Natur-Aktien-Index

imug investment research

Stand: Juni 2008

Starbucks

Die Starbucks Corporation ist seit Januar 2003 im Natur-Aktien-Index (NAI) vertreten. Der NAI umfasst 30 weltweite Vorreiter-Unternehmen aus unterschiedlichen Branchen, die nach strengen sozial-ökologischen Kriterien von einem unabhängigen Anlageausschuss ausgewählt werden.

Die Starbucks Company wurde 1971 mit der Eröffnung des ersten Standortes in Seattle gegründet. Starbucks ist heute weltweit führender Systemgastronom sowie Röster von Kaffeespezialitäten und betreibt mehr als 15.000 „Starbucks Coffee Houses“ in 37 Ländern weltweit. In den Coffee Houses werden Kaffee- und Teespezialitäten sowohl zum Mitnehmen, als auch im Ausschank angeboten. Starbucks Produkte werden außerdem über den Lebensmitteleinzelhandel und via Internet vertrieben. Schon heute hat Starbucks einen Anteil von rund zwei Prozent am weltweiten Verbrauch von Kaffee. In Deutschland werden die Starbucks Coffee Houses von der Starbucks Coffee Deutschland GmbH als Filialen betrieben. Insgesamt sind in Deutschland rund 1.300 Beschäftigte bei Starbucks tätig.

Branche

Kaffee ist eines der bedeutendsten internationalen Handelsprodukte und steht nach Erdöl an zweiter Stelle im Welthandel. Insgesamt wird weltweit mit Kaffee ein Umsatz von 70 Milliarden USD gemacht. Kaffee wird weltweit in mehr als 60 Ländern (meist Entwicklungsländer) auf ca. 10 Millionen Hektar angebaut. Kaffee ist mit einem Verbrauch von über 590 Milliarden Tassen pro Jahr nach Wasser das weltweit populärste und meistgetrunkene Getränk. In Deutschland belief sich der Pro-Kopf-Verbrauch im Jahr 2004 auf 151 Liter. Auch der Konsum von „nachhaltig angebautem“ Kaffee wächst in den letzten Jahren kontinuierlich mit teilweise zweistelligen Wachstumsraten, vor allem in den entwickelten Verbrauchermärkten in den USA, in Westeuropa und in Japan. So ist in Deutschland der Markt für „TransFair Kaffee“ in 2006 um 20 Prozent auf 3.900 Tonnen absolut gewachsen. Insgesamt ist dies immer noch ein marginaler Anteil von einem Prozent am Kaffeemarkt. In den USA ist der Markt für fair gehandelten Öko-Kaffee von 0,2 Prozent (2000) auf 1,8 Prozent (2004) gewachsen. Bei einem gesamten Marktvolumen von rund 20 Milliarden US-Dollar entspricht dies einer Summe von fast 370 Millionen US-Dollar.

Umwelt

Im Geschäftsjahr 2005 konnte Starbucks den Anteil von „fair gehandeltem“ Kaffee auf vier Prozent (5,5 Millionen Kilogramm) ausweiten. Im Geschäftsjahr 2006 betrug der Anteil bereits sechs Prozent oder neun Millionen Kilogramm absolut. Zum Vergleich: Weltweit nehmen rund drei Prozent aller Kaffeebauern am FairTrade-System teil.

In Zusammenarbeit mit einer amerikanischen NGO hat Starbucks im Jahr 2001 Richtlinien für einen sozial und ökologisch verantwortlichen Kaffeekauf, die sogenannten „C.A.F.E. Practices“ (Coffee and Farmer Equity Practices), erarbeitet. Um ein „C.A.F.E.-Zulieferer“ (preferred supplier) zu werden, müssen eine Reihe von sozialen und ökologischen Kriterien erfüllt werden. Überprüft wird die Einhaltung der Richtlinien durch unabhängige Auditoren. Im Jahr 2007 hat Starbucks 65 Prozent des Kaffees von „C.A.F.E.-Zulieferern“ bezogen. Im 2006 waren es 53 Prozent, was einer absoluten Menge von rund 80 Millionen Kilogramm entspricht. In 2005 waren es nur 25 Prozent, in 2003 sechs Prozent. Neben „FairTrade Kaffee“ und „C.A.F.E.-zertifiziertem Kaffee“ kauft Starbucks auch gezielt sog „shade grown coffee“ ein und setzt sich damit für den Erhalt dieser „nachhaltigsten“ aller Kaffeesorten ein.

Telegramm

+ Starbucks Corporation
+ Branche: Systemgastronomie
+ Starbucks Investor Relations, PO Box 34067 Seattle, WA 98124-1067, USA
+ www.starbucks.com und www.starbucks.de
+ Mitarbeiter 2007: 115.000
+ Umsatz 2007: USD 9,4 Mrd. (Vorjahr: USD 7,8 Mrd.)
+ Gewinn 2007: USD 1,05 Mrd. (Vorjahr: USD 894 Mio.)
+ ISIN US8552441094

Im August 2004 hat Starbucks den UN Global Compact unterzeichnet und sich damit zur Einhaltung von Umwelt- und Mindestsozialstandards verpflichtet. Bereits im Jahr 1992 hat Starbucks eine global gültige Umweltpolitik bzw. ein „Environmental Mission Statement“ verabschiedet, in dem sich das Unternehmen zur Berücksichtigung von Umweltaspekten in der Geschäftstätigkeit verpflichtet hat. Seit 2001 veröffentlicht das Unternehmen regelmäßig einen integrierten CSR und Annual Report, in dem über den Fortschritt der gesellschaftlichen Verantwortungsübernahme informiert wird.

Soziales

In seinem „Mission-Statement and Guiding Principles“ verpflichtet sich Starbucks, die Mitarbeiter- und Kundenzufriedenheit zu fördern, kulturelle Vielfalt zu schaffen und ethnische und soziale Minderheiten zu unterstützen. Weiterhin möchte das Unternehmen durch seine Tätigkeit positive Beiträge zum Gemeinwesen in den Erzeugerländern leisten.

Sonstiges

Verstöße gegen die Ausschlusskriterien des NAI sind nicht bekannt.