

1 0 0 1 0 0 1 0 0 1 0 0
1 0 0 1 0 0 1 0 0 1 0 0 1 0 0 1 0 0 0
1 0 0 1 0 0 1 0 0 1 0 0 1 0 0 0 1
0 0 1 0 0 0 1 0 0 1 0 1 0 0 1 0 0 1 0 1 0 0
1 0 0 1 0 1 0 0 1 0 0
1 0 0 1 0 0 1 0 0 1 0 0 1

Databrug og dataetik

Dilemmaer og mulige positioner
for forsikrings- og pensionsbranchen

Dilemmaer og mulige positioner for forsikrings- og pensionsbranchen	4
Dataeksplosionen og behovet for en reflekteret dataetisk position	6
Data kan bruges til godt og ondt – derfor er etik vigtigt	6
Datavolumen stiger uanset hvad branchen gør	6
Dataetik er et element i virksomhedens generelle etiske ansvarlighed	8
“Motsatrettede” forventninger og opfattelser hos kunder	8
Mens etiske principper står fast, flytter moralske normer sig over tid	9
Branchen spiller ikke alene på den internationale bane	10
• Debat om udenlandsk konkurrence på Forsikring & Pensions årsmøde 2018	11
Tre dataetiske positioner	12
Skitsering af de tre dataetiske positioner	14
Position 1: Den kritiske: Individet skal eje al data, og vi skal være meget forsigtige	15
Position 2: Den progressive: Individet kan ved at give samtykke få meget ud af at bruge sine data	16
Position 3: Den offensive: Et godt samfund bygger på, at vi bruger alles data til det fælles bedste	18
Eksempler på de nye udfordringer. Tre case-beskrivelser på dataanvendelse og etiske implikationer	21
Case 1: Jon Cooper om Life.io: Fordele og ulemper ved personaliserede services	21
• Hvordan forholder vi os til spørgsmål om fairness og solidaritet?	23
• Personaliserede ydelser vil naturligt blive nuanceret ift. datasensitivitet, fx ting- og personskader	25
• Er det frie valg om datadeling en illusion?	27
• Personalisering set ud fra de tre dataetiske positioner	27
• Opsummering: Største muligheder og udfordringer ved personalisering	28
• Personalisering til debat på Forsikring & Pensions Årsmøde 2018	29
Case 2: Fordele og ulemper ved at bruge data til at bekæmpe svindel	30
• Forsikringssvindel i den digitale verden	31
• Kan flere data anvendt intelligent med AI forbedrer svindelsbekæmpelse?	32
• Er fælles skaderegister en mulighed herhjemme?	34
• Incitament set ud fra de tre positioner	34
• Opsummering: Største dilemmaer ved svindelsbekæmpelse	35
• Svindelsbekæmpelse til debat på Forsikring & Pensions årsmøde 2018	35
Case 3: Luca Schnettler om HealthyHealth: Fordele og ulemper ved forebyggelse	37
• Hvad er branchens ansvar ift. sundhedsdata?	38
• Datasikkerhed og værdikædeudvidelse mod mere præventiv	
• Rådgivning set ud fra de tre positioner	39
• Opsummering: Største muligheder og største udfordringer ved forebyggelse	39
• Forebyggelse til debat på Forsikring & Pensions årsmøde 2018	40

INDHOLD

Opsummerende konsekvenser af en naturlig og overvejende progressiv dataetisk position	41
Diskussion af dataetiske positioner på Forsikring & Pensions årsmøde 2018	42
Sensitive data fra indtegnning til udbetaling	43
Sikring af borgenes privatliv og velfærd til debat på Forsikring & Pensions årsmøde 2018	46
Det er kundens data: Privacy by Design	47
Dataetiske principper for branchen	49
Branchens dataetiske kompas	50
1. Datasikkerhed	51
2. Egenkontrol over data	52
3. Personalisering	52
4. Adfærdsregulering og incitament	53
5. Transparens	54
På vej mod en fælles dataetik	55
Forfatterne og opdraget bag rapporten	58



Udarbejdet af Mads Hennelund, Brian Due og Jesper Højberg Christensen for Forsikring & Pension, 2019.

Executive summary

Denne rapport handler om etik i forhold til dataindsamling og dataanvendelse i forsikrings- og pensionsbranchen. Baggrunden er, at vi i dag og endnu mere i fremtiden får mulighed for at indsamle og anvende endnu mere data til endnu flere analyser, risikovurderinger, produkter og services. Men blot fordi man kan meget med data, er det ikke sikkert man skal gøre alt.

Dette er en reflekterende tænketanksrapport, der afvejer dilemmaer og afprøver forskellige mulige dataetiske positioner. Den er baseret på flere års arbejde med at afdække udviklingen i teknologi, data og samfundsholdningen, der er særligt relevant for branchen. Rapporten er udført af strategifirmaet Nextwork på vegne af brancheforeningen Forsikring & Pension. Der er således tale om en eksternt og uvildig vurdering af dataetiske hensyn i branchen set ud fra et komplekst perspektiv på, hvad der er bedst for individ, samfund og forretning.

Rapporten er baseret på omfattende studier i state-of-art litteratur, klassiske etiske dilemmaer og diskussioner, interviews med brancheeksperter og data-eksperter fra ind- og udland, interviews med medlemmer af Forsikring & Pension samt workshops med brancheforeningens bestyrelse. Vi præsenterer i rapporten imidlertid ikke blot opsummeringer af andres holdninger, men konstruerer også nye dataetiske modeller, konceptuelle diskussioner og principper, som selskaber i branchen bør forholde sig til.

Rapportens hovedkonklusioner er:

- Data er kernen i forretningsmodellerne i branchen, og det er grundlæggende etisk forsvarligt med samtykkeerklæringer at indsamle og anvende data til gavn for kunden og samfundet både når vi taler om risikoberegning, forebyggelse, udbetaling og antisvindel.
- For branchen er der tre mulige dataetiske positioner. Vi anbefaler branchens aktører at agere inden for det, vi kalder position 2: Den progressive position. Her bør kunden selv have kontrol over flest mulige personlige data og have mulighed for at opnå fordelene ved at dele data.
- Vi anbefaler at branchen forholder sig til alle aspekter af det dataetiske kompas: Datasikkerhed skal være højt prioriteret og Privacy by Design bør være et vigtigt princip. Kunden skal have mest mulig egenkontrol over data og kundens data bør hverken tilhøre brancheselskaber eller det offentlige. Personalisering ifm. risikoberegning kan skabe langt mere fairness i markedet og bør anvendes til gavn for kunden, hvis der er et fair og realistisk alternativ til dem, der ikke ønsker at dele mange data. Adfærdsregulering og forebyggelse på baggrund af mere datadeling har store gavnlige konsekvenser og er etisk forsvarligt så længe der er et reelt alternativ. Det er også etisk forsvarligt at indsamle, anvende og opbevare data og have incitament til at kunder afgiver sande oplysninger til forsikringsselskabet og ikke svindler på bekostning af forsikringsfællesskabet. Høj transparens omkring dataanvendelse – navnlig ifm. risikovurdering - og gennemskuelighed i forhold til, hvad kunden giver samtykke til bør have høj prioritet.

Dilemmaer og mulige positioner for forsikrings- og pensionsbranchen

En diskussion om dataetik starter typisk ved spørgsmålet om mængden af data. Man kan diskutere, om vi bør afgrænse os fra og minimere brugen af data. Det kan vi kalde for en dataminimerende tilgang til dataetik. Der kan være mange gode argumenter for at begrænse anvendelsen af data. Men først og fremmest handler det om, at individer gives mulighed for at beskytte sig mod at være kendt af organisationer eller virksomheder, hvis det ønskes. Men der er også mange gode argumenter for at anvende flere data, hvilket vi her kalder for en datamaksimerende tilgang. Først og fremmest handler det om, at en kunde via meget data kan få mere præcist tilpassede produkter og en mere fair pris.

Men for det første er det nok ikke et enten-eller spørgsmål: Mindre eller mere data. For man kan dataminimere af mange forskellige hensyn: Fra hensynet til individets privatliv eller hensyn til selve samfundskontrakten og tilliden mellem individ, samfund og forretning. For det andet er data langt fra entydigt for individet og skabelsen af værdi. Der findes store nuancer og forskelle, der er helt centrale, når det handler om data; er det personhenførbart, er det statistik, er det tal i excel-ark eller adfærd på sociale medier? Er det sensitivt og personligt eller ubetydeligt, er data bevidst afgivet eller et produkt af adfærd, kan det let kombineres, deles og anvendes, eller er datakvaliteten ringe, osv. Dataetiske refleksioner bør gå dybere end blot at diskutere minimerende vs. maksimerende tilgange. Og mange vil måske også mene, at anvendelsen af data er et 'både- og'. Hensynet til individet er en forudsætning for tilliden, som er det aktiv, branchen kan bruge til at skabe værdi for individet. I en sådan værdi- og tillidscyklus handler det måske ikke så meget om, hvor meget eller lidt data man anvender, men om hvordan relationen til kunden er.

Vi vurderer og diskuterer i denne publikation tre dataetiske positioner og de dilemmaer, de hver især rejser:

DEN KRITISKE POSITION:
Individet skal eje al data, og vi skal begrænse anvendelsen.

DEN PROGRESSIVE POSITION:
Individet kan med samtykke få meget ud af at bruge sine data.

DEN OFFENSIVE POSITION:
Vi bruger alles data til det fælles bedste.

De dataetiske overvejelser vi præsenterer, skal ses i lyset af forsikrings- og pensionsvirksomheders forretningsmodeller, den internationale konkurrence, som lægger et pres på danske selskabers tilgang til anvendelse af data, forbrugernes ønsker og krav til branchen samt grundlæggende etiske principper. Branchen kan selvfølgelig ikke alene bestemme etikken. Vi kan vælge at lægge os mere eller mindre foran eller bagved den kulturelle samfundsudvikling og samfundsnormerne. Men vi ved også, at normer er kulturelle og kontekstspecifikke, og at de ændrer sig over tid. Så hvis kunder bevæger sig i én retning ift. dataanvendelse, som den danske branche på forhånd har defineret som uetisk, så kan udenlandsk konkurrence alligevel tvinge danske selskaber til at følge med og give afkald på forældede dataetiske principper eller omvendt: Dataetik vil for branchen altid være et spørgsmål om individ, samfund og forretning.

Vi ved, at de nye datakilder kan påvirke værdikæden fra distribution, kundeakquisition, marketing og targetting til indtegnings og prissætning, 'pooling' af risiko i puljer, skadesbehandling og -udbetaling, forebyggelse af skader eller skadelig adfærd, til krydssalg, opsalg osv. Koblet med en stigende kapacitet i selskaberne til at opsamle, behandle og opbevare store mængder strukturerede og ustrukturerede data, opstår en lang række



Statsminister Lars Løkke Rasmussen benyttede lejligheden til at takke for et solidt samarbejde mellem regeringen og Forsikring & Pension. "Det er min utvetydige erfaring fra de regeringer, jeg har været en del af", sagde han fra talerstolen. "Jeg ønsker, at dataetik bliver en konkurrencefordel for dansk erhvervsliv", tilføjede han.

nye muligheder for værdiskabelse både for selskaberne og kunderne. Men de nye muligheder for værdiskabelse slår også over i nye problematikker ift. overvågning, privatliv, adfærdsregulering, segmentering mv. Samtidig præsenterer den massive udvikling inden for teknologi og data også en række løsninger, vi ikke nødvendigvis kender endnu, men som kan gøre problematikkerne i dag overflødige i morgen. Vi lægger derfor ikke op til nogle lette svar. For al etik er en balancegang, og dilemmaer er uundgåelige.

Denne tænketanksrapport er baseret på interviews med brancheaktører og eksperter, research, eksisterende viden i forfatterteamet samt input og evalueringer fra omkring 250 deltagere på branchens årsmøde den 15. november 2018, der omhandlede dataetik.

#data etik

På vej mod en fælles dataetik på Forsikring & Pensions årsmøde 2018

"Vi kan jo godt sætte os tilbage og beskytte os selv, men det bliver jo ligesom manden med klokken foran bilen, fordi denne ikke må skræmme hesten. Vi skal passe på, at vi ikke kryber ned i et hul og tror, at resten af verden står stille, fordi vi ikke ønsker at dele data. Så det, der bliver opgaven for os, er, hvordan vi deler data og beskytter dem med en etisk linje. Hvordan får vi sat grænserne, og hvilke commitments giver vi hinanden? Således at de data, vi bruger – og vi kommer til at bruge dem – dem bruger vi med nogle etiske rammer, som vi alle sammen er enige om. Det bliver svært at skrive, men det er jo det, vi skal forsøge at ramme." – Søren Boe Mortensen, bestyrelsesformand, Forsikring & Pension

Dataeksplosionen og behovet for en reflekteret dataetisk position

“Der vil ske nogle kvantespring i disse tider ift., hvad man kan med data, og her er det nok vigtigere end nogensinde, at man sætter sig ned og finder ud af, hvordan man vil spille i den verden. Hvilke regler og principper vil vi efterstræbe?”
– Thomas Ploug, professor ved AAU og tidligere medlem af Det Ethiske Råd.

Civiliserede samfund har i hundreder af år indsamlet og anvendt data. Tænk fx på Josef og Maria, der drog til Betlehem, fordi de ”skulle tælles i mandtal”. Det var tungt, og det nye er da også, at vi med den accelererende digitalisering meget lettere får den nyttige viden frem. Vi får endnu mere data, endnu flere datakilder, endnu flere metoder til at indsamle data, endnu mere sofistikerede former for dataanalyseværktøjer og derfor endnu flere muligheder for at anvende data til at forstå kunder og borgere, forudsige deres adfærd, foretage risikovurderinger, markedsføre og tilbyde personaliserede services og produkter. Vi kan gøre meget med data. Men hvad skal og bør vi gøre - og måske ikke gøre?

“Det er vigtigt for brancher at udvikle et kodeks om, hvad man vil og ikke vil gøre, og jeg tror især, at det er i processen omkring udvikling af sådan et kodeks, at der opstår allermest værdi, fordi det er her, man reflekterer og kan mærke de forskellige svære valg.”
– Povl Heiberg Gad, ph.d.-stipendiat ved CBS

Data kan bruges til godt og ondt – derfor er etik vigtig

Siden de første forsikringsordninger blev tegnet, har data været en integreret del af det at drive og tegne forsikring. I år 3.500 f.Kr. begyndte mennesker i Mesopotamien at nedskrive på lertavler. Dengang var det oplysninger om handelstransaktioner, professioner mv., som man noterede på tavlerne. Registreringerne af borgernes gøren og laden har i langt de fleste tilfælde været til borgernes eget bedste. Både dengang og i dag. For

registrering af data muliggør eksempelvis korrekt skatteinddrivelse og dermed minimering af skattesnyd. Registreringer var og er også nødvendige for at sikre korrekt behandling på sygehuse. Og endvidere ift. udstedelse af valgsedler, der bl.a. er med til at opretholde demokratiet. Men data har historisk også repræsenteret en potentiel og til tider ganske reel trussel. Under 2. verdenskrig var eksempelvis registerdata fra synagogerne et effektivt redskab til at identificere og indfange jøder (Rahman, 2016).

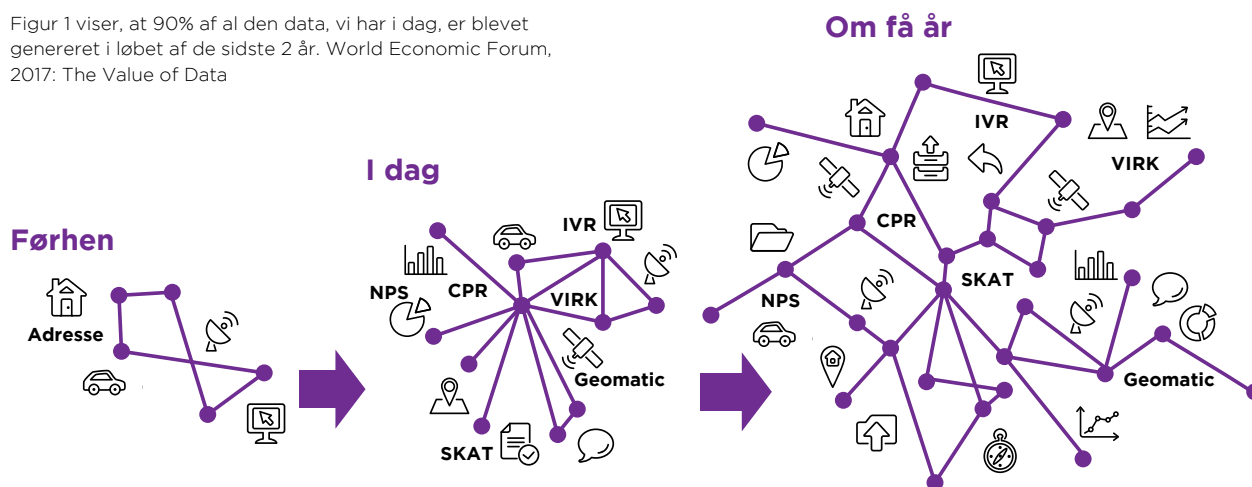
Data er dermed ikke et gode eller ondt i sig selv – det hele afhænger af måden, data indsamles og anvendes på. Derfor er etik så ekstremt vigtigt. For data kan anvendes både ondt, men også ukritisk og urefleksivt. Og selvom man måske ikke har uetiske hensigter, kan man – som den tyske filosof Hanna Arendt (1994) har vist os – alene ved manglende dømmekraft og ansvarlig refleksion begå uetiske handlinger (Due, 2018).

Datavolumen stiger uanset hvad branchen gør

Data er og bliver fundamentet i forsikrings- og pensionsvirksomheders forretningsmodel. Hvis ikke selskaberne bruger data til at pulje risiko, er der ikke en forsikringsforretning. Hvis ikke pensionselskaber bruger data til at sikre, at den enkelte får den bedst mulige dækning ift. sin finansielle situation og livsønsker, vil der være større utryghed omkring livet efter arbejdsmarkedet. Data er det værdifulde grundlag. Og sådan har det altid været.

“Der vil ske nogle kvantespring i disse tider, ift. hvad man kan med data, og her er det nok vigtigere end nogensinde, at man som branche sætter sig ned og finder ud af, hvordan man vil spille i den verden. Hvilke regler og principper vil vi efterstræbe?”
– Thomas Ploug, professor ved AAU, ph.d. og tidligere medlem af Det Ethiske Råd

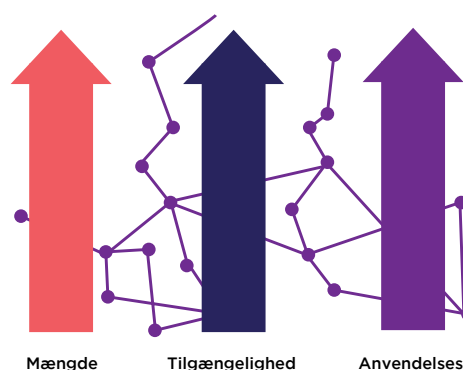
Figur 1 viser, at 90% af al den data, vi har i dag, er blevet genereret i løbet af de sidste 2 år. World Economic Forum, 2017: The Value of Data



Data er evidens for hændelser. Det afslører adfærd. Data er ikke en knap ressource ligesom olie eller guld – selvom nogen fejlagtigt bruger den metafor. For data kan opbevares på fysiske lokationer og for evigt. Og der bliver ikke mindre af en database, bare fordi flere bruger den. Data er som udgangspunkt rå tal, der gennem analytisk bearbejdning bliver til information og senere gennem mere avancerede fortolkninger til viden, som vi kan bruge til at handle ud fra og træffe beslutninger på baggrund af (Davenport & Prusak, 1998). Det er ikke nyt.

Det nye er ikke, at branchen har data. Det nye er omfanget af data og typen af data, branchen kan indsamle, samt mulighederne for at kombinere data på helt nye måder gennem avancerede computerprocesser. Det nye er også, at softwarerobotter i stigende omfang selv kan indsamle data, analysere data og træffe beslutninger på den baggrund. Dét er en radikal forandring. For hvad kommer det til at betyde for kunder og forretning, hvis robotter i stigende omfang kan træffe etiske beslutninger, fx om hr. Jensen skal have en højere præmie end hr. Hansen, baseret på sundhedsdata, velfærdsdata, data fra sociale medier, data fra køreadfærd, fra droneoverflyvning osv. Hvilke principper skal indkodes i softwarerobotterne?

Hvilken type data skal anvendes? Hvor meget data? Hvilke typer beslutninger må og kan træffes? Der er brug for stærke forretningsmæssige, etiske principper til at håndtere og legitimere disse beslutninger.



Figur 2 viser, at data ikke bare vil stige i mængde. Data bliver mere tilgængelige, og anvendelsesmulighederne bliver flere og flere.

Dataetik er et element i virksomhedens generelle etiske ansvarlighed

Etik er ikke en ny udfordring for virksomheder i branchen. "Uetiske" handlinger har til alle tider kunnet skabe kriser og krævet issue management. Etisk stillingtagen over for dataindsamling og -anvendelse skal derfor ikke ses som noget radikalt nyt, men som en forlængelse af den etiske virksomheds position i samfundet. Ligesom med høj medarbejdertrivsel og flotte, grønne regnskaber kan branchens virksomheder databrande sig på en dataetisk position (Due, Christensen, & Hennelund, 2018). Og ligesom utilfredse medarbejdere, miljøsvineri eller manglende handlinger i kølvandet på flotte udmeldinger skaber kriser og risiko for greenwashing, kan manglende dataetik skabe store problemer for branchen, og dataetiske udmeldinger uden handlinger kan skabe fare for etik-washing (Wagner, 2018). Etik-washing er, når virksomheder proklamerer etik i principper og på hjemmesider, men ikke reelt træffer etiske beslutninger i det daglige arbejde. Dette er selvfølgelig uheldigt. Derfor lægger vi med denne rapport op til, at de dataetiske refleksioner i branchen også fører til handlekraftige eksekveringer.

"Modsatrettede" forventninger og opfattelser hos kunder

Der er i dag politisk bred opbakning til, at persondata bør beskyttes, og at ejerskab skal gives til individet. Der er endvidere en vilje til, at friktioner mellem den private sektor og adgangen til offentlige databaser og registre skal gøres mindre og enklere. Rundt om i verden ser vi nye virksomheder, der arbejder med persondata-kryptering og statistiske teknikker, der kan minimere information på individniveau (*differential privacy/traceability*). Det handler om at give individet kontrol med sine data og identificere værdien af data. Men blandt branchens kunder ser vi modsatrettede forventninger til dataanvendelse. Det udtrykker blandt andet en konflikt mellem solidaritet og fairness, hvor nye dataanvendelsesmuligheder udfordrer solidariteten, men også muliggør mere individuel fairness.

Kunder ønsker privacy.

Socialt og samfundsmæssigt er der en stigende bevidsthed om privacy. Her er det i rollen som forbruger, at kunder stiller nogle mere idealiserede krav til selskabernes grad af dataanvendelse. Millennials vil sandsynligvis vægte højere – og lynhurtigt kunne afkode – om et selskab, organisation eller myndighed er troværdig, har et solidt, samlet værdiunivers og giver fordele nok til gengæld for personlige data.

Kunder ønsker en 'solidarisk' forsikringsmodel.

Den mere præcise og risikobaserede pris betragtes ofte som modsætning til det solidariske forsikringsprincip, hvor man er fælles om at dække hinandens risiko. Denne solidaritetstanke forbindes ofte med det, man kalder *systematisk omfordeling*, hvor alle i forsikringspuljen i princippet burde betale det samme for deres *systematiske risiko*. Den solidaritet accepterer vi ift. eksempelvis velfærdsstaten. Men solidariteten i forsikring handler derimod om, at der sker en solidarisk og massiv usystematisk omfordeling fra dem, der ikke har ulykker til de få uheldige, der har ulykker. Det ændrer imidlertid ikke ved, at mere personalisering i forsikringsmodellen – typisk forbindes med en generel bevægelse væk fra solidariteten. Det er dog ikke en naturlov.

Kunder ønsker fair, risikobaseret pris, hurtighed og service.

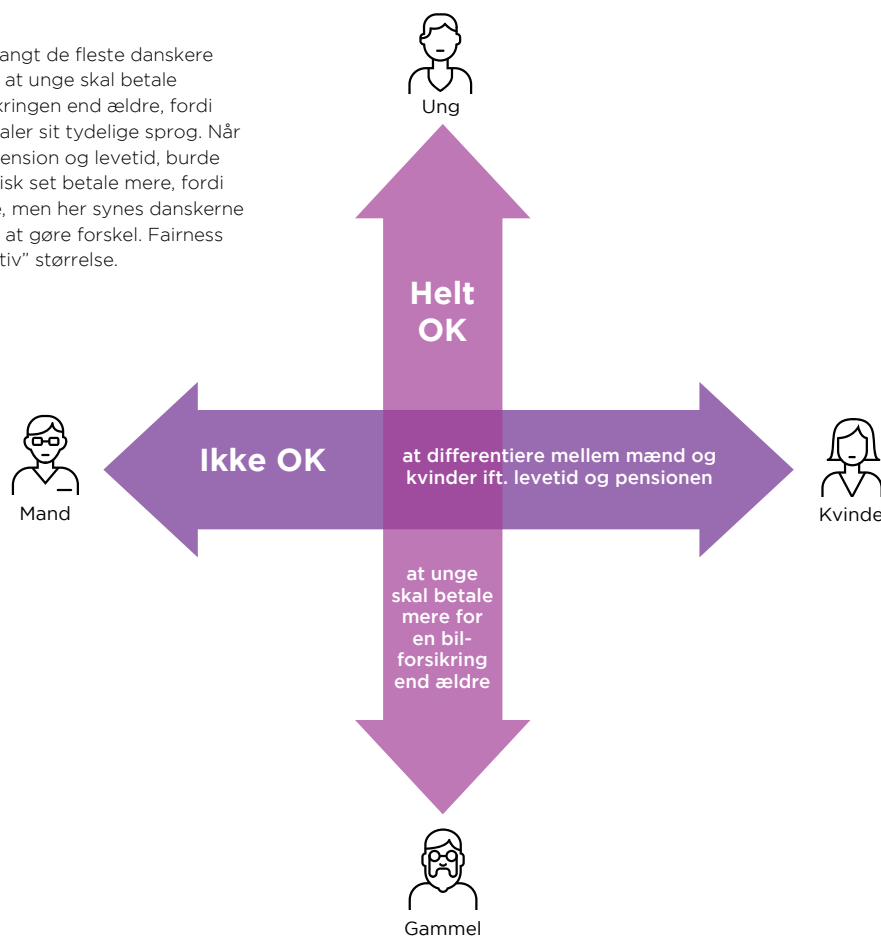
Kunder ønsker også en 'fair pris', som er baseret på deres reelle risici (data). Elitebilisten, som har optjent point for god kørsel, ønsker ikke at betale det samme som den unge, der lige har fået kørekort. Samtidig giver avanceret data analytics sammen med AI store muligheder for at skabe en bedre kundeoplevelse ift. forsikring, lige fra marketing, onboarding og kundeservice til sagsbehandling og udbetaling. De muligheder vil kunder gerne have, hvis det ovenikøbet giver billigere præmie. Så mens kunder på den ene side går mere og mere op i privacy, er de på den anden side også "dovne" og umiddelbart prisbevidste – som adfærdsøkonomien har vist mange gange (Thaler & Sunstein, 2009). Så hvis kunder får noget værdifuldt til gengæld for afgivelse af data, ser mange det som en god handel. Et studie fra Accenture har for nyligt vist, at 83% er villige til at dele data til gengæld for en mere personlig oplevelse.

Kunder accepterer nogle former for forskelsbehandling:

Samfundskulturen spiller naturligt ind på etikken. Vi accepterer fx en grundlæggende differentiering mellem unge og ældre, når det kommer til bilforsikring, fordi unge statistisk set kører dårligere end ældre. På den anden side accepterer vi ikke, at kvinder skal betale mere til pensionen, selvom de statistisk set lever længere. Aldersdiskrimination

er altså 'ok' - men kønsdiskrimination er 'ikke ok'. Hurtige, store, dyre biler må gerne være dyrere at forsikre, men det er ikke helt i orden, at akademikeren, der spiser sundt og motionerer, skal betale meget mindre end arbejderens, der har en anden og umiddelbar mere risikabel livsstil. Disse pragmatiske forhold er ikke nødvendigvis økonomisk rationelle, men udtrykker almenmenneskelige opfattelser, der kan indbygges i en etik.

Figur 3 viser, at langt de fleste danskere synes det er fint, at unge skal betale mere for bilforsikringen end ældre, fordi statistikken her taler sit tydelige sprog. Når det kommer til pension og levetid, burde kvinderne statistisk set betale mere, fordi de lever længere, men her synes danskerne ikke, at det er ok at gøre forskel. Fairness er ikke en "objektiv" størrelse.



Mens etiske principper står fast, flytter moralske normer sig over tid

Vi vil i kapitel 2 nærmere diskutere etik og etiske positioner. Men som udgangspunkt følger vi her den gængse definition, hvor etik er et system af principper, og moral er de normer, der gælder i praksis på et givent tidspunkt. Det etiske, kantian-

ske princip om ikke at behandle noget menneske alene som et middel, bliver fx fortolket forskelligt i forskellige epoker og kulturkredse. Menneskets værdi er ukrænkeligt, men når det kommer til konkrete dagligdagssituationer, vælter dilemmaerne alligevel frem. Et godt eksempel på dilemmaerne omkring etik, der kan spores helt ned til den konkrete kodning af en algoritme, er spørgsmålet om de selvkørende biler.

Studier fra MIT, publiceret i Nature (Awad et al., 2018) - baseret på en global undersøgelse af menneskers moralske stillingstagen til en række dilemmaer ved selvkørende biler - viser blandt andet, at der er store kulturelle forskelle. Hvis en bil fx ikke kan undgå at ramme enten en ældre eller et yngre menneske, viser der sig store forskelle: I Østen vil man ramme de yngre (fx Saudi Arabien, Kina, Indien). I Syden vil man omvendt ramme de ældre (fx Sydeuropa, Sydamerika). Endelig befinder man sig med en mere ligelig fordeling i Vesten (Europa, Nordamerika). Alle tilslutter sig princippet om menneskets værdi. Men tvunget til at vælge mellem to ondt, ser man tydeligt, hvordan forskellige samfundsmæssige normer træder frem. Ud over, at eksemplet med selvkørende biler er udfordrende for hele forsikringsbranchen, både ift. livsforsikringer og bilforsikringer, er det også et godt eksempel på, hvordan etiske principper bliver fortolket forskelligt i forskellige kulturelle sammenhænge ud fra forskellige normer.

“ *My car, my home and now my health insurance policy is IoT-driven. The health insurance policy is from a company that has used Big Data to completely change the life and health model. They looked at where the health insurance sector was going. They felt this was a model which - in terms of private medical insurance - was going to become difficult for insurers and largely unaffordable for consumers as well. So, they thought 'Let's model what's happening' and instead of paying claims for health insurance and paying out early on life policies, let's try to prevent it by encouraging healthier life styles'. They do this by monitoring my exercise activities using the standard health monitoring devices that many people use already, and offer rewards and reduced premiums for maintaining a healthy lifestyle.*”
- Norman Black, EMEA Insurance Industry Principal, SAS

Antropologiens og sociologiens fædre - fx Clifford Geertz (1977) og Emil Durkheim (1895) - har vist, at samfundsnormer er dynamiske og flytter sig efterhånden, som nye udviklinger finder sted. Vi befinder os allerede i det, der er blevet kaldt den fjerde industrielle revolution (Schwab, 2017), hvor den radikale digitalisering også influerer på vores normer. Det er derfor forventeligt, at holdninger - til hvad data er, må og kan blive brugt til - vil ændre sig over de kommende år. Men hvordan og i hvilken retning er ikke til at sige.

Vi vil formentlig se mange samtidige forandringer i forskellige retninger. Indtil for ganske nylig var betydningen af data relativt ukendt i den brede befolkning. Men med sager, som fx Facebook/Cambridge Analytica og med indførelsen af GDPR, er langt flere mennesker blevet bevidste om, hvad data er og kan blive brugt til. Det medfører både større kritisk stillingstagen og dybere forståelse af, hvad potentialerne er.

Branchen spiller ikke alene på den internationale bane

Selvom data i dag fylder meget mere i folks bevidsthed end for bare nogle få år siden, har mange stadig kun en ret overfladisk forståelse af data. Som vi allerede har diskuteret, er det langt fra givet, at mere data er etisk forkert, og mindre data er etisk godt. Den type dikotomier er ikke produktive og bygger også på manglende nuancer i dataforståelsen. At anvende mere data kan både redde liv, men også potentielt skade den enkelte. En manglende forståelse og unuanceret tilgang til debatten om dataanvendelse kan forhindre os i at se og udvikle de forretningsmuligheder, vi knapt kender endnu - forretningsmuligheder der måske også i den samlede kabale vil være mere etiske. Berøringsangst overfor data kan dermed også resultere i en konkurrencemæssig svaghed, set i et globalt perspektiv, hvor udenlandske selskaber udvikler dataetiske løsninger og produkter til kunder, som branchen afholder os fra i Danmark. Det kan få den konsekvens, at spillere udefra vil komme ind og tage navnlig den 'gode del' af markedet, dvs. de kunder, som på forhånd kan have størst fordel af at dele data, hvilket på personområdet sandsynligvis vil være de bedst stillede lavrisiko-grupper.

“ *Der vil være en kulturel bevægelse, ift. hvad der er ok, og hvad der ikke er ok. Men i fremtiden behøver du ikke at være forsikret i Danmark - der er selskaber ude i verden og uden for EU, som i højere grad er baseret på IoT. Og det kommer! Det ligger ikke 10 år ude i fremtiden, men nærmere 5 år. Det vil presse de danske selskaber, fordi de udenlandske vil tage 'the super insurable'.*”
- Jon Jonsen, koncerndirektør & COO i PFA

Vi ser det allerede i dag på bådforsikringer, hvor de fleste bådejere i Danmark har båden liggende i dansk havn, mens forsikringen er tegnet i udlandet.

De udenlandske forsikringsselskaber vinder her på pris, bl.a. fordi vi herhjemme har en afgift på kaskoforsikringer til både. I en global verden kan vi ikke holde indtrængere ude. Her er det nødvendigt – set ud fra et forretningsmæssigt synspunkt – at kunne imødegå konkurrencen og anvende langt flere datapunkter. Men det er ikke kun forretningsmæssigt rationelt. Det er også etisk rationelt, fordi vi i Danmark har samfundsmæssige reguleringer og virksomhedskulturer, der er tilpasset de danske forhold, hvorimod udenlandske

indtrængere måske ikke har samme etiske standarder. Ikke nok med at branchen presses af internationale aktører, der kan tilbyde billige og personligt tilpassede produkter. Nye superdigitale spillere fra bl.a. insurtech og fintech er med til at påvirke kundernes normer for, hvad der er okay – og sågar hvad der forventes af et selskab, man interagerer med. Innovatører uden for branchen, som fx Amazon, påvirker kunders forventninger til mængden af overvågning og intelligent databrug, fordi de har bevist, at det giver bedre services.



På billedet ses bestyrelsesformand i Forsikring & Pension og adm. direktør i Alm. Brand Søren Boe Mortensen på scenen til Forsikring & Pensions årsmøde 2018, som handlede om dataetik.

Debat om udenlandsk konkurrence på Forsikring & Pensions årsmøde 2018

“Man er altså en tåbe, hvis man ikke frygter et selskab, som har rigtig godt fat i deres kunder og har mange datapunkter. Amazon har fx 2000 datapunkter om deres kunder, så selvfølgelig er det en trussel.”

– Lars Bonde, koncerndirektør, Tryg

“Der er ingen tvivl om, at de [udenlandske konkurrenter] givetvis vil kunne tilbyde nogle produkter, som man ikke kan få i dag. Det er ikke noget, der sådan holder os søvnløse lige nu – det kan være det kommer til at gøre det. Men som udgangspunkt, som udenlandsk firma, så skal man jo overholde databeskyttelseslovgivningen, og man skal som selskab overholde den lovgivning, der er i Danmark. Om det så bliver håndhævet, er selvfølgelig en anden problematik. Og der tror jeg mere, man skal kigge på, om der skal sættes nogle andre hegnspæle, ift. hvad vi gerne vil have i Danmark.”

– Anette Christoffersen, direktør, Forbrugerrådet Tænk

Investeringsrobotter som fx June, Darwin og Sparindex m.fl. kan også ændre kunders forventninger til datasamkøring, -fremstilling, finansielt overblik og transparens. Disse igen påvirker forventningerne til, hvad pensionsselskaber bør være i stand til, og hvor mange finansielle data man er villig til at have samlet i ét univers - ét sted. Øget bevidsthed om investeringer og etiske investeringspuljer stiller ligeledes krav til, hvad pensionsselskaber kan og bør tilbyde medlemmer. Og disse innovationer drives selv-sagt frem på baggrund af hvad der er teknologisk muligt. Grænsen for hvad der er creepy og uetisk, flytter sig generelt i retning af, at det, der engang opfattedes som 'for meget', nu opfattes som ønskværdigt eller nærmest forventeligt. Men flere skandaler, som Cambridge Analytica sagen, som indtil videre har skabt forargelse blandt forbrugere, vil måske kunne vække en decideret modbølge - et techlash - hvor folk vil blive meget bevidste omkring deres data og ændre adfærd.

Branchen har været god til at kortlægge adfærd og risici via data og dataanalysemetoder. I dag har branchen endnu mere data. De enorme muligheder, det giver individet, virksomheder, den offentlige sektor og staten - hvis data bruges fornuftigt - bør branchen fortsat bakke op om. I stedet for at lukke ned og sætte begrænsninger, har vi åbnet for dialog imellem branchen og dens stakeholdere (borgere, politikere, myndigheder, interesseorganisationer m.fl.) om den digitale verdens muligheder. For at indramme denne diskussion endnu mere præcist har vi arbejdet med tre forskellige dataetiske positioner.

Tre dataetiske positioner

Vi har konstateret, at debatten om dataetik ofte ender i to fløje: På den ene side er entusiasterne der ikke kan få armene ned over alt det, man i dag kan gøre med data. De betragter data som et frit flydende og uudnyttet aktiv, der giver forretningsmuligheder, især hvis man kan aggregere data og tilføre det endnu mere værdi, som fører til innovation. På den anden side står privacy-forkæmperne og taler for forbrugerbeskyttelse, og at borgeren skal komme før systemet og virksomhederne. De betragter data som et

privat gode, der skal behandles med stor respekt af virksomheder og myndigheder - særligt for de sensitive persondata. Begge sider har forskellige opfattelser af, hvad data og dataetik er og skal være. Det giver en distinktion mellem pligtetik og nytteetik.

Hvor pligtetik handler om at sætte individet før målet - fordi alle individer skal behandles som mål i sig selv - så handler nytteetikken om at øge nytten for flest mulige. Nytteetikken kan endvidere etisk forsvare, at dette sker på bekostning af den enkelte, hvilket pligtetikken ikke kan tillade. De to etikker repræsenterer en grundkonflikt i idehistorien.

Pligtetikken kan blandt andet føres tilbage til den tyske filosof Emmanuel Kant (1785), der fremsatte det kategoriske imperativ. Han sagde blandt andet: "Handl sådan, at grundsætningerne for din vilje til enhver tid også skal kunne gælde som princip for en almen lovgivning". Og i en anden sætning: "Handl, således at menneskeheden i din egen person såvel som i enhver anden person aldrig kun behandles som middel, men altid tillige som mål". Kort sagt er det i følge pligtetikken en etisk pligt at sætte det enkelte menneske forrest.

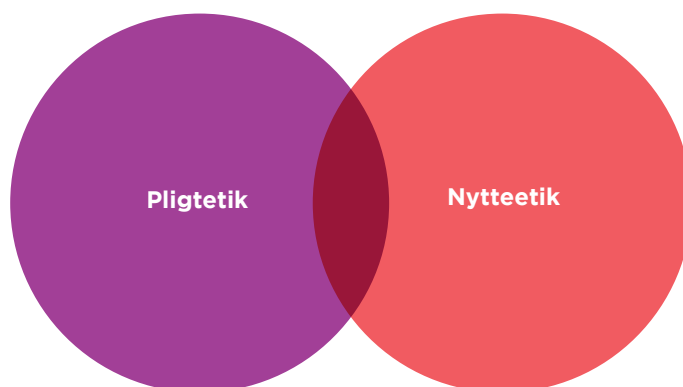
Nytteetikken er ikke nødvendigvis en modsætning til pligtetikken, men har dog sit fokus et helt andet sted, nemlig på hvad, der kommer flest mulige mennesker til gavn. Nytteetikken - eller utilitarismen - kan blandt andet føres tilbage til politiske tænkere som Jeremy Bentham og John Stuart Mill. Den handlede oprindeligt om at sikre glæde og lykke til flest mulige mennesker (Bentham, 1776), men er i nyere former blandt andet fremført som regel-utilitarisme, der betoner, at regler skal etableres for at sikre optimering af fællesskabets lykke i bred forstand.

Sættes de to etikker op over for hinanden, viser de, at der er forskel på at starte med at advokere for individets rettigheder eller kollektivets muligheder for bedre services og livskvalitet. De er imidlertid ikke så gensidigt udelukkende, som de ofte skildres især i debatter omkring branchens adgang til data.

GDPR er et eksempel på, at kravet om bedre informerede og transparente samtykkeerklæringer - dvs. hensynet til individet - kan og bør

opretholdes som delvis forudsætning for, at selskaber kan skabe nytteværdi for flest mulige. Ligeledes kan mere præcis risikovurdering være det mest fair overfor individet, bl.a. fordi prisen for mange vil blive lavere, hvilket også samtidig kan have samfundsnytte (nytteetik), bl.a. fordi person-

lige midler allokeres mere effektivt, og velfærdstabet minimeres. Så mens man ud fra et principielt perspektiv må sige, at der er forskel på, om man starter argumentationen i pligtetikken eller i nytteetikken, så er det ud fra et mere pragmatisk perspektiv muligt at se overlap mellem positionerne.

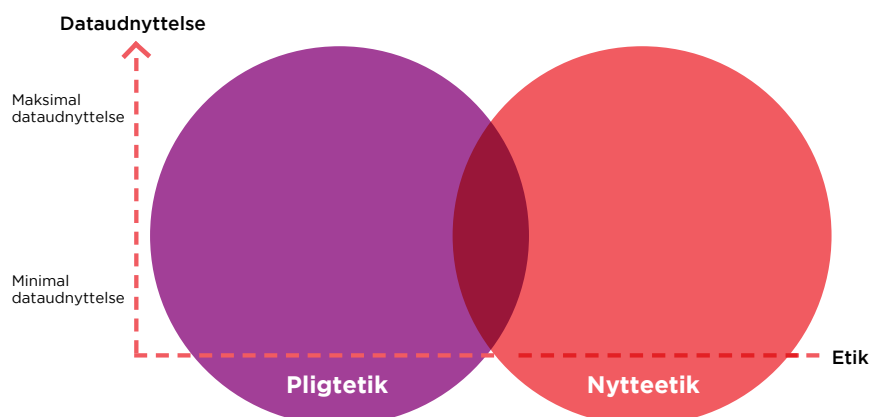


Figur 4: Det mulige overlap mellem pligtetikken og nytteetikken.

“ Man kan sige at respekterer du privatlivet, så er du dataetisk set inden for skiven. Men er det helt sort ift. nytteovervejelser, så er man uden for skiven. Det er den balance, man virkelig skal overveje.”

- Povl Heiberg Gad, ph.d.-stipendiat ved CBS

Dernæst kan man så spørge, om man opnår etisk forsvarlige mål (pligtetiske eller nytteetiske) ved at holde os fra at udnytte data? Eller opnår man etisk forsvarlige mål ved at bruge flere data? De spørgsmål kan også placeres på en akse som vist i figur 5.

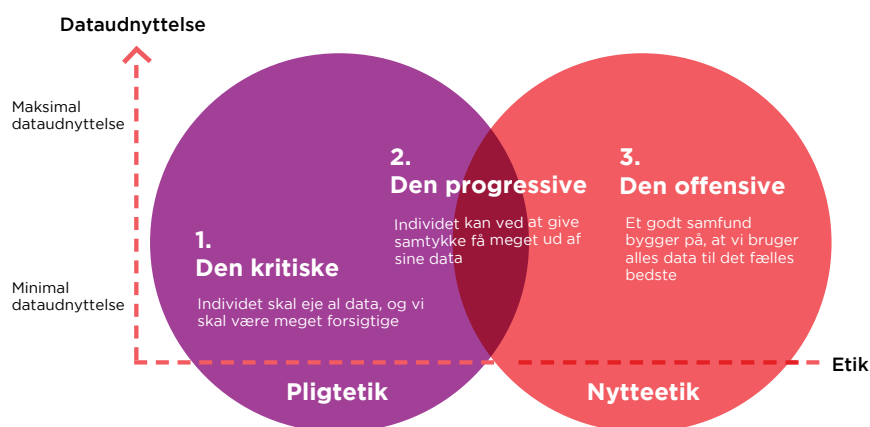


Figur 5: Y-aksen viser hhv. maksimal og minimal dataudnyttelse. Generelt vil der være en tendens til, at jo højere man går op ad data-aksen, desto mere innovation og udvikling vil være påkrævet, fx ift. privacy by design (PbD), datarensning, organisering og kryptering. Flere af disse innovationer er ikke udviklet fuldt, og derfor vokser usikkerheden også tilsvarende, jo højere op ad data-aksen man bevæger sig. Mere dataanvendelse kræver typisk også en noget større indsats ift. at overbevise andre om, at det er godt og forsvarligt. Og der kan være en tendens til, at det, man ikke helt forstår, bliver kategoriseret som værende 'sandsynligvis farligt'.

Skitsering af de tre dataetiske positioner

Svar på de forskellige dataetiske dilemmaer og temaer, der melder sig, kan således gives med

forskellige etiske briller (pligtetik og nytteetik) og tilgang til dataanvendelse (mindre vs. mere data). Det giver sig udslag i 3 grundlæggende dataetiske positioner.



Figur 6 viser de tre dataetiske positioner. Ud fra pligtetik overfor nytteetik og maksimal dataudnyttelse overfor minimal dataudnyttelse tegner der sig tre forskellige udgangspunkter for en dataetik. En pligtetisk og dataminimerende position og to datamaksimerende positioner som adskiller sig fra hinanden, når det kommer til det etiske udgangspunkt.

De tre positioner kan beskrives sådan:

Position 1 - Den kritiske:

Individet skal eje al data, og vi skal være meget forsigtige

Her vil individer og selskaber argumentere for at begrænse dataindsamling og slette data af respekt for individets privatliv.

Position 2 - Den progressive:

Individet kan ved at give samtykke få meget mere ud af at bruge sine data

Her vil individet tage ejerskab over sine data og skabe værdi for sig selv vha. sine data, og selskabet vil understøtte dette for kundens og for egen skyld.

Position 3 - Den offensive:

Et godt samfund bygger på, at vi bruger alles data til det fælles bedste

Her vil selskabet f.eks. ønske, at persondata skal gavne innovation og samfundsnytte. Og det må gå forud for hensynet til, om et datapunkt i sidste ende kan være personhenførbart. Det vigtigste er ikke, at individet tager ejerskab og kan sætte data i spil, men derimod at data gavner flest mulige. Den fælles nytte vil ofte varetages af en samfundsinstitution, f.eks. en forskningsenhed, men kan også varetages af en offentlig regulator eller en privat virksomhed.

Modellen giver altså tre forskellige positioner med forskellige konsekvenser. I det følgende vil vi uddybe disse positioner nærmere.

Position 1 - Den kritiske: Individet skal eje al data, og vi skal være meget forsigtige

I position 1 er man først og fremmest fokuseret på individers privatliv. Her vil individer og selskaber argumentere for at begrænse dataindsamling og slette data af respekt for individets privatliv. Polemisk betragtet anses dataindsamling og -anvendelse som overvågning af individet. Data bør kun i begrænset omfang kunne indsamles, gemmes og bruges. Tilhørende i position 1 ses typisk forbrugerorganisationer og kritiske intellektuelle. Position 1 er nok den mest dominerende i mediebilledet i dag, og har fået særlig medvind efter sager som fx Facebook/Cambridge Analytica. I position 1 vil man særligt fokusere på, at det enkelte individ er et mål i sig selv, og at det aldrig

må blive et middel til at opnå andre mål. Dermed vil det aldrig være acceptabelt at ofre et individs private data - uden aktivt samtykke - til fordel for en given nytte. Om det er et lidt bedre produkt eller viden, der kan redde 100 liv, rokker ikke ved det enkelte individs kontrol over og ret til at begrænse brugen af egen data. I positionen er det således typisk den negative side af data, der er i fokus.

Personlige data handler om privatliv, og det er noget, der skal værnes om. Ord som "overvågningssamfundet", "1984" og "datamisbrug" bliver ofte brugt i denne position. Men grundlæggende handler det også om at sikre individet mod trusler fra de nye tech-monopoler, branchens selskaber med kommercielle interesser eller en stat, der vægter kollektive hensyn højere end individets retssikkerhed.

Forretningsmæssige styrker

- Dagsordensprægende position (efterhånden normen i dansk politik).
- Forsvarer forbrugeren først og fremmest (GDPR).
- Afholder sig helt fra svære diskussioner om adfærdsgulering ift. risici, sikkerhed og diskrimination.

Forretningsmæssige svagheder

- Branchen afskærer sig i et vist omfang fra datadrevet innovation og udvikling og imødekommelse af forbrugerefterspørgsel på produkter baseret på risikoberegning og viden og adfærd, livssituation og behov.
- Forbrugeren kan ligefrem opleve henvendelser fra deres selskab som både 'creepy' og ikke mindst forstyrrende, hvis der er anvendt færre data om fx behov, livssituation og tidligere dialog med selskabet om x, y og z.
- Risiko for at global konkurrence vil ramme det danske forbrugermarked socialt skævt, så kun 'de bedste' får en billig, personaliseret forsikring udefra.

Etiske muligheder

- Fornuftigt standpunkt hvis store tech-virksomheder giver flere skandalesager, eller når GDPR-bøder kommer til offentlighedens kendskab.
- Altid på den helt sikre side ift. diverse dataetiske anbefalinger, fx fra ekspertgruppen om dataetik.
- En risikominimerende position generelt set.

Etiske udfordringer

- Danske selskaber vil miste forretning, efterhånden som udenlandske konkurrenter tager den gode del af markedet (naturlig selektion) med måske ringere etiske standarder, og konsekvensen af pligtetiske principper bliver således udfordret.
- Kunder kan ikke få mere 'fair' personaliserede priser og bedre service, da det kræver udnyttelse af mere data.
- Sikring af individets privatliv via anonymisering eller sletning, afskærer den enkelte borger fra at få del i den værdi, vedkommendes data skaber.
- Forbrugerbeskyttelsen kan være beskyttelse af forsikringssvindleren, hvilket er et både pligtetisk og nytteetisk problem.

Position 1: Eksempel

Hvis forsikringstagerne Anne eller Jens deler mange data med forsikrings- eller pensionsselskabet, er der risiko for, at disse data kan blive brugt imod dem, og der opstår risiko for, at data kan havne i de forkerte hænder. Det bedste for Anne

og Jens vil derfor være, hvis deres data bliver beskyttet frem for alt. Derfor skal de passe på med at benytte nye datamuligheder, og ikke give selskaber adgang til flere data. Flere data bør også anonymiseres, så man kan opnå større sikkerhed og mindske risikoen for misbrug.

Position 2 - Den progressive: Individet kan ved at give samtykke få meget mere ud af at bruge sine data

Position 2 tager udgangspunkt i, at individet ejer data, samt anerkendelsen af, at data er et offentligt, forretningsmæssigt og privat gode (et aktiv), der bør stige i både mængde og kvalitet og anvendes så meget som overhovedet muligt for at kunne skabe de bedste tilbud, services, hjælp osv. til individet. Budskabet er, at man ved hjælp af meget data om individet og alle andre individer kan skabe fordele for alle, men først og fremmest for individet selv. Hvis position 1 handler om at italesætte det, der sker, og som ikke bør ske, så handler position 2 i langt højere grad om at italesætte det, der bør ske, men som ikke er sket endnu⁴. Data ses som et aktiv og som grundlag for innovation og forretning. Ikke kun fordi det skaber forretningsmæssige fordele, men også fordi mere data også kan føre til mere fair priser.

“Through more control with your own personal data, this will also eventually determine how much you want to participate in the ever-growing digital economy as you get to control how private you do or don't want to be. If there are economic incentives to share data, we will see both economic participation increase in addition to new, more robust sources of data to better quantify and manage risk.”

- Steven Schwartz, Managing Director, CEO Quest

Denne position sætter individet i centrum som 'datasubjekt' og ansporer det til at anvende og dele personlige data. I dag er sikkerhed og kryptering af data og solide mekanismer for opbevaring og sikring af personlige data ikke i top. GDPR vil på sigt hjælpe med at sikre dette, ligesom teknologiudviklingen og kundekrav også vil skubbe på. Ud fra position 2 ser vi derfor fremad og fremhæver potentialerne, og at teknologien snart vil kunne sikre meget stor sikkerhed ift. indsamling og opbevaring af individets personlige data.

Kunder vil i stigende grad efterspørge og forlange at få kontrol over sine data. Individet kan så sætte sine data i spil i økonomien via transaktioner, hvor eksempelvis et selskab anmoder om at få nogle specifikke, personlige data, som det vil bruge til x, y og z, men ikke æ, ø og å. I stedet for compliance-samtykker via e-mail handler det om at sætte

individet i centrum, og hvad han eller hun vil få ud af en transparent dataanvendelse.

I position 2 handler det om at maksimere værdien og udnyttelsen af data - men aldrig på bekostning af individet - og dermed forsøger positionen at forene privacy og nyttemaksimen ved at opløse modsætningen mellem de to poler og sidestille dem. Ambitionen er altså at slå bro mellem pligtetik og nytteetik, hvilket selvsagt ikke er uden dilemmaer. Som position er svaret altid først og sidst, at individets pligt (og individets nytte) kommer først.

“If you leave the internet as it is without the seatbelt - the safety devices - then it is a question of either-or. Either you share data and get monitored or you have privacy. We try to remove the 'or' and replace it with an 'and'. You can share 'and' have privacy and security. The change that needs to be done is that we have to change the location or source of data being used. Today the companies hold, trade and use our data around us and it's actually not very efficient nor permissioned. The one entity that could potentially know all the facts about the individual is the individual itself, and that should be our starting point.”

- Julian Ranger, Chairman & Founder, Digi.me

Position 2 fordrer derfor også en læsning af GDPRs artikel 20 om dataportabilitet, som en unik mulighed for at give individet kontrol over sine data, og mulighed for at dele flere data på tværs af organisationer, der må konkurrere på værditilbud, sikkerhed og transparens omkring brug af visse af individets personlige data⁵.

Forretningsmæssige styrker

- Bedre databaseret prissætning, kundeservice og rådgivning.
- Privacy by design som innovation og kilde til værdiskabelse.
- Fokus på både forbruger- og forretningshensyn (GDPR).
- Muliggør yderligere minimering af påvirkelige risici og dermed absolut reduktion i udbetalinger.
- Positionen gør det muligt at være konkurrencedygtig ift. omverdenen.
- Muliggør udvikling af forbrugerværktøjer, der kan tilskynde, at flere data kommer i spil til gavn for den enkelte og selskaber.

Etiske muligheder

- Compliant med dataetiske anbefalinger og ånden i GDPR.
- Værdi kan potentielt spores tilbage til den enkelte og muliggøre en mere ligeværdig win-win værdi-relation mellem forbruger og selskab.
- Mere præcis prissætning muliggør langt mere fairness i forsikringspuljerne.

Forretningsmæssige svagheder

- Positionen forudsætter flere infrastrukturelle elementer som transparens, høj datasikkerhed og en dannet digital forbruger, hvilket endnu kan være på et 'utopisk' stadie.
- Positionen er i høj grad forpligtende ift. særligt data-portabilitet, som igen kan være svært at sikre i praksis.
- Datakvalitet er vigtig, men vanskelig at sikre.
- Mere data giver opbevaringsudfordringer.

Etiske udfordringer

- Yderligere personalisering ift. pris kan føre til "diskrimination".
- Der skal være frit valg i form af et realistisk alternativ, hvis mere dataanvendelse ifm. navnlig. prissætning skal være etisk forsvarligt.
- Positionen vil afkræve løsninger til de svageste (pligtetisk fordring) og en stillingtagen ift. branchen ansvar ift. økonomiske og sociale uligheder.
- "Mere data" opfattes af mange pr. automatik af mange som "farligt".
- Problemet omkring pseudo-samtykker bliver en stor udfordring.
- Digital dannelse vil være en yderligere nødvendig forpligtelse for at få de digitalt mindre kyndige borgere med og sikre, at de fordelagtige og ofte nødvendige data ifm. en sag bliver delt.

Position 2: Eksempel

Ser vi igen på Anne og Jens, så bør de have mulighed for at udnytte de mange muligheder, som deres data giver dem. Så kan Jens nemlig få hjælp til sine stress- og rygproblemer, hvis han ønsker den mulighed, og Anne kan få hjælp til at forebygge vand i kælderens, hvis hun ønsker det. De kan også få en mere præcis pris og en mere skræddersyet service, hvis de selv ønsker det. Og deling af data understøtter samtidig forskning og innovation, og derfor kan position 2 potentielt bygge bro mellem pligtetikken og nytteetikken. Anne og Jens skal selv have kontrol over deres data, så de selv kan afgøre, hvilke data de vil dele og med hvem.

#dataetik

Den progressive position 2 til debat på Forsikring & Pensions årsmøde 2018

Den progressive position 2, som havde bred opbakning på Forsikring & Pensions årsmøde, blev debatteret grundigt. Den centrale bekymring omkring, hvorvidt "frivillig" datadeling indirekte kunne risikere blive til tvungen datadeling kom på dagsordenen.

#data
etik



På billedet ses direktør i Forbrugerrådet Tænk, Anette Christoffersen, og direktør i PensionDanmark, Torben Möger Petersen, i debat om forbrugerbeskyttelse, privatliv og velfærd.

“ For os er det vigtigt, at alle fortsat har mulighed for at få en forsikring på rimelige vilkår. Og derfor må det heller ikke blive sådan, at det bliver så proportionalt meget mere fordelagtigt at have en forsikring, der er baseret på datamåling

frem for en forsikring, der er baseret på nedskrevne forsikringsvilkår.”

- Anette Christoffersen, direktør, Forbrugerrådet Tænk

Position 3 - Den offensive: Et godt samfund bygger på, at vi bruger alles data til det fælles bedste

I position 3 anlægger vi til forskel fra i position 1 og 2 det brede samfundsmæssige perspektiv på værdien af data. Fokus er på, hvordan data - hvis de sammenkøres, aggregeres og analyseres - kan give os alle bedre livskvalitet. Data ses som et værdifuldt aktiv, som skal håndteres af fælles (offentlige) institutioner for at sikre størst mulige nytte for flest mulige mennesker. Derfor skal Danmark være foregangsland, og vi skal udnytte vores stærke tillid i samfundet til at høste værdien af dataanvendelse.

Konsekvenserne for de mange bør veje tungere end de potentielle negative risici for de få. Da vi ikke altid ved, hvad der giver mest værdi for flest i den nærmeste fremtid. Fx ift. anvendelse af velfærdsdata (borgerdata om fx sundhed), bør man principielt også kunne samle data ind og opbevare - med tilladelser - mhp. fremadrettet at kunne løse de brede samfundsmæssige problemer, vi ikke kender endnu. Position 3 ligger dermed i et grundlæggende dilemma mellem på den ene side at kunne udnytte den høje grad af tillid, vi har i den danske velfærdsmodel, mens den samme tillid på den anden side kan blive reduceret, hvis man generelt som branche indsamler ”for meget” data.

“Langt de fleste folk har det egentlig okay med at dele deres sundhedsdata. Men jeg tror, at risikoen for de få bliver tegnet for stort op relativt til værdien for de mange. Og her er historien om misbrug bare nemmere at formidle end historien om de mange, gode effekter for individet, virksomheden og samfundet.”

- Claus Rehfeld, entreprenør og ph.d.

De potentielle samfundsgavnige effekter i form af lavere sundhedsudgifter og sygedagpenge er betydelige, hvis medlemmerne vel at mærke ønsker at anvende deres data på denne måde.

“Den største barriere i den digitale verden, hvor vi udnytter data til, at alle får mere værdi er, hvis der kommer mange skandalesager med store virksomheder eller stater, som misbruger data. Så går det ud over os alle sammen, og omstillingen vil da gå meget langsommere, og måske endda tilbage i en periode.”

- Sam Kondo Steffensen, programleder, DTU Business

Forretningsmæssige styrker

- Innovation og fremdrift er i højsædet
- Data kan anvendes til at skabe mere fair forsikringsprodukter.
- Muliggør yderligere minimering af risici, der kan påvirkes og dermed færre udbetalinger.
- Mere konkurrencekraft og eksport bl.a. på basis af gode danske offentlige data.
- Forebyggelse og bekæmpelse af svindel.

Forretningsmæssige svagheder

- Ikke fokus på den enkelte forbruger først og fremmest.
- Ligger på grænsen ift. samfundsnormer og forbrugerforventninger.
- Hvis man er 'en del af noget større' kan selskaberne miste autonomi.

Etiske muligheder

- Flere særlige adgange eller opt-out baserede adgange til borgenes data muliggør, at data kan anvendes i stor stil og til gavn for mange i form af især forebyggelse.
- Bekæmpelse af svindel både i branchen og i den offentlige sektor er en etisk fordring og kan bekæmpes bedst med mange data, både historiske og real tid.
- Selskaber kan i højere grad varetage datasamkøring, som indlysende er i borgerens interesse, baseret på opt-out ("hvis vi ikke inden 14 dage hører fra dig, så...") og hjælpe de mindre digitalt parate og/eller ressource-svage borgere, og give dem de bedst mulige vilkår ift. pensionen, forsikringen og servicetilbud.

Etiske udfordringer

- Ikke compliant med alle dataetiske anbefalinger, der ellers findes.
- Tæt på tvungen datadeling kan skabe mistillid og dermed erodere fundamentet (tilliden) for den etiske position.
- "Mere data" opfattes af mange pr. automatik af mange som "farligt".
- Selskaber påtager sig et større moralsk ansvar, hvis datadeling er opt-out-baseret i "borgens interesse".

Position 3: Eksempel

Jens bør dele sine sundhedsdata, så branchen kan finde nye mønstre, og flere kan undgå stress og rygsmærter. Og Anne bør dele sine data fra huset og bilen, så branchen kan forudse og forhindre alt fra oversvømmelser til bilulykker. Valget om at dele data bør ikke i samme grad være op til Anne og Jens. For at selskaber eksempelvis bedre kan

bekæmpe sygdomme, bør de til gavn for fællesskabet faktisk dele nogle af de data, de måske ikke selv kan se fordelene ved at dele, eller som de gerne ville have holdt for sig selv. Det kan man gøre vha. særlige behandlingshjemler eller opt-out baseret datadeling, som kan være en fordel for de borgere, som er mindre digitalt parate, er mindre selvhjulpne og har brug for ekstra støtte.



På billedet ses direktør i PensionDanmark, Torben Möger Petersen, i debat, om hvordan man bedst sikrer borgerens privatliv og velfærd, når det kommer til data. Forsikring & Pensions årsmøde 2018

Den offensive position 3 til debat på Forsikring & Pensions årsmøde 2018

Også den offensive dataetiske position, som havde opbakning fra hver femte deltager i salen, blev diskuteret i debatten mellem bl.a. direktør i PensionDanmark, Torben Möger Petersen, og direktør i Forbrugerrådet Tænk, Anette Christoffersen:

“Der er situationer hvor - hvis det indlysende er i borgerens interesse at man samkører data - så synes jeg, at man i højere grad end i dag skal kunne praktisere passivt samtykke, hvor vi skriver til folk og siger: 'Hvis du ikke siger nej tak, så vil vi om 14 dage gøre det her med dine data...'. I og med at alle ikke er digitaliserede, så har vi også en udfordring med at hjælpe de borgere, der ikke er så digitalt parat, som flertallet er. Og det er her, at vi har en forpligtigelse til - ved at anvende data om deres situation - at give dem den bedst mulige pension eller service.”
- Torben Möger Petersen, direktør, PensionDanmark

“Det synes jeg er ganske udmærket - jeg tror bare ikke, løsningen er at tage opgaven fra dem. Vi står med en digital dannelsesopgave, hvor vi må arbejde for, at digitalisering skal på skole-skemaet for os alle sammen. Nogle er længere fremme end andre, men at overtage opgaven for nogle borgere - medmindre de er i en helt ekstremt udsat situation, og det er der trods alt ikke så mange, der er - og så få dem til at melde fra via et frameldingssamtykke, dét er ikke nogen ordentlig løsning.”

- Anette Christoffersen, direktør, Forbrugerrådet Tænk

Hensynet til de svageste var således et gennemgående, vigtigt tema, og det blev tydeligt, at man har forskellige svar på samme etiske problemstilling, alt efter hvilken dataetisk position man taler ud fra.

Eksempler på de nye udfordringer. Tre case-beskrivelser på data- anvendelse og etiske implikationer

I det følgende præsenterer vi tre cases, der viser, hvordan høj grad af dataanvendelse skaber nye muligheder – og samtidig rejser nye etiske spørgsmål. Casene er udvalgt for at tydeliggøre dilemmaerne, der følger af generelt mere dataanvendende dataetiske positioner. Casene er fra insurtech-branchen, som består af en lang række forskellige virksomheder, der typisk excellerer i en eller flere dele af værdikæden – fra marketing og onboarding, over indtægning, rådgivning til endelig sagsbehandling og udbetaling.

Vi har valgt disse eksempler, fordi de repræsenterer et billede af dataanvendelse ifm. forsikring, som i et vist omfang i dag er 'ekstreme', men ikke urealistiske: For virksomhederne eksisterer og er solide forretninger. De tre cases repræsenterer også nogle 'etiske ekstremer' ift. fx fairness over for den enkelte eller den samlede nytteværdi. Vi præsenterer casene for at nuancere diskussionen, og for at bidrage med etiske og teknologiske perspektiver.

Case 1:

Fordele og ulemper ved personaliserede services.

De dataetiske grundtemaer handler om konsekvenserne af de nye muligheder for endnu mere præcis personalisering af kunder og deres risikoprofil, samt fordele og ulemper ved incitamenter til datadeling. Egenkontrol over data er ligeledes et dataetisk tema ifm. personalisering.

Case 2:

Fordele og ulemper ved svindelsbekæmpelse.

De dataetiske grundtemaer handler om problematikker relateret til afgivelse af falske data, og dermed incitamentet til at afgive ukorrekte henholdsvis korrekte data.

Case 3:

Fordele og ulemper ved udvidelse af værdikæden.

De dataetiske grundtemaer handler om borgeres bekymringer for datasikkerhed, og ikke mindst fordele og ulemper ved adfærdsregulering baseret på datadeling. Casen illustrerer også, hvordan egenkontrol over data er et essentielt dataetisk grundtema.

Case 1: Jon Cooper om Life.io: Fordele og ulemper ved personaliserede services

Denne case fokuserer på mulighederne for personalisering ift. kunderejsen, markedsføring, kundeoplevelsen og -interaktionen og ikke mindst prissætningen. Casen viser dermed også dilemmaerne omkring forretningssucces og dataudnyttelse og rejser etiske spørgsmål, om hvem, hvordan og hvorfor man vil forsikre og ikke forsikre – eller i hvert fald kun til en meget høj pris. Ligeledes vil etiske spørgsmål om solidaritet og ansvar knyttet til mikrotarifering og forretningsmodeller, der baserer sig på mere og mere data om kunderne, blive udkrystalliseret. Casen viser også de etiske implikationer ift. skabelsen af A- og B-hold i samfundet.

Life.io er en insurtech-virksomhed, som blev grundlagt i 2012 i Philadelphia. Virksomheden beskæftiger i alt 10 medarbejdere. Life.io er en platform, der hjælper forsikringsvirksomheder inden for både skade, sundhed og liv med at opnå bedre kundeengagement gennem en kundecentrisk tilgang til kunderejsen. Platformen tilbyder forsikringskunder redskaber til at tracke deres sundhed, sætte mål og opnå belønninger for bedre livsførelse. Samtidig får Life.io ikke mindst bedre data på selskabernes kunder, som kan bruges til at identificere nye salgs- og servicemuligheder, reducere omkostninger og opnå bedre kundeloyalitet.

“ We focus on engaging people – building a relationship with the customer. The bi-product of that is very rich data. So first and foremost, our mission is to help individuals get more out of their insurance product. So through our platform,

the carrier can engage the policy holder, set goals around their health, finances, life events and track their progress, give rewards and so on.”

– Jon Cooper, Co-founder & CEO, Life.io

#data
etik



Co-founder og CEO i Life.io Jon Cooper på Forsikring & Pensions årsmøde d. 15. november 2018.

Forretningsmodellen bygger på data fra interaktioner med den online platform samt sundhedsdata, finansielle data, livsstil, psykografiske data som værdier og interesser samt livsbegivenheder. Data indsamles fra kilder såsom Fitbitt, Iwatch, bankkonti, lægejournaler mv. samt teknologi og kunstig intelligens i form af algoritmer, der identificerer kunders sandsynlighed for nyt køb eller merkøb. Maskinanalysen er baseret på den store mængde data fra samtlige kunder, der minder om hinanden. Life.io er således et eksempel på, hvordan marketing-modellerne fra tech-giganterne (fx Amazon) bliver kopieret i forsikrings- og pensionsbranchen.

“ We help carriers to do the same thing as Netflix and Amazon are doing. When they are recommending a product, it's not based on my previous behavior but on other people similar to me and what they do. And it's important that carriers are equipped to do the same thing because it's not such an insulated market anymore. Amazon is moving into the insurance industry and data is a key asset in the insurance industry.”

– Jon Cooper, Co-founder & CEO, Life.io

Forretningsmodellen er i høj grad baseret på kundeforholdet og kundens vilje til at dele dette med platformen. Og når der er tale om følsomme data, bliver det en opgave at forklare kunden, hvorfor han eller hun bør dele det, og hvilken værdi det giver den enkelte at dele data.

“ At the end of the day, we're gathering a lot of data to benefit customers and carriers. But a lot of this data is sensitive health data and financial data – and we have to focus heavily on the consumer design element and value exchange in order to make this whole thing work.”

– Jon Cooper, Co-founder & CEO, Life.io

Og her rejser sig naturligvis spørgsmålet om transaktioner og dataudveksling mod eksempelvis økonomisk værdi, som er incitamenter til transaktioner, der kan ramme socialt skævt, fordi dem med mindre indkomst vil være mere tilskyndet til at afgive data for penge end dem med højere indkomster. Økonomiske incitamenter kan også påvirke dømmekraften hos den enkelte, og få vedkommende til at træffe beslutninger, der på lang sigt er irrationelle, men rationelle på kort sigt. På den anden side kan man også betragte data som et aktiv, alle ejer. Hvorfor incitamenter til datadeling ikke nødvendigvis vil ændre på den ulighed, der allerede eksisterer.

“ I think GDPR is great. Consumers need to understand how their data is being used. But I don't think it will change behavior. As a consumer, the cheapest form of currency that I can use is my data and if you'll give me something in exchange of that 'go ahead'. And I think it's important to have a robust regulatory landscape in place so that this can't be misused.”

– Jon Cooper, Co-founder & CEO, Life.io

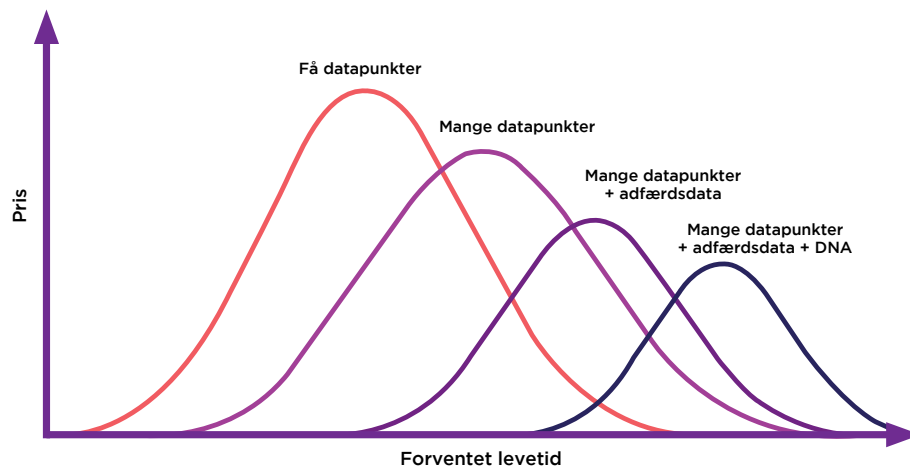
Hvordan forholder vi os til spørgsmål om fairness og solidaritet?

Casen omkring Life.io illustrerer mulighederne ved dataanvendelse og personalisering ift. kundeengagement, og rejser samtidig spørgsmålet om, hvor langt ned af personaliseringssporet man kan og bør gå ift. forsikring, og hvordan to fundamentale principper inden for forsikring – fairness og solidaritet – bliver aktualiseret af de nye dataanvendelsesmuligheder. Data kan nemlig i et vist omfang modvirke diskrimination, som hører under ”personalisering”, som er det grundlæggende dataetiske tema i denne case.

Personalisering er skridtet videre efter segmentering. Og yderligere personalisering kan bryde de statistiske modeller, der grupperer folk i bestemte risikogrupper. Flere datapunkter vil kunne afgøre, om man i virkeligheden passer i en given segmentering, eller måske snarere bedre passer i en anden gruppe. Øget dataanvendelse kan således langt hen ad vejen give meget præcise og dermed mere fair risikovurderinger, og mere eksakte kategorier og præmiefastsættelser, vel at mærke inden for det traditionelle forsikringsparadigme med risikopuljer. Og sidstnævnte har også en potentielt stabiliserende effekt ift. de meget store datasæt, som trods alt stadig ikke vil være helt præcise⁶.

Man kunne argumentere for, at så snart man har valgt at tarifiere på nogle datapunkter og prissætter ud fra individuelle data, så har man som aktuar et ansvar for at gøre dette så præcist som muligt. Hvis flere datapunkter kan være med til at afgøre, om en forsikringstager skal betale mindre, er det så fair at insistere på, at hun skal betale mere, fordi man har en bestemt grænse for dataindsamling? Og omvendt: Hvis flere data viser, at forsikringstageren faktisk slipper for billigt, end han 'objektivt set' burde, er det så fair for de andre forsikringstagere i puljen, at de skal betale for hans risici?

Med mange data vil man i sidste ende teoretisk set kunne lave individualiseret forsikring, hvor forsikringsselskabet ved så meget om forsikringstageren, at hans eller hendes risiko er helt præcist beregnet.



Figur 7 viser normalfordelingen i forsikringspuljer, som bliver mere og mere præcist beregnet, jo længere vi kommer ud af x-aksen (forventet levetid). Mængden af folk, der lever lang tid, men uretmæssigt betaler det samme som dem, der lever kortere og mere risikable liv, bliver mindre, jo flere data der anvendes. Mængden af uretfærdige relationer mellem forsikringstagere i puljerne bliver så at sige mindre, jo flere data der anvendes ifm. indtægning. (Bemærk: DNA-data må i dag ikke anvendes ifm. forsikring, og branchen ønsker heller ikke at anvende DNA i forsikrings- eller pensionssager. Det er medtaget i figuren for at illustrere pointen omkring progressionen fra få 'overfladiske' datapunkter til flere og mere nærgående datapunkter).

“If you take someone who is in his forties, has diabetes and hypertension, he'll pay the highest premium based on mortality tables. But if you take it to the next layer and really analyze that data and combine it with lifestyle data, there is a group in there that should be super preferred. They have the same mortality risk and life expectation as the usual super preferred risks because they manage their diabetes, take care of their health, take their medicine etc. That level of precision doesn't exist today with the way insurers manages risk – but more data will help insurers make much more personalized insurance. It can never be individualized because that destroys the whole purpose of pooling risk, but breaking it down further than we do today makes a lot of sense in this scenario.”

– Jon Cooper, Co-founder & CEO, Life.io

Den individualistiske forsikringsmodel puljer ikke risiko, men prissætter i stedet risiko præcist. I det scenarie vil solidaritetsprincippet i forsikring være udfordret. Mange forbinder solidaritetsprincippet i forsikring med den systematiske omfordeling, som vi gennem velfærdssamfundet og skattesystemet har bygget op i her i Danmark. Hvis branchen imidlertid ikke allerede brugte data til at personalisere prisen på forsikring, ville der opstå en etisk problemstilling, ift. om det fx er fair at lade læreren med tre børn betale for den person, der har valgt at dedikere sit liv til kampsport. Det ville også rejse problematikken omkring moralsk hasard, hvor individer kan vælge at gøre ufornuftige ting på bekostning af andre, såsom at bygge et nyt hus i vandkanten. Og når man i stedet for at betragte solidaritet i forsikring som den omfordeling, der sker fra dem, der ikke har ulykker, til dem der har ulykker, så er personalisering og solidaritet ikke to gensidigt udelukkende størrelser.

Personaliserede ydelser vil naturligt blive nuanceret ift. datasensitivitet, fx ting- og personskader

Man kan forestille sig en verden, hvor mange vil dele flere data, som bliver mere og mere tilgængelige bl.a. pga. væksten i IoT, mens andre vil holde sig fra det. I det tilfælde vil vi se et forsikringsmarked, der ligner det, vi har i dag, men med flere fininddelinger mellem høj- og lavrisikogrupper. Nogle vil have større incitament til at dele data end andre, og derfor vil man formentlig se dette scenarie udfolde sig først der, hvor der er en betydelig besparelse at hente. Inden for tingskade er det pt. gamle huse (med gamle vandrør) og unge bilister.

“Today, there are people who accept paying a higher premium in exchange for having to share less data. Because they know they're high risk or because having to share data is perceived as inconvenient. And then there are people who are willing to share more data because they are curious and want to have that level of precision. I think this trend will continue but with the spectrum getting broader, enabling me to eventually go down to the epigenetic level perhaps and find the 'super-duper preferred risk group' consisting of people who are actually willing to share that kind of data. And as you go further upstream and people are willing to share less data, they're going to be pooled in larger higher risk groups. So, it will be the same market as exists today, but the number of tiers in there will just be far greater if you ask me.”

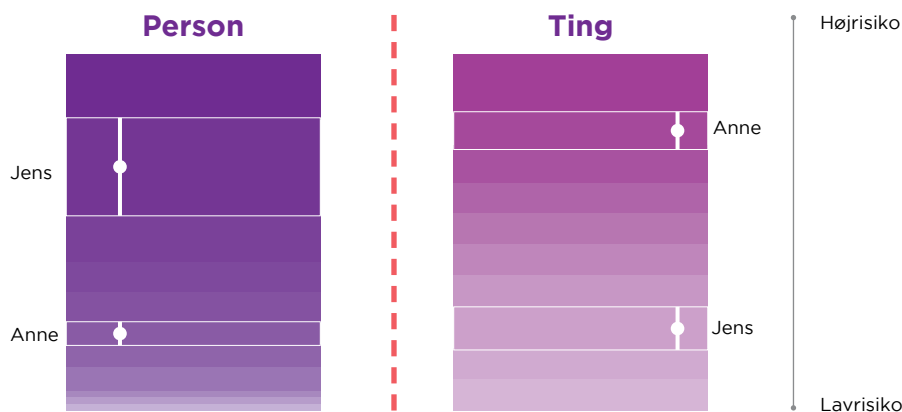
– Jon Cooper, Co-founder & CEO, Life.io

Vi ser allerede i dag, at yderligere dataindsamling via eksempelvis IoT og sensorer ifm. tarifiering og prissætning sker på tingskade-området, hvor data ikke er personhenførbare og dermed mindre følsomme. Den slags dataindsamling ift. brand- og vandskader (og navnlig forebyggelse heraf), som driver en markant del af skadesudgifterne, vil derfor i højere grad blive alment tilgængelige. Til gengæld vil dynamiske adfærdsdata ift. personadfærd – i modsætning til statiske data som alder, adresse, uddannelse mv. – give udslag i en markedsdifferentiering, hvor lavrisikogrupperne vil dele flere data og blive tariferet meget præcist, mens dem med højere risiko vil dele færre data og ende i større puljer. Her spiller ”egenkontrol over data”, og muligheden for at dele flere af sine data med forsikrings- eller pensionsselskabet – eller

lade være med at dele flere data – en central rolle for markedsudviklingen. Dermed bliver egenkontrol over data et vigtigt dataetisk tema ifm. data til risikoberegning og mere personaliseret pris og services.

For at eksemplificere dette kan man se på et teoretisk eksempel med forsikringstagerne Anne og Jens. Anne har en længerevarende uddannelse og lever forholdsvist fornuftigt i modsætning til Jens, som har nogle skavanker. Anne vil have en større tilskyndelse til at dele data end Jens, og derfor kan der pga. frit valg opstå den forskel på Anne og Jens, at Annes risiko bliver mere præcist beregnet end Jens', fordi hun ønsker at dele flere data. Forsikringsselskabet kan bedre udregne og forstå Annes risiko, som er lav, og derfor bliver hun mere præcist beregnet i den lave ende af risikoskalaen, som også afspejler den pris – illustreret som prisbånd – henholdsvis Anne og Jens vil skulle betale for forsikringen. Og fordi Jens deler færre data og ikke bliver tvunget til at dele de samme data, som Anne frivilligt har delt, bliver han puljet i en større højrisikogruppe, hvor der vil være flere personer med relativt lav risiko, som – jf. forrige figur 7 – i princippet uretmæssigt betaler for højrisikopersonerne, som betaler det samme, selvom de har en højere risiko. Både Anne og Jens har sensorer i deres hus, dels fordi det ikke er følsomme persondata, dels fordi begge har gavn af, at skader kan forebygges. Annes hus ligger tættere på vandet, og risikoen for vand i kælderen er større end for Jens, der bor længere inde i landet. I det scenarie vil forsikringsprisen være lige præcist beregnet for begge huse, og vi ved, hvorfor Anne skal betale mere end Jens.

PERSONALISEREDE YDELSER VIL NATURLIGT BLIVE NUANCERET
IFT. DATASENSITIVITET, FX TING- OG PERSONSKADER



Figur 8 beskriver to teoretiske scenarier med dataetiske implikationer. Både i venstre og højre scenarie har øget dataanvendelse skabt en større forskel mellem to forskellige forsikringstagere, eksemplificeret ved "Anne" og "Jens". I princippet vil der kunne opstå et A-hold og et B-hold begge steder, men det vil være mere følsomt på personområdet til venstre. I begge tilfælde vil det oftest være i både forsikringstager og selskabets interesse, at flest mulige på 'B-holdet' motiveres til at forbedre deres risikoprofil mhp. at få en billigere forsikring. De horisontale streger i begge kolonner illustrerer på samme tid risikopuljer og prisbånd, hvor alle personer i en given risikopulje betaler det samme, uanset om de ligger i den høje eller lave ende inden for puljen.

Data vil altså kunne frembringe en personalisering, der vil ændre på de segmenteringer / profileringer, vi ser i dag, og alt andet lige øge differentieringen på personområdet og muliggøre opkomsten af et A- og B-hold. Og her rejser der sig etiske spørgsmål ift., hvilke solidariske løsninger branchen (i samarbejde med velfærdssamfundet) kan udvikle til disse grupper, man via flere data kan se er svære at forsikre. Der vil være en moralsk forpligtelse til som samfund eller branche at udvikle løsninger til de sårbare grupper, som bliver svære at forsikre.

“Når det kommer til mikrotarifiering, så er der kunder, der vil få enormt høje præmier, hvilket antageligvis nok vil ramme socialt skævt. Her kan staten gå ind og hjælpe, men det har konsekvenser: Vi får en marginaliseret gruppe, en stigmatiseret gruppe og ikke mindst en gruppe, der nok vil få en relativ dårligere løsning end dem, der bliver serviceret af forsikringsselskabet, fordi statens tilbud som regel er relativt ringere.”

- Thomas Ploug, professor ved AAU, ph.d. og tidligere medlem af Det Etske Råd

Blandt selskaber i branchen, og eksperter inden for etik og dataanvendelse i den internationale InsurTech-branchen, er der bred enighed om, at øget personalisering er fordelagtig, men at der er en grænse for personaliseringen, som går ved den totale individualiserede risikovurdering. Der er dog ikke fælles enighed om, hvilke løsninger man som branche, samfund eller stat bør tilbyde de mennesker, som har meget høj risiko⁷. Det kan være branchemæssige løsninger, statslige løsninger såsom obligatoriske fælles ordninger a la stormflodsbidrag, naturskadepuljer eller semi-frivillige gruppefællesskaber, som er kendetegnende for den danske model. Fx solidariske fællesskaber som de gruppelivsforsikringer, der ofte er knyttet til en arbejdsmarkedspension.

Er det frie valg om datadeling en illusion?

Det frie valg er bestemt en vigtig ingrediens, når det handler om at anvende data til at risikoberegne og prissætte personer. Informeret samtykke er en nøgle for forsikrings- og pensionsbranchen, men det forudsætter transparens om, hvad det er, den enkelte sig ja eller nej til. Og hvis alternativet er tilpas ringe, vil det frie valg om at dele data være en illusion. Derfor skal alternativet til deling af flere følsomme persondata ikke være diskriminerende eller sætte den enkeltes interesser over styr.

Casen illustrerer dermed også, hvordan de mange nye muligheder og udfordringer, data giver, kræver at branchen i langt højere grad end hidtil kan blive nødt til at forklare de etiske værdiskabende fordele til omverdenen på tværs af stakeholdere, og diskutere de konsekvenser som data og teknologi kan bidrage til at afhjælpe. Brug af mere data ifm. prissætning af risici kan resultere i to scenarier, der ikke udelukker hinanden:

- For det første kan mere data til brug for mere fair prissætning resultere i, at flere skal betale mindre, fordi de værste risici er blevet smallere segmenteret og yderligere isoleret. Hvis disse højrisiko-grupper kan ændre deres risici vha. eksempelvis adfærdsregulerende initiativer, kan dette være værdiskabende både for dem selv og samfundet som helhed (mere om dette under case 3). Her er der altså tale om en absolut reduktion i priser, fordi risici samlet set er blevet lavere.
- Det andet scenarie er, at der vil være en lille gruppe, som ikke kan ændre adfærd, eller som eksempelvis bor på en gammel mosegrund, hvor risikoen for vand i stuen er stor. Den konkrete problematik eksisterer ifm. "røde huse", som løbende bliver ikke-forsikringsbare, efterhånden som vandskader ifm. oversvømmelser sker systematisk år efter år. Her er viden om, hvor disse risikogrupper befinder sig, og hvem de er, værdifuld. For så skal andre samfunds-institutioner måske udvikle og tilbyde løsninger, som fællesskabet i en eller anden form løfter. Fx ved at kommunen opkøber de røde huse og nedriver de mest udsatte huse, hvorefter områdets drænes mhp. at forebygge vandskader hos de resterende.

“ *What I'm telling regulators is that if someone is able to isolate the worst risks that is a good thing. Because if it is something that can be changed – like driving behavior or lifestyle etc. – insurers will try and create specific products for these bad risk people. It sort of gives the sector incentive to change behavior that can be changed. And then there are things that can't be changed nor controlled by the customers. And here I think we will have very small clusters that society then can decide what to do with, and e.g. give the 0,5% of people who are inherently bad drivers the money to take a cab instead.”*

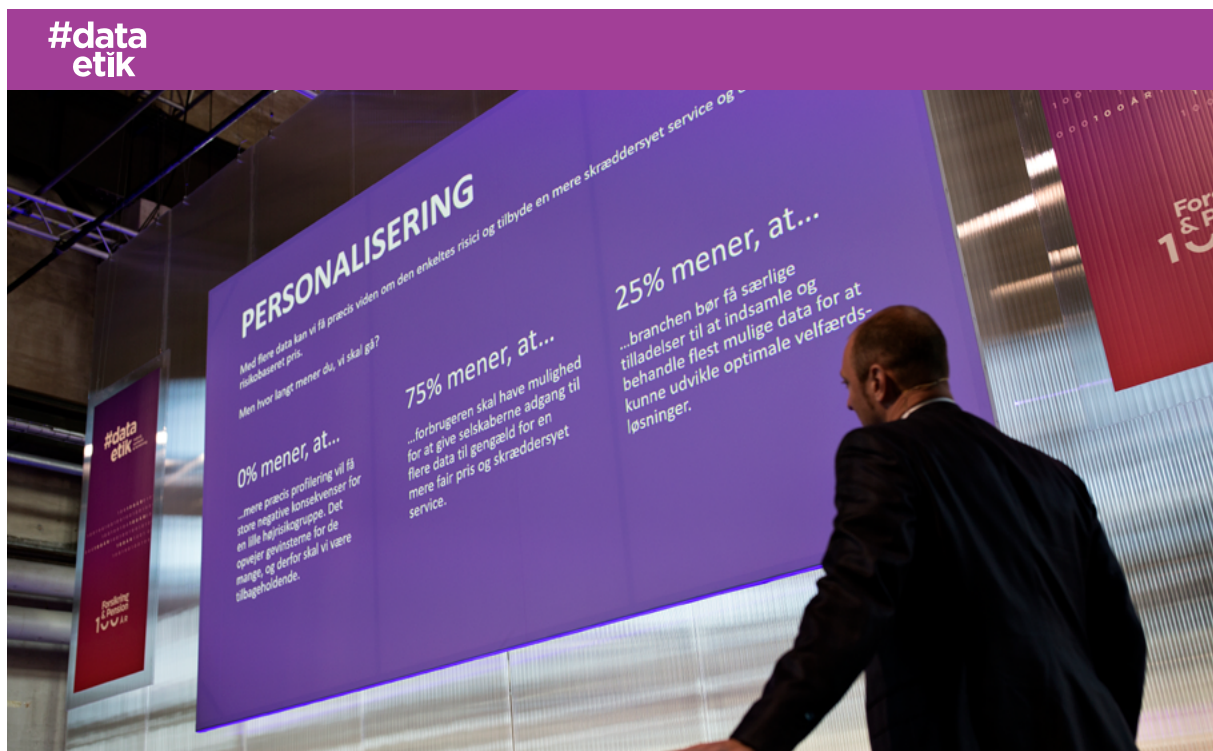
- Matteo Carbone, Director of the IoT Insurance Observatory (previously Connected Insurance Observatory), Global InsurTech Thought Leader & Investor

Personalisering set ud fra de tre dataetiske positioner

I position 1 vil man mene, at konsekvensen af at anvende data er for høj ift. de få potentielt ikke-forsikringsbare, og det opvejes ikke af fairness-fordelene for de mange. Man vil heller ikke kunne acceptere den potentielle forskelsbehandling, der vil ligge i filosofien 'del data eller få et ringere produkt'. I både position 2 og 3 er man derimod enig om, at mere data skaber store fordele for den enkelte og fællesskabet. I position 2 vil man skabe mulighed for, at den enkelte kan dele så mange data, som han eller hun ønsker mhp. at blive så præcist beregnet som muligt. Det er fair for den enkelte. Men forudsætter et reelt alternativt for, at det er et valg individet frit kan træffe. I position 3 derimod vil man søge behandlings-hjemler, der tillader mere data om alle, for at finde optimale løsninger for flest mulige. Man vil altså i position 3 retfærdiggøre massiv dataanvendelse til at isolere de allerværste risikogrupper mhp. først og fremmest at sikre, at mange skal betale langt mindre, og dernæst få muligheden for at udvikle optimale solidariske løsninger til de grupper, der er ekstremt dyre at forsikre. Fx ved mere intelligent byplanlægning ift. viden om byggegrunde, grundvandspejl, klimaforandringer mv.

Opsummering: Største muligheder og udfordringer ved personalisering

- Life-casen illustrerer, at der er store muligheder og udfordringer knyttet til anvendelse af mere data til det dataetiske grundtema "personalisering" af risikoberegning og prisfastsættelse. Øget personalisering kan føre til mere korrekt og fair risikovurdering og prisfastsættelse, men også identificering/isolering af de svageste grupper, som er et centralt dataetisk dilemma knyttet til personalisering.
- Herhjemme er den reelle besparelse ved at dele flere data vel at mærke minimal. Det er primært ift. gamle huse og unge bilister, at der i dag vil være en mærkbar besparelse.
- Casen illustrerer, hvordan der særligt på person-siden opstår etiske dilemmaer ved mere dataanvendelse ifm. risikovurdering. Men i Danmark er denne problematik ift. især sundhedsforsikring ikke lige så væsentlig som i andre lande, da vi har valgt at alle skal betale samme pris for sundhedsbehandling uanset individuelle risici.
- Casen illustrerer også, hvordan det traditionelt opfattede solidaritetsprincip forstået som systematisk omfordeling ikke kan forenes med personalisering, som knytter sig til etikken omkring fairness for den enkelte og forsikringsfællesskabet. Færre data til risikoberegning vil skabe større uretfærdighed for ham, der prissættes for højt eller for de andre, hvis han prissættes for lavt.
- Casen illustrerer dermed også værdiskabelsen i at anvende data til at bryde stigmatiseringer og uretmæssige segmenteringer af grupper baseret på få datapunkter.
- Casen illustrerer, at høj grad af personalisering og solidaritet, forstået som usystematisk omfordeling fra ikke-skadelidte til den uheldige, kan fungere sideløbende og uden modsætninger.
- Casen illustrerer de etiske problemstillinger, der rejser sig ift. temaet "incitament" til dataudveksling til gengæld for fx lavere pris/besparelser. Her er der risiko for, at sådanne transaktioner vil ramme socialt skævt, men at det ikke nødvendigvis vil øge uligheden, men nærmere bekræfte en eksisterende ulighed, der allerede er i samfundet. Derudover vil økonomiske incitament gøre, at yderligere datadeling vil ske på områder, hvor gevinsten af navnlig dynamiske sensordata vil være mærkbar.
- Casen peger ligeledes på, hvordan en sådan tilskyndelse til datadeling kan ændre puljerne inden for det eksisterende forsikringsmarked, hvilket vil betyde, at der navnlig inden for person og adfærdsdata kan opstå en differentiering fra høj- til lavrisikogrupper, hvor flere små puljer vil betale mindre, mens færre store højrisikogrupper vil betale mere. Den differentiering vil ske på personområdet, men sandsynligvis i mindre grad end det ses på tingsskade. De relevante etiske diskussioner vil være begrænset til personområdet, hvor det vil dreje sig om problematikker vedr. A- og B-hold.
- Casen illustrerer i samme omgang, at transparens og personligt valg spiller en central rolle for udviklingen af markedet samt konsekvenserne for de svageste og mest risikable grupper. Egenkontrol over data bliver i den forbindelse et vigtigt dataetisk tema, og en forudsætning for en potentiel markedsudvikling mod mere og mere præcist beregnede grupper i bunden af risikoskalaen og større grupper i toppen. Det er også sådan markedsudviklingen har været i Danmark over de sidste mange år.
- Casen giver også anledning til refleksion over problemet med "frivillighedens illusion", hvor kunden enten kan dele data med samtykke eller modtage et meget ringe alternativ. Her er der ikke tale om reelt frit valg, hvilket er et centralt element, hvis branchen etisk forsvarligt skal kunne anvende flere data til bedre risikoberegning.
- Casen åbner for muligheden for, at forsikringsprodukter kan blive tilgængelige for langt flere grupper, end det reelt er i dag, hvis forsikrings-tagere motiveres til at forbedre deres risici og blive 'forsikringsbare'. Den store potentielle dataetiske udfordring opstår imidlertid i samme øvelse, eftersom der kan opstå mulighed for ikke-forsikringsbare personer og grupper (fx "røde huse"). Grupper, vi som samfund kan have en etisk forpligtigelse til at tilbyde en løsning. Det kunne fx være et max-bånd alle skal forsikres indenfor i et land/EU, eller at vi fælles over skatten finansierer opkøb af udsatte boliger og tilbyder genhusning til husenes beboere.



På billedet ses CEO i Topdanmark, Peter Hermann, på hovedscenen. Forinden havde en del af deltagerne på årsmødet specifikt diskuteret temaet personalisering, og 0% valgte umiddelbart at stemme på den position, mens henholdsvis 75% og 25% valgte den progressive og offensive position.

Personalisering til debat på Forsikring & Pensions Årsmøde 2018

På Forsikring & Pensions årsmøde d. 15. november 2018 blev personalisering diskuteret og debatteret. CEO i TopDanmark Peter Herman kommenterede på debatten:

“Jeg synes – som vi også ser i afstemningen på årsmødet – vi i højere grad skal forsøge at bruge det data, vi allerede har. Men der var også på standen nogle relevante spørgsmål til, hvordan vi som branche sikrer en form for fairness, og hvilke data vi så vil bruge.”

- Peter Hermann, CEO, Topdanmark

Det centrale dilemma omkring solidaritet overfor fairness blev også diskuteret. Herunder hvordan solidaritetsbegrebet skulle forstås:

“If. diskussionen omkring solidaritet tror jeg, det er vigtigt at sige, at den største udligning sker mellem dem, der ikke har en skade, og dem,

der har en skade. Det er det første punkt. Det andet er at sige, når vi taler om solidaritet, så er det specielt på de potentielt ruinerende forhold, hvor det er rigtig vigtigt at tale om solidaritet.”

- Peter Hermann, CEO, Topdanmark

Efterfølgende berørte CEO i PFA Pension, Allan Polack, det potentielt selvundergravende element ved massiv dataanvendelse til brug ifm. risikoberegning:

“Med mere data kan vi ende helt nede i segment of one. Og så har vi jo disruptet os selv – så er der jo ikke noget kollektivt element i forsikring. Så hvor langt skal vi gå ned og sige: ‘Jeg ved alt om dig, så det er helt fair. Du skal desværre bare selv betale for dine egne skader.’”

- Allan Polack, CEO, PFA Pension

CEO i Topdanmark, Peter Hermann, kom også ind på, hvad branchens etiske opgave er og konkurrencens betydning:

“Når vi taler om nogle af de andre elementer af forsikring, så fungerer det på lige fod i mine øjne med nogle af de andre finansielle ydelser, og der tror jeg ikke, det er branchens opgave at forsøge at udligne alle sociale økonomiske forskelle, der findes i vores samfund. Så jeg tror, vi kommer til at skulle bruge rigtig meget af vores data til at skabe en større konkurrence, og så kan vi måske blive endnu mere granulerede, så vi virkelig udvikler forskellene.”

- Peter Hermann, CEO, Topdanmark

Spørgsmålet om det realistiske alternativ til produkter mod datadeling blev også debatteret senere på dagen i en paneldebat. Her var

frygten, at den frivillige datadeling gå hen og blive et indirekte krav, for at kunne få en rimelig forsikringspræmie.

“Man kan vælge at stille data til rådighed via alle mulige spændende apps, som hele tiden bliver udviklet. Men hvis det gradvist bliver et krav, at du også skal give adgang til det med samtykke, så bliver det jo en anden form for pseudo-samtykke, fordi vi kommer som borgere til indirekte at blive tvunget til at aflevere de data om os, hvis vi skal gøre nogle forhåbninger om at få en eller anden forsikring, som er til at betale.”

- Sophie Løhde, minister for offentlig innovation og medlem af folketinget

Case 2: Fordele og ulemper ved at bruge data til at bekæmpe svindel

Forsikringssvindel er et gennemgående problem i forsikringsbranchen i alle lande. Forsikringssvindel betyder, at alle forsikringskunder hvert år skal betale mere i forsikringspræmie, end hvad de egentlig havde behovet. I og med at ikke al forsikringssvindel bliver opdaget, kan det være svært at opgive det helt præcise omfang af forsikringssvindel i Danmark. I en rapport fra Forsikring & Pension, baseret på data fra de forsikrings- og pensions-selskaber, der udfører svindelundersøgelser, fremgår det, at der i 2017 blev opdaget 3.943 sager om forsikringssvindel for samlet 594 mio. kr. Heraf udgjorde svindel ift. tingskade (motor-, rejse-, løssøre- og bygningsforsikring) 208 mio. kr., fordelt på 3.531 sager, mens forsikringssvindel med personskadesager (arbejdsskade-, ulykke-, motoransvars- og rejseforsikring samt invaliditetsforsikringer tilknyttet pensionsordninger) udgjorde 386 mio. kr., fordelt på 412 sager. Ud fra antagelsen af, at resten af selskaberne i branchen har samme indsats over for forsikringssvindel, og dermed opdager det samme omfang af forsikringssvindel, viser det samlede branchetal, at der opdages forsikringssvindel

for 976 mio. kr., fordelt på 5.262 sager i 2017. Internationale undersøgelser peger på, at forsikrings-svindel udgør 10% af erstatningsudbetalingerne internationalt set. Anvendes det tal på Danmark, hvor selskaberne samlet i 2017 udbetalte 43,3 mia. i erstatninger, svarer det til, at forsikringssvindel udgør over 4 mia. kr., hvilket svarer til 1.500 kr. mere i forsikringspræmie pr. husstand i Danmark⁹.

“Mange af de ting vi gør ift. forbrugerbeskyttelse, er misforstået godhed. Det er problematisk, at hver dansker skal betale op imod 1500 kr. mere, fordi der er nogen, der ikke kan opføre sig ordentligt. Vi ser det samme ift. socialt bedrageri, hvor enkelte personer snyder fællesskabet. Jeg kan have svært ved at forstå, hvorfor dialogen omkring bekæmpelse af svindel ikke fylder mere.”

- Henrik Bundgaard, skadedirektør, CODAN

Bekæmpelse af forsikringssvindel har længe foregået ift. tingskader. Når det kommer til livsforsikringer, har man i branchen traditionelt været mere tilbageholdende med at identificere og efterforske mistænkelige sager, formentlig dels pga. pligten til at oplyse borgeren, hvis man har overvåget den pågældende, og dels fordi personområdet er følsomt, og at risikoen for negative pressehistorier er stor.

Det samme gør sig gældende for de forskellige udenlandske, fælles skaderegistre, som alle primært indeholder oplysninger relateret til anmeldelser af tingskader. I Tyskland er man i branchen nu begyndt at tage fat på at diskutere en lignende model for sundhed, hvor svindel udgør omkring 8,5% af erstatningsudbetalingerne. For nyligt er Health Insurance Counter Fraud Group (HICFG) i UK også begyndt at se på, hvordan man kan bekæmpe svindel med sundhedsforsikring vha. en fælles database⁹. Det kan indikere, at der er ved at ske en normglidning henimod, at det er okay også at bruge visse midler ift. dataindsamling, -opbevaring og -deling for at forhindre svindel med sundhedsforsikring. Et område hvor det i øvrigt typisk er meget store summer, der bliver svindlet for pr. sag.

For mange handler anti-svindel dataetisk set om overvågning. Og i de sager, der via medierne kommer til offentlighedens kendskab, har der ofte også været tale om en grundigere efterforskning fra forsikrings- eller pensionsselskabets side ift. at afgøre, om personen har været berettiget til erstatningsudbetaling¹⁰. Sandheden er, at der foregår en lang række udvælgelser op til det punkt, hvor en decideret efterforskningssag sættes i gang. Dermed er der dataetisk set ikke tale om masseovervågning – dvs. manglende egenkontrol med hvilke data, der bliver anvendt i forsikringstagers sagsbehandling – fordi mønstergenkendelse og regler igangsætter indsamling af gradvist flere og flere data – som et beslutningstræ – hvis en skadeanmeldelsessag viser tegn på, at der kan være tale om svindel. Omvendt oplever nogle danske selskaber også, at kunder mener, at der foregår for lidt overvågning og kontrol, når de kun har skulle svare på et begrænset antal spørgsmål for at få udbetalingen. Her opstår en utryghed ved, at hvis det er så nemt for 'mig', så må det være det samme for svindleren. Derfor er balancen svær, når oplevet 'overvågning' kan opfattes som værende for meget og for lidt.

Den overvågningsmæssige, etiske problemstilling ifm. brug af data til bekæmpelse af svindel består altså ikke i, hvorvidt mange skal overvåges, for at man kan fange de få – selvom mange tror det (på godt og på ondt). Den overvågningsmæssige problemstilling opstår nærmere, når en person uretmæssigt er blevet udsat for intensiv kontrol og overvågning. Dvs. de falsk-positive, som ikke har gjort noget forkert, men som alligevel bliver undersøgt grundigt.

I nærværende publikation betragtes dataanvendelse ifm. identificering af potentiel forsikringssvindel generelt ikke som et spørgsmål om overvågning, men som et spørgsmål om solidaritet med den enkelte og fællesskabet, samt især incitament til ikke at afgive forkerte oplysninger på bekostning af andre.

Forsikringssvindel i den digitale verden

Forsikringssvindel kan identificeres vha. diverse systemer, som selskaberne kan anskaffe sig individuelt. Flere datasæt, samkøring og mønstergenkendelse er optimalt for at identificere mulige svindlere, men det er ikke absolut nødvendigt. Interne skadedata, policedata, taksatorrapporter og regninger/fotos kan samkøres med eksterne kilder som fx geolokalisering, vejrdato, virksomhedsinformationer og telematics. Der er faktisk kun lovgivning og etik, der står i vejen for, hvor mange data branchen kan, må og vil bruge til at identificere mulige svindlere. AI, machine learning og datasamkøring kan markant effektivisere og forbedre identifikation af mulige svindlere og mindske antallet af falsk-positive, som udsættes for unødvendig kontrol, og som udgør den dataetiske problemstilling ifm. uberettiget overvågning.

Vi kan se, at risikoen for svindel stiger i takt med digitaliseringen og i takt med, at skadeanmeldelsen og sagsbehandlingen foregår mere og mere digitalt, hvor man sidder derhjemme og taster oplysningerne ind. Grænsen for, hvad der er ok at anmelde af urigtige oplysninger, ser desværre ud til at flytte sig, når processerne foregår mere digitalt, og de menneskelige kontaktpunkter mellem kunden og skadesagsbehandler bliver færre.”

- Brian Wahl Olsen, direktør for Skadeservice, Alm. Brand

Når verden bliver mere digitaliseret, kommer skadesagsbehandlingen også til at foregå mere og mere digitalt. Der er indikationer på, at omfanget af forsikringssvindel vil stige, når kunden ikke længere behøver tale i telefon med sagsbehandleren, men kan taste alle oplysningerne ind på computeren hjemmefra¹¹. Det stiller nye krav til forsikringsselskabernes metoder til at bekæmpe svindel. Ikke kun når det handler at identificere mulige svindelsager, men også når det kommer til at forebygge svindel, og motivere kunder til ikke at give usande oplysninger på bekostning af alle os andre.

“ *Svindelbekæmpelse handler om digital forretningsudvikling. Hvis flere afgiver falske data, når de anmelder en skade digitalt, betyder det, at vi bliver nødt til at skruer op for vores fraud-systemer, samkøre flere data i realtid og arbejde med præventive og holdningsændrende indsatser for at kunne stå imod det pres. Og så behøver aktuarerne forhåbentlig ikke ændre på deres beregningsmodeller ift. prissætning, som igen vil gå udover alle de andre kunder, som skal betale mere for deres systematiske risiko.*”
- Brian Egested, afdelingschef og bestyrelsesmedlem, Alm. Brand

Tendensen til mere svindel kan i princippet komme til at påvirke de retskafne forsikringskunder udover de 1.500 kr. årligt, som de betaler ekstra pga. svindel, nemlig via en skævvridning af forsikringspuljerne. Beregningerne vil i princippet skulle ændres for at afspejle det højere antal skader i puljen, som de falske data fra svindel er med til at tegne et forvrænget billede af. Derfor er bekæmpelse af forsikringsvindelen dataetisk set også et spørgsmål om at minimere mængden af falske data – dvs. svindel – så de retskafne kunders risiko ikke skal beregnes skævt og unødigt højt pga. svindleres uetiske adfærd. Det kan man dels ved at skruer op for datamængden, samkøre flere data på tværs og anvende AI til at finde mønstre mellem mange datapunkter, dels kan man skruer op for den præventive indsats og forsøge at fjerne folks incitament til at afgive falske oplysninger, når skaden anmeldes.

“ *Der er helt klart forbedringsmuligheder ift. at anvende flere datapunkter og bedre samkøring. Og vi bliver hele tiden klogere på hvilke data, der vil være relevante og tilføre værdi. Vi skal bruge de data, der giver reel værdi, og ikke bare bruge al tilgængelig data og ende op med en masse falske positive, og i processen unødigt have generet almindelige retskafne kunder.*”
- Brian Wahl Olsen, direktør for Skadeservice, Alm. Brand

Her opstår et svært dilemma mellem nytteværdi, respekt for den enkelte og relevans ift. dataindsamling. Hvis alle skal udsættes for øget dataindsamling, -registrering og -deling, for at de få svindlere bliver opdaget – fx at vi alle skal svare på 15 ekstra spørgsmål ifm. skadeanmeldelsen – kan der blive tale om en mistænkeliggørelse, der for de flestes vedkommende vil være unødvendig og uberettiget. Og kunder vil blive frustrerede og få

en dårlig relation til selskabet. Og med kunders forventninger oveni om hurtig sagsbehandling og gerne straksudbetaling, kan det omvendt være en nem løsning fx at indføre bagatelgrænser for, hvornår det er relevant at sætte ind mod potentiel svindel. Men hvorfor er det etisk forsvarligt, at den enkelte skal betale for andres svindel, som ligger under en given grænse for relevans? Grænserværdier kan endvidere desværre også udnyttes strategisk af de mest udspekulerede forsikringsstagere. Bekæmpelse af svindel er dataetisk set en svær balance og afvejning mellem svære etiske valg, hensyn til både nytten og den enkelte (både med lidt og meget data). Men det er også en problemstilling, der kan udbedres vha. teknologi.

Kan flere data anvendt intelligent med AI forbedrer svindelbekæmpelse?

Med digitalisering kan data fra fx BiQ, DMI, policedata, taksatorrapporter osv. blive samkørt i en databank. Maskinerne kan se mønstre, der er mistænkelige eller minder om andre svindelsager. Mistænkelige sager markeres, og sagsbehandleren vil vide allerede i det øjeblik, kunden ringer, om der er noget mistænkeligt på færde. Skadesagsbehandleren eller chat-botten stiller så de opklarende ekstra 15 spørgsmål, når der er grund til det. De retskafne kunders skadeanmeldelser går let og smertefrit, uden at de oplever ekstra mistænkeliggørelse og kontrolspørgsmål. Teknologien afhjælper så at sige den problemstilling, at forsikringsselskaberne skal kunne kigge os alle efter i kortene. Den muliggør, at data kan anvendes på en måde, der gør, at svindelbekæmpelse kan målrettes mhp., at færrest mulige retskafne kunder generes. Lad os se nærmere på, hvad firmaet Shift Technology laver.

Shift Technology er en InsurTech-virksomhed med hovedkontor i Paris. Virksomheden blev grundlagt i 2014 og beskæftiger i alt 90 medarbejdere. Shift Technology tilbyder forsikrings-selskaber avancerede anti-svindel systemer. Shift har et stort antal 'data scientists' ansat, som lærer maskiner at opdage mønstre, der indikerer svindel. Disse data scientists sidder ude hos forsikringsselskaberne og taler med skade- og svindeleksperter, og lærer maskinerne den viden, de får fra eksperterne.



Director i Shift Technology Bo Søvsø Nielsen på Forsikring & Pensions årsmøde d. 15. november 2018

“ Vi identificerer mistænkelige skadesanmeldelser ved at sammenligne datapunkter og deres forbindelser. Vi har udviklet de ‘opskrifter’ af datapunkter og indikatorer, der ligger bag svindelmønstre. Man behøver egentlig ikke ret mange datapunkter, fordi vi med statistik, algoritmer og machine learning kan lære et system at se svindelmønstrene ved brug af historiske data. Men for at højne kvaliteten af alarmer og mindske antallet af falske positive anbefaler vi at bruge mange datakilder.”
– Bo Søvsø Nielsen, Director, Shift Technology

Shift Technology er et eksempel på, at datakilder indsamles i realtid, hvor algoritmer laver handlingsorienterede alarmer, baseret på statistiske sandsynligheder på bestemte ord, ordrækkefølger og mønstre mv. Disse data er forsikringssekskabernes, som de enten har købt eller har lovlig adgang til. Shift er ikke dataforvaltere, men databehandlere.

På sigt vil skadeanmeldelse og skadesagsbehandling kunne køre langt mere automatiseret og med straksudbetalinger. Så her vil vi se, at undersøgelsen af svindel i højere grad smelter sammen med skadesagsbehandlingen. Spørgsmålene ved en skadeanmeldelse vil blive reduceret helt ned til to-tre spørgsmål koblet med en lang række allerede tilgængelige data samt automatisk billedgenkendelse. Hvis maskinerne allerede her kan se mistænkelige mønstre, vil der blive stillet ekstra spørgsmål til netop de områder. Det vil ske både på motor-, rejse-, hus- og sygeforsikring.

Shift Technology repræsenterer et paradigme for svindelsbekæmpelse, hvor nytteværdien i form af identificering af svindelsager, antallet af falsk-positive og målretningen af kontrolspørgsmål og yderligere dataindsamling stiger i takt med antallet af samkørte datapunkter.

Skadedata

Vejrdata,
foto, bilag,
geolokation mv.



Algoritmer og data science



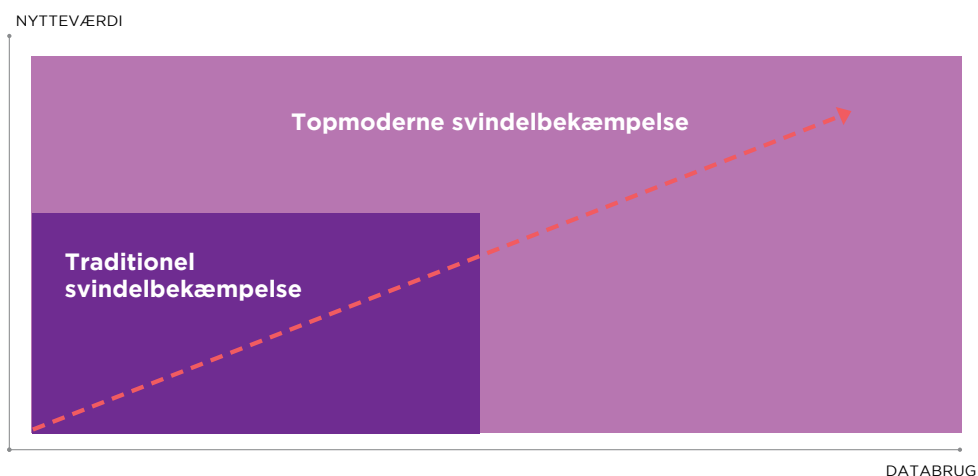
Alarm



Undersøgelse



Figur 9 viser moderne sagsbehandling og svindelsbekæmpelse. Forskellige data kommer ind i maskinen, som analyserer og derefter alarmerer sagsbehandleren, hvis der er grund til mistanke.



Figur 10 beskriver overordnet set to paradigmer for bekæmpelse af svindel. Den traditionelle svindelsbekæmpelse baserer sig på nogle bestemte grænseværdier og relativt få datapunkter samt simple regler for, hvornår en anmeldelse er mistænkelig. Moderne svindelsbekæmpelse, som eksemplificeret ved Shift Technology, baserer sig på langt flere datapunkter og komplekse mønstre, der samkørt kan indikere, om en anmeldelse er mistænkelig. Flere og flere data skaber mere og mere intelligent og effektiv svindelsbekæmpelse.

Er fælles skaderegister en mulighed herhjemme?

De teknologiske muligheder kan imidlertid have den konsekvens, at nogle forsikringssvindlere shopper mellem selskaber, så de skifter til et selskab, som ikke har den teknologi, der bedre kan identificere svindleren. Den danske forsikringsbranche har ikke adgang til data på en tings skadeshistorie, eksempelvis tidligere skader på en bil eller et hus. I mange andre lande har man fælles skaderegistre for at undgå, at svindlerne blot går videre til andre selskaber. I Frankrig har man ALFA, i Tyskland har man databasen HIS, og Finland, Hong Kong og Spanien har også fælles skaderegistre til samme formål. Vores nordiske naboer, Sverige og Norge, har henholdsvis Gemensamma Skadeanmälningsregistret (GSR) og Forsikringsselskaperenes Sentrale Skaderegister (FOSS).

Der er forskellige parametre at skruer på for at mindske incitamentet til at svindle. Bevidstheden om et fælles skaderegister vil med al sandsynlighed påvirke motivationen til at svindle. Udsigten til en hård dom eller straf vil have samme effekt. Viden om selskabernes svindelsystemer og grænseværdier kan også, som beskrevet, have en vis effekt. Og endelig er der den etiske bevidsthed ifm. skadeanmeldelsen. Den dataetiske fordring er her, at skabe incitament til, at kunden reflekterer etisk, når han eller hun anmelder en skade.

Incitamenter set ud fra de tre positioner

I position 1 vil man være dybt skeptisk overfor incitamenter til at bruge data ifm. svindel-bekæmpelse. Her vil man tale om overvågning. Man vil se det som udtryk for mistænkeliggørelse af de mange, for at ændre adfærd hos de få - som trods alt ofte kun overdriver mildt, når de anmelder en skade (soft fraud). I position 2 vil man ikke kunne acceptere den logik, at selskaber bør acceptere eller se bort fra et vist omfang af svindel, da omkostningerne for den enkelte retsrafne borger bør minimeres mest muligt og ikke kan sidestilles med hensynet til tillidskontrakten mellem forbrugere og selskaber. Man vil derfor være klar til at bruge flere relevante datapunkter og automatisk samkøring, så den enkelte ikke forstyrres unødigt i fællesnyttens navn. Incitamenter til at afgive sande oplysninger er legitim, men man vil være påpasselig i forhold til patronisering og sindelagskontrol. I position 3 skruer man derimod maksimalt op for datamængden og samkøringen til fællesskabets bedste. Også selvom den marginale nytteværdi ved det næste datapunkt er lavere end ved det forrige. I position 3 vil man endvidere gå ind for registrering af data om skader i et fælles register, og selskaber er nærmest moralsk forpligtede til at dele data med det offentlige for at bidrage til at bekæmpe socialt bedrageri. Incitamenter og holdningsændrende initiativer er fuldstændig legitime, og påvirkning af sindelaget er altid etisk forsvarligt, når det vel at mærke er i en god sags tjeneste.

Opsummering: Største dilemmaer ved svindelsbekæmpelse

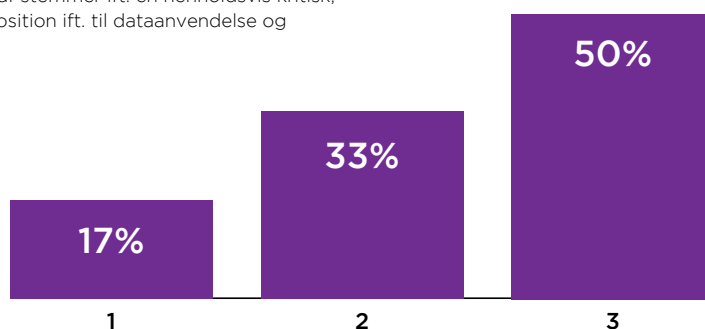
- Shift-casen illustrerer dilemmaet mellem nytteværdi ved anvendelse af flere data til at identificere mulige svindelsager vs. unødvendig og uberettiget kontrol af de mange retskafne kunder for at fange de få svindlere.
- Casen illustrerer også dilemmaet mellem forbrugers hensyn ift. mængden af data, man indsamler og registrerer sat op imod, hvor meget svindel man er villig til at acceptere, og som den retskafne kunde vel at mærke skal være med til at betale for.
- Flere data skaber større nytteværdi ift. mere præcis identificering af svindlere og færre falske positive. Men det er ikke absolut nødvendigt at have mange datakilder for at identificere mulige svindelsager. Så hvordan skal man finde den rigtige dataetiske skæring?
- Casen illustrerer, at flere datapunkter og forskellige datakilder med fordel kan samkøres for at opnå endnu bedre opdagelse af svindel, uden at

retskafne kunder generes unødigt. Flere data og kunstig intelligens kan altså potentielt løse konflikten mellem at varetage hensynet til kundens pengepung eller privatlivsfred, og at gøre begge dele vha. af intelligent mønstergenkendelse så der kun indsamles flere data, når der er god grund til mistanke.

- Casen illustrerer, at nye dataanvendelsesmuligheder navnlig ift. identifikation af potentielle svindlere vil få stor betydning for skadesagsbehandling og svindel, som i et vist omfang vil smelte sammen og køre fuldautomatisk.
- Casen illustrerer, at der med stigende digitalisering af skadeanmeldelsen vil være et stigende behov for at kunne imødegå svindel med systemer, samt præventivt med incitamenter til etisk stillingtagen hos kunden ifm. skadeanmeldelsen.
- Slutvist illustrerer casen, at incitament til at give falske eller sande data er en væsentlig dataetisk problematik ift. skadesagsbehandlingen.

#dataetik

Figur 11 viser fordelingen af stemmer ift. en henholdsvis kritisk, progressiv eller offensiv position ift. til dataanvendelse og svindelsbekæmpelse.



Svindelsbekæmpelse til debat på Forsikring & Pensions årsmøde 2018

Svindelsbekæmpelse var til debat og diskussion på Forsikring & Pensions årsmøde d. 15. november 2018. Dele af forsamlingen havde diskuteret

temaet omkring svindelsbekæmpelse, og hvor langt branchen bør gå ift. dataindsamling til bekæmpelse af svindel. Som det fremgår af figur 11, foretrak 50% den offensive tilgang, hvor data bruges i stort omfang og deles mellem selskaber og det offentlige mhp. også at forhindre socialt bedrageri.

#data
etik



På billedet ses koncerndirektør i Codan, Vivian Lund, på scenen for at kommentere på dataetikken omkring svindelsbekæmpelse.

Årsagen til, at den offensive position 3 vejede tungere her end ved andre afstemninger, kan skyldes emnet og dilemmaet mellem hensynet til individet og hensynet til kollektivet.

“ Omfanget af svindel er voldsomt stort: Altså fire milliarder om året, og det er jo bare, hvad forsikringselskaberne tegner sig for; så er der socialt bedrageri ved siden af. Det er et rystende stort tal i virkeligheden. Og jeg tror også, at resultatet af afstemningen er drevet af den balance, der er mellem hensynet til individet og hensynet til kollektivet. Og her er individet jo svindleren. Det er der ikke den samme sympati for at skulle beskytte”.

– Vivian Lund, koncerndirektør, Codan

Debatten omkring overvågning drejede sig også om spørgsmålet, hvor langt man er villig til at gå for at fange svindlere – eller om teknologi kan

overflødiggøre den diskussion og frygt blandt mange:

“ Bekymringen vedrører ofte dem, der i en periode er mistænkeliggjorte. Eller som man skal finde ud af, om de er svindlere eller ej. Der kan man jo i hvert fald godt have en bekymring i forhold til, hvor mange data man bruger, og hvor tæt på man går. Og det tror jeg er dér, de 17% befinder sig. Og der var det jo utroligt interessant at høre Bo (Bo Søvsø Nielsen, Director, Shift Technology), som havde indtaget scenen tidligere på dagen, sige, at med de rigtige data, så kan han formidske andelen af dem, der bliver mistænkt uden at være svindlere til mellem 10-25%, hvis hit-raten er mellem 75% og 90%”

– Vivian Lund, koncerndirektør, Codan

Case 3, Luca Schnettler om HealthyHealth: fordele og ulemper ved forebyggelse

Med de mange nye data og analyseredskaber får både forsikring og pension mulighed for at kunne arbejde med predictive analytics og præventiv rådgivning ift. risici og livsforsikring i stedet for reaktiv godtgørelse. Og på den måde udvides værdikæden og porteføljen af services. Den tredje case har til formål at illustrere mulighederne for at skabe et sundhedssystem, hvor aktørsamspil, dataanvendelse og præventiv indsats styrker velfærdssamfundet og velfærden for den enkelte. Forsikrings- og pensionsbranchen udgør en væsentlig del af velfærdssamfundets infrastruktur

og sundhedssystem. Men selskaber er i dag underlagt restriktioner ift., hvad det vil sige at drive forsikringsselskab, og dermed kan forsikrings-selskaber ikke gå ret langt ud i andre relaterede værdikæder i eksempelvis sundhedssystemet. Denne regulering sætter vi dog her parentes om, for at undersøge muligheder og udfordringer ved værdikædeudvidelse. HealthyHealth er et sådant eksempel. De tilbyder realtid risikosandsynligheder for op til 800 lidelser, hvilket ifølge dem selv reducerer skadesudbetalinger med 4-9%. På pensions-siden er det samme præventive tankegang: HealthyHealth hjælper den enkelte med at budgettere sine pensionsmidler, estimere sundhedsudgifter til medicin o. lign. samt sikring af, at man ikke løber tør for penge i pensionen.

HealthyHealth er et InsurTech-firma, der blev grundlagt i 2017 af Luca Schnettler. Det er placeret i London og beskæftiger 15 medarbejdere. Formålet med virksomheden har fra start været at innovere forsikringssektoren vha. digitale redskaber, gøre forsikringskunder sundere og forhindre sundhedsskadelig adfærd. HealthyHealth bruger digitale data, social media data, medicinsk data, emotionelle data mv. fra gamification, musikpræferencer, apps og registerdata mv. til at identificere risici og risikoprofiler, og forebygge risici ved at udstede individualiserede sygdomsforebyggelsesprogrammer/sundhedsprogrammer, så fx langtidssygemeldingen ikke indtræffer.



Founder og CEO i HealthyHealth, Luca Schnettler, på Forsikring & Pensions årsmøde d. 15. november 2018.

Forretningsmodellen er baseret på dataindsamling fra en lang række forskellige digitale datakilder – op til 600.000 datapunkter pr. kunde om året. Det kan være eksempelvis livsstilsdata (i samarbejde med partneren GARMIN), sociale emotionelle data via data fra musikapps, sociale medier ift. at udarbejde ensomhedsscorer, gamification-data, sundhedsdata, lokationsdata mv.

De data sammenlignes med en pulje af data på over 40.000.000 brugere, hvoraf 1.000.000 er særligt detaljerede på over 1000 variabler. Sammenligning af den enkeltes unikke data danner risikoprofilen på den enkelte med procentsatser inden for visse tidsrammer for lidelser, risiko for indlæggelse og dødelighed.

Omkostningerne ifm. tegningsprocessen (underwriting) reduceres hermed markant.

“ We should encourage people to share more data because it actually has a lot of benefits. Data can make the world a freer place if people lose their stigma about keeping their data to themselves.”

– Luca Schnettler, CEO & Founder, HealthyHealth

Fordelene for kunderne – som deler sine data for at opnå disse fordele – er, at det er nemmere at få tegnet en forsikring. Man skal ikke til lægen for at få taget blodprøver osv. Derudover kan man med risikoprofilen se, hvilke sekundære sygdomme en patient, der er indlagt for eksempelvis hjertekar-sygdom, ellers kan udvikle inden for en relevant tidsramme, og dermed foretage præventive tiltag allerede ifm. den første indlæggelse, hvilket minimerer indlæggelsestiden på sigt.

“ In fact, there is a lot of research out there saying, that the big killer in the late age stages is loneliness because it impacts your physical health as well as your mental health. So it was really important for us not to just look at the lifestyle side - measuring heart rate and so on - because you don't get a clear enough picture of the individual's health.”

– Luca Schnettler, CEO & Founder, HealthyHealth

HealthyHealth tilbyder – på basis af data og algoritmer – individualiserede sundhedsplaner, der har til hensigt at forhindre risici i at materialisere sig.

“ The thing is that everyone has different risks and each risk that you have should be prevented in a different way. If you apply the same prevention methods to different medical conditions, they will not be as effective.”

– Luca Schnettler, CEO & Founder, HealthyHealth

Casen illustrerer således, hvordan nye data konstant udfordrer og udvider forsikrings- og pensionsbranchens potentielle spillerum og værditilbud. Vi ved ikke, hvad der er muligt om bare 5 år, og derfor kan der være god grund til, at forsikringsselskaber har mulighed for at udvide deres værdikæder, så forretningen passer til de nye muligheder for sundhedstilbud og præventiv rådgivning, der opstår i den nye verden.

“ You can connect your music apps to the system, you might connect your social media accounts to it, you might have little gamification tests in there where you slide cards about how you feel and stuff like that. And it's always a work-in-progress because in five years there might be a wearable which can measure how depressed you are during the day or what do I know. It basically about being able to identify new trends.”

– Luca Schnettler, CEO & Founder, HealthyHealth

Hvad er branchens ansvar ift. sundhedsdata?

Casen rejser også spørgsmålet om deling af data i et sundhedssystem, hvor aktør-samspillet er komplekst, og hvor forskellige sensitive data bliver delt af den enkelte for hans eller hendes eget bedste samt – i aggregeret puljeformat – for alle andre. Casen understreger dermed først og fremmest vigtigheden af sikkerhed med data, for at infrastrukturen i et sådant system kan fungere.

For det andet giver casen perspektiver på det, vi i dag kalder sundhedsdata, der behandles meget varsomt af danske selskaber og andre aktører. Den type data er sensitiv og personlig. En anden mere kollektiv betonet måde at tale om disse data er som 'velfærdsdata': Data der for den enkelte og i aggregeret form giver betydelige fordele for alle i samfundet på centrale velfærdsområder som sundhed, tryghed, socialt sikkerhedsnet og et godt liv efter arbejdsmarkedet både finansielt og sundhedsmæssigt. Så udvidelse af værdikæden med

sundhedsdata og præventive ydelser kobler sig også tæt de store etiske og juridiske spørgsmål om en fælles pool af data, som kan komme os alle til gavn.

“ *In 10 years no one will care about their data being shared with others due to two things: First of all it will be much more secure and you will be in more control of what you want to share or not; and second of all, people will realize that sharing your data actually has more benefits than keeping it to yourself.*”

– Luca Schnettler, CEO & Founder, HealthyHealth

Med de enorme vækstpoterentialer der er i IoT, vil datadeling være helt afgørende for forsikrings- og pensionsbranchens muligheder i fremtiden. Det er heller ikke usandsynligt, at kundernes kontrol med deres egne data vil være stigende, hvilket er en betydelig dataetisk forudsætning for, at adfærdsregulering på baggrund af data kan finde sted på forsvarlig vis. Flere og flere virksomheder tilbyder sikkerhedsinfrastruktur til brugerne – som krypteringsteknologi og andet Privacy Enhancing Technology (PET) og Personal Data Stores (PDS). Flere og flere store virksomheder vil begynde at konkurrere på parametre, som handler om at give kunder incitamenter til at dele data med dem. Og GDPR kan ikke laves om. I det scenarie bliver det afgørende, at selskaberne i branchen identificerer og styrker de parametre, som sikrer, at kunder vil dele data med dem¹². Denne datadeling rummer imidlertid et etisk dilemma omkring adfærdsregulering, der som casen her illustrerer, kan være godt for den enkelte og ønskværdigt for kollektivet/samfundet, men som også kan være meget indgribende i den enkeltes selvbestemmelse og frihed.

“ *Når man overvåger folk, så har det helt klart effekt på deres adfærd. Men meget af den adfærdsændring, som opstår, fordi man føler sig kontrolleret, er ikke altid rimelig eller fagligt fornuftig, da den ofte baserer sig på et noget tyndt grundlag.*”

– Thomas Ploug, professor ved AAU, ph.d. og tidligere medlem af Det Etske Råd

Casen illustrerer altså, hvordan udvidelse i værdikæden til mere præventiv rådgivning er en central del af forsikring af genstande og liv. Og det er især her, at de store gevinster ved datadeling – og navnlig følsomme data som fx sundhedsdata – bliver tydelige.

Datasikkerhed og værdikædeudvidelse mod mere præventiv rådgivning set ud fra de tre positioner

Behovet for de mange nye datapunkter kan ikke forsvares i position 1. Her vil man se mange risici, ved at adfærdsdata kommer i forsikringssekskabets hænder. Det kan ikke forsvares.

Adfærdsændring på baggrund af informeret og samtykkebaseret datadeling er legitim i position 2. Casen viser også, hvordan denne adfærdsregulering yderligere kan forsvares, når den er skræddersyet til den enkeltes situation og forskellige, relevante, personlige forhold, fx vha. maksimering af data mhp. personalisering af rådgivningen. Mere data kan så at sige mindske negative konsekvenser ved databaseret adfærdsregulering, fordi den ændrede adfærd bliver mere velbegrundet og gavnlig.

I position 3 kan nyttiggørelse af navnlig sundhedsdata forsvares nytteetisk, i kraft af de mange fordele de aggregerede sundhedsdata kan give samfundet og sundhedssektoren ift at forebygge og behandle sygdomme. Casen illustrerer således også, hvordan forsikringsbranchen kan anvende 'velfærdsdata' både inden for pligtetikken og nytteetikken samtidig. I position 3 bør adfærdsregulering anvendes maksimalt til gavn for fællesskabet først og fremmest.

Opsummering: Største muligheder og største udfordringer ved forebyggelse

- HealthyHealth-Casen illustrerer først om fremmest, hvordan datadeling og overvågning tænder op under det "adfærdsregulering", som et dataetisk grundtema, der rummer både positive muligheder og udfordringer.
- Casen illustrerer de mange etisk forsvarlige gevinster, ved at forsikrings- og pensionsbranchen yder præventiv rådgivning. Mange danske selskaber gør også dette i stort omfang allerede i dag.
- Individet kan – vha. data – ændre sin adfærd og opnå lavere forsikringspræmier, bedre livsudsigter og blive en mindre belastning for fællesskabet. Det sidste repræsenterer en enorm etisk udfordring ift. værdiskabende og nytte/gavn for individet og samfundet. Her spiller individets "egenkontrol over data" ind som et væsentligt dataetisk grundtema og forudsætning for, at

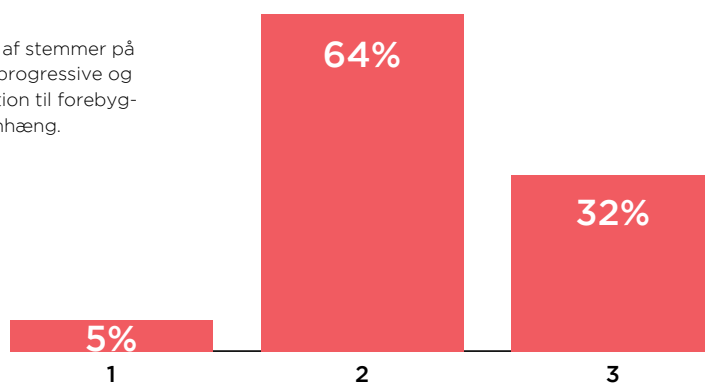
adfærdsregulering på baggrund af data – som individet på transparent grundlag kan vælge at delle eller lade være – er pligtetisk forsvarligt.

- Adfærdsregulering kan imidlertid også være urimelig og ufornuftig evt. spildt pga. kundens manglende viden om, hvad der virker og ikke virker (kost, motion, kørsel mv.).
- Casen illustrerer imidlertid muligheden af, at vi med mere og mere data kan opnå bedre og mere fornuftige individualiserede handleplaner, så kunden kan ændre adfærd på et mere korrekt grundlag.

- Casen illustrerer ydermere, at "datasikkerhed" er et dataetisk grundtema, og som kommer til at blive en afgørende faktor for mere datadeling, som sammen med IoT og flere og flere datakilder vil være afgørende for adgang til data og mere skræddersyede forsikringsprodukter samt adfærdsregulerende produkter.
- Selskaberne vil i det scenarie skulle fokusere på de faktorer (transparens, fordele, sikkerhed mv.), der påvirker datadeling, og ikke mindst at data er sand.
- For at kunder vil acceptere at dele data med selskaber i det omfang, som casen illustrerer er muligt, vil en værdikædeudvidelse ud i navnlig sundhedssektoren være en fordelagtig mulighed for branchen.

#data etik

Figur 12 viser fordelingen af stemmer på henholdsvis den kritiske, progressive og offensive dataetiske position til forebyggelse i forsikringssammenhæng.



Forebyggelse til debat på Forsikring & Pensions årsmøde 2018

På Forsikring & Pensions årsmøde d. 15. november blev forebyggelse diskuteret. Figur 12 illustrerer, at flertallet af dem, der stemte mener, at den progressive position, hvor datadeling bør kunne fore-

gå i videst muligt omfang med individet i kontrol over sine data var den rigtige tilgang. 32% mente imidlertid også, at branchen bør kunne gå endnu længere, og med fx særlige behandlingshjemler få adgang til flere eksempelvis offentligt registrerede data mhp. bedre forebyggelse, rådgivning og sagsbehandling.



På billedet ses CEO i PFA Pension, Allan Polack, på hovedscenen kommentere på debatten omkring forebyggelse.

“

I forebyggelse kan vi også komme langt i den herover viste [position 3] ved at have nogle fælles data, hvor man selv kan gå ind og bruge de data til fælles bedste. Men det er anonymiseret, når det er ovre i kollektivet.”

- Allan Polack, CEO i PFA Pension

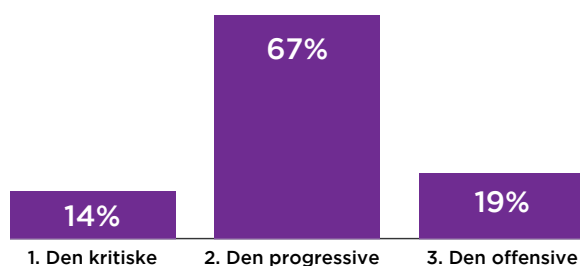
Reel forebyggelse af sygdomme og livshændelser kræver i de fleste tilfælde personhenførbare datapunkter. Men man kan opnå store kollektive fordele ved at dele sine data anonymt mhp. at forsikrings- og pensionsselskaber kan identificere trends og mønstre, som i sidste ende kan give udslag i bedre produkter til gavn for kollektivet.

#data
etik

Opsummerende konsekvenser af en naturlig og overvejende progressiv dataetisk position

Der tegner sig et billede af, at den progressive position 2 på flere områder er den mest naturlige for en branche, der dels driver forretning i samfundet baseret på velfærdsdata og viden om risici, dels er en aktiv aktør i det danske velfærdssamfund. På svindelbekæmpelse vil positionen trække mere over i 3, fordi de nytteetiske overvejelser vejer tungere end pligtetiske overvejelser.

Særligt behovet for at kunne imødegå den udenlandske konkurrence, hvor data mange steder udnyttes i stort omfang, stiller krav til selskabernes muligheder for at have konkurrencedygtig prissætning, være effektive og yde tilstrækkelig rådgivning og skabe kundeengagement. Et særligt område gælder spørgsmålet om, hvad sensitive data egentlig er.



Diskussion af dataetiske positioner på Forsikring & Pensions årsmøde 2018

På Forsikring & Pensions årsmøde d. 15. november 2018 blev deltagerne - som bestod af aktører i og omkring branchen - bedt om at tage stilling til, hvilken dataetisk position, de synes var det bedste udgangspunkt for branchen.

Position 1: den kritiske: 14% mente, at denne position var det bedste udgangspunkt for en fælles dataetik.

Position 2: den progressive: 67% mente, at denne position var det bedste udgangspunkt for en fælles dataetik.

Position 3: den avancerede: 19% mente, at denne position var det bedste udgangspunkt for en fælles dataetik.

Figur 13 viser afstemningsresultatet om, med hvilket grundlæggende dataetisk udgangspunkt branchen bør formulere en fælles dataetik. Det samlede antal stemmer var 125.



På billedet ses minister for offentlig innovation og medlem af folketinget, Sophie Løhde, koncerndirektør i Tryg, Lars Bonde, direktør i Forbrugerrådet Tænk, Anette Christoffersen og direktør i PensionDanmark, Torben Möger Petersen i debat om forbrugerbeskyttelse, privatliv og velfærd.

“Når vi taler om dataetik, så skal det være transparent. Og med det mener vi ikke ”Google transparent”. Jeg kan ret godt lide den her tavle, der vises i filmen med Progressive Patrick [reference til Forsikring & Pensions infographic¹³, ”Mod en fælles dataetik”, hvor ’progressive Patrik’ illustrerer den progressive position 2], hvor man tydeligt kan se, hvad man har sagt ja til. Vi siger, at det skal være transparent. Vi skal altid have flere produkter, så kunderne kan vælge, og så skal vi selvfølgelig passe rigtig godt på kundens data. Jeg tror egentlig, at på den måde er der ikke nogen risici for, at vi kommer til at have nogle grupper, som ikke kan blive forsikret. Vi siger til folk: ”Du kan få op til 30% rabat, hvis du kører pænt. Er du interesseret i det? Ellers har vi en anden vare. Og vi var i sommeren ude og spørge vores 4000 kunder, hvad de synes om det, og 51% siger faktisk, at det

er de interesseret i. Så vi kan se, at vores kunder gerne vil det.”

– Lars Bonde, koncerndirektør, Tryg



Billede fra filmen: ”Mod en fælles dataetik i Forsikrings- og Pensionsbranchen”, der illustrerer idealet om forsikringstagerens egenkontrol over data (i henhold til position 2)¹⁴.

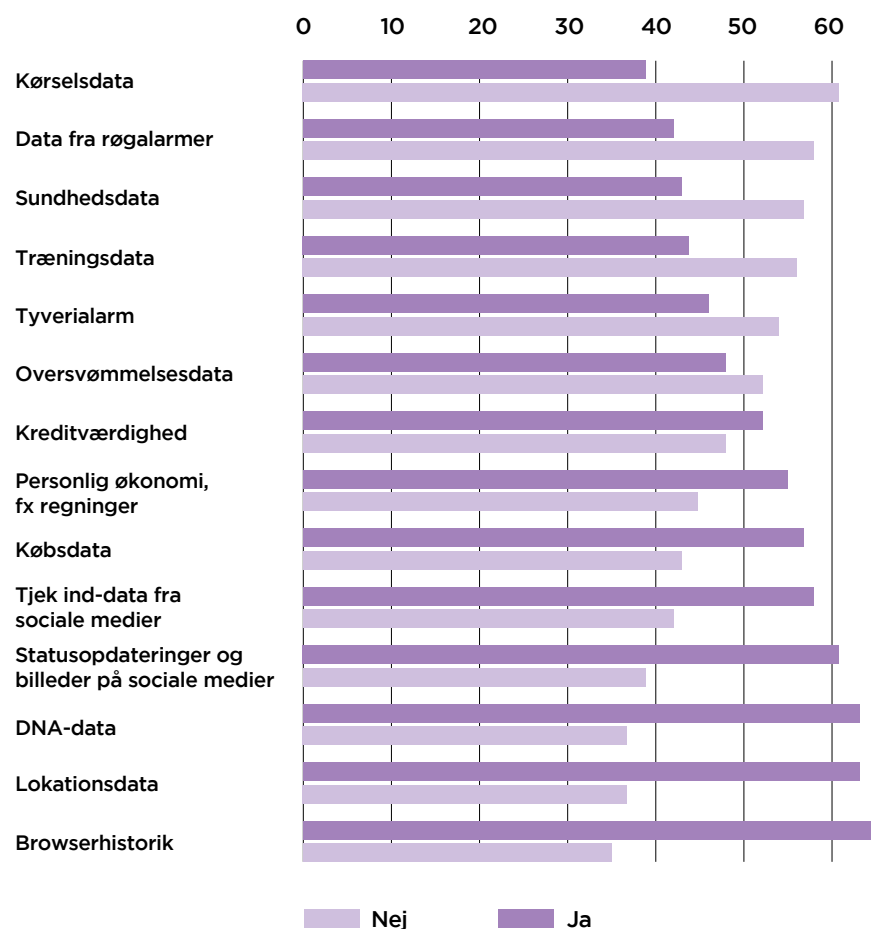
Sensitive data fra indtegnings til udbetaling

I Estland er man langt fremme på digitalt borgerskab, og den digitale verden er velintegreret med borgere, virksomheder og samfund. I Island arbejder

sundhedsstyrelsen på, at borgere i 2020 kan få adgang til at downloade deres egne sundhedsdata via en fælles platform. Her vil data om allergier, medicin og diagnoser mv. være tilgængelige, og kan kobles med selvrapporterede data på blodsukker, blodtryk, vægt mv. Det har til hensigt at gøre individet

bedre i stand til at håndtere sin sundhed¹⁵. I Tyskland taler man om en fælles sundhedsdatabase for svindel med sygdom, og i UK er man, som nævnt, allerede ved at etablere en database mod svindel med sundhed¹⁶. Disse og mange andre lignende initiativer rejser imidlertid spørgsmålet, om hvilke typer data der anvendes og hvordan.

Sensitiviteten ift. datatyper er et særligt vigtigt område, som har væsentlige dataetiske implikationer, når de anvendes ifm. en forsikrings- eller pensionssag. Figur 14 viser et samlet overblik over datatyper og deres respektive grader af almindelig opfattet sensitivitet blandt europæiske og amerikanske kunder.



Figur 14 er resultatet af en undersøgelse, foretaget af Celert, hvor europæiske og amerikanske forbrugere er blevet adspurgt, hvor villige de ville være til at dele forskellige typer data.

Som det fremgår, er der flere, der er villige til at dele sundhedsdata, end der er folk, som ikke ønsker at dele sundhedsdata. Går vi ned til DNA-data, er der et klart overvejende flertal, som ikke ønsker at dele disse data. Figur 14 illustrerer for det første, at der ikke er konsensus om, hvad der udgør sensitive data. For det andet viser figuren, at de typer data, som flere er villige til at dele, typisk hænger sammen med en værditransaktion. Eksempelvis træningsdata, kørselsdata, data fra røgalarmer eller tyverialarmer. I modsatte ende er de datatyper, som folk er mindre villige til at dele, fx lokationsdata, browserhistorik eller DNA-data. Disse data er ikke på samme måde knyttet op til noget, der umiddelbart kan give værdi tilbage til kunden. Undersøgelsen tager imidlertid ikke forbehold for, hvad folks holdning er ved samkøring af forskellige data.

“Når du har økonomiske data, lokationsdata, aktivitetsdata, sundhedsdata, medicinske data osv., så sker der en akkumulering af data, som bliver enormt følsom i sig selv.”

- Anette Høyrup, seniorjurist og privacy ekspert, Forbrugerrådet Tænk; næstformand, Rådet for Digital Sikkerhed

I Danmark har vi valgt, at der skal værnes særligt om offentligt registrerede sundhedsdata. Og det kan der være rigtig gode grunde til, men der er også klare dataetiske udfordringer ved måden, det foregår på i dag, når forsikrings- eller pensionsselskaber skal have adgang til sundhedsdata. Her er man tvunget til at anvende meget usikre procesgange ift. håndtering og deling af de sundhedsdata, som forsikringsselskaber har lov hjemmel til at indhente ifm. med fx en erstatningssag. Som nævnt er dette - set fra branchens synspunkt - en væsentlig dataetisk problemstilling, som bør løses ved bedre privat-offentligt samspil og digitalisering.

Volumen af sundhedsdata forventes tredoblet i 2020, og den enorme vækst i connected devices på over 50 milliarder, bestående af 1 billion sensorer i 2020, vil øge datamængden markant, og flere peger på, at sensorer ift. sundhed vil udgøre en stor del af denne vækst¹⁷. IoT anvendes i Danmark p.t. mest i huse på fx vandrør og i biler. Det skyldes primært, at ting-området er mindre sensitivt.

“Man kan betragte sundhedsdata enten som en risiko og dermed noget, der skal være høj sikkerhed omkring, eller man kan betragte det som et aktiv, der har værdi, som skal udnyttes. Og hvis vi dvæler for meget ved den første definition, så kommer vi ikke hurtigt nok med på toget ift. muligheder og værdiskabelse. Og langt det meste jura og lovgivning foregår reaktivt på det, der allerede er sket, så hvis vi ikke samtidig kigger på data som et aktiv, og bruger det på den måde, så lærer vi ikke, hvordan vi skal indrette lovgivningen og fortolkningerne af GDPR.”

- Claus Rehfeld, entreprenør og ph.d.

Hvad der opfattes som sensitive data, er historisk og kulturelt betinget, og historien viser, at opfattelsen ændrer sig. Her kan spores en betydelig etisk skelnen mellem på den ene side dataanvendelse, hvor man anvender datapunkter til forebyggelse og adfærdsregulering, og på den anden side dataanvendelse, hvor ikke-påvirkelige datapunkter kan få markant negativ betydning for den pris, den enkelte skal betale. Sådanne datapunkter - eksempelvis arvelige sygdomme - anvendes allerede ifm. indtegningen, men der vil opstå mulighed for at gå meget længere ud ad det spor, som er nytteetisk forsvarligt, men ikke pligtetisk forsvarligt. Derfor bør der nok være en grænse her. Men når vi bevæger os hen i udbetalingsuniverset, hvor en hændelse kan forsage markant tab af erhvervsevne og livskvalitet, er der en særlig etisk forpligtelse til, at branchen nemt og hurtigt kan få specifik og afgrænset digital adgang til nogle meget sensitive data mhp. at afgøre erstatningssagen hurtigst muligt og sikre borgerens berettigede økonomiske sikkerhedsnet og hjælpe med hurtigst muligt at få denne tilbage i arbejde frem for at blive isoleret pga. længerevarende sygdoms- og behandlingsforløb. Der er altså et grundlæggende dilemma mellem på den ene side et etisk berettiget værn om sundhedsdata ifm. eventuel indtegnning og risikoberegning, og på den anden side samme værn som besværliggør en bunden etisk forpligtelse til, at personer i en meget svær situation får den erstatning og det økonomiske sikkerhedsnet, de er berettiget til. Der er altså en stor dataetisk problemstilling ift. privat-offentligt samarbejde og digital infrastruktur, senest illustreret i forslaget til "Lov om ændring af sundhedsloven¹⁸."



På billedet ses minister for offentlig innovation og medlem af folketinget Sophie Løhde og koncerndirektør i Tryg Lars Bonde i debat om forbrugerbeskyttelse, privatliv og velfærd.

Sikring af borgernes privatliv og velfærd til debat på Forsikring & Pensions årsmøde 2018

På Forsikring & Pensions årsmøde d. 15. november 2018 blev temaet omkring, hvordan man bedst sikrer borgerens privatliv og velfærd i en dataetisk kontekst diskuteret.

“ Spørger du mig, om jeg synes, at forsikrings-selskaberne skal have adgang til borgernes journal data på sundhed.dk, så er det korte svar på det spørgsmål et klart nej.”

– Sophie Løhde, minister for offentlig innovation og medlem af folketinget

Temaet omkring navnlig pensionsselskabernes adgang til sensitive sundhedsdata blev debatteret, og der blev opfordret til et bedre privat-offentligt samarbejde.

“ De myndigheder, der har ansvar for sundhed. Danmark, har indrettet det på den måde, at man som borger kun kan give samtykke til at dele sine sundhedsdata med andre sundhedsmyndigheder såsom læge eller hospitaler. Man kan ikke gøre det til os. Så hvis vi får samtykke på dét, så skal vi skrive til det hospital, hvor medlemmet senest har været indlagt, så kan de så sende os - på gammeldags vis - dokumenter. Jeg synes du [Sophie Løhde] skal sige til de danske regioner, der ejer sundhed.dk, at det er borgerens data, og hvis borgeren gerne vil dele sin data med os, så skal borgeren selvfølgelig have ret til det.”

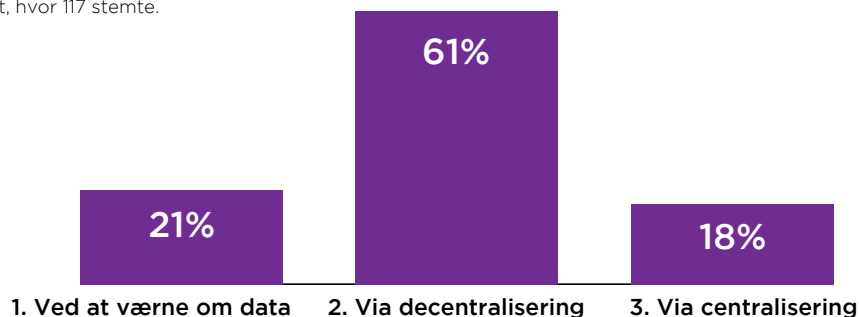
– Torben Möger Petersen, direktør, PensionDanmark

Også kriteriet om specificitet, afgrænsning og relevans ift. dataadgang blev drøftet:

“Jeg ønsker ikke, at I skal have den brede adgang, men jeg vil meget gerne se på mulighederne for, om man på sigt kan lave en klogere løsning på, hvordan vi i højere grad kan tage den mindre mængde af data, der vil være relevant og dele den på en klogere og smartere måde.”
- Sophie Løhde, minister for offentlig innovation og medlem af folketinget

Efterfølgende blev der blandt publikum stemt om, hvilken grundlæggende tilgang til borgerens data, der bedst ville kunne sikre både privatlivet og velfærden: Vha. henholdsvis værn om data, decentralisering, så borgerens data kommer i hænderne på borgeren selv eller centralisering på offentlige hænder med mulighed for overblik og adgang.

Figur 15 viser det pågældende afstemningsresultat, hvor 117 stemte.



Afstemningsresultatet, hvor hver femte havde stemt på den første svarmulighed, hvor man værner om og beskytter borgerens data, indikerer, at sensitiviteten ift. navnlig sundhedsdata, som debatten kredsedde omkring, har betydning for en

dataetisk stillingtagen. Interessant er det, at 61% stemte for en særligt progressiv dataetisk tilgang til opbevaring og deling af sensitive data. En tilgang der, modsat de andre to svarmuligheder, ligger længst fra den infrastruktur, vi kender i dag.

Det er kundens data: Privacy by Design

“If you have a 100% private and fully secure library of all of your data. The perfect data. Why would the companies go around your back for data elsewhere, which is thin, unreliable, not permissioned and expensive when they can go directly to you and ask you for your data. Explaining how they will use it and not use it and what they want to give you back in terms of value exchange. Then the individual is in control and this changes everything.”
- Julian Ranger, Chairman & Founder, Digi.me

Det er i kundens interesse selv at bestemme over sine data, og hvad der skal deles med selskabet. Det er mere etisk rigtigt, at kunden har ret til, adgang til og kontrol over sine data. I modsætning til andre aktører, såsom fx bilselskaber, der indsamler og får adgang til data om kørselsadfærd uden i øvrigt at spørge kunderne. Eller tech-giganter som Facebook og Amazon der har monopol på de data, borgeren producerer på deres platforme, og som dermed har en konkurrencemæssig fordel fremfor forsikrings- og pensionsbranchen.

“ Vi har brug for bedre adgang til de data, som de offentlige styrelser ligger inde med. At etablere privatindividets ejer af data også ift. det offentlige, vil være en stor hjælp for branchen.”
– Per Jensen, chef for data og rapportering, Tryg

De mest forretningsmæssigt interessante data er de personhenførbare data. Det betyder ikke, at aggregerede og anonymiserede data som fx fra DST ikke kan eller bør bruges til at analysere demografi mv., men at de konkrete husdata, bildata eller data om personen er af størst interesse, og at den enkelte bør have mulighed for at dele flere af disse data med selskaber, hvis han/hun vil.

“ The core thing I would advocate for if I was in insurance would be – building on the GDPR and the right to have your data erased – the right to ownership. And the reason for that is that it would help for more data proliferation. Which is ultimately what we want in the insurance industry – we want to know everything about everything. While the right to erase gives people agency over data that they publish, it does not give people the right to things that derive from them. And it can reduce the amount of data that exists out there, which affects the understanding that we need to identify risk and transfer risk.”
– James Felton Keith, Author & President, The Data Union

Vi anbefaler at branchen helt tilslutter sig principperne i Privacy by design (PbD). Det betyder ikke en bred adgang til fx samtlige sundhedsdata, men tværtimod kun til de specifikke, relevante data der skal anvendes i forbindelse med konkret sagsbehandling.

“ Dem, der kan skrue den samlede værdipakke sammen og koble et nogenlunde ædelt formål med en fortrinlig kundeoplevelse, compliance, høj etik – både som forretningsmodel og ift. behandling af data – og convenience, de vinder. Og millennials vil intuitivt være i stand til at afkode de ting på nul komma fem.”
– Sam Kondo Steffensen, programleder, DTU Business

På sigt vil kunden forhåbentlig let og transparent kunne give fx pensionselskabet adgang til SKAT, som giver informationer om løn og boligforhold,

samt Pensionsinfo, som giver informationer om pensionsforhold. Ideelt vil ægtefællestand (SKAT og Pensionsinfo) også skulle inkluderes via NemID og samtykke. Kontoinformationer vil potentielt også være relevante data ift. bedst at kunne sikre borgerens økonomiske sikkerhed og tryghed, hvis borgen ønsker det omfang af rådgivning.

“ Jeg tror vi vil se et kæmpe marked for det, man kan kalder privacy enabled products, hvor der er indbygget forbrugerkontrol med de data, forbrugeren ejer, og dermed også kan gøre med, hvad han eller hun vil. Det kan være at dele dem med et selskab, sælge dem osv.”
– Anette Høyrup, seniorjurist og privacy ekspert, Forbrugerrådet Tænk; næstformand, Rådet for Digital Sikkerhed

“ Vi har som branche ingen interesse i at gå over individets grænse og blive 'creepy'. Vi gør det helt åbent og transparent – 'du får den og den type ydelse, hvis du giver os de og de data'. Og hvis kunden fortryder, swiper man bare tilbage igen.”
– Morten Lund Madsen, økonomidirektør, Sampension

PbD repræsenterer en anden måde at arbejde med GDPR og data compliance på. Det handler om mere end jura og compliance. Det handler om en multidisciplinær tilgang, hvor flere parametre tænkes sammen i et værdiunivers.

“ We have to be creative in exploring the possibilities of the General Data Protection Regulation. Protection of personal data, of privacy, is not the work of the technician, it's not the work of legal, it's not the work economics or politicians or business, but all of them together. You need a multidisciplinary approach and work together to really make it, because it is technical, it is economical, it is legal. You have to have a good mix of these people and working together to achieve a very good system.”¹⁹
– Willem Debeuckelaere, President, Belgian Data Protection Authority & Vice Chairman, European Data Protection Board

Det vil i den forbindelse være relevant med flere og bedre teknologiske platforme, der kan sikre individets rettigheder og adgang til sine data.

Det handler om Personal Data Stores (PDS). Dataplatforme samler, renser og organiserer dataset og datastrømme sikkert og centralt²⁰. Et eksempel er Data for Good Foundation. Det er et dansk eksempel på en erhvervsdrivende, almen-nyttig fond, hvor sundhedsdata, adfærdsdata, syge- og skadedata parret med SoMe data stilles til rådighed for individet. Forsikrings- og pensionselskaber kan ad den vej få adgang til anonymiserede datasæt, men også personhenførbare data mhp. at kunne tilbyde bedre personaliserede rådgivningsydelser²¹.

“ Kigger vi 10-15 år frem, må man spørge sig selv, hvem der ejer kunderelationen. Når alt data kan deles, er der en risiko for, at selskaberne ender som infrastruktur, mens der sidder nogle data brokers, som kunderne har tillid til, og som ejer kunderelationen. Det er et spørgsmål om tid, før vi bliver udfordret på det, tror jeg. Den kamp, vi kæmper om kunderne nu, vil så blive helt anderledes.”
- Morten Lund Madsen, økonomidirektør, Sampension

Der sker allerede nogle udviklinger inden for dette område, og PDS er en af Siri-kommissionens anbefalinger²². En ting er, at mere egenkontrol over data kan føre til mere deltagelse og datadeling, som kan skabe værdi for den enkelte, kollektivet og selskaberne – og omvendt kan det jo også føre til mindre datadeling. Det er den vigtigste nytteetiske overvejelse omkring PDS. Det tunge- ste, etiske argument for en PDS er imidlertid det pligtetiske, hvor individet som mål i sig selv får retten til de data, som stammer fra ham eller hende selv. Egenkontrol – med eller uden PDS – forudsætter imidlertid en vis mængde digital dannelse, hvorfor sidste også er en vigtig opgave for branchen fremadrettet i dataøkonomien.

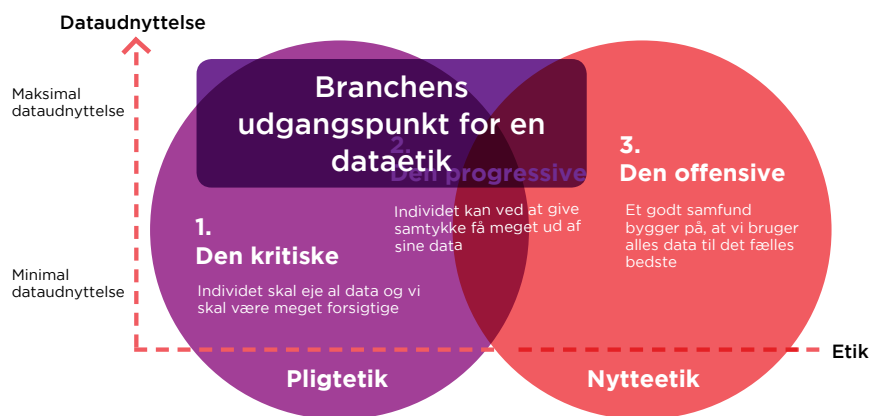
“ Forsikringsselskaber har en kæmpe rolle at spille i forhold til at drive markedet den rigtige vej – både ift. respekt for privacy og for at sikre optimal udnyttelse af de mange uudnyttede datapunkter. Hvis de ønsker det, kan de gå foran på denne privacy dagsorden.”
- Anette Høyrup, seniorjurist og privacy ekspert, Forbrugerrådet Tænk

Dataetiske principper for branchen

Gennem analysearbejdet på vej mod en fælles dataetik er det blevet tydeligt, at branchen dataetisk set bør kunne:

- Identificere og mere præcist beregne langt flere risici, som er til kundens eget bedste, fordi de risici 1) kan påvirkes og minimeres, 2) fordi de dækkes solidarisk mod en forsikringspræmie, og 3) fordi de skaber mere fairness i puljerne.
- Imødegå svindel med de nødvendige midler og med mest mulig anvendelse af teknologi mhp. at mindske antallet af falsk-positive.
- Anvende data til at forudsige og forebygge skader både ift. tings- og personområdet, hvis forsikringstager ønsker det.
- Understøtte både den enkelte og velfærdssamfundet med forebyggelse og viden herunder ved samspil mellem det offentlige og selskaberne.
- Sikre at dataudnyttelse sker med størst mulig transparens, sikkerhed, specificitet og afgrænsning samt mulighed for, at individet har egenkontrol.
- Branchen har en etisk forpligtelse til at indhente de specifikke og nødvendige data ifm. sagsbehandling og erstatningsudbetaling navnlig når det kommer til personskader, hvor data ofte er sensitive og derfor godt beskyttet i offentlige registre. Derfor betragter vi det som god dataetik, at branchen arbejder for at sikre effektiv digital, sikker, specifik og samtykkebaseret deling af navnlig de meget sensitive, men nødvendige persondata.

Placeret i den dataetiske model giver det følgende illustration af, hvor branchen dataetisk befinder sig.



Figur 16 viser branchens udgangspunkt for en dataetik. Hovedvægten er på pligtetik, men krydsningen mellem nytteetik og pligtetikken er central. Udgangspunktet for dataanvendelse er, at mere data kan bruges til først og fremmest at opnå pligt- men også nytteetiske mål. Kundeforventninger, dataregulering og international konkurrence presser ydermere på for en datamaksimerende position, som tager sit udgangspunkt i pligtetikken – med individet i centrum.

Branchens dataetiske kompas

Tillid mellem borgere, det offentlige og branchen er fundamentalt, for at selskaberne kan forsikre genstande, liv og understøtte velfærdssamfundet. Derfor har branchen ingen nytteetisk interesse i at bruge data på en måde, som udfordrer den tillid. Og ud fra pligtetiske overvejelser bør det også være en bunden opgave for branchen at skabe høj datasikkerhed, ikke videresælge borgernes data samt kun at anvende de relevante, specifikke og konkrete data, der er nødvendige i forbindelse med sagsbehandling. Digitalisering spiller her en central rolle ift. at sikre de typer af adgange vha. bl.a. rollestyring, og derfor vil en progressiv dataetik også skulle tage væsentligt hensyn til de muligheder, som teknologi og digitalisering tilvejebringer.

Ud af de mange mulige etiske principper, der findes i de forskellige anbefalinger, har vores analysearbejde og navnlig de tre cases-studier ført frem til 5 temaer, der er særligt relevante for branchen – både isoleret set og i samspil med hinanden – og som alle på sin vis er forudsætninger for tillid. Hvordan man forholder sig til disse grundtemaer afhænger af den dataetiske position, man taler fra. De fem temaer, og de umiddelbare spørgsmål de rejser, er:

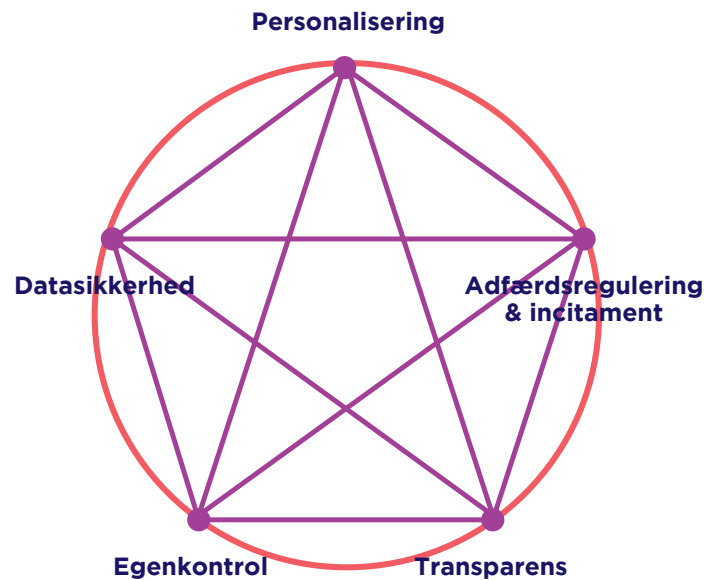
1. Datasikkerhed – kan jeg være sikker på, at mine data ikke havner i forkerte hænder?

2. Egenkontrol over data – har jeg kontrol over mine data, og hvem kigger med i mit privatliv, og til hvilke formål de bliver brugt?

3. Personalisering – vil jeg blive segmenteret/profileret på en måde, som gavner eller ikke gavner mig?

4. Adfærdsregulering & incitament – ændrer jeg adfærd til det bedre eller værre (afhængigt af, hvor fornuftig adfærdsændringen er) som følge af, at jeg deler data og bliver overvåget? Og er jeg tilskyndet økonomisk, eller via en form for værditransaktion, til at dele mere data, tilbageholde dem eller manipulere mine data til fordel eller ulempe for mig selv og/eller andre?

5. Transparens – ved jeg, hvor mine data ligger, hvad de bliver brugt til og hvordan? Ved jeg, hvad jeg siger ja og nej til, når data indsamles om mig? Og kender jeg i et rimeligt omfang konsekvenserne af at træffe beslutning om en given datadeling?



Figur 17 viser det dataetiske kompas. Figuren illustrerer de fem dataetiske grundtemaer i branchen.

De forskellige grundtemaer går på tværs af de 3 positioner, men fortolkes og håndteres principielt forskelligt, alt efter hvilken position vi ser det fra:

1. Datasikkerhed

Position 1

(pligtetik+minimal dataudnyttelse) Principielt bliver datasikkerhed her i højere grad set som et mål i sig selv, og dataminimering er et redskab til at opnå øget datasikkerhed. Såkaldt "security through obscurity". Anonymisering kan også være et redskab til at opnå datasikkerhed, men med risikoen for pseudo-anonymisering, hvor anonymiserede data nemt kan gøres personhenførbare igen, betragtes anonymisering også som en farlig 'løsning'.

Position 2

(pligtetik+maksimal dataudnyttelse) Her bliver datasikkerhed derimod principielt betragtet mere som et middel og en infrastrukturel forudsætning for mere og bedre dataanvendelse. Da datasikkerhed forudsætter transparens, bliver teknikker som fx data lineage, hvor man tracker data på tværs

af systemer tilbage til den oprindelige kilde, vigtige instrumenter. Dels for at opnå vished omkring sikkerhed og, at data ikke er blevet brugt ulovligt eller forkert, dels for på sigt at sikre, at den værdi, som er blevet genereret ud fra den enkeltes data også føres tilbage til ham eller hende, som er oprindelig ejer af de pågældende data.

Position 3

(nytteetik+maksimal dataanvendelse) Her bliver datasikkerhed på samme måde betragtet som en infrastrukturel forudsætning for mere dataudnyttelse til gavn for det fælles bedste, virksomheden og samfundet. Men datasikkerhed opprioriteres, især fordi der for dataforvalteren er store risici forbundet med at opbevare store mængder persondata. I registerforskning kan nytten af registersamkøring i princippet også veje tungere end at have sikkerheden i systemerne af hensyn til borgerne.

Anbefaling

Datasikkerhed er et fundament for at kunne tale om dataetik. En datasikker infrastruktur er en forudsætning for, at data kan deles mellem individer, selskaber og den offentlige sektor. Privacy by Design er derfor en vigtig opgave for branchen, for at

digitalisering og en stigende datamængde fortsat kan ske med respekt med individet i centrum. Privacy by Design principper bør ligeledes indføres i det offentlige, navnlig mhp. sikker deling af sensitive data i særligt bydende situationer, hvor erstatninger skal udbetales. Således bør branchens tilgang til datasikkerhed tage udgangspunkt i en dataetisk position 2.

2. Egenkontrol over data

Position 1

pligtetik+minimal dataudnyttelse. Egenkontrol er her principielt helt afgørende. Det sker med udgangspunkt i retten til anonymisering og kritik af al potentiel overvågning. Egenkontrol fortolkes primært på den måde, at individet slet ikke skal opfordres til at dele data. Et selskab bør, som nævnt, heller ikke kunne anonymisere dataset mhp. forskning og innovation, da dette ofte forbindes med en såkaldt pseudo-anonymisering, som kan gøres personhenførbart via fx *Dictionary Attack*.

Position 2

pligtetik+maksimal dataudnyttelse. Principielt skal individet her have størst mulig kontrol over sine data, og gerne mht. at sætte dem mest muligt i spil til egen nytte. Opt-in-baseret datadeling er en væsentlig mekanisme for at sikre, at dataindsamling sker med individets accept og viden om konsekvenser. Den enkelte bør derudover have mulighed for selv at anonymisere og videredele data til forsknings- og innovationsmæssige formål, hvis han eller hun ønsker det.

Position 3

nytteetik+maksimal dataudnyttelse. Her er egenkontrol over data principielt mindre vigtig og bør ikke altid have forrang for direkte adgange – med særlige behandlingshjemler – til registre med personrelateret data. Opt-out-baseret dataadgang er imidlertid en form for egenkontrol, man i princippet vil være stor fortaler for i position 3. Derudover vil man som selskab eller offentlig myndighed også anvende anonymisering af datasæt for at kunne forske og innovere til fordel for kollektivet.

Anbefaling

Kunden skal være i centrum for selskabernes dataanvendelse, og data er kundens/individets/borgerens data. Branchen skal kæmpe for, at data hverken tilhører selskaber eller det offentlige. Det er kunden, der ejer og bestemmer over data. "Egenkontrol over data" bør være et nøgleprincip for branchen. Egenkontrol vil være et vigtigt element for at bevare tilliden, som er en nøglefaktor, når det kommer til god datadeling mellem individer, selskaber og det offentlige. Branchen bør arbejde for, at kundens data er så let tilgængelige som muligt, og at kunden har mulighed for altid at få det bedst mulige beslutningsgrundlag for at kunne opnå den rigtige dækning eller investeringsprofil og dermed tryghed. Det gælder navnlig også offentligt registrerede data. Mere data til mere præcis risikovurdering er etisk forsvarligt ud fra både fairness og solidaritetsprincipper. Men det forudsætter individets egenkontrol. Branchens tilgang til egenkontrol over data grunder altså i en position 2.

Digital dannelse af kunderne er et vigtigt følgeprincip, fordi opmærksomhed omkring nye digitale risici samt fordele (og ulemper) ved datadeling – fx at opnå bedre dækning eller undgå at komme til at snyde sig selv eller selskabet – gavner både den enkelte kunde og selskabet. De færreste har interesse i en datadelingsøkonomi baseret på pseudo-samtykker. Og en af de store udfordringer ved en dataetisk position 2 er, at den forudsætter et individ, som er i stand til at tage ejerskab og kontrol over sine data. Det er der et fåtal af borgere, som ikke kan, og det er en udfordring. Her spiller digital dannelse ind som et vigtigt element.

3. Personalisering

Position 1

pligtetik+mimimal dataudnyttelse. Her ses data-drevet personalisering af princip som en risiko for individet. Her vil et selskab afholde sig fra at bruge data for at undgå at behandle individet imod sine interesser. Hvis personalisering anvendes ifm. målrettet henvendelse og rådgivning ift. bestemte livshændelser, så vil det i nogen grad blive betragtet som 'creepy' og overvågende.

Position 2

pligtetik+maksimal dataudnyttelse. Her betragtes personalisering ifm. indtegnning og prissætning principielt som en mulighed for at individet kan få en mere præcis pris. Personalisering giver også mulighed for, at den enkelte kan opnå et langt bedre overblik og tryghed omkring sin dækning.

Position 3

nytteetik+maksimal dataudnyttelse. Principielt betragtes mere præcis personalisering her som et vigtigt greb for at allokere institutioners midler hen til det rigtige sted, for at skabe løsninger, der er mest optimale for den brede nytte.

Anbefaling

Det er fortsat legitimt at anvende data til at differentiere mellem kundegrupperes risikoprofiler og identificere højrisikogrupper både ift. ting, adfærd og sundhed. En risikobaseret pris er nødvendig af to årsager:

- For at etablere et equal playing field ift. konkurrenter.
- Risiko og præmie bør følges ad, fordi det skaber de bedste incitamentstrukturer.

Anvendelse af flere datapunkter kan bruges til at bryde bestemte og gængse stigmatiseringer/segmenteringer, som kan skade individet fx i form af en uretmæssig høj præmie. Unge bilister kan og bør fx have mulighed for at påvirke en stærkt aldersbetonet stigmatisering ved at kunne påvise en fornuftig kørselsadfærd. Det samme fx for folk med helbredsmaessige problemer, men som varetager disse ved fx motionering eller anden behandling.

Grænsen for tarifiering (ifm. personalisering) går imidlertid der, hvor persondatapunkter, som den enkelte ikke kan påvirke, bruges til at (mikro)tarifere yderligere og kræve, at kunden betaler en betydeligt højere præmie. Her vil dels selvregulering, dels frit valg og reelle alternativer være nøgleprincipper for branchen. Det er allerede og bør fremadrettet være et vigtigt princip for branchen, at der skal være realistiske og betalelige løsninger til dem, som vælger at dele færre data. Branchen har ikke interesse i, at folk ikke skal kunne blive forsikrede. Et "del data eller bliv straffet" scenarie skal heller ikke opstå. Derfor skal alternativer til produkter baseret på deling af mange data bør være diskriminerende eller sætte den enkeltes interesser over styr. En positiv vision forudsætter, at branchen gør en indsats

for at alle kan føle sig godt tilpas i en verden med mange data og mulighed for deling af data. På sigt vil udviklingen inden for dataanvendelse forventelig fordre, at samfundet i samarbejde mellem branchen og myndighederne finder holdbare og forsvarlige velfærdsløsninger for de ekstreme højrisikogrupper. Imidlertid hverken kan eller bør det være branchens opgave at søge at udligne alle eksisterende sociale så vel som økonomiske uligheder.

Den dataetiske tilgang til personalisering bygger således på position 2 – både når maksimal dataudnyttelse er pligtetisk forsvarligt, og når det ikke er forsvarligt, og der skal sættes en grænse. På sigt vil visse områder i en risikoberegningskontekst – navnlig når det drejer sig om ikke personfølsomme data, såsom beliggenhed, grund- og geodata ift. eksempelvis huse – kunne glide mod en position 3, fordi nytteværdien af den viden og de potentielt gavnlige løsninger for den enkelte, samfundet og selskabet vil være betydelig uden at det kompromitterer den enkelte.

4. Adfærdsregulering og incitament**Position 1**

pligtetik+mimimal dataudnyttelse. Her anses adfærdsregulering som potentielt farligt, fordi det kan være til skade for den enkelte. Og man vil være kritisk overfor incitamenter til datadeling, da de kan påvirke folks dømmekraft på en måde, der kan være uhensigtsmæssig for den enkelte.

Position 2

pligtetik+maksimal dataudnyttelse. Her er incitamenter grundlaget for, at den enkelte kan påvirke sin livssituation til gavn for sig selv både i form af lavere risici og pris. Her betragter man dataanvendelse mere som middel til, at den pågældende adfærdsregulering kan blive endnu mere målrettet, relevant og fornuftig via endnu mere personaliseret rådgivning. Man vil også se incitamenter til datadeling som en vigtig del af dette at få bragt data i spil til fordel for den enkelte.

Position 3

nytteetik+maksimal dataudnyttelse. Her kommer adfærdsregulering samfundet til gavn. Man vil også se incitamenter til datadeling som et vigtigt tema navnlig ifm. forsikringsvindel, for forebyggende indsatser der tilskynder folk til at afgive sande oplysninger om deres skade har gavnlige effekter.

“ Man kan lave genomtest, bruge wearables og sensordata til at samle meget store datasæt på den enkelte. Men man må spørge sig selv, med hvilke midler det er legitimt at indsamle de data? Bruger man økonomiske incitamenter, som vi har set det i USA, hvor man kan få 50\$ for at dele data, eller giver man en billigere forsikring? Men økonomiske incitamenter har det bare med at påvirke folks dømmekraft.”

- Thomas Ploug, professor ved AAU, ph.d. og tidligere medlem af Det Ethiske Råd

Anbefaling

Forebyggende indsatser og adfærdsregulering er legitimt, så længe kunden har et frit oplyst valg og et reelt alternativ til datadeling. Branchen bør også have mulighed for at anvende store mængder data til at understøtte velfærdssamfundet fx ift. besparelser på medicinudgifter.

Det er etisk forsvarligt både ift. fællesskabet/solidariteten og den enkelte, at branchen opbevarer og anvender de data, der er nødvendige for at imødegå svindel. Kunstig intelligens kan bidrage til at reducere mængden af uretmæssigt overvågede individer, og derfor vil den teknologiske udvikling og udviklingen af automatisk samkøring og analyse af datapunkter ifm. sagsbehandling og anti-svindel være et vigtigt dataetisk indsatsområde for branchen og selskaber. Deling af data mellem selskaber og det offentlige ifm. svindelsager er også forsvarligt og vil være et vigtigt udviklingsområde for branchen. Tilskyndelse til, at kunden afgiver sande og 'korrekte' data, er også et vigtigt princip, som gælder både indtegnning, men i særdeleshed ifm. skadeanmeldelse og forebyggende indsatser mod svindel.

Branchens tilgang til at anvende data til adfærdsregulering og incitamenter grunder således i en position 2, hvor individet har valget om data skal anvendes til forebyggende indsatser og regulering i adfærden. Men særligt når det kommer til forebyggelse bredt set samt bekæmpelse af svindel, kan branchen tage afsæt i position 3, hvor det kollektive hensyn er afgørende frem for det individuelle hensyn. Teknologien muliggør imidlertid også, at de to hensyn ikke er i direkte modstrid med hinanden.

5. Transparens

Position 1

nytteetik+maksimal dataudmnyttelse. Principielt er transparens i princippet ikke så vigtigt, da man helst afstår fra at anvende mere data i første omgang. Hensynet til privacy og evt. anonymisering vejer meget tungere end transparens, der mest bliver relevant, når data først anvendes.

Position 2

nytteetik+maksimal dataudmnyttelse. Transparens er principielt helt centralt element til både at opnå datasikkerhed, men også for at gøre den enkelte i stand til at gøre brug af sine data på et informeret beslutningsgrundlag. Her vil ønsket om selvkontrollerede og dermed transparente datasystemer (fx fra Mydata-bevægelsen) være centralt.

Position 3

nytteetik+maksimal dataudmnyttelse. Her vil transparens også være vigtigt, men primært for at opnå høj datasikkerhed og dermed minimere risici ved opbevaring og forvaltning af store mængder data. Transparens vil i position 3 også som princip blive betragtet som et middel til at bevare og styrke tillidsrelationen mellem datasubjektet og dataforvalteren, så data fortsat kan udnyttes til gavn for flest mulige.

“ There's a rising belief in the right to both data privacy and data security. However, achieving both are illusions. Security is impossible without increased monitoring – and, thus so is true privacy. We should shift the focus towards data empowerment by giving people control over their data and a mechanism to retaliate if it is used in an inequitable way.”

- Steven Schwartz, Managing Director, CEO Quest

Anbefaling

Transparens omkring samtykkeerklæring og informering om dataadgang er et nøgleprincip. Hvis selskaberne vil have adgang til folks data, er "pseudo-samtykker" ikke vejen frem. Selskaber har en forretningsmæssig interesse i - men også etisk forpligtelse til - at gøre det nemt og forståeligt, hvad det er, kunden accepterer. Her ligger også et krav om øget transparens ift. risikovurderingsprocesser, herunder oplysning om hvilke datapunkter selskabet bruger til at vurdere risikoen forbundet med den enkelte kunde. Tillid kan til en vis grænse erstatte transparens, men manglende transparens kan i sidste ende erodere tilliden.

Derfor bør branchen se på principper inden for legal by design og ethics by design, hvor principper, compliance, samtykke-konsekvenser og formål fremgår gennemskueligt og brugervenligt for kunden. Branchens tilgang til transparens bør have afsæt i position 2. Transparens – sammen med datasikkerhed og egenkontrol over data – er tilsammen vigtigere end et enøjet fokus på privacy.

På vej mod en fælles dataetik

“*It is a scary reality when everything can be known, but we are already living in that reality, so we need to have an open and honest conversation about this fact.*”

- James Felton Keith, Author & President, The Data Union

Med denne rapport har vi forsøgt at anvise de første skridt på vej mod en fælles dataetik. Vi har forsøgt at definere rammen og de første væsentlige principper for, hvordan data og etik spiller sammen i en branche, der varetager vigtige hensyn til både individet, samfundet og forretningen. Vi har forsøgt at tage de sværeste diskussioner op på Forsikring & Pensions årsmøde og diskuteret, lyttet og nuanceret de dataetiske temaer i samarbejde med omkring 275 deltagere inden for så vel som uden for branchen og vi har lyttet og diskuteret med folk fra både ind- og udland.

Vi har forsøgt at pege på grænser, der skal sættes og åbninger, hvor der kan og bør gøres mere med data. Og i en verden, hvor bl.a. IoT og algoritmer allerede er i gang med at øge mængden, anvendeligheden, mulighederne og risiciene ved data markant, ser vi det som et vigtigt skridt fremadrettet at have igangsat en positiv diskussion i samarbejde med Forsikring & Pension omkring, hvad branchen gør, kan, bør og vil med data. Dataetik kommer ofte til i den offentlige debat at handle om, hvad man skal gøre mindre brug af. Men som denne rapport har klarlagt, er der store muligheder ved databrug, som man kan og bør gøre mere brug af – af hensyn til individet, samfundet og forretningen.

Forsikrings- og pensionsbranchen bør medvirke til at skabe velfærdsløsninger som svar på vores forskellige moderne problemer, og det kræver ofte mere intelligent brug af data. Dataudnyttelse skal kunne lade sig gøre med fuld respekt for både den enkelte og for fællesnyttens. Og uden at nogen bliver ladt i stikken. Data kan og bør udnyttes for at hjælpe den enkelte og det fælles bedste, og det skal ske med individets rettigheder og handlemuligheder i centrum.

Interviewpersoner:

Anette Høyrup,
seniorjurist og privacy ekspert, Forbrugerrådet
Tænk; næstformand, Rådet for Digital Sikkerhed

Björn Hinrichs,
Executive Director, Informa, HIS & Vicepresident,
Arvato Financial Solutions

Bo Søvsø Nielsen,
Director, Shift Technology

Brian Egested,
afdelingschef og bestyrelsesmedlem, Alm. Brand

Brian Wahl Olsen,
direktør for Skadeservice, Alm. Brand

Claus Rehfeld,
entreprenør og ph.d

Flemming Tovdal Schmidt,
direktør for Kunder, Kundeservice & IT,
PensionDanmark

Harald Bjerke,
Manager at Fraud Prevention Office, Finans Norge

Henrik Bundgaard,
skadedirektør, Codan

James Felton Keith,
Author & President, The Data Union

James Neville,
CEO, Citizen

Jon Cooper,
Co-founder & CEO, Life.io

Jon Johnsen,
koncerndirektør og COO, PFA

Julian Ranger,
Chairman & Founder, Digi.me

Lars Bonde,
koncerndirektør, Tryg

Luca Schnettler,
CEO & Founder, HealthyHealth

Matteo Carbone,
Director of the IoT Insurance Observatory
(previously Connected Insurance Observatory),
Global InsurTech Thought Leader & Investor

Morten Lund Madsen,
økonomidirektør, Sampension

Norman Black,
EMEA Insurance Industry Principal, SAS

Per Jensen,
chef for data og rapportering, Tryg

Povl Heiberg Gad,
ph.d-stipendiat ved CBS

Ravi Vatrupu,
Professor & Director, Centre for Business Data
Analytics, Copenhagen Business School

Sam Kondo Steffensen,
programleder, DTU Business

Steven Schwartz,
Managing Director, CEO Quest

Thomas Enna,
forretningsudviklingsdirektør, Topdanmark

Thomas Ploug,
professor ved AAU, ph.d. og tidligere medlem af
Det Etske Råd

Vagn Jelsøe,
vicedirektør for Politik & Kampagner,
Forbrugerrådet Tænk

Særligt tak til paneldeltagere på Forsikring & Pensions årsmøde 2018:

Lars Bonde,
koncerndirektør, Tryg

Torben Möger Petersen,
adm. direktør, PensionDanmark

Anette Christoffersen,
direktør, Forbrugerrådet Tænk

Sophie Løhde,
minister for offentlig innovation og medlem
af folketinget
Allan Polack,
CEO, PFA Pension

Peter Hermann,
CEO, TopDanmark

Vivian Lund,
koncerndirektør, Codan

Slutnoter

- 1 (Floridi, 2013; Floridi & Taddeo, 2016)
- 2 https://www.accenture.com/t20161011T222718_w_us-en/_acnmedia/PDF-34/Accenture-Pulse-Check-Dive-Key-Findings-Personalized-Experiences.pdf
- 3 Afgiften nedsættes ifm. Finansloven 2019
- 4 Mydex CIC Data Portability whitepaper, June 2018
- 5 Mydex CIC Data Portability whitepaper, June 2018
- 6 "Big Data is coming - are you ready? The European Actuary no 15 -Oct 2017, s. 5-7
- 7 "Big Data is coming - are you ready? The European Actuary no 15 -Oct 2017, s. 5-7
- 8 Oplyst forsikringssvindel I Danmark – rapport 2018
- 9 https://www.shift-technology.com/hicfg_selects_shift/
- 10 https://borsen.dk/nyheder/generelt/artikel/1/359807/deling_af_motionsdata_koster_kvindens_hendes_forsikring.html?hl=YTozOntpOjA7czoxMDoiZm9yc2lrcmluZyI7aToxO3M6OToiRW5kb21vbmRvIjtpOjI7czoxMDoiRm9yc2lrcmluZyI7fQ,,
- 11 <https://www.aig.com/knowledge-and-insights/new-ways-to-fight-fraud>
- 12 "The Data Sharing Economy: Quantifying Tradeoffs that Power New Business Models", AIG
- 13 https://www.youtube.com/watch?time_continue=175&v=cKU7ViBGHqE

- 14 https://www.youtube.com/watch?time_continue=175&v=cKU7ViBGHqE
- 15 <https://dattacalabs.com/decentralizing-healthcare/>
- 16 https://www.shift-technology.com/hicfg_selects_shift/
- 17 Future Agenda – "Future of Patient Data", insights from multiple expert discussions around the world, 2018
- 18 <https://prodstoragehoeringspo.blob.core.windows.net/e684333f-e340-4e9a-99f9-dc395a02d3aa/Lovforslag%20om%20bedre%20digitalt%20samarbejde.pdf>
- 19 <https://www.youtube.com/watch?v=pO3kp-ii6OU&t=11s>
- 20 <https://www.mckinsey.com/business-functions/digital-mckinsey/our-insights/creating-a-successful-internet-of-things-data-marketplace>
- 21 Tranberg P. og Hasselbæk G.: Dataetik – den nye konkurrencefordel
- 22 https://www.version2.dk/artikel/siri-kommissionen-personal-data-store-vejen-frem-trygge-borger-data-1086186?utm_source=twitter&utm_medium=social&utm_content=wall_post&hootPostID=55e8395a0366717543fdd47330f11d4c
- 23 <http://nextwork.as/>

Referencer

- Accenture. (2016). Building digital trust: The role of data in the digital age.
Adgang: <https://accntu.re/2OexV9m>
- AIG. (2017). The Data Sharing Economy: Quantifying Tradeoffs that Power New Business Models
Adgang: <https://bit.ly/2D9T3Ws>
- Albrechtsen, T. & Bornakke, T. (2018). Vi har pligt til at dele vores data med fællesskabet. Information.
Adgang: <https://bit.ly/2y6UPGe>
- Al-Erhayem, J. (2018). 200 GDPR-mails i min inbox – til hvilken nytte? Børsen.
Adgang: <https://bit.ly/2OVay1x>

Andersen, T. (2018). Siri-kommissionen: 'Personal data store' er vejen frem til trygge borgerdata. Adgang: <https://bit.ly/2zwGJzo>

Arendt, H. (1994). Eichmann in Jerusalem - A Report on the Banality of Evil. Penguin Books.

Awad, E., Dsouza, S., Kim, R., Schulz, J., Henrich, J., Shariff, A., ... Rahwan, I. (2018). The Moral Machine experiment. *Nature*, 563(7729), 59. <https://doi.org/10.1038/s41586-018-0637-6>

Bagger, H. (2018). Debat: Tillid til virksomhedernes datahåndtering er hård valuta. Børsen.

Bentham, J. (1776). A Fragment on Government. Cambridge University Press. <https://doi.org/10.1017/CBO9781139163675>

Bundgaard, H. (2018). Forsikringssvindlere spilles videre som sorteper. Berlingske. Adgang: <https://bit.ly/2QBrhHD>

Burbach, M. (2016). Soft Fraud and Possibilities for Prevention. *Gen Re*. Adgang: <https://bit.ly/2gBBBSO>

Cabinet Office & Behavioural Insights Team. (2012). Applying behavioural insights to reduce fraud, error and debt. GOV UK. Adgang: <https://bit.ly/2Dkxpk6>

Davenport, T. H., & Prusak, L. (1998). Working Knowledge: How Organizations Manage what They Know. Harvard Business Press.

Deichmann, J., Heineke, K., & Reinbacher, T. (2016). Creating a successful Internet of Things data marketplace. Adgang: <https://mck.co/2lAlhjk>

Due, B. L., Christensen, J. H., & Hennelund, M. (2018). Du er ikke bedre end dit data. Kommunikationsforum. Retrieved from <http://www.kommunikationsforum.dk/artikler/Guide-til-databranding>

Due, B. L. (2018). Autonome dræbermaskiner og onde datafyrster. Kommunikationsforum. Retrieved from <http://www.kommunikationsforum.dk/artikler/Moral-som-forretningskritisk-parameter>
Durkheim, É. (1895). The Rules of Sociological Method (1st American ed.). New York: Free Press.

Floridi, L. (2013). The Ethics of Information. Oxford University Press UK.

Floridi, L., & Taddeo, M. (2016). What is data ethics? *Philosophical Transactions. Series A, Mathematical, Physical, and Engineering Sciences*, 374(2083). <https://doi.org/10.1098/rsta.2016.0360>

Forsikring & Pension. (2018). Opdaget forsikringssvindler i Danmark - rapport 2018.

Frank, L. (2018). Det elektroniske overjeg. *Weekendavisen*.

Future Agenda - Open Foresight. (2018). Future of Patient Data - Insights from Multiple Expert Discussions Around the World. Adgang: <https://bit.ly/2JeKizH>
Geertz, C. (1977). The Interpretation Of Cultures. New York: Basic Books.

Hart-Hansen, K. (2018). Kronik: Forløs dansk sundhedsteknologisk potentiale. Børsen.

Hart-Hansen, K. (2018). Kronik: Tag livtag med om fordommene om sundhedsdata og bring Danmark i front. Børsen.

Holm-Larsen, T. (2018). Mens Finland tør, står Danmark paralyseret. Børsen.

Kamallakharan, B. (2018). Decentralizing Healthcare. Adgang: <https://bit.ly/2xIQGOC>

Kant, I. (1785). Grundlæggelse af sædernes metafysik. København: Gyldendal.

Kivisaari, E. (2017). Big Data is coming - are you ready? *The European Actuary*, no. 15 - Oct 2017, s. 5-7. Adgang: <https://bit.ly/2R3Npvg>

Kjær, J. S. (2018). LA-spidsen efter alvorlige refleksioner: Den dataglubsk stat skal have mundkurv på. Politiken.

Lyhne, A. (2018). Børsen mener: #techlash kan også ramme danske politikere. Børsen.

Mittelstadt, B. D., & Floridi, L. (2016). The Ethics of Big Data: Current and Foreseeable Issues in Biomedical Contexts. *Law, Governance and Technology Series, The Ethics of Biomedical Big Data*, 445-480. doi: [10.1007/s11948-015-9652-2](https://doi.org/10.1007/s11948-015-9652-2)

MyData Global. (2018, 6, september). Legal landscape and GDPR [YouTube]. Adgang: <https://bit.ly/2xIfxwU>

Mydex Data Services CIC. (2018). Data Portability whitepaper.

Nyvold, M. (2018). GDPR udfordrer internetgiganternes datamonopol.
Adgang: <https://bit.ly/2QcEGFR>

Philip, A. (2018). Kronik: Vi har ret til privatliv i den digitale verden. Børsen.

Quinn, S. (2008). The Transformation of Morals in Markets: Death, Benefits, and the Exchange of Life Insurance Policies. *American Journal of Sociology*, 114(3), 738-780. doi: 10.1086/592861.

Rahman, Z. (2016, November 21). Dangerous Data: the role of data collection in genocides. Retrieved November 28, 2018, from <https://www.theengine-room.org/dangerous-data-the-role-of-data-collection-in-genocides/>

Reiermann, J. & Andersen, T. K. (2018). Guldgrube af sundhedsdata samler støv. Mandag Morgen.

Richterich, A. (2018). The Big Data Agenda: Data Ethics and Critical Data Studies. University of Westminster Press. doi: <https://doi.org/10.16997/book14>

Ritzau. (2018). Deling af motionsdata koster kvinde hendes forsikring. Fyens Stiftstidende.
Adgang: <https://bit.ly/2NuODgb>

Schallemose, C. (2018). Debat: Slæk ikke på data-sikkerheden, Løkkegaard. Børsen.

Schwab, K. (2017). The Fourth Industrial Revolution. New York: Crown Business.

Shift Technology. (2018). HICFG Selects Shift to Develop New Counter Fraud Database in the UK!
Adgang: <https://bit.ly/2OStRZA>

Shu, L. L., Mazar, N., Gino, F., Ariely, D. & Bazerman, M. H. (2012). Signing at the beginning makes ethics salient and decreases dishonest self-reports in comparison to signing at the end. *Proceedings of the National Academy of Sciences*, 109(38):15197-200. doi: <https://doi.org/10.1073/pnas.1209746109>

Sinha, S. (2017). How insurance firms are dealing with fraud claims.
Adgang: <https://bit.ly/2xNmzzV>

Stensdal, K. (2018). Debat om dataetik: Mulighederne med dataanalyser er næsten uendelige – så hvor skal grænsen gå?
Adgang: <https://bit.ly/2zYf9uV>

Thaler, R. H., & Sunstein, C. R. (2009). *Nudge: Improving Decisions About Health, Wealth, and Happiness* (Revised & Expanded edition). New York: Penguin Books.

Tofte, U. (2018). Ulla Tofte: Historien viser, at registrering af data er til vores eget bedste. Politiken.

Tranberg, P. & Hasselbalch, G. (2016). Dataetik – den nye konkurrencefordel. PubliShare.

Wagner, B. (2018). Ethics as an Escape from Regulation: From ethics washing to ethics shopping? In H. Hildebrandt (Ed.), *Being Profiling. Cogitas ergo sum*. Amsterdam University Press.

Forfatterne og opdraget bag rapporten

Denne rapport er skrevet på opdrag af Forsikring & Pension med henblik på at analysere og definere de første væsentlige skridt på vej mod en fælles dataetik for branchen. Formålet er at definere en række principper for dataetik, som ikke bare afspejler de muligheder og udfordringer, vi ser i dag ift. data, men som også kigger fremad mod de scenarier, der kan komme til at få stor betydning for dataøkonomien og branchens muligheder.

Rapporten bygger på interviews med repræsentanter fra forsikrings- og pensionsbranchen, eksperter eksperter og indsigter fra Forsikring & Pensions årsmøde d. 15. november med fokus på data og etik. Den bygger også på eksisterende ekspertviden i teamet og et samlet overblik over dataetik. Rapporten er udført af rådgivningsvirksomheden Nextwork og skrevet af følgende forfattere:



Jesper Højberg Christensen, partner i Nextwork, adjungeret professor ved CBS, entreprenør og bestyrelsesformand. Førende ekspert i strategisk kommunikation, branding og forretningsudvikling, organisationsforandringer og komplicerede ledelsesprocesser. Rådgiver bestyrelser i mange store private og offentlige danske virksomheder.



Brian Due, ph.d., partner i Nextwork, Head of Research and Innovation og associate professor (lektor), Center for Interaction Research and Communication Design, Københavns Universitet. Ekspert i digitale transformationer, innovation og forretningsudvikling. Forsker i social interaktion blandt medarbejdere og mødet mellem menneske og maskine og rådgiver i videnstunge forandringsprocesser.



Mads Hennelund, cand.merc.fil., rådgiver i Nextwork. Rådgiver om digitale transformationer og organisationsforandring i den digitale dataøkonomi. Ekspert i strategi, branding og dataetik samt muligheder og udfordringer ifm. forretningsudvikling i den finansielle sektor.

INDHOLD