

Snakk om etikk

Aggressiv markedsføring

LINE BJERKLUND PEDERSEN, LEDER I NTFs ETIKKRÅD

«Kan dere ikke gjøre noe med alle disse store reklamekampanjene og den aggressive markedsføringen mange tannklinikker driver med? Det må da være uetisk?»

Hjertesukket kommer fra en kollega. Flere i Etikkrådet kan melde om liknende henvendelser.

Etikkrådet har tatt affære når vi ser direkte brudd på de etiske reglene i forbindelse med reklame og annonsering. Vi har tilskrevet tannleger som reklamerer for produkter, klinikker som har annonsert med spesialiteter som ikke er godkjent i Norge, og klinikker som har drevet med kosmetiske injeksjoner. Alle er blitt gjort oppmerksomme på at praksisen er i strid med NTFs Etiske regler.

Temaet er også omtalt tidligere her, i Snakk om etikk. I 2020 #9, skrev jeg om Tannleger og markedsføring, og i 2022 #3, skrev Mariann Saanum Hauge om Når er det greit for tannleger å reklamere for tjenestene?

Det er ingen tvil om at det er en økende trend at tannklinikker reklamerer for sine tjenester.

I forbindelse med denne artikkelen skrev jeg inn flere søk og håpet algoritmene skulle sende noen eksempler min vei. Annonsene som dukket opp var mange. Det var smilende ansikter, vakre mennesker og hvite tenner. Budskapet som gikk igjen var at man kunne føle seg trygge hos profesjonelt tannhelsepersonell, som ville ivareta sine pasienter og gi dem den behandlingen de behøver. Hvorfor provoserer dette så mange kollegaer, og er det problematisk at det annonseres?

Tidligere var det ikke så vanlig å annonsere for sin tannlegepraksis. Med høy tannlegedekning, og mulighetene som ligger i internett og sosiale medier, har dette endret seg drastisk. Nå annonserer man for å vise frem klinikken og personellet, og for å få flere pasienter.

Klinikkene bruker profesjonelle reklamebyråer og det har til og med kommet firmaer som har spesialisert seg på dental markedsføring. Annonsene skal fange pasientens oppmerksomhet og gjerne lede dem videre til en hjemmeside som viser hva klinikken kan tilby av behandling og personell. Hjemmesidene er også laget slik at pasienter som søker svar på sine tannhelseutfordringer ledes inn via søkemotorer.

Dette er i og for seg hverken problematisk og eller uetisk. Det som skurrer, er innholdet i annonsene og på hjemmesidene. Det som først møter deg er tilbudet om drømmesmilet. De rette, hvite tennene som skal gjøre deg lykkelig. Fordi «mennesker som smiler mye er vitenskapelig bevist lykkeligere», men da må du ha et pent smil. Usynlig tannregulering ligger også godt synlig, og jammen er ikke alle tannlegene på klinikkene spesialister i dette. Skulle du mangle noen tenner, er det helt uproblematisk, for implantater løser alle problemer.

Ikke alle hjemmesider er som dette, det finnes hederlige unntak, men utrolig mange har estetisk tannbehandling som hovedoppslag og trekkplaster.

Dette er problematisk, fordi det skaper et behov hos pasienten.

Når en tannklinikk har så stort fokus på denne typen behandling, tenker pasienten at dette er noe de behøver. Klinikken er da med på å dreie oppmerksomheten vekk fra tannhelse og behandling av sykdom til kosmetisk og gjerne unødvendig behandling. De bidrar da til kroppspress og uheld i befolkningen. Dette er uetisk. Vi skal gjøre godt, og ikke gjøre skade.

Annonseringen er også problematisk fordi det fjerner oss fra det vi egentlig skal drive med, nemlig helse. Vi skal behandle og forebygge sykdom, og tilby hjelp til de som har sykdom, eller står i fare for å bli syke. I jakten på nye pasienter og fulle

timebøker, er det svært viktig å holde fast på hva som er vår oppgave som helsepersonell.

Det ser også ut til at en del tannleger og virksomheter ikke har tilstrekkelig oppmerksomhet rettet mot at helsepersonelloven § 13 om markedsføring, stiller strenge krav:

«Markedsføring av helse- og omsorgstjenester skal være forsvarlig, nøktern og saklig.»

Dette gjelder også ved markedsføring av virksomhet som yter helse- og omsorgstjenester. Reglene gjelder dessuten på samme måte for alle tannleger, uavhengig av medlemskap i NTF, og også for virksomheter som ikke eies av tannleger. Helsepersonelloven håndheves av statsforvalteren og Helsetilsynet.

Legeforeningens etiske regler har et eget kapittel om markedsføring av virksomheter. Her kommer det klart frem at det kun skal dreie seg om «lokalisering, åpningstid og administrasjon, praksistype, spesialitet og tittel, diagnostiske og terapeutiske metoder og priser».

Det kan hende at vi i Tannlegeforeningen bør stramme inn og komme med noen retningslinjer i forhold til tannlegers markedsføring. Nå er vi i alle fall på vei inn i en grenseløshet som ikke gagnar standen.

Dessverre tror jeg at annonseringen reflekterer behandlingen som tilbys og utføres. Det betyr at vi også har en annen kamp å kjempe.

HUSK NTFs NETTKURS!

Kursene er gratis og teller 2 timer i NTFs etterutdanningssystem

- Folketrygdens stønadsordning
- Smittevern
- Strålevern
- Etikk
- Bivirkninger fra odontologiske biomaterialer
- Kjøp og salg av tannklinikk
- HMS for leder

Full oversikt over tilgjengelige nettkurs finner du på www.tannlegeforeningen.no/nettkurs

