

MODE OHNE MENSCHEN?



ZU SCHÖN, UM WAHR ZU SEIN. Dieses KI-Model ist durch ein paar Mausklicks entstanden – es ist computergeneriert. Modemarken können durch Avatare wie diesen Millionen sparen.

KI-Models erobern jetzt Fashion-Kampagnen, Avatare ersetzen Shootings. Was ist noch echt – und spielt das überhaupt eine Rolle? Ein Blick auf eine Branche im Umbruch.

TEXT ANGELIKA STROBL

Was für eine Erscheinung! Ihr Teint strahlt, die Mähne glänzt, die Silhouette scheint perfekt definiert. Wie viele Stunden Reform-Pilates es allein schon für diese Taille braucht? Besser nicht nachrechnen. Zu perfekt, um wahr zu sein: Die KI-Models, also computergenerierte Avatare, sind gekommen, um zu bleiben. Und mit ihnen auch komplett unrealistische Schönheitsideale, mit denen kein Mensch mithalten kann. Die Vorteile liegen auf der Hand: Sie müssen weder geschminkt noch frisiert werden – alles, was sie brauchen, sind ein passender Prompt und ein paar Mausklicks, schon verwandeln sich die Models in praktische (und effiziente!) Werbeflächen für Mode- oder Kosmetikbrands. Für einen „Human Touch“ wird sogar mal die eine oder andere Falte oder Hautunreinheit eingebaut. Was ist echt und was nicht? Wissen wir nicht. Denn ob und wie algorithmische Bildsysteme zum Einsatz kommen, ist bis jetzt noch immer nicht kennzeichnungspflichtig. Der spanische Moderie *Mango* war einer der Ersten, der offen zugab, dass die Online-Bilder für die Kollektion „Sunset Dream“ aus computergenerierten Models bestand, auf deren digitale Körper die Kleidung projiziert wurde. Das war 2024. Seitdem hat sich viel getan. Die künstliche Intelligenz hat die Modewelt nachhaltig transformiert. Immer mehr Brands experimentieren damit und verändern dadurch die Art und Weise, wie Mode geschaffen, präsentiert und konsumiert wird: Von komplett virtuell erzeugten Kollektionen hin zur Nutzung für Trendvorhersage oder Online-Stilempfehlungen. Dadurch sparen sich Modekonzerne ganz schön viel Geld. Nach einer Prognose von *McKinsey* dürften unsere neuen digitalen Alleskönner:innen der Modeindustrie

Mode ohne Menschen?



A) Vor dem Lesen

- Betrachten Sie das Bild zum Artikel. Beschreiben Sie möglichst genau, was darauf zu sehen ist.
- Halten Sie fest, welche Eindrücke oder Assoziationen das Bild bei Ihnen auslöst. Tauschen Sie sich anschließend in der Klasse darüber aus.



B) Textbearbeitung

- Lesen Sie den Artikel aufmerksam durch.
- Benennen Sie das zentrale Thema des Artikels.
- Arbeiten Sie die Vorteile von KI-generierten Models für Modeunternehmen heraus.
- Erläutern Sie die Veränderungen, die durch künstliche Intelligenz in der Modebranche stattfinden.
- Beurteilen Sie, welche Auswirkungen der Einsatz von KI-Models auf Schönheitsideale und die Wahrnehmung von Mode hat.



C) Textproduktion

Situation: Ihre Schulzeitung plant eine Ausgabe zum Thema „Künstliche Intelligenz in Medien und Werbung“. Sie schreiben dafür einen journalistischen Beitrag. Verfassen Sie einen **Kommentar** und bearbeiten Sie die folgenden Arbeitsaufträge.

- Fassen Sie die zentralen Aussagen des Artikels zusammen.
- Analysieren Sie die im Artikel dargestellten Chancen und Herausforderungen von KI-generierten Models in der Modebranche.
- Bewerten Sie den Einsatz von künstlicher Intelligenz in Werbung und Mode im Hinblick auf Schönheitsideale und Authentizität.

Schreiben Sie zwischen 405 und 495 Wörter. Markieren Sie Absätze mittels Leerzeilen.