

DGÄPC Statistik 2021 – 2022

Wirtschaftliche Situation beeinflusst Patientenwünsche * Einfluss von Social Media Kanälen verzeichnet enormen Anstieg * Rückgang bei Filler & Botulinumbehandlungen

Köln, 05. Dezember 2022. Zum Auftakt der 50. Jahrestagung der Deutschen Gesellschaft für Ästhetisch-Plastische Chirurgie (DGÄPC), wurden die neuen Zahlen der DGÄPC Statistik vorgestellt. Seit 14 Jahren gilt diese Patientenerhebung als wichtiger Indikator für die Erkennung von Trends und Tendenzen im Bereich der Ästhetisch-Plastischen Chirurgie und dient als objektive Grundlage für einen öffentlichen Diskurs, der häufig über die ästhetische Behandlung hinaus geht. So lässt die DGÄPC Statistik auch 2022 Rückschlüsse auf aktuelle politische Entwicklungen zu und gibt einen deutlichen Anstoß zum Schutz der jungen Zielgruppe. Denn die Statistik fragt bei den teilnehmenden Patienten*innen nicht nur reine Behandlungswünsche ab, sondern gibt auch Aufschluss über deren Verhalten außerhalb der Praxis.

Was bewegt die Patient*innen überhaupt dazu, in die Praxis oder Klinik eines Facharztes/einer Fachärztin zu kommen? Hier spielen seit geraumer Zeit nicht nur die persönlichen Empfehlung durch Bekannte und die mediale Berichterstattung eine Rolle, sondern auch die Nutzung von Sozialen Medien.

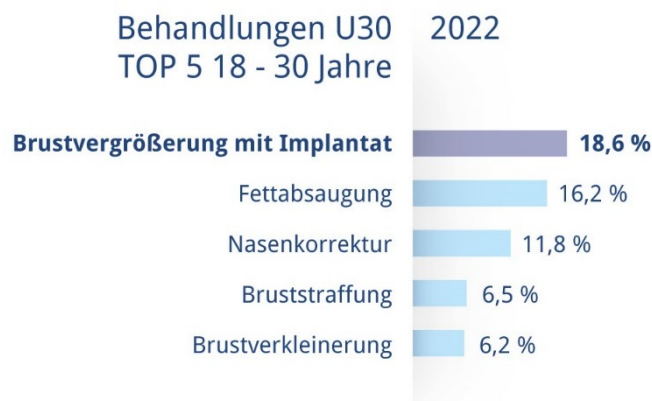
Top 5 Behandlungswünsche: Einbruch bei den Faltenunterspritzungen & Botulinumtoxinbehandlungen



Während die Körperformung mittels Fettabsaugung insgesamt zugelegt hat, und auch bei der Oberlidstraffung ein Plus zu verzeichnen ist, haben Faltenunterspritzungen und Botulinumtoxin-Injektionen einen deutlichen Einbruch von über 50 % im Vergleich zum Vorjahr zu verzeichnen. Dies kann mehrere Gründe zur Ursache haben: Zum einen ist in den Praxen und Kliniken unserer Mitglieder eine zunehmende Preissensibilität aufgrund der aktuellen wirtschaftlichen Prognosen festzustellen. Zum anderen findet sich ein verstärktes Wachstum von Beautyketten, die mit erhöhter werblicher Aktivität und Dumpingangeboten für ihre Dienstleitungen den Markt durchdringen, wieder. Des Weiteren wurde durch deutliche Lockerung bei Pandemiemaßnahmen wieder mehr Geld für Freizeit- und Reiseaktivitäten ausgegeben.

Gerade in der jungen Zielgruppe zeichnete sich dieser Abwärtstrend bereits im vergangenen Jahr ab, bei der Zielgruppe 30 plus setzt er sich nun weiter fort.

Zielgruppe unter 30 – Brustvergrößerung, Fettabsaugung und Nasen-Operationen sind die Spitzenreiter



Nach wie vor finden brustchirurgische Eingriffe mit insgesamt 39,8 % den größten Zulauf in der jungen Zielgruppe. Dabei nimmt die Brustvergrößerung (Implantat) mit 18,6 % den größten Teil ein. Die stetig hohe Nachfrage bei der Brustchirurgie findet sich vor allem darin begründet, dass nach der Pubertät die Brust bereits ausgewachsen ist und nur noch durch hormonelle Faktoren wie Schwangerschaft oder Menopause in ihrer Grundform verändert wird.

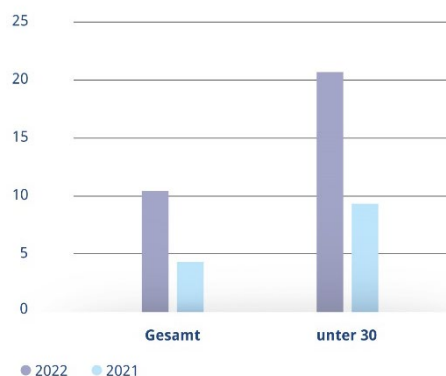
Daher entscheiden sich vor allem junge Patientinnen, ihrem persönlich empfundenen Leid über zu kleine, zu große oder asymmetrisch angelegte Brüste frühzeitig entgegenzuwirken. Auf Platz 2 folgt die Fettabsaugung als körperformende Maßnahme. Dieser Eingriff nahm 2021 noch unter 10 % ein und liegt in diesem Jahr bei 16,2 %. Gerade in Zeiten von Homeoffice klagten viele Patient*innen über „Coronapfunde“ und durch die wiederbeginnenden Reiseaktivitäten, wird jetzt wieder verstärkt auf die Figur geachtet. Zudem wird zunehmend auf Social Media auch über Operationen wie diese berichtet. Gerade die junge Zielgruppe ist diesbezüglich leicht zu beeinflussen. Auf Platz 3 fallen Nasenkorrekturen mit 11,8 %. Hier hat sich die Nachfrage über die letzten Jahre kontinuierlich gesteigert.

Enormer Anstieg der Beeinflussung durch Social Media

Während im Jahr 2020 lediglich 2,3 % der Befragten und 2021 4,0 % der Befragten angaben, dass Posts in den Sozialen Medien den Wunsch nach persönlicher Veränderung verstärken, sind es 2022 insgesamt 10,6 % aller Befragten. Das erste Mal gaben mit 0,7 % in diesem Jahr auch männliche Umfrageteilnehmer an, sich davon beeinflussen zu lassen.

Dr. med. Alexander P. Hilpert, Präsident der DGÄPC sieht diesen Trend mehr als kritisch: *„Diese Entwicklung ist für uns Fachärzt*innen der DGÄPC besorgniserregend. Die Perfektion, die von Filtern und spezieller Software auf den sozialen Medien suggeriert wird, ist häufig realitätsfern. Filter strecken die Silhouette, idealisieren Proportionen, befreien die Haut von Makeln, vergrößern Augen und Lippen – teilweise auf eine groteske Art und Weise. Eine Kennzeichnungspflicht, wie bereits in Norwegen und Frankreich, von kommerziell genutzten und durch Software optimierte Bilder, wäre ein wichtiger Schritt. So wird erkennbar: Dieser Körper oder dieses Gesicht ist digital bearbeitet! Ziel sollte sein, jungen Menschen den Druck zu nehmen, einer vermeintlichen Perfektion nachzueifern.“*

Wunsch nach persönlicher Veränderung durch Social Media in %



Stärkste Beeinflussung bei der jungen Zielgruppe

Bei der jungen Zielgruppe unter 30 fand eine Steigerung von 2021 mit 9,0 % auf 20,9 % statt. Immerhin machen sich 40,4 % der jüngeren Patient*innen auf den Weg zu einem langjährig ausgebildeten und qualifizierten Facharzt bzw. Fachärztin. 28,9 % der Jüngeren folgen Arztprofilen bei Instagram & Co. und 39,2 % geben an, das Gefühl vermittelt zu bekommen, einen realistischen Eindruck von Risiken Ästhetisch-Plastischer Operationen und Behandlungen zu erhalten. Mehr als ein Drittel der Befragten gab an, dass Promis und Influencer*innen, ihnen das Gefühl vermitteln, der Gang zum „Beautydoc“ sei ganz normal und mehr als 50 % begrüßen dabei, dass diese öffentlich zu ihren Eingriffen stehen.

Hintergrundinformationen zur jährlichen Patientenbefragung der DGÄPC:

Die Statistik der Deutschen Gesellschaft für Ästhetisch-Plastische Chirurgie – kurz DGÄPC – ist eine der bundesweit größten repräsentativen Erhebungen der Interessen und Wünsche von Patienten*innen im Bereich Ästhetisch-Plastischer Behandlungen und Operationen, denen sowohl eine medizinische Indikation zu Grunde liegt oder aber auch rein ästhetischer Natur sind.

Bereits seit 14 Jahren führen die Mitglieder der DGÄPC diese Befragung unter ihren Patienten*innen durch. Der Zeitraum der Erhebung umfasst dabei jeweils ein Jahr.

Die komplette DGÄPC Statistik mit allen Zahlen finden Sie hier:
[DGÄPC Statistik 2021 -2022](#)

Über die Deutsche Gesellschaft für Ästhetisch-Plastische Chirurgie e.V. (DGÄPC)

Die DGÄPC wurde 1972 gegründet und ist Deutschlands erste und älteste Fachgesellschaft für Ästhetisch-Plastische Chirurgie. Seit bereits 50 Jahren steht der Name der Gesellschaft für qualitative Standards in der Ästhetisch-Plastischen Chirurgie.

Ziele der DGÄPC sind seit der Gründung im Jahr 1972 die Qualitätssicherung bei ästhetisch-plastischen Behandlungen und Operationen mit intensivem fachlichem Austausch unter Kollegen, die Fort- und Weiterbildung in diesem Bereich, sowie die Unterstützung auch bei betriebswirtschaftlichen Fragen der Mitglieder.

Bei Fragen sind wir gerne für Sie da!

Pressestelle
Franziska Bartel

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