



Hans-Jürgen Zenk (l.) und Christian Schmidt. Im Jahr 1991 gründeten beide S&Z Verpackung in Oelde, vor 10 Jahren übernahmen sie die Marke Sianka.

Sianka, Oelde

„Wir bringen Hygiene und Wohlbefinden in Einklang“

Sianka hat sich seit der Übernahme durch die Firma S&Z prächtig entwickelt. Stetig wurde das Portfolio der Marke mit innovativen Lösungen mit dem Fokus auf Hygiene weiter ausgebaut.

„Wir haben das Sianka-Sortiment zu einem Komplettpaket Rund-ums-Bett weiterentwickelt und bringen Wohlbefinden und Hygiene in Einklang“, freut sich Geschäftsführer Christian Schmidt. Die Marke feiert in diesem Jahr ihren 10. Geburtstag bei S&Z als Markeninhaber.

WRP: *Seit Anfang des Jahres beherrscht das Coronavirus auch unsere Branche. Wie ist es Sianka bisher in dieser Krisenzeit ergangen?*

Christian Schmidt: Sianka konzentriert sich vor allem auf den Health-Markt. Dieser macht rund 90 Prozent unseres Gesamtumsatzes aus. Uns hat die Corona-Pandemie nicht ganz so stark getroffen, der Health-Markt hat natürlich weiter funktionieren müssen. Die Folgen des Lockdowns waren und sind in anderen Märkten, wie zum Beispiel Hotellerie und Gastgewerbe, deutlich dramatischer.

Als sich im Januar die Krise in Europa immer deutlicher abzeichnete, hatten wir schon Sorge, dass es aufgrund geschlossener Grenzen zu Versorgungsengpässen kommen könnte. Aber wir konnten noch rechtzeitig ordentliche Mengen disponieren. Auch vor der sich abzeichnenden Krise wollten wir unseren Kunden garantieren können, dass wir bei steigendem Bedarf mit entsprechenden Stückzahlen lieferbereit sind. Schon immer hat uns eine große Lieferbereitschaft ausgezeichnet. Das konnten und können wir – bis auf ein paar kleine Dellen – auch in dieser Krise gewährleisten. Es ist uns sehr wichtig, zu jeder Zeit und in allen Situationen ein absolut verlässlicher Partner zu sein.

Ergänzend zu unserem Sortiment, konnten wir die Chance nutzen und über eine Million Schutzmasken aus China importieren. Wir haben langjährige Verbindungen ins Land und Partner vor Ort. So war gewährleistet, dass die Masken auch gültige Zertifikate besaßen. Die hohe Nachfrage nach den Masken sowie nach unseren Bettwaren sorgte dafür, dass Sianka bisher relativ stabil durch die Krise gekommen ist.

WRP: *Wie hat sich die Situation für Sianka zum Start der Krise dargestellt? Welche Produkte im Portfolio wurden und werden besonders nachgefragt?*

Franziska Schmidt: Natürlich wusste niemand einzuschätzen, wie sich das Szenario unter Corona entwickeln würde. Es herrschte deshalb allerorten Unsicherheit – das war auch bei Sianka nicht anders. Einige unserer Krankenhauskunden fanden sich in einem Umstrukturierungsprozess wieder. So wurde eine Klinik hier in der Nähe – sie ist bundesweit bekannt für Knie- und Hüftoperationen – als Corona-Hotspotcenter ausgewiesen.

Zu Beginn der Krise stieg die Nachfrage. Es zeigte sich immer deutlicher das Bestreben unserer

Kunden, sich für alle Situationen zu wappnen und die Lager zu füllen. Gerade unsere PE-Säcke für Infektionswäsche erlebten eine lebhaftere Nachfrage aus den Krankenhäusern. Auch das Interesse an unseren waschbaren Kissen und Einziehdecken stieg. Ein Grund war sicherlich, dass vorgeschriebene Wäschewechsel – die Regeln sind in der Corona-Pandemie noch einmal verschärft worden – viel konsequenter eingehalten wurden und werden. Die Häuser haben deshalb mehr Kissen und Einziehdecken etc. bevorratet, um die höheren Frequenzen bedienen zu können. Entsprechend wurde auch mehr gewaschen. Mittlerweile hat sich diese Nachfrage wieder normal eingependelt.

Grundsätzlich kann man feststellen, in dieser Zeit hat unser komplettes Hygieneproduktortiment einen guten Zuspruch erfahren. Es bietet praktische und hygienische Unterstützung im Alltag der Kliniken, Pflegeheime und in den Wäschereien.

WRP: *Sianka hat in den vergangenen Jahren nicht nur das Angebot Rund-ums-Bett komplettiert, sondern auch immer weiter das Thema Hygiene im Produktortiment betont. Warum diese Spezialisierung?*

Christian Schmidt: Das ist richtig. Sianka kann heute Kunden ein Komplettangebot Rund-ums-Bett offerieren. Von Folien, Säcken, Beuteln, über Schutzbezüge und Spannhäuben, Bettschutzauflagen und Matratzen bis hin zu textilen Produkten wie Kissen und Decken – das ist einzigartig in dieser Branche.

Hygiene ist nicht erst seit Corona ein wichtiges Thema in der Öffentlichkeit und in der Branche. Wäschereien sind per se Hygienenienstleister, ihre Kunden erwarten auch diesbezüglich einen einwandfreien Service. Natürlich muss das Thema Hygiene auch in den Krankenhäusern ganz oben stehen. Mit der Fokussierung auf Hygiene steigen auch die Anforderungen. Wir können diese Entwicklung in unserer Branche zum Beispiel auch daran festmachen, dass Sianka in den vergangenen Jahren immer mehr hygienische Abfall- und Wäschesäcke absetzt.

Wir sind Partner unserer Kunden, versuchen sie immer bestmöglich zu unterstützen. Deshalb spiegelt sich der Hygienetrend auch in unserem Portfolio. Unsere Produkte erleichtern die Einhaltung der strengen Hygienevorschriften und überzeugen durch zeitsparendes Handling sowie langlebige Qualität und Funktionalität. ➔



Christian Schmidt
Zur Person

Christian Schmidt ist geschäftsführender Gesellschafter der Firma S&Z Verpackung in Oelde. Er gründete 1990 zusammen mit Hans-Jürgen Zenk das Unternehmen, 2010 wurde die Marke Sianka übernommen. Seitdem ist Christian Schmidt auch für die Ausrichtung der Sianka-Linie verantwortlich. Der gelernte Groß- und Außenhandelskaufmann ist verheiratet und hat 3 Kinder.



Sianka hat seit gut eineinhalb Jahren PU-Kissen im Sortiment. Die Kissen besitzen einen hochwertigen weichen Bezug und eine Füllung aus Polyurethan (PU). Das Kissen hat Sianka auf Wunsch des Krankenhausmarktes entwickelt.

Franziska Schmidt: Wir haben unsere Lösungen zu einem Hygienekonzept Rund-ums-Bett weiterentwickelt. In diesem Konzept kommen ausschließlich Produkte mit hochwertigen Materialkomponenten und textile Qualitäten zum Einsatz, die dem Patienten einen angenehmen Haut- und Körperkontakt bieten. Das Sianka Hygienekonzept Rund-ums-Bett umfasst sämtliche Produkte, die im und am Bett benötigt werden – und das alles aus einer Hand. Um eine hohe Hygienesicherheit zu gewährleisten, sind Kissen, Einziehdecken und Bettschutzunterlagen Industriewäsche geeignet und können bei hohen Temperaturen aufbereitet werden.

WRP: *Wie wird das Hygieneproduktangebot weiterentwickelt?*

Franziska Schmidt: Die Anforderungen an das Angebot bestimmt der Markt. Wir entwickeln unsere Produkte in diesem Hygieneprogramm zusammen mit unseren Kunden immer weiter. Ein Beispiel dazu: Seit gut eineinhalb Jahren können wir ein PU-Kissen liefern. Bis dahin bot unser Sortiment Kissen und dazu passende PU-Schutzbezüge. Das Krankenhauspersonal muss diese PU-Schutzbezüge händisch über das Kissen ziehen, das kostet Zeit. Immer häufiger kam deshalb der Wunsch nach einem Kissen auf, das beides vereint. Also hat Sianka zusammen mit



Sven Nahrman Zur Person

Sven Nahrman ist seit März 2020 im Unternehmen. Er absolvierte eine Ausbildung in der Möbelindustrie und studierte Wirtschaftswissenschaften mit dem Schwerpunkt Taxation, Accounting und Finance. Bei Sianka soll er sich um den Vertrieb in den Beherbergungsmarkt kümmern. Außerdem arbeitet Sven Nahrman im Bereich Prozessoptimierung.

einem Kunden ein Kissen mit einem hochwertigen weichen PU-Bezug entwickelt, dass ebenso wie unsere anderen Kissen mit einer Füllung aus 100 Prozent PUR-Schaumstoffstäbchen einen angenehmen Lagerungskomfort bietet. Das Kissen ist blut-, urin- und wasserundurchlässig und im Nasswischverfahren desinfizierbar. Weil das vor Ort auf Station im Zimmer passiert, ist dieses Kissen sofort wieder einsatzbereit.

Dieses Kissen erfreut sich gerade in der Krise einer guten Nachfrage. Wir verkaufen neben den PU-Kissen aber weiterhin die PU-Schutzbezüge für konventionelle Kissen.

Christian Schmidt: Ich hatte mich anfangs ein bisschen gewehrt, diese PU-Schutzbezüge und auch das PU-Kissen zu verkaufen. Beide Produkte müssen nicht gewaschen werden. Aber der Krankenhausmarkt fordert diese PU-Schutzbezüge und -Kissen. Sie bedeuten in Bereichen mit häufigem Patientenwechsel, wie zum Beispiel in Ambulanzen, eine hohe Zeitersparnis. Dank Nasswischdesinfektion ist trotzdem eine hohe Hygienesicherheit gewährleistet. Natürlich kann auch ein PU-Kissen mit einem textilen Kopfkissenbezug bezogen werden.

Sven Nahrman: Ein weiteres wichtiges Hygieneprodukt ist unsere two-in-one Bettware. Diese ein-

teilige Bettware – Kissen und Bezug beziehungsweise Einziehdecke und Bezug bilden eine Einheit – ist aus der Perspektive eines hohen Hygienestandards die optimale Lösung. Sie wird immer komplett gewaschen. Zudem spart sie auf der Station Arbeitszeit, denn Kissen und Einziehdecke müssen nicht mehr abgezogen werden. Der auch in der Branche bekannte Hygienespezialist Prof. Dr. Claus-Dieter Zastrow hatte schon vor Corona den Einsatz von einteiligen Bettwaren zumindest bei allen ansteckungsfähigen Patienten gefordert. Denn hier ist es besonders wichtig, Staubaufwirbelung und Kontakte zu reduzieren. Sianka ist mit dieser two-in-one Bettware aktuell in einer Testung.

Christian Schmidt: Es erfordert eine enge Kooperation, um für dieses Produkt die richtigen Designs und Qualitäten zu bestimmen. Jetzt sind schon in der Basisausführung drei verschiedene Stoffdesigns vorgesehen. Ich bin überzeugt, dass absehbar zum Beispiel erste Hotels und Krankenhäuser auf das Beziehen der Decken und Kissen

„Mit der einteiligen two-in-one Bettware kann Personal und Zeit und gleichzeitig ein hoher hygienischer Standard für die Gäste erzielt werden.“

Sven Nahrman

verzichten, stattdessen auf unser Kombisystem setzen und es nach jedem Aufenthalt eines Gastes beziehungsweise Patienten waschen lassen.

Sven Nahrman: Vor dem Hintergrund, dass in den Krankenhäusern und Pflegeeinrichtungen Fachkräftemangel herrscht, trägt diese praktische Lösung dazu bei, die Pflegekräfte aktiv zu entlasten. Damit gewinnen sie mehr Zeit, um sich auf ihre fachpflegerische Kompetenz konzentrieren zu können. Auch das Hotel- und Gaststättengewerbe leidet unter Fachkräftemangel. Mit der einteiligen two-in-one Bettware kann Personal und Zeit eingespart und gleichzeitig ein hoher hygienischer Standard für die Gäste erzielt werden. Die Coronakrise hat das Bewusstsein der Menschen für Hygiene gestärkt, sodass Übernachtungsgäste hier sicherlich anspruchsvoller werden und sehr positiv auf eine solche Ausstattung reagieren. In den Niederlanden ist dieses System schon weitaus populärer, hierzulande dauert es wohl noch ein bisschen. →



Die PU-Kissen und -Schutzbezüge sind mit einem Nasswischverfahren desinfizierbar.

Christian Schmidt: Wenn es um die Produktentwicklung bei Sianka geht, müssen wir sowohl die Anforderungen der Wäscherei als auch der Krankenhauskunden berücksichtigen. Unsere Produkte sind deshalb für industrielle Wäschereiprozesse ebenso entwickelt wie für die Krankenhauspraxis und die Patienten. Um eine optimale Wirtschaftlichkeit für die Wäschereien zu gewährleisten, sind eine hohe Material- und Produktqualität entscheidend. Nur so kann eine Decke oder ein Kissen eine hohe Anzahl an Waschzyklen erreichen. Das ist möglich, weil wir spezielle Garne und Materialien verwenden, die den hohen Anforderungen des Waschens im Reinigungsprozess standhalten.

WRP: In dem Sianka-Sortimentsbereich Health findet sich auch ein wasserlöslicher Wäschesack, um infektiöse beziehungsweise infektiösverdächtige Wäsche sicher zu transportieren. Was zeichnet diese Lösung aus und wie wird sie hierzulande in der Branche genutzt?

Christian Schmidt: Dieser Wäschesack ist eine wasserlösliche und biologisch abbaubare thermoplastische Komposition basierend auf Polyvinylalkohol. Er löst sich in der Wäsche rückstandslos auf. Mit dem Wäschesack können Textilien nicht nur sicher aus dem Krankenhaus in die Wäscherei transportiert werden, sondern man muss die Teile auch nicht aus dem Sack in die Maschine umfüllen. Diese Lösung minimiert die Kontakte der Mitarbeiter mit infektiöser beziehungsweise infektiösverdächtigem Schmutzwäsche und gewährleistet so ein sicheres und hygienisches Handling.

Hierzulande hat sich der wasserlösliche Wäschesack bisher nicht durchsetzen können. Wir wissen nicht ganz genau, warum dieses Produkt in der hiesigen Textilpflegebranche trotz der Vorzüge wenig Akzeptanz genießt. Ganz anders ist es zum Beispiel in der Schweiz, hier kommt der wasserlösliche Wäschesack zum Einsatz.

WRP: Sianka hat vor einiger Zeit auch Matratzen ins Portfolio aufgenommen. Wie hat sich dieses Produkt seitdem für die Firma entwickelt?

Christian Schmidt: Vor zwei Jahren haben wir uns entschieden, Matratzen ins Sortiment aufzunehmen. Unser Produkt hatte bis dahin einen längeren Entwicklungsprozess durchlaufen. Schließlich muss eine Matratze für den Health-Markt eine Menge hinsichtlich Hygiene, Wirtschaftlichkeit



Franziska Schmidt Zur Person

Franziska Schmidt ist seit acht Jahren bei S&Z und gehört seit sechs Jahren zur Sianka-Mannschaft. Franziska Schmidt ist im Innendienst beschäftigt und kümmert sich um die komplette Auftragsabwicklung und die Kommunikation mit Kunden und Lieferanten. Sie hat ihre Ausbildung als Groß- und Außenhandelskauffrau erfolgreich bei S&Z absolviert und befindet sich aktuell in der Weiterbildung zur Fachwirtin Einkauf.

und Handling leisten. Erst als wir uns sicher waren, eine Matratze mit einem optimalen Preis-Leistungsverhältnis anbieten zu können, wagten wir den Schritt. Trotzdem gab es schon eine gewisse Skepsis, ob man als Neueinsteiger in diesem Markt Erfolg haben kann. Aber dieses Produkt hat ein gutes Feedback und wird verkauft.

Wir liefern die Matratze heute in vier verschiedenen Modellen und decken somit die wichtigsten Einsatzbereiche in Klinik und Pflege ab. Neben Kliniken und Pflegeeinrichtungen adressieren wir diese Lösung auch an Wäschereien, die ihren Kunden Ersatzmatratzen anbieten möchten, weil die Aufbereitung von medizinischen Matratzen so hochpreisig ist.

WRP: Welchen Stellenwert wird Hygiene in den Sianka Kundenmärkten in Zukunft einnehmen?

Christian Schmidt: Es kann davon ausgegangen werden, dass die Hygieneanforderungen in den Hotels und Krankenhäusern weiter steigen werden. Gerade aufgrund der jetzigen Erfahrungen möchten Gäste ein zu 100 Prozent hygienisch aufbereitetes Bett vorfinden. Dazu wird in Zukunft auch gehören, dass nicht nur die Bettwäsche, sondern auch Kissen und Einziehdecken viel regelmäßiger gewaschen werden als es heute in vielen Fällen Praxis ist. Das Gleiche gilt natürlich auch für den Krankenhausbereich.

Für den Hotelbereich arbeiten wir ebenfalls an einem neuen Produkt. Die neue Einziehdecke hat eine Hybridfüllung, halb Mikrofaser und halb Feder. Sie wird einen hohen Komfort bieten und gleichzeitig häufig und unkompliziert gewaschen werden können.

WRP: Sianka feiert in diesem Jahr ein Jubiläum: Seit 10 Jahren ist die Marke unter der Obhut von S&Z. Wie hat sich Sianka seitdem entwickelt?

Christian Schmidt: Es war eine gute und wichtige Entscheidung von S&Z, vor zehn Jahren die Marke Sianka zu übernehmen. Die S&Z Verpackung GmbH ist seit fast 30 Jahren auf Produkte und Verpackungslösungen aus Polyethylen spezialisiert. Wäschereien und Krankenhäuser wurden von uns bereits mit Folien, Beuteln und Säcken sowie Bettenabdeckhauben beliefert. Durch Sianka konnten wir diese Schnittmenge in ein Sortiment aus Bettwaren und Hygieneprodukten überführen und den Kunden ein Komplettpaket Rund-ums-Bett aus einer Hand anbieten.



Das Sianka-Team mit Kissen – das Design ist noch nicht final – aus dem ganz neuen einteiligen two-in-one Bettwaren-Sortiment. Mit den Lösungen in diesem Portfolio sollen Personal und Zeit eingespart und gleichzeitig ein hoher hygienischer Standard erzielt werden.

Als wir vor zehn Jahren die Verantwortung für Sianka übernahmen hatten wir einen ziemlich großen Respekt vor dieser Aufgabe. Schließlich ging es jetzt nicht nur um Produkte aus Kunststoff, sondern um Textilien. Wir mussten in den ersten Jahren viel lernen. Aber durch gute Produkte und Services sowie unsere Marktkenntnisse haben wir uns heute eine gute Position im Markt erarbeitet. Wir sind absolut überzeugt von unserem Weg. Dies bestätigen auch die in den letzten Jahren ständig steigenden Umsatzzahlen. Mittlerweile arbeitet ein Team von zehn Mitarbeitern für Sianka. Auf die gute Entwicklung der Marke in den letzten zehn Jahren sind wir zurecht auch ein wenig stolz. Natürlich möchten wir Sianka in den nächsten Jahren weiter nach vorne bringen.

WRP: *Wo wird Sianka in den nächsten Jahren stehen? Wo sind die Wachstumspfade?*

Christian Schmidt: Wir haben heute in den Wäschereien eine hohe Durchdringung im deutschen Markt. Weitere Umsätze werden uns durch eine Verfeinerung der Verkaufs- und Marketingstrategie gelingen. Wir haben beispielsweise durch eine interne, groß angelegte Marktanalyse im Health-Bereich noch weiteres Potenzial für unseren Wachstumspfad ausfindig machen können.

Möglichkeiten bietet sicherlich auch der Beherbergungsmarkt mit seinen Hotels, Pensionen, Gasthöfen, Ferienhäusern, -zentren und -heimen sowie Campingplätzen und Jugendherbergen. Im Bereich Hotel muss man sicherlich erst Corona abwarten. In diesem Marktbereich sehen wir für Sianka auch eher Perspektiven in den kleineren inhabergeführten Häusern als bei den großen Hotelketten. →

„Wir haben heute in den Wäschereien eine hohe Durchdringung im deutschen Markt. Weitere Umsätze werden uns durch eine Verfeinerung der Verkaufs- und Marketingstrategie gelingen.“

Christian Schmidt



Wir beschäftigen uns auch mit einem Online-Shop, zum Beispiel für das Ferienhaus- beziehungsweise Ferienwohnungsbusiness. Auch hier sind die Gäste durch Corona sensibler geworden. Die hygienischen Anforderungen wachsen, damit die Bedeutung der Waschbarkeit der Bettwaren. Hier können Betreiber von Ferienhäusern und -wohnungen sich Alleinstellungsmerkmale schaffen: Weil sie nach jedem Feriengastaufenthalt nicht nur Bettbezüge, sondern auch Kissen und

Decken waschen. Dazu sind Sianka-Produkte besonders gut geeignet. Vorstellbar ist zum Beispiel eine Paketlösung bestehend aus Kissen, Decken und Hygieneschutzauflagen. Es ist ein Endkonsumentenmarkt, aber eben auch ein Markt, den wir mit der richtigen Strategie bearbeiten können.

Ein Online-Shop wäre auch für den Home Bereich möglich. Wir bekommen regelmäßig Anfragen von Menschen, die zum Beispiel bei einem Krankenhausaufenthalt ein Sianka-Kissen kennengelernt haben und es jetzt auch privat kaufen möchten. Wir haben genügend Ideen, die wir auch umsetzen wollen.

Wo wir in fünf Jahren stehen werden? Sicherlich werden wir mehr Mitarbeiter beschäftigen und damit eine deutliche Umsatzausweitung erreichen. Ich bin aber nicht so vermessen zu sagen, dass wir den Sianka-Umsatz bis dahin – so wie in den letzten zehn Jahren – vermehrfachen können. Das wird sicherlich auch immer schwieriger werden. □

Die Marke Sianka

Sianka Bettwaren & Hygieneprodukte ist eine Marke der Firma S&Z Verpackung. S&Z ist spezialisierter Hersteller und Lieferant für Säcke, Beutel, Hüllen, Tragetaschen und Folien aus Polyethylen. Seit April 2010 gehören Sianka Bettwaren zum Produktportfolio von S&Z und ergänzen das bestehende Sortiment um viele weitere Produkte, die in den Bereichen Health, Hotel und Home benötigt werden. Sianka Lösungen kommen in Krankenhäusern, Seniorenheimen, Hotels und Gaststätten, Jugendherbergen, Kasernen und weiteren Einrichtungen zum Einsatz.