guter Trocknung kann die Tracht in den Schrank gehängt werden.

4.1.1 Der Hut

Der Hut sitzt dann perfekt am Frauenkopf, wenn er waagrecht und etwas in die Stirn gedrückt ist. Der Hut sollte auf keinen Fall am Hinterkopf "kleben".

Die Hutbänder werden in vielen Orten unter dem Kinn zusammen gebunden oder hinter dem Nacken gebunden. Allerdings gibt es auch Hüte ohne Hutbänder.

4.1.2 Die Trachtenbluse

Die Trachtenblusen der Festtagstrachten bestehen aus Leinen, es ist schöner, zweckmäßiger und ein gesundes Material. Auch können Baumwoll- und Kunststofffasern in Leinenbindung verwendet werden, die gut waschbar und schön weiß sein sollten. An dem Halsausschnitt und den Ärmelrändern sind Spitzen angeendelt, die je nach Anlass breiter oder schmäler sind. Wenn es möglich ist, werden handgeknöppelte Spitzen aus reinem Leinengarn angenäht. Denn eine schöne Spitze veredelt den Gesamteindruck.

Die Ärmel der Trachtenbluse sind in Tirol, die schon bekannten und beliebten Schiebeärmel. Diese sind als lange oder 3/4 Ärmel gearbeitet und können über den Ellenbogen hinaufgeschoben werden. Zudem dass er edel in der Wirkung ist, hat die Trägerin damit auch eine volle Bewegungsfreiheit und ist so angenehm zum Tragen.

Nach dem Waschen müssen die Spitzen leicht gestärkt und sehr sorgfältig gebügelt werden.

4.1.3 Stutzen, Strümpfe

Abhängig von den örtlichen Bestimmungen zur Tracht, haben die Stutzen ihre Farben oder es werden schwarze Strümpfe aus Seide getragen.

Ansonsten sind die Stutzen zur Frauentracht schön weiß. Handgestrickte Stutzen nach alten Mustern sind den modischen Stutzen vor zu ziehen.

4.1.4 Die Schuhe

Sollte es für eine Gegend einen ganz bestimmten Trachtenschuh geben, so muss man sich selbstverständlich an das typische Muster halten. Der Trachtenschuh muss zur ortsüblichen Tracht passen und sie harmonisch ergänzen.

Ansonsten gelten folgende Richtlinien:

Zur Frauentracht passen ausgeschnittene Halbschuhe, die vorne mit einer schönen Trachtenschnalle verziert sind. So ist der Trachtenschuh zur Frauentracht eher flach. Der Absatz sollte breit sein und eine Höhe von 2,5 cm nicht überschreiten.

Gänzlich ungeeignet sind modische Schuhe zur Frauentracht. Jungmarketenderinnen oder Marketenderinnen welche keine Trachtenschuhe besitzen, sollten einfache, schwarze Schuhe mit flachem Absatz tragen.

4.1.5 Das Schnüren des vorhandenen Brustlatzes

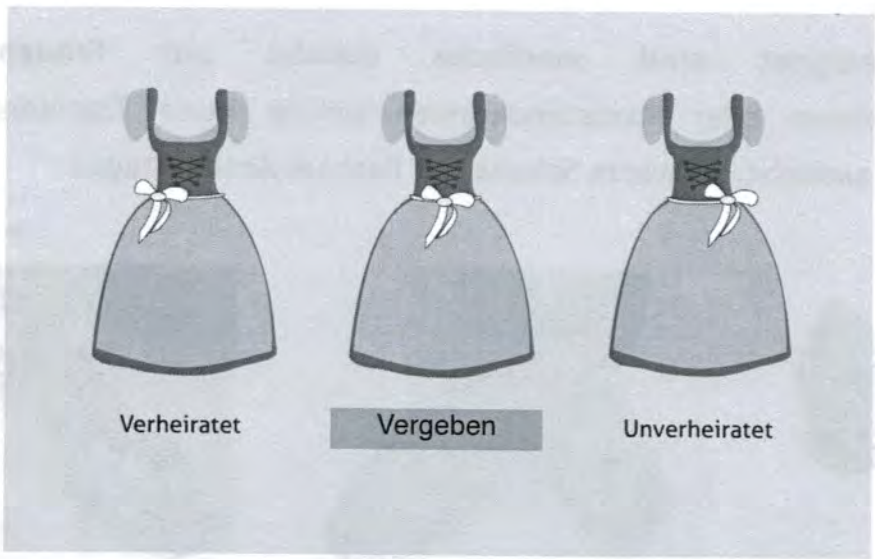
Der Brustlatz der Frauentracht muss gut sitzen. Er wird links und rechts, in kleinen Häkchen, versteckt eingehängt. Das entsprechend farbige Band wird von oben nach unten geschnürt. Das rote Band wird oben links eingehängt und schnürt nun nach rechts und wieder nach links.

In Tirol sind die Schnürbänder meistens rot. Goldschnur oder ähnliches wird nicht genommen.

4.1.6 Die Schürze/ die Masche der Schürzenbänder

Die Schürze sollte ungefähr 3-4 cm kürzer sein als der Rock. Sie soll in Farbe und Material gut auf die Tracht abgestimmt sein. Zu manchen Trachten wird ein Baumwollschurz getragen, auch Seide und Wolle und auch gute Kunstfaserstoffe werden passend zum Leibkittel gewählt. Je festlicher der Anlass ist, desto schöner und wertvoller ist auch der Schürzenstoff.

Die Schürzenbänder werden je nach Familienstand, vorne in der Mitte oder auf der linken Seite gebunden.



4.1.7 Der schwarze Flor/ Tüchl

Der schwarze Flor (auch Trauerflor genannt) ist ein schwarzes Seidentuch welches in Falten gelegt wird. Zur Tracht wird dieses um den Hals gelegt, vorne mit einem Eisenring, Glücksring, Hirschknopf, geflochtenes Holzringerl, verkreuzt. Die Enden des schwarzen Flors werden je nach Gegend von aussen nach innen oder einfach von aussen unter der Achsel in das Mieder geschlagen.

Zu manchen Trachten wird ein Tüchl oder das Übertuch getragen.

4.1.8 Haare, Schmuck

"Kein Härchen soll die Tracht berühren", so meinten die Generationen unserer Großeltern.
So gehören die Haare zur Tracht immer aufgesteckt, gezöpft oder im Nacken zu einem Zopf zusammengebunden. Denn die Haare dürfen nicht ins Gesicht fallen.

Die Tracht ist im Grunde genommen Schmuck genug.

So ist zur Tracht der passende Trachtenschmuck zu wählen. Dieser wird in den meisten Fällen von der Schützenkompanie finanziert oder gar von Großeltern oder Eltern an die Marketenderinnen vererbt. Sollte man nicht im Besitz eines Trachtenschmuckes sein, so werden schlichte Ausführungen an Schmuck gewählt oder es wird keinerlei Ohren, Hals oder Armschmuck getragen.

Auffallende Schminke, grelle Nagellacke und Modeschmuck (große Ohrringe, Halsketten, übergroße Armbanduhren oder viele Ringe und Armbänder) sind unpassend und sollten vermieden werden.

Hinsichtlich Make-up, Lippenstift und Fingernageldesign, gilt es ebenfalls in Farbe und Ausführung dezent und zurückhaltend zu bleiben. Bunte Bemalungen und auffällige Farben sind unpassend in der Funktion als Marketenderin.

5. Die Mitgliedschaft und Aufgaben der Marketenderin

5.1 Allgemein

Der Begriff "Marketenderin" kommt aus dem mittelalterlichen Militärwesen. Ein Marketender (lat. Mercator - Handelsmann, Kaufmann, Händler) war ein Händler, der in einem Tross die Truppen begleitete, mit Lebensmittel verpflegte und die Verwundeten medizinisch versorgte.
Marketenderinnen sind keine Einrichtung der Tiroler Landesverteidigung, sondern wurden mit Aufschwung der Trachtenschützen in der 2. Hälfte des 19 Jahrhunderts eingeführt.

Marketenderin zu sein, ist die häufigste und bekannteste Funktion von Frauen im Schützenwesen. Es ist dies eine ehrenvolle Aufgabe, die jedoch mit einem hohen Maß an Verantwortung und mit bestimmten Erfordernissen verbunden ist.
Die Marketenderinnen bilden mit dem Hauptmann und mit den weiteren Offizieren den Kopf jeder Kompanie. Es sind daher alle Augen auf sie gerichtet und so ist es unbedingt notwendig auf ihr Äußeres zu achten.

Frauen haben als tragende Säule unserer Gesellschaft einen festen Platz im Tiroler Schützenwesen, heute mehr als jemals zuvor. Dies ist keine neue Erkenntnis, das war immer so. Da es aber zu einer Selbstverständlichkeit geworden ist, wurde nicht viel darüber geredet oder geschrieben und ist mancherorts und zu mancher Zeit in Vergessenheit geraten. Seit jeher sind Frauen - meist eben Lebenspartnerinnen, Ehefrauen oder Mütter von Schützen - und Marketenderinnen ein unverzichtbarer Teil des Schützenwesens, meist unbeachtet und vielfach nicht bedankt.
Der Respekt vor den Traditionen gebietet uns, diese auch laufend in Erinnerung zu rufen, lokale bis landesweite Gegebenheiten zu hinterfragen und gelegentlich zu unterstützen und aufzuklären. Nicht alles beruht auf Traditionen, sondern gelegentlich auch einmal auf Eitelkeiten von Einzelpersonen.

Darüber hinaus sind wir aufgerufen, gesellschaftlichen Veränderungen Rechnung zu tragen, Orientierung zu geben und Leitlinien von Zeit zu Zeit neu zu formulieren. Dies bedeutet keine Abkehr von Tradition, sondern viel mehr eine Rückbesinnung auf die Ursprünge, auf das Wahre und in Folge die Stärkung des Schützenwesens.

5.2 Funktionen der Marketenderin in der Schützenkompanie

Eine Kompanie kann jederzeit und im eigenen Ermessen weibliche Personen als ordentliche Mitglieder in die Kompanie aufnehmen. Zur Ausübung der Funktion einer Marketenderin ist der Stand "Ledig sein" keine Voraussetzung mehr. Dies entspricht zwar vielfach der gängigen Praxis bei der Bestellung, wurde in den Statuen geändert. Fahnenpatinnen oder andere weibliche Ehrenmitglieder, wie auch Marketenderinnen können ebenfalls auch ordentliche Mitglieder der Kompanie sein und in der Folge auch nichtmilitärische Funktionen in der Kompanie (Obfrau, Kassierin, Schriftführerin, Jungschützenbetreuerin, Trachtenwart, Waffenwart usw.) ausüben. Darüber hinaus kann ebenso das Internet, die Öffentlichkeitsarbeit, das Jungschützenwesen und einiges mehr von Marketenderinnen übernommen, mitgestaltet und bekleidet werden. Das Bekleiden eines militärischen Ranges ist jedoch ausgeschlossen.

Somit haben sich die Aufgabenbereiche und die Verantwortung einer Marketenderin wesentlich vermehrt und sind zudem sehr vielfältig geworden. Von der Zierde des Hauptmanns bis hin zur Betreuung der Jungschützen reicht die Palette der unverzichtbaren Leistungen der Marketenderinnen.

5.3 Heilige Messe

Wie alle Schützen haben auch die Marketenderinnen der Messfeier mit nötiger Andacht beizuwohnen.

5.4 Kommandos

Beim Kommando "Habt Acht!" (zum Beispiel beim Abspielen der Landeshymne) stehen die Marketenderinnen - selbst wie die Schützen - gerade und der Kopf ist nach vorne gerichtet.

Marketenderinnen salutieren nicht. Somit gelten die Kommandos "Zum Gebet!", "Knie nieder zum Gebet!" oder "Salutiert" für die Marketenderin nicht. Ansonsten gelten für das Marschieren dieselben Regelungen der Exerziervorschrift wie bei den Schützen. Bei der Defilierung blicken die Marketenderinnen zur Ehrentribüne. Das Winken oder das Schwenken des Schnapsfasses (Schnapspanzele) gilt als unpassend und ist somit zu unterlassen.

5.5 Schnapsausschank

Während der Heiligen Messe wird das Ausgeben von Schnaps ausnahmslos und ausdrücklich untersagt.

Vom Schnapsausschenken ist im Rahmen von Empfängen vor einer Heiligen Messe abzusehen. Das traditionelle "Begrüßungsschnapserl" wird erst nach der Messe gereicht. Dies gilt insbesondere auch für die Ausgabe von Schnaps an Kameraden aus den eigenen Reihen.

6. Jungmarketenderinnen

6.1 Jugendschutzgesetz - Schnapsverkauf

Das Tiroler Jugendschutzgesetz besagt, dass Kinder und Jugendliche bis zum vollendeten 16. Lebensjahr alkoholische Getränke weder erwerben noch konsumieren dürfen, dies gilt auch ab dem 16. Lebensjahr für gebrannte alkoholische Getränke bzw. Mischungen.
Marketenderinnen unter 18 Jahren dürfen daher keinen Schnaps ausschenken. Die Abgabe von Schnaps hat eine Marketenderin mit vollendetem 18. Lebensjahr und mehr zu übernehmen. Die Jungmarketenderin kann sie begleiten und so das Kassieren und das Reinigen der Stamperlen oder Becher übernehmen. Dies ist jedoch erst ab dem vollendeten 14. Lebensjahr möglich. In einem solchen Fall übernimmt die Marketenderin mit vollendetem 18. Lebensjahr und mehr die Verantwortung, auch für die Einhaltung der Jugendschutzbestimmungen.

Mädchen fallen bis zum 18. Lebensjahr unter das Statut des Jungschützenwesens, haben aber ab dem 16. Lebensjahr das volle aktive und passive Wahlrecht in der Kompanie.

6.2 Tragen der Tracht

Das Tragen und Pflegen der Tracht für Jungmarketenderinnen ist im selben Ausmaß zu behandeln wie bei den Marketenderinnen. (siehe Kapitel 4)

Zusammen mit dem jeweiligen Jungschützenbetreuer kann die Marketenderin hier eine unterstützende Funktion einnehmen, in der sie Jungmarketenderinnen im "richtigen" Tragen der Tracht begleitet.

7. Auszeichnungen für Marketenderinnen

7.1 Allgemein

Im Allgemeinen werden im Bund der Tiroler Schützenkompanien drei Arten von Auszeichnungen unterschieden.

Einerseits gibt es Langjährigkeitsmedaillen, welche für ein jahrelanges Mitwirken am Vereinsleben verliehen werden. Andererseits gibt es die Verdienstmedaille, welche sich dadurch unterscheidet, dass diese nichts mit den Jahren der man einer Kompanie angehörig ist, zu tun hat, sondern vielmehr damit, in welchem Ausmaß man sich aktiv am Vereinsleben und an der Erhaltung der Tradition beteiligt.

So wie alle ordentlichen Mitglieder können Frauen, die Marketenderinnen in den Schützenkompanien, alle Auszeichnungen des Bundes, der Viertel, der Regimente, der Bataillone (Talschaften) und der Kompanien verliehen werden. Nicht jedoch der Ehrenkranz des Bundes, denn diese hohe Auszeichnung ist Nicht-Mitgliedern, welche sich um das Schützenwesen kümmern und bemühen, vorbehalten.

Jungschützenmarketenderinnen können das Schießleistungsabzeichen in Gold, Silber oder Bronze erzielen.

Die Marketenderinnen können die Schützenschnur - in Gold, Silber oder Grün - je nach eigener Schießleistung erzielen.

7.2 Beschreibungen und das Tragen der Auszeichnungen

7.2.1 Katharina-Lanz-Medaille (Marketenderinnen-Verdienstzeichen)

(1) Zweck der Auszeichnung:

Die Grundlage einer Verleihung bilden ausschließlich die erworbenen Verdienste einer Marketenderin. Eine Mindestdienstzeit von 7 Jahren ist Voraussetzung für die Verleihung. Bei zusätzlichen Tätigkeiten über die Kompanie hinaus (z.B. Bataillons-, Talschafts- oder Viertelmarketenderin) werden diese Zeiten in gleichem Maß angerechnet. Zeiten als Jungmarketenderin bis zum vollendeten 15. Lebensjahr werden für diese Zeiterfassung nicht berücksichtigt. Die Entscheidung über eine Eingabe obliegt dem zuständigen Ausschuss. Die Verleihung hat durch den Landeskommandanten oder einem von ihm bestellten Vertreter in würdiger Form zu erfolgen.

(2) Der Antrag auf Verleihung der Auszeichnung ist in entsprechender Weise ausführlich zu begründen (Dienstzeiten, besondere Verdienste usw.).

(3) Die Trägerinnen des Verdienstzeichens sind darauf hinzuweisen, dass das Tragen dieser Auszeichnung auch nach dem Ausscheiden aus der Kompanie zu besonderen Anlässen wie Prozessionen, Schützenfesten und dergleichen auf der privaten Tracht oder dem Festtagskleid nicht nur möglich, sondern erwünscht ist, um eine weiterhin bestehende Verbundenheit mit dem Tiroler Schützenwesen zu dokumentieren.

7.2.2 Langjährigkeitsmedaillen

„Pater-Haspinger-Medaille“ in Bronze für 15-jährige aktive Tätigkeit auf dem Gebiet des Tiroler Schützenwesens

"Joseph-Speckbacher-Medaille“ in Silber für 25-jährige aktive Tätigkeit auf dem Gebiet des Tiroler Schützenwesens.

„Andreas-Hofer-Medaille“ in Gold für 40- und noch längere aktive Tätigkeit auf dem Gebiet des Tiroler Schützenwesens.

Langjährigkeitsmedaillen sind an der Jacke des Schützens und der Marketenderin – auf der linken Seite – anzubringen.

7.2.3 Schützenschnur

Beim jeweiligen Schießwettbewerb in der Kompanie oder des Bataillons kann die Schnur in Gold, Silber oder Grün erworben werden. Die erforderlichen Ringzahlen findet man in der Grünen Mappe unter der Schießordnung.

Die Schützenschnur ist auf der Jacke des Schützens und der Marketenderin – an der linken Schulter, mit einem Knopf – zu befestigen.