

Pressemappe: Agrar-PR

12.11.2021 | 12:18:00 | ID: 31497 | Ressort: [Ernährung](#) | [Fleisch & Wurst](#)

## Gänsebraten am Martinstag: lieber vom Bauernhof oder aus dem Discounter?

**Frankfurt** (Agrar-PR) - Gans am Martinstag zu essen ist in Deutschland schon seit Jahrhunderten Tradition. Aber wo kaufen Verbraucher ihren Braten heutzutage eigentlich am liebsten? Oder geht man nicht sowieso eher ins Restaurant, anstatt selbst am Herd zu stehen? Der Rabobank Food Navigator zeigt: Die zu Hause zubereitete Martinsgans vom regionalen Bauernhof liegt mit Abstand vorne.

Der 11. November ist ein wichtiger Termin im Kirchenjahr: Er soll an die Grablegung des Bischofs Martin von Tours am 11. November 397 erinnern. Daraus wiederum entstanden Bräuche wie Laternenumzug, Martinsfeuer oder -singen. Die erste Martinsgans wurde Überlieferungen zufolge dann knapp ein Jahrtausend später verspeist.

Diese Tradition hat sich bis heute gehalten: Auch 2021 werden in Deutschland etliche Gänse über den Tresen gehen, denn im Bundesdurchschnitt gibt nur ein Drittel (31,7 Prozent) der Deutschen an, keine Gans kaufen zu wollen. Die Mehrheit dagegen bleibt der Tradition treu, mehr als ein Drittel (37,5 Prozent) der Deutschen mit einer selbst zubereiteten Martinsgans vom regionalen Bauernhof. 10,1 Prozent gehen lieber auf den Wochenmarkt und 12,4 Prozent entscheiden sich für den Supermarkt oder Discounter. Ins Restaurant dagegen geht nur eine verschwindend kleine Gruppe von 2,6 Prozent.

### Von Land und Stadt

Auffällig: Je städtischer das Umfeld, desto weniger Gänse landen auf dem Teller. In Gegenden mit der höchsten Bevölkerungsdichte würde ein Drittel (39,2 Prozent) gar keine Martinsgans kaufen, während es auf dem Land nur knapp ein Fünftel wäre (23,2 Prozent). Diejenigen Bewohner ländlicher Gegenden, die eine Martinsgans essen, beziehen ihre Gans am häufigsten vom regionalen Bauernhof (48,8 Prozent). Städter gehen dagegen im Vergleich zu anderen Bevölkerungsschichten am ehesten in den Bio-Supermarkt (13,2 Prozent). Auf dem Wochenmarkt dagegen sind alle Vergleichsgruppen ähnlich häufig zu finden (8,9 Prozent in der Stadt und 12,1 Prozent auf dem Land).

### Jüngere kaufen die wenigsten Gänse, Familien mit Kindern die meisten

Fast jeder zweite 18- bis 29-Jährige würde gar keine Gans kaufen (48,0 Prozent), bei den Studenten sind es 46,3 Prozent - mehr als in jeder anderen Altersgruppe. Am weitesten verbreitet ist das Gänseessen dagegen bei den 40- bis 49-Jährigen - hier entscheidet sich nur ein Fünftel (20,3 Prozent) dagegen. Sie wählen auch am häufigsten den regionalen Bauernhof für den Gänsekauf (44,3 Prozent). Die 30- bis 39-Jährigen entscheiden sich mit 12,4 Prozent am häufigsten für den Bio-Supermarkt. Und auf dem Wochenmarkt sind meistens die über 65-Jährigen zu finden (12,2 Prozent).

Familien mit Kindern halten die Tradition etwas höher als Haushalte ohne Kinder: 77,9 Prozent kaufen eine Martinsgans, am liebsten auf dem Bauernhof (40,4 Prozent). Dagegen entscheidet sich ein Drittel der Haushalte ohne Kinder (33,5 Prozent) gegen das Martinsgansessen.

### Bauernhof und Bio-Supermarkt im Bundesländervergleich

Die mit Abstand meisten Martinsgänse, die in Ostdeutschland verzehrt werden, kommen vom regionalen Bauernhof (43,2 Prozent), gefolgt vom Supermarkt oder Discounter (15,6 Prozent). Auch im Westen liegt der regionale Bauernhof mit 36,0 Prozent auf Platz 1, auf Platz 2 stehen mit 11,6 Prozent ebenfalls Supermarkt oder Discounter. Der Wochenmarkt liegt jeweils auf Platz 3 (Osten: 6,5 Prozent, Westen: 11,0 Prozent).

Die Gans aus dem Bio-Supermarkt würden mit 10,6 Prozent am ehesten die Berliner kaufen, während dies für die Thüringer mit 1,2 Prozent am wenigsten in Frage käme. Sie gehen am liebsten zum regionalen Supermarkt (41,8 Prozent) und liegen damit im Bundesländervergleich auf Platz 3 hinter Sachsen-Anhalt (45,5 Prozent) und dem Saarland (42,1 Prozent). Die meisten Menschen, die sich komplett gegen den Gänsebraten entscheiden, leben in Bremen (44,8 Prozent). Die wenigsten Gänse-Gegner leben mit 28,2 Prozent in Thüringen.

Für die Erhebung der Daten kooperiert die Rabobank mit Civey, einem der führenden Unternehmen für digitale Markt- und Meinungsdaten in Deutschland. Die Umfrage zum Thema Martinsgans ist repräsentativ und wurde online durchgeführt. Dafür wurden am 27. und 28. Oktober mehr als 2.900 Teilnehmer\*innen befragt. Die Stichprobengröße liegt bei über 2.500 Personen.

Die Details der Civey-Studienergebnisse schicken wir auf Anfrage gerne zu. Einfach eine E-Mail an [rabobank@fischerappelt.de](mailto:rabobank@fischerappelt.de) senden. Die Ergebnisse sind unter der Quellenangabe "Civey/Rabobank" frei zur Veröffentlichung.

### Banking for Food

Die genossenschaftliche Rabobank investiert gemäß ihrem Leitgedanken "Banking for Food" in zukunftsweisende Projekte, die Lösungen für die globale Herausforderung der Ernährungssicherheit bieten. Zu den tragenden Säulen dieser Aktivitäten gehört neben dem Zugang zu Wissen und einem internationalen Netzwerk die Unterstützung mit finanziellen Mitteln. Jährlich fließen

seitens der Rabobank dafür weltweit mehr als 65 Milliarden Euro in Unternehmen im Agrar- und Lebensmittelsektor.

#### Der Rabobank Food Navigator

Der Rabobank Food Navigator gewährt tiefe Einblicke in das Bewusstsein der Deutschen zum Thema Lebensmittel. Damit liefert die Rabobank gemäß ihrem Leitbild "Growing a better world together" neue Impulse im Umgang mit Ressourcen und zu Fragen der Agrarwirtschaft sowie der Lebensmittelproduktion und -sicherheit. Per interaktiver Deutschlandkarte liefert die Rabobank Insights, wie deutsche Verbraucher aktuelle Themen rund um verantwortungsvolle Lebensmittelproduktion, effiziente und effektive Lieferketten und bewussten Konsum bewerten. Die Daten werden regelmäßig von Civey erhoben, einem der führenden Unternehmen für digitale Markt- und Meinungsdaten in Deutschland.

#### Pressekontakt:

Rabobank Presseservice

Laura Maria Kämz

fischerAppelt, relations GmbH

[rabobank@fischerappelt.de](mailto:rabobank@fischerappelt.de)



[Agrar-PR](#)

Postfach 131003 70068 Stuttgart Deutschland

Telefon: +49 0711 63379810

E-Mail: [redaktion@agrar-presseportal.de](mailto:redaktion@agrar-presseportal.de) Web: [www.agrar-presseportal.de](http://www.agrar-presseportal.de) >>> [Pressefach](#)