

A photograph of several brown eggs. One egg is cracked open, showing the inside. They are arranged in a cardboard egg carton, which is placed on a light-colored wooden surface. The background is slightly blurred.

Rapport: EIERVERBRUIK IN BELGIË IN 2025

In dit rapport wordt het verbruik van verse eieren in België uitgebreid in kaart gebracht. Aan de hand van onderzoek van YouGov wordt inzicht gegeven in de evolutie van de aankopen voor thuisverbruik, het type eieren dat consumenten kopen en de belangrijkste aankoopkanalen. Daarnaast wordt via de VLAM-Consumptietracker, uitgevoerd door iVox, gekeken naar het totale eierverbruik: wie eieren eet, op welke momenten en locaties en waar de geconsumeerde eieren vandaan komen. Zo biedt dit rapport een helder overzicht van de evoluties en kenmerken van het eierverbruik in België.

HIGHLIGHTS

Eieren winnen verder aan populariteit in België. In 2025 kocht de Belg gemiddeld 83 verse schaaleieren per persoon, bijna 3% meer dan een jaar eerder en dit ondanks de hogere prijs. Scharreleieren blijven veruit de standaard, al winnen vrije-uitloopeieren terrein. De grotere supermarkten blijven het belangrijkste aankoopkanaal, maar hard discount wint volumeaandeel.

Deze aankopen voor thuisverbruik vertegenwoordigen het grootste deel van het totale eierverbruik.

Daarnaast worden eieren ook buitenshuis gegeten of in thuisgeleverde of afgehaalde maaltijden. Opvallend vaak zijn ze bovendien afkomstig van eigen kippen of worden ze gekregen van familie of vrienden. Op een gemiddelde dag in 2025 at 26% van de Belgen eieren in pure vorm.



OVER HET ONDERZOEK

De gegevens in dit rapport zijn gebaseerd op twee onderzoeken:

- **Consumentenpanel van YouGov België:** Dit panel bestaat uit een representatieve steekproef van 6.000 Belgische huishoudens, die hun aankopen van voedingsmiddelen systematisch registreren. De verzamelde data geven een betrouwbaar beeld van het thuisverbruik in België.
- **Consumptietracker VLAM:** Een online 'day after recall'-onderzoek uitgevoerd door iVox, waarbij dagelijks aan een aantal unieke respondenten wordt gevraagd wat zij de dag voordien geconsumeerd hebben. Op jaarbasis resulteerde dit in een representatieve steekproef van 7.300 Belgen tussen 18 en 75 jaar. Dit onderzoek brengt de totale consumptie in België in kaart, zowel thuis als buitenshuis.

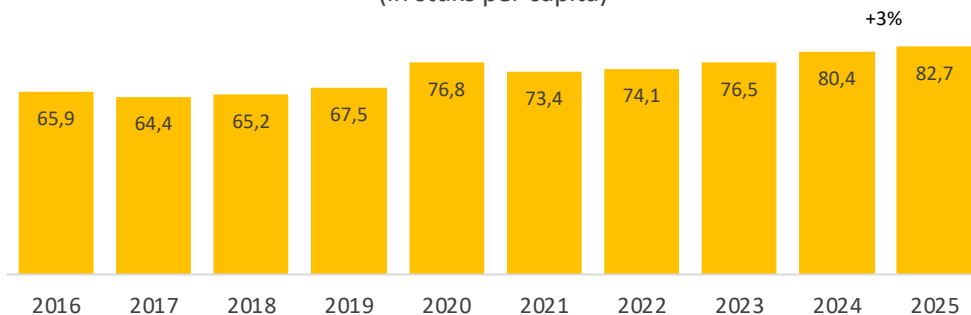
VERDERE GROEI VAN DE AANKOPEN VAN EIEREN

Eieren blijven een van de sterkst groeiende verscategorieën. In 2025 kochten de Belgen gemiddeld 83 verse schaaleieren per persoon, bijna 3% meer dan een jaar eerder. De vraag bleef dus groeien, ondanks een prijsstijging van 5% tot gemiddeld 0,28 euro per ei. Door het hogere aankoopvolume en de gestegen prijs liep de gemiddelde besteding per Belg met 7,8% op tot 23,39 euro. Het aandeel kopende gezinnen bleef met 93% stabiel op een hoog niveau, terwijl de aankoopfrequentie toenam van 16,2 naar 16,8 keer per jaar.

Aantal gekochte eieren
in 2025 t.o.v. 2016:

+25%

Aankopen van verse schaaleieren voor thuisverbruik in België
(in stuks per capita)



Bron: YouGov België

MEER BELGEN ETEN EIEREN

Ook wanneer we naar het totale verbruik kijken, en dus niet alleen naar de aankopen voor thuisverbruik, zien we dat eieren aan populariteit winnen. **Elk jaar geven meer Belgen aan dat ze de dag voor de bevraging eieren in pure vorm (dus niet verwerkt in bereidingen) hadden gegeten.** In 2025 was dat 26% van de Belgen. Deze dagpenetratie ligt significant hoger bij 18-34-jarigen, mannen, Brusselaars en personen met buitenlandse roots.

Eieren worden **op alle klassieke maaltijdmomenten** gegeten. Het middagmaal is het belangrijkste consumptiemoment, maar ook bij de avondmaaltijd en het ontbijt staan ze vaak op het menu.

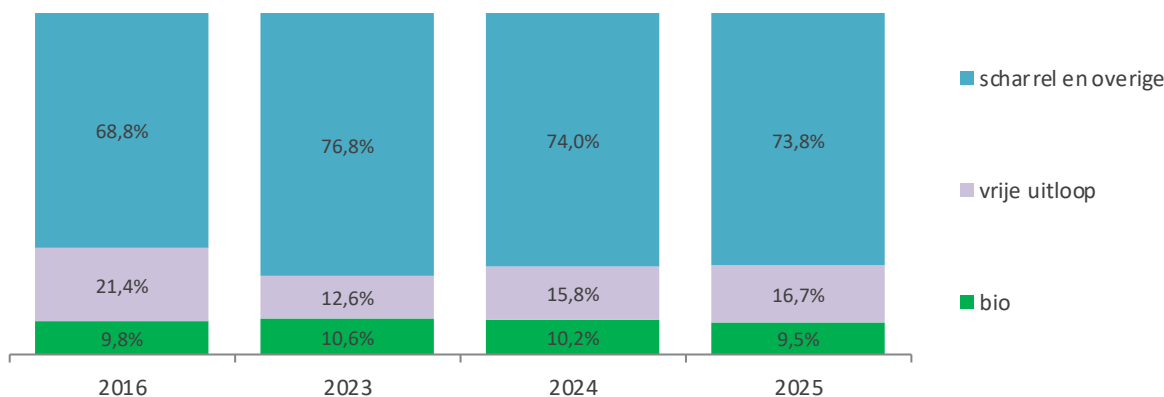
Ruim zeven op de tien eierconsumpties vinden **thuis** plaats. Daarnaast worden ze geconsumeerd op het werk (11% van de keren), bij familie of vrienden (7%), op locatie zoals horeca of evenementen (7%) en onderweg (4%). Opvallend is dat bij 19% van de consumptiemomenten de eieren **niet aangekocht** werden. Ze waren bijvoorbeeld afkomstig van eigen kippen of werden gekregen van familie of vrienden. Dit aandeel neemt de laatste jaren wel licht af.

26%
van de Belgen at de
dag voor het
onderzoek eieren.

HET SCHARRELEI IS DE STANDAARD

Scharreleieren blijven de standaard op de Belgische markt en vertegenwoordigen bijna drie vierde (74%) van het aangekochte volume. **Vrije-uitloopeieren winnen de laatste jaren wel aan belang:** hun volumeaandeel steeg van 12,6% in 2023 naar 16,7% in 2025. **Biologische eieren verliezen daarentegen licht terrein,** met een daling van 10,6% naar 9,5% in dezelfde periode.

Aandeel per type ei in België
(in % van het aantal stuks)



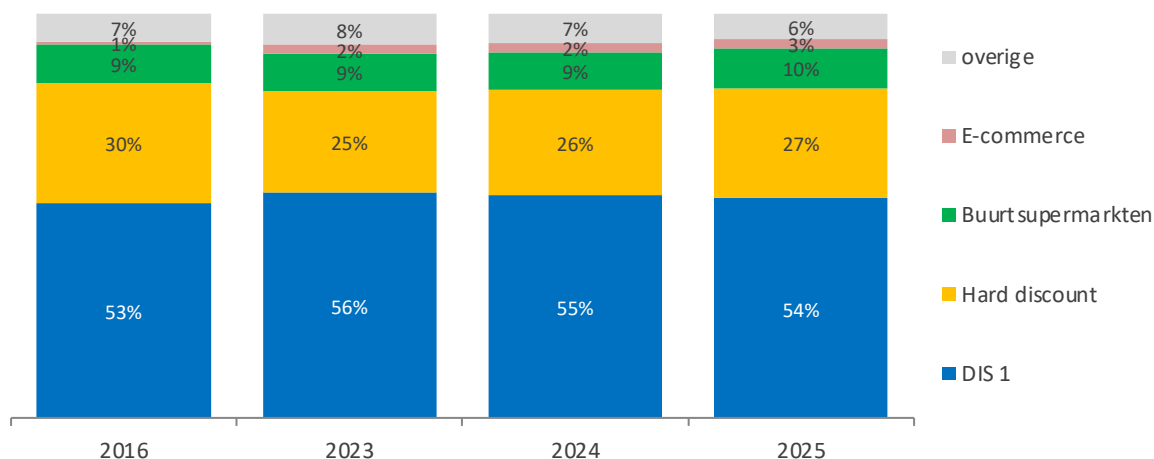
Bron: YouGov België



DIS 1 BLIJFT MARKTLEIDER

DIS 1 (hypermarkten en klassieke supermarkten inclusief Colruyt en AD Delhaize) blijft in 2025 met een marktaandeel van 54% **veruit het belangrijkste aankoopkanaal** voor verse schaaleieren. **Hard discount** (Aldi en Lidl) vertegenwoordigt 27% van de aankopen. Na een geleidelijke daling van 30% in 2016 naar 25% in 2023, won dit kanaal **de voorbije twee jaar opnieuw licht terrein**. Buurtsupermarkten zoals Delhaize Proxy, Okay, Spar en Carrefour Express zijn goed voor 10% van de aankopen. E-commerce speelt met 3% nog een beperkte, maar groeiende rol. De 'overige' kanalen, waaronder hoevewinkels, openbare markten en speciaalzaken vertegenwoordigen slechts een klein deel van de eierverkoop (6%).

Distributiekkanalen eieren in België
(% op basis van volume)



Bron: YouGov België

MEER WETEN?

Voor bijkomende informatie over dit onderzoek of andere cijfers en marktinzichten kan je steeds terecht bij VLAM.

VLAM vzw – Vlaams Centrum voor Agro- en Visserijmarketing

Simon Bolivarlaan 17 bus 411
1000 Brussel
T 02 486 64 94

Bezoek ook onze kennisbank op vlaanderen.be/vlam/kennisbank voor publicaties, marktcijfers en inzichten.

HEB JE VRAGEN OVER DATA OF ANALYSE?

Neem gerust contact op met het kenniscentrum Data & Analyse via dna@vlam.be