



Was Kunden wollen

„Der Kunde ist grundsätzlich unzufrieden und will stets mehr.“ Die Erkenntnis von Amazon-Macher Jeff Bezos ist nicht neu. Doch in Zeiten von Digitalisierung, Hyperwettbewerb und Onlinehandel fallen die Reaktionen darauf immer schwerer. Die Herausforderungen bleiben immens. Handel und Industrie behaupten, der Verbraucher stehe im Mittelpunkt. Doch stimmt das wirklich? Die LZ blickt hinter die Kulissen und zeigt, wie beispielsweise Amazon, Aldi, dm-Drogeriemarkt, Edeka, Norma und Rewe sowie Markenhersteller wie Nestlé, Ferrero und Ritter mit dem Thema umgehen.