

Beauty Club
ZUM ABO

séduction

NEWS MAKE UP HAARE HAUTPFLEGE MEN BEAUTY PARFUM REISEN & SPA ERNÄHRUNG & FITNESS VIDEOS ABO



Entdecke die Perfekten Shorts

Wir haben die perfekten Shorts entwickelt - für Business, Alltag, Party oder Sport.

SHAPING NEW TOMORROW. Shaping New Tomorrow

Alle HAUTPFLEGE Stories Anti-Aging **Gesichtspflege** Augenpflege Körperpflege

HOME > HAUTPFLEGE > GESICHTSPFLEGE > BEAUTY-ZUKUNFT: KÜNSTLICHE INTELLIGENZ IN DER KOSMETIK

GESICHTSPFLEGE

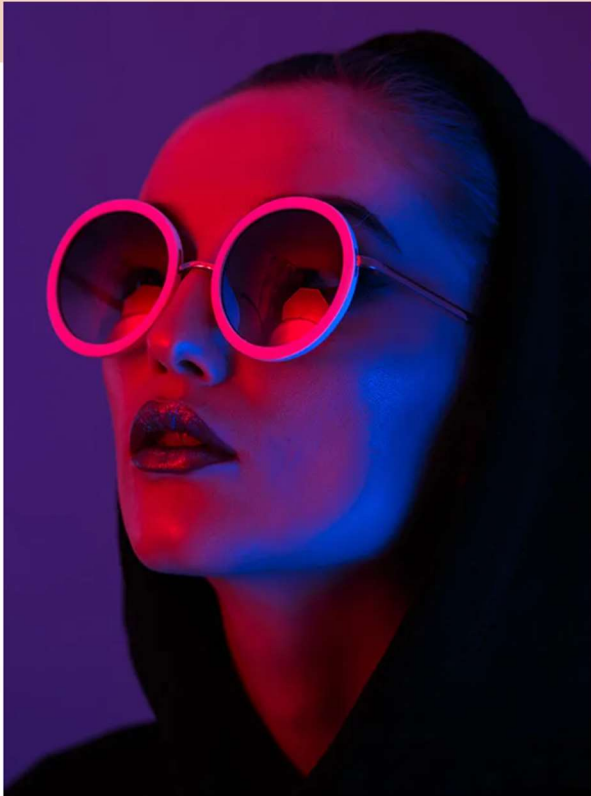
PLUS

Beauty-Zukunft: Künstliche Intelligenz in der Kosmetik

VON PIA SCHEIBLHUBER 11/06/2020

SHARE TWITTER FACEBOOK LINKEDIN


I LIKE!



Credit: Adobe Stock

Werbung

séduction + AMEX



AMERICAN EXPRESS

3759 876543 2001

LINDA BERG

Sie sparen **120 Euro!**

12 Monate American Express Blue Card **PLUS** 12 Monate séduction Classic Abo kostenlos

JETZT

Künstliche Intelligenz wird in vielen Lebensbereichen eine immer wichtigere Rolle spielen – auch in der Kosmetik und Hautpflege. séduction hat einen Experten nach den neuesten Entwicklungen in Sachen KI gefragt und stellt intelligente Apps und innovative 3D-Drucker vor, die die Beauty-Welt revolutionieren werden – oder es bereits tun.

D

Da steht es schwarz auf weiß auf dem Smartphone-Bildschirm: Jenes objektive Alter der Haut, das die App aufgrund der Testergebnisse errechnet hat. Ihre Datenbasis: ein Selfie. Ihre Analysefähigkeit: angetrieben von künstlicher Intelligenz.

Die individuellen Bedürfnisse treten in der Hautpflege immer mehr in den Fokus. Die Personalisierung von Cremes sowie die technologischen Errungenschaften in der dermatologischen Diagnostik und Behandlung, die seit ein paar Jahren die Beauty-Welt revolutionieren, könnte man als Meilensteine im Bereich der Kosmetikinnovationen bezeichnen. Maßgeschneiderte Konzepte erfreuen sich immer größerer Beliebtheit – und werden immer größere Ausmaße annehmen, dank der auf künstlicher Intelligenz (KI) basierten Technologien.

BEANTRAGEN



„Computer-Doktor“ keine Zukunftsmusik mehr

KI ist keine Zukunftsmusik mehr, sie ist in einigen Lebensbereichen bereits Alltag und wird einen immer größeren Stellenwert in unserem Leben einnehmen. Auch im Hinblick auf Kosmetik und dermatologische Behandlungen, davon ist auch Dr. Frank Muggenthaler, Präsident der Gesellschaft für Ästhetische Chirurgie Deutschland (GÄCD) überzeugt. Bereits bei der Diagnostik werden „Computer-Doktor“-Maschinen eine immer wichtigere Rolle einnehmen. „EDV-basierte Diagnose- und Behandlungstools sind zuverlässige Systeme, die auch eine verbesserte Dokumentation der Befunde ermöglichen“, sagt der Experte. Auch „animierte Personen“, die Fragen stellen und Behandlungen vorschlagen, sollen verstärkt in der Patientenkommunikation eingesetzt werden. „Dabei müssen sich Patient und Computer-Doktor nicht einmal gegenüber sitzen. Es genügt, über eine Datenleitung zu verbunden sein, egal wo auf der Welt.“

Die Chancen und Vorteile KI-basierter Diagnostik und Behandlung

Viele innovative Technologien entwickeln sich in ungeahnter Schnelligkeit, z.B. Ganzkörperscanner: „Diese dokumentieren perfekt jede noch so kleine verdächtige Veränderung und geben Warnhinweise, wenn einzelne Stellen einer weiteren Untersuchung bedürfen. Mit feinstauflösenden Laserscannern können dann Hautveränderungen auf Zellniveau bis einige Millimeter unter der Hautoberfläche analysiert werden“, erklärt Frank Muggenthaler. Der Körperscanner sei vor allem für die Vorsorge und Behandlung von Hautkrebs von großer Bedeutung. Die sich perfektionierende Lasertechnik ist eine Innovation, mit der praktisch alle Arten von Hautveränderungen durch verschiedenste Wellenlängen behandelt werden können. Sie können auch zur Faltenkorrektur und Oberflächenoptimierung eingesetzt werden. Von der Lasertechnologie wird in nächster Zeit einiges zu erwarten sein: „Nachdem in den letzten Jahren die Effektivität, Sicherheit und auch der ‚Anwendungskomfort‘ deutlich verbessert wurden, wird es mit neuen Systemen, die mit Hilfe künstlicher Intelligenz eigenständiger die Behandlungsparameter bestimmen, eine weitere Optimierung der Laseranwendung geben“, ist Frank Muggenthalers Prognose.

Intelligente Apps beeinflussen unsere Skincare-Routine

Doch nicht nur wenn wir zum Dermatologen gehen, werden wir in Zukunft immer mehr von KI-Technologien untersucht werden. Bereits jetzt kann die Haut anhand von Apps analysiert werden. In diversen Kosmetikshops werden seit einiger Zeit In-Store-Analysen mit speziellen Geräten an den Kunden durchgeführt. Dieses KI-basierte Beratungserlebnis kann man sich aber auch mit Apps aufs eigene Smartphone holen. Beispielsweise mit der „Neutrogena Skin360“-App, die es seit 2018 gibt und dieses Jahr gerelauncht wurde. Bisher war ein vergrößernder Kameraaufsatz für das Smartphone nötig, um das Analysetool zu nutzen, nun aber nicht mehr. Die App genügt, um die Hautaufnahmen, die aus einem Selfie resultieren, um das 30-Fache zu vergrößern. Mit einem Punktesystem (von 1 bis 10) wird der Hautzustand in fünf Bereichen bewertet: Falten, feine Linien, dunkle Flecken, dunkle Ringe, Geschmeidigkeit. So erhält man auf einen Blick das Analyse-Endergebnis. Mit dem KI-Assistenten „NAIA“ kann man sich auf Grundlage der persönlichen Lebensumstände (Schlafgewohnheiten, Trainingsroutine, Stresslevel etc.) konkrete Ziele setzen. Ein weiterer KI-Coup ist die „Olay Skin Adviser“-App, die auf drei Dingen basiert: „Analyse“, „Skin Age“ und „Regimen“, das heißt: Die App analysiert die Haut und weist auf Stellen hin, die besondere Pflege benötigen; sie verrät das von außen wahrgenommene „Alter“ der Haut und empfiehlt Produkte sowie eine passende Skincare-Routine. Auch hier genügt ein einziges Selfie, um all diese Analyseergebnisse zu erhalten. Achten Sie hierbei auf natürliche Lichtverhältnisse und nehmen Sie Ihr Make-up ab, um genaue Analyse-Ergebnisse zu erzielen.

Minifabriken produzieren individuelle Beauty-Produkte

Besonders faszinierend sind die 3D-Make-up-Drucker, die nun nach und nach auf den Markt kommen. Hier wird KI für die Produktion konkreter Kosmetik- und Make-up-Produkte und nicht nur für die Beratung eingesetzt. Ein besonders kompaktes Exemplar ist der „Mink Printer“ von Mink Beauty, der noch dieses Jahr – nach über fünf Jahren Entwicklungszeit – zu erwerben sein wird. Aus jedem möglichen Bild kann ein Produkt angefertigt werden: Bildfarbdaten können mit

dem 3D-Drucker in physisches Make-up umgewandelt werden. Mehr als 16 Millionen Farben kann der Mink Printer drucken. 15 Sekunden dauert die Produktion einer Farbladung, die vom Ausdruck direkt auf das Gesicht aufgetragen werden können. Die gedruckten Pigmente sind zwei Wochen haltbar. Anfang des Jahres sorgte auch L'Oréal mit „Perso“ für Aufsehen, einer Beautyfabrik im Miniformat, mit der ab 2021 die Herstellung von dekorativer als auch pflegender Kosmetik möglich sein soll. In vier Schritten kann mithilfe der Geräte-App ein auf die individuellen Bedürfnisse zugeschnittenes Produkt entworfen werden: Ein Selfie gibt Aufschluss über den Hautzustand; anschließend untersucht „Perso“ die lokalen Umweltbedingungen; danach gibt der Nutzer seine Präferenzen an und im letzten Schritt wird das entsprechende Produkt von der Maschine gemischt und auf Ort und Stelle in Einmaldosen „gedruckt“. Ein weiteres Beispiel für einen Make-up-Drucker ist „Opté Wand“ von Procter und Gamble, der dieses Jahr im Januar auf der Consumer Electronics Show in Las Vegas vorgestellt wurde und Make-up bzw. Serum direkt auf Unebenheiten und Rötungen aufsprüht.

Großes Potential von KI: Vorteile für Nutzer und Hersteller

Die Ausmaße, die KI-gestützte Technologien in Zukunft annehmen wird, können im Moment nur abgeschätzt werden. Klar ist jedoch, dass diese ein großes Potential haben, nach und nach einen festen Platz in unserer Beauty-Routine einzunehmen. Sowohl Nutzer als auch Hersteller können von diesen Angeboten profitieren: Präzise Hautanalysen bieten Nutzern eine umfassende sowie persönliche Info; Hersteller und Anbieter werden die Bedürfnisse ihrer Nutzer immer besser kennenlernen. „Das erleichtert das Auffinden wertvoller Informationen, weckt Interesse an neuen Behandlungen und bietet Leistungsanbietern zusätzliche Absatzmöglichkeiten“, ist sich auch Frank Muggenthaler sicher.