

Howard Schultz: retailer met een missie

12-07-2015 22:00

Starbucks zag acht jaar na het vertrek van ceo Howard Schultz zijn omzetten en winsten teruglopen en zijn aandelenkoers halveren. Dus besloot Schultz in 2008 terug te keren om zijn onderneming te redden. Maar dat deed hij zonder substantiële concessies te doen, schetst Hans Verstraaten in een portret dat in het zomernummer van RetailTrends is verschenen.

Starbucks regelt en betaalt voor elke Amerikaanse medewerker die minstens twintig uur per week werkt een zorgverzekering. Toen Starbucks enkele jaren terug in zwaar weer verkeerde, wilden aandeelhouders daar afstand van nemen. Schultz zag daar echter niets in, omdat medewerkers volgens hem recht hadden op die verzekering.

Schultz wilde ook geen franchisesysteem voeren om al doende risico's te spreiden. Daarnaast was ook het werken met wat goedkopere koffiebonen geen optie, ook al zou dat al snel tientallen miljoen dollars per jaar schelen. De topman wilde in plaats daarvan de ziel terugbrengen in zijn onderneming. Zo sloten alle Starbucks-zaken dat jaar voor 3,5 uur hun deuren voor extra training, waarbij alleen de missie van Starbucks op het programma stond.

"Succes kan niet duurzaam zijn als je groei een doel op zich maakt", zou hij later zeggen. "En dat gebeurde wel." Schultz is zo'n ceo met een heilige missie, maar wel één die het meent. Lees het volledige portret van de Starbucks-topman in RetailTrends 7/8. [Klik hier voor meer informatie over een abonnement op RetailTrends.](#)