



Rykte og omdømme

Hvordan skal det gå med SAS, Tine og norsk laks, for ikke å glemme Redningsselskapet? Det dreier seg om omdømmet, det vil si folks oppfatninger og følelser for firmaer, organisasjoner eller helt andre ting. Vi merker et visst press mot norske tannleger også. Mest mot prisene, særlig sett i lys av den prisøkningen som har vært siden vi fikk ordningen med fri prisfastsettelse i 1995. Men også for våre standpunkt til spørsmålet om mer offentlig finansiert tannbehandling. Så hvordan står det egentlig til med omdømmet vårt?

Mange redaksjoner har tatt opp de nevnte temaene i det siste. Aftenposten hadde en bred omtale av priser og prisopplysning i slutten av januar, noe som resulterte i oppfølgende intervjuer både i P4 og NRKs Frokost-TV. NRK fortsatte med temaet i Norgesglasset i februar. Her ble det presentert resultater fra en undersøkelse som Forbrukerrådet hadde gjort, og som viste at omdømmet til norske tannleger fortsatt er meget godt. Det er slett ikke prisen som avgjør hvilken tannlege du velger, og som du velger å forbli hos, derimot opplevelsen av kvalitet i behandlingen. Vi scorer alltid høyt ved slike undersøkelser, uansett hvem det er som står bak. Men Norgesglasset valgte å fokusere på at 1/3 ønsket seg bedre prisinformasjon. Ikke at dette er uviktig – men det var faktisk det eneste litt negative resultatet fra hele undersøkelsen. Selv Forbrukerrådet var overrasket over hvor godt tannlegene kom ut av det! Men vinklingen sier en del om hvordan man tenker i redaksjonene. Ta mannen, ikke ballen, heter det på fotballspråket.

Sist ut i rekken foreløpig var NRKs helsemagasin Puls i mars. De var ikke akkurat ute etter å bygge opp renomméet vårt. Mens statssekretæren i Helse- og omsorgsdepartementet kom greit unna med å si at regjeringen neppe var klar for å satse skjorta på en stor og omfattende tannhelsereform, men i stedet ville gi mer til særlige utsatte grupper, fikk NTF så ørene flaget for å mene det samme. «Tannlegene arbeider hardt for å hindre at folk flest skal få dekket mer av tannlegeregningen sin av det offentlige, fordi de frykter for sin egen lommebok» var hovedinnholdet fra Puls. Ja vel ja. «Mer til dem som trenger det mest» har tydeligvis helt forskjellig betydning avhengig av hvem som sier det. I mediene, vel og merke.

Telefonkatalogens Gule sider for Oslo foreligger i disse dager. En kollega som praktiserer under en forholdsvis anonym annonsering i katalogen, gav nylig uttrykk for at han slett ikke liker utviklingen i markedsføringen av våre tjenester. Han mente det kan skyldes at markedet i Oslo er presset, og at det etter hvert er fare for overkapasitet. Vi får trolig lignende reaksjoner etter hvert som Gule sider sendes ut i ny versjon rundt om i det ganske land. Markedsføringen blir stadig mer offensiv. Vi må passe på at den kommer pasientene til gode – ikke bare markedsførerne. Til dette har vi etiske regler og retningslinjer som de fleste følger lojalt. Reglene blir stadig satt under press, med den begrunnelse at de ikke er i tråd med dagens realiteter. Det tar vi på alvor, og de etiske reglene er derfor jevnlig til vurdering. Også dette handler

om hvordan vi vil bli oppfattet av samfunnet rundt oss.

Hva gjør alt dette med omdømmet vårt? Det er en målsetning for NTF å bevare eller forbedre norske tannlegers gode navn og rykte. Det kan være en utfordring innimellom. Ta Gilde. Knappt noen bedrift her til lands har hatt et mer solid omdømme. Så dukker det plutselig opp en liten djevel i form av en bakterie som ikke bare truer helsa til folk, men også rokker ved tilliten til et solid og velrenommert firma – selv om man i skrivende stund fortsatt ikke kan bevise at kilden virkelig ligger hos Gilde. Sorgen og gleden vandrer til hope. Det er betimelig å minne om at de kan komme og vandre også hos oss før vi vet ordet av det. Da gjelder det å ha bygget et solid omdømme. Jeg mener at vi har gjort det, både blant medlemmene, hos våre samarbeidspartnere, i byråkratiet og i politikken. Men det krever kontinuerlig arbeid, for et godt omdømme rives som kjent betraktelig raskere ned enn det bygges opp.

Helt til slutt, en liten oppfordring: Tannlegeprisene er gjenstand for stor oppmerksomhet for tiden. Vær omhyggelig med opplysninger om prisene, og ikke minst, sørg for å gi kostnadsoverslag og informasjon underveis om hva som påvirker kostnadene, slik at pasientene kjenner til hva sluttsummen blir. Det vil alltid bli godt mottatt, og er viktig i arbeidet med å bygge opp og ivareta tannlegestandens gode omdømme. Lykke til!

Grimstad