

# Grotere gezinnen doen inkopen bij hard discounters

nieuws

Klanten van hard discounters, zoals Aldi en Lidl, hebben een lager inkomen, zijn minder hoog opgeleid en maken deel uit van grotere gezinnen. Dat blijkt uit een onderzoek dat Eline Vanassche deed voor haar scriptie aan de KU Leuven en dat De Standaard kon inkijken. Uit die analyse blijkt dat maar 2,9 procent van de klanten nooit een andere supermarkt bezoekt. Het assortiment van de hard discounters is immers relatief beperkt.

🕒 24 AUGUSTUS 2005 – LAATST BIJGEWERKT OM 4 APRIL 2020 14:30

□ Klanten van hard discounters, zoals Aldi en Lidl, hebben een lager inkomen, zijn minder hoog opgeleid en maken deel uit van grotere gezinnen. Dat blijkt uit een onderzoek dat Eline Vanassche deed voor haar scriptie aan de KU Leuven en dat De Standaard kon inkijken.

Vanassche ondervroeg voor haar eindverhandeling over het klantenprofiel van de hard discounters 206 bezoekers van Aldi- en Lidl-vestigingen. Ze ging na of er een verband was tussen de mate waarin de respondenten een hard discounter bezochten en enkele demografische variabelen. Dat verband bleek er inderdaad te zijn voor inkomen, opleiding en gezinsgrootte. De leeftijd van de respondenten daarentegen bleek geen rol te spelen. Het is dus niet zo dat bepaalde leeftijdscategorieën meer geneigd zijn een winkel van Aldi of Lidl te bezoeken.

Vanassche onderzocht ook of klanten van hard discounters bepaalde kenmerken delen. Blijkt dat klanten van Aldi en Lidl minder kwaliteitsbewust en gevoeliger voor reclame zijn. Ze zijn meer gesteld op een correcte prijs/kwaliteitsverhouding, minder servicegevoelig en vertonen minder merkentrouw. Vanassche ging ook na hoe vaak klanten van hard discounters andere supermarkten bezoeken. Uit die analyse blijkt dat maar 2,9 procent van de bezoekers nooit een andere supermarkt bezoekt.

De meerderheid zoekt voor bepaalde aankopen noodgedwongen zijn toevlucht tot traditionele supermarkten omdat het assortiment bij de hard discounters te beperkt is. Vooral Colruyt en Delhaize zijn populair bij de klanten van Aldi en Lidl. Wel koopt tachtig procent ook in de traditionele supermarkten vooral huismerken. De duurdere A-merken, die in de hard discount niet te koop zijn, worden dus ook daar geschuwd.

# VILT vzw

Bd Simon Bolivar 17  
1000 Bruxelles

## Contact

M • [info@vilt.be](mailto: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](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](#)

Webdesign by [Who Owns The Zebra](#)