nieuws

Starbucks blijft Ethiopische boeren dwarsbomen

nieuws

De Amerikaanse koffieketen Starbucks blijft onder vuur liggen. Het bedrijf dat eerlijke handel hoog in het vaandel draagt, verzet zich tegen de Ethiopische regering die drie soorten koffiebonen wil registreren. Door de houding van Starbucks dreigen Ethiopische koffietelers 88 miljoen dollar extra inkomsten te mislopen. Het conflict sleept intussen al twee jaar aan en brengt niet alleen de economie van Ethiopië schade toe, maar ook het imago van Starbucks.

9 MAART 2007 – LAATST BIJGEWERKT OM 14 SEPTEMBER 2020 13:59

De Amerikaanse koffieketen Starbucks blijft onder vuur liggen. Het bedrijf dat eerlijke handel hoog in het vaandel draagt, verzet zich tegen de Ethiopische regering die drie soorten koffiebonen wil registreren. Door de houding van Starbucks dreigen Ethiopische koffietelers 88 miljoen dollar extra inkomsten te mislopen. Het conflict sleept intussen al twee jaar aan en brengt niet alleen de economie van Ethiopië schade toe, maar ook het imago van Starbucks.

Starbucks profileert zich nochtans graag als een bedrijf dat zijn maatschappelijke verantwoordelijkheid neemt. Maar de koffieketen weigert een licentieovereenkomst met de Ethiopische regering te ondertekenen die drie koffiemerken erkent. De koffie-industrie in Ethiopië wil die koffiesoorten laten registreren als handelsmerk. Door het eigendomsrecht op de namen te bezitten, zouden de koffietelers hogere prijzen kunnen afdwingen.

Volgens Fons Van Dyck, directeur van het onderzoeksbureau Think/BBDO heeft het dispuut gevolgen voor het imago van Starbucks. "Een reputatie opbouwen kan jaren duren, maar in een paar dagen of weken tijd kan het onderuitgehaald worden. Merken met een sterke reputatie krijgen van hun klanten wel veel krediet. Ik kan me voorstellen dat een merk als Starbucks een veldslag met een publieke instantie of consumentenorganisatie gemakkelijk overleeft".

Anderzijds moet Van Dyck toegeven dat Starbucks de voorbije maanden al een paar keer de media haalde als het over ethiek ging. "Het is opvallend dat andersglobalisten

of actiegroepen vroeger vooral gevestigde waarden, zoals Nike, McDonald's of Coca Cola onder vuur namen. Vandaag richten ze hun pijlen ook op alternatieve merken zoals Apple, Starbucks of Body Shop. Dat was twee jaar geleden nog niet het geval. De alternatieve merken kregen als het ware een vrijgeleide omdat ze een goede reputatie hadden en tegen de marktleider vochten".
Starbucks belooft op zijn website de aankoop van koffie in Ethiopië te verdubbelen tegen 2009 en de ondersteuningsprogramma's voor de boeren uit te breiden, zoals het succesvol heeft gedaan in Zuid-Amerika. Zal dat volstaan om het imago van Starbucks terug op te krikken? Fons Van Dyck denkt dat de koffieketen een tweesporenbeleid volgt. "Enerzijds willen ze alle juridische en andere lobbymiddelen uitputten om hun commerciële en financiële belangen veilig te stellen, anderzijds willen ze zich toch maatschappelijk verantwoord opstellen. Hun programma met lokale boeren past daar volledig in".(GL)

Bron: De Morgen

VILT vzw
Bd Simon Bolivar 17
1000 Bruxelles

Contact
M • info@vilt.be

Volg ons op:
screenreader.visit us on our facebook page: https://www.facebook.com/vilt.nieuws/
screenreader.visit us on our linkedin page: https://www.linkedin.com/company/vilt-vzw/
screenreader.visit us on our instagram page: https://www.instagram.com/vilt.nieuws
screenreader.visit us on our x page: https://x.com/vilt_nieuws
screenreader.visit us on our bluesky page: https://bsky.app/profile/viltnieuws.bsky.social

© 2026 VILT vzw, all rights reserved |