

Snakk om etikk

Vett og uvett i markedsføring – vi MÅ snakke mer om helse og sosiale medier

LEIF HENRIK BORGE OLSEN, NTFS ETIKKRÅD

Det er store endringer i markedet for helsetjenester og hvordan disse fremstår for brukerne våre.

Tannlegeforeningen er på linje med Legeforeningen når det gjelder etiske regler for markedsføring. Vi står overfor de samme utfordringene i et marked med ulike tilbydere av helsetjenester som bruker mer utfordrende og kreativ markedsføring. Det er ofte uenighet om hva som er behandlingsinformasjon, og hva som er reklame.

Etikkrådet får stadig henvendelser fra medlemmer som reagerer på at tannklinikker reklamerer for behandlinger, produkter og tjenester som kan bryte med Tannlegeforeningens etiske regler om markedsføring.

Markedsføring skjer på alle sosiale plattformer, og det konkurreres om synlighet og hva pasientene kan tilbys. Det finnes gode kampanjer som er informative og transparente, mens andre er villedende, spekulative og i noen tilfeller ulovlige.

Men hva kan ansees som god og lovlig markedsføring, og hva er skjult reklame og ulovlig markedsføring? I sosiale medier er grensene mildt sagt uklare. Folk ser ut til å glemme at en åpen Facebook-side er like mye offentlig som klinikkenes hjemmeside eller en reklameannonse. En rask kikk på ulike Facebook-sider viser MYE reklame for produkter mellom bilder av fornøyde tannleger, fancy tannbehandling, tilbudspriser, kos på kontoret og hvor mange «likes» kontoret har fått den siste uken. Det blir ofte en sammenblanding av adekvat helseinformasjon og ublu reklame for utstyr, tjenester og produkter som brukes i klinikken.

Hjemmesider frontes av tilbud om usynlig tannregulering og tannbleking, selv om dette kanskje utgjør en svært liten del av det som gjøres på et tannlegekontor? Det er en merkelig form for dobbeltkommunikasjon: Vi ønsker på den ene siden å fremstille oss selv som profesjonelle helsearbeidere, men tyr på den andre siden til estetikk og kosmetikk når vi skal markedsføre klinikken vår.

Tannlegeforeningen har klare regler når det gjelder markedsføring av tannhelsetjenester. Disse gjelder selvfølgelig også i sosiale medier:

Tannlegeforeningen har klare regler når det gjelder markedsføring av tannhelsetjenester. Disse gjelder selvfølgelig også i sosiale medier:

Etisk regel S19 – Markedsføring

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 vinningsøymed anses ikke som produktreklame. Salg av pasientrelaterte forbruksvarer fra praksis anses ikke som produktreklame.



TANNLEGENES
GJENSIDIGE
SYKEAVBRUDDSKASSE

www.sykeavbruddskassen.no

TGS – forsikringselskap for medlemmer av Den Norske Tannlegeforening

