



Kaffee trinke ich am liebsten morgens, aber auch tagsüber. Zuhause oder im Bür



o schmeckt er am besten. „To go“ mag ich nicht so gerne, denn im Pappbecher ist der Kaffee immer so heiß, im Auto und in der Bahn ist es etwas umständlich. Das sind Gründe, warum ich in Deutschland ungern zu Starbucks gehe und mir einen Kaffee zum Mitnehmen kaufe.

Anders sieht es auf Dienstreisen oder im Urlaub aus: Egal wo ich bin – in den großen Städten in den USA, Europa oder Asien: Ein Starbucks findet sich an jeder Ecke – in der Innenstadt, am Bahnhof oder in Einkaufszentren. Obwohl mich ein gutes Café eher anziehen

würde, lande ich immer wieder an der Starbucks-Theke. Café Latte, Chai Latte, iced Coffee - tall oder grande heißt es dann immer wieder.

Kurze Historie

Das Unternehmen begann 1971 mit einer Kaffeerösterei und dem Verkauf von Kaffee, Tee und Gewürzen am historischen Pike Place Market in Seattle. Heute ist Starbucks mit mehr als 23.000 Filialen in 50 Ländern der größte Röster und Anbieter von Kaffeespezialitäten in der Welt. Mit einem Jahresumsatz 2015 von 19,16 Mrd. US Dollar und 238.000 Mitarbeiter ist Starbucks mittlerweile ein Großkonzern.



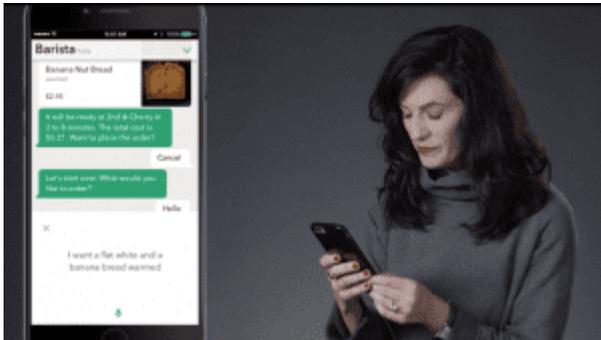
Wo kommt der Name her?

Der Name wurde in Anlehnung an den ersten Offizier aus Herman Melvilles Roman Moby Dick gewählt. Auch das Logo ist vom Meer inspiriert, denn es zeigt eine „Sirene“ aus der griechischen Mythologie mit zwei Flossen.

Ein einfaches Konzept

Das Konzept von Starbucks ist so einfach wie großartig - überall auf der Welt sieht es gleich aus: große Kaffeebecher, bequeme Sofas, dunkle Holztische, die Starbucks-Theke. Und fast immer sind Kunden bzw. Gäste im Starbucks. Freies Internet und die Wohnzimmerumgebung laden dazu ein. Insbesondere sind es jüngere Menschen, die mit ihren Laptops vor sich, längere Zeit dort verbringen und sich bei der Arbeit mit einem oder zwei Kaffees verwöhnen lassen.

Neue Technologie bei Starbucks



Nicht nur, dass es ein freies Internet gibt, jetzt testet Starbucks einen digitalen Barista – einen Chatbot mit Sprachsteuerung zur Bestellung. Als neuer Service in der Starbucks App können die Nutzer nun in einem Dialog mit einem virtuellen Assistenten bestellen. Das erfolgt über Sprachsteuerung oder auch per Chat.

Café-Erlebnis und Kaffeehaus-Atmosphäre



Starbucks geht noch einen Schritt weiter und zwar mit der Rösterei. Kaffeehaus-Erfahrung bei Starbucks – geht das überhaupt?

Über zwei Jahre dauerte die Gestaltung und Einrichtung von „Starbucks Roastery and Tasting Room“. Sie eröffnete in Seattle, nur wenige Blocks entfernt vom Stammsitz von Starbucks, wo 1971 alles begann.

Die Rösterei zeigt die Leidenschaft für Kaffee in einer beispiellosen Erfahrung, die Kunden auf eine Entdeckungsreise mitnehmen und näher an Kaffee bringen als je zuvor. Eine Hommage an das Kaffeeröster-Handwerk, die Kunst des Röstens und die Erforschung des

Geschmacks, sind die Ziele, die Starbucks darstellen will. Es entstand ein neues Retail-Erlebnis, völlig anders als das was die Kunden von Starbucks erwarten.



In der Rösterei können die Kunden den Kaffee-Experten bei ihrem Rösthandwerk mit sechs verschiedenen Röstmethoden zuschauen. Sofort nach dem Abkühlen können die Kaffees verköstigt oder gekauft werden.

Die Rösterei ist die Zukunft des Kaffeehauses, die den Kunden vielfältige Gelegenheiten bietet, die authentische Darstellung des Röstprozesses aus erster Hand zu erkunden. Der ganze Raum bietet Möglichkeiten der Entdeckung und des Erlebnisses.

Also auch bei Starbucks Erlebnis- und Genußeinkauf. Jetzt auch in Deutschland - in München in der Sendlinger Straße. Nicht ganz so wie in Seattle, aber es geht in die richtige Richtung. Es wäre schön, wenn das Schule machen würde. Dann würde ich wahrscheinlich auch in Deutschland in ein solches Starbucks Café gehen.

Und hier noch ein Video, das einen sehr guten Eindruck vermittelt.



Mit dem Laden des Videos akzeptieren Sie die Datenschutzerklärung von YouTube.

[Mehr erfahren](#)

Video laden

YouTube immer entsperren

Bilder, Video: Starbucks, techcrunch