nieuws

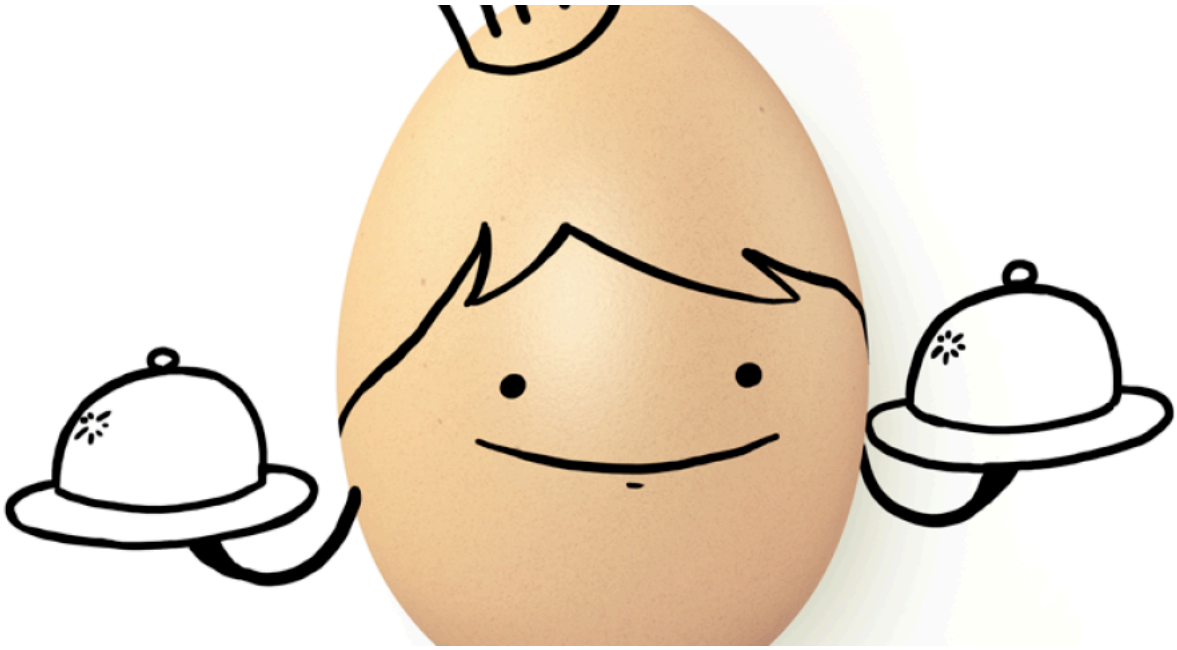
Belg kocht meer eieren in 2015

nieuws

De eierverkoop in ons land kende in 2015 een beter jaar dan in 2014. Het volume steeg met bijna 1,9 procent en de besteding zelfs met 2,6 procent. Dat blijkt uit gegevens van het marktonderzoeksbureau GfK, dat in opdracht van VLAM het thuisverbruik van 5.000 Belgische gezinnen registreerde. Gemiddeld werden vorig jaar 74 eieren per capita gekocht voor thuisverbruik. 62 procent daarvan zijn scharreleieren, eieren uit vrije uitloop zijn goed voor een kwart, bio-eieren vertegenwoordigen 6 procent.

22 MAART 2016 – LAATST BIJGEWERKT OM 14 SEPTEMBER 2020 14:34

Lees meer over:
pluimveehouderij
consument



De eierverkoop in ons land kende in 2015 een beter jaar dan in 2014. Het volume steeg met bijna 1,9 procent en de besteding zelfs met 2,6 procent. Dat blijkt uit gegevens van het marktonderzoeksbureau GfK, dat in opdracht van VLAM het thuisverbruik van 5.000 Belgische gezinnen registreerde. Gemiddeld werden vorig jaar 74 eieren per capita gekocht voor thuisverbruik. 62 procent daarvan zijn scharreleieren, eieren uit vrije uitloop zijn goed voor een kwart, bio-eieren vertegenwoordigen 6 procent.

Belgen kochten vorig jaar opnieuw meer verse eieren. Het testpanel van 5.000 Belgen kocht vorig jaar 1,9 procent meer eieren en de Vlaming zelfs 2,5 procent meer. De groei situeerde zich vooral bij de jonge alleenstaanden jonger dan 40 en de gezinnen met kinderen. De gemiddelde eierprijs bedroeg 0,14 euro voor scharreleieren, 0,20 euro voor eieren van vrije uitloop en 0,29 euro voor bio-eieren. Er werden meer eieren gekocht van vrije uitloop, die duurder zijn dan scharreleieren, zodat de eierbestedingen stegen met bijna 3 procent.

In 2015 werden er afgerond 74 eieren per capita gekocht voor een bedrag van 12,7 euro. Het aantal kopende gezinnen daalde lichtjes maar blijft hoog: 93 op 100. De aankoopfrequentie voor eieren steeg tegen de algemeen dalende trend van het aantal winkelbezoeken in. Een gezin koopt nu gemiddeld 15,8 keer per jaar eieren. Een andere vaststelling is dat het marktaandeel van scharreleieren blijkbaar zijn limiet heeft bereikt. In 2008 waren 54 procent van de aangekochte eieren scharreleieren. Dat aandeel steeg tot een kleine 66 procent in 2014 maar daalde vorig jaar tot 62 procent. De prijs van bio-eieren en eieren uit vrije uitloop daalde, terwijl de prijs van een scharrelei stabiel bleef op 14 cent per stuk.

De eieren van kippen met vrije uitloop vormen de tweede belangrijkste categorie. Na een stijging van hun marktaandeel tussen 2008 en 2010 verloren deze eieren sinds 2011 jaarlijks marktaandeel tot vorig jaar. Vooral door het ruimer aanbod van eieren van kippen met vrije uitloop in hard discount groeide dit segment van 23 procent naar 27 procent. Bio-eieren vertegenwoordigen 6

procent van het aantal verkochte eieren en 10,5 procent van de bestedingen. Bio-eieren kennen een licht stijgende trend in volume. Het aantal kopers van bio-eieren stabiliseert op 20 kopers op 100.
Waar kopen we onze eieren? Het marktaandeel van eieren in de hard discount (Aldi en Lidl) groeide, na een minder jaar in 2014, verder door en bedraagt nu bijna 34 procent. Vooral het ruimere aanbod legt hard discount geen windeieren. De DIS 1-supermarkten blijven het belangrijkste kanaal met 45 procent marktaandeel. De buurtsupermarkten (AD Delhaize, Delhaize Proxy, Okay, Spar, Carrefour Express…) zijn met een aandeel van iets meer dan 13 procent het derde belangrijkste aankoopkanaal voor eieren. De hoevewinkel, de openbare markt en de speciaalzaken verliezen terrein.
Thuis is en blijft de belangrijkste consumptieplaats voor voeding in het algemeen en voor verse eieren in het bijzonder. Van het totaal aantal consumptiemomenten vindt twee derde thuis plaats. Voor eieren vindt zelfs 70 procent van de consumptiemomenten thuis plaats. 7 procent van de consumptiemomenten met eieren vindt bij familie en vrienden plaats. De rest van de eimomenten situeren zich op het werk of op school (9%), in de klassieke horecazaken (5%), onderweg (1%) en ‘overige’ (8%). Onder ‘overige’ vallen onder andere feestzalen en recreatieparken.

Beeld: 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