

Společnost dm v nové kampani dodává odvahu být #prosteja

9.1.2025 - | dm drogerie markt

„Být sám sebou“ není pro mnohé snadné. V komplexním světě jsme denně konfrontováni s různými očekáváními ve všech oblastech života. Mnohá z těchto očekávání vycházejí z tradičních rolí.

Sociální média tlak na sebezdokonalování ještě zvýšila. Očekává se, že každý bude neustále prezentovat dokonalý život, který je pak srovnáván s životy ostatních. Všechna tato očekávání mohou vést k pocitu přetížení, protože si často vzájemně odporují. „Chceme vyzývat k tomu, aby se lidé zamýšleli nad očekáváními spojenými s jejich rolí a vytvořili si prostor pro vlastní sebereflexi,“ popisuje cíle kampaně Jiří Peroutka, manažer komunikace dm. Každý člověk by měl mít možnost vymanit se ze společenských norem a jít svou vlastní cestou, aniž by se musel neustále přizpůsobovat ideálnímu obrazu, přesně ve smyslu hashtagu #prosteja.

Mezinárodní report Women's Confidence uvádí, že rozhodnutí o životním směřování, která ženy činí, v průběhu času významně ovlivňují jejich osobnost a osobnostní rysy. Pečující role podporují vlastnosti, jako je například starostlivost, naopak vedoucí role podporují nezávislost a asertivitu.[1]

Společnost dm uznává každého člověka a oceňuje rozmanitost, kterou každý jedinec přináší: „Pro nás nehraje roli, jak člověk vypadá nebo odkud pochází – důležitý je člověk ve své jedinečnosti,“ zdůrazňuje Peroutka. „To, jestli je někdo mladý, nebo starší, jaké životní cesty má za sebou nebo jaké osobní zkušenosti formovaly jeho život není pro dm hodnotícím kritériem. Stejně tak lidi nedefinujeme podle vzdělání či profese nebo podle toho, jak žijí a milují. V kampani #prosteja se neobjevují jen lidé, kteří odpovídají reklamním ideálům, ale také lidé starší nebo s viditelným tělesným postižením,“ říká Peroutka. S touto kampaní chce dm podpořit nastavení společnosti, ve které se každý může cítit dobře a rozvíjet se. „Protože respekt spojený se zájmem o druhého obohacuje život a je základem dobrého soužití. Jsme přesvědčeni, že rozmanitost a individualita nás nerozdělují, ale naopak nás jako společnost posilují a spojují.“

Prostřednictvím ucelené nabídky kosmetického sortimentu pomáhá dm svým zákazníkům pečovat o sebe a cítit se dobře ve svém těle. Cílem #prosteja je povzbudit lidi, aby přijali svůj vzhled, projeví svou kreativitu a objevovali nové looky. Vzhled není jen výrazem individuality, ale také způsobem, jak oslatit sebe sama.

Důležitým předpokladem pro to, abychom mohli být #prosteja, je fyzické, emocionální a duševní zdraví. dm upozorňuje na tabu, a dokonce je záměrně porušuje, aby vytvořila bezpečný prostor, ve kterém lze otevřeně mluvit o ženském zdraví. Tímto způsobem chce povzbudit zejména ženy k péči o své zdraví a duševní pohodu. Prostřednictvím #prosteja dm toto téma opět otevírá a pokračuje ve své úspěšné iniciativě na podporu zdraví žen.

Mezinárodní kampaň #prosteja odstartovala na přelomu roku 2025 novými vizuály a dále se promítne do všech mediatypů, včetně spolupráce s influencery až po dronovou show či velkoplošné projekce na budovách v hlavních městech 12 zemí skupiny dm. Vývojem a realizací kampaně byla pověřena vídeňská agentura DODO. „S kampaní #prosteja podnikáme společně s dm důležitý strategický krok a vytváříme integrovanou kampaň, která vychází ze samotného srdce značky dm, neboť právě v dm jsou na prvním místě vždy lidé. Tato autenticita se projevuje v 360° komunikačním mixu a vyznačuje se optimismem, individualitou, rozmanitostí a přirozeností,“ vysvětlují Katharina

Maun a Georg Feichtinger, zakladatelská dvojice společnosti DODO.

Společnost dm Česká republika představila kampaň na eventu, který se konal 6. ledna v pražském Tančícím domě za účasti vybraných novinářů, influencerů i partnerů společnosti. Vrcholem večera byla dronová show, jejíž kreativní vyjádření kombinovalo abstraktní a konkrétní prvky a která na příkladu transformace dívky v ženu vyprávěla vizuálně rozmanitým způsobem příběh o růstu a změně.

Více informací ke kampani naleznete na dm.cz/prosteja.

[1] *Women's Confidence - Women's Confidence. Women's Confidence.*
<https://womensconfidence.report/>. Published March 10, 2021.

O společnosti dm drogerie markt Česká republika

dm drogerie markt s.r.o. v České republice zahájila činnost v roce 1992 jako 100% dceřiná společnost dm drogerie markt GmbH Rakousko. V roce 1993 otevřela svou první prodejnu v Českých Budějovicích. Společnost sídlí v Českých Budějovicích. Svých 259 prodejen zásobuje po celé České republice z logistických center v Jihlavě a Ostředku. Jednatelkami společnosti jsou Martina Horká a Markéta Kajabová. Celkem v dm pracuje 3 786 spolupracovníků. V obchodním roce 2023/2024 vykázala dm v České republice obrát ve výši 18,1 mld. Kč, a upevnila tak své postavení jedničky na trhu specializovaných drogerií. Na trh uvádí mimo jiné dm značky Balea, alverde, babylove, Mivolis, Denkmit, SUNDANCE, dmBio, trend !t up, SEINZ. či Dein Bestes.

Kontakt

Ing. Jiří Peroutka

Manažer komunikace

dm drogerie markt Česká republika

dm drogerie markt s.r.o.

F. A. Gerstnera 2151/6

370 01 České Budějovice

E-mail: press@dm.cz

<https://www.dm.cz/o-spolecnosti/presscentrum/tiskove-zpravy/svet-dm/spolecnost-dm-v-nove-kampani-dodava-odvahu-07-01-2025-2708030>