

**TLV**

---

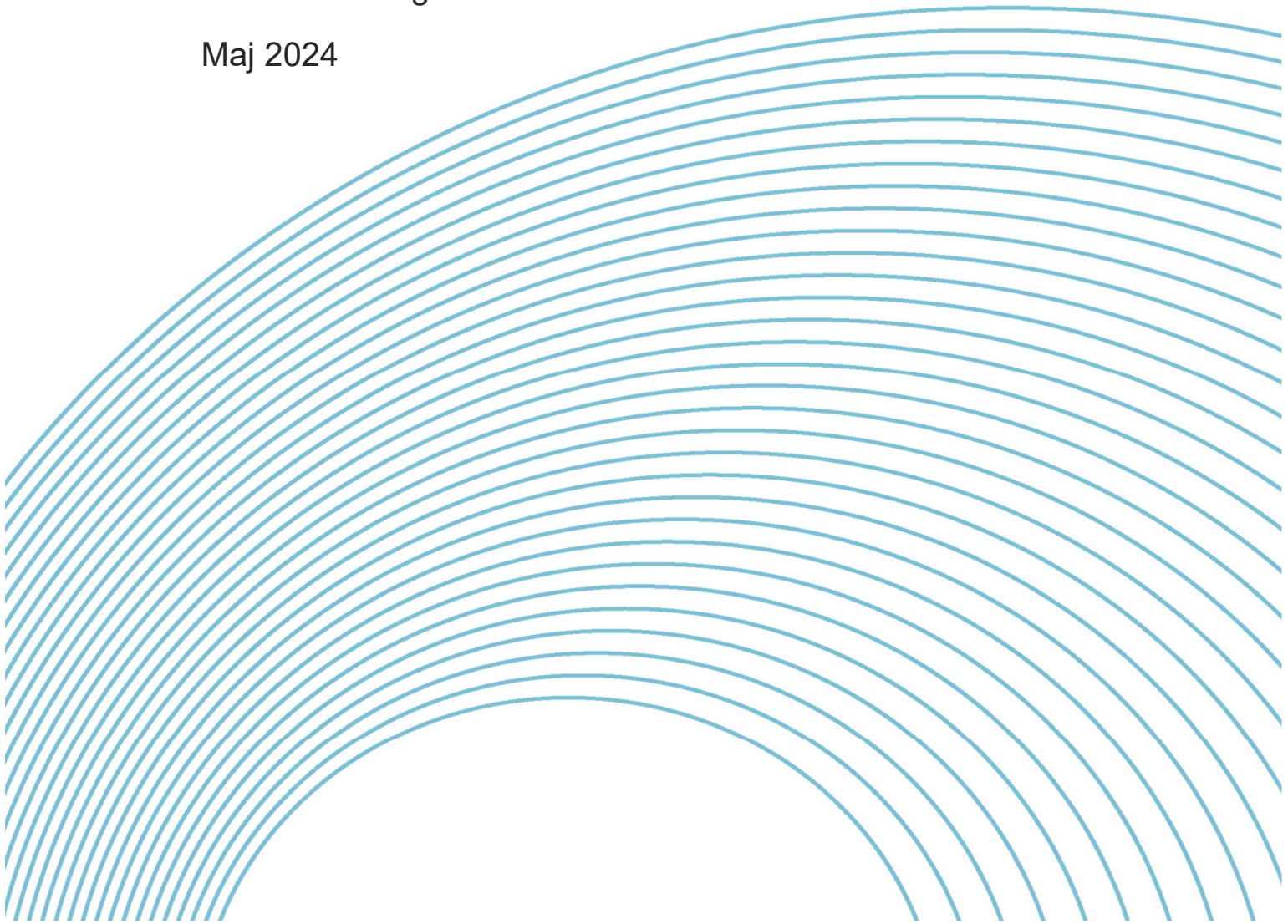
TANDVÅRDS- OCH  
LÄKEMEDELSFÖRMÅNSVERKET

---

# Informationsinsats för att stärka tandvårdens patienter

Slutredovisning

Maj 2024



**Tandvårds- och läkemedelsförmånsverket, TLV**, är en statlig myndighet som beslutar om vilka läkemedel och förbrukningsartiklar som ska ingå i läkemedelsförmånerna, som i vardagligt tal kallas högkostnadsskyddet. TLV beslutar vilken tandvård som ska omfattas av högkostnadsskyddet i det statliga tandvårdsstödet och bedriver tillsyn över apoteksmarknaden.

**TLV:s vision** är mesta möjliga hälsa för skattepengarna.

**Citera gärna** Tandvårds- och läkemedelsförmånsverkets rapporter, men glöm inte att uppge källa: Rapportens namn, år, Tandvårds- och läkemedelsförmånsverket.

Tandvårds- och läkemedelsförmånsverket, 2024  
registrator@tlv.se  
Diarienummer: 02129/2023

Postadress: Box 22520, 104 22 Stockholm  
Besöksadress: Fleminggatan 14, Stockholm  
Telefon: 08 568 420 50  
www.tlv.se

## Förord

---

Sommaren 2023 fick TLV ett uppdrag av regeringen att genomföra en informationsinsats för att öka patienters kunskap om tandvårdens skyldigheter och tandvårdspatientens rättigheter.

Patienter i tandvården har idag relativt låg kunskap om vad de har rätt till och hur det ekonomiska stödet till tandvård fungerar. Genom kunskap om det statliga tandvårdsstödet, referenspriser för tandvård och vårdgivarnas prissättning kan tandvårdspatienters ställning stärkas.

Även om det finns mycket information tillgänglig från myndigheter, 1177, Folktandvården och privata vårdgivare, är det svårt för patienterna att förstå vad de kan kräva av tandvården och att hitta samlad information.

TLV är den myndighet som beslutar om vilka behandlingar som ska ingå i det statliga högkostnadsskyddet för vuxentandvård. Myndigheten beslutar även om referenspriser för de olika tandvårdsåtgärderna.

Våren 2020 lanserade TLV prisjämförelsetjänsten Tandpriskollen. Tandpriskollen är den enda heltäckande tjänsten i Sverige med oberoende information om tandvårdens priser. Tandpriskollen har varit navet i den informationsinsats som TLV har genomfört.

Detta är en slutredovisning av uppdraget att genomföra en informationsinsats för att stärka tandvårdens patienter.

Agneta Karlsson  
Generaldirektör, TLV

# Innehåll

---

<b>Förord .....</b>	<b>3</b>
<b>Sammanfattning .....</b>	<b>5</b>
<b>1 Regeringsuppdraget.....</b>	<b>7</b>
1.1 TLV ska genomföra en informationsinsats för att stärka tandvårdens patienter.....	7
1.2 Tandpriskollen lanserades våren 2020 .....	7
1.3 Informationsinsatsen om det statliga tandvårdsstödet .....	8
1.4 Utgångsläge .....	8
1.4.1 Dialog med andra myndigheter och andra aktörer.....	9
<b>2 Informationsinsatsen .....</b>	<b>10</b>
2.1 Tandpriskollen som ett nav för information .....	10
2.2 Fokus på målgrupper med stora behov och svag ekonomi .....	10
<b>3 Kampanjen ”Dina tänder – Dina rättigheter” .....</b>	<b>12</b>
3.1 Bred målgrupp.....	12
3.2 Val och begränsningar .....	12
3.3 Tema för kampanjen .....	12
3.4 Budskap om stöd och rättigheter .....	12
3.5 Aktiviteter .....	13
<b>4 Utvärdering och resultat .....</b>	<b>14</b>
4.1 Mätning visar på stort genomslag .....	14
<b>5 Slutsatser och diskussion.....</b>	<b>15</b>
5.1 Stort behov av information för att nå fler .....	15
5.2 Lärdomar av informationsinsatser och kampanjer hittills .....	15
5.3 Långsiktighet och tydligt kommunikationsansvar.....	16
<b>Bilaga 1. Termer, begrepp och referens.....</b>	<b>18</b>

# Sammanfattning

---

Det finns ett stort informationsbehov och tandvårdspatienternas ställning behöver stärkas. Det är fri prissättning på tandvård. Många patienter har svårt att förstå hur tandvården sätter priser, vad ett referenspris är, hur mycket tandvårdsstöd man har rätt till och hur man kan jämföra priser mellan olika tandvårdsmottagningar. Många patienter känner inte heller till att de har rätt till skriftliga kostnadsförslag och förslag på behandlingsalternativ. Sommaren 2023 fick TLV i uppdrag av regeringen att genomföra en informationsinsats för att stärka tandvårdens patienter.

## Tandpriskollen är den enda heltäckande prisjämförelsetjänsten

Sedan 2020 har TLV ansvaret för den webbaserade prisjämförelsetjänsten Tandpriskollen. I tjänsten finns priser från i stort sett alla tandvårdsmottagningar i Sverige och besökaren kan göra jämförelser mellan regioner, kommuner och, där det finns, även mellan stadsdelar. Man kan jämföra priser för vanliga behandlingspaket och för enskilda åtgärder.

## Informationsinsats för att stärka tandvårdens patienter

Informationsinsatsen som TLV har genomfört omfattar information om det statliga tandvårdsstödet som inkluderar det allmänna tandvårdsbidraget (ATB), det särskilda tandvårdsbidraget (STB) och högkostnadsskyddet. Den omfattar också att informera om de rättigheter man har som patient att få till exempel kostnadsförslag och behandlingsalternativ. Arbetet med att ta fram budskap och informationsmaterial gjordes under hösten och som en del av informationsinsatsen genomfördes en kampanj vid årsskiftet 2023/2024.

## Framtagande av informationsmaterial och annonsering

Några exempel på aktiviteter och annonsering under kampanjen:

- Uppdaterat innehåll på Tandpriskollen med informationsfilmer om det statliga tandvårdsstödet, patientens rättigheter och en instruktionsfilm om hur man gör för att jämföra priser i tjänsten.
- Material att skriva ut och ta med till sin tandvårdsmottagning. Informationen finns även på så kallad lätt svenska.
- Annonsering i sociala medier, digitala och tryckta tidskrifter samt i det offentliga rummet med annonser i lokaltrafik och animationer på annonstavlor.
- Annonser i medier som riktar sig till de som bor i Sverige, som pratar svenska, men som ofta tar till sig information på sitt hemspråk.
- Cirka 200 tryckta affischer sattes upp på samlingsplatser i nio orter.

## Kampanjen fick ett stort genomslag

En mätning som gjordes före och efter kampanjen visar på ett stort genomslag, där antalet besök på Tandpriskollen ökade från 300–800 besök per dag till 4 000–5 000 besök per dag under och strax efter kampanjen.

Efter perioden återgick antal besök i stort sett till ursprungsnivån. Mätningar från tidigare genomförda kampanjer följer samma mönster. Tandvård är en så kallad sällanköpsvara och behov av information och möjlighet att jämföra priser uppstår främst när man är i behov av tandvård.

## Långsiktighet och tydligt kommunikationsansvar

Det finns ett stort behov av samlad information om tandvård. Kampanjer ökar kännedomen om Tandpriskollen och användningen av tjänsten under kampanjperioderna, men trafiken avtar snart därefter. För att Tandpriskollen ska bli en välkänd och pålitlig informationskälla krävs ett långsiktigt arbete. Förutom löpande drift och förvaltning behövs kontinuerlig teknisk utveckling av tjänsten samt ett fortlöpande arbete med att fylla den med relevant innehåll.

Det är önskvärt att Tandpriskollen är välkänd, men det mest avgörande är att informationen är lättillgänglig när den behövs. Därför behövs ett löpande arbete med sökmotoroptimering (SEO) och kontinuerlig annonsering på Google. Någon aktör behöver ha ett övergripande kommunikationsansvar och ansvara för att samordna informationen om tandvård, även om olika aktörer samarbetar och ansvarar för olika delar.

# 1 Regeringsuppdraget

---

## 1.1 TLV ska genomföra en informationsinsats för att stärka tandvårdens patienter

I juni 2023 fick TLV i uppdrag av regeringen att genomföra en informationsinsats för att stärka tandvårdens patienter. Syftet med uppdraget är att öka patienters kunskap om tandvårdens skyldigheter och tandvårdspatientens rättigheter. Genom att ha kunskap om det statliga tandvårdsstödet, referenspriser för tandvård och vårdgivarnas prissättning ska tandvårdspatienters ställning stärkas. Välinformerade tandvårdspatienter ska kunna agera kravställare inom tandvårdssystemet till exempel genom att ställa frågor, men också veta vart man kan vända sig om någon vårdgivare inte följer gällande regelverk.

Uppdraget har genomförts i dialog med Försäkringskassan, Socialstyrelsen, Sveriges Kommuner och Regioner (SKR), Privattandläkarna och Folk tandvården. Regioner, kommuner och ett antal patient-, professions-, brukar- och anhörigorganisationer har också haft möjlighet att komma med synpunkter.

TLV har fått ytterligare medel för att under budgetåret 2024 fortsätta med informationsinsatser inom uppdraget att stärka tandvårdens patienter.

## 1.2 Tandpriskollen lanserades våren 2020

Prisjämförelsetjänsten Tandpriskollen togs fram på uppdrag av regeringen och efter några års utvecklingsarbete lanserades tjänsten 2020. TLV har tidigare genomfört tre informationskampanjer i syfte att marknadsföra tjänsten och öka kännedomen om priser och prisskillnader i tandvården. Plattformen har förvaltats och utvecklats under tiden och i januari 2024 lanserades en ny version med ny design och en förbättrad användarvänlighet. Nya informationssidor togs fram som bland annat beskriver åtgärdsnummer på ett enklare språk, både för ökad förståelse och för att för att ge bättre sökträffar i sökmotorer på internet. Informationen på Tandpriskollen ska vara korrekt, saklig, informativ och opartisk. Det är också viktigt att det är tydligt framgår att det är TLV som myndighet som står bakom och kvalitetssäkrar all information.

Tandpriskollen omfattar tandvårdsmottagningar som är anslutna till det statliga tandvårdsstödet - vilket är i stort sett alla - drygt 3 300 (2024). Priserna uppdateras tre gånger per år. Tandpriskollen är den enda heltäckande tjänsten med oberoende information.

## 1.3 Informationsinsatsen om det statliga tandvårdsstödet

TLV har i dialog med Socialdepartementet förtydligat att informationsinsatsen ska gälla det statliga tandvårdsstödet, vilket omfattar det allmänna tandvårdsbidraget (ATB), det särskilda tandvårdsbidraget (STB) och högkostnadsskyddet.

Syftet med informationsinsatsen är att:

- Öka kännedom om Tandpriskollen (prisjämförelser).
- Öka kunskap om tandvårdens referenspris.
- Öka kunskap om det statliga tandvårdsstödet.
- Öka kunskapen om vilka rättigheter som man har som tandvårdspatient.

Målet med informationsinsatsen är inte att få patienter att byta tandläkare eller att få fler att gå till tandläkaren – även om det kan bli följden. Däremot finns det ett uttalat syfte att, utifrån uppdraget, stärka patientens ställning på tandvårdsmarknaden genom att ge dem ökad kunskap och göra dem till mer medvetna tandvårdskonsumenter.

Informationsinsatsen har föregåtts av tidigare kampanjer för Tandpriskollen som då primärt med fokus på webbplatsen som en prisjämförelsetjänst för tandvård. Det har därför varit naturligt att utveckla webbplatsen som en källa för samlad information om det statliga tandvårdsstödet.

Arbetet med att ta fram material genomfördes under hösten 2024 och en kampanj för att nå målgrupperna vid årsskiftet 2023/2024.

## 1.4 Utgångsläge

Myndigheten för vård- och omsorgsanalys tog 2022 fram en rapport om patienters erfarenheter och behov av information inom tandvården.<sup>1</sup> Rapporten har varit en värdefull källa för information i arbetet med informationsinsatsen.

Rapporten visar bland annat att:

- Patienter ofta har dålig kännedom om tandvårdssystemet och om vilka stöd som finns.
- Mindre än hälften av patienterna upplevde att de fick tillräcklig information om vad behandlingen skulle kosta innan den påbörjades. Många uppger också att de inte fått tillräcklig information om eventuella behandlingsalternativ.
- Det är relativt få patienter som själva söker efter information och av de som gör det upplever många att informationen är svår att hitta och förstå.

---

<sup>1</sup> (PM 2022:6) Myndigheten för vård- och omsorgsanalys, *Tala om tänder – Patienters erfarenheter och behov av information*, 2022. <https://www.vardanalys.se/rapporter/tala-om-tander/>



### 1.4.1 Dialog med andra myndigheter och andra aktörer

TLV har haft dialog med Försäkringskassan, Socialstyrelsen, Sveriges Kommuner och Regioner (SKR), Privattandläkarna och Folktandvården. Patient-, professions-, brukar- och anhörigorganisationer har tillsammans med regioner har bjudits in med möjlighet att komma med synpunkter och idéer.

Sammanfattningsvis kan TLV konstatera att informationsbehovet är stort för samtliga delar av tandvårdssystemet. Information efterfrågas nu, men flera betonar vikten av en långsiktig strategi. Både när det gäller det statliga såväl som de regionala tandvårdsstöden. Enligt de myndigheter och andra aktörer som TLV har haft dialog med, upplever tandvårdspatienterna att systemet är komplicerat och svårt att förstå. Flera myndigheter och samhällsaktörer har mycket information på sina webbplatser, men utifrån samtalen framkommer det att ingen aktör har ett uttalat informationsuppdrag eller att all information om tandvård finns samlad på ett ställe.

Förutom ovisshet kring vilken aktör som har informationssvaret, menar flera att tandläkarna inte får lära sig under utbildningen vilka skyldigheter de har och därför inte i tillräcklig hög utsträckning ger patienten information om till exempel kostnader och alternativa behandlingar. I samtalen lyfter flera aktörer ett behov av att patienter ska få ta del av information om detta på tandvårdsmottagningarna.

Alla är eniga om att information om kostnader är den viktigaste för en majoritet av tandvårdspatienterna. Prisjämförelser är en viktig del i patienternas möjlighet att vara medvetna och kunna göra välgrundade val.

## 2 Informationsinsatsen

---

### 2.1 Tandpriskollen som ett nav för information

Tandpriskollen är TLV:s kanal som riktar sig mot allmänheten. Myndighetens ambition är att Tandpriskollen ska vara en självklar källa som man söker sig till både för att jämföra priser och hitta den information som man behöver som patient i tandvården.

TLV ser därför ett behov av att utöka informationen på Tandpriskollen till att omfatta mer än prisjämförelser. Även om Tandpriskollen ska vara "navet" för information behöver inte TLV skapa allt material från grunden, då det redan finns bra information tillgänglig från andra stora aktörer. Dessutom finns det delar av tandvårdssystemet som inte omfattas av det nuvarande uppdraget men som kan vara av betydelse för vissa patienter eller deras anhöriga.

Informationen på Tandpriskollen är inte begränsad till en kampanjperiod utan ska vara hållbar över tid. Uppdraget har omfattat två delar, en produktionsdel med framtagande av informationsmaterial till Tandpriskollen och en kampanjperiod med insatser för att göra innehållet känt och få målgrupperna att hitta till webbplatsen. Kampanjen genomförs dock under en specifik tidsram. Samtidigt pågår ett långsiktigt arbete för att få fler att besöka webbplatsen genom att kontinuerligt utveckla informationens innehåll och form.

Material ska vara nedlaggningsbart och kunna användas av tandvården eller andra som har kontakt med målgrupperna.

### 2.2 Fokus på målgrupper med stora behov och svag ekonomi

I uppdraget står att TLV ska överväga riktade insatser för att nå alla grupper i befolkningen och stärka jämställdhet och jämlikhet inom tandvården.

Det finns vissa grupper som av olika skäl har svårt att söka efter och ta till sig information. Ambitionen är att informationen i filmer och texter på Tandpriskollen ska vara tydlig så att de flesta kan förstå, men då samtliga informationstexter och prisdatabasen idag är på svenska, har informationsinsatsen genomförts på svenska och några insatser på så kallad lätt svenska.

En mycket bred beskrivning av målgrupperna för informationsinsatsen är:

- Tandvårdspatienter – med fokus på de med mindre ekonomiska resurser, men som har stora behov och behöver göra stora eller fler åtgärder.
- De som önskar bekräfta sitt val av tandläkare, av olika skäl, eller behöver hitta en ny tandvårdsmottagning, och de som vill byta.

- De som är på väg ut i vuxentandvården (man har gratis tandvård till det året man fyller 24 år).

## 3 Kampanjen ”Dina tänder – Dina rättigheter”

---

### 3.1 Bred målgrupp

Målgruppen för informationsinsatsen är bred och inkluderar potentiellt de flesta i Sverige. Efter samråd med olika aktörer har TLV valt att prioritera följande målgrupper i kampanjen:

- Personer med låga inkomster och betydande tandvårdsbehov.
- Individer som behöver genomgå omfattande eller upprepade tandvårdsbehandlingar.
- De som är 24 år eller äldre och därmed står inför att börja bekosta sin tandvård själva.

### 3.2 Val och begränsningar

I planeringen av kampanjen gjorde TLV några val och begränsningar utifrån vad som var möjligt att genomföra inom uppdraget.

- Informationsinsatsen omfattar det statliga tandvårdsstödet.
- Kampanjens målsättning är inte att få fler att gå till en tandvårdsmottagning, utan fokus ligger på de som redan är konsumenter av tandvård.
- Målsättning är inte heller att få patienter att byta tandläkare eller tandhygienist – även om det kan bli följden när man jämför priser och har tillgång till information om tandvården.
- Inget informations- eller kampanjmaterial i tryckt form tas fram, men finns att ladda ner på Tandpriskollen. Tandvården har möjlighet att använda material, men det är tandvårdspatienterna som är målgrupp för kampanjen.
- TLV har ingen möjlighet att ha en direkt dialog med målgrupperna genom att erbjuda stöd och vägledning via mejl eller telefon.
- Det ska tydligt framgå att myndigheten TLV var avsändare.

### 3.3 Tema för kampanjen

Det övergripande temat för kampanjen var ”Dina tänder – Dina rättigheter”. För att personifiera målgrupperna fick sex olika personer representera och skapa igenkänning utifrån ålder, könsidentitet och etnicitet.

Planering av kampanjen gjordes under hösten 2023 och startade efter storhelgerna i januari 2024.

### 3.4 Budskap om stöd och rättigheter

I kampanjen valdes sex olika huvudbudskap ut, utformade både för att nå ut till en stor del av befolkningen och för att rikta sig mot de prioriterade målgrupperna. Budskapen var numrerade från #1 till #6 så att man, om man såg en annons, skulle

förstå att det fanns fler. Förutom delarna i det statliga tandvårdsstödet handlar budskapen om rättigheten till prisförslag och opartisk information från sin vårdgivare.

**Budskap 1** – Du har rätt till allmänt tandvårdsbidrag som sänker dina tandvårdskostnader.

**Budskap 2** – Om du har stora kostnader för tandvård kan du ha rätt till högkostnadsskydd.

**Budskap 3** – Om du har en sjukdom som ökar ditt behov av tandvård kan du ha rätt till särskilt tandvårdsbidrag.

**Budskap 4** – Du har rätt att få förslag på pris och åtgärder för tandvård innan din behandling startar.

**Budskap 5** – Du som fyllt 24 år har rätt till ekonomiskt stöd för tandvård genom det statliga tandvårdsstödet.

**Budskap 6** – Du har rätt till opartisk information från din vårdgivare om dina rättigheter inom tandvården

Texten i varje budskap avslutades med – *Få full koll på dina rättigheter och jämför priserna mellan olika mottagningar på tandpriskollen.se.*

### 3.5 Aktiviteter

Under året fick Tandpriskollen ett utökat innehåll med information om tandvårdspatienterna, rättigheter, tandvårdens skyldigheter och det statliga tandvårdsstödet. Några exempel är:

- Filmer om det statliga tandvårdsstödet och patienters rättigheter.
- Instruktionsfilm om hur man söker och jämför priser på Tandpriskollen.
- Material att skriva ut och ta med till sin tandvårdsmottagning (+ lätt svenska) på.

Några exempel på material som togs fram för kampanjen:

- Filmer, och inlägg i sociala medier (Facebook, Instagram, TikTok och Youtube) och digitala plattformar för poddar och kommersiell radio.
- Innehåll för annonsering digitalt och i tryckta tidskrifter (för profession och seniorer).
- Innehåll för annonsering i det offentliga rummet – lokaltrafik och annonstavlor.
- Tryckta affischer på 190 samlingsplatser på nio orter.
- Annonser i medier som riktar sig till de som bor i Sverige, pratar svenska men som ofta tar till sig information på sitt hemspråk – digitalt och print.

## 4 Utvärdering och resultat

---

### 4.1 Mätning visar på stort genomslag

För att mäta effekten av kampanjen gjordes en så kallad nollmätning innan kampanjen startade i januari 2024. Därefter gjordes en uppföljande mätning i slutet av februari när kampanjen var avslutad. Mätningen utfördes av en extern leverantör.

Ett nationellt representativt urval av män och kvinnor 25–79 år tillfrågades. Datainsamlingen genomfördes via en förrekryterad webbpanel där respondenterna fick svara via en webbenkät. Totalt genomfördes 500 intervjuer per mätning.

Frågebatteriet bestod av tre delar.

- Kännedom och kunskap om rättigheter och det statliga tandvårdsstödet.
- Kännedom om Tandpriskollen.
- Om man uppmärksammat kampanjen och i så fall hur den uppfattades.

Resultaten i undersökningen redovisades som säkerställd ökning respektive tendens till ökning, som ska tolkas med större försiktighet.

Undersökningen visar att kunskap om rättigheter och det statliga tandvårdsstödet är högre bland kvinnor än män och att den stiger med åldern, troligen för att behovet av tandvård ökar. Kunskapen är också högre bland de som regelbundet besöker tandvården.

Undersökningen visar på en säkerställd ökning av kännedomen om Tandpriskollen. Från 13 procent innan kampanjen till 20 procent i den uppföljande mätningen. Även ökningen är störst bland de äldsta och de som mer frekvent besöker en tandvårdsmottagning. Endast 1–2 procent av samtliga tillfrågade har någon gång besökt Tandpriskollen.

Cirka 6 procent uppger att de på något sätt uppmärksammat kampanjen. När de får se några delar från kommunikationen, uppfattar de flesta den som positiv, men att den inte sticker ut. Kampanjerinran och observation måste ses som låg, dock måste värdena ställas i relation till insatsens omfattning. Det är också säkerställt att det sker en ökning av kunskap om rättigheter och det statliga tandvårdsstödet

Kampanjen fick ett stort genomslag och under perioden ökade antalet besök på Tandpriskollen från 300–800 besök per dag till 4 000–5 000 besök per dag.

Efter perioden återgick antal besök i stort sett till ursprungsnivån. Även tidigare mätningar efter genomförda kampanjer följer samma mönster.

## 5 Slutsatser och diskussion

---

### 5.1 Stort behov av information för att nå fler

I uppdraget står att TLV ska överväga riktade insatser för att nå alla grupper i befolkningen och stärka jämställdhet och jämlikhet inom tandvården. Det är en stor utmaning att nå en stor del av befolkningen med information då det statliga tandvårdsstödet är relativt komplicerat och där förkunskaperna inte är så stora. I Sverige är dessutom cirka 20 procent av de som bor här födda i ett annat land. Bristande kunskaper i svenska i kombination med bristande förkunskaper om hur svensk tandvård fungerar är en stor utmaning. Samtidigt är behovet av information stort.

### 5.2 Lärdomar av informationsinsatser och kampanjer hittills

Patienter behöver samlad information om tandvård och möjlighet att jämföra priser – Tandpriskollen når en bit på vägen. Det finns ett intresse för tjänsten både vid den initiala lanseringen 2020 och vid de kampanjer TLV har genomfört.

Tandpriskollen är den enda tjänsten i sitt slag som är både oberoende och heltäckande. Det finns enstaka tjänster som jämför priser på tandvård, men de drivs av privata initiativ och bygger på att vårdgivarna betalar för vissa delar. Just oberoendet är angeläget att lyfta fram. TLV som avsändare är inte känd för allmänheten, men det är därför angeläget att det fortsatt tydligt framgår att en myndighet står bakom. Som patient ska man känna sig trygg med att den information som visas i tjänsten är opartisk och inte driven av annonsköp.

Utifrån den budget informationsinsatsen har haft, bedömer TLV att resultatet av kampanjen är gott - från 300–800 besök per dag till 4 000–5 000 besök per dag och fler känner till Tandpriskollen idag än tidigare enligt den uppföljning myndigheten har gjort.

Tandvård är en så kallad sällanköpsvara och behov av information och möjlighet att jämföra priser uppstår främst när man är i behov av tandvård. Anledning kan vara för att jämföra hur den egna tandläkaren eller tandhygienisten ligger till prismsässigt i förhållande till andra eller att man har behov att hitta en ny mottagning. Det kan bero på flytt eller att någon inte besökt eller regelbundet besöker tandvården. Detta är något som blir tydligt då besöksantalet på webbplatsen ligger betydligt lägre och relativt konstant mellan kampanjerna. Fortsatta kampanjer kommer troligen ge liknande resultat, ett stort antal besök under kampanjtiden och sen i stort sett tillbaka till utgångsläget. Kampanjerna har varit och är viktiga för att fortsätta sprida kännedom om sajten, men det är minst lika angeläget att arbeta kontinuerligt för att Tandpriskollen ska vara en av de högst rankade sökträffarna

när man söker i sökmotorer på internet. Sökmotorer vill presentera så bra träffar som möjligt för sina avsändare. Ju fler som hittar till webbplatsen, desto högre upp kommer Tandpriskollen i träfflistan. Sökmotoroptimering bör därför vara en fortsatt prioriterad insats.

En annan möjlighet som TLV provat tidigare är annonsering kopplat till Google. Det innebär att TLV köper en så kallad sponsrad plats i träfflistan på Google. De första träffarna är sponsrade. Utmaningen är att priset sätts utifrån ett auktionsförfarande där TLV har svårt att matcha de summor som några av de största av tandvårdsföretagen är villiga att betala.

Det mediala intresset och genomslaget har varit bra vid de riktade insatser TLV har gjort. Prisjämförelser generellt och tandvårdspriser i synnerhet är intressant för många. TLV får också regelbundet förfrågningar från media kring Tandpriskollen och tandvårdspriser. Exponering i media är fortsatt ett av de viktigaste sätten att öka kännedomen om Tandpriskollen.

Under 2023 förbättrades Tandpriskollens funktionalitet och användarupplevelse. I dagsläget är det en relativt modern webbplats med förbättrad funktionalitet. Enligt statistiken stannar besökaren längre på webbplatsen idag än tidigare. Webbplatsen behöver dock kontinuerlig utveckling både för att tjänsten ska vara lätt att använda för så många som möjligt och att innehållet är relevant och begripligt för så många som möjligt

### 5.3 Långsiktighet och tydligt kommunikationsansvar

Baserat på de dialoger som TLV har haft med olika aktörer under uppdragets gång, samt den enkät som Myndigheten för vårdanalys genomförde under 2022<sup>2</sup>, finns det ett stort behov av information om tandvård bland både nuvarande och blivande tandvårdspatienter. Tröskeln är hög både när det gäller att hitta information och, när man väl hittat den, förstå hur det statliga tandvårdsstödet fungerar och vilka rättigheter man har. Kunskap om det statliga tandvårdsstödet har stor betydelse för patientens privatekonomi och har därför en naturlig plats på Tandpriskollen.

Kampanjer ökar kännedomen om Tandpriskollen och användningen av tjänsten, men trafiken avtar snart därefter. För att Tandpriskollen ska bli en välkänd och pålitlig informationskälla krävs ett långsiktigt arbete. Förutom löpande drift och förvaltning behövs kontinuerlig teknisk utveckling av tjänsten samt ett fortlöpande arbete med att fylla den med relevant innehåll. Det är önskvärt att kännedomen om Tandpriskollen ökar, men det mest avgörande är att informationen är lättillgänglig när patienten behöver den. Därför behövs ett löpande arbete med sökmotoroptimering (SEO) och kontinuerlig annonsering på Google. Någon aktör

---

<sup>2</sup> (PM 2022:6) Myndigheten för vård- och omsorgsanalys, *Tala om tänder – Patienters erfarenheter och behov av information*, 2022. <https://www.vardanalys.se/rapporter/tala-om-tander>



behöver ha ett övergripande kommunikationsansvar med ansvar för att samordna informationen om tandvård, även om olika aktörer samarbetar och ansvarar för olika delar.

Tandpriskollen är den huvudsakliga kanalen som TLV har som riktar sig till allmänheten. TLV är kända varumärken inom professionen, men inte bland allmänheten. I dagsläget har myndigheten inga resurser för att erbjuda service till privatpersoner via mejl eller telefon.

Med ambitionen att stärka patienternas position inom tandvården skulle TLV, med ytterligare resurser, kunna vidareutveckla Tandpriskollen för att göra den till den främsta informationskällan inom tandvård. För att uppnå detta krävs ett nära samarbete med Försäkringskassan och andra nyckelaktörer inom tandvårdsområdet. Det är också avgörande att myndigheten kan kommunicera effektivt med allmänheten genom att erbjuda svar på frågor och vägledning.

## Bilaga 1. Termer, begrepp och referens

---

**ATB** – Allmänt tandvårdsbidrag är ett bidrag från Försäkringskassan som alla som är försäkrade i Sverige har rätt till.

**STB** – Särskilt tandvårdsbidrag är ett bidrag för patienter med vissa sjukdomar eller funktionsnedsättningar som gör att behovet av förebyggande tandvård ökar.

**Regionalt tandvårdsstöd** – Regionernas tandvårdsstöd riktar sig till personer som har omfattande behov av vård- och omsorgsinsatser.

**Högekostnadsskydd** – Tandvårdens högekostnadsskydd täcker delar av kostnaden för tandvård som överstiger 3000 kronor.

### Referens

(PM 2022:6) Myndigheten för vård- och omsorgsanalys, Tala om tänder – Patienters erfarenheter och behov av information, 2022.  
<https://www.vardanalys.se/rapporter/tala-om-tander/>