

Interpellation till Anna Mannfalk (M)

Regionfullmäktige 2025-06-10

Skriftlig erinran till Folk tandvården för reklam på pizzakartonger

I februari fick Folk tandvården Skåne en skriftlig erinran från avdelningen för hälso- och sjukvårdsstyrning med synpunkter på bolagets marknadsföring. Marknadsföringen rörde den nya åldersgränsen för avgiftsfri tandvård och innehöll en uppmaning till de som inte längre omfattas av avgiftsfri tandvård att teckna frisktandvårdsavtal. Kritiken mot Folk tandvården Skåne bestod av tre delar. Dels ansågs reklamen uppmuntra till ohälsosamma levnadsvanor, den ansågs rikta sig mot barn och den ansågs innehålla ottydliga fakta om den nya åldersgränsen.

Folk tandvården Skåne har valt att låta en del av marknadsföringen tryckas på insidan av pizzakartonger, kartonger som sedan skickats ut i samband med nyårsskiftet. Nyår är en tid då många skåningar äter pizza och det råkade sammanfalla med den tid då de nya reglerna för avgiftsfri tandvård började gälla. En annan del av Folk tandvårdens marknadsföring har varit att använda sig av samarbeten med influerare i sociala medier. Ett av klippen är inspelade så att det ser ut som att en hund och en bebis pratar om vikten av att gå till tandläkaren. Det anses i den skriftliga erinran till Folk tandvården att det utgör reklam riktat till minderåriga.

Det finns även med en kritik mot att det finns en ottydighet i hur den nya åldersgränsen för avgiftsfri tandvård kommuniceras. Det stämmer att det har förekommit något oklara faktauppgifter från Folk tandvårdens sida när de har kommunicerat frågan. Det ska nu vara ändrat. Det som gäller efter årsskiftet är att tandvården är avgiftsfri till och med det år man fyller 19 år. I skrivande stund förekommer det dock felaktiga uppgifter även i Region Skånes egen kommunikation i sociala medier. Det går bland annat att läsa följande på Region Skånes Facebooksida: ”Från 1 januari ändras åldersgränsen för avgiftsfri tandvård från dagens 23 år till 19 år, detta efter beslut i riksdagen. Det innebär att unga börjar betala för sina tandläkarbesök när de fyllt 20 år.”

Misstaget visar hur lätt den här typen av uppgifter kan blandas ihop när de kommuniceras i olika kanaler. Men det är tveksamt om en skriftlig erinran är det effektivaste sättet att korrigeras den här typen av fel. Det borde finnas bättre sätt att kommunicera mellan verksamheter och medarbetare inom Region Skånes koncern.

Marknadsföring i både traditionella och sociala medier är ett vanligt sätt att göra folkhälsokampanjer riktade mot både barn och vuxna. Till exempel gör Region Skåne regelbundet kampanjer för att få fler att vaccinera sig. Men när Folk tandvården gör liknande marknadsföring för att få fler att teckna frisktandvårdsavtal får det kritik. Det verkar alltså vara olika förhållningssätt beroende på ägandeform av verksamheten.

Jag vill därför ställa följande frågor till hälso- och sjukvårdsnämndens ordförande Anna Mannfalk (M):

- Tycker du att Folk tandvården inte ska kunna göra folkhälsokampanjer eftersom det är ett bolag?
- Hur tycker du att Folk tandvården Skåne har uppmuntrat till ohälsosamma levnadsvanor genom sin marknadsföringskampanj?
- Har Region Skåne några planer på att ta fram rekommendationer till allmänheten för att begränsa skåningarnas pizzaintag?

Interpellation till Anna Mannfalk (M)

- Tror du att det kan finnas bättre sätt att kommunicera när någon verksamhet angett fel fakta i sin kommunikation än genom skriftlig erinran?
- Har avdelningen för hälso- och sjukvårdsstyrning skickat någon liknande erinran till sjukhusstyrelse Helsingborg i samband med att de bröt mot lagen och förhindrade patienter att få vård enligt de vårdavtal som handlats upp av hälso- och sjukvårdsnämnden?

Anna-Lena Hogerud (S)