DGÄPC
Deutsche Gesellschaft für
Ästhetisch-Plastische Chirurgie
seit 1972

Pressemitteilung

Warnung vor Beautyfallen am Valentinstag!
Wenn „Schönheitschirurgen“ mit Specials locken…

Am 14. Februar ist Valentinstag, der Tag für Verliebte und leider zunehmend der Tag der Specials und Rabatte für verzweifelte Partner auf der Suche nach dem richtigen Geschenk. Besonders bedenklich: Dieser Trend macht auch vor der Ästhetisch-Plastischen Chirurgie keinen Halt.



„Der Bereich der Ästhetisch-Plastischen Chirurgie sollte eigentlich werbefreie Zone bleiben, denn das ist eine der wenigen Tatsachen, die tatsächlich für dieses medizinische Segment durch das Heilmittelwerbegesetz auch geregelt ist“, klärt Dr. Helge Jens, Präsident der Deutschen Gesellschaft für Ästhetisch-Plastische Chirurgie (DGÄPC) und Facharzt für Plastische und Ästhetische Chirurgie auf. Er und seine Kollegen beobachten schon seit längerem die werblichen Aktivitäten von Beautyketten und selbsternannten Beauty Docs, Schönheitschirurgen und „Experten“. Egal ob an besonderen Tagen wie Valentinstag, Ostern, Black Friday oder Weihnachten, gerade Patienten, die viel in den sozialen Medien unterwegs sind, werden immer häufiger mit Werbeanzeigen konfrontiert, die ästhetische Behandlungen und auch plastische Operationen zu erstaunlich günstigen Preisen oder Pauschalen bewerben und auch dazu animieren, Gutschiene zu verschenken.

„Das Gefährliche an Specials, Rabatten, Festpreisen und auch Gutscheinen ist, dass die Patienten zu etwas verleitet werden, dass sie vielleicht gar nicht hätten machen wollen – oder erst zu einem späteren, viel besser überlegtem Zeitraum“, so der Dr. Jens. **„Die Entscheidung für eine ästhetisch-plastische Behandlung sollte ganz allein von dem Menschen ausgehen, der sich das auch tatsächlich gut überlegt hat, sich ausführlich hat beraten lassen und sich dann auch wünscht. Das sind ernstzunehmende medizinische Eingriffe und keine übliche Handelsware.“**

Den hohen Grad der Beeinflussung der Patienten durch derartige Maßnahmen belegen auch die Zahlen der aktuellen DGÄPC Statistik. Gerade bei jungen Menschen unter 30 Jahren ist der Umgang mit den Sozialen Medien ein Grund für die Verstärkung des Wunsches nach persönlicher Veränderung. Im Jahr 2024 wurde der höchste Wert seit Abfrage erzielt.

seit 1972

Aber nicht nur das widerrechtliche Werben mit Specials und Rabatten und die damit verbundene Beeinflussung der Patienten ist ein Problem des Fachbereichs. Auch die Irreführung von Patienten durch den Gebrauch von selbst verliehenen Expertentiteln, die die Qualifikation eines staatlich verliehenen Facharzttitels vortäuschen sollen, nimmt immer weiter zu. „Wir beobachten verstärkt, dass sich Ärzte direkt nach dem Universitätsstudium „Arzt/Ärztin für ästhetische Medizin" oder „Arzt/Ärztin für Ästhetik" usw. nennen. Ohne Weiterbildungszeit, qualifizierende Zertifizierungen, ohne Prüfung und ohne jegliche Erfahrung", warnt Dr. Jens.
Das geht, weil es für den Fachbereich der Ästhetisch-Plastischen Chirurgie und auch für den Bereich der Ästhetischen Medizin keine klare gesetzliche Regelung gibt. „Hier gilt das Prinzip: Jeder darf ran! Egal ob Arzt, der frisch von der Uni kommt, Orthopäde oder Internist. Jeder, der sich dazu berufen fühlt, darf ästhetisch-plastische Operationen durchführen." Um die Patienten besser zu schützen, spricht sich die DGÄPC klar einen Facharztvorbehalt aus!

In der **DGÄPC Statistik** finden Sie alles rund um die Themen: **„Fantasietitel und Patientenfallen"**, **„Rabatte, Specials, Vorher-Nachher-Bilder - Irreführung von Patienten"** und selbstverständlich viele Zahlen rund um die Behandlungswünsche der Patienten, wie z.B. den **Unterschied zwischen Singles und in Beziehung lebenden Patienten.**

Sie haben weitere Fragen zum Thema, benötigen Grafiken der Statistik oder einen Interviewpartner? Wir sind gerne für Sie da!

Pressestelle
Franziska Bartel

Tel: 0221 298511-12
E-Mail: presse@dgaepc.de
www.dgaepc.de