

Eiwithype stuwt verkoop van eieren met ruim 15%

Datum 8.10.2026
Subjekt Delhaize De Leeuw
Kontakt <h3>Sarah De Meester</h3> <div>External Communications Manager</div>
sdemeester@delhaize.be +32 497 46 67 13
Region België
Kategorie Einzelhandel, Konsumgüter, Lebensmittelindustrie

Al meer dan 100 miljoen eieren verkocht dit jaar bij Delhaize.

Kobbegem, 7 oktober 2026 - **Eiwitten zijn steeds nadrukkelijker aanwezig in het voedingsbewustzijn van consumenten. En die trend lijkt zich ook te vertalen naar het winkelmandje. Bij Delhaize zit de verkoop van eieren al enkele jaren duidelijk in de lift. Sinds begin dit jaar verkocht de retailer al meer dan 100 miljoen eieren, verspreid over ruim 10 miljoen verpakkingen. Tegen World Egg Day, op 9 oktober, zal die kaap dus ruimschoots overschreden zijn.**

Op jaarbasis groeit de verkoop van eieren bij Delhaize gemiddeld met zo'n 15%. Tegelijk verandert ook het seizoenspatroon. De traditionele zomerdip - wanneer de verkoop doorgaans lager ligt door warmere temperaturen, vakanties en minder koken - wordt voor het tweede jaar op rij kleiner.

Eiwittrend vertaalt zich in eierverkoop

De groeiende aandacht voor eiwitten past bij de evolutie die Delhaize vandaag bij consumenten ziet. Eiwitten worden niet langer uitsluitend geassocieerd met sport en fitness, maar krijgen een steeds prominentere plaats in de dagelijkse voedingskeuzes. Consumenten zoeken naar eenvoudige en toegankelijke manieren om eiwitbronnen in hun maaltijden te verwerken. Eieren sluiten daar goed bij aan. Ze bevatten hoogwaardige eiwitten met alle negen essentiële aminozuren en leveren daarnaast verschillende vitaminen en mineralen. Tegelijk zijn ze eenvoudig te bereiden, breed inzetbaar en betaalbaar. Dat maakt eieren toegankelijk voor verschillende eetmomenten doorheen de dag.

"De eiwittrend wordt steeds zichtbaarder in het winkelmandje," zegt Mieke Vandevoorde, Head of Category Management Dairy bij Delhaize. "Waar eieren vroeger vooral piekten rond vaste momenten zoals Pasen, zien we vandaag een veel bredere consumptie doorheen het jaar. Consumenten waarderen eieren omdat ze een combinatie bieden van voedingswaarde, gebruiksgemak en betaalbaarheid. Die mix maakt van eieren steeds meer een dagelijkse basic in de keuken."

De zomerdip wordt kleiner

Dat de groei niet alleen door vaste piekmomenten wordt gedragen, blijkt ook uit de ontwikkeling tijdens de zomer. Pasen blijft traditioneel een belangrijk moment voor de categorie, maar ook in de zomermaanden blijft de verkoop beter op peil.

Voor het tweede jaar op rij is de zomerdip kleiner. Waar eieren traditioneel sterker onderhevig waren aan seizoenseffecten, wordt het verschil tussen de zomermaanden en de rest van het jaar

steeds kleiner.

30 jaar World Egg Day

De stijgende belangstelling voor eieren sluit aan bij het thema van World Egg Day 2026: 'Protein that Powers and Protects'. De World Egg Organisation zet dit jaar de rol van het ei als natuurlijke bron van hoogwaardige eiwitten en essentiële voedingsstoffen centraal.

World Egg Day wordt dit jaar voor de 30ste keer georganiseerd. De jaarlijkse internationale dag zet de voedingswaarde, veelzijdigheid en toegankelijkheid van eieren wereldwijd in de kijker.

Bij Delhaize kunnen klanten kiezen uit zeven huismerkreferenties, verdeeld over drie soorten eieren: scharreleieren, vrije-uitloopeieren en biologische eieren.

<https://press.delhaize.be/eiwithype-stuwt-verkoop-van-eieren-met-ruim-15>