



**DOMINIK SEEGER** ist als Director Strategic Sales für den globalen Vertrieb der Ystral verantwortlich. Er hat 2001 seine Ausbildung zum Industriekaufmann im Unternehmen absolviert. Nach einigen Jahren bei der Hidria ist er vor neun Jahren zu Ystral zurückgekehrt. Zunächst verantwortlich für das Marketing sowie das Key Account Management der Ystral, hat er 2018 die Leitung des Bereichs Vertrieb und Marketing übernommen.

## MIT HERZBLUT IN DIE ZUKUNFT

## DOMINIK SEEGER

VERTRIEBS- UND MARKETINGLEITER BEI YSTRAL

Das Corona-Virus hat unerwartet und hart zugeschlagen. Der Lockdown war ein Schock für Unternehmen, in vielen Branchen sorgte er für Turbulenzen – für Ystral, die Kunden und den Rest der Welt. Wie soll man ein Geschäft, das von der direkten Zusammenarbeit lebt, führen? Wie soll man Projekte im Ausland betreuen? Wie nutzt man die Zeit der Krise am besten?

**M**it Leidenschaft Neues entwickeln und Bestehendes verbessern – das ist ein Grundwert von Ystral – eben 110 Prozent Mixing Solutions. Wenn unsere Kunden ein Problem haben, finden wir nicht nur dafür die Lösung: Wir schauen auch darüber hinaus. Wir schöpfen Potenziale aus, von denen die Kunden oft gar nicht wissen, dass sie da sind.

Jeden Arbeitsschritt, jedes Projekt und jede Kundenkommunikation gehen wir mit Herzblut an. Dazu zählt auch, einen Umgang mit den krisengebeutelten Branchen zu finden, der für beide Seiten passt. Ein Kunde in Asien musste sein Projekt zwar aufgrund des Lockdowns stoppen, hat aber trotzdem seine Zahlungsziele eingehalten. Und umgekehrt hat Ystral Kunden in schwierigen Situationen angeboten, Zahlungen schrittweise zu tätigen. Dies zeigt, wie groß das Vertrauen in die Zusammenarbeit ist.

Wegen der Corona-Pandemie wechselte von heute auf morgen die Belegschaft ins Home-Office. Dazu mussten wir die Digitalisierung im Unternehmen schnell

vorantreiben. Der gewohnte nahe Kontakt bei den vielen Vor-Ort-Terminen war plötzlich nicht mehr möglich. Das schmerzte! Würden wir unseren Kunden unsere Leidenschaft auch digital zeigen können? Neue Tools wurden getestet und

**„In jedem Arbeitsschritt und Kontakt mit dem Kunden steckt jetzt noch mehr Herzblut und Engagement.“**

eingeführt. Mittlerweile läuft der Betrieb relativ rund. Und obwohl man befürchten konnte, dass digitale Kommunikation die Zusammenarbeit erschwert, hat sie eine neue Nähe hergestellt. Geteiltes Leid mit den Kollegen und Kunden schweißt eben auch zusammen.

Augmented Reality macht es beispielsweise möglich, gemeinsam auf die Anlage zu schauen – gemeinsames Sehen, gemeinsames Verstehen. Dieses Verfahren wird momentan mit einem Kunden getestet.

Die Technik ist ausgereift, die Akzeptanz auf beiden Seiten hoch. Die Technologie erleichtert die Zusammenarbeit und Wartung über die Zeiten hinaus, in denen ein Lockdown sie erforderlich macht, und bringt zusätzliche Vorteile wie die Ersparnis von Reisekosten und noch schnelleren Service.

Ystral hat die Zeit zusätzlich genutzt, um neue Märkte mit wachsenden Potenzialen zu identifizieren. Die Elektromobilität ist ein solcher Markt, mit anspruchsvollen Mischanforderungen und zugehörigen Prozessen, welche mithilfe unserer Technologie auf ein ganz anderes Level gehoben werden können und den Unternehmen einen außergewöhnlichen und nachweisbaren Mehrwert bringen.

Wie sieht also Ystrals Zukunft aus? Diese Zukunft ist digital und innovativ. Die Leidenschaft für die passende Lösung und die Verbesserung der Kundenprozesse, sei es in der Kommunikation, in der Entwicklung oder in ganz neuen Märkten, lassen das Unternehmen stark und gestärkt durch das Krisenjahr 2020 gehen. Mit der richtigen Technologie und dem Herz am richtigen Fleck gehen wir voran. □