



Profilering av tannlegestanden

Det gleder meg å lese Presidenten har ordet i juninummeret av Tidende.

For en gangs skyld er jeg helt enig i alt hun skriver. Essensen i det Camilla Hansen Steinum skriver er:

- At NTF skal ta en tydeligere rolle i samfunnsdebatten
- At NTF skal være premissleverandør i tannhelsepolitiske spørsmål
- At NTF skal opprettholde tannlegenes gode omdømme i befolkningen ved å være mer synlige i media
- At NTF skal gi bedre informasjon til medlemmene og synliggjøre sitt arbeid

Disse fire punktene summerer opp det Praksiseierforeningen (PeF) har etterlyst ved NTFs arbeid de siste ni årene. Om kursen nå legges om så betydelig som presidenten sier med ordene: «Vi har lenge ligget under både den politiske og den mediemessige radaren. Det skal det nå bli slutt på!» så har vi mye å se frem til og glede oss over som medlemmer i NTF i tiden som kommer. Det åpner også for et betydelig samarbeid mellom PeF og NTF i de kommende år.

Hvordan skal så NTF oppnå å bli mer synlig på den mediemessige radaren?

Jeg antar at nye rådgivere fra First House har gitt gode råd her, men jeg tillater meg å komme med noen forslag:

Vi må skape en motvekt til det negative, forvridde bildet som vår bransje har blitt tillagt gjennom media og presomtale gjennom flere år. Vi må bruke dagens medier for å gi et riktig bilde av våre behandlingstilbud og våre kvalifikasjoner. Vi representerer de høyest utdannede og best kvalifiserte i vår gren av helsevesenet. Det store flertall av tannleger er bunnseriøse og velmenende fagfolk som strekker seg langt for å gi pasientene den aller beste behandling.

Profiler NTF og tannlegestanden i media ved for eksempel å lage en egen reklamefilm som fokuserer på seriøsitet, kvalitet og tannbehandling i Norge.

Det sterkeste medium vi kan bruke er TV. Her får man både bilde og lyd som virkemidler, og en når praktisk talt hele nasjonen. Andre yrkesgrupper har gjort dette:

Elektrikerne har vist i beste sendetid hvordan de kan «trylle frem» lys og avanserte løsninger for sine kunder – da spør ikke kunden lenger om prisen...

Apotekerne har skapt respekt for sitt yrke og sine kunnskaper ved å stå frem på skjermen med «Vår kunnskap – din trygghet».

Sykepleierforbundet er ute med en reklamesnutt som viser hvor variert yrket er og hvor livsviktige oppgaver de utfører – lønnen deres har parallelt med

dette steget mer enn tilsvarende yrkesgrupper har fått til de siste årene. Ingen tviler på at de har fortjent det.

Mediebildet man har av tannlegestanden per i dag er preget av skandaleoppslag med fokus på høy pris og elendig kvalitet som hovedbudskap. Vi må rette opp dette forvrengte bildet og her må det jobbes systematisk og målrettet og ikke være preget av tilfeldig brannslukking som etter for eksempel FBI-saken. Vi må slutte med å stikke hodet i sanden og håpe på at politikere og media slumper til å gi oss en annen karakter neste gang.

Seriøsitet er ikke synonymt med passivitet. Det er godt at presidenten lover nye taktik.

Vi har mye å være stolte av i form av en lang erfaring som helsearbeidere og en lang og solid universitetsutdanning – men; vi må markedsføre oss som stand. Det er viktig at dette kommer før de ressurssterke tannlegekjedene starter egne kampanjer og kan forkludre bildet av en samlet stand som tar vare på det gode omdømmet vi burde ha og setter etikk og best mulig behandling i høysetet.

Liz Günther