nieuws

6 op 10 verkochte eieren is scharrelei

nieuws

In vergelijking met 2008 koopt de Belg op jaarbasis 6 eieren meer, goed voor een totaal van 74,4 eieren per capita in 2013. 62 procent van deze eieren zijn scharreleieren. De verkoop van eieren bij prijsvechters als Aldi en Lidl zit sinds 2012 stevig in de lift. Dat blijkt uit gegevens van het marktonderzoeksbureau GfK Panelservices Benelux in opdracht van het Vlaams Centrum voor Agro- en Visserijmarketing (VLAM).

15 MEI 2014 – LAATST BIJGEWERKT OM 14 SEPTEMBER 2020 14:25

Lees meer over:
consument



In vergelijking met 2008 koopt de Belg op jaarbasis 6 eieren meer, goed voor een totaal van 74,4 eieren per capita in 2013. 62 procent van deze eieren zijn scharreleieren. De verkoop van eieren bij prijsvechters als Aldi en Lidl zit sinds 2012 stevig in de lift. Dat blijkt uit gegevens van het marktonderzoeksbureau GfK Panelservices Benelux in opdracht van het Vlaams Centrum voor Agro- en Visserijmarketing (VLAM).
Het thuisverbruik van eieren zit al een paar jaar in de lift. In 2013 steeg het verbruik met 2,2 procent, van 72,7 eieren per capita in 2012 tot 74,4 eieren per capita in 2013. Dat komt in waarde overeen met 13,3 euro per capita. Het aantal kopende gezinnen van eieren lag al zeer hoog, maar blijft elk jaar licht stijgen. In 2013 kocht 94 procent van de Belgische gezinnen eieren. Een kopend gezin koopt gemiddeld 16,1 keer eieren per jaar.

Rijzende ster binnen het eiersegment is zonder twijfel het scharrelei. In 2008 waren 54 procent van de aangekochte eieren scharreleieren, in 2013 was dat 62 procent. Deze groei komt er zowel door een stijgend aantal kopende gezinnen als door een stijgende aankoopfrequentie. De eieren van kippen met vrije uitloop zijn de tweede belangrijkste categorie. Maar na een stijging van hun marktaandeel tussen 2008 en 2010, verliezen deze eieren sinds 2011 jaarlijks marktaandeel.

In 2013 waren de eieren van kippen met vrije uitloop goed voor een aandeel van 28 procent van het aantal gekochte eieren. Bio-eieren vertegenwoordigen op hun beurt 5 procent van de markt. Bio-eieren kennen een licht stijgende trend zowel in absolute cijfers als in marktaandeel. Steeds meer gezinnen kopen wel eens bio-eieren (17 procent in 2013) en ze

doen dit bovendien ook steeds vaker (6 keer in 2013). Vooral bij de oudere bevolkingsgroepen winnen de bio-eieren terrein.

Waar koopt de Belg zijn eieren? Hard discount (Aldi en Lidl) verloor tussen 2008 en 2011 marktaandeel ten voordele van de buurtsupermarkten (AD Delhaize, Delhaize Proxy, Okay, Spar, Carrefour Express,...). Maar sinds 2012 winnen Aldi en Lidl jaarlijks opnieuw 1 procent marktaandeel. In 2011 ging 21 procent van de eieren bij hen over de toonbank. Vooral DIS 1 (Carrefour Hyper, Carrefour Market, Colruyt, Delhaize Super...) kreeg in 2013 klappen en zag zijn marktaandeel dalen van 51,6 procent in 2012 tot 49,8 procent in 2013.

Bron: VLAM

VILT vzw
Bd Simon Bolivar 17
1000 Bruxelles

Contact
M • info@vilt.be

Volg ons op:
screenreader.visit us on our facebook page: https://www.facebook.com/vilt.nieuws/
screenreader.visit us on our linkedin page: https://www.linkedin.com/company/vilt-vzw/
screenreader.visit us on our instagram page: https://www.instagram.com/vilt.nieuws
screenreader.visit us on our x page: https://x.com/vilt_nieuws
screenreader.visit us on our bluesky page: https://bsky.app/profile/viltnieuws.bsky.social

---

© 2026 VILT vzw, all rights reserved |
Privacy policy
Copyright
Cookie Policy
Cookie instellingen aanpassen

Crafted by Brigada