

Starbucks - Weltkonzern und das Fair-Trade-System



**von Michael Seitler FS1
Hotelorganisation**

Gliederung

1. Gründung

2. Howard Schulz

3. Aufkauf und Expansion

4. Starbucks und die Beziehung zu den Kaffeebauern

5. Rechtsstreit zwischen Starbucks und den Kaffeeerzeugern

6. Der Weg in die Zukunft

7. Stellungnahme

Starbucks - Weltkonzern und das Fair-Trade-System

1. Gründung

Die Gründung erfolgte 1971 durch die Studienfreunde Gerald Baldwin, Gordon Bowler und Zev Siegl im alten Hafen Seattles. Die Gründer nannten ihr Kaffee, Tee und Gewürzgeschäft "Starbucks Coffee, Tea and Spice" in Anlehnung an den Roman "Moby Dick".¹

2. Howard Schulz

Durch die Eröffnung drei weiterer Filialen in Seattle bis 1981 wurde in diesem Jahr auch Howard Schulz auf die kleine Firma aufmerksam, der heute als Gründungsvater gilt, obwohl er in das bestehende Geschäft erst später eingestiegen ist.

Die überdurchschnittlich hohe Bestellmenge von qualitativ hochwertigen Kaffeemaschinen fachte seine Neugierde an und er suchte die Firma selbst auf.

Da Schulz bis dahin nur den damals üblichen dünnen Brühkaffee oder das gefriergetrocknete Kaffeepulver kannte, war er von der Spitzenqualität des von Starbucks vertriebenen Kaffees so begeistert, dass er spontan die Idee eines landesweiten Verkaufs von Spitzenkaffee entwickelte.

Er hätte am liebsten sofort bei Starbucks angefangen, aber er sollte noch einige Anläufe brauchen, um die Eigentümer für sich zu gewinnen.

Als er 1982 nach beharrlichem Werben in das Unternehmen aufgenommen wurde, übernahm er die Leitung des Einzelhandels und die Vermarktung bei Starbucks. Er baute das Geschäftsfeld zunächst auf die Belieferung von gehobenen Restaurants und Espresso-Bars aus.

Seine Idee neben Bohnen-Kaffee auch Kaffee als Getränk anzubieten stieß zunächst auf Widerstand.

Aber 1984, gestanden ihm die Eigentümer zu, kleine Espresso-Bars in den Läden einzurichten.

Obwohl sich das Kaffeebarkonzept als erfolgreich erwies lehnten die Inhaber eine weitere Expansion kategorisch ab, da ihre Liebe zum Geschäft mit Kaffee immer Vorrang gegenüber dem Geschäftssinn haben sollte. Diese Einstellung führte letztendlich zum Bruch zwischen Schulz und den Eigentümern.

Schulz kündigte bei Starbucks und eröffnete 1985 seine eigene Kaffee-Bar mit der Unterstützung seiner früheren Arbeitgeber.¹

3. Aufkauf und Expansion

Sein Ziel, die landesweite Versorgung mit Spitzenkaffee behielt Howard Schulz jedoch im Auge und stellte rund 250 möglichen Investoren seine Geschäftsidee vor. Er konnte 15 Investoren von seiner Idee überzeugen und somit den Geschäftsführern von Starbucks ein überzeugendes Übernahmeangebot unterbreiten. 1987 kaufte er Starbucks auf und begann mit 11 Läden und 100 Angestellten eine Expansion die Ihresgleichen in der Gastronomie sucht.

Im Jahr 2007 war Starbucks in 43 Ländern vertreten und beschäftigte in ca. 14 400 eigenen und lizenzierten Kaffeehäusern über 172 000 Mitarbeiter die einen Jahresumsatz von 9,4 Mrd. USD erwirtschafteten. Dieses rasante Wachstum wurde ermöglicht durch den Börsengang 1992. Dadurch floss frisches Geld in das Unternehmen.¹

4. Starbucks und die Beziehung zu den Kaffeebauern

Mit dieser rasanten Expansion von Starbucks traten auch die ersten Kritiker auf den Plan. So hat zum Beispiel Naomi Klein, Autorin von "No Logo", Starbucks als eine der Übermarken wie Adidas und McDonalds ausgemacht, die es zu bekämpfen gilt. John Barber war der Ansicht, Starbucks breite sich aus wie Kopfläuse in einem Kindergarten.²

Es gibt allerdings auch andere Ansichten, wie die von Hu Jintao der sagte: "Microsoft, Boeing und Starbucks kennt mittlerweile jeder Chinese. Und wenn ich nicht hier als Präsident wäre, würde ich erst mal zu Starbucks Kaffeetrinken gehen."³

Starbucks gibt an seinen Kaffee fair einzukaufen und habe für die Bezahlung von Überdurchschnittlich hohen Preisen ein eigenes Projekt ins Leben gerufen: "Coffee and Farmer Equity-Practices". Es berücksichtigt qualitative, wirtschaftliche, ökologische und soziale Kriterien und wurde durch Kaffeefarmer, Nachhaltigkeitsexperten und Mitarbeitern der "Conservation International" erarbeitet. Humanitäre Projekte wie etwa "CSR Projekte" an Schulen "Fundraising Akademie GmbH" werden damit unterstützt.⁴

Starbucks bemüht sich zunehmend sein Verhältnis zu den Kaffeebauern "ethisch" und "nachhaltig" zu gestalten. Auch das Unterstützungszentrum in Costa Rica das von einem einheimischen Agrarspezialisten geleitet wird gehört dazu. Es soll den Farmern helfen ihre Plantagen besser zu managen und somit eine bessere Qualität zu erhalten und damit höhere Preise erzielen können. Im Schnitt zahlte Starbucks immerhin 1,42 Dollar pro englisches Pfund, das sind 21 Cent mehr als vom Fair-Trade-System garantiertem Mindestpreis von 1,21 Dollar.⁵

Da der meiste Handel in der Schweiz abgewickelt wird und immer mehr durch Hedgefonds bestimmt wird kommt es durch Spekulationen immer mehr zu stark schwankenden Preisen zum Nachteil von Ländern, wie Honduras, deren Wirtschaft stark vom Kaffeepreis abhängt. Auch deshalb versucht Starbucks immer mehr die Zwischenhändler zu umgehen und macht heute schon rund 1/3 seines Geschäfts direkt mit den Kaffeebauern.

Der meiste Frust entstand dadurch, dass die Farmer während des Kalten Kriegs höhere Preise erzielten, da die US Regierung sie aus Angst vor hoher Einflussnahme der Kommunisten in Südamerika stark subventionierte, danach jedoch die Preise in den Keller rutschten.

5. Rechtsstreit zwischen Starbucks und den Kaffeeerzeugern

Auch der Rechtsstreit 2007 zwischen Kaffeebauern und Starbucks belastete den Ruf des Unternehmens stark.⁶ Die äthiopischen Bauern wollten den Namensschutz der Anbauregionen als Warenzeichen Sidamo mehr Kontrolle über den Vertrieb und damit auch höhere Preise erreichen. Starbucks wollte jedoch kein Lizenzabkommen unterschreiben und legte über den Kaffeeverband National Coffee Association of USA (NCA) Widerspruch ein. Durch Dub Hay, Vizepräsident von Starbucks und Lobbyist bei der NCA hat eine enge Verbindung zum Kaffeeverband bestanden und das Anliegen der Kaffeebauern wurde abgelehnt.⁷ Aus Angst vor Imageverlust lenkte Starbucks jedoch ein. Im Juni 2007 hatte Starbucks die drei äthiopischen Kaffeessorten Sidamo, Harrar und Yirgachette als Handelsmarken anerkannt und einen Lizenz-, Vertriebs- und Marketingvertrag unterzeichnet.^{8,9} Eine Kaffeessorte, die Estima, wird schon durch die unabhängige Organisation Fair Trade zertifiziert.¹

6. Der Weg in die Zukunft

Howard Schulz der sich 2000 in das Kontrollgremium zurückzog sah die aktuellen Probleme schon früh kommen und warnte in einem internen Memo vor der "Kommerzialisierung des Starbucks-Erlebnisses und schrieb, dass das schnelle Wachstum die Starbucks-Magie untergraben habe. Anfang des Jahres reagierte Starbucks und machte Schulz wieder zum Chef. An seinen ehrgeizigen Expansionsplänen will der Konzern jedenfalls festhalten. 1000 neue Filialen sollen dieses Jahr noch dazu kommen und jedes Jahr 2 Länder neu erschlossen werden. "...vor allem Asien und Osteuropa haben großes Potenzial.", so der Konzernchef.⁵

Das Ziel hat Schulz in einem Memo deutlich formuliert:

"Wir wollen auf der ganzen Welt die unanfechtbare Autorität für Kaffee sein."⁵

7. Stellungsname

Meiner Meinung nach ist Starbucks eines der erfolgreichen Unternehmen das mit dem großen Wirtschaftsboom groß geworden ist. Howard Schulz ist in meinen Augen ein grandioser Geschäftsmann der seine Chance genutzt hat, auch wenn ihm manche Geldgier und Rücksichtslosigkeit vorwerfen. Starbucks zeigt durchaus dass eine Zusammenarbeit mit den Kaffeeproduziererländern gewünscht ist aber nicht zu jeder Bedingung. Dass das Unternehmen von sich aus höhere Preise als die von dem Fair-Trade-System vorgegebenen zahlt spricht für sich. Dem Vorwurf kleine Geschäfte vom Markt zu drängen kann ich leider nur zustimmen. Ich denke aber dass etablierte Cafés sich keiner Gefahr ausgesetzt sehen müssen. Starbucks ist zurzeit sehr angesagt hat aber nicht das Potenzial hat die Kunden von ihrem Lieblingscafé abzuwerben. Es ist eher so dass man zu Starbucks für den schnellen Kaffee zwischendurch geht, nicht aber einen gemütlichen Abend dort verbringen möchte.

Fußnoten:

- ¹ <http://de.wikipedia.org/wiki/Starbucks>
- ² "Something Bitter Brewing Over Annex Cafe", in: Globe and Mail, 9. November 1996 (zitiert in: Naomi Klein, "No Logo!", S. 152f.)
- ³ <http://www.tagesschau.de>: "Chinas Staatspräsident zu Gast im Weisen Haus"
- ⁴ Kooperation mit gemeinnützigen Organisationen aus Unternehmenssicht - Corporate Social Responsibility bei Starbucks <http://www.norddeutscher-fundraisingtag.com>
- ⁵ Der Spiegel 14/2008
- ⁶ "Starbucks: Ein Kaffee-Konzern fürchtet um sein Image" Tagesschau, 7. März 2007
- ⁷ "Starbucks verhindert, dass es Äthiopischen Kaffeeproduzern besser geht: Oxfam fordert den Kaffeekonzern auf, eine Lizenzvereinbarung für Kaffee-Namen abzuschließen" Oxfam, 7. März 2007
- ⁸ "Rohstoffe: Schwarz und stark", <http://www.Spiegel-online.de> 5. Juni 2007
- ⁹ "Oxfam begrüßt Einlenken von Starbucks bei äthiopischen Kaffeemarken", <http://www.entwicklungspolitik-online.de> 22. Juni 2007

Zeitschriften:

Der Spiegel 14/2008

Websites:

<http://www.entwicklungspolitik-online.de>
<http://www.Spiegel-online.de>
<http://de.wikipedia.org/wiki/Starbucks>
<http://www.tagesschau.de>