



Representantskapet ønsker reklameavtalene

Ved årets representantskap hadde hovedstyret lagt frem forslag om å avslutte de reklameavtaler som Tannlegeforeningen har med Lilleborg, Colgate og Wrigley. Undertegnede hadde tatt initiativ til dette tidligere i år, et initiativ som hovedstyret valgte å følge opp gjennom nevnte forslag. Forslaget falt mot et «oredøvende» flertall som ønsket å tillate videre bruk av NTFs logo i reklameøyemed. Det var mange forståelige argumenter for dette. En representant stilte spørsmålet: Hva blir signaleffekten dersom Tannlegeforeningen i dag trekker logoen fra tannpastatubene – betyr det at foreningen ikke lenger støtter bruk av fluortannpasta? En annen hadde erfart at det på et distriktsapotek fantes bare to typer tannpasta, én med og én uten fluor. For den usikre forbruker blir nok valget enklere når det på den fluorholdige fremkommer at Tannlegeforeningen anbefaler bruk av fluorholdig tannpasta. Andre mente at dette er en fin måte å profilere foreningens logo på. Pasienter som spør om det er noe i NTFs anbefaling av enkelte produkter, gir oss dessuten muligheten til å spre annen tannhelseinformasjon, ikke bare om

eventuelle misforståelser rundt produktanbefalingen, men like mye om andre forhold som pasienten bør kjenne til. Den spørrende pasienten er gjerne mer motivert for å motta vår informasjon. Noen av representantene mente også at avtalene burde få en fordoblet verdi, og det ble ikke lagt skjul på at økonomien i avtalene er en vesentlig side av saken. Det ble videre vektlagt at andre grupperinger innen tannhelsetjenesten kan komme til å overta tilsvarende avtaler, noe som gir disse en egen profileringsverdi mens foreningen likevel blir stående tilbake med de kritiske spørsmålene som mediene jevnlig stiller om tannlegenes salg av egen sjel.

Hovedstyret, og i særdeleshet undertegnede, tar representantskapets vedtak til etterretning. Sekretariatet vil nå ta fornyet kontakt med produsentene basert på dette. I bunnen ligger stadig det gjeldende budskapet; anbefalingen gjelder ikke produkter, men for tannpastaens del, innhold av fluor. Videre anbefaler foreningen bruk av sukkerfri tyggegummi. Dette er et helsefremmende budskap som stadig gjelder og som NTFs representantskap mener det stadig er grunn til å minne befolkning-

gen om. Avtalene som skal fornyes, vil bli gjennomgått nøye i den hensikt å unngå at foreningen tas til inntekt for andre anbefalinger.

De økonomiske midlene som tilflyter foreningen i denne sammenheng tar vi sikte på å benytte blant annet til å styrke kvalitetsfremmende tiltak overfor tannhelsetjenesten og opplysningsstiltak, helsefremmende og forebyggende arbeid knyttet til tannhelse. Reklameinntektene kan dermed på en rekke måter bidra til tiltak som vil komme både tannlegene og befolkningen til gode. Det bør glede de fleste.

Til slutt vil jeg få ønske leserne en fredfylt jul og et positivt og godt nytt år!

Carl Christian Bjørn