



24.02.2025 16:57 CET

Wie beeinflusst KI unser Verständnis von Schönheit? Der Dove + alverde-Inspirationstag über Chancen und Herausforderungen

Am vergangenen Freitag fand im dm-dialogicum der Dove + alverde-Inspirationstag unter dem Motto „Mehr Menschlichkeit für unsere Schönheit“ statt. Das Event, veranstaltet vom dm-Kundenmagazin alverde in Zusammenarbeit mit Dove, versammelte rund 100 geladene Gäste – darunter bekannte Persönlichkeiten, Medienvertreter, Content Creator sowie Dove- und dm-Mitarbeitende und Mitglieder der alverde- und Dove-Community.

Karlsruhe, 24. Februar 2025. Beim Dove + alverde-Inspirationstag stand die Frage im Mittelpunkt, wie wir menschliche Authentizität und Individualität als essenziellen Bestandteil unseres Schönheitsverständnisses kultivieren können. In einer Zeit, in der künstliche Intelligenz zunehmend unser Leben und unser Schönheitsbild prägt, wird die Auseinandersetzung mit dieser Frage immer relevanter. Die Teilnehmenden erlebten einen abwechslungsreichen Tag mit Panel-Talks, interaktiven Workshops und Aktionen, die sowohl die Chancen als auch die Herausforderungen der digitalen Transformation beleuchteten. Auf der Bühne führte die Fernsehmoderatorin Aminata Belli durch den Tag. Die Workshops wurden vom KI-Experten Simon Graff, der Expertin für KI-Kommunikation Inken Paland und Melodie Michelberger, die sich als Körperaktivistin für Body Positivity und Selbstakzeptanz einsetzt, geleitet.

Das dm-Magazin alverde setzt sich für ein individuelles, vielfältiges Schönheitsbild ein. „Schönheit ist in alverde schon immer mehr als ein äußeres Ideal. Sie zeigt sich in der Art, wie wir uns fühlen, mit uns selbst umgehen und die Vielfalt um uns herum wahrnehmen“, erklärte Tanja Hildebrandt, Chefredakteurin des Magazins und Gastgeberin. Auch die Marke Dove ist bekannt dafür, Schönheit in all ihrer Vielfalt zu repräsentieren. Alissa Martens, Dove Masterbrand Lead und Co- Gastgeberin, betonte: „Der Anstieg der KI-Nutzung verstärkt starre Schönheitsideale und wird die Zukunft von Real Beauty prägen. Wir bei Dove verfolgen daher Maßnahmen, die dazu auffordern, in einer Welt neuer Technologien digitale Standards für die Darstellung von Frauen zu setzen – damit Schönheit für jede Frau und jedes Mädchen eine Quelle der Freude und nicht der Angst wird.“

Ein Höhepunkt des Tages war der alverde-Inspirationstalk, der live in der dm-App sowie auf dem Instagram-Kanal [@dm_alverde_magazin](#) und [@dm_deutschland](#) übertragen wurde. In einem inspirierenden Gespräch diskutierten Musikerin Mandy Capristo, KI-Expertin Inken Paland, Entertainer Riccardo Simonetti und Alissa Martens darüber, wie wir als Gesellschaft ein echtes, inklusives Schönheitsverständnis entwickeln können, das mehr Menschlichkeit in den Mittelpunkt stellt. Moderiert von Tanja Hildebrandt tauschten sich die Gäste darüber aus, wie der digitale Fortschritt Chancen und Unterstützung in unterschiedlichsten Bereichen bietet, aber auch die Verantwortung mit sich bringt, authentische Werte zu fördern, achtsam KI einzusetzen und selbstverantwortlich digitale Inhalte zu konsumieren. Der Inspirationstalk kann in der dm-App abgerufen werden.

Kerstin Erbe, dm-Geschäftsführerin für das Ressort Produktmanagement und

Herausgeberin des Magazins, fasst am Ende des Tages zusammen: „Wir haben uns gemeinsam mit der Frage beschäftigt, wie KI unser Schönheitsempfinden prägen kann und noch wichtiger, wie auch wir die KI beeinflussen können, dass Schönheit in einem Sinn gelebt wird, wie wir es aus unserem Menschenverständnis heraus leben wollen.“

Zum alverde-Magazin

Jeden Monat 100 Seiten zum Informieren, Entspannen und Inspirieren: alverde ist das kostenlose Magazin von dm-drogerie markt für alle, die sich inspirieren lassen wollen. Mit vielen nützlichen Tipps und Trends rund um die Themen Beauty, Gesundheit und Ernährung sowie Wissenswertem zu den Produkten von dm. Interviews mit inspirierenden Persönlichkeiten, mit Menschen, die etwas bewegen möchten, fesselnde Geschichten und spannende Themen, die nachdenklich machen und berühren. alverde möchte zukunftsfähige Gedanken in die Welt tragen und so Diskussionsgrundlagen schaffen und Lösungsansätze aufzeigen im Umgang mit der Frage: „In welcher Welt wollen wir leben?“

Zu dm-drogerie markt

Bei dm-drogerie markt arbeiten europaweit mehr als 89.100 Menschen in weit mehr als 4.000 Märkten. In 14 europäischen Ländern konnte dm im Geschäftsjahr 2023/2024 einen Umsatz von 17,74 Milliarden Euro erzielen. Im abgelaufenen Geschäftsjahr erwirtschafteten mehr als 60.300 dm-Mitarbeiterinnen und -Mitarbeiter in Deutschland einen Umsatz von 12,47 Milliarden Euro. 2024 wählten Kundinnen und Kunden bei der Verbraucherumfrage Kundenmonitor dm erneut zum beliebtesten Drogeriemarkt. In der bundesweiten Mitarbeiterbefragung zu „[Deutschlands Top-Arbeitgeber 2025](#)“ wurde dm zur Nummer eins gewählt. dm arbeitet stetig daran, seiner 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“](#).

Kontaktpersonen



So erreichen Sie das dm-Presseteam

Pressekontakt

dm-pressestelle@arthen-kommunikation.de

+49 721 5592 1195

Herbert Arthen

Pressekontakt

Pressesprecher

herbert.arthen@dm.de

+49 721 5592 1195