nieuws

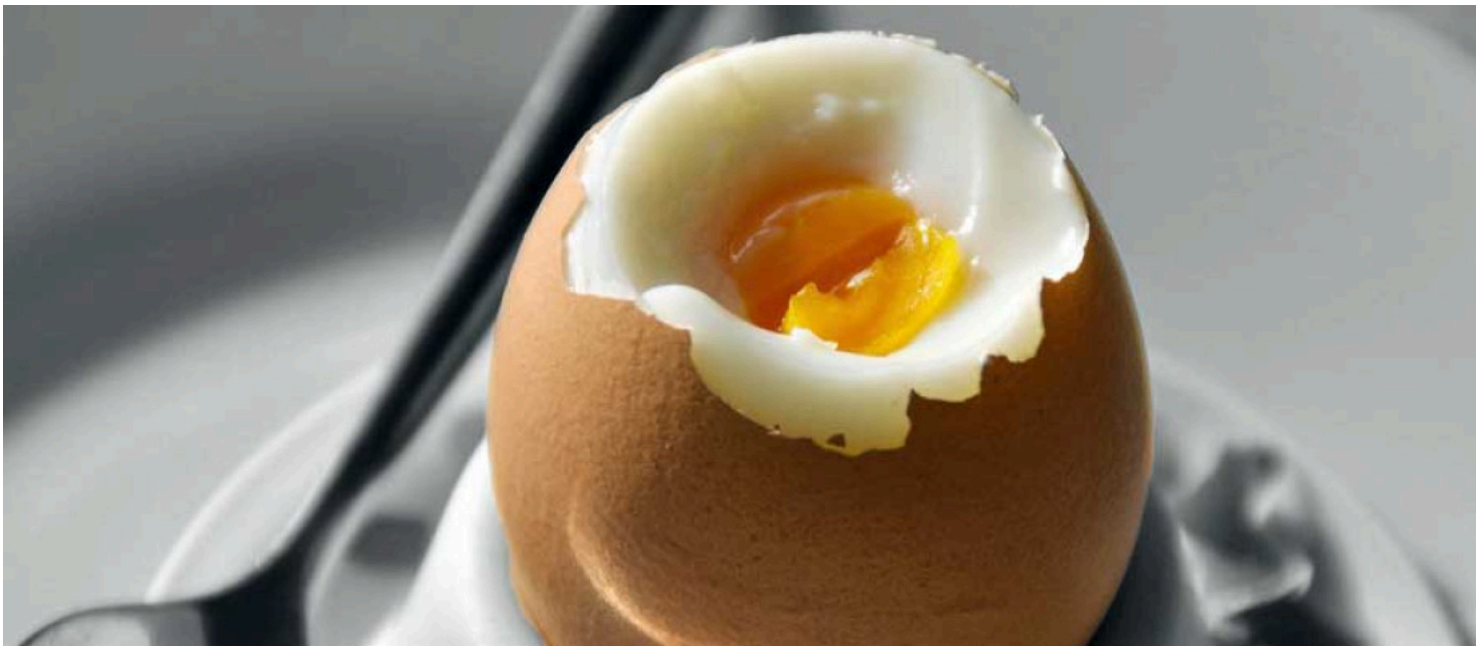
Fipronilјaar 2017 kent lichte daling eierverkoop

nieuws

De aankopen van eieren voor thuisverbruik daalden in 2017 met 3 procent tot 71 eieren per capita. Er was uiteraard de fipronilcrisis, maar ook daarvoor lag het verbruik al op een lager niveau dan in 2016. Dat meldt het Vlaams Centrum voor Agro- en Visserijmarketing (VLAM) op basis van GfK-cijfers. Zowel het percentage kopende gezinnen als de aankoopfrequentie lag in 2017 lager. Bij de types eieren zitten bio-eieren in de lift. Ook de scharreleieren stegen in 2017 en zijn met twee derde van het volume het belangrijkste segment.

28 MEI 2018 – LAATST BIJGEWERKT OM 4 APRIL 2020 15:41

Lees meer over:
pluimveehouderij
consument



De aankopen van eieren voor thuisverbruik daalden in 2017 met 3 procent tot 71 eieren per capita. Er was uiteraard de fipronilcrisis, maar ook daarvoor lag het verbruik al op een lager niveau dan in 2016. Dat meldt het Vlaams Centrum voor Agro- en Visserijmarketing (VLAM) op basis van GfK-cijfers. Zowel het percentage kopende gezinnen als de aankoopfrequentie lag in 2017 lager. Bij de types eieren zitten bio-eieren in de lift. Ook de scharreleieren stegen in 2017 en zijn met twee derde van het volume het belangrijkste segment.

In 2017 kocht de Belg gemiddeld iets meer dan 71 eieren voor een bedrag van 13,10 euro. Dit zijn 2 eieren of 3 procent minder dan in 2016 en ruim 4 eieren minder dan het topjaar 2013. Er was in juli van vorig jaar uiteraard de Fipronil-crisis, maar ook daarvoor lag het verbruik al op een lager niveau dan in 2016. Dit blijkt uit gegevens van het marktonderzoeksbureau GfK Belgium, dat in opdracht van VLAM het thuisverbruik volgt van 5.000 Belgische gezinnen. De cijfers hebben enkel betrekking op de aankoop van verse eieren in de schaal.

Door een hogere gemiddelde eierprijs en een verdere verschuiving richting bio lagen de eierbestedingen toch 3 procent hoger dan het jaar voordien. “Op lange termijn is de eiermarkt een groeiende markt maar de laatste jaren treedt er een stabilisatie op”, aldus VLAM. De gemiddelde prijs van zowel scharreleieren (€ 0,15 per stuk) als bio-eieren (€ 0,30 per stuk) steeg met 1 cent. Eieren van kippen met vrije uitloop werden twee cent duurder en klokten af op € 0,23 per stuk.

Het aantal eierkopers daalde lichtjes van 93,5 naar 93 op 100 vooral door een daling bij de kopers van eieren met vrije uitloop. Het aantal kopers van bio-eieren steeg daarentegen van 24 naar 27 op 100. De gemiddelde aankoopfrequentie van eieren daalde ook lichtjes van 16 naar 15 keer per jaar. Er werden vorig jaar, voor de tweede keer op rij, minder eieren uit vrije uitloop gekocht en meer bio-eieren. Het scharrelei blijft veruit de standaard.

Twee derde van de eierverkoop zijn scharreleieren en deze staan in voor meer dan de helft van de omzet, maar het marktaandeel heeft blijkbaar zijn limiet bereikt en groeit niet verder. De eieren van kippen met vrije uitloop vormen de tweede belangrijkste categorie maar zien hun volume-aandeel krimpen van 32 procent in de topjaren 2010, 2011 en 2012 naar 22 procent vorig jaar. Bio-eieren groeien verder en vertegenwoordigen 9 procent van het aantal verkochte eieren en ruim 14 procent van de omzet. Het is de enige categorie die meer kopers kan aantrekken.
Het ruimere aanbod aan eieren legde de hard discount (Aldi en Lidl) geen windeieren. Dit kanaal groeide naar een hoogtepunt in 2015 en stabiliseert nu rond 32 procent marktaandeel. DIS 1, de klassieke supermarkten inclusief Colruyt, blijft het belangrijkste kanaal met 45 procent marktaandeel. De buurtsupermarkten (AD Delhaize, Delhaize Proxy, Okay, Spar, Carrefour Express…) zijn met een aandeel van 15 procent het derde belangrijkste aankoopkanaal voor eieren en boekten vorig jaar winst. De hoevewinkel (2% marktaandeel) en de ‘overige’ kanalen (6% marktaandeel) met onder andere de openbare markt en de speciaalzaken zijn kleinere kanalen.
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, zo ook voor eieren. 5 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 (14% van de momenten en een opvallende stijging ten opzichte van 2014), in de klassieke horecazaken (6%) en ‘overige’ (10%). Onder ‘overige’ vallen onder andere feestzalen, recreatieparken en Ikea-restaurants. Het hardgekookt eitje is typisch iets voor op het werk of voor op school. Denk maar aan de belegde broodjes met schijfjes ei tussen. Het zachtgekookt eitje en de omelet zijn meer thuisgerechten.

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