

# Aktive forbrugere

Prisbevidsthed blandt unge i  
deres valg af tandlæge

Februar 2017



---

**Aktive  
forbrugere**

**Konkurrence- og Forbrugerstyrelsen**  
Carl Jacobsens Vej 35  
2500 Valby  
Tlf.: +45 41 71 50 00  
E-mail: [kfst@kfst.dk](mailto:kfst@kfst.dk)

Rapporteringen er udarbejdet af  
Konkurrence- og Forbrugerstyrelsen.

Februar 2017

# Indhold

---

Kapitel 1	
<b>Forbrugeradfærd på tandlægemarkedet.....</b>	<b>4</b>
1.1 Tandlægemarkedet.....	4
Kapitel 2	
<b>Undersøgelsesdesign.....</b>	<b>6</b>
2.1 Kortlægning af forbrugernes adfærd .....	6
Den digitale tandlægevælger.....	6
2.2 Undersøgelsesdesign.....	7
Kapitel 3	
<b>Resultater af undersøgelsen .....</b>	<b>9</b>
3.1 Markant effekt i aktivering af tandlægevalg .....	9
3.2 Flere unge vælger aktivt tandlæge.....	10
Kapitel 4	
<b>Perspektivering.....</b>	<b>12</b>
4.1 En latent prisbevidsthed aktiveres .....	12

---

# Kapitel 1

## Forbrugeradfærd på tandlægemarkedet

---

Markedet for tandlægeydelser er reguleret, og priserne på markedet spiller en begrænset rolle i forbrugernes valg af tandlæge. Der er samtidig tale om et relativt stort marked. I 2013 blev der brugt ca. 8 milliarder kr. på tandlægeydelser i Danmark, heraf 5,4 milliarder i voksentandplejen.

Konkurrence- og Forbrugerstyrelsen har i samarbejde med Roskilde Tandpleje gennemført en undersøgelse af 18-åriges valg af voksentandlæge. De unge vælger i dag typisk samme tandlæge, som deres forældre, og vælger derfor sjældent ud fra pris. I det kontrollerede forsøg, som analysen bygger på, får nogle af de unge information om priser på udvalgte tandlægeydelser, hvor prisen kan sættes frit af tandlægen, og hvor forbrugeren betaler regningen. Prisinformationen gives der, hvor de unge skal træffe beslutning om valg af voksentandlæge. Det sker via en digital tandlægevælger.

Analysen viser, at 14 procentpoint flere af de unge vælger efter pris, frem for eksempelvis at følge forældres anbefalinger. Disse unge vil i snit spare 558 kr. når de skal have fjernet en visdomstand. Det er en besparelse på ca. 37 pct.

Hvis dette system blev implementeret på landsplan, ville det svare til, at den "prisbevidste" gruppe samlet set ville kunne spare omkring 1,5 mio. kr. årligt. Hertil kommer, at mere aktive forbrugere kan medføre øget konkurrence på tandlægemarkedet hvilket kan øge presset på priserne generelt. Den digitale tandlægevælger ser også ud til at kunne bidrage til, at flere unge aktivt vælger en privat tandlæge i overgangen fra den kommunale tandpleje. Endelig medfører tandlægevælgeren færre administrative byrder end det nuværende system.

### 1.1 Tandlægemarkedet

Hver måned fylder ca. 6.000 danske unge 18 år og skal forlade den offentlige tandpleje og for første gang vælge en privat tandlæge<sup>1</sup>. Denne overgang udgør et vigtigt "touch point", dvs. et konkret tidspunkt, hvor forbrugeren skal foretage et valg i markedet. Den lave forbrugeraktivitet på tandlægemarkedet kommer til udtryk ved, at mange fastholder deres tandlæge over lang tid, selvom alternativerne kan være billigere. Således peger en spørgeskemaundersøgelse på, at 78 pct. af alle forbrugere på tandlægemarkedet hverken har skiftet eller overvejet at skifte tandlæge<sup>2</sup>.

Mødet med tandlægen er for langt de fleste forbrugeres vedkommende et møde, hvor tandlægen er ekspert, og forbrugeren typisk mangler erfaring med at bedømme kvalitets- og prisparametrene for de købte behandlinger – et såkaldt tillidsgode. Markedet er således præget af, at forbrugeren må have tillid til tandlægen, og tillid til at denne foreslår den rigtige behandling til en rimelig pris.

---

<sup>1</sup> Danmarks Statistik

<sup>2</sup> Forbrugerredøgørelsen (2005), kap. 5

Opbygning af tillid kan fx ske ved gentagne besøg hos en tandlæge, men også ved at man spørger andre, man har tillid til om deres erfaringer, og at man eksempelvis ved overgang til privat tandlæge bruger den læge, som familiemedlemmer har valgt. Jo mere tillid forbrugerne har til tandlægen, des mere tilbøjelige vil de være til at følge lægens råd og vejledning, og jo mindre betydning vil pris få som konkurrenceparameter. For tillidsgoder bliver beslutningsprocessen dermed relativt afhængig af tidligere valg (inerti) og sociale påvirkninger (fx *social proof*)<sup>3</sup>.



Når de unge fylder 18 år, overgår de fra offentlig til privat tandpleje, og de skal dermed selv betale for en ydelse, som de har begrænset erfaring med og information om.

På tandlægemarkedet kommer dette bl.a. til udtryk ved, at nye forbrugere i høj grad træffer et valg på baggrund af anbefaling fra deres forældre, og dette sker på bekostning af andre parametre som fx pris eller andre mere objektive kvalitetsmål (som er svære at opdrive)<sup>4</sup>.

Da tandlægeydelser er et tillidsgode, hvor forbrugerne kun sjældent skifter leverandør, får de 18-åriges første valg af privat tandlæge stor betydning. Når de unge først har truffet valget, så udvikler det sig typisk til et langvarigt og tillidsbaseret engagement. Derfor er valget af den første private tandlæge et godt tidspunkt til at aktivere prisbevidstheden hos forbrugerne.

<sup>3</sup> Social proof er et begreb, der beskriver det psykologiske fænomen, hvor mennesker efterligner andre menneskers valg og handlinger i forsøget på at gøre, hvad de oplever som mest korrekt i en given situation.

<sup>4</sup> Behavioral Economics og komplekse markeder, Konkurrence- og Forbrugerstyrelsen, 12. september 2014

# Kapitel 2

## Undersøgellesdesign

---

### 2.1 Kortlægning af forbrugernes adfærd

Der er foretaget en analyse, som kortlægger adfærdsmønstre og adfærdsbias på tandlæge-markedet, og de mest potentielle *touch points* er blevet identificeret<sup>5</sup>. Et touch point er en situation, hvor forbrugeren er tilbøjelig til at afsøge markedet og foretage et konkret/aktivt valg.

De to vigtigste touch points, som blev identificeret, er:

- 1) ved boligskitte – fordi forbrugeren af praktiske grunde kan have interesse i en tandlæge, der er geografisk tæt på,
- 2) ved overgangen mellem kommunal og privat tandpleje (18 år) – fordi unge som udgangspunkt skal vælge en privat tandlæge på dette tidspunkt.

#### Den digitale tandlægevælger

I samarbejde med Roskildes Kommunale Tandpleje udviklede Konkurrence- og Forbrugerstyrelsen en digital tandlægevælger (se illustration 2.1). Tandlægevælgeren gav brugeren mulighed for at sammenligne lokale tandlæger i Roskilde efter to kriterier; beliggenhed og pris. Prisinformationen viser priser på relevante behandlinger (fjernelse af visdomstand samt lokalbedøvelse). De relevante behandlinger blev valgt ud fra to hensyn:

- 1) Der skal være tale om behandlinger som 18-25-årige typisk får foretaget
- 2) Tandlægerne kan selv fastsætte prisen på behandlingen – mange tandlægebehandlinger er prissat efter overenskomst og varierer dermed ikke.

Priserne blev trukket fra Sundhed.dk, hvor tandlægerne selv skal indberette deres priser. Disse priser er løbende blevet tjekket og opdateret i undersøgelsens løbetid. Tandlægevælgeren kunne, i princippet, oplyse om andre forhold end blot pris, fx kvaliteten af den enkelte tandlæges arbejde. Der findes imidlertid ikke offentlig tilgængelig kvalitetsinformation på de private tandlæger.

Den digitale tandlægevælger er blevet distribueret af Roskilde Kommunale Tandpleje til de unge, når de overgår fra offentlig til privat tandpleje. Det er almindelig praksis, at den kommunale tandpleje sender unge en oversigt over private tandlæger i kommunen, når de fylder 18 år. Den digitale tandlægevælger i forsøget adskiller sig dermed alene ved, at de unge får oplysninger om priser, samt at valget af tandlæge foregår digitalt og ikke per brev.

---

<sup>5</sup> Konkurrence og Forbrugerstyrelsen har i samarbejde med Copenhagen Economics og iNudgeYou analyseret forbrugeradfærd på tandlægemarkedet

Figur 2.1 Illustration af den digitale tandlægevælger

Velkommen til Roskilde kommunale Tandplejes digitale tandlægevælger. Når du bliver 18 forlader du den kommunale tandpleje, og du skal derfor vælge en ny privat tandlæge. Her på siden kan du vælge mellem de forskellige tandlæger her i Roskilde. Du skal blot vælge ud fra listen, så overfører vi dig til den valgte tandlæge, som vil kontakte dig, næste gang det er tid til et eftersyn. Hvis du ønsker en tandlæge uden for Roskilde Kommune, kontakt da vores call-center

Sorter efter  
Pris

Tandlæge	Priser	Vælg
Tandlægerne Algade 33	Visdomstand: 900,- Lokalbedøvelse: 168,- Gns. pris: 534,-	Vælg
Tandteam	Visdomstand: 948,- Lokalbedøvelse: 195,- Gns. pris: 572,-	Vælg
Tandlægerne Bredgade	Visdomstand: 900,- Lokalbedøvelse: 255,- Gns. pris: 578,-	Vælg
Tandspecialisten	Visdomstand: 1.176,- Lokalbedøvelse: 187,- Gns. pris: 682,-	Vælg
Tandlægerne i Viby	Visdomstand: 1.183,- Lokalbedøvelse: 237,-	Vælg

**Anm.:** Den digitale tandlægevælger blev distribueret som et link via SMS til de deltagende unge. Disse unge kunne herefter på en hjemmeside vælge at sortere tandlægerne efter pris eller beliggenhed

Kilde: <http://digital-roskildetand.dk/>

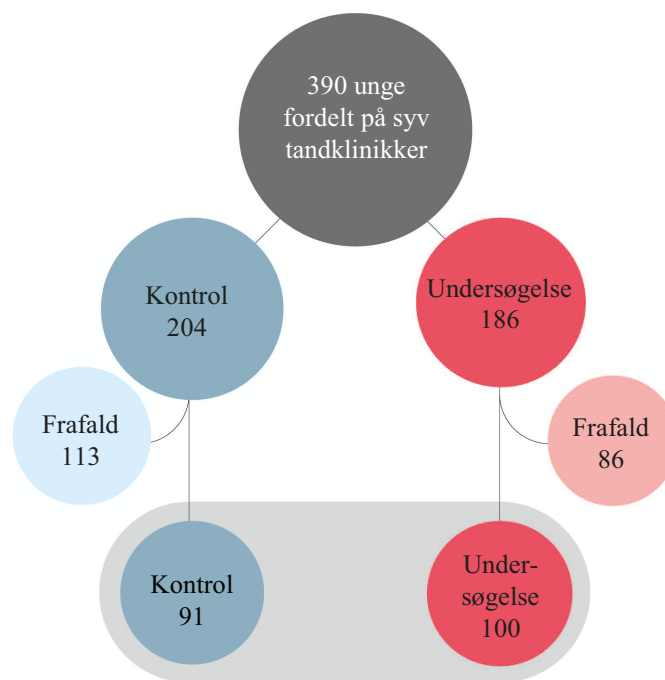
## 2.2 Undersøgelsesdesign

Undersøgelsen blev udformet ved, at en gruppe (undersøgelingsgruppen) modtog den digitale tandlægevælger, mens en kontrolgruppe fik den traditionelle løsning i form af et brev uden priser. I alt deltog syv tandklinikker fra Roskilde kommune med 390 18-årige i alt (se figur 2.2).

**Boks 2.1**  
**Undersøgelles- og kontrolgrupper**

Det er tandklinikken på den enkelte skole, der har kontakten til den 18-årige. Det blev vurderet, at det ikke ville være muligt for de enkelte klinikker, at udvælge de enkelte elever tilfældigt på individniveau. Der ville yderligere være en risiko for at sådan en randomisering ville skabe afsmittende effekter, i det omfang at elever fra samme klasse (eller skole) modtog forskellige systemer for tandlægevalg.

Derfor blev kontrol- og undersøgelsesgruppe udvalgt på organisationsniveau, dvs. alle unge fra hver af de 7 skoler blev placeret i enten kontrol eller undersøgelsesgruppe, men således at der så vidt mulig sikres ensartethed i henholdsvis kontrol- og undersøgelsesgruppe. Se bilag for yderligere information.

**Figur 2.2 Fordelingsdiagram for undersøgelsen**

Kontrolgruppen skulle vælge tandlæge med den hidtidige, traditionelle procedure, som er et brev tilsendt via posten, hvor den 18-årige skal udfylde følgende informationsfelter: Navn, CPR-nummer samt samtykke til, at journal og røntgenbilleder videresendes til den private tandlæge. Herudover skal de 18-årige udfylde information om, hvilken fremtidig tandlæge de ønsker at overgå til samt klinikens navn og adresse. Endelig skal den 18-årige medbringe brevet til sidste konsultation ved den kommunale tandpleje.



## Kapitel 3

# Resultater af undersøgelsen

### 3.1 Markant effekt i aktivering af tandlægevalg

Roskilde Kommune havde i alt 28 tandlægehuse registreret i løbet af forsøgsperioden. En gennemgang af prisoversigten viser stor forskel på den billigste og den dyreste tandlæge for så vidt angik lokalbedøvelse og fjernelse af visdomstand (se grafik).

#### Prisspænd for lokalbedøvelse



168 kr ←—————→ 300 kr

#### Prisspænd for fjernelse af visdomstand



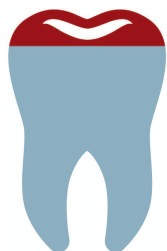
900 kr ←—————→ 2.350 kr

Prisen for en lokalbedøvelse ved den dyreste tandlæge var 79 pct. højere, end for den billigste tandlæge, mens en fjernelse af en visdomstand er 161 pct. dyrere hos den dyreste tandlæge sammenlignet med den billigste<sup>6</sup>.

De unge i begge grupper blev i forbindelse med valget bedt om at angive årsagen til deres valg af tandlæge. I kontrolgruppen var anbefalinger fra familie eller venner den vigtigste årsag til

<sup>6</sup> Disse spænd ses lignende steder i landet ifølge Ministeriet for Sundhed og Forebyggelse, Finansministeriet & Erhvervs- og Vækstministeriet "Rapport om potentialet for øget konkurrence på tandplejeområdet - maj 2013": "Operativ fjernelse af tand" i København fra 3.000 til 4.500 kr. hos den dyreste tandlæge til 295 til 1.875 kr. hos den billigste tandlæge.

valg af tandlæge (77 pct.). I undersøgelsesgruppen var denne gruppe også stor (62 pct.), men der var en statistisk signifikant stigning i andelen af de unge, der angav pris som årsag for deres valg. Samlet peger undersøgelsen på, at ca. 14 procentpoint flere unge træffer valg med afsæt i pris, når de får adgang til prisoplysningerne. For de unge, der fortsat vælger tandlæge efter anbefaling fra forældrene, er der tale om, at prisoplysningerne enten understøtter deres valg, eller at de er villige til "at betale" for den tryghed, der ligger i, at forældrene har anbefalet tandlægen. Begge dele er udtryk for, at de unge træffer et mere oplyst valg. Den andel af de unge, der angiver 'beliggenhed' og 'andet' som årsag til deres valg, er nogenlunde ens i kontrol og undersøgelsesgruppen.



Andelen af unge, der ville have valgt tandlæge ud fra forældres anbefalinger men nu vælger ud fra pris, er:

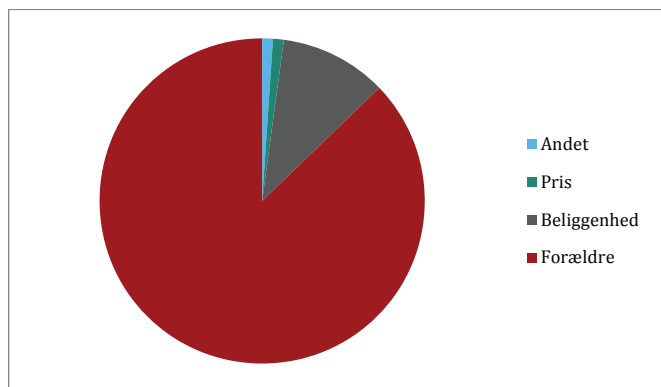
**14**  
procentpoint

Disse unge sparer i gennemsnit 24 pct. på en lokalbedøvelse og 37 pct. på fjernelse af en visdomstand.

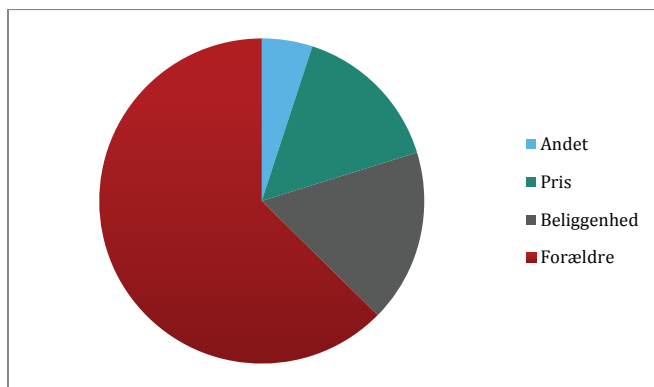
Resultaterne viser således, at de unge, der fik prisinformation, var mere tilbøjelige til at vælge en billigere tandlæge. De unge i eksperimentgruppen, 'sparede' i gennemsnit 57 kr. på en lokalbedøvelse, og 558 kr. på en fjernelse af visdomstand sammenlignet med kontrolgruppen. Det svarer til en besparelse på hhv. 24 og knap 37 pct.

Figur 3.1 Selvangivet årsag til valg af tandlæge

Kontrolgruppen med papirtilmelding



Unge med digital tandlægevælger og mulighed for at prissortere



**Note:** Resultater er baseret på 191 personer fordelt på 100 i undersøgelsesgruppen, og 91 i kontrolgruppen

**Anm.:**  $\chi^2 = 28,7, p < 0,001$

Kilde: KFST undersøgelse i samarbejde med Roskilde Tandpleje, juli 2015 – august 2016

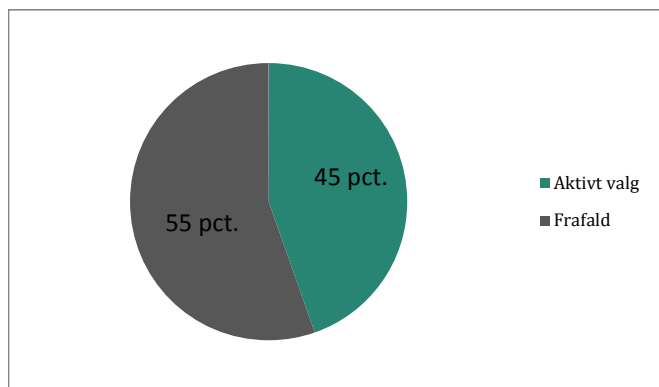
### 3.2 Flere unge vælger aktivt tandlæge

Undersøgelsen er sket i tæt samarbejde med Roskilde Kommunale Tandpleje. Både den centrale administration af tandplejen samt tandklinikkerne har været positive overfor løsningen. Der er lagt op til, at Roskilde Tandpleje fortsat vil benytte den digitale tandlægevælger i fremtiden.

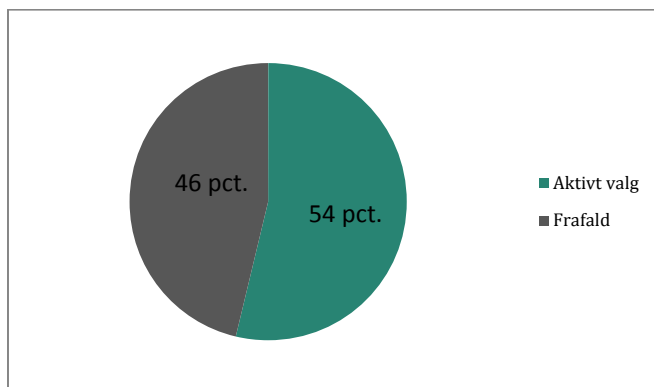
Der er yderligere en indikation af, at tandlægevælgeren får flere unge til at træffe et aktivt valg af tandlæge, jf. figur 3.2. Det vil sige, at der er flere unge, der aktivt vælger en tandlæge, når de får adgang til den digitale tandlægevælger. Denne effekt er sandsynligvis opnået som en konsekvens af, at den digitale løsning reducerer besværet med at vælge tandlæge. Denne løsning kan i fremtiden suppleres med yderligere påmindelser og lignende.

Figur 3.2 Aktivt valg af tandlæge

Kontrolgruppen med papirtilmelding



Unge med digital tandlægevælger og mulighed for at prissortere



**Note:** Resultatet er baseret på en sammenligning af frafaldet i henholdsvis undersøgelse- og kontrolgruppe

**Anm.:**  $p < 0.0708$

Kilde: KFST undersøgelse i samarbejde med Roskilde Tandpleje, juli 2015 - august 2016

# Kapitel 4

## Perspektivering

---

### 4.1 En latent prisbevidsthed

Der er en prisbevidsthed, hos de unge der vælger voksentandlæge. Denne prisbevidsthed er, under normale omstændigheder, svær at aktivere, fordi information om pris og objektive mål for kvalitet er fraværende i selve valgsituationen. Undersøgelsen viser, at man kan aktivere forbrugerne på tandlægemarkedet til i højere grad at inkludere prisen som et parameter i deres valg, ved at gøre denne mere fremtrædende i valgsituationen.

Undersøgelsen peger på, at en digital tandlægevælger kan medføre en stigning på 14 procentpoint i andelen af unge, som vælger tandlæge ud fra pris. De unge som modtager prisinformation sparer i gennemsnit mellem 24 pct. og 37 pct. på relevante tandlægebehandlinger – lokalbedøvelse og fjernelse af visdomstand.

Hvert år fylder omkring 70.000 unge 18 år og forlader dermed den kommunale tandpleje. Forsøget demonstrerer, at tandlægevælgeren, hvis den blev anvendt i hele landet, ville få knap 11.000 flere unge til at vælge efter pris hvert år. Og disse unge ville, som udgangspunkt, fortsætte med at opnå lignende besparelser fremover.

Mere aktive forbrugere på tandlægemarkedet ville samtidig kunne styrke konkurrencen på markedet. Tandlægerne ville i højere grad overveje at sætte priserne ned for at tiltrække de unge forbrugere. Tidligere analyser af markedet har vurderet, at konkurrencen var begrænset bl.a. pga. manglende gennemsigtighed i pris og kvalitet<sup>7</sup>.

Forsøget viser yderligere, at der er et potentiale for at udvikle kvalitetsparametre, så alle forbrugere på tandlægemarkedet kan vælge tandlæge på et mere oplyst grundlag, end de gør i dag.

I 2013 blev der brugt ca. 8 milliarder kr. på tandlægeydelser i Danmark, hvor 5,4 milliarder blev brugt i voksentandplejen. Hvis det lægges til grund, at de unge, der vælger tandlæge, har lignende forbrugsmønster som resten af befolkningen, så brugte de unge, der udgår af den kommunale tandpleje ca. 56,3 millioner kr. på tandlæge i det første år.<sup>8</sup> Den del af en tandlægebehandling, hvor der er fri prisfastsættelse, udgør 55 pct. af den samlede omsætning. De unge forbrugere, der vælger ny tandlæge, køber årligt for ca. 31 millioner kr. tandlægeydelser, hvor prisen kan variere. Hvis tandlægevælgeren udbredes national, og prisforskellene er repræsentative for tandlægernes generelle prisniveau, vil de unge i gennemsnit spare 24 pct. og 37 pct. på relevante tandlægebehandlinger.

---

<sup>7</sup> Ministeriet for Sundhed og Forebyggelse, Finansministeriet & Erhvervs- og Vækstministeriet "Rapport om potentialet for øget konkurrence på tandplejeområdet - maj 2013"

<sup>8</sup> Der er korrigeret for, at 1/3 af forbrugerne ikke vælger tandlæge, og et årligt forbrug af tandlæge iblandt den voksne befolkning på 1.185 kr.

---

Udover de direkte besparelser vil der også være en effekt af en styrket konkurrence på markedet generelt. Det er forventeligt, at tandlæger med dyrere ydelser vil miste patienter i konkurrencen med billigere tandlæger. De kan enten acceptere at miste patienter, og dermed markedsandele, eller de kan vælge at sænke priserne og blive konkurrencedygtige. På den måde vil den digitale tandlægevælger gavne forbrugerne på tandlægemarkedet generelt.

---