

Als die Strümper Frauen Geschichte schrieben

Von [Anna Kirsten](#)

17.04.2026



1956 nahmen die Marketenderinnen erstmals am Strümper Schützenzug teil.
Foto: Heimat- und Schützenverein Strümp

1956 liefen erstmals Frauen im Strümper Schützenzug mit – als „schmückendes Beiwerk“. 70 Jahre später haben sie den Heimat- und Schützenverein verändert. Zum Jubiläum blicken die Marketenderinnen zurück.

Als die Marketenderinnen 1956 das erste Mal den Strümper Schützenzug begleiteten, ahnte wohl niemand, dass die Frauen einmal Geschichte schreiben würden. Denn was als „schmückendes Beiwerk“ im Umzug begann, ist inzwischen eine eigene Kompanie im Heimat- und Schützenverein (HSV) Strümp 1865. 2017 waren sie die ersten Frauen, die als Mitglieder im Verein aufgenommen wurden. 2018 stellten sie sogar die Schützenkönigin – die erste überhaupt in Meerbusch. All das wäre ohne die Gemeinschaft der Frauen und die ersten Marketenderinnen der 50er-Jahre nicht möglich gewesen.

Auf diese 70 Jahre blickten nun die Kompanie und viele Schützenbrüder und -schwestern bei einer Jubiläumsfeier zurück. „Wir sind sehr stolz, dass die Tradition schon so lange besteht und sich so eine Gemeinschaft gefestigt hat“, sagt Ricarda Roßbruch, die Kompanieführerin der Marketenderinnen. Denn als 1956 das erste Mal Frauen im Zug als Marketenderinnen mitliefen, war von einer eingeschworenen Gruppe noch keine Rede. Ausgerechnet ein Mann – das langjährige Vorstandsmitglied Ernst Kerp – hatte die Tradition gestartet.

INFO Die Tradition der Marketenderinnen

Früher Marketenderinnen haben früher – vor allem im Mittelalter – das Heer bei Kriegen oder Manövern begleitet. Sie waren für das leibliche Wohl und die medizinische Versorgung der Truppe zuständig. Der Begriff leitet sich vom italienischen „mercatante“, dem Händler, ab.

Heute Diese Rolle spiegelt sich bis heute in der Tracht der Strümper Marketenderinnen wieder: Sie tragen eine mittelalterlich anmutende Tracht aus Rock, Bluse und Mieder. Zur Versorgung der Schützen haben sie Likör dabei, verrät Kompanieführerin Ricarda Roßbruch. Die Körbe mit Blumen, die sie tragen, seien Deko.

Seitdem sind bei jedem Schützenfest Frauen als Marketenderinnen mitgelaufen. Die mussten aber jedes Mal neu zusammengetrommelt werden. Lange hatte Familie Leiers diese Aufgabe übernommen, seit 25 Jahren ist Ricarda Roßbruch dafür verantwortlich.

Roßbruch selbst war erstmals im Alter von 12 oder 13 Jahren Marketenderin, erinnert sie sich. Seitdem ist die 60-Jährige jedes Mal im Zug mitgelaufen. „Über die Jahre hat sich einiges geändert. Wir haben viel zusammen erlebt und sind immer mehr zu einer Gruppe zusammengewachsen“, sagt Roßbruch. In den vergangenen 15 Jahren habe sich dann eine festere Gruppe gebildet, die sich auch abseits der Schützenparade trifft. Aktuell seien 18 Marketenderinnen in der Kompanie, die Altersspanne reiche von vier bis 83 Jahren. Teils seien heute auch die Töchter oder Enkelinnen früherer Marketenderinnen dabei.

Die Frauen verbinde die Heimatverbundenheit mit Strümp und der Spaß am Schützenwesen, sagt Roßbruch. Meist seien auch die Männer der Marketenderinnen im Schützenverein. „Mehr als Hemden bügeln oder danebensitzen war für Frauen lange Zeit nicht drin“, erinnert sie sich. „Wir wollten aber mehr und nicht nur den Sonntagszug laufen“, sagt Roßbruch.



70 Jahre später feierten die Marketenderinnen ihr Jubiläum mit der Kompanie sowie den Schützenbrüdern und -schwestern. Foto: Ricarda Roßbruch

Dieser Wunsch kam jedoch nicht überall gut an. „Die Männer haben sich lange gesträubt“, sagt Roßbruch. 2016 hatten anonyme Anrufer kurz vor der Schützenparade die Pferde der Marketenderinnen abbestellt. Auf den letzten Drücker konnten noch Ersatzpferde organisiert werden. Der damalige Schützenpräsident Karl-Heinz-Rütten verurteilte die Sabotage und brachte erneut die Idee einer Aufnahme der Frauen in den Verein ins Spiel. „In diesem Sinne hatte der Vorfall auch etwas Gutes. Bei vielen Männern gab es dann ein Umdenken“, sagt Roßbruch.

Seit 2017 sind die Marketenderinnen eine Kompanie und Mitglieder des HSV – mit allen Rechten und Pflichten. So dürfen sie um die Königswürde schießen, was Königin Sabine Scheffler 2018 auf Anhieb gelang. Die Marketenderinnen küren alle zwei Jahre eine eigene Kompaniekönigin – aktuell ist das Ricarda Roßbruch – und nehmen an den Schützentraktionen wie dem Fackelumzug oder dem Maifest teil. Auch das Straßenschmücken ist seit nun neun Jahren eine ihrer Aufgaben.

Manch ein Schütze sei bis heute noch kein Fan der Frauenkompanie. Die Stimmung habe sich insgesamt aber geändert, gerade in den vergangenen fünf Jahren, berichtet Roßbruch. Inzwischen seien auch Frauen im Vorstand, seit 2024 gibt es mit den Schützenmadls die zweite Frauenkompanie im HSV. „Das ist wirklich eine Bereicherung“, findet die Marketenderin. Die Schützenmadls seien vor allem junge Frauen, die noch einmal „frischen Wind und mehr Akzeptanz“ mitgebracht hätten.

Dass sich die Tradition der Strümpfer Marketenderinnen seit nun 70 Jahren hält, ist keine Selbstverständlichkeit, weiß Roßbruch. Dass sie weiter bestehen bleibt, das erklärte Ziel der Frauen.