

# Snakk om etikk

## Tannleger og markedsføring

LINE B. PEDERSEN, NESTLEDER I ETIKKRÅDET

### Paragraf 17 i NTFs etiske regler omhandler markedsføring.

#### Her står det:

«En tannleges annonsering må ikke inneholde noe som er uriktig eller villedende.

En tannlege må ikke overfor publikum drive produktreklame for medikamenter og forbruksvarer til pasienter eller for utstyr til bruk i tannlegevirksomhet.

Faglig omtale av produkter og utstyr i artikler, foredrag o.l. beregnet på allmennheten og uten vinningsøyemed anses ikke som produktreklame. Salg av pasientrelaterte forbruksvarer fra praksis anses ikke som produktreklame.»

Tradisjonelt har tannleger annonsert sin virksomhet på en svært nøktern måte. En nøytral annonse med et navn, en adresse, et telefonnummer. Muligens en logo, og kanskje noen linjer om at man hadde kapasitet til å ta imot nye pasienter.

Pasientene tok kontakt, fikk kartlagt sitt behandlingsbehov og fikk tilbud om behandling.

Situasjonen i dag er en ganske annen. De etiske reglene er svært klare på hvordan tannleger skal annonsere. Man skal unngå uriktig og villedende informasjon, og reklame for produkter, medikamenter og utstyr til bruk i virksomheten skal ikke forekomme.

Likevel ser man i dag til dels aggressiv annonsering fra enkelte tannklinikker. Noen kjører kampanjer, med gratis tannrens inkludert, når du betaler for undersøkelse. Andre fremmer at de utfører «Usynlig tannregulering», eller at de lager porselens kroner på timen. Noen er spesialister på smertefri behandling og andre hevder at de har inngående kjennskap til, og samarbeid med Helfo. Nederst i annonsene finner man diskrete logoer fra leverandører av utstyr og materialer, såkalte samarbeidspartnere.

Innholdet i annonsene er sikkert riktig, men er det ikke villedende å si at en tannrens er gratis? Det koster noe å anskaffe utstyret, rengjøre det og bruke det. Utgiftene må tas inn på andre behandlinger. Kanskje ble undersøkelsen dyrere?

Å informere om at man har utstyr for å lage «usynlig tannregulering» og porselens kroner på klinikken er ikke å reklamere for utstyr til bruk i tannlegevirksomheten. Derimot er det å bruke logoen til de som leverer utstyret i annonsen, direkte i strid med de etiske reglene.

De etiske reglene har også en paragraf om tittelbruk, paragraf 11, der det står at bare godkjente spesialister kan avvertre spesialistpraksis, og at utenlandske titler og doktorgrader ikke må brukes i Norge uten godkjen-

nelse fra NTFs hovedstyre. Man skal derfor være forsiktig med å annonsere med spesialkompetanse. Pasientene vet ikke hva slags felt tannleger kan spesialisere seg innenfor. For dem er spesialkompetanse en trygghet, men det er villedende å kalle seg «spesialist i smertefri behandling».

Noe kunnskap, som kjennskap til Helfos regelverk, ajourført faglig kunnskap og gode hygienerutiner er vel noe alle tannleger forplikter seg til å ha, og strengt tatt ikke informasjon man skal bruke for å lokke til seg pasienter.

I begrepet «lokke til seg», ligger nok mye av det som gjør markedsføring av tannhelsetjenester til en vanskelig etisk problemstilling.

Konkurransen om pasientene øker. Det blir flere tannleger i sentrale strøk. Klinikken blir større, og det er kanskje ikke nok å gjøre for alle tannleger.

#### Så hva gjør man for å bli lagt merke til?

Noen leier inn reklamebyrå, og kjører annonser med bilder av vakre mennesker med strålende smil. Pasientene tilbys smertefri, moderne tann-spa i delikat innpakning.

Annonsene er til forveksling lik de som hudpleiesalongene kjører. Pasientene er blitt til kunder, som skal lokkes med kampanjer og lovnad om et pent resultat.

Dette er i høyeste grad reklame, og det lugger litt når man leser de etiske reglens første paragraf:

«En tannleges oppgave er å ivareta sine pasienters helse.

Hensynet til pasienten må være overordnet andre hensyn.»

Dette betyr at vi ikke skal tilby unødvendig behandling. Vi skal ikke lokke med tilbud på bleking og et nytt og yngre utseende. Vi skal behandle sykdom og lære pasienten hvordan de selv kan unngå ny sykdom

Tannleger skal ta sin rolle som behandler på alvor og ikke fremstå som en del av skjønnhetsindustrien.

Det koster penger å drive tannklinikker. Det er heller ikke lett å fylle timeboka hver eneste dag. Men norske tannleger har et meget godt rykte blant befolkningen. Vi fremstår som seriøse, nøkterne og dyktige behandlere med høy grad av yrkesetikk. Men etikk er ferskvare. Vi må huske at vi behandler pasienter, ikke kunder, og med dette følger et ansvar. NTFs etiske regler er en god rettesnor for hvordan vi best kan ivareta vårt ansvar overfor pasienten. Les dem gjerne ofte.