

25.09.2019 Einblicke

Willkommen bei Siegwerk: Vinay Bhardwaj ist neuer BU Head Flexible Packaging in Indien

Vinay Bhardwaj hat kürzlich die regionale Leitungsfunktion des Bereichs Flexible Packaging bei Siegwerk Indien übernommen. Er hat uns Einblicke in seinen Weg zum Unternehmen, seine Ziele für die neue Position sowie seine Vision vom zukünftigen Verpackungsmarkt gegeben.



F: Was haben Sie vor Siegwerk gemacht?

A: Heute blicke ich zurück auf 24 Jahre in der Verpackungsindustrie. Ich begann meine Karriere im technischen und kaufmännischen Vertrieb und sammelte Erfahrungen im Key Account Management sowie im Business Development. Darüber hinaus bekam ich ebenfalls Einblicke in Business Process Reengineering, M&A sowie Greenfield Project Management und P&L Management. Während dieser ganzen Zeit habe ich in mehreren globalen Unternehmen wie z.B. Huhtamaki und Dia Nippon Packaging gearbeitet und dabei in den verschiedensten Regionen Asiens, einschließlich Vorderindien, Naher Osten,

Indonesien und Japan verbracht. In meiner letzten Funktion war ich CEO von FIPCO, einem mittelgroßen Verarbeitungsunternehmen in Oman-Muscat. Es war eine durchaus herausfordernde Aufgabe, das Unternehmen von einem verlustbringenden zu einem nachhaltigen Unternehmen zu machen. Die ersten zwei oder drei Jahre waren hart, aber sehr interessant, und sobald Team, Prozess und Geschäftsmodell vorhanden waren, wurde es immer mehr zu einer Routinetätigkeit. Nach sechs Jahren habe ich dann begonnen, nach der nächsten beruflichen Herausforderung und einzigartigen Jobgelegenheit zu suchen, die ich definitiv im Juni 2019 gefunden habe, als ich als BU Head of Flexible Packaging India zu Siegwerk kam. Für mich war es schon immer wichtig, einzigartige Berufsmöglichkeiten zu erkunden, bei denen ich ein Erfolgserlebnis verspüre und stets das Gefühl habe, dass ich etwas geschaffen habe und nicht nur ein kleines Rädchen im Getriebe war.

F: Was möchten Sie in Ihrer neuen Position erreichen?

A: Mein Fokus lag schon immer auf den Menschen um mich herum. In meinen Augen ist dabei das Team am wichtigsten, weshalb für mich immer der Mensch an erster Stelle steht, wenn es um die Gewichtung von Menschen, Methoden, Materialien und Maschinen geht. Außerdem ist es für mich sehr wichtig, die Marke aufzubauen. So würde ich gerne den Markenwert von Siegwerk in Indien erhöhen und das Unternehmen als Synonym für Druckfarbe im Markt positionieren. Mit anderen Worten, jedes Mal, wenn ein Konverter oder Markenartikler an Druckfarbe denkt, sollte Siegwerk als erstes in den Sinn kommen. Denn genau das ist es, was ich als höchsten Markenwert bezeichnen würde. Um dies zu erreichen, müssen wir die Anforderungen unserer Kunden sowie die Marktbedingungen verstehen, optimal angepasste Lösungen entwickeln und ihre Erwartungen mit höchster Qualität und Dienstleistung erfüllen. Mein Ziel ist es, Siegwerks Position in Indien vor allem im Tiefdruck zu stärken. Ich möchte eng mit Konvertern und Markenartiklern zusammenarbeiten und sie u.a. über die Kreislaufwirtschaft aufklären, damit sie verstehen, wie

Recyclierbarkeit uns dabei helfen kann, einige der aktuellen globalen und regionalen Herausforderungen zu lösen. Ich möchte ihnen verdeutlichen, wie wichtig die Entwicklung nachhaltigerer Verpackungslösungen für uns alle ist und wie Siegwirk sie auf diesem Weg unterstützen kann.

F: Wie wird Ihrer Meinung nach die Zukunft der Verpackung aussehen?

A: Sicherlich ist die Zukunft mehr und mehr auf nachhaltige Verpackungen sowie auf die Reduzierung des CO₂-Ausstoßes gerichtet. Es ist nicht nur eine geschäftliche Notwendigkeit, sondern auch unsere soziale Verantwortung, denn wir müssen uns Gedanken darüber machen, was wir den kommenden Generationen hinterlassen wollen. Zukünftig sind eine höhere Recyclierbarkeit, ausgereifte Methoden zur Sammlung gebrauchter Kunststoffe und deren anschließende Wiederverwendung zu erwarten. Darüber hinaus werden wir einen stärkeren Einsatz von Papier als Druckträger und ein Wachstum bei Barrierebeschichtungen sehen. Aufgrund der Zunahme kleinerer Druckauflagen im Verpackungsbereich und der Standardisierung von Druckprozessen ist auch mit einem weiteren Wachstum des Digitaldrucks zu rechnen. Obwohl es nur wenige Akteure im Digitaldruck für Narrow Web gibt, ist es noch ein langer Weg, um zum Breitbahndruck für dünne Folien zu Beschichtungszwecken zu gelangen. Es gibt noch viel zu tun, wenn es um biologisch abbaubare Verpackungen und Papier als Alternative für dünne Folien geht. Wir sollten in Zukunft homogenere Verpackungen sehen, die die Recyclingfähigkeit wesentlich erleichtern werden. Zudem ist zu erwarten, dass die aufstrebenden Märkte, insbesondere Asien, auch in Zukunft eine gute Wachstumsrate im zweistelligen Bereich aufweisen werden. Für den indischen Verpackungsmarkt sehe ich darüber hinaus viele Konsolidierungen kommen. In den letzten Jahren haben Huhtamaki und Amcor bereits viele kleine Konverter übernommen und, wenn Sie mich fragen, ist das ein guter Weg, um das Geschäft schnell auszuweiten.



Inhalte online lesen und teilen

Scannen Sie den QR-Code, um diesen Beitrag auf der Siegwerk-Website zu öffnen.