



COMUNICATO STAMPA

dm präsentiert die neue Kommunikationskampagne #ganzich

Seit Januar 2025 on air, um die Authentizität und den Mut, sich selbst zu sein, zu feiern. Tabus werden hinterfragt und Diversität umarmt.

dm Italien hat kürzlich die neue Kampagne #ganzich ins Leben gerufen, die Inklusivität, die Schönheit der Diversität und die Einzigartigkeit des Individuums fördert und die Konzepte der Unternehmensphilosophie hervorhebt, die u.a. im Claim „Hier bin ich Mensch, hier kaufe ich“ vermittelt werden. Die Kampagne ist seit Januar 2025 live und entwickelt sich über das gesamte Jahr hinweg, mit einem Fokus auf die Bereiche Beauty und Wohlbefinden.

Mit **#ganzich** würdigt dm die Vielfalt, die jeder Einzelne mit sich bringt, unterstützt die Entdeckung und das Wiederfinden von sich selbst und bietet die Freiheit, nach den eigenen Ideen und Wünschen zu leben. In einer zunehmend komplexen Welt ist es nicht einfach, sich selbst zu sein: Wir sind ständig Druck und Erwartungen ausgesetzt, die auf traditionellen Rollen und gesellschaftlichen Konventionen basieren, die aus allen Lebensbereichen stammen. Hinzu kommt der Einfluss der sozialen Medien, die den Druck zur Suche nach Perfektion zusätzlich verstärkt haben und einen ständigen Vergleich mit unerreichbaren Modellen fördern. Die Erwartung eines perfekten Lebens zwingt uns zu einem ständigen Vergleich mit anderen, und dieser Wirbelwind von Konflikten und Emotionen kann zu einem Gefühl der Unzulänglichkeit und Überwältigung führen.

„Jeder Mensch sollte die Möglichkeit haben, sich von sozialen Normen zu befreien und seinen eigenen Weg zu gehen, ohne ständig einem Ideal entsprechen zu müssen. Unser Aufruf ist es, über die eigene Individualität nachzudenken und sie ohne Einschränkungen auszudrücken“, erklärt **Benjamin Schneider, CEO von dm Italien**. „dm hat seit jeher seine Philosophie auf den Menschen ausgerichtet: sei es Kunde, Lieferant oder Mitarbeiter. Diese Aufmerksamkeit wird durch unsere neue Kampagne gefeiert und spiegelt sich in unserem umfangreichen und vielfältigen Sortiment wider, das es jedem ermöglicht, die richtigen Produkte zu finden, um seine Persönlichkeit frei auszudrücken.“

„Alter, Lebensentscheidungen, persönliche Erfahrungen und Beruf dürfen keine Kriterien sein für Diskriminierung. Für dm zählen äußere Merkmale oder individuelle Hintergründe nicht; was zählt, ist der Mensch in seiner Einzigartigkeit“, betont **Marina Benelli, Marketing- und Kommunikationsmanagerin von dm Italien**. „Mit der neuen Kampagne zeigt dm die Menschen so, wie sie wirklich sind, und wertschätzt die unterschiedlichen Emotionen und Merkmale, die sie einzigartig machen. Unterschiede werden daher nicht als Herausforderung gesehen, sondern vielmehr als ein Bindeglied, das die Gemeinschaft fördert und stärkt. Wir hoffen, dass die

STUDIO FANFANI PR
PR & COMMUNICATION

studio@elisabettafanfani.com

02 23189134
331 5758864



Botschaft unserer Kampagne von unseren Kunden und Mitarbeitern angenommen und geteilt wird, damit sich jeder täglich frei fühlen kann, sein #ganzich auszudrücken.“

***dm in Zahlen**

dm drogerie markt wurde 1973 in Deutschland gegründet und ist heute die größte europäische Handelskette für Körperpflege- und Haushaltsprodukte; Schönheitspflege und Make-up, biologische Lebensmittel und Nahrungsergänzungsmittel, Baby- und Haustierprodukte. **dm** bietet ein Sortiment von über 15.000 Markenprodukten sowie Eigenmarken, von denen **28** im eigenen Haus hergestellt werden (darunter **Balea**, **dmBio**, **Alverde**, **babylove** und **Mivolis**), und verfolgt das Ziel, ein breites Angebot zu besonders günstigen Preisen zu unterbreiten. Die Gruppe dm mit einem Umsatz von mehr als **17,7 Milliarden** (September 2024) ist mit insgesamt **4.000 Filialen** in **14 europäischen Ländern** vertreten und beschäftigt zirka **90.000 Mitarbeiter**. Den italienischen Markt hat sie **2017** betreten und betreibt heute 88 Filialen auf italienischem Gebiet.

STUDIO FANFANI PR
PR & COMMUNICATION

studio@elisabettafanfani.com

02 23189134
331 5758864