



Sæt dataetikken i system

Del 1 - Vejledning til dataetiske politikker

Januar 2024

F&P FORSIKRING
OG PENSION

Indhold

<u>Introduktion: Hvorfor er dataetik vigtigt</u>	3
<u>Kort fortalt: Tre skridt til en dataetisk politik</u>	5
<u>1. Sæt principielle rammer for dataetikken gennem en dataetisk politik</u>	6
<u>Hvad skal en dataetisk politik kunne?</u>	6
<u>”Cool eller Creepy”: Forsikrings- og pensionsbranchens standard for dataetik</u>	6
<u>Sæt dataetikken i system: Jeres egne dataetiske principper</u>	7
<u>Jeres værdier bør være definerende for en dataetisk politik</u>	7
<u>Konkret eksempel på dataetisk politik</u>	8
<u>2. Forankring, implementering og operationalisering</u>	10
<u>Forankring</u>	10
<u>Træning og kompetencer</u>	11
<u>3. Kommuniker åbent om dataetikken</u>	12
<u>Offentliggøre politikken og fortælle om det dataetiske arbejde på virksomhedens hjemmeside</u>	12
<u>Redegøre for politikken og det dataetiske arbejde i virksomhedens årsrapport</u>	12
<u>Redegørelsens længde</u>	13
<u>Bilag</u>	
<u>Eksempler på redegørelser fra årsrapporter i forsikrings- og pensionsbranchen</u>	14
<u>Erhvervsstyrelsens vejledning om lovpligtig redegørelse for dataetik</u>	19

Introduktion: Hvorfor er dataetik vigtigt?



Forsikrings- og pensionsbranchen er en integreret del af det danske velfærdssamfund, hvor betydelige dele af borgernes økonomiske sikkerhedsnet er knyttet til borgernes pensions- og forsikringsordninger.

Forsikrings- og pensionsbranchen har altid brugt data til eksempelvis at vurdere og pulje risici. Data er nemlig forudsætningen for, at vi har et velfungerende forsikrings- og pensions-system.

Tillid er en forudsætning for at arbejde data-drevet. Derfor er det vigtigt, at vi skaber forståelse og tillid til branchens brug af data. Den tillid understøttes blandt andet af et aktivt arbejde med dataetik.

Dataetik kan ikke sættes på formel ...

Dataetik handler om at fastsætte principper og rammer, der styrer, hvordan vi indsamler, analyserer, bruger og formidler data. Dataetik handler om at tage stilling til de potentielle virkninger, konsekvenser og implikationer af vores data-brug over for personer, samfund og vores egen virksomhed.

Målet med dataetik er at tage stilling til og definere, hvad vi ser som ansvarlig og etisk håndtering af data. En af de helt svære udfordringer ved dataetik er, at der sjældent er endegyldige svar.

... men vi kan give en metode til at håndtere dataetikken

Vi mener, at det er vigtigt at sætte rammer, som definerer, hvordan datadrevne løsninger må påvirke en virksomhed, dens kunder og samfundet. Det er også baggrunden for, at branchen i 2019 udviklede en branchestandard for dataetik. Standarden er døbt "Cool eller Creepy" og blev lanceret og implementeret i 2020. "Cool eller Creepy" sætter overordnede rammer, men det er vigtigt, at de enkelte virksomheder i branchen

fastlægger, hvilke værdier og principper som skal definere dem internt og overfor omverdenen.

Det handler med andre ord om, at den enkelte virksomhed skal trække den berømte streg i sandet, som definerer, hvordan den forholder sig til databrug.

Den streg i sandet kan komme fra en dataetisk politik og tilhørende dataetiske principper, der definerer, hvad virksomheden vil gøre og ikke vil gøre med data.

Vejen fra politik til praksis sætter vi fokus på gennem tre værktøjer, som samlet går under navnet "Sæt dataetikken i system":

- **Del 1 – Dataetiske politikker**

(Som du læser nu)

En overordnet vejledning til at skrive en dataetisk politik.

- **Del 2 – Dataetiske principper**

Et værktøj, som giver en ramme til at definere dataetiske principper, der kan indgå i en dataetisk politik.

- **Del 3 – Fra principper til praksis**

Et værktøj, der kan bruges, når man skal vurdere en konkret datadrevet løsning ud fra sine dataetiske principper.

Alle materialer – og særligt del 2 - tager afsæt i forsikrings- og pensionsbranchens standard for dataetik "Cool eller Creepy", som på brancheniveau definerer en række dataetiske principper.

Målet med det samlede materiale er at give inspiration og værktøjer til at komme i gang med eller løfte et igangværende arbejde med dataetik. Derfor er det ikke en komplet vejledning, men en introduktion til metoder, som kan hjælpe med at sætte dataetikken i system.

Sæt dataetikken i system – overblik over det samlede materiale

F&P's dataetiske værktøjer



To vigtige afgrænsninger

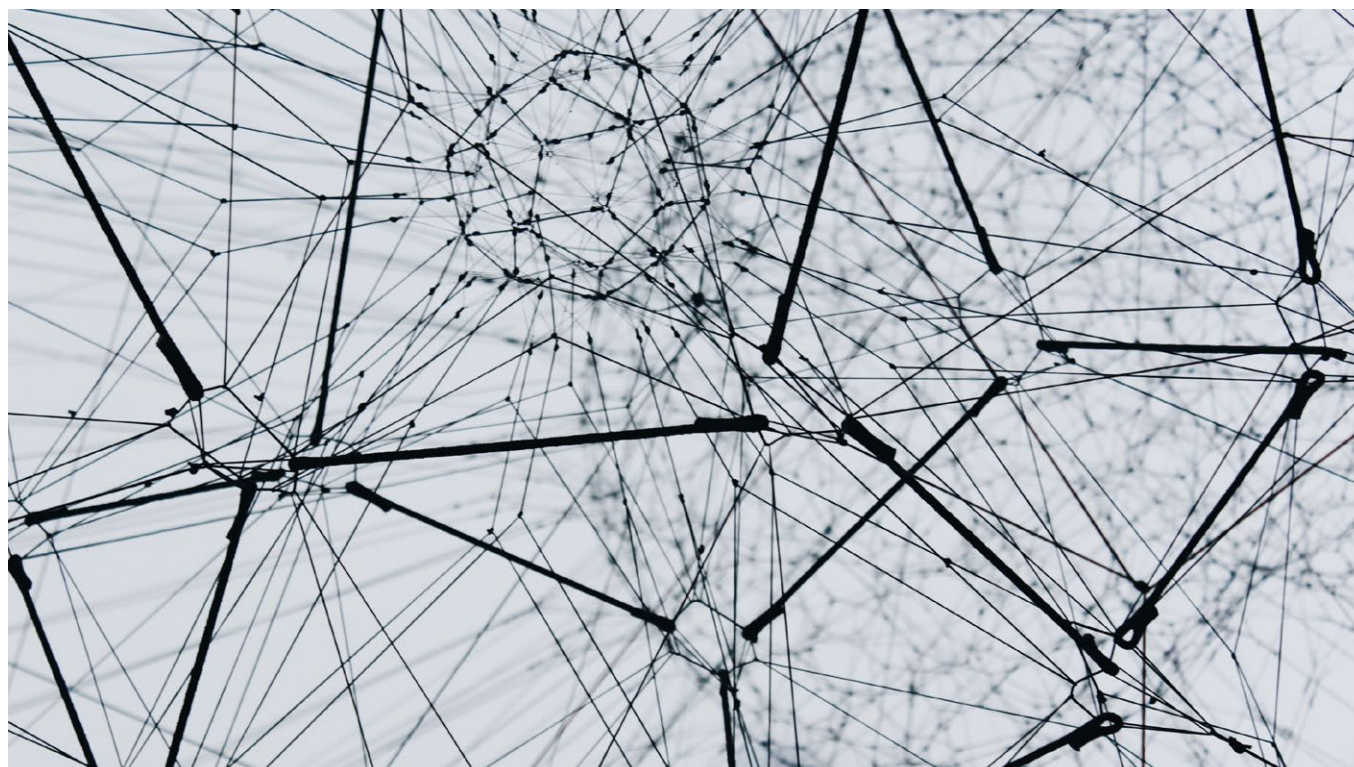
1) "Dataetik skal forstås som den del af etikken, der angår data. Med andre ord er en problemstilling kun dataetisk, når den omhandler behandling af data."

Sådan lyder definitionen fra Dataetisk Råd, og det er den samme definition, vi følger hos F&P. Hvis strategiske beslutninger involverer brug af data, direkte eller indirekte, så involverer de dataetik, og det skal sikres, at den praktiske implementering efterlever jeres rammer for dataetik.

2) I dette materiale fokuserer vi på etikken – ikke juraen.

Når I drøfter dataetik, vil det givetvis også give anledning til GDPR-diskussioner og andre drøftelser i forhold til gældende love. Det er vigtigt at sige, at dette værktøj ikke forholder sig til, hvordan I overholder love og regler, men alene til, hvordan I sætter jeres ramme for dataetik. I dette materiale arbejder vi med det afsæt, at der er styr på gældende love og regler.

Med det sagt, så vil vi ønske jer **god læselyst**.
F&P og Projektgruppen for Dataetik



Kort fortalt: Tre skridt til en dataetisk politik

Denne vejledning sætter fokus på, hvordan I kan definere en dataetisk politik, som sætter den overordnede ramme for jeres arbejde med data og databehandling.

Vi ser tre vigtige skridt i dette arbejde. Kort fortalt, kan virksomheder i branchen, som ønsker at definere og arbejde med en dataetisk politik, overveje følgende tilgang, der tager afsæt i branchestandarden for dataetik "Cool eller Creepy":

1. At udarbejde en dataetisk politik, som sætter overordnede principielle rammer for dataetikken i virksomheden.
2. At sikre, at politikken er kendt i organisationen og efterleves i virksomhedens datadrevne løsninger. Det kan eksempelvis indebære:
 - Forankring: At politikken forankres i bestyrelsen*
 - Implementering: Ansvar for at implementere politik, principper og retningslinjer ligger hos direktionen.
 - Operationalisering: Direktionen sikrer, at det dataetiske arbejde er organisatorisk forankret. Eksempelvis ved at udpege en eller flere ansvarlige eller nedsætte en tværgående dataetisk komite.
3. At kommunikere åbent om den dataetiske politik, eksempelvis via nedenstående muligheder:
 - At offentliggøre politikken på virksomhedens hjemmeside.
 - Redegøre for politikken og arbejdet i virksomhedens årsrapport - også selv om man qua virksomhedsstørrelse og art - ikke er underlagt de eksisterende lovkrav om dataetisk redegørelse i årsrapporten.

*En dataetisk politik vil inkludere strategiske valg (og fravalg), som skal efterleves i hele organisationen.



1. Sæt principielle rammer med en dataetisk politik

Den definerende del af arbejdet med en dataetisk politik er naturligt selve politikken og de rammer, den skal sætte.

Derfor starter vi med en introduktion til begrebet "dataetisk politik", og sætter derefter fokus på, hvordan I kan angribe arbejdet med at definere en dataetisk politik.

Hvad skal en dataetisk politik kunne?

En politik for dataetik kan se ud på mange måder. Overordnet handler det om at fastlægge interne principper, der fastlægger, hvordan I, som virksomhed, arbejder med data.

I F&P-regi ser vi det således:

- Dataetik handler om at fastsætte principper og rammer, der styrer, hvordan vi indsamler, analyserer, bruger og formidler data

Vi anbefaler, at det sker gennem en politik for dataetik, som fastlægger:

- Et formål
- Dataetiske principper

Politikken bør være forankret i bestyrelsen

- Politikken med principper er bestyrelsens instruks til direktionen.

Ansvar for at implementere disse ligger hos direktionen, som skal sikre, at politikken efterlevs i det daglige.

"Cool eller Creepy": Forsikrings- og pensionsbranchens standard for dataetik

Når det kommer til dataetik, starter vi ikke fra bar bund. For i forsikrings- og pensionsbranchen er arbejdet med dataetik ikke nyt.

Vi har, som den første branche i Danmark, indført dataetiske principper, der fungerer som en branche-standard. Standarden for dataetik blev udviklet i 2019 og lanceret og implementeret i 2020.

Branchestandarden er døbt "Cool eller Creepy". Den definerer tre hovedområder og en række principper, som danner en fælles bundlinje for dataetikken i branchen.



Lovkravet om dataetisk redegørelse for store virksomheder

I dansk kontekst stammer begrebet "dataetisk politik" fra lovgivningen om, at større danske virksomheder fra 1. januar 2021 skal redegøre for deres arbejde med dataetik i årsrapporten.

Kravet er indført i årsregnskabsloven¹ og betyder, at store virksomheder skal redegøre for deres dataetiske politik eller forklare, hvorfor de ikke har en politik.

Kravet fra årsregnskabsloven er overført til de bekendtgørelser, som gælder for den finansielle sektor².

- [Læs mere om lovkravet og vejledning til rapportering efter årsregnskabsloven hos Erhvervsstyrelsen](#)
- [Læs mere om bekendtgørelserne, som implementerer reglerne i den finansielle sektor hos Finanstilsynet](#)

¹ [Vejledning om lovpligtig redegørelse for dataetik erhvervsstyrelsen.dk](#)

² I forsikrings- og pensionsbranchen gælder det virksomheder, som opfylder en eller flere af følgende: 500+ ansatte (på koncernniveau), børsnoteret eller driver livsforsikringsvirksomhed

Hvis virksomheder i forsikrings- og pensionsbranchen vil udarbejde en dataetisk politik, er det derfor F&P's tilgang, at de tager afsæt i "Cool eller Creepy".

Hele "[Cool eller Creepy](#)" kan hentes på F&P's [hjemmeside](#).

"Cool eller Creepy" peger på tre hovedområder for dataetik:

- Transparens
- Personalisering og forebyggelse
- Datasikkerhed

For hvert af de tre hovedområder definerer "Cool eller Creepy" en række dataetiske principper.

¹ [Vejledning om lovpligtig redegørelse for dataetik | erhvervsstyrelsen.dk](#)

² I forsikrings- og pensionsbranchen gælder det virksomheder, som opfylder en eller flere af følgende: 500+ ansatte (på koncernniveau), børsnoteret eller driver livsforsikringsvirksomhed

Sæt dataetikken i system:

Jeres egne dataetiske principper

Når I skal definere jeres egen politik, er det vigtigt at I, ud over branchestandarden, også inddrager de værdier, I ønsker, skal definere jeres virksomhed internt og over for omverdenen.

Derfor ser vi ofte, at de virksomheder i branchen, som allerede har defineret en dataetisk politik, tager afsæt i "Cool eller Creepy" og definerer deres egen dataetiske politik oven på branchestandarden.

Del 2 af denne materialeserie giver et værktøj til at fastlægge dataetiske principper med afsæt i principperne fra "Cool eller Creepy".

Vi går derfor ikke i dybden med processen for at fastlægge dataetiske principper i denne vejledning – og henviser i stedet til modellen i del 2 – Dataetiske principper.

Læs mere:

- **Sæt dataetikken i system**
- Del 2: Dataetiske principper

I forhold til andre mulige elementer i en dataetisk politik, kan I også finde inspiration i Erhvervsstyrelsens vejledning til den lovpligtige redegørelse i årsregnskabet. I bilag 2 har vi indsat et uddrag fra vejledningen, som lister eksempler på muligt indhold.

Vejledningen gælder ikke for den finansielle sektor, men kan bruges som inspirationskilde. Finanstilsynet har i november 2023 udgivet en [rapport om dataetik](#) ved brug af AI i den finansielle sektor, som giver branchespecifik inspiration til området.

Jeres værdier bør være definerende for en dataetisk politik

Jeres mission/vision bør være definerende for den dataetiske politik, I fastlægger.

Når I skal formulere indledningen og formålet i jeres dataetiske politik, kan I samtidig tage afsæt i de identificerede værdier. Dermed sikrer I en strategisk sammenhæng.

Dataetisk politik: Eksempel på indledning og formål med afsæt i mission/værdi

Eksisterende Værdi/Mission:

- at skabe mest mulig værdi til kunderne

Indledning:

Data har større betydning for personer og organisationer end nogensinde før. Når vores behandling og kontakt til kunderne bliver mere digital, så stiller det store krav til os som organisation og ansatte.

Formål:

Vi vil skabe mest mulig værdi for kunderne. Det gælder også, når vi benytter data. Derfor er det væsentligt, at vores kunder, interessenter og omverdenen kan have tillid til, at vi håndterer data ansvarligt med værdien for kunderne som det centrale omdrejningspunkt.



Konkret eksempel på dataetisk politik

Vi har her indsat et inspirationseksempel på en dataetisk politik, som er baseret på "Cool eller Creepy's" principper.

OBS: Det følgende eksempel tager afsæt i en komplet gengivelse af "Cool eller Creepy"-principperne. Som det er beskrevet herover, er det ikke F&P's anbefaling, at virksomhederne gengiver principperne 1:1, men at virksomheden med udgangspunkt i "Cool eller Creepy" udmønter sine egne konkrete principper, defineret af virksomhedens centrale værdier og indsatsområder.

Dataetisk politik

For [Selskab] er det vigtigt, at omverdenen og vores kunder/medlemmer³ kan have tillid til, at vi agerer på en ansvarlig og ordentlig måde. Dette gælder også, når vi i det daglige behandler data og benytter digitale løsninger.

Uanset om vi møder kunderne fysisk eller digitalt, skal kunderne kunne have tillid til, at vi behandler dem og deres data ansvarligt. Derfor har vi fokus på at sætte en klar ramme, som definerer, hvordan vi behandler data, og hvad vores kunder kan forvente af os og vores digitale løsninger.

Formål

Vores dataetiske politik definerer den overordnede ramme og de principper, vi arbejder efter, når vi bruger og behandler data. Politikken skal sikre, at vi behandler kunderne og kundernes data på en ordentlig og ansvarlig måde.

Det daglige arbejde med politikken er forankret i [vores tværgående komité for dataetik. Komitéen bidrager til at sikre, at konkret databehandling og datadrevne løsninger efterlever principperne – uanset om data behandles internt eller af samarbejdspartnere.]

Forsikring og pensionsbranchens dataetiske principper

Vores dataetiske politik tager afsæt i og følger forsikrings- og pensionsbranchens dataetiske standard "Cool eller Creepy", der fastlægger tre hovedprincipper for branchens databrug:

- Transparens
- Personalisering og forebyggelse
- Datasikkerhed

Dataetiske principper

I [selskab] har vi udmøntet de tre hovedprincipper i nedenstående principper, som udgør grundlaget for vores brug af data og overvejelser inden ibrugtagning af nye systemer og ny teknologi:

Transparens:

Det skal være klart, hvad du siger ja til, hvorfor og hvordan dine data har betydning for prisen og bliver opbevaret samt hvad de bliver anvendt til. [Selskabet] vil samtidig fortælle åbent, hvordan vi arbejder med dataetik.

Det betyder i praksis:

- Vi skaber transparens om, hvilke typer data der har betydning for, hvordan vi fastsætter pris og vilkår på forsikringer eller pensionsordninger, herunder eventuelle undtagelser i dækningsomfang.
- Kunderne skal have mulighed for at få oplyst, hvilke data selskabet har om dem, når de har betydning for kundens individuelle pris, vilkår og selskabets sagsbehandling.
- Vi skaber transparens om, hvem vi deler dine data med. Det kan være samarbejdspartnere og offentlige myndigheder.
- Vi er særligt opmærksom på at informere kunderne om, hvordan vi opsamler og bruger data, når kunderne får tilbudt produkter, som indebærer løbende opsamling af data, eksempelvis kørsels-, smarthome- eller sundhedsdata.
- Vi fortæller åbent, hvordan vi arbejder med dataetik, og hvilke dataetiske valg der er truffet.

³Kunder/medlemmer kaldes herefter kunder i eksemplet for at forenkle. Eksemplet dækker begge kategorier, så kunder kan ændres til medlemmer, hvis I har en medlemsbaseret struktur.

Personalisering og forebyggelse

Det er et grundprincip i forsikrings- og pensionsbranchen, at alle skal have adgang til forsikringer på rimelige vilkår. Det gælder fortsat, når data kan skabe mulighed for individuelt tilpassede produkter og mere præcis rådgivning.

Hvad betyder det i praksis:

- Vi har som branche et ansvar for at sikre, at alle har adgang til forsikringer på rimelige vilkår. Også dem, der fravælger forsikringer med særlig avanceret databrug.
- Når data anvendes til individuel tilpasning af brugeroplevelsen, skal det altid ske i kundernes interesse. Der anvendes ikke digitale løsninger, der lokker kunder til at gøre noget, som alene er i selskabets interesse.
- Det skal være tydeligt, når vi bruger data til at påvirke kundernes adfærd for at undgå eller minimere skader.

Datasikkerhed

Datasikkerhed er en forudsætning for at kunne tale om dataetik. Derfor arbejder vi kontinuerligt på at have et højt sikkerhedsniveau, så vi passer bedst muligt på kunderne og deres data.

Hvad betyder det i praksis:

- It-systemer skal udvikles med kundernes datasikkerhed for øje og samtidig skal etiske overvejelser om brug og videregivelse af data inddrages.
- Vi samarbejder og deler mest mulig viden om datasikkerhed med branchen og relevante myndigheder for at højne sikkerhedsniveauet og imødegå truslen fra cyberangreb.
- Skulle der ske et kritisk datalæk eller lignende, kommunikerer vi hurtigt og tydeligt til relevante myndigheder og parter.
- Vi vil arbejde for en sikker, hurtig og dataminimerende infrastruktur til udveksling af oplysninger med det offentlige.
- Vi stiller høje krav til validitet og kvalitet af de data, der anvendes i kundeforholdet.

Implementering

Politikken er vedtaget af [selskabets] bestyrelse den [dato].

For at sikre, at politikken efterleves i organisationen og for at samle relevant viden har direktionen [nedsat en tværgående etikkomitee.]

[I komiteen er der udpeget én repræsentant, der fungerer som daglig ansvarlig. Øvrige medarbejdere og eksterne kan henvende sig til repræsentanten i forhold til politikken og dataetiske spørgsmål generelt.]

[Komiteen har overordnet ansvaret for at sikre, at alle relevante medarbejdere kender og efterlever politikken og er opmærksomme på eventuelle dataetiske implikationer i deres dagligdag. Det sker eksempelvis ved at tilrettelægge træning og informationsaktiviteter.]

[Komiteen har ansvaret for at sikre, at dataetiske forhold integreres i relevante forretningsgange, procedurer og processer.]

[Komiteen rapporterer [tidsperiode - fx halvårligt] til direktion og bestyrelse på arbejdet med dataetik.]
Politikken for dataetik revideres [tidsperiode - fx årligt], hvis arbejdet viser behov for en revision.

2. Forankring, implementering og operationalisering

Politikker og principper skaber først værdi, når de bruges og efterleves. Det gælder også for dataetikken.

Det er derfor afgørende, at arbejdet med dataetik er forankret internt i virksomheden. Det kan dog være forskelligt fra virksomhed til virksomhed, hvordan man bedst gør det.

Forankring

Da en politik vil gælde hele organisationen, vil en naturlig tilgang være, at bestyrelsen godkender og er afsender på jeres dataetiske politik og principper, mens direktionen skal sikre implementering og efterlevelse i organisationen.

Implementering og operationalisering

Med en forankring i bestyrelsen er det direktionen, som skal sikre, at politikken er implementeret i organisationen, og at der i det daglige er nogen med et tydeligt ansvar for at sikre, at politikken efterleves.

Der findes på dette område ikke én løsning, som passer til alle. Blandt andet fordi der på tværs af vores branche er store forskelle i den konkrete brug af data, organisationstyper og ikke mindst antal ansatte.

Der findes til gengæld mange forskellige – og gode – løsninger, som passer til den enkelte virksomhed.

Vi giver her en række eksempler, som kan danne inspiration til, hvordan I kan forankre jeres arbejde:

- Oprette en etikkomité eller et etikudvalg med repræsentanter fra forskellige områder i virksomheden
- Forankring hos én dedikeret rolle, som tværgående kan være tovholder for virksomhedens mange forskellige interne interesser
- Ledelsen (direktionen)



Som udgangspunkt er der fire ting, som er centrale for, hvor det overordnede ansvar for det daglige arbejde med dataetikken placeres.

- Det skal være en person, funktion eller tværgående gruppe, som kan sikre, at politikker/principper efterleves i eksisterende, og når der etableres nye, datadrevne løsninger
- Det skal være en person, funktion eller tværgående gruppe, som kan sikre, at de relevante medarbejdere har den viden, som er nødvendig for at efterleve politikken. Der skal være ressourcer og midler til nødvendige awareness- og informations-aktiviteter
- Det skal være en person, funktion eller tværgående gruppe, som har kundeforståelse og kan bidrage til at sikre, at kundernes interesser afspejles i arbejdet
- Uanset hvor det daglige arbejde placeres, skal det overordnede ansvar ligge hos direktion og bestyrelsen. Der bør fx indføres løbende rapportering, så direktion og bestyrelse kan forholde sig til arbejdet

Træning og kompetencer

Dataetikken kræver (ligesom efterlevelse af eksempelvis GDPR-lovgivningen) en høj grad af awareness hos medarbejderne i virksomheden.

I det daglige træffer mange forskellige medarbejdere beslutninger, som involverer data eller tager afsæt i datadrevne løsninger. Det handler ikke kun om de medarbejdere, som sidder med design og udvikling. Det gælder også for medarbejdere, som er i kontakt med kunderne via fx e-mail og medarbejdere, som indkøber og benytter løsninger fra tredjeparter.

Derfor bør alle relevante medarbejdere være opmærksomme på politikken og eventuelle dataetiske implikationer i deres dagligdag.

Awareness er med andre ord vigtigt. Derfor anbefaler vi, at I overvejer, hvordan og i hvilket omfang der er behov for, at medarbejdere bliver trænet i dataetik for at sikre, at politikken er kendt og kan efterleves i praksis, når medarbejderne støder på dataetiske implikationer.



3. Kommuniker åbent om dataetikken

Som skrevet i indledningen handler dataetik om at tage stilling til de potentielle virkninger, konsekvenser og implikationer af vores databrug over for personer, samfund og vores egen virksomhed.

Målet med dataetik er at tage stilling til, definere og efterleve, hvad I ser som ansvarlig og etisk håndtering af data.

Hos F&P ser vi, at åbenhed om arbejdet vil bidrage til at øge tilliden til den enkelte virksomhed og branchen.

Vi tror, at en etisk tilgang til databrug og åbenhed om dataetiske valg giver ansvarlige virksomheder mulighed for at tilbyde kunderne datadrevne løsninger, som ikke kan eksistere uden denne tillid.

Med andre ord vil en klar og ansvarlig position på dataetik være et vigtigt parameter for at sikre kundernes tillid i en datadrevet hverdag.

Et af principperne i "Cool eller Creepy" er, at "Selskabet fortæller åbent, hvordan det arbejder med dataetik, og hvilke dataetiske valg der er truffet."

På den baggrund kan det med fordel overvejes, hvordan virksomheder i branchen kommunikerer åbent om deres dataetiske politik. Det kan eksempelvis ske via nedenstående muligheder:

- At offentliggøre den dataetiske politik og information om arbejdet med dataetik på virksomhedens hjemmeside.
- At redegøre for politikken og arbejdet i virksomhedens årsrapport - også selv om man qua virksomhedsstørrelse og art ikke er underlagt de eksisterende lovkrav om dataetisk redegørelse i årsrapporten.

Offentliggøre politikken og fortælle om det dataetiske arbejde på virksomhedens hjemmeside

En dataetisk politik definerer, hvordan virksomheden agerer i forhold til samfundet og kunderne. I kan derfor overveje at offentliggøre politikken og andre relevante materialer på jeres hjemmeside, så informationen er tilgængelig for alle.

Vi har herunder samlet inspirationseksempler fra virksomheder i forsikrings- og pensionsbranchen, som på deres hjemmeside fortæller om deres dataetiske politikker og dataetiske arbejde.

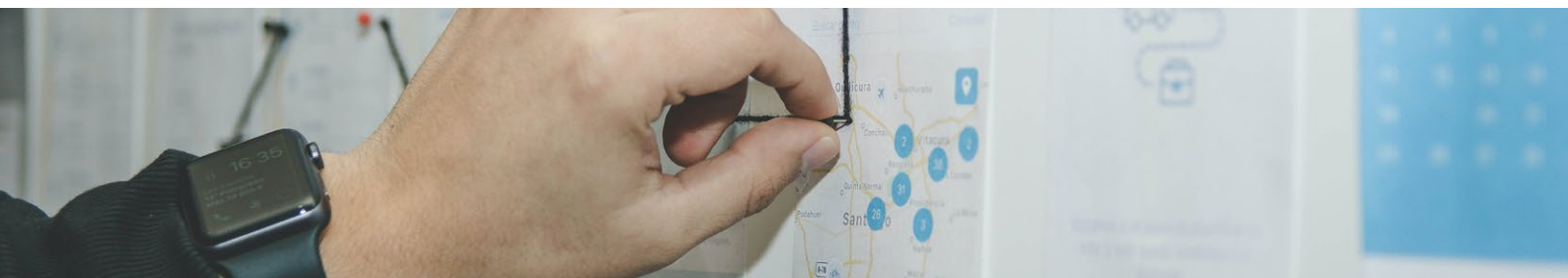
- PKA: [Dataetik \(pka.dk\)](https://www.pka.dk)
- LB Forsikring: [Dataetik LB Forsikring A/S](https://www.lb-forsikring.dk)
- Lærernes pension: [Dataetik \(lppension.dk\)](https://www.lppension.dk)
- Industriens Pension: [Principper for dataetik \(industrienspension.dk\)](https://www.industrienspension.dk)

Redegøre for politikken og det dataetiske arbejde i virksomhedens årsrapport

Det kan samtidig overvejes, om en virksomhed ønsker at beskrive deres dataetiske politik og dataetiske arbejde i årsrapportens ledelsesberetning, selv om de ikke er omfattet af kravet om det i regnskabsreglerne.

En beskrivelse af dataetik i årsrapporten understreger, at virksomheden tager området alvorligt. Dette forstærkes af, at ledelsen står til ansvar for at de oplysninger, som gives i årsrapporten, er retvisende.

Fortsættes på næste side



Samtidig vil revisor ved en revision udføre et konsistentstjek af oplysningerne. Det er derfor et stærkt signal at sende, når virksomheder beskriver dataetik i årsrapporten.

En tilgang kan således være, at virksomheden i årsrapporten redegør for politikken, forankringen og eventuelt beskriver, hvilke konkrete tiltag politikken har givet anledning til, fx træning af medarbejdere, ændringer i praksis, særlige fokusområder eller lignende.

Redegørelsens længde

Redegørelsen behøver ikke være lang. Den gennemsnitlige redegørelse fra virksomheder i branchen, som er underlagt lovkravet, fylder fra en kvart til en halv side, mens nogle er længere. Længden afhænger i flere tilfælde af, om al informationen er samlet i årsrapporten, eller om virksomheden henviser til yderligere information på hjemmeside eller i anden rapportering (fx CSR-rapporteringen). I bilag 1 har vi medtaget eksempler på redegørelser fra branchen.

Dataetik i dansk lov

Dataetik kom ind i dansk lovgivning i 2020 med en ændring af årsregnskabsloven. Ifølge den skal store virksomheder med virkning fra regnskabsåret, der begynder den 1. januar 2021 eller senere, redegøre for deres politik for dataetik i ledelsesberetningen.

Årsregnskabsloven gælder ikke for virksomheder i den finansielle sektor. Finanstilsynet har dog indsat tilsvarende krav i bekendtgørelserne om finansielle rapporter.

Generelt om rapportering om dataetik

De største danske virksomheder skal i forbindelse med deres årsrapport redegøre for virksomhedens politik for dataetik. Hvis virksomheden ikke har en sådan politik, skal virksomheden forklare hvorfor.

Formålet med reglerne er at give regnskabsbrugerne et billede af virksomhedens eventuelle politik for dataetik i forbindelse med dataanvendelse, herunder udvikling og brug af kunstig intelligens m.v.

Virksomheder, der ikke ønsker en politik for dataetik eller endnu ikke har udarbejdet en sådan, har alene pligt til i ledelsesberetningen at oplyse om baggrunden for, at de ikke har en politik for dataetik.

Lovgrundlag

For forsikrings- og pensionselskaber er reglerne om redegørelse for dataetik indført via: Bekendtgørelse nr. 460 af 2. maj 2023 om finansielle rapporter for forsikringselskaber og tværgående pensionskasser (kravet om dataetisk redegørelse oprindeligt indført i november 2020).

§ 146. Virksomheder, som har en politik for dataetik, skal supplere ledelsesberetningen med en redegørelse for virksomhedens politik for dataetik, hvis virksomheden opfylder et eller flere af følgende kriterier:

- 1) Virksomheden har på balancetidspunktet et gennemsnitligt antal heltidsbeskæftigede på 500 eller derover.
- 2) Virksomheden er modervirksomhed i en koncern, der som helhed har et gennemsnitligt antal heltidsbeskæftigede på 500 eller derover.
- 3) Virksomheden har værdipapirer optaget til handel på et reguleret marked i et EU/EØS-land.
- 4) Virksomheden driver livsforsikringsvirksomhed.

Stk. 2. Redegørelsen efter stk. 1 skal indeholde oplysninger om virksomhedens arbejde med og politik for dataetiske spørgsmål. Har virksomheden ikke en politik for dataetik, skal ledelsesberetningen indeholde en redegørelse med forklaring af baggrunden herfor.

Stk. 3. For virksomheder, som udarbejder koncernregnskab, er det tilstrækkeligt, at virksomheden giver oplysningerne efter stk. 2 for koncernen som helhed.

Stk. 4. En dattervirksomhed, som indgår i en koncern, kan undlade at medtage oplysningerne i sin ledelsesberetning, hvis en modervirksomhed opfylder oplysningskravene efter stk. 2. Anvendes undtagelsen i 1. pkt., skal dattervirksomheden oplyse dette, herunder hvilken modervirksomhed der har medtaget redegørelsen, og hvor denne er offentliggjort.

Bilag

1) Eksempler på redegørelser fra årsrapporter i forsikrings- og pensionsbranchen - fra selskabernes 2022 årsrapporter

Velliv

Dataetik

Målsætningerne i vores politik for dataetik er at sikre transparent anvendelse af data, at inddrage data, der kan fremme kundernes interesse og mulige valg af løsning, og at der sker en forsvarlig etisk brug af data ved yderligere digitalisering.

Politikken bygger på de dataetiske principper fra brancheorganisationen Forsikring & Pension (F&P), Vellivs it-sikkerhedsprincipper og EU's Ethiske Retningslinjer for Pålidelig Kunstig Intelligens, hvor transparens, datasikkerhed og sikring af kundernes interesser er i højsædet.

Der har ikke været rapporteret brud på politik for dataetik i 2022.

I Velliv ønsker vi løbende at styrke forståelsen af, hvad der kan være af dataetiske dilemmaer, og hvorledes de spiller ind på vedligeholdelse og udvikling af produkter og ydelser. Det har vi bl.a. gjort ved at tilpasse vores udviklingsprocesser med inspiration hentet fra tilgængelige anerkendte standarder og metoder.

Desuden er arbejdet med dataetik forankret i komitéer med bred repræsentation fra forretningen og direktionen, så der løbende er fokus på og dialog vedr. området.

Dataetik er et område, der løbende bliver udviklet og styrket, og det vil derfor også være et område, der vil kræve udvikling, fokus og organisatorisk forankring i de kommende år. I 2021 gennemførte alle medarbejdere et obligatorisk e-læringsmodul om dataetik.

I 2022 har alle nyansatte gennemført samme e-læringsmodul om dataetik, som en obligatorisk del af introduktionsprogrammet.

Dermed har alle medarbejdere i Velliv gennemført træning.

Topdanmark A/S

Statement on data ethics

As a non-life insurance company, we use data to assess our customers' concrete insurance risk. With digitisation, the possibilities for the application of data are nearly endless. The Board of Directors of Insurance & Pension Denmark (IPD), of which Topdanmark is a member, has established a set of joint data ethical principles on "transparency", "personalisation and prevention" and "data security".

We support these data ethical principles, and to ensure compliance and commitment we have defined our own data ethical principles, approved by the Board of Directors in 2022. These principles also apply to our work and initiatives related to protection of data privacy – see the previous section.

The present statement constitutes Topdanmark's reporting on data ethics with reference to section 132d of the Executive Order on Financial Reports for Insurance Companies and Lateral Pension Funds.

Artificial intelligence with responsibility

At Topdanmark, we use artificial intelligence (AI) to support day-to-day work, for example to assess risks and to give our customers a good and efficient customer experience. To ensure responsible use of AI, we have also defined five ethical principles that are specific to our work with AI. The principles have been approved by our Group Executive Management, and they are observed by relevant departments when developing customer solutions. Our compliance department is responsible for checking that the principles are observed in practice.

Our ethical principles for use of artificial intelligence

1. Thoughtfulness. Artificial intelligence must be developed and used with care and respect.
2. Professional security. Artificial intelligence must be used within a fixed framework and be built on the latest technological knowledge and thorough tests.
3. Reliability. Artificial intelligence must be reliable, based on facts and free of biases.
4. Transparency. We must understand how artificial intelligence works, so that the models function safely and only for the purposes for which they were created.
5. Data security. Artificial intelligence must live up to the requirements of the data protection legislation

Storstrøm Forsikring G/S

Politik for dataetik

Der er ikke et lovgrundlag, der foreskriver, at bestyrelsen for Storstrøm Forsikring G/S skal udstede en politik for dataetik, men som led i implementeringen af Forsikring og Pensions (F&P's) dataetiske principper, der har karakter af en branchehenstilling, har bestyrelsen vurderet, at dette er hensigtsmæssigt og relevant.

Formål

Storstrøm Forsikring G/S arbejder med dataetik ud fra følgende tre principper:

1. Transparens
2. Personalisering og forebyggelse
3. Datasikkerhed

Selskabet ønsker at forholde sig aktivt til dataetik og vil sikre, at selskabets kunder og øvrige interessenter får videst muligt ejerskab over sine egne data. Selskabet tilstræber ligeledes, at selskabets kunder kan vælge at dele flere data om sig selv, når dette er i kundens egen interesse. Ved implementering af nye systemer eller ændring af væsentlige kundevendte processer, som fx præmiefastsættelse, skal principperne for dataetik inddrages.

Forankring af politikken i organisation

Cybersikkerhed og persondatasikkerhed har selskabets højeste fokus, og derfor er der ansat flere medarbejdere, der besidder særlig ekspertise på ovenstående områder, og som arbejder målrettet med at forankre dataetik og persondatasikkerhed i organisationen.

PensionDanmark

Dataetik

Løsning af PensionDanmarks kundeservice- og forsikringsadministrationsopgaver kræver adgang til og behandling af relevante data om medlemmer, virksomheder og medarbejdere. Respekt for og ansvarlig behandling af disse data er helt grundlæggende for PensionDanmark.

PensionDanmarks arbejde med dataetik baserer sig på tre hovedprincipper:

- Transparent og tydelig information om dataanvendelse og formål
- Automatisering og avanceret dataanvendelse, hvor det gavner medlemmerne
- Datasikkerhed som fundament.

For at understøtte arbejdet med dataetikken og bidrage til målbarheden heraf har PensionDanmark i 2022 besluttet at følge D-mærket – Danmarks nye mærkningsordning for it-sikkerhed og ansvarlig dataanvendelse.

Det er forventningen, at arbejdet hermed vil resultere i, at PensionDanmark opnår D-mærket i første halvdel af 2023.

2022 har været det første hele kalenderår efter idriftsættelsen i efteråret 2021 af den nye it-plattform, der udgør fundamentet i den teknologiske understøttelse af PensionDanmarks aktiviteter, og hvor principper om indbygget databeskyttelse af medlemmers og virksomheders data har været en del af både design, arkitektur og udvikling.

Fokus i 2022 har derfor - i tillæg til arbejdet med D-mærket - været på dataetik-området at få de nye processer og driftsrutiner i it-plattformen endeligt forankret og sikre, at principperne videreføres også i den daglige drift såvel som i videreudviklingen.

LB Forsikring

Dataetik

Vi er bevidste om vores ansvar for at passe på og værne om de data, vi er betroet af medlemmer, medarbejdere og samarbejdspartnere og sikre, at vi alene anvender data til at udvikle LB Forsikring.

De dataetiske dilemmaer er stigende i grad med øget dataindsamling og -anvendelse i kombination med nye teknologiske muligheder. Derfor er det betryggende, at vi kan læne os op ad en tidsvarende politik og retningslinje for dataetik i LB Forsikring, som netop er udarbejdet med respekt for LB Forsikrings værdigrundlag.

Få mere at vide om vores arbejde og politik på: www.lbforsikring.dk/dataetik

Dataetiske principper

Dataetikken tager afsæt i Forsikring & Pensions (F&P's) fælles dataetiske principper og deres tre hovedpunkter: 1) Transparens, 2) Personalisering og forebyggelse, 3) Datasikkerhed

LB Forsikrings dataetiske principper

Transparens

Vi giver den enkelte mulighed for at få oplysning om hvilke typer data, der har betydning for pris og vilkår samt eventuelle undtagelser i dækningsomfang.

Vi sikrer, at den enkelte kan få indsigt i, hvad deres data bliver brugt til, og om de data, der bliver lagt til grund, er rigtige.

Vi kommunikerer, hvordan persondata bliver opbevaret, hvad de bliver anvendt til, og hvem vi eventuelt deler data med.

Vi sikrer os, at den enkelte forstår, hvad de aktivt siger ja til, når de deler deres data med LB Forsikring, særligt når løsningen indebærer løbende opsamling af data.

Personalisering og forebyggelse

Vi stræber mod værdiskabelse for fællesskabet og det enkelte medlem i form af nye relevante produkter og services, der supplerer vores forsikringer og medvirker til at forebygge skader. Vi sikrer, at medlemmerne kan købe forsikring med relevant dækning til en lav pris udelukkende mod afgivelse af nødvendige data til brug for beregning af pris og vilkår.

Vi sikrer, at værdiskabelse for fællesskabet og det enkelte medlem i form af nye relevante produkter og services baseres på data, der er aktuelle, valide og relevante.

Når vi benytter AI-algoritmer og machine-learning, sikrer vi en menneskelig vurdering, herunder at vi arbejder aktivt med resultaternes rimelighed.

Datasikkerhed

Vi sikrer rigtighed og kvalitet, når vi anvender data. Når vi udvikler nye initiativer, som kan påvirke LB Forsikrings dataetiske ståsted, tager vi kompetencer inden for it-sikkerhed, data, risikostyring, DPO (Data beskyttelses rådgiver) og jura med fra start. Vi sikrer, at tredjeparter, når disse behandler data for os, kan leve op til principperne om gennemsigtighed og datasikkerhed.

Bilag

2) Erhvervsstyrelsens vejledning om lovpligtig redegørelse for dataetik

[Vejledning om lovpligtig redegørelse for dataetik | erhvervsstyrelsen.dk](#)

[Uddrag]

Eksempler på indholdet af en politik

En redegørelse for virksomhedens politik for dataetik kan fx omfatte et eller flere af følgende emner.

- Datatyper, anvendelse og tredjeparter
Der kan redegøres for, hvilke typer af data virksomheden anvender, og hvordan disse data tilvejebringes.
- Tredjeparters datapolitik
Hvis virksomheden anvender data fra eksterne parter, kan virksomheden fx redegøre for, om disse eksterne parter har en politik for dataetik. Hvis virksomheden anvender underleverandører til dataanalyse, kan virksomheden redegøre for, om disse har en politik for dataetik.
- Nye teknologier til bestemte formål
En redegørelse kan fx omfatte en beskrivelse af virksomhedens dataetiske overvejelser, i relation til hvordan og til hvilke formål virksomheden anvender nye teknologier, herunder kunstig intelligens eller maskinlæring.
- Træning af algoritmer og risiko for forudindtagetethed (bias)
Virksomheder kan, hvis det er relevant, vælge at redegøre for, om virksomheden træner sine algoritmer på et datagrundlag, der er repræsentativt for den gruppe mennesker, der serviceres eller udbydes tjenester til, og om virksomheden har processer for at undgå forudindtagetethed.
- Personalisering af produkter og tjenester
Hvis virksomheden både anvender egne data og data fra eksterne parter til segmentering og personalisering af virksomhedens produkter og tjenester, kan redegørelsen indeholde beskrivelser af virksomhedens dataetiske overvejelser i relation til segmentering og personalisering.
- Intern kontrol og træning af kompetencer
Redegørelsen kan eksempelvis beskrive, hvordan og i hvilket omfang medarbejdere bliver trænet, testet og evalueret i dataetik og tilhørende dilemmaer samt handlingskompetencer i relation hertil.
I redegørelsen kan det fx ligeledes beskrives, om der er fastsat processer for, hvordan dataetiske dilemmaer løbende bliver diskuteret i virksomheden.
- Forankring i organisationen
Redegørelsen kan omfatte en beskrivelse af, hvordan og på hvilket ledelsesmæssige niveau i virksomheden beslutninger om anvendelse af data og ny teknologi er forankret.



Philip Heymans Allé 1
2900 Hellerup
Tlf. 41 91 91 91
fp@fogp.dk
www.fogp.dk

Hvis du har spørgsmål til materialet,
er du velkommen til at kontakte:

Jakob Holm
Chefkonsulent, digitaliseringspolitik
Tlf. 41 91 91 76
jho@fogp.dk

F&P er brancheorganisation for forsikrings- og pensionselskaber. Vi varetager branchens interesser og arbejder for, at branchen bliver kendt for sit bidrag til at løse nogle af de største udfordringer, det danske og internationale samfund står over for. Det drejer sig om velfærd og tryghed for den enkelte dansker, og det drejer sig om bæredygtighed og den nødvendige grønne omstilling.