DGÄPC STATISTIK

2022 - 2023

Zahlen, Fakten und Trends der Ästhetisch-Plastischen Chirurgie



verctorfusionart/2JUMP/shutterstock

DGÄPC
Deutsche Gesellschaft für
Ästhetisch-Plastische Chirurgie
seit 1972



Unsere Mitglieder finden Sie in ganz Deutschland. Eine Detailliste finden Sie hier und auf den Seiten 24/27 der Statistik



Grußwort

Sehr geehrte Damen und Herren,

mit der 15. DGÄPC Statistik halten Sie eine der größten bundesweiten Umfragen in den Händen, in der die Patient*innen im Bereich der Ästhetisch-Plastischen Chirurgie eine Stimme bekommen. Wir liefern Ihnen mit unserer Statistik Einblicke, Zahlen und Fakten sowie Trends zu einem medizinischen Bereich, der auch in Deutschland mittlerweile einen festen Platz gefunden hat.

Seit bereits einem halben Jahrhundert steht der Name unserer Fachgesellschaft für qualitative Standards in der Ästhetisch-Plastischen Chirurgie und seit bereits 15 Jahren ist es uns ein Anliegen, seriös, transparent und objektiv im Rahmen unserer repräsentativen DGÄPC Statistik über die Patientenwünsche und andere äußere Einflüsse und Motivationen des jeweiligen Jahres zu informieren.

Nicht immer obliegen die Wünsche der Patient*innen nur einer klassischen Fehlbildung. Sie sind vielmehr die Summe einer Vielzahl von äußeren Einflüssen und Schönheitsidealen. Deshalb beschäftigt sich die DGÄPC Statistik nicht nur mit den Behandlungswünschen, sondern auch mit deren Entstehen. So wurden in diesem Jahr verstärkt die Motivationen und auch das mediale Nutzungsverhalten abgefragt.

Die Zahlen geben uns als Fachgesellschaft auch Grund politisch aktiv zu werden. Die abgefragten Daten geben nämlich erneut klar wieder, dass die Beeinflussung medialer Nutzung weiterhin steigt. Als Facharzt, als Präsident einer Fachgesellschaft und als Vater von drei Kindern sehe ich das mehr als kritisch. Deshalb ist eine Kennzeichnungspflicht für den Einsatz von bearbeitetem Bild- und Werbematerial in den Sozialen Medien für mich unabdingbar.

Um Ihnen einen noch besseren Überblick bieten zu können, und zudem mehr Transparenz zu schaffen, finden Sie auch in diesem Jahr Vergleichszahlen zu allen erhobenen Bereichen sowie verlinkte Zusatzinformationen auf unserer Webseite.

Ich freue mich, Ihnen mit unserer Statistik interessante Fakten und Einblicke in den Fachbereich der Ästhetisch-Plastischen Chirurgie bieten zu können und hoffe, dass wir so zu einer offenen Diskussion beitragen.

Ihr



Dr. med. Alexander P. Hilpert
Präsident der DGÄPC
Facharzt für Plastische und
Ästhetische Chirurgie

Statistik 2022/2023

Erhebungsmethode 5

Behandlungen 2023 im Ranking – minimalinvasive Behandlungen bei Fachärzt*innen weiter rückläufig .. 6

Top 5 Behandlungsmaßnahmen im Jahres-Vergleich 7

Generation Z: OPs bei Fachärzt*innen – Filler, Lippen und Botox bei Beautyketten?! 8

U30 im Vergleich der letzten drei Jahre 9

Geschlechterverhältnis im Verlauf 10

Altersstruktur 2023 11

Männer: Fokus auf Körperformung, Liftings & Haare 12

Frauen – Verjüngende Maßnahmen und Körperformung im Fokus 13

Generationen im Vergleich 14/15

Single oder in einer Beziehung? Das sind die Unterschiede bei den Behandlungswünschen 16

Singles unter 30 – was sie sich wünschen 17

Mediennutzung bei der Zielgruppe 18 – 30 Jahre – Social Media als Hauptinformationsquelle 18

Petition für eine Kennzeichnungspflicht von digital bearbeitetem Bildmaterial zum Schutz der jungen Zielgruppe 19

Fokusthema: Werbung für Ästhetische Behandlungen – wenn aus günstig teuer wird 21

Vom ersten Gedanken bis zur OP – alles andere als eine spontane Idee 22

Zielgruppe 60+ - Bedürfnisse, Wünsche und Unterschiede der Best Ager 23

Verzeichnis der DGÄPC-Mitglieder 24/27

Impressum

Herausgeber: Deutsche Gesellschaft für Ästhetisch-Plastische Chirurgie (DGÄPC) · Hohenstaufenring 48-54 · 50674 Köln

Redaktion: Franziska Bartel

Gestaltung/Satz: 2JUMP – Design by Gerald Grimmer

Fotos: verctorfusionart/2JUMP/shutterstock (S.1/U1), Freepik/Katemangostar/2JUMP (S.2/U2), WM Onlinemarketing Walter Maar H-Ko/stock.adobe.com (S.5), WM Onlinemarketing Walter Maar/megaflopp/stock.adobe.com (S.6), WM Onlinemarketing Walter Maar/Andrii/stock.adobe.com (S.7), iStock.com/PonyWang (S.8), New Afrika/2JUMP/shutterstock (S.9), WM Onlinemarketing Walter Maar/New Afrika/stock.adobe.com (S.10) WM Onlinemarketing Walter Maar/Robert Kneschke/stock.adobe.com (S.11), WM Onlinemarketing Walter MaarPixel-Shot/stock.adobe.com (S.12), WM Onlinemarketing Walter Maar/dimid/stock.adobe.com (S.13), WM Onlinemarketing Walter Maar/alotofpeople/stock.adobe.com (S.14/15), Kzenon/2JUMP/shutterstock (S.16), WM Onlinemarketing Walter Maar/illionPhotos.com/stock.adobe.com (S.17), Tint Media/2JUMP/shutterstock (S.18), Kourdakova Alena/2JUMP/shutterstock (S.20), Syda Productions/2JUMP/shutterstock (S.21), staras/2JUMP/shutterstock (S.22), Kzenon/2JUMP/shutterstock (S.23), WM Onlinemarketing Walter Maar/lenets_tan/stock.adobe.com (S.24/25), WM Onlinemarketing Walter Maar/Grinny/stock.adobe.com (S.26/27), WM Onlinemarketing Walter Maar/Syda Productions/stock.adobe.com (S.28/U4)


WM Onlinemarketing Walter Maar/H-Ko/stock.adobe.com

Erhebungsmethode

Über die Erhebungsmethode

Die Statistik der Deutschen Gesellschaft für Ästhetisch-Plastische Chirurgie – kurz DGÄPC – ist eine der bundesweit größten Erhebungen der Interessen und Wünsche von Patient*innen im Bereich Ästhetisch-Plastischer Behandlungen und Operationen, denen sowohl eine medizinische Indikation zu Grunde liegt oder aber die rein ästhetischer Natur sind.
Bereits seit 15 Jahren führen die Mitglieder der DGÄPC diese Befragung unter ihren Patient*innen durch. Der Zeitraum der Erhebung umfasst dabei jeweils ein Jahr.

Der Fragebogen

Die Daten wurden mit einem standardisierten Fragebogen erhoben, der den Patient*innen beim Besuch in einer Praxis oder Klinik eines DGÄPC-Mitgliedes vorgelegt wurde. Im Laufe der Jahre wuchs auch die Anzahl der abgefragten Behandlungs- und Operationsmethoden. Daher sind rückblickende Vergleiche nicht für alle Behandlungsmethoden und Bereiche möglich.
Die Befragung erfolgte bundesweit und anonym. Personenbezogene Daten wurden und werden nicht erfasst. Der Fragebogen kombiniert jährlich gleichbleibende Fragen mit neuen Fragen und Themenschwerpunkten. Neben den soziodemografischen Daten, wurden der Behandlungsgrund bzw. -wunsch sowie die individuelle Motivation erhoben. Ergänzende Schwerpunkte in diesem Jahr waren Fragen zum Einfluss von Social Media und dem medialen Nutzungsverhalten sowie Fragen zu Motivationen für die Behandlungen.

Zu den Zahlen

Bei der Erhebung der Behandlungsmethoden kann es dazu kommen, dass die summierten Prozentzahlen 100 Prozent überschreiten, da einige Patient*innen nicht nur zu einer Behandlung oder Operation in der Facharztpraxis vorstellig werden. Ebenso kann es bei der qualitativen Umfrage zu einer Unterschreitung der 100 Prozent in Summe kommen, da es hier seitens der Teilnehmer*innen immer wieder zu Enthaltungen bei den Angaben kommt.

Die Auswertung im Überblick

Erhebungszeitraum: Oktober 2022 – Oktober 2023
Teilnehmeranzahl: 2.130 Teilnehmer*innen

- 84,7 Prozent Frauen
- 11,3 Prozent Männer
- 0,1 Prozent Divers
- 3,9 Prozent keine Angabe

Alle Fragebögen der Patientenstatistik wurden von Personen ausgefüllt, die zum ersten oder zum wiederholten Mal eine Beratung und/oder einen Termin bei einem einem/einer niedergelassene/n Fachärzt*in für Plastische und Ästhetische Chirurgie vereinbart haben.

Einen Überblick der Statistiken und Downloadmaterial finden Sie hier:



WM Onlinemarketing Walter Maar/megaflopp/stock.adobe.com

Behandlungen 2023 im Ranking – minimalinvasive Behandlungen bei Fachärzt*innen weiter rückläufig

Auch in diesem Jahr sind in den TOP 5 Faltenunterspritzungen, Botulinumbehandlungen, Oberlidstraffungen, Brustvergrößerungen und Fettabsaugung zu finden. Würde man zu den ästhetischen Fettabsaugungen noch die Lipödemabsaugungen hinzuzählen, wären Liposuktionen (Fettabsaugungen) sogar auf Platz 1 zu finden.

Ein Blick auf die vergangenen fünf Jahre (siehe Seite 7) zeigt klar, dass es zu einem deutlich sichtbaren Rückgang bei Faltentunterspritzungen und Botulinumbehandlungen in den Praxen- und Kliniken der niedergelassenen Fachärzt*innen für Plastische und Ästhetische Chirurgie gekommen ist. Dies ist bei aktueller Betrachtung der Marktentwicklung ein absehbarer Zustand. Die zunehmende Preissensibilität aufgrund aktueller wirtschaftlicher Prognosen und ein verstärktes Marktwachstum von Beautyketten und Anbietern ohne ausreichende Qualifikation, die mit erhöhter werblicher Aktivität und Dumpingangeboten für ihre Dienstleitungen werben, sind klare Gründe für diesen Rückgang in den fachärztlich betreuten Praxen. Hinzu kommt die Unaufgeklärtheit der Patient*innen über die Qualifikation des/der behandelnden Arztes/Ärztin. (siehe Seite 20).

Mehr zum Thema
Werbung in der Ästhetischen Medizin
finden Sie auf Seite 20/21

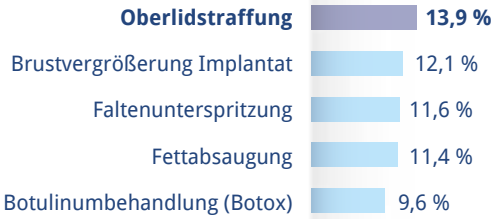
Behandlungen gesamt 2023
18 – 80+ Jahre




WM Onlinemarketing Walter Mair/Andrii/stock.adobe.com

Top 5 Behandlungsmaßnahmen im Jahres-Vergleich

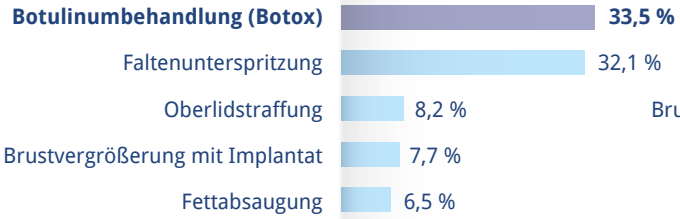
Behandlungen gesamt 2023
TOP 5 18 – 80+ Jahre



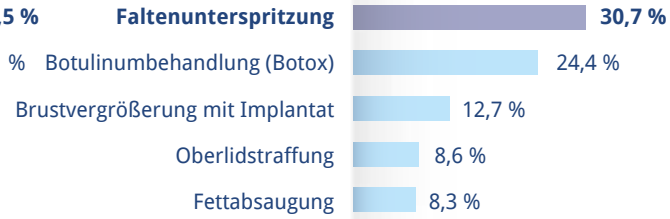
Behandlungen gesamt 2022
TOP 5 18 – 80+ Jahre



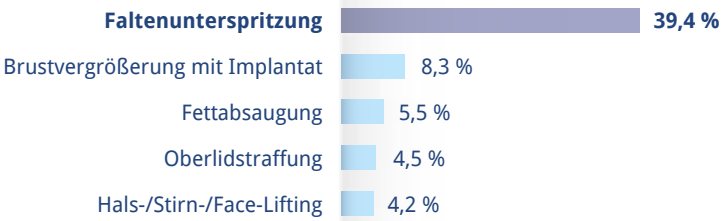
Behandlungen gesamt 2021
TOP 5 18 – 80+ Jahre



Behandlungen gesamt 2020
TOP 5 18 – 80+ Jahre



Behandlungen gesamt 2019
TOP 5 18 – 80+ Jahre



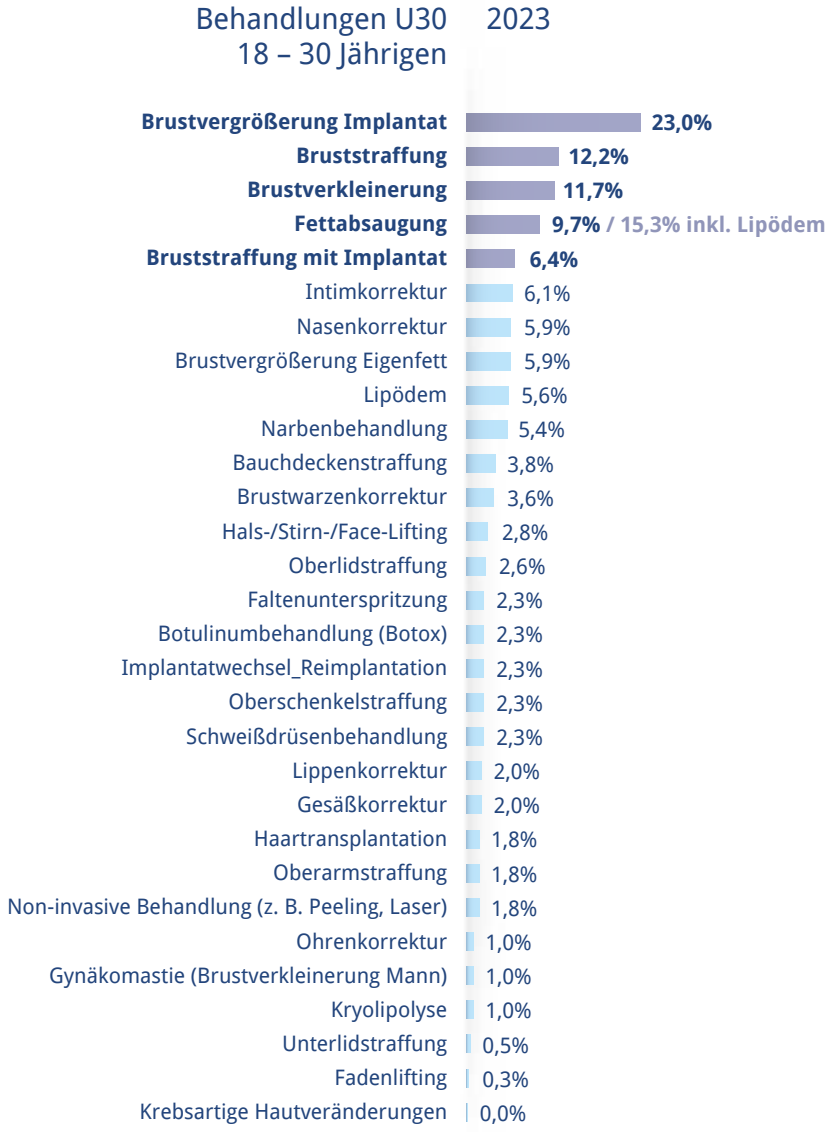


iStock.com/PonyWang

Generation Z: OPs bei Fachärzt*innen – Filler, Lippen und Botox bei Beautyketten?!

Zielgruppe unter 30 – Brustoperationen beliebter denn je

Besonders auffällig bei der jungen Zielgruppe unter 30 Jahren ist ein enormer Anstieg bei den brustchirurgischen Operationen. Während im Jahr 2022 alle Brustoperationen zusammen genommen einen Anteil von 39,8 Prozent ausmachten, liegen diese im Jahr 2023 bei 65,1Prozent.
Dabei nimmt die Brustvergrößerung (Implantat) mit 23,0 Prozent Platz 1 ein, gefolgt von der Bruststraffung mit 12,2 Prozent und der Brustverkleinerung mit 11,7 Prozent.
Auf Platz 4 und 5 liegen die Fettabsaugung und die Bruststraffung mit Implantat. Die Zahl der Intimkorrekturen ist nahezu gleichbleibend im Vergleich zum Vorjahr. Diese liegt bei 6,1 Prozent. Die wohl gravierendste Veränderung ist im Bereich der Lippenkorrekturen und bei Botulinumbehandlungen festzustellen. Botulinum rutscht von Platz 8 mit 5,3 Prozent (2022) auf Platz 16 mit 2,3 Prozent die Lippenkorrekturen sind auf Platz 20 mit 2,0 Prozent zu finden. Im Vorjahr lagen diese auf Platz 7 mit 5,9 Prozent bei der jungen Zielgruppe.

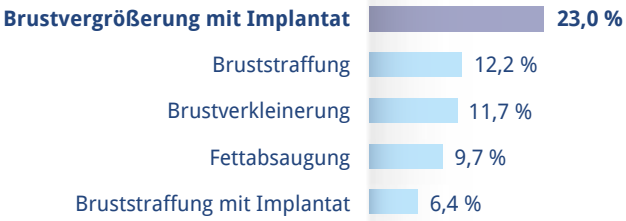




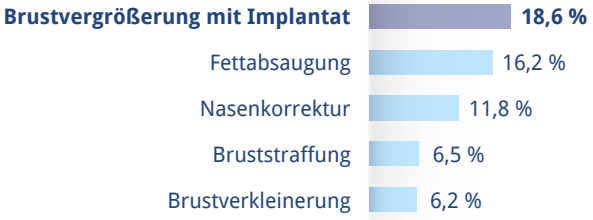
New Afrika/ZUMP/shutterstock

U30 im Vergleich der letzten drei Jahre

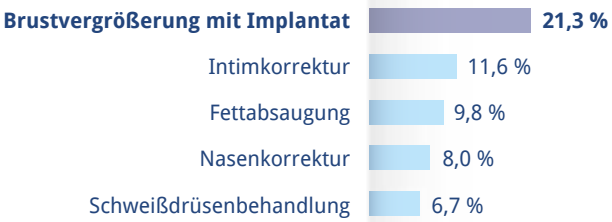
Behandlungen U30 TOP 5 18 – 30 Jahre 2023



Behandlungen U30 TOP 5 18 – 30 Jahre 2022



Behandlungen U30 TOP 5 18 – 30 Jahre 2021





„Als Gutachterin der Ärztekammer Westfalen-Lippe sehe ich gerade bei jungen Frauen viele Fälle von Fehlbehandlungen. Die meisten jungen Menschen kommen zu uns in die fachärztlichen Praxen für Operationen, weil sie denken, dass sie Botulinum-, Filler- und Lippenbehandlungen woanders günstiger bekommen können – in den meisten Fällen ein Trugschluss“

(Dr. med. Michaela Montanari, Fachärztin für Plastische und Ästhetische Chirurgie, Schatzmeisterin der DGÄPC, Bochum)



„Es liegt in der Natur der Sache, dass die Nachfrage bei jungen Menschen nach gesichtsverjüngenden Maßnahmen geringer ausfällt. Lippenbehandlungen zählen allerdings nicht dazu. Der Rückgang der Zahlen im Vergleich zum Vorjahr ist ein deutlicher Indikator für die Abwanderung der jungen Patient*innen zu Beautyketten und anderen, teilweise illegalen, Anbietern.“

(Dr. med. Christoph Krüss, Facharzt für Plastische und Ästhetische Chirurgie, Schriftführer der DGÄPC, Hamburg)



WM Onlinemarketing Walter Maar/New Afrika/stock.adobe.com

Geschlechterverhältnis im Verlauf

Betrachtet man die vergangenen fünf Jahre, wird deutlich, dass das Verhältnis zwischen Männern und Frauen nur leichten Schwankungen unterliegt. Im Vergleich zum Vorjahr ließen sich 2023 wieder ein paar mehr Männer behandeln, gleichzeitig steigt aber auch die Anzahl bei den Enthaltungen bei der Angabe des Geschlechts.

Unter den Angaben für Diversität lässt sich seit erstmaliger Abfrage im Jahr 2019 ebenfalls bisher kein Aufwärtstrend erkennen.

Geschlechterverhältnis 2014 – 2023
18 – 80+ Jahre in %





WM Onlinemarketing Walter MaarRobert Knesch/ke/stock.adobe.com

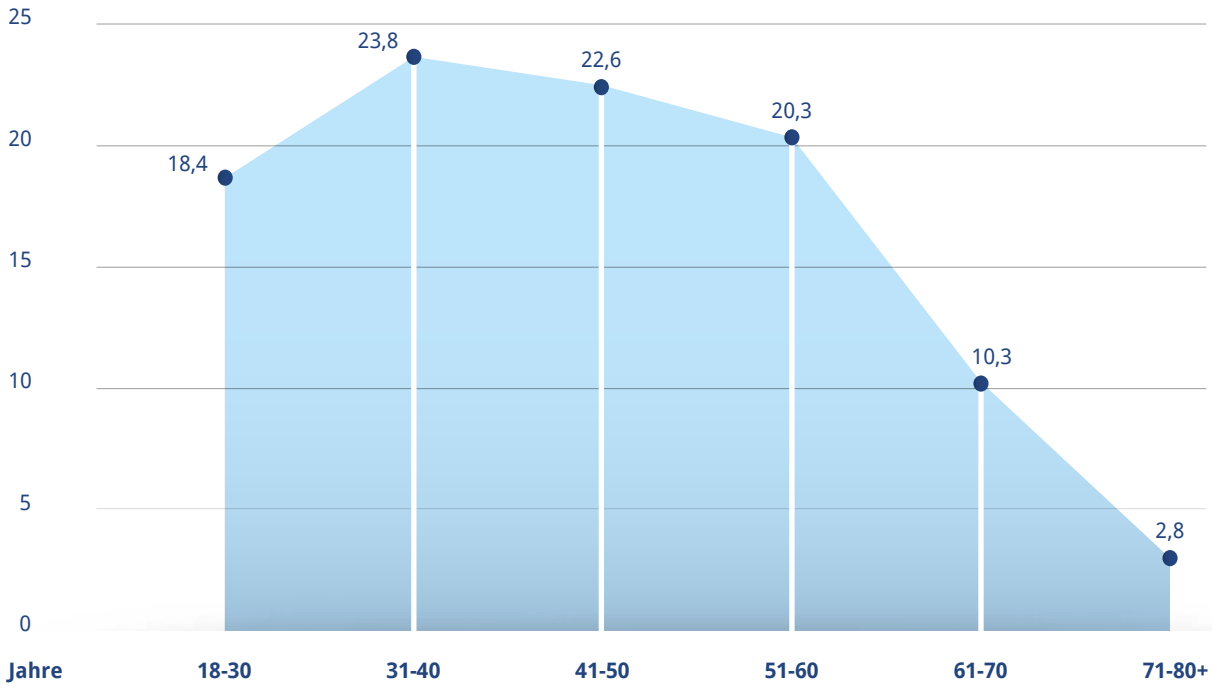
Altersstruktur 2023

Im Jahr 2023 ist der Verlauf der Altersstruktur im Großen und Ganzen nahezu identisch mit dem des vergangenen Jahres. Dennoch ist ein Anstieg in der Zielgruppe 61 – 70 Jahre um 1,6 Prozent im Vergleich zum Vorjahr zu verzeichnen, weshalb den Bedürfnissen der Zielgruppe ab 60 innerhalb dieser Statistik mehr Raum gegeben wird (siehe Seite 23).

Rückblick Altersdurchschnitt

Durchschnitt in Jahren	
2023	**44,0**
2022	43,2
2021	42,3
2020	43,0
2019	43,1
2018	41,3
2017	41,8
2016	42,1
2015	42,5
2014	40,3

Altersstruktur 2023 in % Ø 44 Jahre



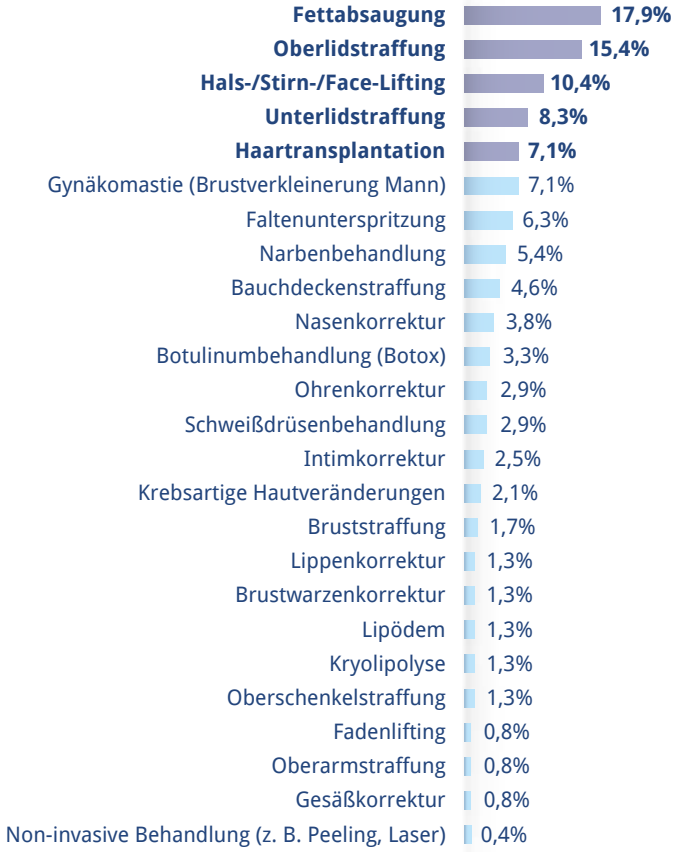


WM Onlinemarketing Walter Maar Pixel-Shot/stock.adobe.com

Männer: Fokus auf Körperformung, Liftings & Haare

Bei den Top 5 Behandlungen der Männer im Jahr 2023 hat sich im Vergleich zu den letzten Jahren einiges verändert. Zwar belegt die Fettabsaugung mit einem leichten Zuwachs von 1,1 Prozent mit insgesamt 17,9 Prozent weiterhin Platz 1 und auch die Oberlidstraffung verbleibt mit 15,4 Prozent auf Platz 2. Allerdings werden die minimalinvasive Faltenbehandlung und die Botulinumbehandlung vom Hals-Stirn-Facelifting mit 10,4 Prozent (2022 4,8 Prozent) und der Unterlidstraffung mit 8,3 Prozent abgelöst. Besonders auffällig ist in diesem Jahr der enorme Anstieg bei Haartransplantationen von 1,8 Prozent in 2022 auf 7,1 Prozent.

Behandlungen Männer 18 – 80+ Jahre 2023



Behandlungen Männer 18 – 80+ Jahre 2022



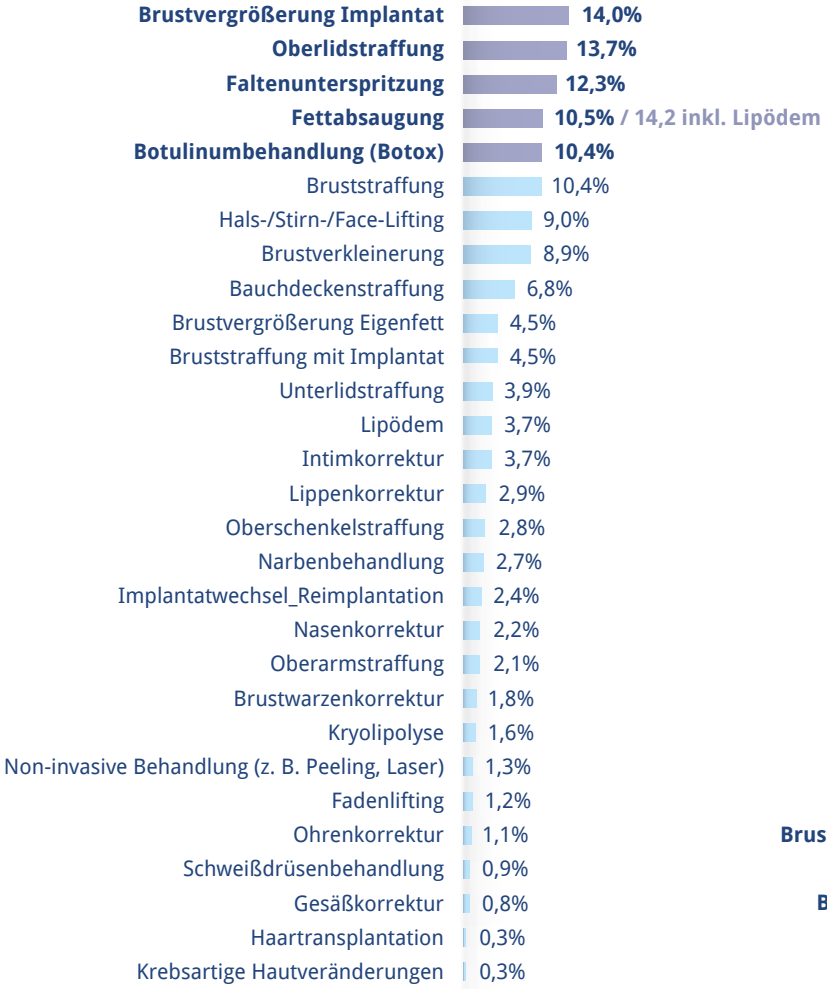
Alle Zahlen zu den letzten 5 Jahren bei den Patienten finden Sie hier:



WM Onlinemarketing Walter Maar/dimid/stock.adobe.com

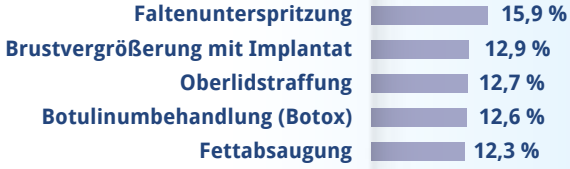
Frauen – Verjüngende Maßnahmen und Körperformung im Fokus

Behandlungen Frauen 18 – 80+ Jahre 2023



Bei den Behandlungswünschen der Frauen hat sich in diesem Jahr unter den TOP 5 die Gewichtung verändert. So wurden die Faltenunterspritzungen mit 12,3 Prozent in diesem Jahr von den Brustvergrößerungen mit Implantaten mit 14,0 Prozent abgelöst. Die Faltenunterspritzung liegt nun auf Platz 3. Die Oberlidstraffung rangiert mit einem Prozent plus auf Platz 2 der beliebtesten Behandlungen. Nahezu gleichauf sind Fettabsaugungen mit 10,5 Prozent und Botulinumbehandlungen mit 10,4 Prozent. Würde man jedoch die operative Behandlung des als medizinische Indikation geltenden Lipödems noch zu den Fettabsaugungen zählen, würden diese auf Platz 1 landen.

Behandlungen Frauen 18 – 80+ Jahre 2022



Alle Zahlen zu den letzten 5 Jahren bei den Patientinnen finden Sie hier:



Generationen im Vergleich

Die Wünsche jeder Altersdekade werden nicht nur durch biologische Gesetzmäßigkeiten bestimmt, sondern unterliegen auch immer Einflüssen von außen – die Entwicklungen der Ästhetisch-Plastischen Chirurgie, die im Volksmund auch gerne als „Beautysektor" oder mit „Schönheitschirurgie" betitelt wird, der Umgang mit Medien, die Themen, die innerhalb eines Freundeskreises diskutiert werden oder aber auch durch die eigenen zur Verfügung stehenden finanziellen Mittel. Für jede Altersdekade lassen sich dennoch gewisse Trends erkennen.

18 – 30 Jahre: Brust-Operationen sind Spitzenreiter



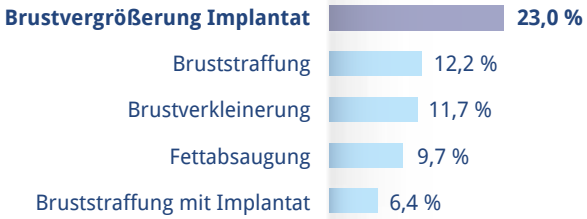
„Gerade die Brustvergrößerung mit Implantaten war bei der jungen Zielgruppe schon immer sehr beliebt. Das liegt auch in der Natur der Sache, denn junge Menschen haben noch keine Probleme mit der Hautalterung. Neu ist, dass die Brust für junge Frauen immer mehr zu Sinnbild für Weiblichkeit, aber auch zur Selbstbestimmung wird. So stehen in diesem Jahr erstmalig auch Bruststraffung, -verkleinerung und Straffungen mit Implantaten im Fokus." **(Dr. med. Christoph Krüss, Schriftführer der DGÄPC, Hamburg)**

31 – 40 Jahre: Körperformende Maßnahmen im Fokus

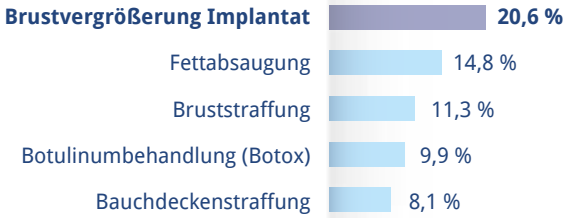


„Mit 26 Jahren beginnt unser Körper zu altern – natürlich zunächst noch unsichtbar für Außenstehende. Je nach Veranlagung dauert es auch, bis sich erste Fältchen abzeichnen. Deshalb stehen bis zum 40. Lebensjahr auch die körperformenden Maßnahmen im Mittelpunkt der Patientenwünsche. Gerade Brust- und Bauchdeckenstraffung, aber auch Fettabsaugungen werden häufig nach Schwangerschaften und Abschluss weiterer Kinderwünsche durchgeführt." **(Dr. med. Alexander P. Hilpert, Präsident der DGÄPC, Duisburg/Düsseldorf)**

TOP 5 18 – 30 Jahre 2023



TOP 5 31 – 40 Jahre 2023



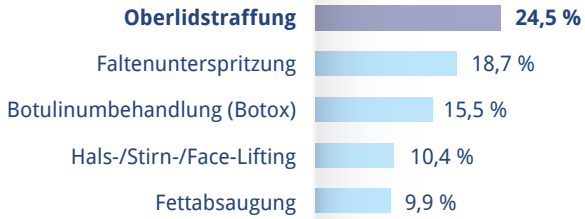
TOP 5 41 – 50 Jahre 2023



WM Onlinemarketing Walter Maar/alotofpeople/stock.adobe.com



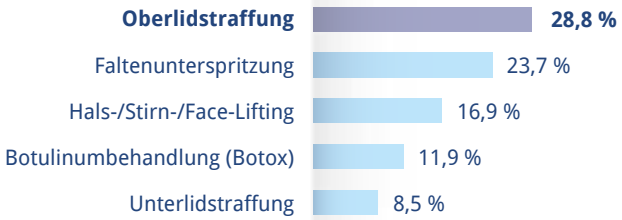
TOP 5 51 – 60 Jahre 2023



TOP 5 61 – 70 Jahre 2023



TOP 5 71 – 80+ Jahre 2023



41 – 50 Jahre: Behandlung von Alterserscheinungen



„Patient*innen ab 40 kommen mit sehr unterschiedlichen Motivationen in die Praxis – dennoch spielt bei allen das Thema Alterungserscheinungen eine maßgebliche Rolle. Niemand sieht plötzlich morgens „alt“ aus, da die Hautalterung einem Prozess unterliegt. Dennoch haben meine Patient*innen manchmal das Gefühl, dass sie nun etwas gegen die Alterung tun müssen. Auslösende Faktoren sind häufig tatsächlich Fotos, auf denen man sich nicht mehr sehen möchte, da die 2-D-Darstellung objektiv wie auch subjektiv anders aussieht als der 3-D Blick in den Spiegel.“

(Dr. med. Michaela Montanari, Schatzmeisterin der DGÄPC, Bochum)

50 – 80+ Jahre: Liftingoperationen & Faltenunterspritzung



„Die Wünsche ab 50 Jahren bis ins fortgeschrittene Alter unterscheiden sich bei den TOP 5 Wünschen nur in der Gewichtung. Bis 60 sind es eher noch die kleineren chirurgischen Maßnahmen, wie ein Lidstraffung, eine Botox- oder Faltenbehandlung, ab dem 60. Lebensjahr nehmen die größeren operativen Maßnahmen wie Halslifts oder Facelifts zu. Hier stellt sich zudem die Frage, ob die Patient*innen sich schon in früheren Jahren mit der ästhetischen Chirurgie beschäftigt haben oder ob sie sich jetzt erst mit dem Thema beschäftigen. Die Methode der Wahl richtet sich zwar immer nach dem Patientenwunsch, aber sie ist auch abhängig vom Gesundheitszustand und den realistischen Möglichkeiten.“

(Dr. med. Helge Jens, Sekretär der DGÄPC, Aachen)



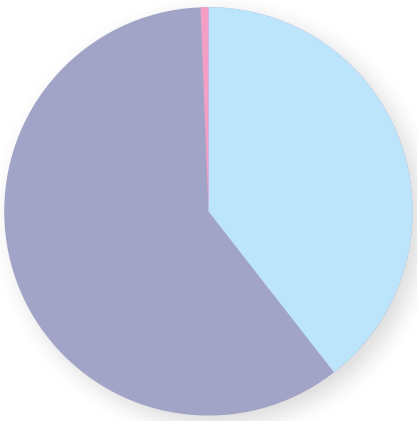
Kzenon/2JUMP/shutterstock

Single oder in einer Beziehung? Das sind die Unterschiede bei den Behandlungswünschen

Auch in diesem Jahr gehen die Singles eher beziehungsgewinnende Maßnahmen an. Die verheirateten oder in einer Beziehung lebenden neigen ebenfalls 2023 dazu, größere Maßnahmen zu ergreifen. Dennoch sind beziehungserhaltende, kleinere Maßnahmen wie Faltenunterspritzungen und Botulinumbehandlungen nach wie vor gefragt. Der größte Anteil an Singles ist in der jungen Zielgruppe unter 30 mit 68,4 Prozent zu finden.

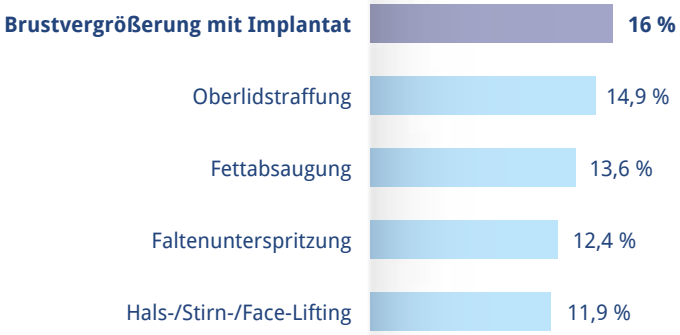
Familienstand

- Single/Alleinstehend
- **Verheiratet/Beziehung**
- keine Angabe

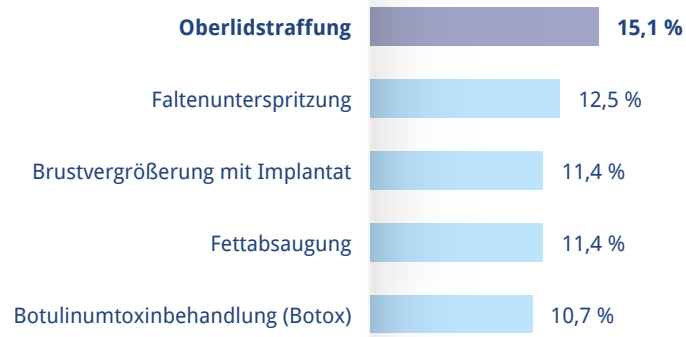


Von den Befragten gaben 39,5 % an alleinstehend zu sein, 58,3% leben in einer Ehe oder Partnerschaft und 2,2% machten keine Angabe.

Single/Alleinstehend 18 – 80+ Jahre 2023



Verheiratet/Beziehung 18 – 80+ Jahre 2023

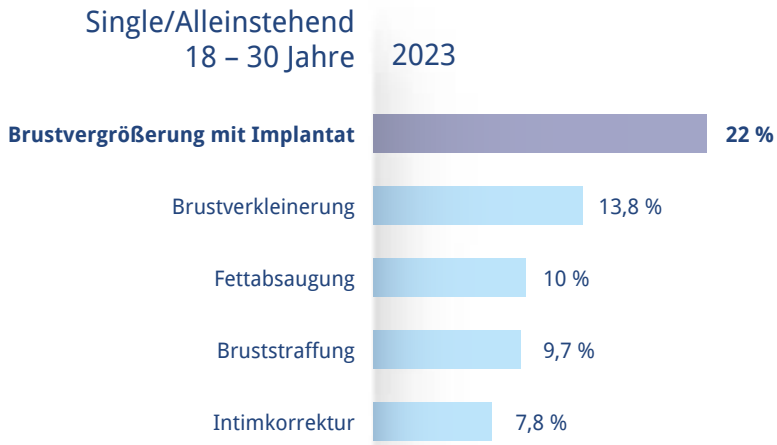


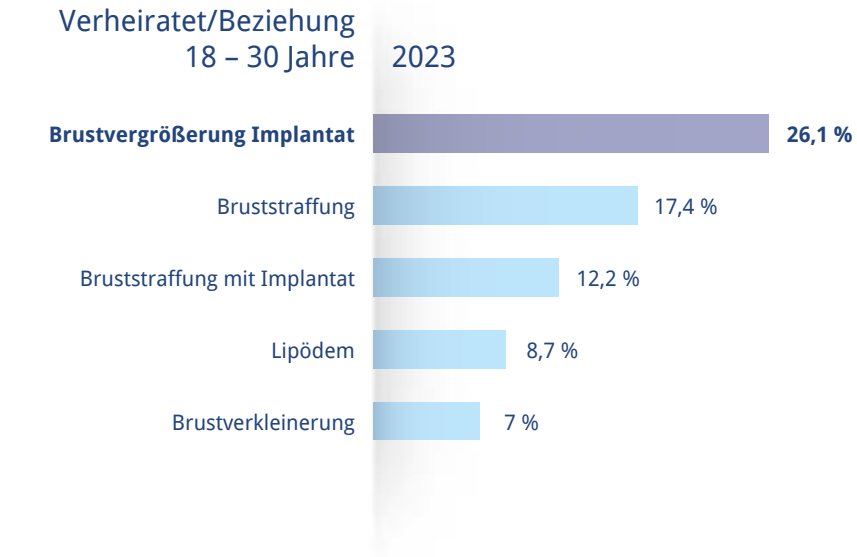


WM Onlinemarketing Walter Maar/BillionPhotos.com/stock.

Singles unter 30 – was sie sich wünschen

Der größte Anteil an Singles ist mit 68,4 Prozent bei den unter 30-Jährigen zu finden. Orientierend an den Gesamtzahlen liegen hier vor allem brustchirurgische Operationen im Fokus. Besonders auffällig ist aber die Intimchirurgie, die mit 7,8 Prozent Platz 5 belegt, was ein Indiz dafür sein kann, dass viele junge Single-Frauen sich in ihrer Sexualität beeinträchtigt fühlen, weil sie an einer angeborenen Fehlbildung leiden oder ihren Intimbereich als unzulänglich empfinden. Unter den Liierten unter 30-Jährigen ist die Intimchirurgie mit nur 2,1 Prozent auf Platz 18 zu finden.







Tint Media/2JUMP/shutterstock

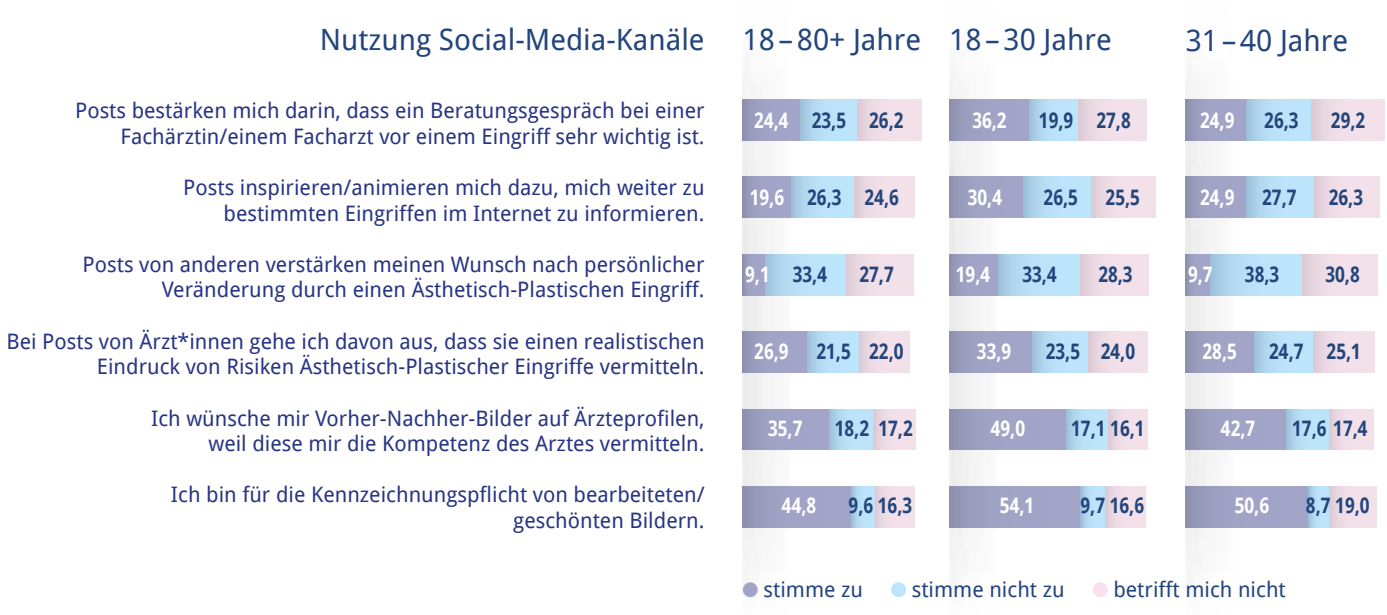
Mediennutzung bei der Zielgruppe 18 – 30 Jahre – Social Media als Hauptinformationsquelle

Erstmalig wurde in diesem Jahr im Zuge der Patientenbefragung auch die Mediennutzung abgefragt. Während klassische Medien wie TV und Zeitschriften kaum mehr Relevanz für die junge Zielgruppe besitzen, zählen Suchmaschinen, Instagram und Youtube zu den Hauptinformationsquellen. So gaben 54,4 Prozent an, täglich oder sogar mehrmals täglich Suchmaschinen zu nutzen, bei Instagram sind es sogar 57,9 Prozent der Befragten. YouTube wird mindestens einmal pro Woche von 48,7 Prozent genutzt. Facebook spielt, ebenso wie TikTok, eine eher untergeordnete Rolle bei Patient*innen unter 30.

Beeinflussung durch Soziale Medien

Auch 2023 zeigt sich die starke Beeinflussung der jungen Zielgruppe durch die Sozialen Medien. Aufgrund der veränderten Mediennutzung über die letzten Jahre, ist davon auszugehen, dass sich die Beeinflussung sogar noch weiter ausbaut. Neben der Frage über die Beeinflussung ist eine weitere Zahl besonders auffällig. Mit 33,9 Prozent geht über ein Drittel der Befragten unter 30 davon aus, einen realistischen Eindruck von Risiken Ästhetisch-Plastischer Eingriffe über Ärzteprofile bei Social Media vermittelt zu bekommen.

Unter unserem Zusatzmaterial finden Sie die Übersicht zur Mediennutzung





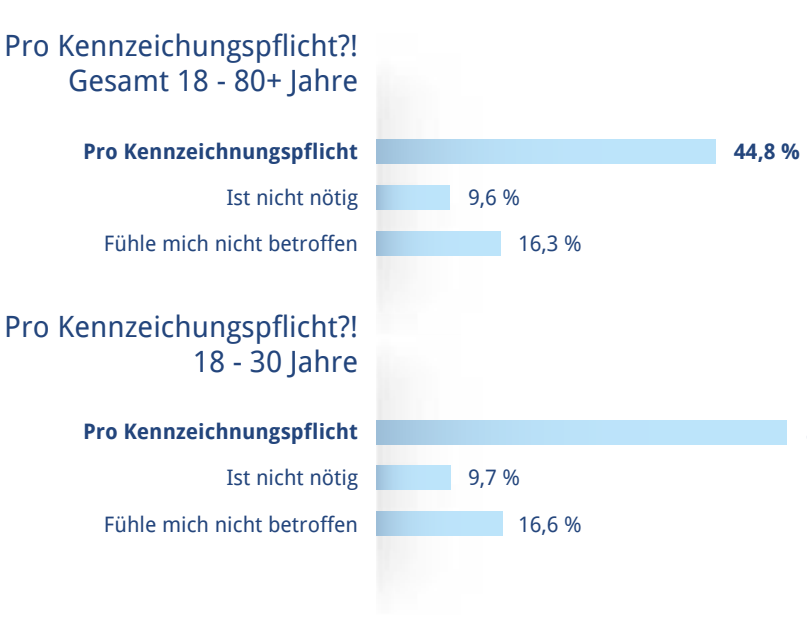
Petition für eine Kennzeichnungspflicht von digital bearbeitetem Bildmaterial zum Schutz der jungen Zielgruppe

Beeinflussung bei junger Zielgruppe sehr ausgeprägt * Mehrheit der Patient*innen unter 30 Jahren für Kennzeichnungspflicht in Deutschland

Die Zahlen der DGÄPC Statistik bestätigen es bereits seit drei Jahren – die Beeinflussung durch Social Media Beiträge ist bei der jungen Zielgruppe nicht nur besonders ausgeprägt, sie nimmt jährlich zu.

„Man muss im Prinzip schon viel früher damit beginnen, heranwachsende Jugendliche zu schützen. Das beginnt lange bevor sie nach ihrer Volljährigkeit den Weg zum Beratungsgespräch finden", mahnt Dr. Alexander P. Hilpert, Präsident der DGÄPC. „Zwar profitieren wir als Fachärzte natürlich davon, dass Menschen mit Fehlbildungen uns ihr Vertrauen schenken oder auch das ein oder andere an sich optimieren möchten, aber es gibt ganz klare ethische Grenzen in der Behandlung, die leider nicht alle Kolleg*innen berücksichtigen."

Nicht zuletzt deswegen hat sich Dr. Hilpert mit den beiden anderen Facharztgesellschaften für Ästhetisch-Plastische Chirurgie zusammengetan, um gemeinsam den Schutz der jungen Zielgruppe voranzutreiben. Die DGÄPC, die DGPRÄC (Deutsche Gesellschaft für Plastische, Rekonstruktive und Ästhetische Chirurgie) und die VDÄPC (Vereinigung der Deutschen Ästhetisch-Plastischen Chirurgen) werden Anfang kommenden Jahres eine offizielle Petition an den deutschen Bundestag richten. Mit der Petition wird gefordert, in Deutschland eine Kennzeichnungspflicht für digital bearbeitetes und KI-generiertes Bildmaterial - ähnlich wie in Norwegen, Israel und Frankreich - gesetzlich zu regeln. Unterstützend hierzu wurde in der diesjährigen Patientenbefragung abgefragt, wer sich für eine Kennzeichnungspflicht ausspricht. Neben denjenigen, die sich hiervon nicht betroffen gefühlt haben, haben sich innerhalb der Zielgruppe unter 30 Jahren 54,1 Prozent für eine Kennzeichnungspflicht in Deutschland ausgesprochen. Innerhalb der Gesamtzielgruppe waren es 44,8 Prozent - Zahlen, die eindeutig für sich sprechen.







Kourdakova Alena/2JUMP/shutterstock

Werbung für Ästhetische Behandlungen – wenn aus günstig teuer wird

Innerhalb der diesjährigen Patientenbefragung gibt es insgesamt drei Zahlen, die hellhörig machen sollten: **Die Unkenntnis über die Qualifikation des behandelnden Arztes, die Zahlen der Facharztaufsuche nach Fehlbehandlungen und der enorme Rückgang bei Falten- und Lippenbehandlungen sowie Botulinumtoxininjektionen.** Warum die Bewerbung ärztlicher Leistungen damit in Zusammenhang steht und was werblich in Deutschland erlaubt ist, hat Ihnen die DGÄPC Redaktion zusammengestellt.

Fehlbehandlungen und Ärztepfusch

2,8 Prozent der Befragten gaben an, dass eine Fehlbehandlung durch einen andere/n Arzt/Ärztin sie in die fachärztliche Praxis geführt hat – die Dunkelziffer ist vermutlich weitaus größer, da viele der fehlbehandelten Patient*innen zunächst den Weg zum bisher behandelnden Arzt suchen und erst eine/n Fremdärzt*in konsultieren, wenn dort nicht geholfen werden kann.

Arztwahl – Unkenntnis schützt vor schlechtem Ergebnis nicht

Der Großteil der Patient*innen kennt den Unterschied zwischen Fachärzt*innen für Plastische und Ästhetische Chirurgie und selbsternannten Beauty Docs, Schönheitschirurg*innen und Expert*innen für Ästhetische Medizin nicht. Auch hier ist der höchste Wert in der Zielgruppe der unter 30-Jährigen zu finden. Je älter die Patient*innen, desto besser aufgeklärt sind diese.

Kennen Sie den Unterschied zwischen Schönheitschirurg*innen bzw. Beauty Docs und Fachärzt*innen für Plastische und Ästhetsiche Chirurgie?



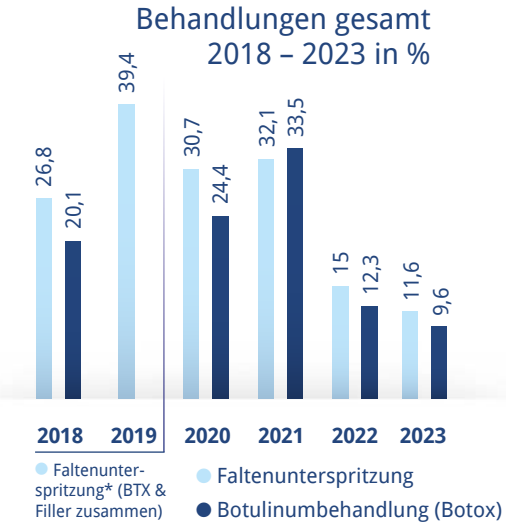
Rückgang bei Filler & Botoxbehandlungen

Dass Falten- und Botulinumbehandlungen ihre Hochzeit während der Coronapandemie hatten, geht aus den Zahlen klar hervor. Dennoch ist beim Blick auf den Jahresverlauf deutlich zu erkennen, dass es einen starken Abwärtstrend in den fachärztlichen Praxen und Kliniken zu verzeichnen gibt. Dabei gibt es kaum andere Behandlungsformen, die in der Öffentlichkeit, v.a. in den Sozialen Medien, so häufig auftauchen und beworben werden, wie minimal-invasive Gesichtsverjüngungsmaßnahmen.



„Wir sehen hier eine ganz klare Abwanderung zu vermeintlich günstigeren Anbietern, die aufgrund ihrer Firmierung nicht direkt dem Heilmittelwerbegesetz unterliegen und dadurch werblich sehr dominant bis marktschreierisch auftreten können," (Dr. med. Helge Jens, Sekretär der DGÄPC, Aachen)

Gerade die preissensible Zielgruppe unter 40 fühlt sich von Angeboten angezogen.



Syda Productions/ZUMP/shutterstock

Specials



Werbung für Ästhetische Behandlungen – wer darf was?

Als Mediziner zu werben, stellt viele auf die Probe. Die zunehmende Digitalisierung lässt ein Verschwimmen der Grenzen, die durch das Heilmittelwerbegesetz (HWG) vorgegeben sind, zu. Dennoch gibt es, neben den gesetzlichen Grenzen, auch klare ethische Grenzen für Ärzt*innen in Sachen Vermarktung.

Information statt Werbeaussagen

Ärzt*innen dürfen sachlich und wahrheitsgemäß informieren – also zum Beispiel durch Weiterbildung erworbene Bezeichnungen und sonstige Qualifikationen darstellen, Tätigkeitsschwerpunkte und organisatorische Hinweise ankündigen, aber auch im Sinne der Patientenaufklärung tätig werden. Z. B. mit Erklärvideos auf der eigenen Website oder in den Sozialen Medien.

Vorher-nachher-Bilder nur im direkten Patientenkontakt

Insbesondere solange es in Deutschland noch keine Kennzeichnungspflicht
für digital bearbeitetes Bildmaterial gibt, macht das Verbot mit Vorher-nachher-Bildern werblich umzugehen Sinn. Das Heilmittelwerbegesetz (§ 11 Abs. 1 S. 3 HWG) verbietet vergleichende Darstellung des Körperzustandes oder des Aussehens vor und nach dem Eingriff bei rein ästhetischen Operationen. Erlaubt ist das Zeigen von Vorher-nachher-Bildern von rein ästhetischen Ergebnissen nur im direkten Patientenkontakt, zum Beispiel beim Aufklärungsgespräch. Seit dem Urteil des Landgerichts Frankfurt am Main vom 03.08.2021, Az. 3-06 O 16/21, sind auch Injektionen mit Hyaluronsäure abmahnungswürdig. Eine weitere Gefahr bei der Darstellung von Vorher-nachher-Fotos ist, dass jeder Operateur nur seine gelungensten Ergebnisse vorstellt und dank modernster Filter und Bearbeitungsapps nicht erkennbar ist, ob eventuell technisch nachgeholfen wurde.

Achtung: Eine Ausnahme bilden im Ausland niedergelassene oder tätige Ärzte. Da für sie das deutsche Heilmittelwerbegesetz nicht gilt.

Irreführung bei Arztqualifikation

Anders als bei anderen Facharztbetitelungen lässt die Ästhetische Chirurgie leider Raum für Irreführung. Denn „Schönheitschirurg“ ist kein Facharzttitel, sondern eine Bezeichnung, die sich jeder Arzt/jede Ärztin einfach so aneignen kann – fernab der Qualifikation. Die Bezeichnung ist nicht rechtlich geschützt. Ebenso ungeschützt sind „Kosmetischer Chirurg“, „Ästhetischer Chirurg“, „Beauty Doc“ oder selbsternannte „Experten für …“. Hinter dem „Facharzt für Plastische und Ästhetische Chirurgie“ steht eine langjährige Ausbildung von mindestens sechs Jahren, in denen sich der Chirurg umfangreiches und detailliertes Wissen aneignet, sowie reichlich an praktischer Erfahrung sammelt.

Beautyketten – Rabatte, Specials und günstige Preise – dürfen die das?

Jein, das HWG findet zwar Anwendung auf operative plastisch-chirurgische Eingriffe zur Veränderung des menschlichen Körpers ohne medizinische Notwendigkeit, dennoch befinden sich Beautyketten, die meist als GmbHs firmiert sind, in einer Grauzone. Denn hier agiert nicht direkt der Arzt werblich, sondern meist ein nicht-medizinscher Geschäftsführer, der eingesetzt wird.

GOÄ – warum müssen für Patient*innen für ihre Beratung bei niedergelassenen Fachärzt*innen bezahlen und bei anderen Anbietern nicht?

Eine Frage, die immer wieder seitens der Patient*innen diskutiert und hinterfragt wird, ist die Gebühr für ein ärztliches Beratungsgespräch. Private ärztliche Leistungen fallen unter die GOÄ (Gebührenverordnung für Ärzte). Da Beratungsgespräche als medizinische Leistung gelten, müssen diese laut GOÄ auch berechnet werden. Wer das als Arzt/als Ärztin missachtet, kann dafür rechtlich belangt werden.

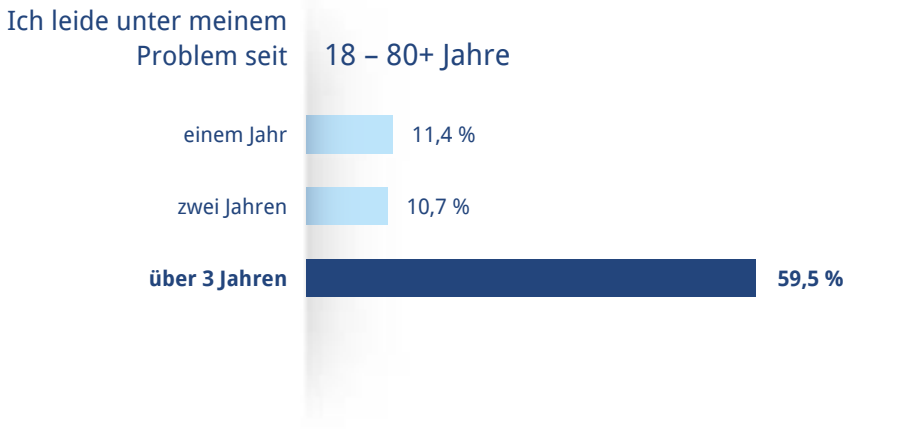
Hier geht’s zum Heilmittelwerbegesetz:

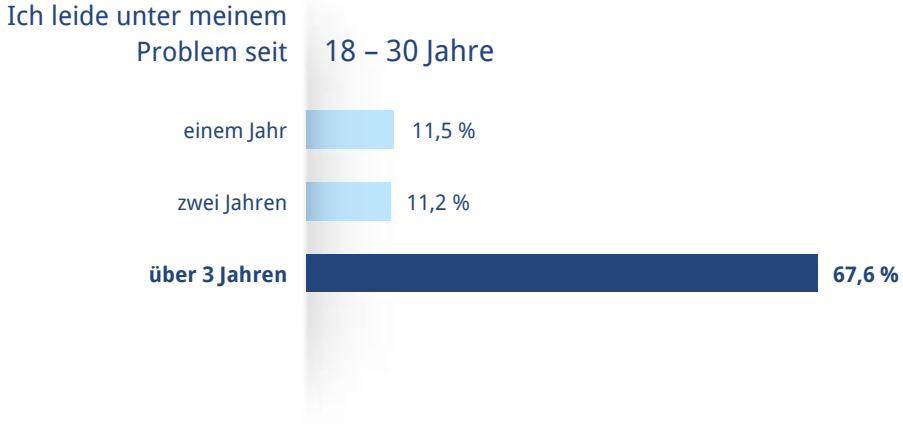


staras/JUMP/shutterstock

Vom ersten Gedanken bis zur OP – alles andere als eine spontane Idee

Wie in der DGÄPC Statistik bereits dargestellt (siehe Seite 8), werden von der jungen Zielgruppe vor allem operative Eingriffe gewünscht - keine Entscheidung von heute auf morgen. Die diesjährige Patientenbefragung hat gezeigt, dass die überwiegende Mehrheit sich sowohl innerhalb der Gesamtzielgruppe, als auch bei den jungen Patient*innen sehr besonnen und durchdacht an die Entscheidung über eine ästhetisch-plastische Behandlung herangeht. So hat mit 67,6 Prozent die Mehrheit bereits in jungen Jahren einen längeren Leidensweg hinter sich, bevor sie sich zum ersten Beratungsgespräch in die fachärztliche Praxis begibt.







Kzenon/ZUMP/shutterstock

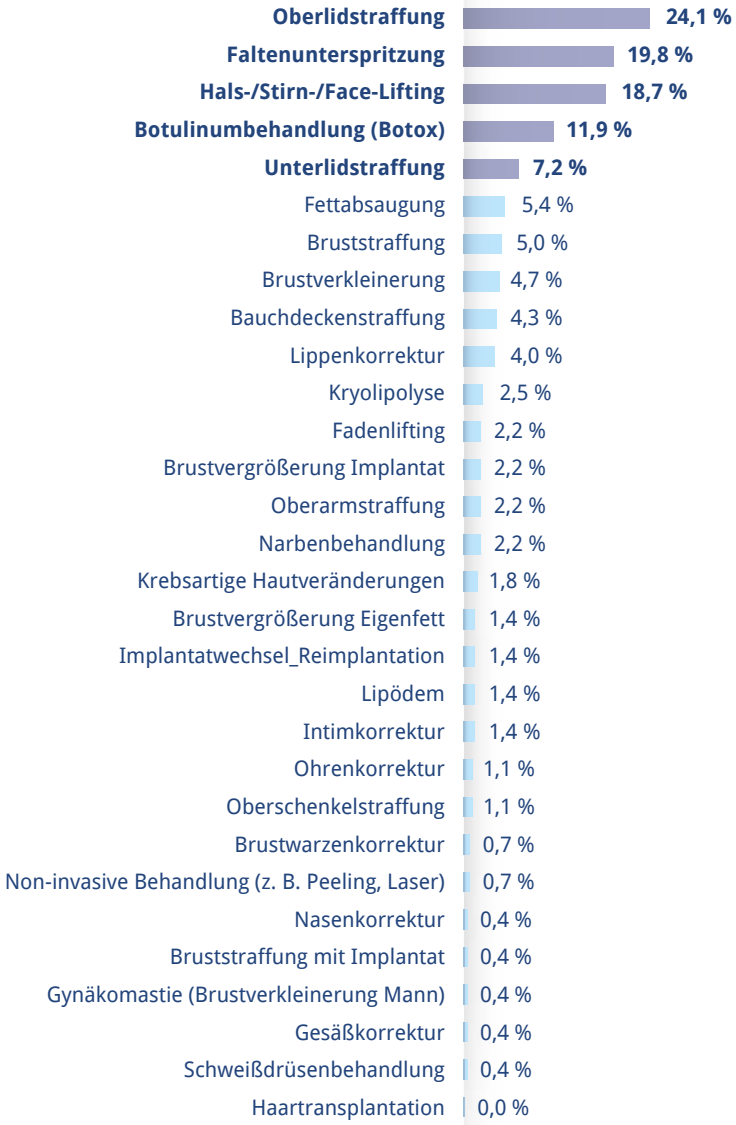
60+ – Bedürfnisse, Wünsche, Unterschiede? Demografischer Wandel

Der zwar zaghaft, aber dennoch kontinuierlich steigende Altersdurchschnitt innerhalb der DGÄPC Patientenbefragung über die letzten 14 Jahre (siehe Seite 11) ist klarer Indikator für den demografischen Wandel. Die Zielgruppe der über 60-Jährigen Patient*innen wächst. Einhergehend mit dem Lebensgefühl „60 ist die neue 40“ steigt auch die Nachfrage nach ästhetischen Behandlungen – dabei liegt der Fokus ganz klar auf verjüngenden Maßnahmen.

„Vorrangig möchten meine Patienten so aussehen, wie sie sich fühlen – fit, aktiv und leistungsbereit. Dazu gehört neben einem gesunden Lebensstil mit viel Bewegung auch immer häufiger die Unterstützung mit ästhetisch-plastischen Behandlungen und Operationen“ (Dr. med. Alexander P. Hilpert, Präsident der DGÄPC, Duisburg/Düsseldorf)

Während bei der jungen Zielgruppe überwiegend körperformende Maßnahmen die Wunschliste anführen, sind es bei den Best Agern mehrheitlich verjüngende Operationen und Unterspritzungen, die gewünscht werden. Dabei geht es meist um die primär sichtbaren Areale wie Gesicht und Hals.

Zielgruppe 60+ Bedürfnisse, Wünsche und Unterschiede der Best Ager 2023



DGÄPC
Deutsche Gesellschaft für Ästhetisch-Plastische Chirurgie
seit 1972

Verzeichnis der DGÄPC-Mitglieder

Aachen

Dr. med. Helge M. Jens
Domhof-Klinik -
Private Fachklinik für Ästhetische und Plastische Chirurgie, interdisziplinäre Behandlungen
Katschhof 3
52062 Aachen
Telefon +49 (0)241 47992-0
www.drjens.de

Augsburg

Dr. med. Sven von Saldern
Klinik am Forsterpark
Willy-Brandt-Platz 3
86153 Augsburg
Telefon +49 (0)821 453496-19
www.klinik-forsterpark.de

Bad Schwartau

Dr. med. Gie Vandehult
Ostseeklinik
Anton-Baumann-Straße 1
23611 Bad Schwartau
Telefon +49 (0)451 203968-0
www.ostsee-klinik.de

Bergisch Gladbach

Dr. med. Lutz Kleinschmidt
Parkklinik Schloss Bensberg
Im Schlosspark 1
51429 Bergisch Gladbach
Telefon +49 (0)2204 9799-500
www.parkklinik-schlossbensberg.de

Berlin

Dr. med. Olaf Kauder
Plastische Chirurgie Berlin
Kurfürstendamm 48
10707 Berlin
Telefon +49 (0)30 882-3420
www.plastische-chirurgie-berlin.de

Bielefeld

Dr. med. (I.) Jörg Blesse
Praxisklinik Dr. Blesse
Welle 20
33602 Bielefeld
Telefon +49 (0)521 52294-47
www.dr-blesse.de

Birkenwerder

Dr. med. Klaus Ueberreiter
Park-Klinik Birkenwerder
Hubertusstraße 22
16547 Birkenwerder
Telefon +49 (0)3303 5134000-0
www.park-klinik-birkenwerder.de

Bochum

Dr. med. Michaela Montanari
Privatpraxis für Plastische und Ästhetische Chirurgie
Krockhausstraße 7
44797 Bochum
Telefon +49 (0)234 53062718
www.dr-montanari.de

Bonn

Dr. med. Stefan Schill
Nofretete Klinik GmbH & Co. KG
Koblenzer Straße 63
53173 Bonn-Bad Godesberg
Telefon +49 (0)228 95739-137
www.nofreteteklinik.de

Bremen

Dr. med. Fabian Wolfrum
Plastische und Ästhetische Chirurgie
Im activo an der Roland-Klinik
Niedersachsendamm 65a
28201 Bremen
Telefon +49 (0)421 83997210
www.wolfrumpartner.de

WM Onlinemarketing Walter Maar/lenets_tan/stock.adobe.com



Darmstadt

Dr. (PY) J. Enrique Duerksen-Braun
Zentrum für Plastische und Ästhetische Chirurgie am Elisabethenstift (ZPCH)
Landgraf-Georg-Straße 100
64287 Darmstadt
Telefon +49 (0)6151 4287000
www.drduerksen.de

Dresden

Dr. med. Holger M. Pult
Ästhetik in Dresden GmbH
Postplatz 6
01067 Dresden
Telefon +49 (0)351 48527170
www.aesthetik-dd.de

Dr. med. Stefan Zimmermann
Ästhetik in Dresden GmbH
Postplatz 6
01067 Dresden
Telefon +49 (0)351 48527170
www.aesthetik-dd.de

Düsseldorf

Dr. med. Alexander P. Hilpert
Dr. med. A. P. Hilpert
Königsallee 12
40212 Düsseldorf
Telefon +49 (0)211 586664-0
www.dr-hilpert.de

Zweitstandort: Klinik Duisburg
Kaiserberg Klinik
Mülheimer Str. 48
47057 Duisburg
Telefon +49 (0)203 3936101

Dr. med. Christoph Reis
Düsseldorfer Privatklinik Dr. Reis GmbH
Liesegangstraße 13
40211 Düsseldorf
Telefon +49 (0)211 350666
www.duesseldorfer-privatklinik.de

ESSEN

Dr. med. Rainer L. Rupprecht
Privatpraxis
Girardetstraße 6
45131 Essen
Telefon +49 (0)162 640335 – 0
www.dr-rupprecht.de

Frankfurt am Main

Dr. med. Burkhard Dippe
Plastische Chirurgie Frankfurt
Luginsland 1
60313 Frankfurt a. M.
Telefon +49 (0)69 173201070
www.plastische-chirurgie-frankfurt.de

Dr. med. Gisbert Holle
Dr. Holle & Kollegen
Kennedyallee 70A
60596 Frankfurt a. M.
Telefon +49 (0)69 68604870
www.plastische-chirurgie-holle.de

Dr. med. Norbert Kania
novoLinea Klinik für
Ästhetisch-Plastische Chirurgie
Am Hauptbahnhof 12
60329 Frankfurt a. M.
Telefon +49 (0)69 230841
www.novolinea.de

Hamburg

Dr.med. Christoph Krüss
Praxisklinik Colonnaden
Colonnaden 9
20345 Hamburg
Telefon +49 (0)40 342439
www.praxisklinik-colonnaden.de

Dr. med. Jan Pasel
Praxisklinik Colonnaden
Colonnaden 9
20345 Hamburg
Telefon +49 (0)40 342439
www.praxisklinik-colonnaden.de



DGÄPC
Deutsche Gesellschaft für
Ästhetisch-Plastische Chirurgie

Verzeichnis der DGÄPC-Mitglieder

Hannover

Dr. med. Hans-Detlef Axmann
Klinik am Aegi
Hildesheimer Straße 265
30519 Hannover
Telefon +49 (0)511 80390-02
www.klinik-am-aegi.de

Dr. med. Katrin Müller
Klinik Dr. Katrin Müller
Schiffgraben 35
30175 Hannover
Telefon +49 (0)511 515655-0
www.dr-katrin-mueller.de

Köln

Dr. med. Pirkko Schuppan
Alter Markt 28-32
50667 Köln
Telefon +49 (0)221 2577838
www.plastischechirurgie-koeln.com

Leipzig

Dr. med. Karl Heinz Horak
Praxisklinik am Markt
Markt 16
04109 Leipzig
Telefon +49 (0)341 9999755
www.praxisklinik-am-markt.de

Dr. med. Harald Kaisers
Praxisklinik am Markt
Markt 16
04109 Leipzig
Telefon +49 (0)341 9999755
www.praxisklinik-am-markt.de

Mainz

Dr. med. Klaus G. Niermann
Fontana Klinik GmbH
Gonsenheimer Straße 56 a
55126 Mainz-Finthen
Telefon +49 (0)6131 94069-0
www.fontana-klinik.de

Ludwigsburg

Dr. med. Frederic Becker
Praxisklinik becker & schönle
Pflugfelder Str. 22
71636 Ludwigsburg
Telefon +49 (0) 7141 1469010
www.beckerschoenle.de

Dr. med. Philipp Schönle
Praxisklinik becker & schönle
Pflugfelder Str. 22
71636 Ludwigsburg
Telefon +49 (0) 7141 1469010
www.beckerschoenle.de

München

Dr. Dr. med. Wolfgang Funk
Klinik für Plastische,
Ästhetische, Kosmetische und
Wiederherstellungschirurgie
Frau-Holle-Straße 32
81739 München
Telefon +49 (0)89 6060900
www.schoenheitsklinik.com

Dr. med. Dominik von Lukowicz
Ästhetik in München
Pfisterstr. 9
80331 München
Telefon +49 (0)89 99826990
www.ae-muc.de

Dr. med. Felix Graf von Spiegel
Nymphenburger Praxis für Plastische &
Ästhetische Chirurgie
Böcklinstraße 1
80638 München
Telefon +49 (0)89 159189 – 0
www.muenchenplastischechirurgie.de

WM Onlinemarketing Walter Maar/Grinny/stock.adobe.com



Münster

Dr. med. Heinz Leisen
Bohlweg 16
48147 Münster
Telefon +49 (0)251 46465
www.dr-leisen.de

Dr. med. Wolf D. Lüerßen
Aasee-Park-Clinic –
Ästhetisch-Plastische Chirurgie,
Privatklinik
Annette-Allee 4
48149 Münster
Telefon +49 (0)251 265528-5
www.dr-lueerssen.de

Nürnberg

Dr. med. Jens H. Baetge
Nürnberger Klinik für
Ästhetisch-Plastische Chirurgie
Sibeliusstraße 15
90491 Nürnberg
Telefon +49 (0)911 959610
www.nuernbergerklinik.de

Rosenheim

Dr. med. Florian Sandweg
AMOSARO Dr. Sandweg Aesthetics
Medical Cube
Luitpold Str. 4
83022 Rosenheim
Telefon +49 (0)8031 2009844
www.amosaro.de

Rottach-Egern

Dr. med. Torsten Kantelhardt
Praxis für Plastische und Ästhetische
Chirurgie
Haus zur Alten Post
Nördliche Hauptstraße 17
83700 Rottach-Egern
Telefon +49 (0)8022 704125
www.plastische-chirurgie-am-tegernsee.de

Saarbrücken

Dr. med. Barbara Veldung
Privatpraxis Dr. med. Barbara Veldung
Bahnhofstraße 76-78
66111 Saarbrücken
Telefon +49 (0)681 94589231
www.aesthetik-veldung.de

Starnberg

Dr. med. Joachim Graf von Finckenstein
Praxisklinik in den Seearkaden
Wittelsbacherstraße 2 a
82319 Starnberg
Telefon +49 (0)8151 29968
www.finckenstein.de

Stuttgart

Dr. med. Andrea Fornoff
Klinik für Plastische Chirurgie in Degerloch
Jahnstraße 62
70597 Stuttgart
Telefon +49 (0)711 97946-0
www.klinik-degerloch.com

Ulm

Prof. Dr. med. Albert K. Hofmann
Klinik Rosengasse, Prof. Hofmann GmbH
Rosengasse 19
89073 Ulm
Telefon +49 (0)731 140034-13
www.klinik-rosengasse.de

Wiesbaden

Dr. med. Nuri Alamuti
Gemeinschaftspraxis für
Plastische Chirurgie
Dr. Alamuti und Dr. Scholz
Schöne Aussicht 39
65193 Wiesbaden
Telefon +49 (0)611 5657760
www.alamuti-scholz.de



WM Onlinemarketing Walter Maar/Syda Productions/stock.adobe.com

Sie suchen seriöse und kompetente Fachärzt*innen für Plastische und Ästhetische Chirurgie für Ihre Fragen zu diesen Themen?

Über die Pressestelle der DGÄPC haben Sie schnellen Zugang zu unseren Mitgliedern in ganz Deutschland, die als Grundvorrausetzung für die Aufnahme in die Gesellschaft neben anderen Qualitätskriterien den Facharzt für Plastische und Ästhetische Chirurgie haben müssen.

Egal ob Rechercheanfrage oder konkreter Interviewwunsch – wir sind gerne für Sie da!

DGÄPC
Deutsche Gesellschaft für
Ästhetisch-Plastische Chirurgie
seit 1972

Geschäftsstelle
Deutsche Gesellschaft für Ästhetisch-Plastische Chirurgie (DGÄPC)
Hohenstaufenring 48-54 · 50674 Köln
Tel.: 0221 298511-10 · Fax: 0221 298511-19 · E-Mail: info@dgaepc.de
Vorstand: Dr. med. A. P. Hilpert, Dr. med. H. M. Jens, Dr. med. C. Krüss, Dr. med. M. Montanari
Vereinsregister Amtsgericht Frankfurt/Main: VR 6470

Bei Fragen sind wir gerne für Sie da!

Pressestelle
Franziska Bartel
Tel.: 0221/29 85 11-12
E-Mail: presse@dgaepc.de
www.dgaepc.de

Ihr Kontakt zur Pressestelle