



Die zwölf Produkte der neuen dm-exklusiven Kooperationsmarke no planet b sind ab sofort erhältlich.

15.09.2022 11:03 CEST

no planet b – die neue dm-exklusive Kooperationsmarke

Ab sofort ist die neue dm-exklusive Kooperationsmarke [no planet b](#) im Onlineshop [dm.de](#) und in allen mehr als 2.060 dm-Märkten exklusiv erhältlich. Gemeinsam mit dm haben sich die Markengründer Jessie und Sebastian Wölke dem Thema Upcycling angenommen und aus nicht verwendeten Nebenprodukten, unter anderem aus der Lebensmittelherstellung, ressourcenschonende Beauty-Produkte kreiert. Zum Start der Marke umfasst das Sortiment zwölf Beautyprodukte – von Shampoo und Spülung bis hin zu Dusche und Seife.

Mit no planet b möchten die Gründer Jessie und Sebastian Wölke aktiv etwas für die Umwelt tun. So setzen sie auf bereits existierende, verfügbare Inhaltsstoffe wie Walnussextrakt, Kaffeeöl, Baby-Pfirsiche, Grapefruitschalen, Olivenblätter und Blaubeersamenöl. Diese Nebenprodukte oder Reste stammen beispielsweise aus der Lebensmittelherstellung und werden nun für die Beauty-Produkte sinnvoll verwertet. Gegründet wurde die Marke 2016 und war auch bereits für einige Zeit bei dm erhältlich. Nun wagen Jessie und Sebastian Wölke gemeinsam mit dm-drogerie markt als Partner einen Neustart: Als dm-exklusive Kooperationsmarke sollen die Produkte mit überarbeitetem Konzept, neuem Look und neuen Rezepturen in die dm-Regale zurückkehren.

Mit ihrer Marke no planet b wollen die beiden Gründer nicht einfach nur die nächsten Produkte in den dm-Markt bringen, sondern zukunftsfähig handeln. Und da die Auswirkungen des Klimawandels vor allem die junge Generation betreffen, soll diese auch Teil von no planet b sein. Deshalb wurden die dm-Lehrlinge von Beginn an in den Entwicklungsprozess und die Entscheidungen mit eingebunden. In gemeinsamen Workshops mit besonders engagierten Lehrlingen wurden beispielsweise Rezepturen, Designs und Markenwerte gemeinsam ausgearbeitet und entwickelt. Die Lehrlinge haben ihren Einfluss nicht nur in die Entwicklung der Produkte eingebracht, sondern sich auch auf den Rückseiten der Produkte verewigt. Auf jedem Produkt befindet sich ein Lehrling mit einem Bild und einer persönlichen Botschaft. Zudem spielen sie eine wichtige Rolle in der Markenkommunikation.

Weiterführende Informationen finden Sie in der unten stehenden [Broschüre](#).

Über dm-drogerie markt

Bei [dm-drogerie markt](#) arbeiten europaweit rund 80.000 Menschen in mehr als 4.000 Märkten. In den derzeit 14 europäischen Ländern konnte dm im Geschäftsjahr 2022/2023 einen Umsatz von 15,9 Milliarden Euro erzielen. Im letzten abgelaufenen Geschäftsjahr erwirtschafteten rund 51.000 dm-Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter in Deutschland einen Umsatz von 11,4 Milliarden Euro. 2023 wählten Kundinnen und Kunden bei der Verbraucherumfrage [Kundenmonitor](#) dm erneut zum beliebtesten Drogeriemarkt. Zudem ist dm-drogerie markt der beliebteste Arbeitgeber im deutschen Handel. In der bundesweiten Mitarbeiterbefragung zu

„Deutschlands Top-Arbeitgeber 2024“ wurde dm zur Nummer eins gewählt. dm arbeitet stetig daran, der Verantwortung für nachhaltige Entwicklungen gerecht zu werden. Dieses Engagement wurde 2023 mit dem Deutschen Nachhaltigkeitspreis in der Kategorie „Unternehmen: Konsumgüter Einzelhandel 2024“ mit dem ersten Platz ausgezeichnet. Einen Einblick in die vielfältigen Nachhaltigkeitsaktivitäten in den unterschiedlichen Bereichen erhalten Sie in unserem „Bericht zur Zukunftsfähigkeit“ auf www.dm.de/Nachhaltigkeitsbericht.

Kontaktpersonen



So erreichen Sie das dm-Presseteam

Pressekontakt
herbert.arden@dm.de
+49 721 5592 1195

Herbert Arthen
Pressekontakt
Pressesprecher
herbert.arden@dm.de
+49 721 5592 1195