



E N D E M A N N . S C H M I D T
Partnerschaft von Rechtsanwälten mbB

Werbung für Beauty-Eingriffe auf Instagram und Co.

Werbung für kosmetische Eingriffe ist nicht ohne Weiteres zulässig.

Prominente Beteiligte

Spätestens seit ihren Auftritten in der Reality-Show „Dr. Rick & Dr. Nick“ sind Dr. med. Henrik Heüveldop und Dr. med. Dominik Bettray einer breiteren Öffentlichkeit als die „Beauty-Doks“ bekannt. Mit ihrem expandierenden Unternehmen Aesthetify GmbH bieten sie ästhetische Behandlungen an. Auf Instagram warben sie mit Vorher-Nachher-Abbildungen für minimalinvasive Schönheitsbehandlungen, insbesondere für Unterspritzungen mit Hyaluronsäure und Botox.

In dieser reichweitenwirksamen Werbekampagne sah die Verbraucherzentrale NRW einen Verstoß gegen den Verbraucherschutz und reichte eine Klage beim OLG Hamm auf Unterlassung gegen die Aesthetify GmbH ein. Dort wurden auch die jeweiligen Klarnamen erwähnt und veröffentlicht.

Die Entscheidung des OLG Hamm

Mit Urteil vom 29.08.2024 (Az.: I-4 UKI 2/24) gab das OLG Hamm der Verbraucherzentrale NRW recht. Die geschaltete Werbung mit Vorher-Nachher-Bildern für Unterspritzungen mit Hyaluronsäure und Botox sei unzulässig.

Gemäß § 11 Abs. 1 Satz 3 Heilmittelwerbegesetz (HWG) ist die Werbung für operative plastisch-chirurgische Eingriffe zur Veränderung des menschlichen Körpers ohne medizinische Notwendigkeit unzulässig, wenn hierbei mit der Wirkung einer solchen Behandlung durch vergleichende Darstellung des Körperzustandes oder des Aussehens vor und nach dem Eingriff geworben wird.

Während die Beklagte vertrat, dass es sich bei Unterspritzungen um keine operativen plastisch-chirurgischen Eingriffe handle, sah das OLG Hamm dies anders. Es stellte klar, dass der Schutzzweck des § 11 HWG als Verbraucherschützende Vorschrift weit zu verstehen sei. Die Vorschrift sei damit nicht auf „klassische“ operative Eingriffe mit Öffnung des Körpers beschränkt.

Mit dem gegenständlichen Werbeverbot solle die Bevölkerung vor erheblichen Gesundheitsschäden und Risiken medizinisch nicht indizierter ästhetischer Eingriffe geschützt werden. Vor diesem Hintergrund reiche die potenzielle Gefährlichkeit eines Eingriffs, unabhängig von dessen Intensität, aus. Erhebliche Gesundheitsgefährdungen drohten auch bei Unterspritzungen von Hyaluron und Botox.

Warten auf den BGH

Die Entscheidung ist mit Hinblick auf den hoch hängenden Gesundheitsschutz nachvollziehbar. Da Social-Media-Plattformen mittlerweile zu einflussreichen Instrumenten sowohl der Meinungsbildung als auch der Herausbildung von Schönheitsidealen herangewachsen sind, macht dies die vorliegende Konstellation besonders relevant. Werbung auf Social-Media ist besonders zielorientiert, aber es gibt nach Ansicht des OLG Hamm strenge Grenzen, die einzuhalten sind.

Ob die rechtliche Beurteilung des OLG Hamm schlussendlich verhängt, wird nun der BGH entscheiden. Das Revisionsverfahren ist anhängig (Az. I ZR 170/24).

München, den 06.05.2025

Alexander Lindemann
Rechtsanwalt

E N D E M A N N . S C H M I D T
Partnerschaft von Rechtsanwälten mbB
Arnulfstraße 56
80335 München
T +49.89.2000568-80
F +49.89.2000568-99
alexander.lindemann@es-law.de