

# SENSE SISTERS

natural well being



## INTERVIEW MIT DEN BEIDEN SENSE SISTERS GRÜNDERINNEN

*Babette Frommeyer & Ilona Freudenreich*



### **Im Duden kommt „Leben“ vor „Putzen“**

Zwei Gründerinnen aus Deutschland bringen neue Dimensionen zum preisumkämpften Haushaltsreinigungs-/pflegemarkt. Und definieren so Alltagsroutinen neu: ökologisch, ästhetisch, wertorientiert, wohltuend.

### **Möchtet Ihr Euch kurz vorstellen?**

Hallo, wir sind Babette und Ilona, die zwei Gründerinnen der Sense Sisters GbR. Wir kennen uns seit vielen Jahren, sind Geschäftspartnerinnen, Freundinnen und Sisters at heart. Wir haben unser Eco-Start Up 2019 gegründet mit der Vision, die Welt rund um Wohlbefinden neu zu definieren: Im Einklang mit der Natur und der Umwelt. Ganzheitlich für die Menschen. Mit allen Sinnen. Und einem Community-gedanken.

## Wie kamt Ihr auf so eine Idee, in einer Zeit, wo alle in Tech gehen?

Wir wollten das Beste aus verschiedenen Welten zusammenbringen: Das Wissen rund um die Botanik und Aromatherapie, die seit vielen Generationen in der Tradition unserer Familien genutzt wird. Unsere eigenen Erfahrungen aus der Parfüm-+ Kosmetikindustrie, unsere Leidenschaft für Ästhetik. Und die Sehnsucht vieler Menschen westlicher Gesellschaften, alternative neue Wege hinsichtlich Werten, Sinnhaftigkeit und Umweltaktivitäten zu gehen.



## Wie habt Ihr angefangen?

In der Küche!:-) voll Klischee. Oder?

Hier haben wir unsere ersten Produkte entwickelt und ausprobiert. Uns die Köpfe heiß geredet, diskutiert, verworfen – und dann - einfach gemacht. Im Bekanntenkreis fingen wir an zu testen, haben uns Produzenten, Experten, eine Grafikerin gesucht. Und unsere Marke konzipiert – die SENSE SISTERS. Sie drückt aus, was wir uns für diese Welt wünschen: Mehr Sinn und Sinnlichkeit. Werteorientiert und gesellschaftlich verantwortlich. Ohne Lippenbekenntnisse. 100% natürlich, verträglich und umweltfreundlich. Eben mit einer klaren Haltung.

Wir spüren, dass Menschen ein hohes Interesse daran haben, lokale natürliche authentische Marken zu unterstützen, die ihnen den Alltag erleichtern, verschönern und die Umwelt nicht belasten. Wir haben uns eigentlich jedes Mal über uns selbst geärgert, australische oder amerikanische Marken zu kaufen – warum müssen wir soviel über die Ozeane transportieren?

Menschen haben heute den Anspruch, dass die Produkte ihren Lifestyle, ihre Werte und Überzeugungen widerspiegeln. Dies ist Teil unseres Konzeptes.

## **Was ist an Euch besonders? Oder was macht Ihr denn anders als andere?**

Zum einen sind wir zwei Frauen  . Über 50. Wir sind also schon per se keine „typischen Gründer(Innen)“. Bei 16% Anteil weiblicher Start-Up Gründerinnen (Quelle: female founders monitor 2020) – sehen wir uns auch als *Impulsgeberinnen & Vorbilder für „feminine power“* in der Unternehmenswelt und dem Gedanken, Dinge anders zu machen. Gerade in der Lebensmitte haben wir das eine oder andere bereits gelernt in unserem Leben, was man an andere, ältere und jüngere Menschen weitergeben kann. Wir finden, dass gerade die Selbstständigkeit nach der intensiven Kinder- & Familienzeit eine sehr gute Option ist, nochmal etwas auf die Beine zu stellen. Aber das ist ein anderes Thema – vielleicht auch unser Thema - Babette hat dazu ja schon ein ganzes Buch verfasst. (Anm.: WANDELMUTter, Treditions-Verlag 2017).

Im Ernst: Wir haben Familie. *Wir wissen wovon wir sprechen.* Wir durchleben den Spagat zwischen Job, Familie, Haushalt, sozialen Verpflichtungen und Aktivitäten und unseren eigenen Bedürfnissen jeden Tag selbst.

Deswegen gibt es die SENSE SISTERS. Wir sind für die Frauen da. Wir verstehen sie. Wir möchten sie begleiten und ihnen im Alltag Lösungen anbieten, die weiter gehen, als nur das reine Produkt. Wir schenken Wertschätzung. Verbindung zur Natur, gerade im oft anstrengenden Alltag. Holistisches Wohlbefinden.

## **Warum gerade Haushaltsreinigung? Warum dieses Segment?**

*Wir denken nicht in klassischer Marktsegmentierung.* Das mag eigenartig klingen oder irritieren, gibt uns jedoch die *Freiheit, zu kreieren und neue Brücken* zwischen Themen zu bauen, die wir im Hinterkopf haben- ohne zu viel zu verraten.

Wir sind der Überzeugung, dass die Zeiten schädlicher, schlecht riechender, häufig Unverträglichkeiten hervorrufender Putzmittel in Plastikflaschen vorbei sind. Dazu gibt es ja ein wachsendes Angebot. Wir gehen noch einen Schritt weiter:

Wir glauben, dass sich auch die Art wie man auf Putz- und Haushaltstätigkeiten schaut, ändert. Menschen möchten wertgeschätzt werden. Ganz gleich wobei. Überlege mal, wie oft es Konflikte zuhause gibt, weil es darum geht, wer was wie oft gemacht hat- oder eben nicht. Das hat mit unserem Mindset zu tun. Mit unserem eigenen Selbstwertgefühl. Gerade Frauen können ein Lied davon singen.

## **Was macht Ihr konkret anders als konventionelle Hersteller – oder auch die Putz-Tablettenreiniger, die gerade so erfolgreich sind?**

**Wir machen keine „Putzmittel“.**

Wir legen unseren *Fokus auf die Beobachtung von Frauen in ihrem Alltag.* Und ihren, unseren Bedürfnissen. Mit unseren Reinigungs- und Pflegeprodukten für das Zuhause, den Sport oder unterwegs im Auto definieren wir Alltagsroutinen neu. Gezielt ausgerichtet auf unser Leben. Und dabei sinnlicher, sinnvoller, wohltuender. Mit der Sicherheit, einen aktiven positiven Beitrag für die eigene Gesundheit, die der Familie und den Umweltschutz zu tun. Es ist ein ganzheitliches Konzept – wir nennen es Cleaning + Well Being.

## **Interessant! Was heißt das konkret für die Umsetzung?**

Zu Beginn haben wir „schnelle Clean & Fresh Up's“ für das Zuhause, das Auto, und die Auszeit entwickelt - Yoga, Meditation, Sport – eben, woran man Spaß hat.

Unser Zuhause, die Orte, an denen wir uns aufhalten, definieren wir wie eine „dritte Haut“, die uns umgibt. Alles was wir nutzen, sprühen, womit wir reinigen, atmen wir auch ein. Berühren wir mehrmals am Tag. Das wissen wir in aktuellen Pandemiezeiten umso mehr. „Weniger“ (Chemie) ist hier eindeutig „Mehr“ (Natur).

### **Was macht Eure Produkte glaubwürdiger, so „konsequent“, wie Ihr sagt?**

Wir produzieren in *Glas statt Plastik*. Also auch kein PET-recyceltes Plastik, mit dem gerade auf dem Markt so laut geworben wird. Dazu entwickeln wir *Re-fills*. Alles ist wiederverwendbar und -verwertbar. Wir verwenden *100% natürliche ätherische Öle höchster Qualität und nur natürliche Inhaltsstoffe* – vegan, familien- und tierfreundlich, kein Essig, kein Alkohol, keine chemischen Zusätze. Für uns müssen alle Formeln hoch verträglich und wohltuend sein. Für den Menschen, alle anderen Lebewesen – und natürlich unseren Planeten. *Natural Well Being für alle eben*.

### **Ihr sprecht von Werteorientierung und Ganzheitlichkeit – was meint Ihr damit?**

*Walk our talk* - eine Firma und ihre Produkte sollte schon seit langem ganzheitlich und werteorientiert handeln. Wir verstehen nicht, dass dies immer noch in der Diskussion ist. Umweltschutz und soziale Verantwortung dürfen einfach nicht mehr als untergeordnetes Ziel betrachtet werden. Wie sonst können wir die gewaltigen Herausforderungen in der heutigen Zeit bewältigen?



Wir **spenden 20 Cent pro Produktverkauf** an die deutsche Umweltorganisation *one earth-one ocean* zur Reinigung unserer Ozeane und Meere.



Wir arbeiten mit kleinen, mittelständischen Unternehmen zusammen. Mit Solopreneur(innen). Wollen dabei vor allem auch *Frauen stärken*. Ohne unsere männlichen Kollegen auszuschließen, natürlich. Und haben für den nächsten Schritt die Zusammenarbeit mit Werkstätten, die Menschen aller Hintergründe **inkludieren**, geplant.



Wir beziehen auf unserer Website *Stellung* zu gesellschaftlichen, ökologischen, politischen Themen – weil wir glauben, dass es wichtig ist, aus der bürgerlichen Mitte und als Firma heraus aktiv zu werden. Nicht nur am Esstisch in Diskussionen. Es gibt viele, die dies bereits tun, wir möchten zu diesem notwendigen Wandel beitragen. **Unsere Haltung bestimmt unser Handeln.**

### **Der Markt ist ja stark umkämpft – habt Ihr da überhaupt eine Chance?**

Wir werden sehen, was passiert. Wie lange wir auf eigenen Beinen „durchhalten.“ Ob und wann wir nach Business Angels suchen.

(NB: Nur 7% der Frauen, die in Deutschland nach Kapital suchen, bekommen es auch. Quelle: *female founders monitor 2020*)

Das Feedback auf unser Konzept ist großartig. Deswegen bleiben wir optimistisch. *Wir spüren, dass Menschen nach echten und glaubwürdigen Alternativen suchen. Und Handlungen honorieren,*

*die über die reine Marketingmaschine hinausgehen. Viele wenden sich kleineren Manufakturen und Unternehmen zu, die werteorientiert agieren. Und gerade nicht so laut trommeln.*

In Zeiten des Klimawandels, Covid-19 und vielen politischen, gesellschaftlichen und wirtschaftlichen Herausforderungen werden Themen neu besetzt und definiert. Wir möchten ein aktiver Teil dieses Umdenkungsprozess sein.

### **Und wieso gerade mit ätherischen Ölen?**

Wir spüren, dass die Menschen gerade in westlichen Ländern ein großes Interesse, ja eine Sehnsucht nach Authentizität, Rückbesinnung und natürlicher Lebensweise haben. Die Pandemie hat dieses Bedürfnis noch verstärkt.

Ätherische Öle sind der perfekte Anknüpfungspunkt, um Menschen einen Zugang „von Zuhause“ zu eröffnen. Weil Düfte direkt und von uns nicht kontrollierbar über unsere Nase den Weg ins limbische Gehirn finden und dort „etwas auslösen“: Gefühle wie Wohlbefinden, Entspannung usw. Gerade in aktuellen Zeiten so wichtig wie nie.

Es stecken soviel wertvolles Wissen, Wirkungen und Möglichkeiten in der Natur. Als Gesellschaft und in der Unternehmensverantwortung haben wir vieles als selbstverständlich und als Ressource betrachtet. Und damit häufig den Bezug verloren. Ganz gleich, was Technologie und die Digitalisierung bringen – wir Menschen sind ein Teil des Ganzen – WE ARE ALL ONE. Deswegen brauchen wir die Verbindung, um uns gesund und wohl zu fühlen. Keine App, kein synthetischer Duft kann die Kräfte, die reine ätherische Öle wie wir sie verwenden, ersetzen.

### **Ihr lebt beide in unterschiedlichen Ländern - Wie arbeitet Ihr?**

Ja, kurz nachdem Ilona und ich uns entschieden hatten, zusammen zu gründen, erste Konzepte und Rezepturen entstanden sind, kam der berufliche Wechsel für meinen Mann nach Toronto, eine Erfahrung, die wir unseren Kindern und uns gerne ermöglichen wollten. So arbeiten wir seit dem Herbst 2019 „remote“ zwischen Toronto und dem Taunus. Doch wir kennen uns seit 25 Jahren. Wir haben vielfach in der Vergangenheit zusammengearbeitet, vertrauen uns und *entschieden, den Auslandsaufenthalt nicht als Stopper, sondern als Chance zu sehen, um von anderen Märkten zu lernen* – was wir gerade auch sehr intensiv tun, weil der kanadische – und übrigens auch der amerikanische Markt der ätherischen Öle sehr ausgeprägt ist.

So arbeiten wir wie Millionen andere Menschen in Zeiten der Pandemie: digital. Was wunderbar funktioniert. Klar, man muss schon „auf enger Pulsföhlung bleiben“, wenn man nicht mehr täglich und persönlich Kontakt hat. Uns fehlt der gemeinsame Kaffee, die Interaktion zwischendurch. Doch wir sprechen Dinge direkt und offen an, legen nicht alles auf die Goldwaage. Das Wichtigste sind die offene Kommunikation und gegenseitiges Vertrauen.

### **Und wo werden die Produkte entwickelt und gefertigt?**

Die bereits lancierten Produkte haben wir noch gemeinsam im Taunus konzipiert. Die nächsten Prototypen werden aktuell in Toronto entwickelt. Dann werden die Rezepturen weiter ins Labor nach Deutschland gegeben, um sie dort neu anzusetzen und sie auf Wirkung, und Funktionalität zu überprüfen und für die Produktion zu zertifizieren.

### **Der Preis Eurer Produkte ist ein anderer als wir sie aus den Drogeriemärkten kennen?**

Ja, absolut. Unsere *Preisgestaltung hat mit unserem hohen Qualitätsanspruch zu tun*: Als Manufakturbetrieb entwickeln wir Produkte in Kleinserien und was die Öle betrifft, in höchster Qualität. Dazu produzieren wir in Deutschland, in Glas statt Plastik, auf Ökopapier-Etiketten. Absolut nachhaltig – und dabei eben auch ästhetisch ansprechend. Und spenden für Umweltprojekte, weil wir an den „Share + Give Back“-Gedanken glauben. Das alles spiegelt sich in der Preisgestaltung wider.

### **Sprecht Ihr damit nicht nur ein wohlsituiertes Klientele an?**

Wir sprechen Menschen an, die nach Alternativen für einen bewussteren Umgang im täglichen Leben suchen. *Und die bewusst einen aktiven Wandel unterstützen wollen. Es sind Vorreiter, die ihre Macht als Konsument neu definieren.*

Wir erwarten nicht, dass Menschen über diese Themen nachdenken, wenn sie in Armut leben oder existentielle Sorgen haben. Doch nach wie vor geht es sehr vielen Menschen in Deutschland sehr gut, auch wenn es vielleicht nicht allen bewusst ist.

### **Sozusagen das Rundum-Sorglos-Paket, gutes Gewissen eingeschlossen?**

**Stimmt.** Wir müssen uns bewusst sein: alles was wir machen oder nicht tun, hat Auswirkungen. Ob wir spenden, unterstützen, uns engagieren – im Ehrenamt oder in der Kultur – all dies sind *haltungsorientierte Entscheidungen* und der Versuch, die Welt von innen heraus zu verbessern. Es wird viel von Zivilgesellschaft gesprochen – um die geht es – und darum, in welcher Welt wir leben möchten.

### **Das klingt ja schon fast politisch?**

Die Politik schaut aktuell durch die Pandemie etwas differenzierter auf die Seite von Kleinunternehmern und Kulturschaffende. Bisher waren diese eher unter dem Radar der politischen Aufmerksamkeit.

Das hält die Menschen jedoch nicht auf, ihre Ideen zu verwirklichen. Der Weg ist härter, es dauert länger – doch wenn auf Dauer signalisiert wird, dass in Deutschland wenig Perspektiven für sie existieren, riskieren wir als Gesellschaft, die kreativen unternehmerischen Köpfe zu verlieren, in andere Länder, wo man es ihnen leichter macht. Auch wir spüren deutlich den Unterschied zwischen Kanada und Deutschland. Umso mehr sind wir auf Unterstützung untereinander und zB durch Journalisten □ angewiesen.

### **Wo verkauft Ihr Eure Produkte denn?**

Durch COVID-19 sind wir aktuell dabei, vor allem den Online-Handel weiter auszubauen. Unser persönliches Netzwerk hat uns außerdem dankenswerterweise einige Türen geöffnet, u.a. bei Breuninger in Nürnberg und Stuttgart sowie in einigen Pop Up Stores.

Unser werteorientiertes Konzept in der Kombination von Nachhaltigkeit, Werteorientierung und Ästhetik macht uns für immer mehr Händler zu passenden Partnern, was uns sehr freut. Wir machen gerade erste Erfahrungen und sind *weiter auf der Suche nach Unterstützern und interessierten Partnern*, um den Vertrieb sukzessive auszubauen und so auch zügiger weitere Produktideen umsetzen zu können. Denn wir sind voller Ideen!

**VIELEN DANK!**



Für alle Media-Anfragen: [presse@sensesisters.de](mailto:presse@sensesisters.de)

**SENSE SISTERS GBR**

ILONA FREUDENREICH

CO-FOUNDER

+49 (0)162 4219745

BABETTE FROMMEYER

CO-FOUNDER

+1 416 902 6405

Kelheimer Str. 28 | 65812 Bad Soden/Ts.

[info@sensesisters.de](mailto:info@sensesisters.de) | T +49 61 96 951 56 83 | [www.sensesisters.de](http://www.sensesisters.de)

