

Die Löwen sind los!

Feuchte Düngetücher „Blattgold“ – jetzt bei Netto Marken-Discount

Maxhütte-Haidhof, im September 2022: Nährstoffe für die eigenen Pflanzen: Die feuchten Düngetücher von „Blattgold“ machen es möglich. Mit der Unterstützung von „Die Höhle der Löwen“-Investor Ralf Dümmel bringt Gründerin Sabine Wirtz-Springe ihre Innovation in die Netto-Regale. Die praktischen Düngetücher sind ab sofort im Netto Online-Shop (<https://www.netto-online.de/p-2390224000>) sowie in vielen der 4.280 Netto-Filialen* bundesweit erhältlich.

Pflanzenpflege leicht gemacht: Mit rein organischem Dünger aus natürlichem Faserzellstoff werden Zimmer-, Balkon- und Gartenpflanzen mit wichtigen Nährstoffen, Vitaminen und Mineralien über die Pflanzentücher versorgt. Dafür können die Tücher ganz einfach um den Wurzelballen gelegt werden, die Pflanze wieder in den Blumentopf oder in das Bett gesetzt oder sogar das Düngetuch einfach ins Blumenwasser gegeben werden. Da der Dünger direkt an der Wurzel wirkt, braucht es auch kein zusätzliches Düngen mehr. Ab sofort gibt es die Blattgold Düngetücher für **9,99 Euro (UVP: 11,99 Euro)** bei Netto Marken-Discount.



- Versorgen Pflanzen mit Nährstoffen, Vitaminen & Mineralien
- Für alle Zimmer-, Balkon- und Gartenpflanzen geeignet
- Mit rein organischem Dünger aus natürlichem Faserzellstoff (vegan)
- Tücher um Wurzelballenlegen oder ins Blumenwasser geben
- Kein kompliziertes Dosieren oder zusätzliches Düngen nötig
- Dünger wirkt direkt an der Wurzel
- Kompostierbare Tücher

©DS Produkte GmbH

Kreative Produktideen fördern

Das Konzept der TV-Show: Mutige Erfinderinnen und Erfinder stellen sich finanzstarken Investoren, um sie von ihren Produktinnovationen oder Dienstleistungen zu überzeugen. Das Ziel: Die finanzielle Starthilfe und die Erfahrung, die den jungen Unternehmen die Umsetzung ihrer Geschäftsidee ermöglichen. Ab Ende August gibt es die Löwen-Deals von Investor Ralf Dümmel exklusiv bei Netto im Online-Shop und ab dem Folgetag in den bundesweit 4.280 Netto-Filialen*.

Partnerschaft mit Start-Ups

Durch die Kooperation mit Netto Marken-Discount profitieren die jungen Unternehmen von einem flächendeckenden Filialnetz und dem reichweitenstarken Netto Online-Shop. Gründerinnen und Gründer können somit mehr als 21 Millionen Verbraucherinnen und Verbrauchern von ihren löwenstarken Produkten überzeugen.

„Mit Netto Marken-Discount haben wir einen reichweitenstarken Partner, der unseren Gründerinnen und Gründern eine ideale Plattform bietet, um ihre Produktinnovationen auf den Markt zu bringen. Deshalb setzen wir auch in Staffel zwölf wieder auf unsere erfolgsversprechende Zusammenarbeit“, so Investor Ralf Dümmel.

Große Produktvielfalt bei Netto Marken-Discount

Mit rund 5.000 Artikeln und einem Schwerpunkt auf frischen Produkten verfügt Netto über die größte Lebensmittel-Auswahl in der Discountlandschaft. Neben Nahrungsmitteln verkauft das Handelsunternehmen in seinen Filialen und im Online-Shop www.netto-online.de eine große Auswahl an Non-Food-Artikeln bekannter Marken und Eigenmarken.

*ausgenommen sind Netto City-Filialen

Netto Marken-Discount im Profil:

Netto Marken-Discount gehört mit über 4.280 Filialen, rund 81.800 Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern, wöchentlich 21 Millionen Kundinnen und Kunden und einem Umsatz von 14,7 Milliarden Euro zu den führenden Unternehmen in der Lebensmitteleinzelhandelsbranche. Mit rund 5.000 Artikeln und einem Schwerpunkt auf frischen Produkten verfügt Netto Marken-Discount über die größte Lebensmittel-Auswahl in der Discountlandschaft. Als Premium Partner der kostenlosen DeutschlandCard profitieren Netto-Kundinnen und -Kunden bei jedem Einkauf von dem Multipartner-Bonusprogramm. Die Übernahme von Verantwortung gehört zur Netto-Unternehmenskultur – dabei setzt das Handelsunternehmen auf vier Schwerpunkte: Gesellschaftliches und soziales Engagement, faire Zusammenarbeit, schonender Umgang mit Ressourcen sowie die Ausrichtung der Einkaufsstrategie an Nachhaltigkeitsaspekten. Netto ist Partner des WWF Deutschland: Neben dem Ausbau und der Förderung des nachhaltigeren Eigenmarkensortiments arbeitet Netto außerdem entlang von acht Schwerpunktthemen daran, den eigenen ökologischen Fußabdruck weiter zu reduzieren. Mit über 5.480 Auszubildenden zählt das Unternehmen zudem zu den wichtigsten Ausbildungsbetrieben des deutschen Einzelhandels und besetzt Führungspositionen bevorzugt mit engagierten Talenten aus den eigenen Reihen.

Pressekontakt:

Netto Marken-Discount Stiftung & Co. KG

Christina Stylianou

Tel.: 09471-320-999

E-Mail: presse@netto-online.de

www.netto-online.de

