FRAGEN&ANTWORTEN 01.12.2025

# F+A: Werbung mit Vorher-Nachher-Bildern für ästhetische Unterspritzungen

## Frage:

Ein niedergelassener Chirurg fragt an, ob er auf seiner Webseite und seinem Social-Media-Kanal mit Vorher-Nachher-Bildern für ästhetische Unterspritzungen im Gesicht mit Hyaluron oder Hyaluronidase werben darf.

## Antwort:

Mit aktuellem Urteil vom 31.07.2025 – I ZR 170/24 hat der BGH entschieden, dass für eine Behandlung, bei der durch Unterspritzung mit Hyaluron oder Hyaluronidase Form oder Gestalt von Nase oder Kinn verändert werden, die Werbung mit Vorher-Nachher-Bildern unzulässig ist.

Streitig war, ob eine Behandlung, bei der lediglich mittels Kanüle eine Substanz (Hyaluron oder Hyaluronidase) zur Korrektur von Nase oder Kinn eingebracht wird, bereits einen operativen plastisch-chirurgischen Eingriff i. S. d. § 1 Abss. 1 Nr. 2 Buchst. C HWG darstellt, für den das Werbeverbot des § 11 Abs. 1 Satz 3 Nr. 1 HWG (Werbeverbot für operativ plastisch-chirurgische Eingriffe mit der Wirkung einer solchen Behandlung durch vergleichende Darstellung des Körperzustandes oder des Aussehens vor und nach dem Eingriff) gilt.

Der BGH vertritt die Auffassung, dass es sich bei einer Behandlung, bei der mittels eines Instruments (*hier: einer Kanüle*) in den menschlichen Körper eingegriffen und seine Form oder Gestalt (*hier: durch Einbringung einer Substanz (Hyaluron oder Hyaluronidase) zur Korrektur von Nase oder Kinn*) verändert werden, um einen operativen plastisch-chirurgischen Eingriff im Sinne des § 1 Abs. 1 Nr. 2 Buchst. c HWG handelt. Dieses weite Begriffsverständnis des operativen plastisch-chirurgischen Eingriffs ist nach Ansicht des BGH mit dem Wortlaut der Vorschrift vereinbar und entspricht sowohl dem Willen des Gesetzgebers als auch dem Schutzzweck dieser Vorschriften, unsachliche Einflüsse durch potentiell suggestive und irreführende Werbung für medizinisch nicht notwendige Eingriffe zurückzudrängen, die Entscheidungsfreiheit betroffener Personen zu schützen und zu vermeiden, dass sich diese Personen unnötigen Risiken aussetzen, die ihre Gesundheit gefährden können.

Auf den Einwand der auf Unterlassung der Werbung verklagten Ärztin, dass Risiken dieser Behandlung lediglich mit den Risiken von Ohrlochstechen, Piercen und Tätowieren vergleichbar seien, kommt es aus Sicht des BGH nicht an. Denn diese Maßnahmen sind keine operativen plastisch-chirurgischen Eingriffe im Sinne des § 1 Abs. 1 Nr. 2 Buchst. c HWG, sondern lediglich ästhetische Veränderungen der Hautoberfläche, die nicht in den Anwendungsbereich des § 11 Abs. 1 Satz 3 Nr. 1 HWG fallen (vgl. zu Vorstehendem: BGH, Pressemitteilung Nr. 147/2025 vom 31.07.2025, unter: https://www.bundesgerichtshof.de/SharedDocs/Pressemitteilungen/DE/2025/2025147.html?nn=10690868, abgerufen am 01.08.2025).

Die schriftlichen Urteilsgründe, aus denen sich ggf. weitere Erläuterungen zur Reichweite des Begriffs „operativ plastisch-chirurgischer Eingriff i. S. d. § 1 Abs. 1 Nr. 2 Buchst. c HWG“ ergeben, waren zum Zeitpunkt der Verfassung des Beitrags noch nicht veröffentlicht.

*Heberer J: F+A Werbung mit Vorher-Nachher-Bildern für ästhetische Unterspritzungen. 2025 Dezember; 15(12/IV): Artikel 04_05.*

## Autor:in des Artikels

**Jörg Heberer**

Justitiar des BDC, Rechtsanwalt und Fachanwalt für Medizinrecht
Rechtsanwaltskanzlei Dr. Heberer & Kollegen

Kontakt