

Dataetik der virker

– fra principper til praksis

JUNI 2023



Forord

Formålet med Strategisk Dataetisk Forum er at skabe et rum, hvor topledere fra dansk erhvervsliv, brancheorganisationer og arbejdsmarkedets parter kan udforske, dele og diskutere centrale dataetiske spørgsmål og dilemmaer, med afsæt i et erhvervs- og arbejdsmarkedsperspektiv. Dette white paper bidrager med Forumets bud på centrale områder, hvor dataetik i relationen mellem virksomhed, forbruger og samfund og mellem virksomhed og ansatte kan spille en mere central rolle.

DI Digital og Finansforbundet har med afsæt i diskussionerne udarbejdet 10 anbefalinger, målrettet politiske beslutningstagere og virksomheder, og fire tiltag, som de to organisationer vil tage handling på. Formålet er at understøtte den dataetiske dagsorden politisk og i praksis, så Danmark og virksomheder i Danmark kan komme i mål med ansvarlig teknologi- og dataanvendelse.

Medlemmer af det Strategiske Dataetiske Forum

Kent Petersen, formand, Finansforbundet

Andreas Holbak Espersen, fungerende branchedirektør, DI Digital

Aske Nydam Guldborg, fungerende formand, IDA

Camilla Kampmann, software salgsdirektør, IBM Denmark

Christian Visti Larsen, co-founder og adm. direktør, NewBanking

Henrik Ernlund Petersen, forhenværende adm. direktør, SAS Institute

Lars Tversted, managing partner, Will & Agency

Michael Busk-Jepsen, digitaliseringsdirektør, Finans Danmark

Mikael Ekman, direktør for politik og strategi, Microsoft Danmark & Island

Monika Juul Henriksen, adm. direktør Danmark, GlobalConnect

Sanne Fredenslund, bankdirektør, Nordea

Simon Tøgern, sektorformand, HK Privat

Thomas Brenøe, vicedirektør, Forsikring & Pension

Ulrik Falkner Thagesen, adm. direktør, E-Boks

Workshopmoderator: **Peter Svarre**

Indhold

Del 1	4
Introduktion	4
Dataetik i relationen mellem virksomhed, forbruger og samfund	7
Kan dataetik blive et vigtigt konkurrenceparameter for virksomheder i Danmark?.....	7
Hvordan bliver dataetik en naturlig del af den teknologiske udvikling – fremfor en hæmsko?.....	9
Dataetik i relationen mellem virksomhed og ansatte	10
Er der tilstrækkelig opmærksomhed på brugen af medarbejderdata og nye digitale løsninger i virksomhederne?.....	10
Hvordan finder man den rette balance i brugen af medarbejderdata?.....	11
Hvem har ansvaret for ansvarlig brug af medarbejderdata og dataetik?.....	12
Del 2	13
Introduktion til anbefalingerne	13
Politiske anbefalinger	14
Gode rammer for virksomheders arbejde med dataetik – i Danmark og i EU.....	14
Dataetik som konkurrenceparameter.....	15
Der skal etableres en målrettet indsats for at accelerere virksomheders arbejde med dataetik.....	16
Skab en sammenhængende uddannelsesindsats for digitale kompetencer og teknologiforståelse.....	17
Privacy by design og dataetik som dansk styrkeposition.....	18
Anbefalinger til virksomheder	19
Dataetik bør forankres i ledelsen.....	20
Medarbejderinddragelse sikrer tillid og tryghed på arbejdspladsen.....	24
En dataetisk politik for indsamling og brug af medarbejderdata.....	25
Opkvalificering i dataetik, ansvarlig brug af data og nye teknologier.....	26
Det vil vi selv gøre	27
En dataetisk pris.....	27
Vejledning af virksomheder.....	27
Etablering af et leverandørnetværk for ansvarlig digitalisering, der skal arbejde med at omsætte dataetiske principper til praktiske principper med reel forretningsmæssig værdi.....	27
Skabe dialog og balancerede løsninger til anvendelse af medarbejderdata og digitale HR- og ledelsesredskaber i lovgivning og aftalesystemet.....	27

Introduktion

Vi lever i en verden, hvor virksomheders konkurrenceevne i stigende grad er afhængig af data om kunder, medarbejdere, logistik og produktion. En verden, som lige om lidt er helt forandret igen i takt med, at udviklingen i brugen af kunstig intelligens (AI) eksploderer og får større og større indflydelse på vores samfund – på vores liv som borger, som medarbejder og som virksomhedsleder, der i stigende grad tager AI-teknologier til sig. Det er blevet nemmere at håndtere store mængder data i bl.a. beslutningsunderstøttende processer, hurtigere at diagnosticere, og teknologien har frigjort ressourcer fra administrative og rutineprægede opgaver. Med immersive teknologier smelter den virtuelle og fysiske verden sammen, og blockchain-teknologier danner grundlag for nye forretningsmodeller. Det afgørende er, at brugen af data skal understøtte øget trivsel og vækst, og det kan den, hvis teknologi bliver anvendt på gennemsigtig og ansvarlig vis.

Denne verden stiller nye krav til virksomheder i Danmark, politikere og interesseorganisationer, som har et fælles ansvar for at værne om den tillid, der udgør kernen i vores digitale samfund. Ikke alene skal vi fortsat være på forkant med den teknologiske udvikling, vi er også nødt til at forstå og tilpasse organisationerne til teknologiernes indbyggede begrænsninger og risici. Vi skal også være i stand til at se og indfri potentialerne ved teknologi og dataanvendelse. Fx spiller smart brug af data en afgørende rolle for at imødekomme regeringens klimaambitioner og for at aflaste et hårdt opspændt sundhedsvæsen. Vi har altså som samfund en forpligtelse til at anvende de data, vi har til rådighed, på forsvarlig vis til at løse samfundsudfordringer og sikre virksomheders konkurrenceevne.

Datastrømme mellem kunder, medarbejdere og virksomheder vokser og forandrer sig. Trods mange bud er der ingen, der med sikkerhed ved, hvordan den digitale verden kommer til at udvikle sig. Netop derfor har vi brug for etik. Når en problemstilling omhandler behandling af data, er den dataetisk, og ifølge [Dataetisk Råd](#) ”handler dataetik om at se bredere på samfundsmæssige og menneskelige konsekvenser og reflektere over, hvor samfundet er på vej hen med den konkrete brug af en bestemt teknologi.” Det afgørende er, at dataetik skaber et konkret refleksionsrum, stillingtagen og tiltag og ikke kun ender som principper og hensigter på papir.

Det handler altså om at opbygge en god og intentionel praksis for, hvordan og hvorfor man indsamler, bruger og deler data. Dataetik handler om at skabe sammenhæng mellem det, man må, kan og vil. Der skal i højere grad end i dag drøftes, vurderes og tages stilling til forskellige hensyn til dataanvendelse i virksomheden og i virksomhedens produkter og services – også selvom der ikke er klare krav, risiko for sanktioner, eller mulighed for vækst. Det handler om at dykke ned i etiske spørgsmål om muligheder og konsekvenser ved dataanvendelsen – for det enkelte individ og for samfundet. Dataetik er altså ikke jura og handler om mere end at overholde databeskyttelsesforordningen (GDPR) og databeskyttelsesloven, selvom det er nært beslægtet.

Teknologi- og databaserede løsninger bliver først nyttige, når de accepteres og anvendes af såvel medarbejdere som kunder. Hvis teknologierne overskrider etiske normer, eller sågar krænker grundlæggende menneskerettigheder, mister vi tilliden og kommer ikke til at få fuld gavn af nutidens og fremtidens digitale teknologier. Det kan vi forsøge at regulere os ud af, men udfordringen er, at reguleringen i sin natur ikke kan følge med tempoet i den teknologiske udvikling. Det er ikke kun lovgivning, som man politisk kan gribe til for at skabe en retning for den teknologiske fremgang. anbefalingerne kommer med forslag til hvordan.

Dataetik spiller en afgørende rolle for at opretholde den digitale tillid til teknologi- og dataanvendelse. Vi skal kunne stole på, at både private og offentlige digitale løsninger bliver brugt på en ansvarlig, sikker og retfærdig vis. Når vi skal nytænke og innovere med hjælp fra data og digitale løsninger, er det en forudsætning, at den grundlæggende tillid til teknologiske løsninger er der. Der ligger en fælles opgave i, at den tillid ikke sættes over styr. En opgave, der skal løftes af politiske beslutningstagere, virksomheder og brancheorganisationer. I dag arbejder virksomheder med miljø og klima og menneskerettigheder som et samfundsansvar. På samme måde skal dataetik indtænkes som del af virksomhedens samfundsansvar i virksomheders arbejde for at styrke tilliden og virksomheders konkurrenceevne.

Strategisk Dataetisk Forum ønsker med dette white paper at sætte fokus på, hvordan politiske beslutningstagere, virksomheder og brancheorganisationer i fællesskab kan bidrage til en ansvarlig etisk fremtid, hvor virksomheder drager nytte af data og teknologier inden for kunstig intelligens på ansvarlig, gennemsigtig og troværdig vis.

Forummet har alene haft fokus på dataetik i forholdet mellem virksomheder og eksterne interessenter, fx forbrugere, leverandører og den brede offentlighed og i forholdet mellem virksomheder og medarbejdere. Der er derfor foretaget en bevidst afgrænsning fra andre centrale områder, fx den offentlige sektor og myndighedernes dataetiske ansvar over for borgere og virksomheder.

I første del af papiret præsenteres Strategisk Dataetisk Forums bud på centrale problemstillinger og muligheder. I anden del præsenteres konkrete anbefalinger målrettet politiske beslutningstagere og virksomheder, som Finansforbundet og DI Digital står bag. Afslutningsvis præsenteres tiltag, som Finansforbundet og DI Digital selv vil iværksætte.



GDPR og dataetik – dataetik er næste skridt efter GDPR

Det er en selvfølgelighed, at behandling og deling af data skal ske inden for lovens rammer. Dataetik er ikke en juridisk øvelse om at overholde lovgivning, fx databeskyttelsesloven og databeskyttelsesforordningen (GDPR). I mange virksomheder betragtes dataetik og GDPR som to sider af samme sag, men det er ikke tilfældet. GDPR stiller kort sagt krav til indsamling, opbevaring og forvaltning af personoplysninger. Dataetik har et bredere perspektiv, der handler om at vurdere og drøfte forskellige hensyn – også når der er tale om data, som ikke er personrelaterede. Det handler ikke kun om, hvad vi må, men også om hvad vi vil.

Artikel 5 i GDPR indeholder en række principper om fx gennemsigtighed, dataminimering, og opbevaringsbegrænsning, der kan betragtes som dataetiske principper. Derfor er der mange overlap mellem GDPR og dataetik, men de er grundlæggende forskellige. GDPR handler om at beskytte den registreredes rettigheder i databehandlingen, mens dataetik handler om at træffe de rigtige og etiske valg i situationer med modsatrettede hensyn og dilemmaer – i valg, der i princippet ligeså godt kan handle om at anvende mere data fremfor mindre data, hvis det er til det fælles bedste og har mennesket i centrum.



.....

Temperaturmåling på store virksomheders arbejde med dataetik

Folketinget vedtog den 26. maj 2020 en ændring af årsregnskabsloven (§99), som medfører, at de største virksomheder skal redegøre for deres politik for dataetik i ledelsesberetningen. DI bidrog til en [analyse](#), som Erhvervsstyrelsen udgav i september 2022, som undersøger, hvordan det står til med store danske virksomheders arbejde med dataetik, hvor mange virksomheder, der har valgt at udforme en dataetisk politik, og hvordan de arbejder med dataetik. Analysen viser at:

63 % af store danske virksomheder har valgt at lave en dataetisk politik

.....

23 % af store danske virksomheder mener, at dataetik er et samfundsansvar

.....

5 % af store danske virksomheder, der direkte har defineret, hvordan de forstår dataetik i deres virksomhed i deres dataetiske redegørelse

.....

64 % af store danske virksomheders dataetiske politik overlapper med GDPR (nogen mener, det er det samme). Et fåtal af virksomhederne beskæftiger sig direkte med de dataetiske dilemmaer

.....

5 % af store danske virksomheder har formuleret konkrete målsætninger og forankringstiltag for deres arbejde med dataetik. Størstedelen af de virksomheder, der har formuleret en politik, har ikke implementeret forankringstiltag, hverken i ledelsen eller hos medarbejdere

De interviewede virksomheder efterspørger eksempler på virksomheders lavpraktiske arbejde med dataetik og hjælp til at omsætte dataetiske principper og politikker til konkrete arbejdsgange. Det at have en dataetisk politik skaber nemlig ikke værdi i sig selv. På sigt ser de adspurgte virksomheder dataetik som en konkurrencefordel, ligesom en [analyse af Rådet for Digital Sikkerhed](#) konkluderer, at dataetik og arbejdet med dataansvarlighed også kan styrke SMV'er og deres konkurrencedygtighed.

.....

Dataetik i relationen mellem virksomhed, forbruger og samfund

Kan dataetik blive et vigtigt konkurrenceparameter for virksomheder i Danmark?

PERSPEKTIV: Danmark og EU skal konkurrere på dataetik i den globale teknologjudvikling

EU's ambition om at blive digitalt suveræn og i højere grad agere uafhængigt i en digital verden stiller krav om økonomiske og politiske investeringer. EU og Danmark kan på et fundament af solide dataetiske praksisser og argumenter være med i den globale geopolitiske konkurrence om at præge og sætte standarderne for fremtidig regulering og teknologianvendelse. EU-regulering inden for AI, cybersikkerhed og dataanvendelse vil i de kommende år rulle ind over Danmark. Selvom Danmark i de seneste mange år har ligget i top 3 på DESI-indekset over de mest digitaliserede lande i verden, skal vi skal passe på, at vi ikke læner os tilbage i førerpositionen og bliver en reaktiv spiller i EU og globalt.

Internationalt skal der være tillid til danske digitale løsninger, på samme måde som der fx er høj tillid til danske fødevarer, når de sælges i Asien. Dataetik kan skabe nye eksportmuligheder og være med til at bane vejen for, at fremtidige digitale løsninger til fx kritisk infrastruktur bygger på danske værdier. Ambitionen er, at "Made in Denmark" bliver ensbetydende med, at digitale løsninger er "Made with Ethics". Etik i en forretningsmæssig kontekst kan give værdi for forretningen i form af konkurrencemæssige fordele og er altså ikke alene en idealistisk indsats. Det kan bl.a. skabe en fordel i den globale kamp om at tiltrække og fastholde de eftertragtede digitale kompetencer og it-specialister.

Dataetik som en konkurrencefordel

” Dataetik og dataansvarlighed er et kvalitetsstempel, som vi bruger aktivt, når vi går ind på andre markeder i EU. Særligt det tyske marked synes, at dataetik er vigtigt. I Tyskland har vi haft en længere dialog om udveksling af data i forbindelse med dødsannoncer. Her fik vi lavet en god aftale med kunden – til fordel for dataetikken og sikkerheden, og om hvilke oplysninger, der er nødvendige. At vi arbejder med dataetik i praksis er en helt naturlig del af dialogen med tyske kunder. Dataetik giver fordele til virksomheder, der tager det seriøst og faktisk handler på det og demonstrerer, at dataetik ikke bare er noget, der står på et stykke papir.”

– Gitte Mathiasson, direktør i [Hoej.dk](https://www.hoej.dk).

[Hoej.dk](https://www.hoej.dk) er en digital virksomhed, der driver [afdøede.dk](https://www.afdoede.dk) i Danmark samt adwonce i Tyskland.

Politiske beslutningstagere, branche- og interesseorganisationer og virksomheder bør udnytte Danmark position som digital frontløber og sætte fokus på, at administrative byrder, der følger med reguleringen, ikke dræner virksomheders konkurrence- og innovationskraft. Der skal skabes gode incitamenter for at arbejde med dataetik, selvom det ikke nødvendigvis er lovpligtigt. Det er nemlig ikke kun ny lovgivning, man politisk kan gribe til for at give teknologiudviklingen retning. Retning kan også skabes gennem efterspørgsel, frivillighed og eksisterende lovgivning. Det skal være et opmærksomhedspunkt, at omfattende national, fremfor europæisk, lovgivning kan mindske virksomheders konkurrenceevne. Det kan være en fordel at arbejde mod ensartede dataetiske spilleregler på tværs af sektorer, brancher og virksomhedsstørrelser samt på tværs af lande i EU, så der skal skabes en "level playing field".

En forudsætning for, at dataetik kan blive et konkurrenceparameter for virksomheder i Danmark, er, at virksomheder er i stand til at kommunikere deres dataetiske overvejelser, prioriteringer og indsatser. Det er derudover en fordel, hvis beslutningstagere og branchefællesskaber i fællesskab formulerer proaktive, ambitiøse indsatser, der er med til at drive og understøtte dataetisk teknologisk udvikling samt eksportfremme af danske, dataetiske løsninger. Se politisk anbefaling [nr. 2](#)

Dataetik som en stærk forretningsmodel

NewBanking har udviklet en avanceret forbindelsesplatform, der tager udgangspunkt i at skabe forbindelse mellem to parter, der ønsker at udveksle specifikke data. Fokus er på at facilitere en sikker, fortrolig og ansvarlig udveksling af specifikke data og datatyper mellem parter. Platformen fungerer dermed som en mellemmand, der faciliterer og sikrer etisk behandling og udveksling af data.

Den centrale komponent i NewBanking's forretningsmodel er ikke bare at skabe forbindelse mellem to parter, der ønsker at udveksle specifikke data, men at give brugerne kontrol over egne data.

Det sker ved, at brugerne selv kan afgøre, hvem de ønsker at dele deres data med, og på hvilke vilkår. På den måde sættes brugerens rettigheder og præferencer i centrum. Ved at fokusere på tillid, datasikkerhed og brugerens kontrol har NewBanking formået at differentiere sig fra traditionelle forretningsmodeller, der primært er drevet af dataindsamling og udnyttelse, og har demonstreret, at dataetik kan være en stærk drivkraft for en succesfuld forretningsstrategi.

Hvordan bliver dataetik en naturlig del af den teknologiske udvikling – fremfor en hæmsko?

PERSPEKTIV: Dataetik som en ansvarsfuld og pragmatisk tilgang til dataanvendelse

Dataetik giver et fælles sprog til politiske beslutningstagere, virksomheder, medarbejdere og forbrugere, der afbøder de dataetiske dilemmaer og faldgruber, som opstår i takt med, at digitale løsninger tages i brug og udvikler sig. Dataetikken kan anvendes til at tage velovervejede beslutninger om dataanvendelse, når der er hensyn, der peger i forskellige retninger. På den måde er dataetik med til at modne og skabe en kultur for ansvarlig dataanvendelse, der står på skuldrene af den eksisterende regulering – og er relevant på områder, hvor vi ikke nødvendigvis skal have lovgivning. Se politisk anbefaling [nr.1](#) og [nr. 3](#).

Vi skal passe på, at dataetik ikke ender med at få kontra-produktiv effekt, som vi så det ske med oprindelige cookie-popups. At arbejde dataetisk må ikke blive en ny kompleks complianceøvelse, men skal underbygge de eksisterende regulative tiltag som fx GDPR og den kommende AI-forordning. Implementeringen af dataetik bør skabe klare rammer og retningslinjer – uden nødvendigvis at medføre ny regulering.

Debatten i Danmark definerer ofte dataetik som et greb til at begrænse dataanvendelse. Det er hverken produktivt for den offentlige debat eller for Danmarks muligheder for at positionere sig på det digitale område. Det kan i nogle tilfælde være uetisk ikke at bruge data, fx hvis data kan forbedre diagnosticering eller skabe mere skræddersyede og forbedrede produkter, mere retfærdige priser eller forbedringstiltag for medarbejdere. Vi har som samfund også en etisk forpligtelse til at se mulighederne i dataanvendelse som mulige løsninger på de store samfundsudfordringer, da teknologi fx vil være afgørende for at indfri regeringens klimaambitioner og for at aflaste et hårdt opspændt sundhedsvæsen.

Dataetik skal forstås som et greb til ansvarlig udnyttelse af de teknologiske muligheder – gennem øget stillingtagen, transparens og dialog. Det er derfor også vigtigt, at debatten om dataetik baserer sig på fakta – ikke synsninger, misforståelser eller politiske korstog. Dataetik tjener et højere formål og bør ikke reduceres til et våben mod fx forandringer, specifikke brancher eller arbejdsgivere.

Forsikrings- og pensionsbranchen i Danmark var den første branche, der udviklede dataetiske principper og på brancheniveau konkretiserede, hvad dataetik betyder i praksis. Har det haft en effekt?

”Standarden har på tværs af vores branche bidraget til at skabe et fælles begrebsapparat og et fælles fundament for dataetikken, som har fundet vej ind i selskabernes håndtering af data. Vi ser eksempelvis flere selskaber, som henviser til eller bruger principperne som afsæt for deres dataetiske redegørelse i årsrapporten.”

– Thomas Brenøe, vicedirektør i F&P.

Opgaven er at fastholde tillid

”En Epinions-undersøgelse fra 2022 viser, at syv ud af 10 danskere siger, at de kunne overveje at fravælge et firma alene på grund af måden, de behandler data på. Det er data, som sætter en tyk streg under behovet for at sikre tillid mellem virksomheder og kunder. Her er dataetiken en central brik.”

– Thomas Brenøe.

Læs mere om F&P branchestandard for dataetik [her](#).

Dataetik i relationen mellem virksomhed og ansatte

Er der tilstrækkelig opmærksomhed på brugen af medarbejderdata og nye digitale løsninger i virksomhederne?

PERSPEKTIV: Dataetik og ledelsesetik – to sider af samme sag

Fokus i den offentlige debat om dataetik i virksomhederne har primært handlet om håndtering af kundedata. I takt med at der høstes flere og flere medarbejderdata, og AI bliver mere udbredt i HR og ledelse, er der grundlag for også at dreje opmærksomheden hen på brugen af medarbejderdata og dataetik på arbejdspladserne.

Når virksomheder indfører nye teknologier og digitale løsninger på arbejdspladsen, kan det både skabe muligheder og udfordringer. Medarbejderdata og digitale løsninger kan fx hjælpe med at forbedre produktivitet og trivsel, identificere kompetencehuller og pege på uddannelsesbehov. Øget brug af data kan øge trivsel, så længe der er gennemsigtighed og medbestemmelse – omvendt kan (mis)brug af medarbejderdata øge mistro, hvis medarbejderen oplever, at data bruges til overvågning og kontrol.

Beskyttelse af personoplysninger er et grundlæggende princip i EU-retten. Data-beskyttelseslovgivningen er gennemsyret af, at data tilhører den enkelte - dermed følger også et element af kontrol over, hvad egne data bruges til. Den tiltagende brug af medarbejderdata og nye digitale værktøjer som kunstig intelligens i HR og ledelse stiller altså nye krav til både de ansatte og virksomhederne. Ledere skal fremadrettet være i stand til at lede både medarbejdere og algoritmer, og medarbejdersiden skal kunne navigere og være kritiske medspillere i det databaserede arbejdsliv.

Dataetik hænger tæt sammen med ledelsesetikken. Arbejdsgivere har i kraft af ledelsesretten ret til at lede og fordele arbejdet, herunder at bruge medarbejderdata til at beslutte udnævnelser, lønstigninger, afskedigelser mv. Det er dog de færreste virksomheder, der har taget eksplicit stilling til, hvordan ledelsesretten udmøntes i en virkelighed, hvor data og algoritmer spiller en mere central rolle i ledelsesopgaven. Se anbefalinger til virksomheder [nr. 5](#).



Kernen i brugen af AI er tillid. Som AI bliver mere udbredt, vil det påvirke næsten alle aspekter af vores samfund. Det er altafgørende, at vi kan få skabt en tillid til, at AI ikke gør skade men gavn. Ansvarlig AI innovation sikrer retfærdighed og gennemsigtighed fra ide og udvikling til implementering, hvis vi har etikken med.”

– Pernille Hertel, direktør for Customer Advisory, SAS Institute.

Hvordan finder man den rette balance i brugen af medarbejderdata?

PERSPEKTIV: *Dataetik på arbejdspladsen kalder på inddragelse og proaktiv kommunikation*

Danske arbejdspladser har en stolt tradition for at være ansvarlige og præget af, at der er høj grad af tillid mellem arbejdsgivere og arbejdstagere. Det skal vi værne om – særligt i lyset af at datamængderne stiger, og der indføres flere nye teknologier og digitale løsninger, som kan bruges til fx at monitorere, vurdere og prædiktere medarbejderes adfærd og værdi.

Gennemsigtighed og tilbagevendende dialog er nøglen til at finde den rette balance i brugen af medarbejderdata. Virksomheder skal blive endnu bedre til at kommunikere og gå i dialog med medarbejdersiden om, hvordan medarbejderdata opsamles og bruges. Det vil både gavne implementering af en ny digital løsning og trivsel og tilliden mellem parterne

Gennemsigtighed og dialog kan indgå på mange niveauer og processer, fx i udvikling af dataetiske rammer og procedurer, behandling af konkrete dataetiske dilemmaer og spørgsmål og ifm. indkøb, udvikling, implementering og evaluering af digitale løsninger – og i den løbende monitorering af de digitale løsningers performance og udvikling. Ved en fælles indsats for at finde en god balance opnår virksomheder og medarbejdere en fælles forpligtelse – og dermed øgede fordele ved at bruge medarbejderdata og digitale løsninger.

Dataetik på arbejdspladsen handler om at skabe rum for åbent at kunne drøfte de svære ting, dilemmaerne og til at finde fælles ansvarlige løsninger. Det handler ikke om at få mere "af det samme", fx længere politikker, deklARATIONER, øget regulering eller indførte cookie-regimer på arbejdsværktøjerne. Vi skal søge længere ned i værktøjskassen. Der er behov for, at parterne afsøger og drøfter, hvilke rammer, governance-strukturer og kommunikative virkemidler, der er nødvendige for, at der skabes en sund dataetisk kultur på arbejdspladsen. Se anbefaling til virksomheder [nr. 3](#).

Hvem har ansvaret for ansvarlig brug af medarbejderdata og dataetik?

PERSPEKTIV: Dataetik bør indarbejdes i virksomhedens processer og kultur – men ledelsen har det overordnede ansvar

Ledelsen har det overordnede ansvar for, at indsamling og brug af medarbejderdata og digitale løsninger sker forsvarligt og ikke leder til diskrimination eller unødigt overvågning af medarbejdere. Alligevel har mange virksomhedsledelser ikke taget stilling til, hvordan man ønsker at arbejde databaseret på arbejdspladserne, hvordan det sikres, at tilegnede digitale løsninger spiller sammen med virksomhedens værdier, processer og kultur, og hvordan dataetik forankres hos ledelsen.

HR bør spille en mere central rolle i forhold til at sikre, at medarbejderdata bruges forsvarligt i de relevante ledelsesprocesser. HR har et ansvar for at sikre, at ledere og medarbejdere kan begå sig og bruger de besluttede digitale løsninger hensigtsmæssigt. HR har derfor en opgave med at sikre, at medarbejdere og ledere er klædt kompetencemæssigt ordentligt på.

Softwareleverandører bør være særligt opmærksomme på deres ansvar for at informere om ændringer i deres produkter (jf. oplysningskrav i databehandleraftaler, som i mange tilfælde skal indgås med softwareleverandører), og klæde virksomhederne på, så de har de nødvendige forudsætninger for at implementere nye systemer ansvarligt.

Desuden skal softwareleverandører også være transparente omkring, hvordan kunstig intelligens er udviklet, om styrker og svagheder ved systemerne samt kendte skævvridninger (bias) og træningsdata. På den måde kan virksomhederne og brugerne træffe informerede beslutninger om, hvilke AI-systemer man ønsker at anvende, og god dataetik og ansvarlig AI kan blive et konkurrenceparameter – også for softwareleverandører.

” Vi har lavet en Acceptable Use Policy (AUP) for AI i virksomheden. Nu har det ramt os, AI, så vi er nødt til at tage stilling til, hvad vi etisk synes, at man kan og skal bruge AI til. Vores (AUP) er målrettet medarbejdere og danner en ramme for, hvornår du må bruge AI og til hvad. Desuden har vi en godkendelsesprocedure for at sikre, at en medarbejder ikke bruger AI-værktøjer, der fx sender følsomt data videre til tredjeparter.”

– Lyng Salling, Business Developer og DPO i Emento.

” Det er vigtigt at sikre sig, at informationsdeling og værdiskabelse i AI modeller sker inden for virksomhedens egne rammer, altså at dine data forbliver dine egne. Værdiskabelsen skal tilfalde ejeren af data og ikke bruges til at skabe værdi for leverandøren af modellen. Derfor bør data ikke sendes videre til hverken udbyderen af værktøjerne eller tredjeparter.”

– Camilla Kampmann, software salgsdirektør, IBM Denmark.

Introduktion til anbefalingerne

Strategisk Dataetisk Forum understreger, at dataetik – og hermed stillingtagen – spiller en afgørende rolle for at fastholde og styrke den digitale tillid, som er limen i den digitale transformation og det digitale Danmark. Tillid er en forudsætning for at udvikle vores samfund og understøtte innovation og teknologianvendelse, som fx er afgørende for at komme i mål med regeringens klimaambitioner. Det kræver en fælles indsats – fra politiske beslutningstagere, myndigheder, virksomheder og faglige organisationer og brancheorganisationer – at sikre den digitale tillid i dag og i fremtiden.

Med afsæt i diskussionerne i Strategisk Dataetisk Forum har DI Digital og Finansforbundet udarbejdet 10 anbefalinger. Hvor de første fem anbefalinger har et politisk sigte med det formål at understøtte en udvikling, hvor virksomheder i Danmark konkurrerer på ansvarlighed og gennemsigtighed, er de sidste fem anbefalinger målrettet virksomheder. DI Digital og Finansforbundet peger afslutningsvis på fire tiltag, som de to organisationer vil tage handling på.

Politiske anbefalinger

1

Gode rammer for virksomheders arbejde med dataetik – i Danmark og i EU

HVORDAN?

Fra politisk side bør der fokuseres på at stimulere innovation med fokus på dataetik, på at synliggøre gevinsterne ved digitalisering, og på samarbejde mellem det politiske og kommercielle med hensigt på at accelerere virksomhedernes arbejde med dataetik. Ikke mindst bør det være en hovedprioritet at præge datadagsordenen, der buldrer frem i EU – forordningen om digitale tjenester (DSA), dataforordningen, datastyringsforordningen og AI-forordningen, hvoraf sidstnævnte har til formål at sikre, at AI-systemer, der anvendes på EU-markedet, er sikre og i overensstemmelse med eksisterende lovgivning om grundlæggende rettigheder og Unionens værdier, bl.a. ved at harmonisere gennemsigtighedsregler for visse AI-systemer. En bølge af EU-regulering har kurs mod virksomheder i Danmark. Derfor skal Danmark være en stærk stemme i EU, så vi sikrer, at den ønskede hensigt om en demokratisk, gennemsigtig og ansvarlig digital udvikling ikke drukner i compliance og innovationshæmmende administrative byrder.

Der skal skabes gode rammer for at arbejde med dataetik i Danmark. Rammer, der skaber incitament til at arbejde med dataetik, selvom det ikke nødvendigvis er lovpligtigt. Virksomheders erfaringer med at arbejde med dataetik i praksis skal indsamles, så det løbende kan overvejes, hvordan udviklingen kan styrkes. Det er altså ikke kun lovgivning, man politisk kan gribe til for at give teknologiudviklingen retning. Se virksomheders anbefaling [nr.2](#), [nr. 3](#) og [nr. 5](#).

HVORFOR?

Der er en lang række forskellige reguleringer, som et frivilligt optag af dataetik kan stå på skuldrene af. Desuden er dataetik en proces, som virksomhederne skal igennem for at få en dataetisk kultur, og altså ikke noget som let kan omdannes til regulering.

I mange lande verden over inkl. USA er der ligeledes fokus på den dataetiske dagsorden samt behovet for regulering af området. Det er vigtigt, at vi i Danmark aktivt deltager i dette arbejde, dels for at fastholde tilliden til brugen af digitale værktøjer, men også for at skabe de bedste rammer for fremtidig innovation.

I SAS Institute har vi skabt SAS Data Ethics Practice, hvor vi yder rådgivning omkring innovationsindsatser, så vi kan sikre, at platform, processer og tjenester har fokus på ethical by design tilgangen gennem hele produktudviklingen og markedstilgangen.”

– Pernille Hertel, Nordisk direktør for Customer Advisory, SAS Institute.

Læs mere [her](#).

2

Dataetik som konkurrenceparameter

DATAETIK SKAL INDGÅ SOM NØGLEELEMENT I UDENRIGSMINISTERIETS EKSPORTFREMMENDE INDSATSER FOR AT UNDERSTØTTE, AT DANMARK BLIVER INTERNATIONALT ANERKENDT SOM DATAETISK FRONTLØBER

HVORDAN?

Vi anbefaler, at dataetik skal indgå i Udenrigsministeriets Innovationscentres arbejde med at hjælpe virksomheder og startups med adgang til internationale videns- og innovationsmiljøer – på samme måde, som det i dag er tilfældet med erhvervsfremmeprogrammer, der promoverer danske grønne løsninger. Digital Hub Denmark, relevante brancheorganisationer og Tech-miljøer som fx Copenhagen Fintech skal inddrages i arbejdet med henblik på at understøtte arbejdet med at brande ansvarlige digitale løsninger, som allerede bruges i virksomhederne. I fællesskab kan relevante aktører indfri ambitionen om dataetik som grundlag for et nyt eksporteventyr – og realisere visionen om, at ”Made in Denmark” bliver ensbetydende med, at digitale løsninger er ”Made with Ethics”.

HVORFOR?

National branding og virksomhedsbranding spiller sammen og gavner både Danmarks image som ansvarlig digital frontløber og virksomheders konkurrenceevne. Programmer, der stimulerer innovation og skalering af danske dataetiske forretningsmodeller, produkter og services, understøtter et mere modent marked for dataetiske digitale løsninger og skaber nye eksportmuligheder, som er med til at bane vejen for, at fremtidige digitale løsninger til fx kritisk infrastruktur bygger på danske værdier.

EN PULJE MÅLRETTET DATAETISK ARBEJDE I SMV’ER SKAL STYRKE DE MINDRE VIRKSOMHEDERS ARBEJDE MED DATAETIK

HVORDAN?

Vi foreslår, at der i regi af det eksisterende SMV:Digital program åbnes for en tilskudspulje, der skal hjælpe virksomheder i gang med deres dataetiske ambitioner. Danmarks Erhvervsfremmebestyrelse, som støtter SMV:Digital programmet, og som har til formål at stå for en samlet indsats, der kobler den nationale vækstpolitik, EU-indsatsen og den decentrale erhvervsfremmeindsats, bør tage initiativ til en pulje specifikt målrettet dataetik og digital ansvarlighed.

HVORFOR?

For at understøtte, at dataetik forbliver et konkurrenceparameter fremadrettet, er der behov for at skabe bedre forudsætninger for, at mindre virksomheder og startups kan arbejde med dataetik og digital ansvarlighed og få hjælp til det. Stimulering af innovation med fokus på dataetik vil give mindre virksomheder mulighed for at udvikle og implementere dataetisk forretningsdrift, hvilket styrker en spirende industri.

Dataetik som eksportvarer

” I takt med, at virksomheder og organisationer i hele verden sætter øget fokus på sikker og ansvarlig databehandling, stiger efterspørgslen efter løsninger, der er udviklet med henblik på at overholde internationale standarder for datasikkerhed og etisk databehandling.

Med et fokus på dataetik som en eksportvare er NewBanking Identity blevet et eksportprodukt, der overholder de internationale standarder og samtidig leverer avancerede løsninger til datasikkerhed og etisk databehandling. Som et resultat heraf har NewBanking opnået en betydelig konkurrencemæssig fordel og bidraget til positioneringen af Danmark som en førende eksportør af dataetiske digitale løsninger.”

– Christian Visti Larsen, co-founder og adm. direktør i NewBanking.

3

Der skal etableres en målrettet indsats for at accelerere virksomheders arbejde med dataetik

HVORDAN?

Vi anbefaler, at der etableres en målrettet indsats for at accelerere virksomheders arbejde med dataetik. Konkret bør der nedsættes en dataetisk taskforce, der – med afsæt i et erhvervs- og arbejdsmarkedsperspektiv – skal sætte skub i udviklingen og arbejde for, at optag af ny teknologi i dansk erhvervsliv og på danske arbejdspladser sker med en dataetisk stillingtagen.

Digitaliseringsministeren skal stå i spidsen for indsatsen, der over en fireårig periode har som målsætning, at ansvarlige virksomheder i Danmark arbejder med dataetik og digital bæredygtighed med samme naturlighed, som de arbejder med bæredygtighed og grøn omstilling.

Indsatsen skal opsamle erfaringer med både danske og internationale virksomheders arbejde med dataetik med henblik på at identificere, hvilke nye tiltag, der er behov for at etablere for, at dataetik i endnu højere grad bliver et konkurrenceparameter for virksomheder i Danmark – ift. såvel virksomhedens indadrettede og eksternt rettede processer og løsninger. Udbredelse af eksisterende værktøjer til at arbejde med dataetik i virksomheder skal være en del af indsatsen. Samtidig bør indsatsen inddrage Digitaliseringsrådet, Dataetisk Råd og relevante organisationer, herunder arbejdsmarkedets parter, i arbejdet.

HVORFOR?

Hvis vi vil imødekomme ambitionerne om øget digital tillid, og om at dataetik skal være et nationalt og internationalt konkurrenceparameter, skal der skabes et øget erhvervspolitisk og arbejdsmarkedspolitisk fokus på, hvordan dataetik bliver en integreret del af virksomheders arbejde, i endnu højere grad end det er tilfældet i dag.

4

Skab en sammenhængende uddannelsesindsats for digitale kompetencer og teknologiforståelse

HVORDAN?

Hvis vi som samfund skal rykke på den ansvarlige digitale dagsorden, skal der skabes en sammenhængende indsats for digitale kompetencer og teknologiforståelse – fra grundskolen, til ungdomsuddannelserne, til de videregående uddannelser, til efter- og videreuddannelse. Danskerne skal i højere grad klædes på til at forstå og anvende de teknologiske muligheder i uddannelse, privatlivet, arbejdslivet osv.

Læs om hvordan vi løfter de digitale kompetencer [her](#) og [her](#).

HVORFOR?

Vi står allerede i en situation, hvor virksomheder har svært ved at skaffe de nødvendige digitale kompetencer – og vi ser ikke ind i en lysere fremtid. Tværtimod. Efterspørgslen på konkrete it-kompetencer vil være kraftigt stigende. Men det er handler ikke kun om it-specialister. Der er behov for et bredt løft af de digitale kompetencer. Det forudsætter et øget fokus på livslang digital læring, som både styrker forudsætningerne for at indgå i det digitale arbejdsmarked og giver en kritisk sans og forståelse for ansvarlig brug af data og dataetik.

5

Privacy by design og dataetik som dansk styrkeposition

HVORDAN?

Vi foreslår, at den offentlige sektor går forrest med en højt prioriteret indarbejdelse af dataetik og privacy by design i offentlige digitale løsninger og for derved at fremme ansvarlighed som en dansk styrkeposition. Privacy by design vil sige, at udnyttelse af teknologi er designet, så privatlivsbeskyttelse og databeskyttelse er en integreret del af den teknologiske udvikling.

Indarbejdelse af privacy by design er i overensstemmelse med GDPR's artikel 25 om databeskyttelse gennem design og databeskyttelse gennem standardindstillinger samt de grundlæggende databeskyttelsesprincipper om lovlighed, rimelighed og gennemsigtighed med persondatabehandling, men der er behov for at sætte skub i privacy by design og dataetik i offentlige digitale løsninger. Dette kan understøttes af et krav om dataetik i offentlige kontrakter om digitale løsninger.

HVORFOR?

Der er brug for, at det offentlige går forrest og indhenter erfaringer og samarbejder med den private sektor om konsekvent anvendelse af dataetik og privacy by design for at modne området. Det kan samtidig medvirke til at skabe en dansk styrkeposition på området. En modning af privacy by design i en dansk kontekst vil, udover at fremme en dansk styrkeposition på området, åbne flere muligheder for at anvende teknologiens muligheder, hvor tilliden ellers vil være udfordret.

Den digitale udvikling er i en afgørende fase, hvor de teknologiske muligheder skal vejes op imod vores grundlæggende sikring af borgernes grundlæggende rettigheder. Det gælder om at finde den rette balance, så vi kan udnytte teknologien til at skabe velstand, velfærd og et sikkert og trygt samfund. Vejer hensynet til de grundlæggende rettigheder for tungt, fjerner vi innovationen og nye muligheder. Vejer hensynet til at udnytte de teknologiske muligheder for tungt, mister vi tilliden og sammenhængskraften i samfundet. En måde at finde en balance på er altid at tage udgangspunkt i privacy by design.

Anbefalinger til virksomheder

Med dataetik arbejder virksomheden aktivt for at håndtere dataetiske problemstillinger i design, innovation og andre databaserede forretningsprocesser. For at dataetik skaber reel værdi – og ikke kun eksisterer som principper på papiret – er det essentielt at få det ud at leve i virksomheden – både i ledelsen og blandt medarbejderne. Alt efter hvad der passer til virksomhedens risikoprofil og ressourcer, kan dataetik med fordel udmøntes gennem en kombination af retningslinjer, værktøjer, kommunikation og uddannelse.

1

Dataetik bør forankres i ledelsen

HVORDAN?

Virksomhedens digitale ansvarlighed starter fra toppen. I første omgang indebærer det, at bestyrelsen sætter dataetik og digital ansvarlighed på dagsordenen, og at den øverste ledelse tager stilling til, hvad virksomheden kan og vil med data og digitale løsninger. Disse dataetiske overvejelser har til formål at værne om tilliden mellem virksomhedens medarbejdere, kunder, leverandører, samarbejdspartnere og det øvrige samfund. Ledelsen bør tage ejerskab for, at dataetik sættes på dagsordenen rundt i virksomheden. Det kan fx ske gennem udarbejdelse og efterlevelse af en dataetisk politik og etablering af understøttende tiltag i virksomheden.

HVORFOR?

Hvis ikke ledelsen er med til at tage aktiv stilling og definere rammerne for virksomhedens dataanvendelse, så er risikoen, at dataetik på sigt bliver reduceret til en juridisk compliance øvelse og ikke giver reel værdi. Dataetik er en strategisk prioritet, der handler om at få overblik over og drøfte data og systemer med de relevante interessenter – med henblik på at tage stilling til, hvordan virksomheden ansvarligt indsamler, bearbejder og anvender data. Ikke mindst kan det at arbejde med dataetik og ansvarlighed i praksis mindske risikoen for mis- eller fejlbrug af medarbejder-, forretnings- og kundedata.

Hvorfor prioritere dataetik?



I Danmark er det min opfattelse, at det gør en ret stor positiv forskel i dialogen med kunderne, at de kan mærke, at dataetik ikke bare er en tjekliste ift. lovgivningen, vi kører i gennem, men at det tværtimod er noget, der gennemsyner hele organisationen. Derfor kalder vi vores arbejde med dataetik, GDPR, databeskyttelse og cybersikkerhed for TRUST, fordi det handler om tillid til vores løsning. Dataetik og cybersikkerhed kan ikke nødvendigvis skilles ad, men de supplerer hinanden.

Når man ser på, hvor mange der rent faktisk takker nej til cookies på hjemmesider, så får man en indikation af, hvordan befolkningens holdning er til at afgive data til formål, de ikke er bevidste om. Flere og flere takker nej. Og det, tror jeg, er et udtryk for, at vi bliver mere og mere bevidste om vores digitale privatliv, og det kommer til at afspejle sig i vores købsadfærd, ligesom vi har set det på miljøområdet.

Virksomheder, der ikke har transparente data flows, forestiller jeg mig, kan blive udfordret, da efterspørgslen på de dataetiske løsninger kommer til at stige. Derfor er det en god ide at arbejde med dataetik nu.

Hvor compliance ofte er en tung ressourcerekrævende proces ift. at overholde lovgivningen, så kan arbejdet med dataetik og gennemsigtighed være værdiskabende hele vejen ned igennem organisationen og helt ud til brugeren.”

– Lyng Salling, Business Developer og DPO i Emento.

.....

**Organisér arbejdet med dataetik:
En tovholder med mandat til at involvere ledelsen og bestyrelsen**

” *Det handler ikke kun om forankring hos ledelsen. Du bliver nødt til at have ledelsesengagement i det dataetiske arbejde. Det er ikke bare en pose penge, der skal lande på bordet, og en it-chef, der skal tage noget ansvar. Det er en ledelse, der skal tage ansvar for dataetik og bæredygtig brug af data. Og de skal sørge for, at det bevæger sig hele vejen ned igennem organisationen.”*

– Lyng Salling, Business Developer og DPO i Emento.

.....

” *Helt lavpraktisk så er jeg tovholder på vores arbejde med TRUST og dataetik. Derudover er jeg DPO og ansvarlig for at implementere alle vores cybersikkerhedsinitiativer. Jeg har mandat til, en gang om måneden, at indkalde hele C-level – CIO, CTO, udviklingsdirektøren, leverance og kundechefen – til en dag, som vi kalder TRUST-dagen, hvor vi vender de problemstillinger, der kan være kommet i løbet af den sidste måned, og også har tid til at være på forkant med udviklingen og de dataetiske spørgsmål, vi kan se i horisonten. Desuden kan jeg involvere bestyrelsen, hvis det bliver nødvendigt. Simpelthen for at sikre forankring hele vejen op – og det er afgørende.”*

– Lyng Salling, Business Developer og DPO i Emento.

Emento er en alt-i-én platform til at guide patienter. Platformen motiverer og gør det muligt for sundhedspersonale at designe patientrejsen og vejlede patienterne gennem deres patientforløb med en forløbsguide. Læs mere [her](#).

.....

2

Brug eksisterende værktøjer

Vi anbefaler særligt, at man som virksomhed kigger ind i D-mærket og Det Digitale Etikkompas, da det er værktøjer, der hjælper ledelsen til at tage stilling til dataetik på forskellige niveauer.

DATAETIK I D-MÆRKET – EN HÅNDGRIBELIG MÅDE AT ARBEJDE MED ANSVARLIG DATAANVENDELSE OG DATAETIK

D-mærket er Danmarks mærkningsordning for it-sikkerhed og ansvarlig dataanvendelse og sikrer, at dataetik er ledelses- og forretningsmæssigt forankret og sat i proces, så overvejelser ikke kun bliver ved de gode intentioner, men bliver en del af den måde, som virksomheden arbejder på.

D-mærkets fokus på ansvarlig dataanvendelse skal sikre, at virksomheder kan drage nytte af data på et velovervejet grundlag med udgangspunkt i en række etiske principper, som virksomheden skal styre efter. Med D-mærket bliver de værktøjer og processer, som virksomheder allerede traditionelt anvender, fx risikostyring, udviklingsproces, awareness og leverandørhåndtering, brugt til at implementere og kommunikere virksomhedens dataetiske overvejelser. På den måde bliver arbejdet med ansvarlig dataanvendelse ikke et appendiks til virksomhedens øvrige styrings- og ledelsesværktøjer eller en ny compliance-øvelse uden reel betydning for virksomhedens daglige drift.

DET DIGITALE ETIKKOMPAS – ET WORKSHOPVÆRKTØJ, SOM HJÆLPER VIRKSOMHEDEN MED AT BYGGE MERE ETISKE OG ANSVARLIGE PRODUKTER

Det Digitale Etikkompas guider virksomheder igennem et workshopforløb, hvor eventuelle etiske problemer i digitale produkter lokaliseres, og hvor virksomheden hjælpes til at finde nye og mere etiske designløsninger. Formålet med værktøjet er at styrke virksomheders konkurrenceevne ved at uddanne SMV'er i at arbejde med data og digital design på en ansvarlig og etisk måde.



Dataetik handler for os ikke kun om minimering af brugen af data og privacy by design.

Det går også den anden vej rundt og handler om at tænke konstruktivt og bruge data i innovation og forbedring af platformen. Vi skal passe på, men vi skal stadig tænke konstruktivt.

I arbejdet med Det Digitale Etikkompas kom vi frem til, at vi godt kunne skrive op for mængden og måden, vi anvender slutbrugerens data på, så vi kan hjælpe endnu flere børn og unge, der døjer med mistrivsel. Helt konkret øgede vi brugen af data om, hvordan platformen bliver brugt, så vi kunne forbedre adfærdsdesignet og gøre det mere tilgængeligt.”

– Anne Kristine Schwartzbach, stifter og direktør i Konfront.

Konfront er en digital trivsels- og undervisningsplatform til fagpersoner, der arbejder med mennesker i mistrivsel.

D-MÆRKETS 8 KRITERIER

- **Styring og forankring i ledelsen:** Virksomhedens øverste ledelse skal tage aktivt ansvar for it-sikkerhed og ansvarlig dataanvendelse.
- **Awareness og sikker adfærd:** Bestyrelsen og den øverste ledelse skal modtage træning i it-sikkerhed og ansvarlig dataanvendelse.
- **Teknisk it-sikkerhed:** Virksomhedens systemer og enheder skal være sikret for at reducere risikoen for sikkerhedshændelser fra de mest udbredte trusler.
- **Krav til leverandører:** Virksomheden skal have overblik over sine leverandører og stille krav til dem, der håndterer forretningskritiske data eller kan påvirke virksomhedens it-sikkerhed.
- **Transparens og kontrol med data:** Virksomheden skal leve op til gældende standarder, lovgivning og god praksis for databehandling.
- **Privacy & security by design & default:** Virksomheden skal sikre produkter og tjenester samt beskytte brugernes privatliv og personoplysninger bedst muligt.
- **Pålidelige algoritmer og AI:** Virksomheden skal sikre pålidelige algoritmer og AI, som man kan have tillid til, og hvor der tages ansvar for løbende at sikre kvaliteten.
- **Dataetik:** Virksomheder skal forholde sig til dataetik og identificere de mest kritiske risici, som brugen af data kan medføre på kort og lang sigt.

Til at komme i gang tilbyder D-mærket et gratis selvevalueringsværktøj, som giver et overblik over, hvor din virksomhed står i dag i forhold it-sikkerhed og ansvarlig dataanvendelse.



Den teknologiske udvikling åbner for mange nye muligheder, men der følger også et ansvar for, hvordan data bliver indsamlet og behandlet af både virksomheder og myndigheder. Virksomhedsledere kan med fordel starte med at spørge: Hvor indsamler vi data? Hvilke data indsamler vi og til hvilket formål? Og i den sammenhæng sikre stillingtagen til de dataetiske aspekter – det hjælper D-mærket med.”

– Mikael Jensen, Direktør i D-mærket.

3

Medarbejderinddragelse sikrer tillid og tryghed på arbejdspladsen

HVORDAN?

I et ansættelsesforhold, hvor data og AI spiller en tiltagende rolle, men hvor parterne ikke har lige muligheder for fx at til- og fravælge, hvornår og hvordan data opsamles og bruges, kan det være en fordel at overveje, hvilken betydning dette kan have for tilliden og den psykologiske tryghed på arbejdspladsen.

I virksomheder, der bruger medarbejderdata aktivt, bør der tages stilling til inddragelse af medarbejdere i alle relevante processer og beslutninger. Medarbejderinddragelse kan ske på flere forskellige måder. Det kan være i form af et formelt forum, hvor repræsentanter fra både ledelse og medarbejdere/medarbejderrepræsentanter løbende diskuterer dataetiske dilemmaer ift. opsamling og brug af medarbejderdata, fx i samarbejdsudvalgene. Medarbejderinddragelse kan også ske ved at inddrage de relevante fagligheder og medarbejdere i fx udvikling, indkøb eller implementering af et nyt digitalt værktøj og ved løbende drøftelser mellem personaleleder og medarbejdere om, hvordan data eller algoritmer anvendes og spiller ind i konkrete arbejdsituationer, bedømmelser osv. Dette kan fx være i forbindelse med personalemøder eller de årlige medarbejderudviklingssamtaler.

HVORFOR?

Klar kommunikation og dialog med medarbejderne bidrager til at fastholde et tillidsfuldt forhold mellem arbejdsgiver og arbejdstager og giver bedre forudsætninger for, at den ønskede adfærd og effekt opnås. En tydelig ansvarlig dataetisk arbejdsplads kan også blive et konkurrenceparameter i den globale kamp om at tiltrække og fastholde kompetencer. Ligesom vi ser, at bæredygtige virksomheder lykkes med at tiltrække og fastholde dansk og international arbejdskraft, kan dataetiske arbejdspladser gøre det samme.

4

En dataetisk politik for indsamling og brug af medarbejderdata

HVORDAN?

En politik kan ikke stå alene, men virksomheder kan starte med en politik for medarbejderdata og dataetik. Det kan være et godt udgangspunkt, en lavthængende frugt, ift. at igangsætte det dataetiske arbejde. En virksomheds dataetiske politik om ansvarlig brug af medarbejderdata kan tydeliggøre virksomhedens stillingtagen til, hvilket værdisæt der ligger til grund for dataopsamling og brugen af AI – og hvad der faktisk opsamles, bruges og hvorfor. Politikken bør også danne grundlag for at, der igangsættes konkrete tiltag, der kan sikre øget gennemsigtighed, inddragelse og muligheder for at adressere de dataetiske dilemmaer, der opstår som følge af, at der opsamles og bruges medarbejderdata og AI i HR og ledelse. Den bør derfor også omfatte konkrete bud på procedurer til at sikre governance i virksomheden.

Politikken kunne også tage stilling til, hvordan virksomhedens leverandører må bruge medarbejdernes data, fx til leverandørens eget formål, og om det specifikke system kunne indeholde kulturelle bias, der er uforlignelige med pågældende arbejdsgiver og arbejdstagerrelationen, og som der derfor skal tages højde for.

HVORFOR?

En dataetisk politik for indsamling og brug af medarbejderdata kan hjælpe med at skabe overordnede retningslinjer, procedurer og rammer i virksomhederne. Den skal dertil omfatte et meningsfuldt overblik over de data, der har eller kan have betydning for den enkeltes ansættelse, og hvordan der sikres indflydelse.

5

Opkvalificering i dataetik, ansvarlig brug af data og nye teknologier

HVORDAN?

Det anbefales, at virksomhederne i højere grad sikrer, at medarbejdere og ledere løbende bliver kompetenceudviklet inden for det digitale område. Virksomhederne kan fx tilskynde til løbende opkvalificering og tilbyde målrettede tilbud til de medarbejdere og ledere, der kunne falde bagud.

HVORFOR?

Kompetencekravene på arbejdsmarkedet er i konstant udvikling. Og det er vel at mærke en udvikling, som kun vil blive mere omfattende i takt med udbredelsen af kunstig intelligens og web3-teknologier. Vi skal indstille os på et større behov for at skulle omskole og opkvalificere os løbende. Det stiller krav til, at virksomhederne prioriterer uddannelse i dataetik, algoritmededelse og brug af kunstig intelligens. Det stiller også krav til, at ledere, medarbejdere og tillidsvalgte sikres de rette forudsætninger for at kunne forstå, navigere og bruge de teknologiske løsninger og indgå i en konstruktiv dialog om emnet.

Det vil vi selv gøre

DI Digital og Finansforbundet understøtter og bidrager aktivt til implementeringen af ovenstående anbefalinger. Derudover vil Finansforbundet og DI Digital arbejde for at gennemføre følgende konkrete initiativer.

EN DATAETISK PRIS

DI og Finansforbundet uddeler – gerne i samarbejde med Digitaliseringsministeriet – en årlig dataetisk pris til en virksomhed, der har gjort en ekstra indsats på det dataetiske område. Formålet er at sætte fokus på opfindsomme startups og SMV'er, som ikke alene satser på at slå igennem på baggrund af solide vækstrater, men også på en tech-ansvarlig og dataetiske praksis. De skal være showcases, der danner grundlag for, at virksomheder i Danmark positioneres som frontløbere inden for ansvarlig digitalisering og eksempler på finansiering – på andre præmisser end hurtig vækst alene.

VEJLEDNING AF VIRKSOMHEDER

DI Digital og Finansforbundet vil hjælpe virksomheder, medarbejdere der har brug for vejledning til, hvordan man arbejder med dataetik og digital ansvarlighed i praksis. Det skal bl.a. ske ved, at vi inddrager dataetik og ansvarlig AI ind i relevante sammenhænge og udvikler webinarer, uddannelse så medarbejdere, ledere, bestyrelsesmedlemmer og tillidsvalgte får bedre redskaber til at indgå i konstruktive dialoger om dataetik og ansvarlig brug af AI.

ETABLERING AF ET LEVERANDØRNETVÆRK FOR ANSVARLIG DIGITALISERING, DER SKAL ARBEJDE MED AT OMSÆTTE DATAETISKE PRINCIPPER TIL PRAKTISKE PRINCIPPER MED REEL FORRETNINGSMÆSSIG VÆRDI

Der etableres et DI Digital leverandørnetværk for ansvarlig digitalisering, der interesserer sig for krydsfeltet mellem it-sikkerhed og dataetik. På baggrund af erfaringsudveksling har netværket til formål at bidrage med praktisk indsigt i og nye vinkler på, hvordan virksomheder arbejder digitalt ansvarligt samt at være talerør for leverandørernes politiske synspunkter. Netværket samler leverandører af produkter og services inden for informationssikkerhed og privacy og fokuserer på leverandørens rolle ift. at konkretisere og fremme det at arbejde digitalt ansvarligt, fordi det er god forretning og god stil.

SKABE DIALOG OG BALANCEREDE LØSNINGER TIL ANVENDELSE AF MEDARBEJDERDATA OG DIGITALE HR- OG LEDELSESREDSKABER I LOVGIVNING OG AFTALESYSTEMET

Finansforbundet vil arbejde videre med at skabe indsigt i både udfordringer og muligheder forbundet med øget brug af medarbejderdata, algoritmer og kunstig intelligens i HR- og ledelsesopgaven. Finansforbundet vil bl.a. i en arbejdsgruppe med Finanssektorens Arbejdsgiverforening (FA) drøfte, hvordan et muligt protokol, dataetisk kodeks og governance strukturer kan supplere gældende lovgivning ift. bl.a. transparens, procedurer, begrænsninger og tilgængelighed.