

Von Trends und Tendenzen – DGÄPC Statistik 2022

Zum Auftakt der 50. Jahrestagung der Deutschen Gesellschaft für Ästhetisch-Plastische Chirurgie (DGÄPC), zum Ende des vergangenen Jahres, 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 hinausgeht. 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 nicht nur reine Behandlungswünsche ab, sondern gibt auch Aufschluss über deren Verhalten außerhalb der Praxis.

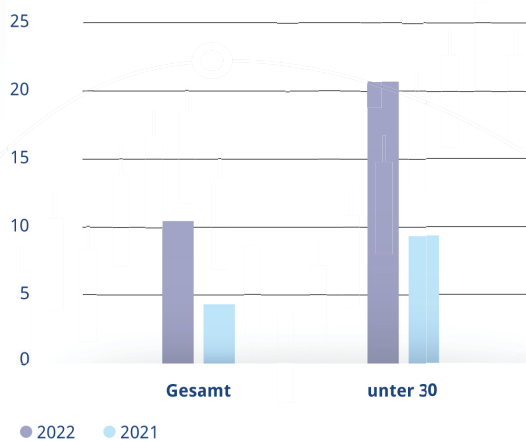
Top 5 Behandlungswünsche: weniger Faltenunterspritzungen & Botulinumtoxin Behandlungen

Während die Körperformung mittels Fettabtragung 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. Zwar liegen die Maßnahmen zur Faltenbehandlung in der Gesamtzielgruppe nach wie vor mit 15,0% auf Platz 1 und Botulinumtoxin-Injektionen mit 12,3% auf Platz 4, vergleicht man die Zahlen jedoch mit dem Jahr 2021 wird schnell ersichtlich, dass es bei beiden Behandlungsformen zu einem Rückgang von über 50% kam. Hier lagen Botulinumtoxin mit 33,5% auf Platz 1 und Faltenbehandlungen mit 32,1% auf Platz 2.

2021 führte vor allen, bedingt durch die Coronapandemie und den Wegfall von Urlauben, zu vermehrtem Zulauf, was minimalinvasive Verjüngungsmaßnahmen angeht. Hinzu kam dann noch die permanente Konfrontation mit dem eigenen Bild durch viele Videokonferenzen. Dass dieses hohe Niveau nicht gehalten werden würde, war abzusehen. Zudem wird der Ästhetische Markt neben den niedergelassenen und angestellten Fachärzten für Plastische und Ästhetische Chirurgie mehr und mehr von Beautyketten dominiert – vor allem werblich.



Wunsch nach persönlicher Veränderung durch Social Media in %



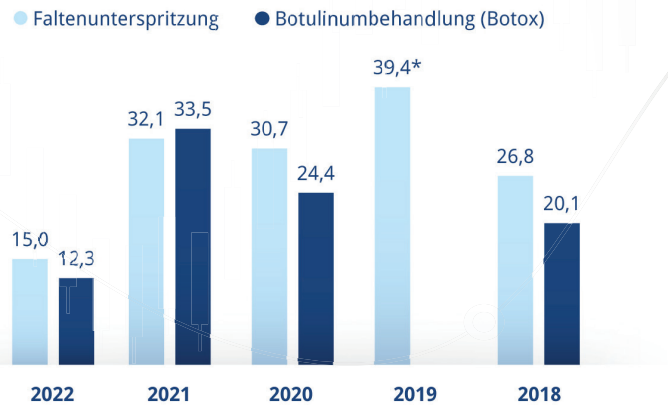
„Hinzu kommen die große Unsicherheit von außergewöhnlichen finanziellen Belastungen durch den Ukraine-Krieg, die Möglichkeit wieder aktiver am gesellschaftlichen Leben teilzunehmen, inklusive Reisen, sowie auch ein verstärktes Aufkommen an Beautyketten, die mit Dumpingangeboten den Markt teils massiv, vor allem über Social-Media-Kanäle, bewerben und zudem kaum Fachärzte für Plastische und Ästhetische Chirurgie in Anstellung haben“, so Dr. med. Alexander P. Hilpert, Präsident der DGÄPC.

Prof. Dr. Detlev Hebebrand, Präsident der VDÄPC, warnt zudem vor Lockangeboten und nicht fachärztlich durchgeführten Behandlungen: „Vor allem über Social-Media-Kanäle werden Filler- und Botulinumtoxin-Behandlungen, häufig von selbst ernannten Schönheitschirurgen, als To-go-Treatments bagatellisiert. Eine Behandlung, bei der aktiv Füllmaterialien oder Medikamente in die Gesichtsstrukturen eingebracht werden, setzt präzise anatomische Kenntnisse und Erfahrung voraus. Das gehört immer in die Hände von Fachärzten.“

Zielgruppe unter 30 – Brustvergrößerung, Fettabsaugung und Nasenoperationen

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 Patienten, ihrem persönlich empfundenen Leid über zu kleine, zu große oder asymmetrisch angelegte Brüste frühzeitig entgegenzuwirken. Auf Platz 2 folgt die Fettabsaugung zur Körperformung. Diese nahm 2021 noch unter 10% ein und liegt in diesem Jahr bei 16,2%. Gerade in Zeiten von Home-office klagten viele Patienten über „Coronapfunde“. Durch wiederbeginnende Reiseaktivitäten wird wieder verstärkt auf die Figur geachtet. Zudem wird zunehmend auf Social Media über Operationen wie diese berichtet. Gerade die

Behandlungen im 5-Jahres-Verlauf in %



*im Jahr 2019 wurde Botulinumtoxin & Faltenbehandlung im Rahmen der Erhebung zusammengefasst

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 Fachärzte 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 optimierten Bildern wäre ein wichtiger Schritt. So wird erkennbar: Dieser Körper oder dieses Gesicht ist digital bearbeitet! Ziel sollte es sein, jungen Menschen den Druck zu nehmen, einer vermeintlichen Perfektion nachzueifern.“

Die komplette DGÄPC Statistik mit allen Zahlen finden Sie hier unter www.dgaepc.de