

1895
COFFEE DESIGNERS
— BY LAVAZZA —

Wo Handwerk und Hightech zusammenwirken

Where craft and high tech work together

— Die Px 120 ist das Herzstück der in Turin von Lavazza neu gegründeten Factory 1895, einer Kaffee-Erlebniswelt der besonderen Art. Lesen Sie mehr auf **Seite 6**.

— The Px 120 is the heart of Lavazza's newly founded Factory 1895, a coffee universe of a special kind. Read more on **page 6**.



WARUM TEAMARBEIT SO WICHTIG IST

WHY TEAMWORK IS SO IMPORTANT

— Als PROBAT „Roasting Fellow“ werden Juliet Han häufig zwei Fragen gestellt: Was ist das Coffee Center? Und: Was macht ihr dort? Insbesondere du in deiner Position? Die Antworten lesen Sie auf **Seite 13**.

— As the PROBAT Roasting Fellow for the Coffee Center, the common questions Juliet Han is asked are the following two: What is the Coffee Center and what do you do? The answers to this are on **page 13**.



LIEBE LESERINNEN UND LESER,

DEAR READERS,

Das Jahr 2020 neigt sich nun langsam dem Ende entgegen und wir befinden uns nach wie vor in einer absoluten globalen Ausnahmesituation. Erlauben Sie mir dennoch, einmal kurz auf die vergangenen zwölf Monate zurückzublicken. Hat vielen von uns der Sommer – zumindest stimmungstechnisch – bei der Bewältigung der zahlreichen Herausforderungen geholfen, ist aktuell sicherlich nochmals eine enorme Kraftanstrengung zur hoffentlich baldigen Beendigung dieser Krise notwendig.

Nichtdestotrotz oder vielleicht gerade deswegen blicken wir mit Stolz darauf, wie PROBAT aktuell aufgestellt ist. Extrem schnell haben wir uns zu Anfang des Jahres auf die Widrigkeiten eingestellt und mit zahlreichen gezielten Maßnahmen den Geschäftsbetrieb überall weitestgehend aufrechterhalten. Die Gesundheit unserer Kolleginnen und Kollegen und die Bedürfnisse unserer Kunden standen und stehen dabei nach wie vor an erster Stelle. Wir nutzen die Möglichkeiten der digitalen Kommunikation nach einer extrem kurzen Lernphase, um uns untereinander aber vor allem auch mit unseren Kunden eng zu allen relevanten Themen auszutauschen. Nach wie vor probieren wir neue Dinge aus und treffen mutige und zukunftsgerichtete Entscheidungen.

Es freut uns wirklich sehr, dass unsere Kunden uns dies global im Rahmen der gemeinsamen Arbeit honorieren. So konnten wir nach einer kurzen Phase des Stillstands zu Anfang der Pandemie zahlreiche Aufträge erfolgreich abschließen. Dabei bauen wir beispielsweise im nächsten Jahr nicht nur eine der größten und modernsten Röstereien auf europäischem Boden, sondern können auch einen sehr guten Verkaufsstart unserer neuen P Serie vermelden. Es zeigt sich auch, dass wir bei weiteren Zukunftsthemen wie Umwelt und Nachhaltigkeit sowie Smart Factory-Lösungen für unsere Kunden der erste Gesprächspartner sind.

Für PROBAT ist daher die Ausweitung unserer Fertigungskapazitäten ein wichtiger Erfolgsfaktor. Die Grundsteinlegung für unser Projekt PROBAT GO am 25. September ist daher ein besonderes Ereignis, denn sie markiert den offiziellen Startschuss für die Revitalisierung bzw. den Neubau der Fertigung. Mit diesem Projekt setzen wir eine Benchmark, denn sie spiegelt den konstant steigenden Qualitätsanspruch der Kunden an unsere Produkte und Services wider.

Hinter uns liegt ein schwieriges Jahr, das wir wirklich mit Bravour gemeistert haben. Wir alle werden die Auswirkungen dieser besonders fordernden Zeit sicherlich noch eine ganze Weile im Privaten und auch bei PROBAT spüren. Dennoch gibt es allen Grund, dem neuen Jahr optimistisch und positiv gestimmt entgegenzusehen.

Um so mehr wünsche ich Ihnen besinnliche Feiertage im Kreis Ihrer engsten Familie. Kommen Sie gut und vor allem gesund in ein neues Jahr 2021.

Herzlichst

The year 2020 is drawing to an end and we still face a global situation that is extremely exceptional. However, please allow me to briefly review the past twelve months. While the summer has helped many of us to overcome the many challenges, at least in terms of mood, the current circumstances certainly mean an enormous effort to hopefully end this crisis as soon as possible.

Nevertheless – or perhaps precisely because of this – we proudly look at the position PROBAT is currently in. At the beginning of the year, we were extremely quick to adapt to the adversities and were able to largely maintain business operations everywhere by applying many targeted measures. Our colleagues' health and the needs of our customers have always been and will continue to be our top priority. After an extremely short learning phase, we use the possibilities of digital communication to exchange information with each other and, above all, with our customers on all relevant topics. We continue to try new things and make courageous and future-oriented decisions.

And we are delighted that our customers around the globe honor this in our joint work. After a short period of standstill at the beginning of the pandemic, we were able to successfully conclude numerous contracts. Next year, for example, we will not only build one of the largest and most modern roasting plants in Europe but can also announce a very good sales launch of our new P series. We also seem to be the first point of contact for our customers when it comes to other future topics such as the environment and sustainability as well as smart factory solutions.

Expanding our production capacities is therefore an important factor for success. And laying the foundation stone for our PROBAT Go project on September 25 was a special event, as it kicked off the revitalization and the new construction of the production facility, respectively. With this project, we are setting a benchmark because it reflects our customers' constantly increasing quality demands on our products and services.

A difficult year lies behind us, which we complete masterfully. For some time to come, we will all certainly feel the effects of this particularly challenging time in our private lives – and at PROBAT. However, there is every reason to look forward to the new year positively and optimistically.

I wish you peaceful and festive holidays together with your family. Have a good and healthy start into the new year.

All the best,

Wim Abbing

INHALT

CONTENT

- 2** EDITORIAL / INHALT
EDITORIAL / CONTENT
- 3** KUNDENSTIMMEN
CUSTOMER VOICES
- 4** MOMENTAUFNAHME
SNAPSHOT
- 5** KUNDENSTORIES
CUSTOMER STORIES
- 6** WO HANDWERK UND HIGH-TECH ZUSAMMENWIRKEN
WHERE CRAFT AND HIGH TECH WORK TOGETHER
- 7** DIE ERSTE REMOTE INBETRIEBNAME
THE FIRST REMOTE COMMISSIONING
- 8** EINE DER WELTWEIT NACHHALTIGSTEN KAFFEERÖSTEREIEN
ONE OF THE MOST SUSTAINABLE COFFEE ROASTERIES IN THE WORLD
- 9** NEUAUFSTELLUNG DES PROBAT SERVICE
NEW SET-UP OF THE PROBAT SERVICE
- 10** GASTBEITRAG RALF RÜLLER
GUEST COMMENTARY RALF RÜLLER
- 11** PROBAT IM DIGITALEN WANDEL – HERAUSFORDERUNGEN UND CHANCEN
PROBAT IN THE DIGITAL AGE – CHALLENGES AND OPPORTUNITIES
- 12** WAS MACHT EIGENTLICH? WHAT ACTUALLY DOES?
- 13** GASTBEITRAG JULIET HAN
GUEST COMMENTARY JULIET HAN
- 14** KUNDENSERVICE AUF WELTKLASSENIVEAU
WORLD CLASS CUSTOMER SERVICE

Bei Mother Parkers Tea & Coffee hat die COVID-19-Pandemie zu einer intensiven Konzentration auf nur zwei Prioritäten geführt: Auf den Schutz unserer Mitarbeiter und den Service für unsere Kunden. Trotz all der Komplexität um uns herum und der Herausforderungen, denen sich die Kaffee- und Teeindustrie gegenüber sieht, waren wir erfolgreich, weil wir die Bedürfnisse unserer Teammitglieder und unserer Kunden proaktiv antizipiert haben. Neue Wege zu finden, virtuell zusammenzuarbeiten, ist Teil der Innovation, die notwendig ist, damit wir als Unternehmen unsere Kunden auch weiterhin bei der Reaktion auf und Anpassung an einen sich ständig verändernden Markt unterstützen können.

At Mother Parkers Tea & Coffee, the COVID-19 pandemic has brought about an intense focus on just two priorities: protecting our people and servicing our customers. Despite all of the complexity around us and the challenges experienced by the coffee and tea industries, we have been successful by being proactive in anticipating the needs of our team members and our customers. Finding new ways to work together virtually is part of the innovation that is needed to help our business continue to support our customers as they react and adapt to a constantly changing marketplace.

Jean-Pierre Rajotte
Chief Operations Officer, Mother Parkers



Ausblick

Wir von der Kaffeerösterei Peeze aus den Niederlanden wünschen Ihnen alles Gute für 2021. Wenn wir auf das Jahr 2020 zurückblicken, war es ein Jahr, das wir nie vergessen werden. Eine weltweite Pandemie, Lockdown, eine erste und zweite Welle, was kommt als nächstes? Auch die Kaffeepreise und das Klima sind in der Krise. Wir haben also noch eine Menge Arbeit vor uns, und ja, wir können das schaffen! Wir haben das schönste Geschäft, das es gibt: Kaffee! Haben wir also Spaß, helfen wir uns gegenseitig und genießen wir den Kaffee! Alles Gute für 2021 und bleiben Sie gesund!

We from coffee roaster Peeze from The Netherlands wish you all the best for 2021. If we look back to 2020 it was a year we never forget. A worldwide pandemic, lockdown, 1e and 2e wave, so what's next? We also have a crisis with coffee prices and climate change. So we have a lot of work to do and yes we can! We have the most beautiful business there is, coffee! So let's make fun, help each other in the business and enjoy your coffee! Cheers for 2021 and stay healthy!

Timmo Terpstra Managing Director
Myriam Lufting Commercial Director
Koffiebranderij Peeze



Wir von The J.M. Smucker Co. sind stolz darauf, während der Pandemie eine stabile Lebensmittelversorgung zu unterstützen. Wenn wir weiterhin in der gesamten Kaffee-Community zusammenarbeiten, werden wir alle diese herausfordernden Zeiten noch besser überstehen. Mit Blick auf das Jahr 2021 wünsche ich allen ein gesundes und glückliches neues Jahr.

At The J.M. Smucker Co, we're proud to help support a steady food supply during the pandemic. By continuing to work together across the greater coffee community, we will all come through these challenging times even stronger. Looking ahead to 2021, I wish everyone a Healthy and Happy New Year.

Jim Trout
Vice President, Coffee Research & Development, The J.M. Smucker Co.



Zu Beginn dieses Jahres dachten wir wahrscheinlich alle, dass 2020 mit unendlichen Möglichkeiten gefüllt sein würde. Aber jetzt ist 2020 das Jahr, in dem wir alles schätzen gelernt haben, was wir haben. Ich glaube, dass wir die Herausforderungen, die diese Pandemie mit sich bringt, bewältigen können, weil wir die Unterstützung unserer starken Partner in der Industrie haben.

At the beginning of this year, we all probably thought 2020 would be filled with infinite possibilities. But now, 2020 is the year that has made us appreciate everything we have. I believe we can overcome the challenges posed by this pandemic because we have the support of our strong partners in the industry.

Joseph Cheng
GM, Coffee & Tea Business, Guangdong Shunda food flavour & ingredients co., LTD



Die Pandemie ist bei Weitem noch nicht vorbei, wenn man bedenkt, welchen Preis die psychologische Vorsicht bei sozialer Interaktion fordert. Deshalb liegt es in unserer Verantwortung als Kaffeehändler, die Gemeinschaft zusammenzuhalten, indem wir tun, was wir am besten können: Kaffee rösten!

The pandemic is far from over, and further still considering the toll of psychological caution over communal interaction. Therefore, as the coffee vendors, it is our responsibility to bind the community, doing what we know best, roasting coffee!

Bayar Delger
Owner, Director, ROC CAFFEINE BAR



In Krisenzeiten müssen wir uns zuerst auf das Wichtigste konzentrieren. Mit langjährigen Partnern wie PROBAT können wir nach vorne schauen und uns auf die vor uns liegenden besseren Tage vorbereiten. Bleiben Sie gesund!

During times of crises first we need to focus on what's most important. With long-term partners like PROBAT we can look ahead and get ready for the better days ahead of us. Stay safe! .

Jorma Varis
Director, Operations Roasting, Paulig



Outlook

Was für eine Herausforderung! Resilienz ist eine Fähigkeit, mit der Kaffeemenschen geboren werden. Das war mir immer bewusst - und das Jahr 2020 war ein Jahr, in dem sich dies wirklich bewahrheitet hat. Von den Produzenten über die Röster bis hin zu den Konsumenten habe ich nichts anderes gesehen als Stärke und Engagement für diese Industrie, der wir alle unser Leben gewidmet haben. Die Welt hat sich verändert, 2021 wird anders sein, aber der Kaffee bleibt! Jetzt können wir bald wieder Schulter an Schulter mit unserer Community unseren Kaffee genießen. Das ist der beste Weg!

What a challenge! Resilience is a quality that coffee people are born with. This is what I have always thought, and 2020 has been a year to really show this to be true. From producers to roasters to drinkers, I have seen nothing but strength and commitment to this industry we have all devoted our lives to. The world has changed, 2021 will be different, but the coffee remains! Now we get to soon return to enjoying our coffee shoulder to shoulder with our community. The best way!

Will Young
Founder / Chairman Campos Coffee



Zuversicht und Mut zu behalten in diesen Zeiten, das ist sehr wichtig. Nach anfänglich feuchten Händen sollten wir lernen mit der Situation umzugehen und uns voll auf das Jahr 2021 zu konzentrieren. Wir von der roestbar sind fest davon überzeugt, es wird weitergehen.

To keep confidence and courage in these times, that is very important. After initially wet hands, we should learn to deal with the situation and fully concentrate on the year 2021. We at roestbar are firmly convinced that it will continue.

Mario Joka
Geschäftsführer, roestbar



In den dunkelsten Zeiten können unsere Leidenschaft und Kreativität in der Kaffee-Community das Licht sein, das andere zum Erfolg und zur Stärke führt. Lassen Sie sich bei Ihren Entscheidungen nicht von Angst leiten, sondern hoffen Sie stattdessen, dass bald eine bessere Zukunft am Horizont erscheint.

In the darkest times, it's when our passion and creativity in the coffee community can be the light to guide others to succeed and prevail. Do not let fear drive your decisions, but instead hope that a better tomorrow will soon blossom.

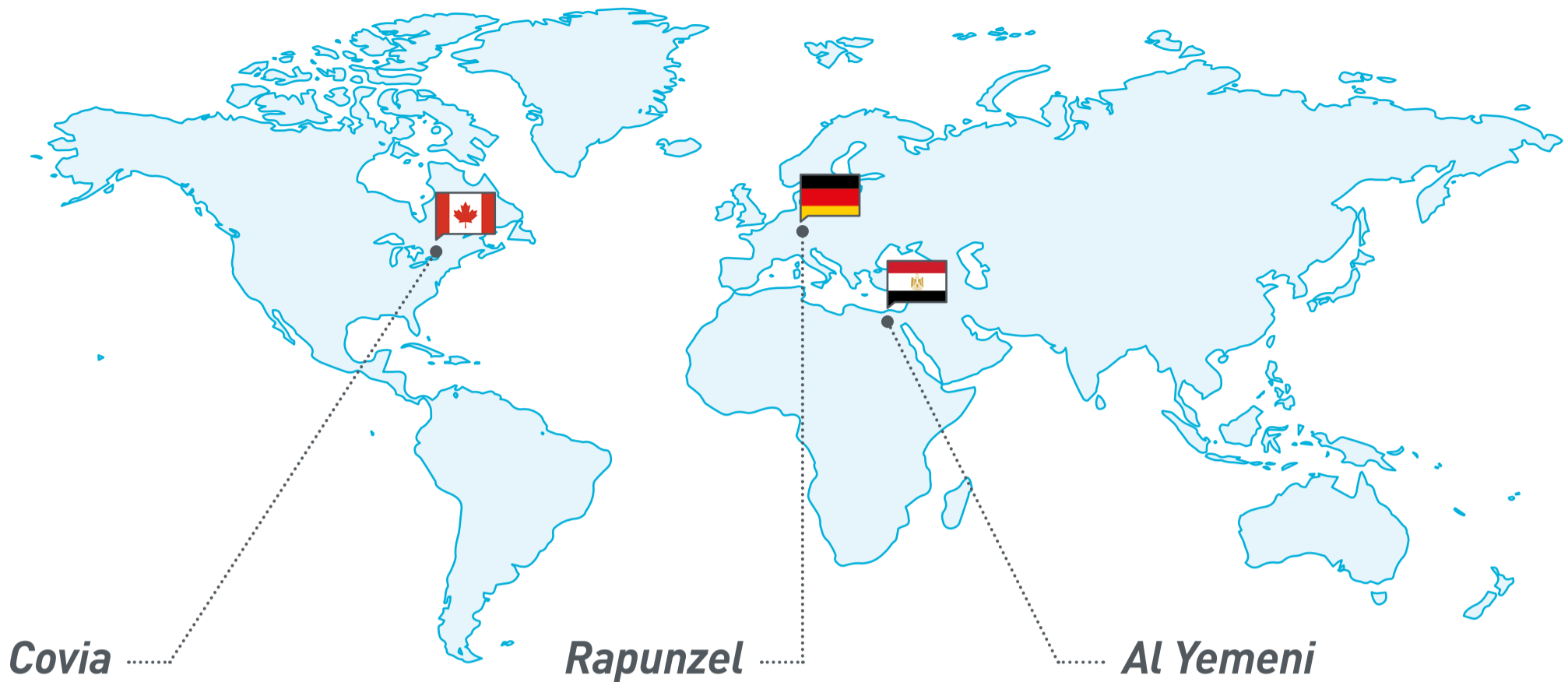
Daniel Garza
Coffee producer and roaster, Entre Nubes Café





Am 25. September feierte PROBAT die Grundsteinlegung von PROBAT GO. Der Start des Projektes gerade in Zeiten wie diesen sendet nicht nur ganz besondere Signale für die globale Kaffeeindustrie, vielmehr unterstreicht PROBAT damit auch insbesondere seine marktführende Position innerhalb der Branche.

On September 25 PROBAT celebrated the cornerstone ceremony of PROBAT GO. The start of the project, especially in times like these, not only sends very special signals to the global coffee industry, but also underlines PROBAT's market-leading position within the industry.



— Nach einer langjährigen erfolgreichen Partnerschaft hat PROBAT USA im Jahr 2017 das kanadische Unternehmen ED Industrial übernommen. Hierdurch sind ganz neue Perspektiven entstanden – so kann PROBAT USA seinen nordamerikanischen Kunden schlüsselfertige Komplettlösungen inklusive Equipment, Anlageninstallation und Kundendienst anbieten.

Und nun ist es EDI gelungen, den größten Auftrag in der Geschichte des Unternehmens an Land zu ziehen: Im Laufe des nächsten Jahres wird EDI in Havelock / Ontario am Produktionsstandort des neuen Kunden Covia vor allem mechanische Anlagen wie Brecher, Trockner, Schurren, Becherwerke und Fördersysteme installieren. Der kanadische Anbieter von Mineral- und Industrierohstoffen baut hier Nephelin ab, das zur Herstellung von Glas, Farbe, Isolierung und Keramikfliesen sowie in Polymeren und Beschichtungen verwendet wird. Das Verfahren ist umweltfreundlich, da es ohne giftige Chemikalien auskommt. Das Projekt stellt nicht nur für EDI, sondern auch für Covia selbst eine besondere Herausforderung dar, da trotz der Verzögerungen durch COVID-19 ein enger Zeitplan eingehalten werden muss: Die Installationsarbeiten sollen bis Ende 2021 abgeschlossen sein. Bei Erfolg wird dieses große Projekt eine weitere Referenz sein, die Arbeit des Unternehmens bei potenziellen Kunden bekannt zu machen.

— The millwrighting and fabrication company EDI was purchased by PROBAT USA in 2017 after many years of successfully working with each other. This acquisition has opened up new prospects for PROBAT USA by offering full turnkey solutions made of equipment sales, plant installation services and post-sales equipment service support to the customer base in North America.

Now, EDI has managed to land the biggest deal in the history of the company. Over the next year, in the township of Havelock in central-eastern Ontario, EDI will install primarily mechanical equipment including crushers, dryers, shutters, bucket elevators and conveyor systems at a production site of its new customer Covia. The Canadian mineral and industrial materials supplier mines nepheline at this location which is used in the production of glass, paint, insulation, and ceramic tiles as well as in polymers and coatings. The process is environmentally friendly as no toxic chemicals are used. The project is a special challenge not only for EDI, but also for Covia itself, as it was delayed due to COVID-19 and the company has a tight deadline to meet: Installation works are to be finalized by the end of next year. Upon successful completion, this major project will be a further reference to make the company's work known to potential customers.

— „Wir machen Bio aus Liebe“ ist das Leitmotiv von Rapunzel, dem im bayerischen Legau ansässigen Naturkost-Produzenten, der als einer der führenden Hersteller Europas für kontrolliert biologische, naturbelassene und vegetarische Lebensmittel gilt. Nun soll die im Leitmotiv verankerte Überzeugung zukünftig auch für Besucher erlebbar werden. Aktuell entsteht in Legau auf 6.600 m² ein Besucherzentrum, das neben diversen Themenbereichen auch eine Backstube, einen Weinkeller, einen Pop-Up-Store und eine eigene Rösterei beherbergen wird. Der PROBAT gegenüber geäußerte Anspruch des Firmengründers Joseph Wilhelm, dem Kunden das Produkt Kaffee erlebbar machen zu wollen, stellte das Projektteam vor die Aufgabe, die geforderten industriellen Produktionskapazitäten mit dem gewünschten Manufakturcharakter zu vereinen. So wird das Herzstück der Anlage, auf der die Hausmarke Gusto produziert werden soll, ein von einer Besuchergalerie einzusehender Px 120 Trommelröster sein, der vor einer Glasfront platziert wird. Eine manuelle Rohkaffeeaufgabe und manuelle Röstkaffeeentnahme mit Vorratssilo, Mühle und Packmaschine als Stand-Alone-Lösung runden das Konzept ab. Ist die Rösterei Eyecatcher im Inneren, so sticht das Besucherzentrum aufgrund seiner besonderen Architektur von außen ins Auge. Das Rapunzel Besucherzentrum wird voraussichtlich Anfang 2022 für Gäste eröffnet werden.

— “Organics with love” is the guiding principle of Rapunzel, the natural food producer based in Legau, Bavaria and one of Europe's leading producers of controlled organic, natural and vegetarian food. The conviction anchored in the guiding theme and lived internally is also to be experienced by external visitors in the future: a 6,600-m² visitor center – which will house a bakery, a wine cellar, a pop-up store, its own roastery and various adventure areas – is currently being built in Legau. To enable customers to experience coffee as a product is the demand of Rapunzel founder Joseph Wilhelm. The PROBAT project team's task therefore was to combine the required industrial production capacities with the desired manufactory character. The heart of the roasting plant that is intended to produce the Gusto house brand will be a Px 120 drum roaster, placed in front of a glass facade, which can be marveled at from a gallery. A manual green coffee feeding and manual roasted coffee discharge with storage silo, grinder and packing machine as a stand-alone solution complete the concept. The roasting plant will be the eye-catcher inside the center, but due to the special architectural form the center will stand out from the outside as well. Rapunzel's visitor center is expected to be open to the public in early 2022.

— Diese Kundengeschichte führt uns direkt in das Stadtzentrum von Kairo, der Hauptstadt Ägyptens. Hier hat der PROBAT-Kunde Al-Yemeni Cafe seinen Firmensitz. Um türkischen Kaffee für den lokalen Markt herzustellen, kaufte das Unternehmen kürzlich eine Anlage zur Verarbeitung von Rohkaffee, einen Tangentialröster JUPITER 4000, einen Trommelröster Px 120 und eine Walzenmühle UW 900.3. In Ägypten ist das Kaffeetrinken ein wichtiges gesellschaftliches Ereignis, insbesondere der türkische Kaffee gilt als Pfeiler der modernen ägyptischen Kultur. Auch wenn dieser meist sehr starke schwarze Kaffee auf vielfältige Weise zubereitet werden kann, eines haben alle Zubereitungsarten gemein: den extrafeinen Mahlgrad der Kaffeebohnen, die für die Zubereitung verwendet werden. Vor dem Brühen werden die Bohnen in kleinste Partikel zerkleinert, ähnlich fein wie Kakaopulver. So wird eine viel höhere Aromaextraktion während des Brühens ermöglicht.

Um das Aroma optimal zu schützen, sind die mikrofeinen Mahlwalzen der PROBAT-Walzenmühle UW 900.3 wassergekühlt. So wird die Erwärmung des gemahlene Kaffees minimiert.

— This customer story takes us right into the city center of Cairo, the capital of Egypt, where the PROBAT customer Al-Yemeni Cafe is based. Recently he purchased a green coffee plant, a tangential roaster JUPITER 4000, a drum roaster Px 120 and a grinder UW 900.3 for processing Turkish coffee, to be sold on the local market. In Egypt, coffee drinking is considered an important social occasion and Turkish coffee in particular is even said to be an undeniable pillar of modern Egyptian culture. There are myriad ways to prepare this usually very strong black coffee, but what they all have in common is the extra-fine grind of the coffee beans used for preparation. Prior to brewing, the beans are crushed to tens of thousands of particles, so finely, that they resemble the texture of coca powder, therefore enabling much higher flavor extraction than with any other brewing method.

In order to provide for a maximum protection of the aroma, the fine and superfine grinding rolls of the PROBAT grinder UW 900.3 are water-cooled, thus minimising the heating of the ground coffee.

Wo Handwerk und Hightech zusammenwirken

Where craft and high tech work together

Der italienische Kaffeeröster Lavazza blickt auf eine 125-jährige Geschichte zurück und steht damit fast so lange im Dienst der Kaffeindustrie wie PROBAT. Und die beiden Unternehmen verbindet eine langjährige Partnerschaft, gekrönt von vielen erfolgreichen Projekten, die sich allesamt durch ihren innovativen und zukunftsorientierten Charakter auszeichnen. Fortgeführt wird die gemeinsame Geschichte nun mit Lavazzas neu gegründeter Factory 1895, die der Turiner Kaffeeröster selbst als einen Raum des Erzählens und Entdeckens beschreibt. Hier wirken Handwerk und Hightech-Innovation zusammen, um Tag für Tag herausragende Kaffeesorten zu kreieren.

Die Idee zur Marke 1895 und dieser besonderen Fabrik basiert auf dem Anspruch, die Mission des Unternehmens – nämlich Spitzenkaffees herzustellen und gleichzeitig Tradition und Innovation mit einem nachhaltigen Ansatz zu verbinden – sogar noch weiterzuentwickeln.

So beschloss Lavazza, den Schritt in die Welt der Kaffeespezialitäten zu wagen. Dabei bedarf es nicht nur der seltensten, wertvollsten Kaffeesorten, sondern auch der richtigen Rösttechnologie, um ein raffiniertes und einzigartiges sensorisches Erlebnis zu schaffen, das selbst den Geschmack der anspruchsvollsten Kaffeeliebhaber befriedigt. Und wieder einmal wandte sich Lavazza an seinen langjährigen Partner PROBAT, um diese einzigartige Rösterei mit dem allerersten Exemplar des ebenso einzigartigen Trommelrösters Px 120 auszustatten. Die Px 120 ist eine Fusion aus zukunftsweisender Technologie und einer Neuinterpretation des ikonischen PROBAT-Designs. Sie ist die ideale Wahl für Kaffeeproduzenten wie Lavazza, die ihrer Kundschaft zeigen möchten, was sie tun und wie sie es tun: Sie passt perfekt zur neuen 1895-Rösterei, die gezielt als offener Ort konzipiert wurde, an dem Kaffeenthusiasten in ein ganzheitliches Kaffeeerlebnis eintauchen können und auf eine Entdeckungsreise rund um die Kaffeespezialitäten der Marke mitgenommen werden. Hier können sie experimentieren und sich bei Verkostungen und weiteren besonderen Veranstaltungen im eigens dafür eingerichteten Kaffeekeller verwöhnen lassen.

1895

COFFEE DESIGNERS
— BY LAVAZZA —

Die Qualität der exklusiven Kaffees, die unter dem Label 1895 in der Turiner Rösterei hergestellt werden, immer weiter zu verfeinern, erfordert ein hohes Maß an Flexibilität und absolute Qualitätskontrolle. Neben anderen hochmodernen Anlagen begegnet man in der Rösterei auch der neuesten Generation der PROBAT-Rösttechnologie, mit der Lavazza nicht nur die Kaffeequalität, sondern auch die Energieeffizienz und die Gesamtproduktivität steigern kann.

Michele Galbiati, Betriebsdirektor der 1895 Coffee Designers by Lavazza Factory, erklärt, warum sich das Unternehmen bei diesem innovationsorientierten Projekt für PROBAT als Partner entschieden hat: „Unsere Wahl ist auf den neuen Trommelröster Px 120 gefallen, weil es PROBAT unserer Ansicht nach gelungen ist, dem klassischen Design der Px 120 ein sehr hohes Maß an Technologie einzufließen.“

Genau diesen Ansatz haben wir auch in unserer neuen Fabrik verfolgt: Hier verschmelzen Handwerk und Hochtechnologie, um die Exzellenz unseres 1895-Kaffees zu schaffen. Eine Exzellenz, die wir auch dank der technologischen Optimierung der Px 120 liefern und garantieren können. Ein weiterer wesentlicher Aspekt war der nachhaltige Ansatz der Px 120: Dank dieses neuen, futuristischen Energieeffizienzsystems kann der Energieverbrauch um bis zu 30 % gesenkt werden. Hochtechnologie und Nachhaltigkeit im Streben nach Exzellenz waren entscheidende Faktoren bei unserer Wahl für PROBAT als Partner für dieses wichtige und innovative Projekt. Der hohe Qualitätsstandard der Produkte und die wegweisenden Ideen, die insbesondere durch die Px 120 realisiert wurden, sind die treibende Kraft sowohl für 1895 als auch für PROBAT.“

1895 ist ein Kaffee-Universum, das es zu erforschen gilt, und PROBAT ist stolz darauf, einen Platz in dieser herausragenden Rösterei zu haben. Weitere Informationen finden Sie auf www.1895bylavazza.com.



Die Px 120 in der neu gegründeten Factory 1895 von Lavazza
The Px 120 in Lavazza's newly founded Factory 1895



Der Verkostungsraum im 1895 coffee cellar
The tasting area in the 1895 coffee cellar

— With 125 years of history, Italy-based coffee roaster Lavazza has been serving the coffee industry almost as long as PROBAT. Indeed, the two companies share a long-term partnership crowned by many successful projects, all of them standing out for their innovative and forward-looking character. Now the story continues with Lavazza's newly founded Factory 1895, which the coffee roaster from Turin itself describes as a space for storytelling and discovery where craft and high-tech innovation work together to create superb coffees every day.

The idea behind the brand 1895 and this experiential factory was to develop even further the company's mission to create top-quality coffees while combining tradition and innovation with a sustainable approach. Thus, Lavazza decided to venture into the world of specialty coffees. To satisfy the taste of even the most demanding coffee lovers not only requires the rarest, most valuable coffee varieties, but also the right roasting equipment, to create a sophisticated and unique sensory experience. And once again Lavazza turned to its long-standing partner PROBAT to equip this one-of-a-kind roastery with the equally unique Px 120 drum roaster, a fusion between

pioneering technology and classic design and – at that time – the first one of this type to be sold. Picking up the iconic PROBAT design, the Px 120 is also the perfect choice for coffee producers like Lavazza who want to show their customers what they do and how they do it: a perfect match for the new 1895 roastery as it was specifically designed as an open place for coffee connoisseurs to immerse into a holistic coffee experience where they are taken on a voyage of discovery around the brand's specialty coffees, experimenting and indulging in tastings and other special events in the roastery's dedicated coffee cellar.

Enhancing the quality of the exclusive coffees produced under the label of 1895 in the Turin roastery requires a great extent of flexibility and absolute quality control. Among other state-of-the-art equipment, therefore in the facility you also encounter the latest generation of PROBAT roasting technology, which enables Lavazza – next to coffee quality – to also increase energy efficiency and overall productivity.

Michele Galbiati, Plant Director of the 1895 Coffee Designers by Lavazza Factory explains why the company opted for PROBAT as partner in this innovation-oriented project: "We selected the new Px 120 drum roaster for the 1895 factory, because we believe that PROBAT have managed to inject a very high level of technology into the classic design of the Px 120, the same approach we adopted in this new experiential factory where craft and high technology come together every day to create the excellence of our 1895 coffees. Excellence that we are able to deliver and guarantee thanks also to the technological optimization of the Px 120. Another key aspect for 1895 is the Px 120's sustainable approach. This futuristic new energy efficiency system can deliver considerable reductions in energy consumption by up to 30 %. High technology and commitment to sustainability in the pursuit of excellence were the key factors in our choice of PROBAT and their Px 120 as partners in this important and innovative project. Top quality level of product and cutting-edge ideas are the driver for both 1895 and PROBAT, realized in particular through the Px 120."

1895 is a coffee universe to explore and PROBAT is proud to have a place in this ecosystem of its own. Visit www.1895bylavazza.com to find out more.

Die erste Remote Inbetriebnahme

The first remote commissioning

— Immer wieder stellt die anhaltende Corona-Krise die PROBAT-Mitarbeiter in der Ausführung ihrer täglichen Aufgaben vor neue Herausforderungen. So auch das Team um Udo Schulte Lünzum, zu diesem Zeitpunkt Executive Vice President Service und Projektmanager Jens Dammers, das beim Kunden Jacob Douwe Egberts (JDE) in St. Petersburg, Russland eine Inbetriebnahme (IBN) durchführen musste. Eigentlich reine Routine für die PROBAT-Spezialisten, aber in Zeiten von Reiseverboten bedingt durch COVID-19, plötzlich eine ganz neue Herausforderung, der PROBAT mit der Durchführung der ersten Remote IBN begegnete.

Nach Komplettüberholung des in der Anlage installierten Trommelrösters NEPTUNE 3000 inkl. Upgrade der vorhandenen Steuerung, erwarb PROBAT eine Software zur Unterstützung der Remote IBN. Nun erfolgte zunächst die Installation dieser Software auf den Laptops des Inbetriebnehmers und der dazugehörigen App auf den Endgeräten des Kunden. Im Anschluss wurde der eigentliche Inbetriebnahmeprozess auf Basis einer Echtzeitkommunikation (per Webcam und Chatprogramm) zwischen den PROBAT Service-Technikern und den lokalen Fachkräften vor Ort beim Kunden gestartet. Dabei ermöglichte die Software nicht nur den Austausch von Dokumenten sondern auch deren Bearbeitung, sodass die Inbetriebnahme nach nur zehn Wochen abgeschlossen werden konnte. Nicht zuletzt aufgrund der Zufriedenheit des Kunden JDE über die erfolgreiche Durchführung birgt das Konzept der Remote IBN für Projektmanager Jens Dammers durchaus Potenzial: „Grundvoraussetzung einer Remote IBN muss immer die Gewährleistung sein, dass der Kunde Fachpersonal vor Ort hat, mit dem unsere Inbetriebnehmer kommunizieren. Dies sollte unbedingt vor Auftragserteilung geprüft werden. Da der Ablauf einer Inbetriebnahme darüber hinaus aber immer der gleiche ist, egal ob vor Ort oder aus der Ferne, bietet sich zukünftig eine Remote IBN aus meiner Sicht für gewisse Röster und Anlagen durchaus an.“

— The ongoing COVID-19 crisis challenges PROBAT's employees again and again in their daily tasks – also the team around Udo Schulte Lünzum, General Manager PROBAT Service GmbH and Project Manager Jens Dammers, who were to carry out a commissioning at the customer Jacob Douwe Egberts (JDE) in St. Petersburg, Russia. Normally mere routine for the PROBAT specialists, but what to do in times of travel bans due to the coronavirus? The concept of remote commissioning was born.

After the complete overhaul of the NEPTUNE 3000 drum roaster installed in the plant including an upgrade of the existing control system, PROBAT acquired the Vuforia Chalk software. The first step was to install the software on the commissioning engineers' laptops and the corresponding app on the customer's end devices. For the actual commissioning process, the PROBAT service technicians and the local specialists at the customer's premises then communicated via webcam and instant messaging. The software allowed them both to exchange and process documents, so that the commissioning could be finalized after ten weeks only. For Project Manager Jens Dammers the concept of remote commissioning provides potential – not least due to JDE being satisfied with the accomplishment: "For a remote commissioning to be successful it is imperative that the customer has qualified personnel on site with whom our commissioning engineers communicate. This should be verified before order placement. However, since the commissioning procedure is always the same, whether on site or remote, I believe that remote commissioning has the potential to be very useful for certain roasters and plants in the future."

Eine der weltweit nachhaltigsten Kaffeeröstereien

One of the most sustainable coffee roasteries in the world

— Vuosaari ist ein Stadtteil der finnischen Hauptstadt Helsinki. Hier – mehr als 2.000 Kilometer nördlich des PROBAT-Hauptsitzes – betreibt unser Kunde Paulig eine der nachhaltigsten Röstereien der Welt: Die Rösterei Vuosaari wurde jüngst zu einer CO₂-neutralen Produktionsstätte erklärt. Seit 2014 konnten die Emissionen der Rösterei um 98% reduziert werden. Damit ist Paulig in seinem Streben, all seine Produktionsstandorte bis Ende 2023 klimaneutral zu gestalten, einen wesentlichen Schritt vorangekommen.

Ziel des Unternehmens ist es, ein nachhaltiger Spitzenreiter in der Nahrungsmittel- und Getränkeindustrie zu werden. Pauligs zukunftsweisendes Nachhaltigkeitsprogramm basiert auf ausgewählten nachhaltigen Entwicklungszielen der Vereinten Nationen (Sustainable Development Goals; SDGs) und steht auch im Einklang mit dem Pariser Abkommen. So stammen alle vom Unternehmen bezogenen Kaffeerohstoffe aus nachweislich nachhaltigen Quellen. Darauf aufbauend prüfte Paulig seine Lieferkette und begann, seine Produktionsstätten klimaneutral zu machen. Dadurch wurden die Emissionen der gesamten Wertschöpfungskette des Unternehmens – in der Kaffee eine wichtige Rolle spielt – reduziert. Die Steigerung der Energieeffizienz in der Kaffeerösterei Vuosaari ist Teil dieser langfristigen Nachhaltigkeitsarbeit und spielt eine Schlüsselrolle bei der Erreichung einer klimaneutralen Zertifizierung. Hierfür bezieht Paulig nicht nur Strom aus erneuerbaren Energien, Biogas und regenerative Fernwärme, sondern hat vor allem in innovative energiesparende Technologien investiert, zum Beispiel Wärmeenergie-Rückgewinnungssysteme. Der bevorzugte Partner für diese Technologie war PROBAT: Der Hersteller von Röstanlagen lieferte Rohkaffeevorwärmungs- und Rezirku-

lationssysteme für die drei im Vuosaari-Werk installierten SATURN Zentrifugalröster, die eine wichtige Rolle bei der Reduzierung der für den Röstprozess eingesetzten Energie spielen.

Normalerweise wird nach dem Röstprozess die überschüssige Heizenergie ungenutzt freigesetzt. Um keine gereinigte Wärmeenergie ungenutzt in die Umgebung entweichen zu lassen, hat PROBAT Systeme zur Rohkaffeevorwärmung und Rezikulation entwickelt, die überschüssige Energie direkt in den Produktionsprozess zurückführen, sodass die Energieeffizienz des eigentlichen Röstprozesses viel höher ist. Auf diese Weise kann der Heizenergieverbrauch in großem Maße gesenkt werden. Darüber hinaus handelt es sich bei den Röstern in der Vuosaari Rösterei um SATURN Röster des Typs LT (Low Temperature), die mit einem separaten Brenner zur Behandlung der Röstabluft ausgestattet sind, was zusätzliche Energieeinsparungen beim Röstprozess selbst ermöglicht.

Lea Rankinen, Director Sustainability and Public Affairs bei der Paulig Group, erklärt, wie das Unternehmen den eigenen Erwartungen gerecht werden will, in der Lebensmittel- und Getränkeindustrie eine Vorreiterrolle zu spielen: „Paulig ist ein Player in einer Branche, die eine große Verantwortung dafür trägt, einen nachhaltigen Übergang in die Zukunft zu ermöglichen. Paulig ist ein Familienunternehmen, und es ist die Vision der Firmeninhaber, dass auch künftige Generationen Kaffee anbauen und verarbeiten können. Wir haben den Mut, uns in dieser Hinsicht hohe Ziele zu stecken: Wir wollen, dass Kaffee auch für die nächsten Generationen Existenzsicherung und Genuss ist!“

Weiter ergänzt sie: „Paulig ist eine der nachhaltigsten Röstereien der Welt. Mit der Zertifizierung zur Klimaneutralität unserer Rösterei in Vuosaari haben wir unsere Klimaschutzmaßnahmen weiter verstärkt. Es ist unser Ziel, die Treibhausgasemissionen unserer eigenen Betriebe bis 2030 um 80 % zu reduzieren. Dafür brauchen wir starke Partner wie PROBAT, die visionäre Ideen für eine nachhaltige Kaffeeindustrie haben und die darüber hinaus zukunftsweisende Produkte liefern, mit denen eine gleichbleibend hohe Kaffeequalität auf der Grundlage umweltfreundlicher und energiesparender Rösttechnologien garantiert werden kann.“

PROBAT blickt auf viele erfolgreiche Jahre an Pauligs Seite zurück und wird seinen Kunden auch zukünftig auf dem weiteren Weg zu mehr Nachhaltigkeit begleiten. Mehr über die Anlage in Vuosaari und das Nachhaltigkeitsprogramm von Paulig:

www.pauliggroup.com



Lea Rankinen,
Director Sustainability and
Public Affairs, Paulig Group



Die CO₂-neutrale Rösterei Vuosaari
The carbon neutral Vuosaari Roastery

Vuosaari is a neighbourhood in the city of Helsinki, the capital of Finland. Here, more than 2,000 km north of the PROBAT headquarters, our customer Paulig operates one of the most sustainable roasting plants in the world: The Vuosaari roastery has recently been declared a carbon neutral production site. Since 2014 emissions from the roastery building have been reduced by 98%, a massive step forward in fulfilling Paulig's ambition to make all of its production sites carbon neutral by the end of 2023.

Paulig aims to become a sustainable frontrunner in the Food & Beverage industry. Its visionary sustainability programme is based on selected United Nations Sustainable Development Goals (SDGs) and are also in line with the Paris Agreement. All coffee raw materials bought by Paulig are coming from sustainably verified sources. Building on this, the company looked further into its supply chain and started to make its production sites carbon neutral, thus diminishing overall corporate value chain emissions in which coffee plays a major role. Increasing energy efficiency at the Vuosaari coffee roastery is part of this long-term sustainability work and plays a key role in achieving carbon neutral certification. To this end, next to sourcing renewable electricity, biogas and renewable district heating, above all Paulig invested in innovative energy saving technology such as heat energy recovery systems. The company's preferred partner of choice for this

technology was PROBAT. The roasting equipment manufacturer delivered green coffee preheating and recirculation systems for the three SATURN centrifugal roasters installed at the Vuosaari plant, which play a vital part in reducing the energy used for the roasting process.

Normally excess heating energy is released into the open after the roasting process. In order to not let all of the cleaned heat energy escape unutilized into the environment, PROBAT has developed green coffee pre-heating and recirculation systems which feed part of the energy directly back into the production process, so that the energy efficiency of the actual roasting process is much higher. This way it is possible to cut heating energy consumption up to a great extent. Furthermore, each SATURN roaster at the Vuosaari plant comes as type LT (Low Temperature), with a separate burner for treating the roasting exhaust air, which additionally allows for energy savings during the roasting process.

Lea Rankinen, Director Sustainability and Public Affairs at Paulig Group explains how the company wants to live up to its own expectations to be a frontrunner in the Food & Beverage industry: "Paulig is playing in an industry, which has a big responsibility when it comes to enabling a sustainable transition into the future. Paulig is a family-owned company and it is the company owners' vision to make sure that future generations to come will be able to grow and process coffee and we have the courage to aim high in this regard. We want coffee to be the livelihood and enjoyment also for next generations!"

Rankinen continues: "Paulig is one of the most sustainable roasteries in the world and by achieving carbon neutral certification for the Vuosaari production site we have stepped up our climate action. It is our ambition to reduce greenhouse gas emissions from our own operations by 80% by 2030. For this, we need strong partners like PROBAT with visionary views for a sustainable coffee industry, that deliver trend-setting products that guarantee consistently high coffee quality based on environmentally friendly and energy-saving roasting technologies."

PROBAT looks back on many successful years at Paulig's side and can't wait to further accompany its customer on the future path towards more sustainability. Go to www.paulig-group.com to learn more about the Vuosaari plant and Paulig's sustainability programme.

Neuaufstellung des PROBAT Service New set-up of the PROBAT service

Die zunehmende Globalisierung der Märkte und die damit einhergehende Vielfalt von Produktionsstandorten, Kunden und Lieferketten verändert auch die weltweite Service-Landschaft. Die Gründung der PROBAT Service GmbH zeigt den besonderen strategischen Stellenwert, den der Service-Bereich zukünftig als eigenständige Gesellschaft innerhalb der PROBAT Gruppe einnimmt. Ziel ist v.a. die klare Trennung des PROBAT Produkt- bzw. Warenangebots vom Dienstleistungsangebot der PROBAT Service GmbH, um deren Leistung als selbstständige Organisation innerhalb der PROBAT Gruppe gezielter einordnen zu können.

Strategisch liegt der Fokus auch auf der weiteren Internationalisierung der Serviceaktivitäten. Zu diesem Zweck werden weltweit zusätzliche Service-Hubs aufgebaut. Durch die Bereitstellung lokaler Service-Fachkräfte kann somit schnell, flexibel und dennoch kostengünstig reagiert werden, wenn ein Kunde egal wo auf der Welt ein akutes Problem hat. „Die weitaus überwiegende Anzahl der immer komplexer werdenden Kundenprojekte und der in diesem Zusammenhang erbrachten Serviceleistungen findet im Ausland statt. Hier sind insbesondere Flexibilität und schnelle Reaktionszeiten gefragt. Daher ist der Aufbau eines global verfügbaren, agilen Service-Netzwerks und die Gewährleistung dessen maximaler Verfügbarkeit die übergeordnete Aufgabe der neuen PROBAT Service GmbH“, erläutert Udo Schulte Lünzum, Geschäftsführer der PROBAT Service GmbH, die strategische Zielsetzung der neuen Unternehmung.

Wim Abbing, CEO der PROBAT Gruppe, ergänzt: „Wir möchten mit den Leistungen der PROBAT Service GmbH einen Referenzstandard im internationalen Markt und bei unseren Kunden schaffen, durch ein individuelles Dienstleistungs-Portfolio als Antwort auf die besonderen Herausforderungen der weltweiten Nahrungsmittelindustrie. Flexibel, zeitnah und lösungsorientiert auf sich ändernde Anforderungen zu reagieren, ist dabei das besondere Asset der PROBAT Service GmbH.“



weltweite Service-Hubs stellen lokale Fachkräfte bereit
global service hubs provide local specialists

Both the increasing globalization of the markets and the associated diversity of production sites, customers and supply chains are changing the worldwide service landscape. The foundation of PROBAT Service GmbH as an independent company demonstrates the special

strategic importance that the service sector will have within the PROBAT Group. The principal aim is the clear separation of PROBAT's range of products or goods from the services offered by PROBAT Service GmbH – to classify its services more specifically as an independent organization within the PROBAT Group.

Strategically, the focus is also on the further internationalization of the service activities, with additional service hubs being established worldwide. Thanks to the local service specialists, it is possible to react quickly, flexibly, and yet cost-effectively when a customer has an acute problem, no matter where in the world. "The majority of the increasingly complex customer projects and associated services provided are carried out abroad. So, flexibility and fast response times make all the difference. Establishing a globally available, agile service network and guaranteeing its maximum availability is therefore the overarching task of PROBAT Service GmbH," Udo Schulte Lünzum, General Manager PROBAT Service GmbH explains the new company's strategic objective.

Wim Abbing, CEO of the PROBAT Group adds: "With PROBAT Service GmbH and its individual service portfolio in response to the special challenges of the global food industry we would like to create a reference standard in the international market and with our customers. To react flexibly, promptly and solution-oriented to changing requirements is the special asset of PROBAT Service GmbH."

Wie man Millennials an eine Marke bindet

How to create Brand Loyalty with Millennials



— Eine der wichtigsten Säulen für den Erfolg unserer Marke ist ihre Authentizität. Bei einer neuen Generation von Kaffeekonsumenten kommt sie besonders gut an: bei den Millennials.

Bei der Gründung von THE BARN vor zehn Jahren hatte ich zwei Dinge im Kopf als ich die Unternehmenswerte festlegte: Ich wollte etwas Bedeutsames tun und es war mir egal, was die Leute wollten. Nichts wurde jemals erfunden, indem bereits Vorhandenes kopiert wurde. Wenn man eine neue Richtung einschlägt, sollte man sich darüber im Klaren sein, wofür man steht. Versuchen Sie nicht, es allen recht zu machen – das ist unmöglich und schwächt nur die Identität. Es ist attraktiver, weniger anzubieten – und darin wirklich gut zu sein. Sich auf die eigenen Kernkompetenzen zu konzentrieren, klingt logisch, aber wenn es um die Eröffnung eines Cafés oder einer Rösterei geht, ist es verlockend, die Identität zu verwässern.

Ja, es ist möglich, die Wertschöpfungskette von Kaffee zu verändern. Wir arbeiten eng mit unseren Partnerfarmen zusammen und helfen ihnen, höhere Qualitäten zu produzieren. Nur so können wir mehr bezahlen. Und wir benötigen diese Qualitäten, um von unseren Kunden mehr verlangen zu können. Der nächste Schritt ist der Aufbau einer Verbindung bzw. einer emotionalen Bindung vom Konsumenten zu den Kaffees. Wir erreichen das, indem wir Erlebnisse schaffen und diese in unseren Communities teilen. Die Interaktion zwischen Barista und Kunde ist ziemlich wichtig. Wir lassen unsere Kunden in unsere Welt eintauchen – sie teilen und verbreiten dann die Neuigkeiten. Siegel wie Fair Trade oder Bio haben wir nie verwendet. Unsere Kunden wissen, dass wir beim Besuch unserer Farmer an der Nachhaltigkeit arbeiten. Unser Produkt ist echt und hat einen viel stärkeren Mehrwert als jedes Siegel. Wir rösten auf den für uns maßgeschneiderten Röstern PROBAT UG22 und G45. Sie vereinen die Vorteile der alten Welt mit moderner Technik. Mit diesen Maschinen können wir Aromen, Süße und Säure entwickeln, ohne die Bohnen von außen zu verbrennen.

Auch wenn unsere Verpackungen wahrscheinlich die langweiligsten auf dem Markt sind, sie transportieren eine starke Botschaft: THE BARN ist kein Brandingkonzept. Wir konzentrieren uns auf unser Produkt und machen es immer besser. Dieser Non-Bullshit-Ansatz ist ein Kernelement zur Schaffung von Markentreue. Wir stehen für ehrliches Handwerk, Made in Berlin. Unser Produkt hat einen Premium-Preis, für den wir Premium-Qualität liefern. Nachhaltigkeit gibt es nicht zu einem niedrigen Preis.

Die Welt ist interessanter, wenn sie viele Spezialisten hat. Erinnern Sie sich an die Zeit, als wir gereist sind und ein besonderes lokales Produkt mitgebracht haben? Und haben Sie die langen Schlangen vor lokalen Bäckereien mit dem besten Brot bemerkt? Das liegt nicht daran, dass sie am billigsten sind oder die schönste Verpackung haben.

Ralf Rüller

Founder, THE BARN Coffee Roasters, Berlin
www.thebarn.de

— One of the key pillars for the success of our brand is its authenticity. It resonates particularly well with a new generation of coffee consumers: Millennials.

When I started THE BARN ten years ago, two things were on my mind when I set the values of the company: I wanted to do something relevant and I did not care about what people wanted. Nothing was ever invented by replicating what already exists. When you take a new direction, be very clear about what you stand for. Don't try to please all - it is impossible and it simply dilutes your identity. It is more appealing to offer less - and to be really good at it. Focussing on your core strengths sounds logic, but when it comes to opening a café or a roastery, it is tempting to dilute for the sake of business.

Yes, it is possible to make a change to the value chain of coffee. We work closely with our farm partners and help them produce higher qualities. That's the only way we are able to pay more. We need those qualities in order to charge more to our customers. The next step is building a link or emotional connection from consumer to the coffees. We do that by creating an experience and to share that within our communities. The interaction between barista and customer is quite important. We bring our customers into our world – they then share and spread the news. We never applied any labels such as fair trade or organic. Our customers know that we work on sustainability when we visit our farmers. Our product is real and it carries a much stronger value message than any label can do. We roast on PROBAT UG22 and G45 that were tailor-made for us. They give us the benefits of the old world combined with modern technology. With those machines, we can develop flavours, sweetness and acidity without burning our beans on the outside.

Our bags are probably the most boring in the market – but they carry a strong message: THE BARN is not a branding concept. We focus on our product and we make it better and better. This non-bullshit approach is a core element for creating brand loyalty. We stand for honest craftsmanship, made in Berlin. Our product has a premium price and we deliver premium quality for it. You cannot buy sustainability at a low price.

The world is more interesting with more specialists in it. Remember the times when we travelled and brought back something special from a local brand? And have you noticed the long queues at local bakeries with the best bread? It's not because they are the cheapest or they have the nicest packaging.

PROBAT IM DIGITALEN WANDEL –
HERAUSFORDERUNGEN UND CHANCEN

PROBAT IN THE DIGITAL AGE –
CHALLENGES AND OPPORTUNITIES

Die globale Gesellschaft ist von jeher einem steten Wandel unterworfen; mal langsamer, mal schneller und immer mit unterschiedlichen Auswirkungen auf die einzelnen Lebensbereiche. Aktuell befinden wir uns in der Phase der digitalen Transformation. Im folgenden Interview erläutert Jan Molitor, EVP Marketing PROBAT, die Bedeutung und Notwendigkeit des digitalen Wandels für PROBAT.

Was bedeutet Digitalisierung für PROBAT?

Für PROBAT bedeutet es meiner Meinung nach nicht nur in erster Linie die Einführung neuer Tools, sondern vor allem eine Veränderung der persönlichen Einstellung dazu, wie ich kommuniziere und die vorhandenen Möglichkeiten nutze. Die Bedeutung digitaler Kommunikationskanäle hat in 2020 enorm zugenommen. Wir müssen Plattformen anbieten, auf denen wir mit unseren Kunden aber auch miteinander in Kontakt treten und relevante Inhalte vermitteln können. Das ist aktuell schlichtweg nur digital möglich.

Welche ToDos ergeben sich hieraus bei PROBAT?

Wir müssen die für die Kunden relevanten Inhalte zielgenau über die richtige Kanäle transportieren. An dem Content mangelt es bei PROBAT sicherlich nicht. Die Lust, sich auf digitale Kommunikation und die Nutzung der entsprechenden Kanäle einzulassen, ist ebenfalls unabdingbar. Natürlich sollten wir auch hinterfragen, inwiefern wir die Digitalkompetenz in einigen Bereichen noch weiter stärken können.

Wo sehen Sie aktuell die größten Herausforderungen?

Wir konnten in 2020 nichts anderes tun, als uns in gewisser Weise dem Sturm auszusetzen und das Beste daraus zu machen. Wir haben viele Dinge ausprobiert, von spontanen bis hin zu detailliert geplanten Maßnahmen, wie dem digitalen Launch der neuen P Serie. Für 2021 sind die Voraussetzungen weitestgehend klar: fehlende Live-Kommunikation, Reiserestriktionen, nicht stattfindender analoger bzw. direkter Kontakt. Hier kann die Antwort nur die extreme Digitalisierung unserer Kommunikation sein.

Wie schätzen Sie den Erfolg der digitalen Maßnahmen, die in 2020 durchgeführt wurden, ein?

Digitale Formate sind im Gegensatz zur klassischen Live-Kommunikation in der Regel einfacher messbar im Hinblick auf den Erfolg, schneller und oftmals auch kostengünstiger. Vor diesem Hintergrund hat uns die neue POP UP Series oder der Digital Launch der P Serie sehr viel Freude bereitet, weil wir hier eine wirklich extrem hohe und positive Resonanz bei unseren Zuschauern erreicht haben. Mittlerweile zählen wir mehrere tausend Aufrufe unserer diversen Streaming-Formate. Mit welcher anderen Kommunikationsmaßnahme schaffen wir es, gleichzeitig so viele Personen so intensiv über unsere Innovationen zu informieren und sie zu begeistern? Selbstverständlich ersetzt keine digitale Maßnahme den persönlichen Austausch, aber unter den aktuellen Umständen bin ich fest davon überzeugt, dass dies die richtigen Tools sind.



Hinter den Kulissen / Behind the scenes

Wie ist Ihre Erwartungshaltung für 2021? Sind bereits konkrete Kommunikationsmaßnahmen geplant?

Die Digitalisierung bietet uns die Chance, unsere Themen reichweitenstärker und schneller auszurollen. Wir werden die unserer Meinung nach wichtigen Themen und Lösungsansätze im nächsten Jahr sehr intensiv kommunizieren und wollen unseren Kunden einen echten Mehrwert anbieten. So kreieren wir zum Beispiel statt der abgesagten Interpack einen digitalen Event, im Rahmen dessen wir den Teilnehmern interessante Insights zum Rösten und unsere Innovationen rund um Themen wie Digitalisierung und Umwelttechnologien präsentieren wollen.

Was sind die Learnings aus der Tatsache, dass alle Kommunikationsmaßnahmen 2020 Corona-bedingt digital stattgefunden haben?

Der Inhalt muss stimmen. Bei den Formaten dürfen alle gerade noch ein wenig trainieren. Mutige Kommunikationsideen werden aber belohnt. Und: Wir haben noch viel zu erzählen.



Jan Molitor,
Executive Vice President Marketing

The global society has always been subject to constant change – sometimes slower, sometimes faster but always with varying effects on the individual spheres of life. Currently, we are in the phase of digital transformation. In the following interview, Jan Molitor, EVP Marketing PROBAT explains the importance and necessity of digital change for PROBAT.

What does digitalization mean for PROBAT?

In my opinion, for PROBAT it does not only mean the introduction of new tools, but above all a change in the personal attitude towards communication and making use of the existing possibilities. The importance of digital communication channels has increased enormously in 2020. We need to offer platforms that help us get in touch with our customers but also with each other and convey relevant content—which is simply only possible in digital form now.

What tasks does this entail for PROBAT?

We have to transport the content relevant to our customers in a targeted manner by using the right channels. PROBAT certainly has no lack of content. The desire to engage in digital communication and use the appropriate channels is also essential. And we must try to get to the bottom of how we can further strengthen digital expertise in some areas.

Where do you currently see the greatest challenges?

In 2020, we could do nothing else but expose ourselves to the storm in some way and make the best of it. We tried many things, from spontaneous measures to actions planned in detail, such as the digital launch of the new P series. For 2021, the circumstances are largely clear: lack of live communication, travel restrictions, no analog or direct contact. So, the only possible answer is to extremely digitize our communication.

How do you rate the success of the digital measures that were implemented in 2020?

In contrast to traditional live communication, digital formats are usually faster, often more cost-effective and their success is more measurable. With that in mind, we very much enjoyed the new POP UP series or the digital launch of the P series as we got extremely high and positive response from our viewers. Meanwhile we count several thousand views of our various streaming formats. What other communication measures are there that let us inform and inspire so many people about our innovations at the same time? Of course, no digital measure can replace personal exchange, but owing to present circumstances I strongly believe that these are the right tools.

What are your expectations for 2021? Do you have already planned concrete communication measures?

Digitalization offers us the opportunity to roll out our topics faster and with greater coverage. In the coming year, we will intensively communicate the topics and approaches that we believe are important and want to offer our customers a genuine added value. One example: instead of the canceled Interpack, we will create a digital event, allowing us to present interesting insights into roasting and our innovations in fields such as digitalization and environmental technologies.

What are the lessons learned from the fact that in 2020 all communication measures were carried out digitally due to COVID-19?

The content must be right. Format-wise, we all need some more training. But courageous communication ideas are rewarded. And: we still have a lot to tell.

„Bindeglied zum Kunden“
“The link to the customer”



Guido Meyer Projektmanager

— Seine große Leidenschaft ist das Reisen. Projektmanager Guido Meyer hat schon die halbe Welt gesehen. Dank PROBAT: „Die Reisen sind das i-Tüpfelchen“, sagt der gebürtige Emmericher. Seine Arbeit hat sich im Laufe der Jahre sehr verändert, denn Guido Meyer begann 1984 als Auszubildender zum Technischen Zeichner. Das gefiel, reichte ihm aber nicht. Er holte das Abitur nach, besuchte eine Technikerschule und kam als staatlich geprüfter Maschinenbautechniker mit Fortbildung Projektmanagement zurück. In den 1990er-Jahren kehrte er PROBAT für vier Jahre den Rücken. Doch der Duft gerösteter Bohnen ging ihm nicht mehr aus der Nase und „die Atmosphäre in unserem international aufgestellten Familienunternehmen“ nicht aus dem Kopf. Hier übernahm er zunächst eine Position im Key Account Projektmanagement. „In viele verschiedene Kulturen eintauchen zu können, fasziniert mich.“

Bis zu Beginn der Corona-Pandemie nahmen Kundenbesuche rund um den Globus 30% seiner Arbeitszeit ein. „Seit März läuft alles über Videokonferenzen, die oft viele Stunden dauern“, beschreibt Guido Meyer. „Die Servicetechniker sind, wann und wo immer möglich, weiterhin unterwegs“, sagt er. Mit Kamera und Smartphone, was er aus der Ferne steuert. „Als Bindeglied zum Kunden“ versteht er sich, denn er begleitet eine Anlage von der ersten Anfrage über den Aufbau bis zur Inbetriebnahme.

Wenn immer möglich fährt er mit dem Fahrrad die zehn Kilometer bis Elten nach Hause. Wenn der leidenschaftliche Musiker nicht mit seiner Band probt oder auftritt, verbringt er seine freie Zeit am liebsten beim Segeln mit der Familie. Sein jüngerer Sohn tritt in seine Fußstapfen – der 18-Jährige absolviert gerade eine Lehre bei PROBAT.

Wie trinken Sie Ihren Kaffee?

Ich mag unseren Hauskaffee gern, mit etwas Milch, aber ohne Zucker.

— His great passion is traveling. And thanks to PROBAT, Project Manager Guido Meyer has already seen half the world: “These trips are the icing on the cake”, says the native of Emmerich. In 1984, Guido Meyer started his career as an apprentice engineering draftsman. Although he liked it, it was not enough for him. He then went to night school to get his high school diploma, attended a technical school, and came back as a state-certified mechanical engineer with advanced training in project management. In the 1990s, he turned his back on PROBAT for four years. But he could not get “the atmosphere in our international family business” out of his mind nor the smell of roasted beans out of his nose. He took on a position in key account project management. “Being immersed in many different cultures fascinates me.”

Until the beginning of the COVID-19 pandemic, customer visits around the world took up 30% of his working time. “Since March, we have done everything via video conferences, which often take many hours”, describes Guido Meyer. He sees himself “as a link to the customer” because he accompanies a plant from the first inquiry to its installation and commissioning.

Whenever possible he cycles the ten kilometers home to Elten. When the passionate musician is not rehearsing or performing with his band, he prefers to spend his leisure time sailing with his family. His younger son is stepping into his shoes: the 18-year-old does an apprenticeship at PROBAT.

How do you like your coffee?

I like our house coffee with a little milk, but without sugar.

„Intensive Teamarbeit“
“Intensive teamwork”



Philipp Kaspar Softwareingenieur

— „Was wirklich schön ist“, sagt Philipp Kaspar und strahlt über das ganze Gesicht, „ist die intensive Zusammenarbeit in meinem Team. Wir sind fünf Leute und tauschen uns permanent aus, die Hilfsbereitschaft ist riesig, auch in stressigen Situationen ziehen wir alle an einem Strang.“ Der gebürtige Gelderner träumte nach Ausbildung, Studium und verschiedenen Anstellungen von PROBAT. „Weil das Unternehmen einen sehr guten Ruf hat, mich die Maschinen und der Markt interessierten.“ Er bewarb sich initiativ, genau zum richtigen Zeitpunkt.

Es sollte eine neue Visualisierung in modernen Webtechnologien entwickelt und umgesetzt werden. Das Ergebnis aus dem Entwicklungsprojekt ist eine benutzerfreundliche intuitive Benutzeroberfläche, „die es so noch nie gab, diese Lösung ist am Puls der Zeit“, so Kaspar. Nun gehe es darum, sie immer weiter zu verbessern, so eine Software sei nie fertig. „Dazu sind wir ständig im Dialog mit Kunden, Konstrukteuren, den Maschinenprogrammierern.“

90% seiner Arbeitszeit verbringt der Frühaufsteher am Schreibtisch. Deshalb sind die internationalen Dienstreisen, wenn neue Anlagen installiert und in Betrieb genommen werden, immer ganz besondere Erlebnisse. Sein bisher absolutes Highlight war der Besuch bei PROBAT USA in der Nähe von Chicago.

Seit März arbeitet Philipp Kaspar überwiegend im Homeoffice. Nicht mehr jeden Tag die 45 Kilometer zur Arbeit und zurück fahren zu müssen, sei schon angenehm. Bleibt etwas mehr Zeit, zum Wakeboarden, zum Spazieren gehen oder für das Training im eigenen Keller. „Mir gefällt der Wechsel vom Arbeiten im Büro und mobil gut und ich wünsche mir, dass das auch nach der Pandemie möglich ist.“

Wie trinken Sie Ihren Kaffee?

Als Espresso oder mit Milch ohne Zucker.

— “One of the best things is the intensive teamwork”, Philipp Kaspar says, his face beaming. “We are five colleagues constantly exchanging information, the willingness to help is enormous, we act in concert.” After his apprenticeship, studies, and several jobs, he dreamed of working at PROBAT. “The company has a very good reputation, and I was interested in the machines and the market.” So, he took the initiative and applied – at exactly the right time.

A new visualization in modern web technologies was to be developed and implemented. The result is a user-friendly intuitive interface “that has never been seen before—this solution is much in touch with the latest trends”, says Philipp. Now, it is all about continually improving it. “For this, we are in constant dialog with customers, designers, the machine programmers.”

The early riser spends 90% of his working time at his desk, which is why international travel for installing and putting new systems into operation is always a special experience. So far, his personal highlight was the visit to PROBAT USA near Chicago.

Since March, Philipp has been working mainly from home. And he enjoys not having to commute the 45 kilometers between home and work every day, leaving a little more time for wakeboarding, going for a walk or exercising in the own basement. “I like alternating working in the office and from home and I hope this will also be possible after the pandemic.”

How do you like your coffee?

As espresso or with milk and without sugar.

2020 UND DAS UC DAVIS COFFEE CENTER

UC DAVIS' COFFEE CENTER IN 2020

**Juliet Han**

... ist PROBAT „Roasting Fellow“
im UC Davis Coffee Center.

... is the PROBAT Roasting Fellow
at UC Davis Coffee Center.

coffeecenter.ucdavis.edu

— Es gibt nur wenige Worte, die noch nicht zur Beschreibung des Jahres 2020 verwendet wurden. Hier ist Platz für Ihr eigenes Adjektiv/Gefühl/Schimpfwort: _____. Das Jahr 2020 ist fast vorbei, und wenn Sie ähnlich ticken wie ich, lassen Sie das ganze Jahr Revue passieren und sind vorsichtig mit Aussagen über die Zukunft. Die USA haben ein turbulentes Jahr erlebt, und wir sprechen nicht nur von COVID-19. Eine weitere Welle systemischen Rassismus rollte durch das Land und der Wahlausgang beeinflusst uns auch weiterhin. Mitten in Zeiten der Ungewissheit ist das Coffee Center der University of California Davis eine Konstante. Obwohl der Campus Mitte März geschlossen wurde, konnte er im Juni unter strengen Auflagen wiedereröffnet werden. Das Coffee Center hatte das Privileg, die Kaffeeforschung fortzusetzen, auch wenn dies heute anders aussieht als zu Beginn des Jahres.

Als PROBAT „Roasting Fellow“ werden mir häufig zwei Fragen gestellt: Was ist das Coffee Center? Und: Was macht ihr dort, insbesondere du in deiner Position? In einem Satz: Das Coffee Center ist in Sachen Kaffee in den USA, wenn nicht sogar weltweit, das führende gemeinschaftliche Forschungszentrum. Große Worte, aber ich bin fest davon überzeugt, dass wir uns weiterhin für dieses nie endende Ziel einsetzen werden. Selbst eine Pandemie kann uns nicht aufhalten. Von Chemieingenieurwesen bis Lebensmittelwissenschaften, hier arbeiten Student*innen und Doktorand*innen mit Unternehmen und Fakultätsmitgliedern zusammen, um dringende Fragen im Bereich Kaffee zu beantworten.

Das Coffee Center macht weiterhin Fortschritte. Unser Hauptprojekt derzeit ist ein langfristiges Cold Brew-Projekt, das unter anderem sensorische, Säure- und Farbanalysen umfasst. In Zusammenarbeit mit Toddy® Cold Brew Systems rösten wir hierfür Bohnen unterschiedlicher Herkunft und mit verschiedenen Röstgraden. In einer Webinar-Reihe der Specialty Coffee Association (SCA) über COVID-19 und Kaffeeunternehmen hat unser Direktor, Dr. Bill Ristenpart, sein Wissen über luftübertragene Krankheiten eingebracht. Wir haben einen Doktoranden, der Fortschritte bei einer Übersichtsarbeit über den Säuregehalt von Kaffee macht. Dann haben wir auch mit dem The Coffee Podcast für eine wissenschaftliche Kaffeeriese zusammengearbeitet (Episoden mit dem Coffee Center werden Mitte bis Ende Januar veröffentlicht). Und schließlich werde ich bald Kaffee zum Verkauf in unserer Campus-Buchhandlung rösten; der Erlös geht direkt in die Finanzierung des Zentrums. Falls von Interesse: Den Kaffee werde ich auf einer P5/2-Serie rösten.

Und meine Aufgaben im Coffee Center? Nach fünfzehn Monaten kann ich sagen: ein bisschen von allem. Ich röste mehr, als ich mir vorgestellt hatte; ein Großteil davon für die Forschung. In den ersten drei Monaten des Lockdowns verbrachte ich meine Tage damit, ein Buch über das Rösten zu schreiben. Ich teile nicht nur Daten über Röstversuche, sondern hoffe auch, persönliche Erfahrungen mit einfließen lassen zu können. Von Studentenmanagement bis Logistik, von Kaffeerösten bis wissenschaftliches Denken über Kaffee, ich bin dem Coffee Center dankbar und häufig inspiriert.

Das Jahr 2020 hat eines deutlich gemacht: Ohne Gemeinschaft geht es nicht. Klar gemacht hat mir dies das Coffee Center bei unserer Zusammenarbeit mit Gleichsinnigen und der Branche. Kaffee bot schon immer eine Möglichkeit, Gemeinschaften miteinander zu verbinden; dies gilt auch im Namen der Forschung. Ich werde das Jahr 2021 mit Vorsicht begrüßen – bereit, in jede Richtung zu schwenken, in die uns die Kaffeeforschung führt – und weiterhin von meiner Community lernen.

— There are few words left that hasn't been used already to describe what 2020 has been like. Choose your own adjective/emotion/expletive here _____. 2020 is almost over and if you are like me, you can't help but reflect on your entire year while cautious to make any declarations for the future. The US has experienced a turbulent year and we are not just speaking of COVID-19, though related. Another wave of systemic racial reckoning movements exploded through the country; we also had and continue to live in an imperative election. We have a lot of teamwork to do in this new wave of awakening. In the midst of times of uncertainty, University of California Davis' Coffee Center has been a constant, a collective deep breathe to participate in. Though the campus shut down in mid March, we were able to reopen under strict protocols in June. The Coffee Center has had the privilege to continue coffee research, though it looks different today than in the beginning of the year.

As the PROBAT Roasting Fellow for the Coffee Center, the common questions I am asked are the following two: what is the Coffee Center and what do we do, specifically to my position. To summarize in one sentence, the Coffee Center is the leading, collaborative research center for all things coffee in the US, if not in the world. That is a big statement but I have full confidence we will continue to strive for that never ending goal as even a pandemic can't stop us. With undergraduate and graduate students from chemical engineering to food science majors, we collaborate with companies and faculty members to begin to answer questions that critically need scientific attention in coffee.

Coffee Center continues to make progress, though slower than the usual academic pace. Currently our main project is a long term cold brew project that includes sensory, acidity, and color analysis just to name a few. It will be conducted with different origins and roast levels roasted in house in collaboration with Toddy® Cold Brew Systems. The Director, Dr. Bill Ristenpart has contributed his knowledge of airborne diseases in conjunction with SCA to host a webinar series about COVID and coffee businesses. We have a graduate student who is making progress on a review paper on acidity in coffee. We also collaborated with The Coffee Podcast for their coffee science series which are currently being released on a weekly basis (episodes with Coffee Center will be released mid to late January). Lastly, I will be roasting retail whole bean bags for our campus bookstore in the near future; proceeds will go directly to help fund the center. I will be roasting the coffee on a P5/2 series, thank you for asking!

And what is my job at the Coffee Center? Fifteen months into the position as I write this, it is a little bit of everything. I roast more coffee than I imagined the job would entail; a majority of it is for our research. In the first 3 months of the shut down, I spent my days writing a roasting book emulating my favorite writers and cookbooks; I hope to integrate my personal experiences while sharing data on roasting experiments. From managing students to logistics, roasting coffee and thinking about coffee in an academic way, I am grateful and inspired often by the Coffee Center.

2020 has made one thing clear: we will forever need our community, whatever that may mean to you, even if it looks different right now. The Coffee Center has made this clear to me as we continue to collaborate with the industry and peers. Coffee has always been a way to connect communities together; this is true in academia in the name of research as well. I will welcome 2021 with caution, ready to pivot in any direction coffee research may take us, while I continue to learn from my community.

KUNDENSERVICE AUF WELTKLASSENIVEAU

WORLD CLASS CUSTOMER SERVICE

— **Seit 1. November 2020 sind Sie die Geschäftsführerin von PROBAT USA. Welche Aufgaben liegen nun vor Ihnen?**

Die Hauptaufgabe für das Jahr 2021 wird für uns darin bestehen, sicherzustellen, dass wir auf die Bedürfnisse unserer Kunden vorbereitet sind. Unser Ziel ist es, Ladenröster und Burns-Röster schnell liefern zu können, um sowohl hinsichtlich der Funktionalität als auch der Lieferzeit wettbewerbsfähig zu sein.

Wie hat sich die Situation auf dem nordamerikanischen Kaffeemarkt seit dem Ausbruch von COVID-19 verändert?

Bei Kunden, die im Einzel- und Internethandel stark aufgestellt sind, konnten wir eine erhöhte Nachfrage nach Equipment und Services feststellen. Kunden, die sich auf das Gastronomie- und Café-Geschäft verlassen haben, sind hingegen recht ruhig gewesen. Da wir aber alle Segmente unseres Marktes zum Erfolg führen möchten, suchen wir nach Möglichkeiten, wie wir auch diesen Kunden helfen können, diese schwierige Zeit zu überstehen.

Hat sich die aktuelle Situation bereits auf die unternehmerische Ausrichtung von PROBAT USA ausgewirkt? Welche strategischen Unternehmensziele verfolgen Sie?

Wir müssen Flexibilität beweisen, um trotz der Reisebeschränkungen Lösungen anbieten zu können. Und wir müssen in der Lage sein, Inbetriebnahmen bei Bedarf aus der Ferne durchzuführen. Auch wollen wir die Unterstützung der Steuerungen durch Servicetechniker vor Ort erweitern, die sich auf den Support der Zentrale aus der Ferne verlassen. Für uns ist dies eine gute Gelegenheit, uns auf Technologien zu konzentrieren, mit denen wir den Bedürfnissen der Kunden noch besser gerecht werden können und die uns intelligente Wege der Kommunikation eröffnen. Und während wir uns dem Jahr 2021 nähern kann ich sagen, dass sich unser Denken gewandelt hat, und zwar hinsichtlich der Frage wie wir unsere Arbeit trotz der Einschränkungen besser, effizienter und erfolgreicher machen können.

In Anbetracht der schwierigen Situation, was planen Sie in den nächsten fünf Jahren für PROBAT USA zu erreichen?

Mein Ziel ist es, den bisherigen Erfolg, die starken Kundenbeziehungen und das umfangreiche Branchenwissen zu nutzen, um einen Kundenservice auf Weltklasseniveau zu schaffen. Außerdem möchte ich, dass PROBAT USA weiterhin Marktführer in Nordamerika bleibt und den Burns-Markt weltweit ausbauen – immer mit dem Fokus auf technischer Kompetenz.

Sie sind bereits seit 2012 bei PROBAT USA tätig. Haben Sie das Gefühl, dass die Unternehmens- und Marktkenntnisse, die Sie während dieser Zeit gewonnen haben, für Ihre neue Position als Geschäftsführerin nützlich sind?

Wenn ich über meine Zeit bei PROBAT nachdenke, gilt meine größte Wertschätzung der Führung, die ich erfahren habe, dem Respekt und der Förderung durch Wim Abbing und der Unterstützung durch den Beirat. In den letzten acht Jahren habe ich mein Wissen über den Markt, die Menschen und das Produkt vertieft und meine Dankbarkeit für die PROBAT-Familie wächst. Ich weiß, dass es auf Teamwork ankommt. Und während wir weiteres Wachstum, kontinuierliche Spitzenleistung und erstklassigen Kundenservice anstreben, werde auch ich weiterhin ein stolzes Mitglied des Teams sein.

Zur näheren Zukunft: Gibt es etwas, das Sie unseren Leserinnen und Lesern im Hinblick auf die bevorstehende Weihnachtszeit und den Jahreswechsel mitteilen möchten?

Dieses Jahr hat uns einige hervorragende Lektionen gelehrt. Wir standen vor echten Herausforderungen und gehen gestärkt aus diesem Jahr hervor: stärker als Team und stärker als Unternehmen. Und ich bin gestärkter als Führungskraft. Ich bin so dankbar für jedes einzelne Mitglied meines Teams und ich verspreche alles dafür zu tun, dass alle im Team stark, gesund und motiviert bleiben.

Und noch eine persönliche Frage: Wie trinken Sie Ihren Kaffee am liebsten?

Am liebsten trinke ich meinen Kaffee zusammen mit Freunden im Café. Da das derzeit nicht möglich ist, genieße ich meinen Kaffee mit Milch, zusammen mit der Morgenzeitung und meinem Hund zu meinen Füßen.

— **Effective from November 1, 2020 you are holding the position as General Manager of PROBAT USA. What are the main tasks that are now lying ahead of you?**

The main task ahead in 2021 is making sure that we are prepared to meet the needs of our customers. We have goals to be able to deliver the shop roasters and the Burns roasters quickly to compete on both functionality as well as delivery time.

How has the situation on the North American coffee market changed since the outbreak of COVID-19?

We have noticed increased demand for equipment and services with our customers that have a strong position in retail and internet sales. Our customers that have relied on food service and cafe, have been quiet. But we are committed to the success of all segments of our market and look for ways to help them weather these challenging time.

Has the current situation had an impact on the entrepreneurial alignment of PROBAT USA yet? What are the corporate strategic aims you are pursuing?

We have to pivot where possible to provide solutions in spite of travel restrictions, and need to be able to remotely perform commissioning where necessary as well as augmenting controls support with in person service technicians relying on headquarters' support remotely. We look at this as an opportunity to pivot towards utilizing technology to better meet the needs of our customers, as well as finding clever ways to communicate. As we approach 2021, our thinking has changed to how do we do our work better, more efficiently and successfully, in spite of restrictions.

Bearing the difficult situation in mind, what are you planning to achieve for PROBAT USA in the next five years?

My goal is to leverage the past success, strong customer relationships and deep knowledge of the industry to drive towards world class customer service. With a focus on technical competence, continuing to be the market leader in North America and to grow the Burns market throughout the world.

You have been with PROBAT USA since 2012. Do you feel that any of the corporate and market insights you gained during this period are of benefit to your new position as GM?

When I reflect on my tenure at PROBAT, my greatest appreciation is for the leadership that I have experienced, for the respect and encouragement of Wim Abbing and the support of the board of directors. Over the last eight years, my understanding of the market, the people and the product has deepened and my profound gratitude for the PROBAT family grows. I know that it is teamwork that matters, and I will continue to be a proud team member, as we move towards growth, continued excellence and world class customer service.

Looking into the near future: Is there anything you would like to tell our readers with regard to the upcoming Christmas season and the turn of the year?

This year we have learned some excellent lessons; we have faced real challenges and have come to the end of the year stronger. We are stronger as a team, we are stronger as a company and certainly, I am stronger as a leader. I am so grateful for each of my team here and my pledge is make sure they stay strong, stay healthy and stay engaged.

On a personal note: How do you prefer drinking your coffee?

My preference is drinking coffee in a local cafe with friends. Since that's not possible these days, I enjoy my coffee with milk, along with the morning newspaper and my pup at my feet.



Ellen Nielsen,
Geschäftsführerin PROBAT USA
General Manager PROBAT USA



Firmenhauptsitz PROBAT USA
Company headquarters PROBAT USA