

Rabatter

Sist høst vedtok NTFs representant-skap nye reviderte etiske regler som selvsagt gjelder for alle våre medlemmer. Styret i BTF føler for å rette oppmerksomheten mot § 17, Markedsføring. Første ledd i denne paragrafen lyder: *En tannleges annonsering må ikke inneholde noe som er uriktig eller villedende.*

I den senere tid er BTF-styret blitt gjort oppmerksom på at det er dukket opp en rekke forskjellige tilbuds- og rabattordninger i en rekke tannlegers markedsføringstiltak, det være seg i annonser, hjemmesider, løpesedler og andre internettbaserte tilbudssider.

Dette er en sterkt beklagelig utvikling, som styret i BTF på det sterkeste vil ta avstand fra og etter hvert engasjere seg mot.

Formannen er blitt kontaktet av en journalist fra en av våre større aviser, med spørsmål om slik annonseringspraksis, etter å ha funnet en løpeseddel i sin postkasse. Som en kan tenke seg er slike henvendelser ikke enkle å svare på eller håndtere. Det verst tenkelige utfall av slike henvendelser er oppslag der det vil kunne stilles spørsmål om våre prisfastsettelse, med andre ord: er tannlegjetjenester så høyt priset at det kan drives regningssvarende med store rabatter? Og i så fall, hvorfor sette ikke prisene ned over alt?

Det har vært annonser på internett-sider både i Bergen og Oslo, der det tilbys «rabatter» undersøkelse, røntgen og scaling på opp til 71 prosent. Dette er annonsesider der det ytes «rabatter» hos frisører, hoteller, hudpleiesalonger osv., og nå altså hos tannleger i privat sektor.

Men det oppgis overhodet ikke hva den reelle prisen er, eller hva utgangs-

punktet for «rabatten» er i kroner og øre.

Vi må virkelig spørre oss selv om dette er en ønsket utvikling innen et fagfelt der helse, omsorg og seriøsitet hører tett sammen. Hvordan ser vi for oss at det store publikum ser på vår bransjes ansikt utad på denne måten?

Slike markedsføringsstunts drives ikke bare av nyetablerte tannleger med stort behov for pasienttilgang, men også av etablerte kolleger som kan skilte med alt fra gratis førstegangsun-dersøkelser, studentrabatter og pensjonistrabatter. Det er vel neppe for å kunne yte slike grupper en velfortjent rimeligere behandling.

Dette fører oss til neste spørsmål, nemlig hvem som til sist betaler for det inntektstapet «billigpasientene» medfører? Det synes helt opplagt at det da må finne sted en utstrakt kryssubsidiering fra de fullt betalende pasientene for å dekke et slikt tap. Det er kanskje ikke reell grunn til å mistenke noen for å benytte lokkemidler, «rabatter», for å trekke pasienter til praksis, for deretter å øke prisnivået på neste behandlingssekvens, eller at det kan føre til unødvendig, dyr behandling. Her vil styret minne om testen fra Forbrukerrådet, som tross alle feil og mangler, påpekte en del utslag som nevnt over.

Styret ser og for seg en reaksjon fra de fullt betalende pasientene etter hvert som det må gå opp for dem at neste pasient etter ham/henne bare betaler halvparten av det han selv gjør. Hva ville vi selv synes om en kunde i en butikk bare betalte halv pris for den varen vi selv nettopp har kjøpt for full pris? Svaret gir seg selv.

Eventuelt får vi en gruppe pasienter som hvert år shopper rundt etter best

mulig rabatt, slik at det at en trekker inn av pasienter til en praksis, lett forsvinner til en ny rabattannlege. Dette kan umulig være en utvikling vi er tjente med.

Våre pasienter rekrutteres til våre praksiser av helt andre grunner enn rabatter og «smarte» løsninger. De vektlegger seriøsitet, godt omdømme og faglig dyktighet i et miljø der de føler seg vel tatt vare på.

Det minnes også om at i all annonsering skal den ansvarlige tannlege for en praksis stå frem med fullt navn, igjen i henhold til etiske regler, slik det har vært tidligere.

Styret vurderer for tiden om henvendelse fra aviser eventuelt skal besvares, og foreningens holdninger fremkomme som over.

Tannlegestanden har i alle år scoret høyt i undersøkelser der publikum skal vekte seriøsitet og faglighet. La oss ikke ødelegge vårt gode rykte for en skarve rabatts skyld. Vi bør alle bruke reelle priser der det tydelig fremkommer et ekte prisleie. Dette må gjerne være lavt, for all del, men det må være korrekt.

Ovenstående er faktisk blitt en god grunn til å se frem til innføringen av markedsportalen. Styret vil igjen for sikkerhets skyld nevne at portalen er et statlig besluttet opprettet organ, der NTF har fått en rådgivende rolle. Tannlegeforeningen har ikke kunnet innvirke på selve opprettelsen av portalen, selv om noen av våre medlemmer synes å tro dette.

*For et samlet styre i Bergen
Tannlegeforening
Truls Chr. Breyholtz,
breyho@online.no*