

Staffelstart: Neue Deals, neue Innovationen

dripoff Hygiene-Pad bei Netto Marken-Discount

Maxhütte-Haidhof, im September 2023: Mehr Hygiene im Bad: Die Gründer Agi Bings und Jan Dülken konnten in „Die Höhle der Löwen“ Investor Ralf Dümmel von ihrer Innovation überzeugen. Die dripoff Hygiene-Pads für den Klobürstenhalter sind ab sofort bundesweit in den 4.300 Netto-Filialen sowie im Netto Online-Shop unter www.netto-online.de zu erhalten.

Das [dripoff Anti-Nässe-Pad](#) ist ein Einsatz für den WC-Bürstenhalter. Das dripoff Pad nimmt das Tropfwasser der WC-Bürste zuverlässig auf und erleichtert somit die Reinigung, beugt mit frischem Zitronenduft unangenehmen Gerüchen vor und hält den Bürstenhalter sauber und hygienisch. Das Tropfwasser wird zuverlässig aufgefangen und eingeschlossen. So bildet sich keine lästige Pfütze mehr auf dem Boden des Bürstenhalters und die WC-Bürste lässt sich wie gewohnt verwenden, ohne zu tropfen. Dank Frische-Formel und dezentem Zitrus-Duft sorgt das dripoff Pad für langanhaltende Frische und Trockenheit und beugt unangenehme Gerüche vor – bis zu sieben Tagen! Sobald das Pad mit Flüssigkeit vollgesogen ist, verfärbt es sich blau. Ab sofort gibt es den Deal zum Aktionspreis von 4,99 Euro (UVP 7,99 Euro) bei Netto Marken-Discount.



© DS Produkte GmbH

- keine Pfützenbildung auf dem Boden des WC-Bürstenhalters
- Erleichtert die Reinigung
- Stark gegen Gerüche dank dezentem Zitronenduft
- Wechselindikator gibt an, sobald das Pad mit Flüssigkeit vollgesogen ist
- Zehn Pads je Set

Innovationsstärke gewinnt

In „Die Höhle der Löwen“ stellen sich mutige Erfinderinnen und Erfinder finanzstarken Investorinnen und Investoren und versuchen sie von ihren Produktinnovationen oder Dienstleistungen zu überzeugen. Durch eine Beteiligung an den Start-Ups ermöglichen Investorinnen und Investoren finanzielle Starthilfe sowie durch ihre Erfahrung die Umsetzung der Geschäftsideen. Ab Ende August gibt es die Löwen-Deals von Investor Ralf Dümmel direkt nach dem Dealabschluss in der Sendung bei Netto im Online-Shop und ab dem Folgetag in den bundesweit über 4.300 Netto-Filialen*.

Partnerschaft mit jungen Unternehmen

Die Gründerinnen und Gründer profitieren von der Zusammenarbeit mit Netto Marken-Discount. Nach Abschluss des „Deals“ haben die Start-ups die Möglichkeit, mit dem flächendeckenden Filialnetz und dem reichweitenstarken Netto Online-Shop zusammenzuarbeiten. So können wöchentlich mehr als 21 Millionen Verbraucherinnen und Verbrauchern von löwenstarken Produkten überzeugt werden.

„Reichweitenstarke Vermarktung und ein bundesweites Vertriebsnetz: Netto Marken-Discount bietet unseren Gründerinnen und Gründern eine optimale Plattform, um ihre Produktinnovationen auf den Markt zu bringen. Deshalb setzen wir bereits seit mehreren Jahren auf diese erfolgreiche 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 Lebensmittelauswahl in der Discountlandschaft zu günstigen Preisen. 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 4.300 Filialen, rund 84.000 Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern, wöchentlich 21 Millionen Kundinnen und Kunden und einem Umsatz von 15,8 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 der Schwerpunktthemen Klimaschutz, Biodiversität, Süßwasser und Ressourcen daran, den eigenen ökologischen Fußabdruck weiter zu reduzieren. Mit über 5.600 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

