

Kritik an Werbung für Faltenunterspritzungen: BGH bringt Klarheit

„Erfahren Sie in unserem Artikel, warum die Deutsche Gesellschaft für Plastische, Rekonstruktive und Ästhetische Chirurgie (DGPRÄC) die Risiken der Kommerzialisierung minimalinvasiver Eingriffe kritisch betrachtet. Welche neuen rechtlichen Regelungen gelten für Faltenunterspritzungen und Rabattaktionen? Informieren Sie sich über wichtige Urteile, die die Patientensicherheit stärken.“

Bundesgerichtshof sorgt für Rechtssicherheit bei Schönheitsoperationen

Berlin, 09.08.2024 – Der Bundesgerichtshof (BGH) hat mit seinen aktuellen Urteilen zur Werbung für ästhetische Eingriffe und der Abrechnung von Behandlungen in der Plastischen Chirurgie wichtige Schritte unternommen, um Patientensicherheit zu gewährleisten. Prof. Dr. Marcus Lehnhardt, Präsident der Deutschen Gesellschaft für Plastische, Rekonstruktive und Ästhetische Chirurgie (DGPRÄC), hebt die Bedeutung dieser Entscheidungen hervor und erläutert die Auswirkungen auf die Branche und ihre Klienten.

Kritik an der Kommerzialisierung

In den letzten Jahren hat die Werbung für minimalinvasive Eingriffe, oft über soziale Medien, an Intensität gewonnen. Diese Entwicklungen haben dazu geführt, dass insbesondere jüngere

Klientel angesprochen wird, ohne ausreichend über die potenziellen Risiken aufgeklärt zu werden. „Mögliche Komplikationen werden häufig nicht thematisiert und Rabattaktionen erzeugen Druck, schnell Entscheidungen zu treffen“, merkt Lehnhardt an. Diese versteckten Gefahren können erheblich sein, und es ist entscheidend, dass Verbraucher informierte Entscheidungen treffen.

Verbot von Vorher-Nachher-Darstellungen

Ein zentrales Ergebnis des Urteils betrifft das Verbot der Werbung mit Vorher-Nachher-Bildern bei nicht-operativen plastisch-chirurgischen Eingriffen. Nach § 11 Abs. 1 des Heilmittelwerbegesetzes dürfen solche Darstellungen nicht verwendet werden, da sie die Realität verzerren können. „Diese Klarstellung des BGH ist entscheidend. Sie schützt die Patienten vor unrealistischen Erwartungen und möglichen Enttäuschungen“, so Lehnhardt.

Rabattaktionen und deren Risiken

Zusätzlich zur Klarstellung über die Werbung hat der BGH entschieden, dass bei der Gebührenordnung für Ärzte (GOÄ) auch Klinikstrukturen, wie MVZ oder GmbHs, beachtet werden müssen. „Die GOÄ ist auf jeden Fall anzuwenden, wenn ärztliche Leistungen erbracht werden“, erklärt Lehnhardt und betont, dass dies zu einer besseren Transparenz führt und Patienten mehr Sicherheit bei der Auswahl ihrer Behandlungen haben.

Rechtslage für Heilpraktiker ungeklärt

Ein Problem bleibt jedoch bestehen: Heilpraktiker können weiterhin Faltenbehandlungen durchführen, was bedeutet, dass das Heilmittelwerbegesetz nicht auf sie anwendbar ist. „Das ist bedenklich, denn die Qualifikation und die Ausstattung der Heilpraktiker unterscheiden sich oft erheblich von den Standards in Arztpraxen“, warnt Lehnhardt. Es scheint notwendig, hier eine

Anpassung in der Gesetzgebung anzustreben, um einen einheitlichen Schutz für Patienten zu gewährleisten.

Fazit: Ein Schritt in die richtige Richtung

Die Entscheidungen des BGH markieren einen wichtigen Schritt in Richtung mehr Sicherheit und Klarheit für Patienten, die ästhetische Eingriffe in Betracht ziehen. Prof. Lehnhardt und die DGPRÄC äußern den Wunsch, auch in Zukunft aktiv an einer Verbesserung der Rechtslage zu arbeiten, um die höchsten Standards in der plastischen Chirurgie zu fördern und die Öffentlichkeit über die Risiken von Schönheitsoperationen besser aufzuklären.

Details

Besuchen Sie uns auf: n-ag.de