

# Adieu Freiberuflichkeit?

## Über die Rolle der Berufsordnung und die Auswirkungen berufswidrigen Verhaltens auf die Einordnung des Zahnarztes als „Freier Beruf“

*Der Beruf des Zahnarztes gilt als den „Freien Berufen“ zugehörig. Der „Freie Beruf“ wird beispielsweise in § 1 Abs. 2 Partnerschaftsgesellschaftsgesetz umrissen. Danach erbringen die Freien Berufe im Allgemeinen auf der Grundlage besonderer beruflicher Qualifikation persönlich, eigenverantwortlich und fachlich unabhängig Dienstleistungen höherer Art im Interesse der Auftraggeber und der Allgemeinheit.*

Die Freien Berufe sind regelmäßig in eigenen Kammern organisiert, verwalten ihre Angelegenheiten weitgehend selbst und geben sich selbst standesrechtliche Regelungen, die traditionellerweise strenger sind als die allgemeinen Regelungen. Freiberufler waren immer darauf bedacht, sich vom Gewerbe abzugrenzen. Man könnte insofern von einer Art „Standesehre“ sprechen, die zusammen mit anderen Merkmalen das „Berufsbild“ eines „Freien Berufs“ ergibt.

Sind auch Berufsrecht und Steuerrecht grundsätzlich voneinander unabhängig, so sind nicht zuletzt aufgrund der geschilderten Haltung die Freien Berufe in der Regel steuerrechtlich privilegiert: Sie betreiben regelmäßig kein Gewerbe im Sinne des Steuerrechts – und zahlen damit im Regelfall keine Gewerbesteuer – sofern sie die Leistung noch eigenverantwortlich und persönlich erbringen. Die Finanzgerichte stellten bislang bei der Beurteilung immer auch auf das „Berufsbild“ ab.

### **Gebot der Kollegialität**

Zahnärzte gelten bislang als ein „Paradebeispiel“ für Freiberuflichkeit. Auch die Bayerischen Zahnärzte haben aus diesem Selbstverständnis heraus in der Berufsordnung sich selbst (!) einschlägige Verhaltensregeln auferlegt. In § 2 Berufsordnung („BO“) werden die allgemeinen Berufspflichten und die Zugehörigkeit zu den Freien Berufen festgehalten.

§ 21 BO schränkt das Werberecht ein – man will eher durch die Qualität der eigenen Arbeit überzeugen. Die Einschränkung des Werberechts soll eine Verfälschung des Berufsbilds verhindern, die einträte, wenn der Zahnarzt Werbemethoden ver-

wendete, wie sie in der gewerblichen Wirtschaft üblich sind. In diesem Zusammenhang ist auch § 21 Abs. 2 BO zu sehen, wonach der Zahnarzt seine zahnärztliche Berufsbezeichnung nicht für gewerbliche Zwecke verwenden darf. Gem. § 8 BO hat der Zahnarzt gegenüber Berufsangehörigen jederzeit kollegiales Verhalten zu zeigen. Im Begriff Kollegialität kommt eher ein Miteinander als ein Gegeneinander zum Ausdruck, der andere Berufsangehörige wird eher als im Sinne eines olympischen Wettkampfs gleichwertiger Mitbewerber angesehen. Dieser Vergleich mag ein wenig „romantisch“ anmuten. Tatsache ist aber, dass es nach § 8 BO berufsunwürdig ist, einen Kollegen durch unlautere Handlungen zu verdrängen.

### **Fragwürdige Werbestrategien und Entwicklungen**

Nun kann man in letzter Zeit Verhaltensweisen beobachten, die mit dem soeben dargestellten Selbstverständnis kaum oder nicht mehr vereinbar sein dürften. Während – nach dem Idealbild – der Zahnarzt als hochqualifizierter Fachmann bereitstand, grundsätzlich jeden Patienten zu behandeln, wenn dieser von sich aus zum Zahnarzt kam, erscheint es nun, als ginge mancher Zahnarzt in erster Linie aktiv auf „Patientenfang“. So werden als redaktionelle Beiträge getarnte ganzseitige Anzeigen geschaltet, es wird Werbung mit Sonder-, Fest- und Billigpreisen gemacht, es wird mit Begriffen wie „Spezialisten“, „einer der führenden ... Deutschlands“ und „Nulltarif“ auf sich aufmerksam gemacht, obwohl die Werbeaussagen nicht belegt oder eingehalten werden können. Es werden teilweise „Tätigkeitsschwerpunkte“ in großer Anzahl benannt, außerhalb der Weiterbildungsordnung erworbene Qualifikationen werden in mit Fachzahnarzt-Bezeichnungen verwechselbarer Weise geführt, es wird mit „ästhetischer Zahnheilkunde“ und „modernster Technik“ und vielen Superlativen geworben. Im Internet wird der Heil- und Kostenplan des Kollegen unterboten, ohne den Patienten je gesehen zu haben.

Als beachtenswert erscheint auch die Entwicklung, dass Zahnärzte Franchiseverträge (als Franchisenehmer) im zahnärztlichen Bereich abschließen

und sich an groß angelegten Gutscheinkampagnen für „kostenlose Prophylaxeberatung“ beteiligen. Während sich die Sinnhaftigkeit von Großpraxen und deren Vereinbarkeit mit dem Berufsbild des eigenverantwortlich tätigen Zahnarztes noch zeigen muss, ist festzustellen, dass die Außendarstellung als „Tagesklinik“ jedenfalls dann irreführend ist, wenn die Merkmale einer „Klinik“ – wie regelmäßig – nicht erfüllt sind. Fragwürdig ist auch die Entwicklung, dass von einzelnen Zahnärzten eigens professionelle Pressebüros beauftragt werden sollen, um den einzelnen Zahnarzt in den Medien präsent zu halten. Kritisch sind ebenso die Überhandnahme großflächiger Plakat-Anzeigen im U-Bahnhof und die Werbung in Neonfarben auf Einkaufswägen, Autos etc. zu prüfen. Zugegebenermaßen muss sich eine Berufsordnung an die jeweilige Zeit anpassen und kann nicht in Vorstellungen aus den letzten Jahrhunderten verhaften. Dennoch ist es aber gerade Aufgabe einer Berufsordnung, einem Wildwuchs Einhalt zu gebieten und das Ansehen des gesamten Berufsstands sowie das Berufsbild zu wahren.

### **Grenzen zwischen Gewerbe und Freiem Beruf verwischen**

Vor diesem Hintergrund stellt sich die Frage, ob die dargestellten Beispiele mit der gültigen Berufsordnung kompatibel sind. Dessen ungeachtet dürfte vieles mit dem Grundsatz kollegialen Verhaltens schwer vereinbar sein. Sehr bedenklich ist es jedenfalls, dass die Grenzen zwischen Gewerbe und einem „Freiem Beruf“ kaum mehr erkennbar sind. Es muss nachdenklich stimmen, insbesondere wenn der einzelne Zahnarzt vor Ort mittlerweile vor dem ordentlichen Gericht gegen ein aggressives Marketingverhalten seines Kollegen vorgeht. Ein Zahnarzt kämpft dann gegen den anderen Zahnarzt mit dem Instrumentarium des Gesetzes über den unlauteren Wettbewerb (UWG) – wie dies sonst nur verfeindete kommerzielle Betriebe tun. Die Verfahren sind öffentlich, und es entscheidet nicht der Berufsstand selbst über das potenzielle (Fehl-)Verhalten seines Mitglieds, sondern es entscheidet die Kammer für Handelssachen des Landgerichts. Spätestens wenn diese Kammer für Handelssachen – zu deren täglich Brot die Entscheidung über unlautere Werbung im gewerblichen Bereich, also einem Bereich, in dem ohnehin mit „harten Bandagen“ gekämpft wird – im Urteil die in der Darstellung verwendeten Begriffe als „irreführend“, „reklamehaft“ bezeichnet und der

Selbstdarstellung „reklamehafte, auch im gewerblichen Bereich verwendete Begriffe“ bescheinigt, muss die Berufsvertretung sich einschalten.

### **Legitimation als Freier Beruf täglich erkämpfen**

Die standesrechtliche Vertretung, in erster Linie der ZBV, ist dann gehalten, dieses Verhalten auf Vereinbarkeit mit der Berufsordnung zu überprüfen und die gesamte Entwicklung kritisch zu hinterfragen. Dabei muss immer auch das Ansehen des Berufsstands und die Entwicklung des Berufsbilds im Auge behalten werden. Die ZBV und die BLZK werden ihrer Aufgabe gerecht und ahnden derartiges Verhalten, wenn es sich um marktschreierisches, unkollegiales, reklamehaft-anpreisendes, gewerbliches, kurz: gegen die – von der Zahnärzteschaft – verabschiedete Berufsordnung verstoßendes Verhalten handelt. Bei allem aner kennenswerten Interesse an Selbstdarstellung sollte sich aber jeder einzelne Zahnarzt im Vorfeld fragen, ob er dazu beitragen will, einer Beschädigung des Ansehens des gesamten Berufsstands und/oder einer nachhaltigen Veränderung des Berufsbilds Vorschub zu leisten. Dabei gilt es zu bedenken, dass dies früher oder später außerhalb der Berufsordnung für den einzelnen Zahnarzt Folgen haben kann. In letzter Konsequenz wird sich nämlich die Frage stellen, ob erstens der Berufsstand sich selbst noch als „Freier Beruf“ sieht und noch wichtiger, ob er nach den oben geschilderten Kriterien von anderen noch als „Freier Beruf“ angesehen wird. Denn die Einordnung als „Freier Beruf“ ist kein „Selbstläufer“, die Legitimation dazu muss täglich erkämpft und verteidigt werden. Ob anderenfalls nicht auch andere Privilegien, wie beispielsweise die steuerliche Einordnung, „kippen“ würden, kann kaum vorhergesehen werden.

Rechtsanwalt Florian Schrems  
Leiter des Geschäftsbereichs Recht und Praxis der BLZK

§ 8 Abs. 2 BO: Es ist insbesondere berufsunwürdig, einen Kollegen aus seiner Behandlungstätigkeit oder als Mitbewerber um eine berufliche Tätigkeit durch unlautere Handlungen zu verdrängen.

§ 21 Abs. 1 BO: Dem Zahnarzt sind sachliche Informationen über seine Berufstätigkeit gestattet. Berufswidrige Werbung ist dem Zahnarzt untersagt. Berufswidrig ist insbesondere eine anpreisende, irreführende, herabsetzende oder vergleichende Werbung...

§ 21 Abs. 4 BO: Es ist dem Zahnarzt untersagt, seine zahnärztliche Berufsbezeichnung für gewerbliche Zwecke zu verwenden oder ihre Verwendung für gewerbliche Zwecke zu gestatten.