

Das Unternehmensprofil von Starbucks



Starbucks Unternehmensprofil

Die Starbucks Story

Die Geschichte unseres Unternehmens beginnt im Jahr 1971. Damals war Starbucks eine kleine Kaffeerösterei und handelte mit Kaffee, Tee und Gewürzen. Es gab zu Beginn nur einen einzigen Store am Pike Place Market in Seattle.

Heute dürfen wir täglich mehrere Millionen Gäste an unseren mehr als 17.000 Standorten in mehr als 50 Ländern begrüßen.

Der Name

Der Name Starbucks wurde in Anlehnung an den ersten Offizier aus Herman Melvilles Roman *Moby Dick* gewählt. Unser Logo ist ebenfalls vom Meer inspiriert – es zeigt eine Sirene mit zwei Flossen, die der griechischen Mythologie entstammt.

Das Starbucks Leitbild

Wir möchten Menschen Tasse für Tasse und in jeder Umgebung inspirieren und fördern.

Unser Kaffee

Es entspricht unserer Philosophie, nur den allerbesten Kaffee zu servieren. Unser Ziel ist es, nur nach höchsten Qualitätskriterien angebauten Kaffee anzubieten, der ethisch einwandfrei und gerecht gehandelt wurde. Unsere Kaffee-Einkäufer besuchen persönlich die Kaffeeplantagen in Lateinamerika, Afrika und Asien, um dort *Arabica*-Bohnen höchster Qualität auszuwählen. Sobald diese Qualitätsbohnen in unseren Röstereien eintreffen, sind die Experten von Starbucks dafür verantwortlich, die Balance und das reiche Aroma der Bohnen durch unser unternehmenseigenes Röstverfahren Starbucks Roast zu gewährleisten.

Unsere Stores

Unsere Stores laden dazu ein, Freunde oder Familienmitglieder zu treffen, einen ruhigen Moment alleine oder mit einem Buch zu genießen, oder einfach nur, sich in einer fremden Stadt an einem vertrauten Ort aufzuhalten.

Anzahl der Stores: 17.009 (am 2. Januar 2011)

8.870 davon im Besitz des Unternehmens

8.139 Stores auf Lizenzbasis

Geschäftstätigkeit in mehr als 50 Ländern

Ägypten, Argentinien, Aruba, Australien, Bahamas, Bahrain, Belgien, Brasilien, Bulgarien, Chile, China, Dänemark, Deutschland, El Salvador, England, Frankreich, Griechenland, Hongkong, Indonesien, Irland, Japan, Jordanien, Kanada, Katar, Kuwait, Libanon, Malaysia, Mexico, Neuseeland, Niederlande, Nordirland, Oman, Österreich, Peru, Philippinen, Polen, Portugal, Rumänien, Russland, Saudi-Arabien, Schottland, Schweden, Schweiz, Singapur, Spanien, Südkorea, Taiwan, Thailand, Tschechien, Türkei, Ungarn, Vereinigte Arabische Emirate, Vereinigte Staaten von Amerika, Wales und Zypern.

Das Unternehmensprofil von Starbucks

Unsere Partner

Wir bieten die besten Kaffees der Welt an, die von großartigen Menschen angebaut, zubereitet und serviert werden. Unsere Mitarbeiter, die wir als Partner bezeichnen, stehen im Mittelpunkt der *Starbucks Experience*.

Unsere Store-Partner haben sich dem Wissen rund um den Kaffee, einer umfassenden Produktkenntnis und dem Gästeservice verschrieben.

Es entspricht unserer Philosophie unsere Partner mit Würde und Respekt zu behandeln. Wir sind stolz darauf, zwei richtungsweisende Programme für unsere Partner anbieten zu können: ein umfassendes Krankenversicherungspaket für Voll- und Teilzeit-Partner und unser *Bean Stock* Programm, in dessen Rahmen unsere Partner am Unternehmen beteiligt werden.

Unsere Produkte

Kaffee: Mehr als 30 Mischungen und sortenreine Premium *Arabica* Kaffees.

Selbst zubereitete Getränke: Frisch zubereiteter Kaffee, heiße und eisgekühlte Espresso-Getränke, Mischgetränke mit und ohne Kaffee, Vivanno™ Fruchtshakes und Tazo® Tees.

Merchandise Artikel: Zubehör für die Kaffee- und Teezubereitung, Mugs und Zubehör, verpackte Ware, Musik, Bücher und Geschenkartikel.

Frische Speisen: Backwaren, Sandwiches, Salate, Haferbrei, Joghurt Parfaits und Fruchtbecher.

Konsumgüter: Diese Güter werden in 13 Ländern (China, Dänemark, Deutschland, Irland, Japan, Kanada, Korea, Mexiko, Norwegen, Österreich, Spanien, im Vereinigten Königreich und in den Vereinigten Staaten) in drei Kategorien angeboten:

- **Kaffee und Tee:** Ganze und gemahlene Bohnen (der Marken Starbucks und Seattle's Best Coffee), Starbucks VIA® Ready Brew, Tazo® Teebeutel und Milchtee-Konzentrate.
- **Trinkfertige Produkte:** Starbucks® Frappuccino® Kaffeegetränke, Starbucks Discoveries® Kaffees, Starbucks Doubleshot® Espressogetränke, Starbucks Doubleshot® Energy- und Kaffeegetränke; Seattle's Best Coffee® Iced Lattes, Tazo® geeiste Tees und mit Fruchtsaft versetzte Tees.
- **Starbucks® Ice Cream:** Super Premium Kaffee und Sorten ohne Kaffeegeschmack.

Marken-Portfolio

Starbucks Coffee, Seattle's Best Coffee, Tazo Tea und Torrefazione Italia Coffee.

Anlegerinformationen

- Starbucks ging am 26. Juni 1992 mit einem Aktienkurs von 17,00 USD (oder 0,53 USD je Aktie, bereinigt um nachfolgende Aktiensplits) an die Börse und beendete den ersten Handelstag mit einem Aktienkurs von 21,5 USD.
- Starbucks wurde am 4. November 1985 nach den Gesetzen des US-Bundesstaates Washington in der Stadt Olympia gegründet.
- Die Stammaktien von Starbucks notieren an der NASDAQ und tragen das Börsenkürzel SBUX.

Das Unternehmensprofil von Starbucks

Wir sind ein verantwortungsbewusstes Unternehmen

Es ist uns ein Anliegen, verantwortlich zu wirtschaften und uns so zu verhalten, dass wir das Vertrauen und den Respekt unserer Gäste, Partner und Nachbarn gewinnen. Diesen Ansatz bezeichnen wir als Starbucks™ Shared Planet™ – unsere Verpflichtung zu verantwortungsvollem Wirtschaften.

Ethisch einwandfreier Handel: Wir haben zu unseren Kaffeebauern auf der ganzen Welt gute und langfristige Beziehungen aufgebaut, die uns dabei helfen sicherzustellen, dass wir jene hochwertigen Kaffees kaufen können, die unsere Gäste bei uns erwarten. Wir haben uns zum Ziel gesetzt, ab dem Jahr 2015 nur mehr solchen Kaffee zu kaufen, der unter ethisch einwandfreien Bedingungen gehandelt und verantwortungsbewusst angebaut wurde.

Förderung von Umweltbewusstsein: Wir fühlen uns der Umwelt genauso verpflichtet wie unsere Gäste. Und wir halten einen sorgsamen Umgang mit unserem Planeten für sehr wichtig, weshalb wir auch andere darin bestärken, ebenso zu denken und zu handeln. Unser Ziel ist es, ab 2015 nur noch Becher zu verwenden, die wiederverwendbar oder wiederverwertbar sind. Wir arbeiten auch daran, die von uns verursachte Umweltbelastung deutlich zu reduzieren. Um dies zu erreichen, setzen wir auf Energieeinsparung, Gewässerschutz, Recycling und ökologisches Bauen.

Engagement in unseren Gemeinden: Von den Gemeinden, in denen unsere Stores liegen bis hin zu den Gegenden, in denen unser Kaffee wächst – wir halten es für wichtig und richtig, als Teil dieses Gemeinwesens aufzutreten und zu agieren. Menschen zusammenzubringen, Veränderungen anzustoßen und Verbesserungen für das Leben der Menschen zu erreichen – auch das gehört zu einer guten Nachbarschaft. Wir planen, ab 2015 jährlich eine Million Stunden an ehrenamtlicher Tätigkeit für unsere Gemeinden zu leisten.

<http://www.starbucks.com/responsibility/learn-more/goals-and-progress>

Websites

www.starbucks.de

www.starbucks.com

www.facebook.com/StarbucksDeutschland