

Rapport om dataetik ved brug af AI i den finansielle sektor

Indholdsfortegnelse

Dataetik ved brug af AI i den finansielle sektor.....	3
1. Indledning.....	3
2. Baggrund for Finanstilsynets fokus på dataetik.....	3
3. Sammenfatning.....	5
4. Det dataetiske landskab.....	5
5. Afgrænsning.....	8
6. Hvad er dataetik?.....	8
7. AI og dataetiske dilemmaer i den finansielle sektor.....	10
7.1. Brug af AI i den finansielle sektor.....	10
7.2. Dataetiske dilemmaer i den finansielle sektor – eksempler.....	11
8. Værktøj til dataetiske overvejelser i den finansielle sektor.....	17
8.1. Den dataetiske tankegang.....	17
8.2. Ansvar for arbejdet med dataetik i virksomhederne.....	18
8.3. Udarbejdelse af en dataetisk politik.....	19
8.4. Implementering.....	22
8.5. Løbende evaluering og vedligeholdelse.....	23
8.6. Revision af arbejdet med dataetik.....	23
8.7. Rapportering på dataetik.....	24
9. Afslutning.....	25
Bilag 1: Initiativer, principper mv. som omtales i rapporten.....	26
Danske udgivelser fra myndigheder og private.....	26
Udgivelser på EU-niveau.....	26
Globale og andre udenlandske udgivelser.....	27

Dataetik ved brug af AI i den finansielle sektor

1. Indledning

Øget adgang til og brug af data har i stigende grad betydning og værdi for en række forretningsmodeller. Det gælder også for virksomheder i den finansielle sektor. Det har bl.a. potentialet til at øge virksomhedernes mulighed for at tilbyde produkter, der både er let tilgængelige og målrettet kundernes behov. De øgede datamængder hænger sammen med en stigende brug af kunstig intelligens (AI). AI's potentiale til f.eks. at øge virksomhedernes effektivitet og indtjening, at bidrage til deres risikostyring, kontrol og compliance, og at sikre kunderne hurtigere og mere strømlinet sagsbehandling og bedre produkter er bredt anerkendt.

Brugen af data er reguleret af en række regler, bl.a. databeskyttelsesreglerne. Derudover er der efter Finanstilsynets opfattelse behov for, at virksomhederne supplerer den traditionelle lovgivningsmæssige tilgang til deres forretningsmodel med overvejelser om de etiske dilemmaer, som brugen af data i samspillet med AI kan medføre. Virksomhederne kan med fordel f.eks. overveje, hvilke dataetiske rammer de vil opstille, når de bruger AI til at behandle data for at levere eller administrere finansielle produkter eller tjenester.

Denne rapport er målrettet virksomheder, som er underlagt Finanstilsynets tilsyn. Hensigten er at inspirere virksomhederne til at arbejde med dataetik, især når og hvis de bruger AI, og give dem eksempler på dataetiske overvejelser. Rapportens forslag stammer ikke fra gældende, dansk lovgivning, og forslagene kan hverken binde virksomhederne eller pålægge dem nye forpligtelser på nuværende tidspunkt.

Det er imidlertid Finanstilsynets håb, at rapporten bekræfter overfor alle de virksomheder i den finansielle sektor, der allerede forholder sig til dataetik, at dette arbejde er vigtigt. Desuden ønsker Finanstilsynet at gøre det lettere for resten af virksomhederne i sektoren at komme i gang med arbejdet med dataetik.

2. Baggrund for Finanstilsynets fokus på dataetik

Finanstilsynet offentliggjorde i juli 2019 et papir om "God praksis ved brug af superviseret machine learning"¹. Papiret vejleder virksomheder omfattet af den finansielle lovgivning om emner, de bør overveje, når de bruger superviseret machine learning². Formålet var bl.a. at bidrage til forsvarlig og betryggende brug af teknologien i den finansielle sektor. Papiret indeholder f.eks. et kort afsnit om dataetik, skævhed i data (bias) og rimelighed (fairness).

Brugen af kunstig intelligens i bred forstand er stadig stigende. AI er især relevant til håndtering af store mængder data om virksomhedernes kunder. Finanstilsynet ønsker generelt at understøtte betryggende brug af AI i den finansielle sektor, fordi AI kan være til stor fordel for både virksomhederne, kunderne og samfundet, hvis det anvendes hensigtsmæssigt.

¹ Papiret findes på https://www.finanstilsynet.dk/Nyheder-og-Presse/Pressemeddelelser/2019/Machine_learning_10719.

² Superviseret machine learning er en delmængde af machine learning, hvor man både kender variable for input og output. På baggrund af de kendte variable udledes den optimale kobling og vægtning mellem alle inputvariable og outputvariablen. Denne sammenhæng kan dernæst beskrive nye eksempler.

Finanstilsynets vision i Strategi 2025 er, at virksomheder og borgere har berettiget tillid til det finansielle system. Der skal f.eks. være tillid til, at virksomhederne behandler data på en ordentlig måde. Men det er også væsentligt, at forbrugere kan have tillid til og afkode, om den enkelte virksomhed handler indenfor rammerne af, hvad de grundlæggende opfatter som etisk ansvarligt. Det gælder også, hvis virksomhederne bruger nye teknologier til databehandlingen. Danmark er et af de mest digitaliserede lande i EU, og vi har generelt en høj tillid til digitaliserede tjenester. Den finansielle sektor skal gerne være med til at opretholde og øge den tillid. Tillid til ordentlig databehandling i virksomhederne skal desuden understøtte, at den finansielle sektor forbliver robust.

Som det også er tilfældet på andre områder, er det væsentligt, at virksomheder i den finansielle sektor arbejder med at identificere og håndtere de potentielle risici, der knytter sig til brugen af AI. En risiko er, at virksomhederne træffer ureflekterede og hurtige valg i deres brug af AI og data, der viser sig at være på den forkerte side af de dataetiske værdier, som virksomhederne enten bevidst har opstillet eller ubevidst lever efter. En anden og måske større risiko er dog, at virksomhederne helt overser de dataetiske problemer. Hvis risici så materialiserer sig, kan det skade tilliden – ikke kun til den enkelte finansielle aktør, men også mere generelt til den finansielle sektor. For den enkelte virksomhed kan det føre til omdømmetab.

Der er ikke noget nyt i, at brug af data medfører dataetiske overvejelser. Forsikringsbranchen har f.eks. altid brugt data og statistik for at kunne beregne sandsynligheder, risici og præmier som en central del af deres forretning. Derfor har branchen også vedtaget en række dataetiske principper, der sætter rammerne for branchens brug af data³. Men i takt med, at AI i stigende grad benyttes til nye formål og på nye måder, og at virksomhederne har og bruger flere data om kunderne, er der også kommet større fokus på dataetik i resten af den finansielle sektor. Den dataetiske tankegang bliver kun vigtigere.

Dataetik er især relevant i en tid, hvor virksomheder i den finansielle sektor må forudse en stigende konkurrence fra andre aktører og platforme, f.eks. big tech, som måske ikke deler samme etiske tilgang og værdier. Nogle forventer endda, at etisk brug af data i stigende grad vil være et konkurrenceparameter i den finansielle sektor, særligt i forhold til udenlandske aktører. Dataetik er derfor vigtigt i alle henseender og ikke kun ved brug af AI, som er fokus for denne rapport.

Finanstilsynet har i 2022 været i dialog med bl.a. interesseorganisationer og en række virksomheder fra den finansielle sektor, som har givet mange gode input til arbejdet med denne rapport. Virksomhederne har bl.a. givet Finanstilsynet eksempler på dataetiske dilemmaer, som de støder på, når de bruger kundedata i AI-modeller. Nogle virksomheder har vedtaget dataetiske principper, og andre har etableret interne værktøjer, som de bruger til at vurdere og løse dataetiske dilemmaer. Virksomhederne har også delt deres erfaringer med forankring af arbejdet med dataetik internt i virksomhederne. Disse værdifulde input er inddraget i rapporten.

³ Cool eller Creepy, databrug og dataetiske principper i forsikrings- og pensionsbranchen, <https://www.fogp.dk/temaer/dataetik/>. Principperne bygger på branchens valg af en af tre grundlæggende, dataetiske positioner, som er beskrevet nærmere her <https://www.fogp.dk/temaer/dataetik/paa-vej-mod-en-faelles-dataetik/>.

3. Sammenfatning

Finanstilsynet vil bidrage til at sikre, at virksomhederne i den finansielle sektor gør sig relevante dataetiske overvejelser, når de bruger AI til at behandle data. Virksomhederne kan have mange fordele af at bruge AI, og det er især ved brug af AI vigtigt, at virksomheder under Finanstilsynets tilsyn tager arbejdet med dataetik alvorligt. Der er ikke én entydig definition på dataetik, og det er et vanskeligt begreb at arbejde med. Dataetik rækker videre end lovgivningen, og handler ikke om, hvad virksomheder *kan* og *må* gøre med kundernes data, men derimod om, hvad virksomhederne *bør* eller særligt *ikke bør* gøre.

Finanstilsynet ønsker med denne rapport at give inspiration til overvejelser, som virksomheder i den finansielle sektor kan gøre sig om deres arbejde med dataetik. Virksomhederne kan fastlægge deres tilgang til dataetik med udgangspunkt i virksomhedernes egne værdier og principper, som de må reflektere over. De kan også trække på diskussioner af etiske værdier og principper for dataetik, som er udviklet både nationalt og internationalt. Virksomhederne kan i det arbejde vælge at inddrage f.eks. de kunder, de henvender sig til, med henblik på at modtage deres input. Det forudsætter, at virksomhederne vil indgå i en bred dialog med kunderne. Det kan de gøre på mange måder. Virksomhederne bør altid tage stilling til den data, de bruger i deres AI-løsninger, f.eks. deres datakilder. Virksomhederne kan bl.a. bruge overvejelserne til at udarbejde en dataetisk politik, der også kan tage stilling til, hvordan virksomheden ikke ønsker at behandle data. Som med alle politikker er det vigtigt, at også en eventuel politik om dataetik kan aktiveres i virksomheden og bruges af medarbejderne i praksis. Virksomhederne kan f.eks. fremme den dataetiske tankegang hos deres medarbejdere gennem undervisning og opmærksomhedskampagner. Det er vigtigt, at virksomhederne er i stand til at forklare, hvordan løsningerne fungerer. Det gælder også, hvis de bruger løsninger fra tredjeparter.

Det er afgørende, at arbejdet med dataetik er forankret internt i virksomhederne. Det kan dog være forskelligt fra virksomhed til virksomhed, hvordan de bedst gør det. Regnskabsreglerne kræver bl.a. af de største finansielle virksomheder, at de enten redegør for deres politik for dataetik eller for baggrunden for, at de ikke har en sådan politik. Hvis virksomhederne formulerer en dataetisk politik, bør de have fokus på implementering og evaluering, som kan være med til at skabe en sund kultur, hvor medarbejderne og ledelsen kan identificere og drøfte dataetiske dilemmaer. Alle virksomheder, der har valgt at forholde sig til dataetik, kan med fordel overveje, om deres arbejde med dataetik er så væsentligt, at de kan beskrive det i årsrapporten, selvom de ikke er omfattet af følg eller forklar-kravet i regnskabsreglerne.

4. Det dataetiske landskab

Dataetik kom ind i dansk lovgivning i 2020 i forbindelse med, at Folketinget vedtog en ændring af årsregnskabsloven⁴. 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. Redegørelsen skal indeholde oplysninger om virksomhedens arbejde med og politik for dataetiske spørgsmål. Hvis virksomheden ikke har en politik for dataetik, skal ledelsesberetningen forklare, hvorfor dette ikke er relevant (følg eller forklar-princippet). Erhvervsstyrelsen under Erhvervsministeriet har i 2020 udarbejdet en vejledning om den

⁴ Lov nr. 741 af 30. maj 2020 om ændring af årsregnskabsloven (Krav om rapportering af dataetik).

lovpligtige redegørelse for dataetik i henhold til årsregnskabsloven. Vejledningen kan tjene som god inspiration for virksomheder under Finanstilsynets tilsyn i deres dataetiske arbejde⁵.

Årsregnskabsloven gælder ikke for virksomheder i den finansielle sektor. Som forudsat i bemærkningerne til ovennævnte lovændring har Finanstilsynet dog indsat tilsvarende krav i tre bekendtgørelser om finansielle rapporter. Det drejer sig om:

- bekendtgørelse nr. 281 af 26. marts 2014 om finansielle rapporter for kreditinstitutter og fondsmæglerselskaber m.fl. (indsat med ændringsbekendtgørelse nr. 1593 af 9. november 2020), se § 135 d
- bekendtgørelse nr. 460 af 2. maj 2023 om finansielle rapporter for forsikringselskaber og tværgående pensionskasser (oprindeligt indført ved bekendtgørelse nr. 1592 af 9. november 2020), se § 146
- bekendtgørelse nr. 771 af 31. maj 2022 om finansielle rapporter for Arbejdsmarkedets Tillægspension, se § 26.

Kravene gælder for de kreditinstitutter, fondsmæglerselskaber, investeringsforvaltningsselskaber, visse forvaltere af alternative investeringsfonde, sparevirksomheder, visse moder- virksomheder og skadesforsikringselskaber, der enten er børsnoterede eller har over 500 ansatte i virksomheden eller koncernen. Kravene gælder også for alle livsforsikringselskaber og tværgående pensionskasser uanset størrelse, Danmarks Skibskredit A/S og Arbejdsmarkedets Tillægspension.

De nævnte regnskabsregler er på nuværende tidspunkt de eneste konkrete lovregler om dataetik, men emnet, herunder brugen af data til AI, får generelt stigende fokus⁶. En undersøgelse fra Stanford Universitet viser f.eks., at kun én retsakt globalt i 2018 nævnte AI, mens det i 2021 var 18 retsakter⁷.

Flere internationale myndigheder og organisationer har offentliggjort anbefalinger m.v. om pålidelig kunstig intelligens og dataetik. Som eksempler kan nævnes:

- Den uafhængige Ekspertgruppe på Højt Niveau om Kunstig Intelligens, som var nedsat af Europa-Kommissionen, offentliggjorde i 2019 "Ethiske retningslinjer for pålidelig kunstig intelligens"⁸. Retningslinjerne fokuserer ikke på lovlig brug af kunstig intelligens, men vejleder i fremme og sikring af etisk og robust kunstig intelligens, som skal være tilpasset etiske normer.
- Samme ekspertgruppe offentliggjorde i 2020 desuden "Assessment List for Trustworthy Artificial Intelligence (ALTAI)"⁹. Virksomheder kan bruge dette selvevalueringskema med en række spørgsmål om bl.a. etik til at vurdere, om de bør træffe yderligere foranstaltninger for at handle mere etisk.
- Organisation for Economic Co-operation and Development (OECD) fastsatte desuden i 2019 principper om AI for at fremme teknologien. Principperne omfatter inklusion,

⁵ Vejledning om lovpligtig redegørelse af dataetik, december 2020. (<https://erhvervsstyrelsen.dk/vejledning-vejledning-om-lovpligtig-redegoerelse-dataetik>).

⁶ Der er en vis grad af dataetik indbygget i den eksisterende lovgivning, f.eks. i reglerne om god skik.

⁷ The AI Index 2022 Annual Report, Stanford University, marts 2022 (https://aiindex.stanford.edu/wp-content/uploads/2022/03/2022-AI-Index-Report_Master.pdf).

⁸ <https://digital-strategy.ec.europa.eu/en/library/ethics-guidelines-trustworthy-ai>.

⁹ <https://digital-strategy.ec.europa.eu/en/library/assessment-list-trustworthy-artificial-intelligence-altai-self-assessment>.

mennesket i centrum, rimelighed, transparens, forklarlighed, robusthed, sikkerhed og påregnelighed¹⁰.

- EU forventes i 2023 at vedtage en ny forordning om harmoniserede regler for kunstig intelligens (AI-forordningen)¹¹. Forordningen vil forbyde AI-systemer med en uacceptabel risiko, stille krav til udbydere og brugere af såkaldte højrisiko AI-systemer, mens der for AI-systemer med begrænset eller minimal risiko bliver færre eller ingen krav. Forordningen nævner ikke dataetik specifikt, men den vedtagne forordning vil muligvis indeholde krav om, at AI-systemer skal udvikles og bruges i overensstemmelse med principper om etisk og pålidelig AI. Under alle omstændigheder kan det ikke afvises, at de kommende regler vil få betydning for dataetikken.

Disse internationale bidrag bliver ikke nærmere gennemgået her. Finanstilsynet vil senere vurdere, om den endelige AI-forordning eller de kommende, udfyldende retsakter gør det nødvendigt at justere på forslagene i denne rapport.

Desuden er bl.a. følgende danske initiativer relevante:

- Virksomhedsguiden indeholder både artikler og videoer om dataetik, som er skrevet af Digitaliseringsstyrelsen¹².
- Dataetisk Råd udsendte i 2021 en vejledning med ti centrale, dataetiske principper under overskrifterne velfærd, værdighed, privatliv, selvbestemmelse, lighed, frihed, retssikkerhed, gennemsigtighed, sikkerhed og ansvarlighed¹³. Vejledningen indeholder desuden en femtrins-guide til det praktiske arbejde med dataetik. De fem trin består i at identificere, analysere, afveje, beslutte og evaluere en dataetisk problemstilling.
- Dansk Design Center lancerede i 2021 "Det Digitale Etikkompass"¹⁴. Det består bl.a. af "Etiknavigatoren", som er en cirkelformet model med 5 etiske principper og 24 spørgsmål om automatisering, adfærdsdesign og data, og 29 videnskort med uddybning af spørgsmålene og principperne¹⁵. Sammen fungerer de som en slags etisk huskeliste.
- Digitaliserings- og Ligestillingsministeriet offentliggjorde i marts 2023 en guide og en tjekliste til digital ansvarlighed, som bl.a. berører dataetik og er målrettet bestyrelser i danske virksomheder¹⁶.

Efterlevelse af dataetiske principper udgør et adfærdsregulerende element, der lægger sig ovenpå et fundament af allerede eksisterende lovregler. Når en virksomhed under tilsyn skal vurdere, om en handling med relation til AI er enten dataetisk acceptabel eller kritisabel, er den grundlæggende præmis derfor altid, at virksomheden i forvejen overholder gældende regulering. Her er det relevant at nævne beslægtede regelsæt, såsom databeskyttelsesforordningen (GDPR) og databeskyttelsesloven samt den finansielle lovgivning, der regulerer governance, god skik og risikostyring. Da rapportens fokus er dataetik fremfor lovgivning, er der lagt mindre vægt på en nærmere gennemgang af specifikke regler, f.eks. i afsnittet med dilemmaer.

¹⁰ <https://oecd.ai/en/assets/files/OECD-LEGAL-0449-en.pdf>.

¹¹ <https://digital-strategy.ec.europa.eu/en/policies/regulatory-framework-ai>.

¹² <https://virksomhedsguiden.dk/content/temaer/dataetik/>.

¹³ Dataetik – Sådan gør du, oktober 2021 (<https://nationaltcenterforetik.dk/etiske-temaer/dataetik/2022/dataetik-saadan-goer-du>).

¹⁴ <https://ddc.dk/tools/det-digitale-etikkompas-vaerktøjskasse/>.

¹⁵ https://ddc.dk/wp-content/uploads/2021/10/02_Etiknavigatoren_A1.pdf og https://ddc.dk/wp-content/uploads/2020/10/Videnskort_A4.pdf.

¹⁶ <https://sikkerdigital.dk/virksomhed/lederens-indgang/bestyrelsen>.

Dataetik forveksles ofte med databeskyttelsen efter GDPR. Dataetik går dog videre end data- og privatlivsbeskyttelse i snæver forstand. Dataetik handler også om, hvordan databruget, udvikling og brug af kunstig intelligens m.v. påvirker vores samfund. Det uddybes nærmere i afsnit 6. Desuden regulerer GDPR behandling af personoplysninger, mens dataetik er bredere, idet det også omfatter data, som ikke er persondata, eksempelvis statistiske data og anonymiserede, ikke-personhenførbare oplysninger og virksomhedsoplysninger. At en virksomhed overholder GDPR er derfor ingen garanti for, at den også opfører sig dataetisk korrekt.

5. Afgrænsning

Formålet med denne rapport er at give inspiration til og eksempler på de overvejelser, som virksomheder i den finansielle sektor generelt kan gøre sig i arbejdet med dataetik, særligt i forbindelse med brug af AI-modeller til at levere eller administrere finansielle produkter eller tjenester. Eksemplerne i rapporten centrerer sig derfor om de typer af kundedata og produkter, som virksomheder i den finansielle sektor bruger AI på. Selvom rapportens fokus er på dataetik i virksomheder, der bruger AI, er dataetik relevant for virksomheder, der bruger data i alle sammenhænge.

Der findes mange kategorier af AI-modeller. Finanstilsynet har i denne rapport valgt en bred definition af AI, som omfatter brug af kunstig intelligens i alle grader, lige fra simpel machine learning til avancerede modeller og algoritmer, der benytter neurale netværk. Dataetiske overvejelser kan også være relevante for virksomheder, der f.eks. kombinerer AI med andre teknikker såsom Robotic Process Automation (RPA), f.eks. i forbindelse med sortering af indkomne henvendelser.

Målgruppen for denne rapport er ikke afgrænset til virksomheder, der er omfattet af de krav i årsregnskabsloven, som er nævnt i afsnit 4. Målgruppen er helt bredt virksomheder, der er underlagt Finanstilsynets tilsyn (herefter virksomheder i den finansielle sektor eller blot virksomheder), idet dataetik særligt ved brug af AI kan være relevant for alle virksomheder i den finansielle sektor uanset deres størrelse. Det skyldes, at disse virksomheder har data om deres kunder i større eller mindre omfang og skal beslutte, hvordan de vil behandle disse data.

Der er tale om inspiration til og formidling af, hvad der kan blive praksis i den finansielle sektor i fremtiden i takt med, at dataetik får stigende betydning. Finanstilsynet har ikke hjemmel til at forpligte alle virksomhederne til f.eks. at udarbejde en politik for dataetik. Derfor er denne rapport på ingen måde bindende for virksomhederne. Der er alene tale om inspiration til overvejelser, som virksomhederne kan gøre sig i arbejdet med dataetik. Finanstilsynet har bl.a. fået brugbare bidrag til rapporten gennem dialog med en række virksomheder i den finansielle sektor om deres arbejde med og tanker om dataetik.

6. Hvad er dataetik?

Dataetik er knyttet til brug af data, men der er ikke en universal definition af dataetik. Bemærkningerne til årsregnskabsloven fra 2020 forklarer dataetik sådan:

”Dataetik forstås overordnet som den etiske dimension af forholdet mellem på den ene side teknologi og på den anden side borgernes grundlæggende rettigheder, retssikkerhed og grundlæggende samfundsmæssige værdier, som den teknologiske udvikling giver anledning til at overveje (...). Dataetik vedrører de etiske overvejelser, som en virksomhed må gøre sig i forbindelse med anvendelse af nye teknologier og den øgede mængde af data. Begrebet dataetik omfatter brugen af alle former for data og omhandler virksomheders generelle tilgang til anvendelse af disse data.”

Institut for Menneskerettigheder udarbejdede i 2021 på Dataetisk Råds anmodning en analyse¹⁷. Analysen nåede frem til denne definition, som virksomhederne med fordel kan bruge:

”Dataetik er et sæt af problemstillinger, som vedrører hvordan personer bør handle, i situationer hvor handlingen involverer generation, indsamling, lagring, processering, analyse, deling eller anvendelse af data, og hvor denne [...] behandling af data i sig selv udfordrer normative værdier eller principper. Dataetik er også den systematiske undersøgelse af dataetiske problemstillinger med henblik på at formulere velbegrundede svar på problemstillingerne, eksempelvis i form af generaliserbare principper for hvordan personer bør behandle data, eller i form af konkrete anbefalinger til afvejningen af konkurrerende hensyn i specifikke dilemmaer.”

Dataetisk Råd har i 2021 sammenfattet definitionen i denne enkle sætning¹⁸:

”Dataetik handler generelt om god praksis, når man indsamler, bruger og deler data.”

Virksomheder i den finansielle sektor er underlagt en lang række krav i den finansielle lovgivning. Mange af disse krav er relativt objektive, som f.eks. kapital- og indberetningskrav. Den finansielle lovgivning og anden lovgivning regulerer også, om virksomhederne lovligt må besidde og bruge diverse oplysninger om deres kunder. Men fra tid til anden vil virksomheder i den finansielle sektor stå overfor dataetiske dilemmaer, hvor de *lovligt* besidder og *lovligt* kan behandle en mængde data om en given kunde, men samtidig må spørge sig selv, om det vil være *etisk korrekt* at bruge disse data på den konkrete måde. Dataetik er derfor anderledes end hovedparten af kravene i den finansielle lovgivning. Der kan være stor forskel på, hvad man *må og kan*, og hvad man *bør*. Der ligger et vigtigt dataetisk valg i sidstnævnte.

“At gøre hvad du efter loven har ret til, er ikke altid det samme, som at gøre hvad der er godt eller rigtigt.”

- Dataetisk Råd (<https://nationaltcenterforetik.dk/etiske-temaer/dataetik>)

Dataetik handler mindre om egentlig lovgivning og mere om samfundsmæssige værdinormer, dilemmaer og afvejninger af modsatrettede hensyn. Det handler om, hvad man som virksomhed kan stå inde for. Det er vigtigt, at virksomheder har respekt for det enkelte

¹⁷ Dataetisk metode & teori, side 15, oktober 2021, Institut for Menneskerettigheder til Dataetisk Råd (<https://nationaltcenterforetik.dk/Media/637847651004812235/Dataetisk%20metoderapport.pdf>).

¹⁸ Dataetik – Sådan gør du, side 10-11, oktober 2021 (<https://nationaltcenterforetik.dk/etiske-temaer/dataetik/2022/data-etik-saadan-goer-du>).

menneskes værdighed. Bag hvert enkelt kundenummer er individer. Det enkelte individ har ret til privatliv og ret til at træffe egne valg. Moral og normer varierer afhængigt af person, virksomhed, situation og kultur. Det er derfor også forskelligt, hvad der anses for at være dataetisk korrekt.

Finanstilsynets dialog med en række virksomheder i den finansielle sektor viser, at der kan være delte meninger om, hvorvidt det overhovedet er muligt og ønskeligt at "sætte dataetik på formel" i form af konkrete lovregler. En holdning er, at man ikke kan lave en tjekliste med dataetiske emner, i modsætning til f.eks. GDPR, da det kan være vanskeligt at udarbejde en model, som passer til alle virksomheder. Derfor skal virksomhederne selv have frihed til at definere, hvad god dataetik er, og hvordan de vil håndtere eventuelle dilemmaer. En anden holdning er, at dataetik slet ikke er så diffust endda og godt kan sættes på formel. Nogle virksomheder efterlyser endda formelle krav og retningslinjer om dataetik fra myndighederne.

Når virksomheder arbejder med dataetik, handler det om at tilegne sig en særlig tankegang, som er i tråd med det hensyn, der ligger bag reglerne om at fremme en sund virksomhedskultur¹⁹. Disse regler tilsiger, at en virksomhed skal udarbejde en skriftlig politik, der indeholder overordnede rammer for, hvordan virksomheden sikrer en sund virksomhedskultur i hele organisationen, jf. bekendtgørelsens § 2, stk. 2. Politikken skal indeholde en beskrivelse af de etiske og faglige standarder for virksomheden og skal bidrage til, at medarbejderne udviser ærlighed og integritet. Som det også gælder for dataetik, kan sund virksomhedskultur ikke nødvendigvis sættes på formel og entydigt defineres på tværs, men den enkelte virksomhed kan overveje, hvordan den vil fremme en sund og etisk forsvarlig kultur for, hvordan dens medarbejdere behandler data i relation til AI. Tilsvarende har en række store virksomheder som nævnt i afsnit 4 pligt til at redegøre for deres eventuelle politik for dataetik i ledelsesberetningen. Forsikringsselskaber og forsikringsformidlere har desuden pligt til at behandle kunderne rimeligt og loyalt og tænke deres behov ind i udviklingen af nye produkter²⁰. I disse regler er der altså også indlejret en grad af etiske overvejelser.

7. AI og dataetiske dilemmaer i den finansielle sektor

Dette afsnit beskriver, hvordan den finansielle sektor bruger AI, og hvilke dataetiske dilemmaer der f.eks. kan opstå i den forbindelse. Ifølge Dataetisk Råd opstår et dataetisk dilemma, "hvis brugen af data er i konflikt med en eller flere af vores samfundsmæssige centrale værdier og principper."²¹ Finanstilsynet har ikke beskrevet de øvrige risici, der kan være forbundet med at bruge AI. Dette er behandlet i papiret "God praksis ved brug af superviseret machine learning".

7.1. Brug af AI i den finansielle sektor

Virksomheder i den finansielle sektor er ofte kendetegnet ved komplicerede interne processer og behandling af store datamængder. Her kan AI bruges som et værktøj til optimering. AI kan også hjælpe virksomhederne med at overholde retlige forpligtelser. Det er generelt bredt anerkendt, at potentialet ved AI er stort, også i den finansielle sektor, og at brug af teknologien kan øge virksomhedernes effektivitet og indtjening.

¹⁹ Bekendtgørelse nr. 691 af 25. maj 2020 om politik for sund virksomhedskultur i pengeinstitutter m.fl. Reglerne gælder alene for pengeinstitutter, e-pengeinstitutter og betalingsinstitutter.

²⁰ Forordning 2017/2358 (EU) om krav til produkttilsyn og styring for forsikringsselskaber og forsikringsdistributører.

²¹ Dataetik – Sådan gør du, side 10-11, oktober 2021 (<https://nationalcenterforetik.dk/etiske-temaer/dataetik/2022/data-etik-saadan-goer-du>).

Finanstilsynets kendskab til virksomhedernes brug af AI i Danmark er fragmentarisk og ikke baseret på nyere, systematiske undersøgelser. Der er dog fundet inspiration i diverse undersøgelser fra andre EU/EØS-lande og i dialog med en række virksomheder i den finansielle sektor i forbindelse med udarbejdelsen af denne rapport. Finanstilsynet vurderer på denne baggrund, at der ganske vist er stor forskel på, i hvilken grad virksomhederne bruger AI, men at mange virksomheder på nuværende tidspunkt benytter sig af robotteknologi og mindre avancerede machine learning-modeller. En række virksomheder i Danmark kombinerer f.eks. AI med RPA til e-mail routing. Det betyder, at en robot kan sortere indgående e-mails og sende dem rundt til de rette afdelinger i virksomheden. Nogle virksomheder har også udviklet en algoritme, som kan sortere i henvendelser fra kunderne og udvælge de kunder, som har mest brug for rådgivning nu og her.

Brug af avancerede AI-modeller og algoritmer synes derimod begrænset til få store virksomheder. Tilbageholdenhed med at bruge avancerede AI-modeller kan skyldes manglende modenhed eller manglende klarhed omkring reguleringen forbundet med brug af AI. Kun enkelte virksomheder benytter mere avancerede AI-modeller til at levere finansielle produkter eller tjenester. Nogle forsikringselskaber bruger algoritmer, der kan vurdere skadesanmeldelser og sørge for forsikringsudbetalinger. AI kan også bidrage til risikostyring internt i virksomheden, f.eks. ved at identificere mistænkelige finansielle transaktioner som bedrageri, hvidvask eller terrorfinansiering, eller til beregning af kapitalkrav²².

En undersøgelse foretaget af EBA viser, at europæiske kreditinstitutter generelt i stigende grad interesserer sig for brugen af AI. De fire mest udbredte anvendelsesformer, som mere end 60 pct. af de adspurgte pengeinstitutter har implementeret, er bekæmpelse af svindel (73 pct.), AML/CFT (65 pct.), profilering/sammenhæng mellem klienter eller transaktioner (65 pct.) og kreditscoring (65 pct.)²³.

Undersøgelser viser, at virksomhederne tidligere benyttede egenudviklede løsninger, men i dag i højere grad foretrækker at indkøbe løsninger udviklet af tredjeparter. Hvis virksomhederne i højere grad bruger de samme standardiserede løsninger udviklet af tredjeparter, kan det være med til at skabe lighed mellem dem²⁴. Risikoen er, at virksomhederne ikke forholder sig tilstrækkeligt kritisk til indkøbte tredjepartsløsninger. Det er vigtigt, at virksomhederne forstår og kan forklare, hvordan systemerne træffer beslutninger, se afsnit 8.3.1. og 8.3.2.

7.2. Dataetiske dilemmaer i den finansielle sektor – eksempler

Virksomheder i den finansielle sektor besidder generelt mange forskellige data om deres kunder, som de modtager, indhenter og behandler på diverse legitime måder. Virksomhederne genererer desuden selv data om den enkelte kunde som led i det løbende kundeforhold, f.eks. om kundens transaktioner, vurderinger af kundens risiko eller kreditværdighed, interaktionerne med kunden og kundens rådgivningsønsker. I takt med den øgede

²² FSI Insights on policy implementation No 35 – Humans keeping AI in check – emerging regulatory expectations in the financial sector, BIS, august 2021 (<https://www.bis.org/fsi/publ/insights35.htm>).

²³ Risk Assessment Questionnaire – Summary of Results, EBA, foråret 2022 (https://www.eba.europa.eu/sites/default/documents/files/document_library/Risk%20Analysis%20and%20Data/Risk%20dash-board/q1%202022/1036532/RAQ%20Booklet%20Spring%202022_FINAL.pdf).

²⁴ Brytningstid, et studie av kunstig intelligens i norske banker og forsikringselskaper, Finans Forbundet og PA Consulting, 2022, side 70 (<https://www.finansforbundet.no/content/uploads/2022/08/KI-i-norske-banker-og-forsikringselskaper-ende-lig-version.pdf>).

digitalisering kan virksomhederne indsamle flere og flere data om kunderne gennem adskillige kanaler.

Der er ikke i sig selv noget forkert eller betænkeligt ved, at virksomhederne behandler omfattende datamængder om deres kunder. Det er nødvendigt for at udbyde finansielle produkter og i nogle tilfælde endda et krav ifølge lovgivningen, f.eks. hvidvaskreglerne. Data er kernen i virksomhedernes forretningsmodeller, og data bidrager til at skabe innovation, konkurrence og skræddersyede produkter og tjenester til kunderne. Mængden af datapunkter kan f.eks. også have indflydelse på den pris, kunden skal betale for en finansiell tjenesteydelse²⁵.

Forsikrings- og pensionselskaber kan f.eks. have oplysninger om kundernes alder, boligforhold, børn, helbred, jobsituation og årlige indkomst. Pengeinstitutter kan have oplysninger om kundernes lån, boligforhold og arbejdsgiver og transaktionsdata om indtægter og udgifter, der kan fortælle meget om kundernes vaner, præferencer og finansielle situation²⁶. Virksomheder i den finansielle sektor skal derfor altid have for øje, at de generelt er i besiddelse af kundedata, der kan give stor indsigt i den enkeltes privatliv. Derfor sætter lovgivningen også begrænsninger for, om og hvordan virksomheder kan bruge disse oplysninger. Det gælder f.eks. lovgivning som GDPR og lov om betalinger, der bl.a. tager hensyn til individets ret til beskyttelse af privatlivet.

De følgende eksempler på dilemmaer er inspireret af virkeligheden, og de fleste kan nok gennemføres på en måde, der overholder lovgivningen for den relevante finansielle sektor. Der vil være virksomheder, som i dag behandler data på den beskrevne måde, mens andre vil være tilbageholdende og i højere grad betragte situationen som et dataetisk dilemma. Hensigten med eksemplerne er ikke at vurdere dem som enten dataetiske eller -uetiske (med undtagelse af eksempel E). Selvom virksomheden lovligt besidder og behandler oplysningerne, er der et stort gråzoneområde for, hvad der er rigtig eller forkert med hensyn til dataetik. Virksomhederne må foretage deres egne dataetiske vurderinger. Selvom der kan forekomme situationer, hvor også lovlig databehandling er etisk forkert, vil det ofte være vanskeligt at vurdere og give et entydigt svar på, om en dataetisk udfordring fører til, at databehandling er etisk forkert. Virksomhederne må dog være bevidste om, at der vil være databehandlinger, som alle vil vurdere som uetiske.

²⁵ Databrug og dataetik – Dilemmaer og mulige positioner for forsikrings- og pensionsbranchen, Forsikring & Pension, 2019 (https://fogp.dk/media/go2hf2rz/databrug-og-dataetik_forsikringpension_version2.pdf).

²⁶ Der kan fremgå følsomme personoplysninger, f.eks. betalinger for medicin eller sygebehandling. Ud over at være reguleret af GDPR har betalingsoplysninger en helt særlig status i Danmark. De betragtes som meget private, da de kan give indblik i en persons præferencer mv. Det er derfor også restriktivt reguleret, hvilke formål oplysningerne må bruges til. Det følger bl.a. af betænkning over lov om betalinger (2016/1 BTL 157).

Eksempel A om forsikring og lokationsoplysninger

Et forsikringssselskab overvejer at indsamle oplysninger om den fysiske placering af de kunder, der har givet deres samtykke til det. Forsikringssselskabet vil så af GPS-data fra kundens mobiltelefon kunne se, at en kunde, der bor i Danmark, netop er ankommet til en by i Østrig, hvor der bl.a. ligger et stort skisportssted.

Da det er vinter, og kunden kan være på vej på skiferie, kunne forsikringssselskabet hjælpe kunden ved at bruge AI til automatisk at sammenstille lokationsoplysningerne med oplysninger om personens forsikringer. Forsikringssselskabet kunne så om nødvendigt minde kunden om behovet for en ulykkesforsikring eller en rejseforsikring med ekstra skidækning.

Det er ønskværdigt for forsikringstagerne og for samfundet generelt, at borgerne har de rigtige forsikringsdækninger, som i relevant omfang beskytter mod tab eller kompenserer for skader. Ofte er forbrugerne imidlertid ikke opmærksomme på deres forsikringsbehov i en konkret situation. Hvordan sikrer man, at forbrugerne har tegnet de rigtige forsikringer, inden der sker en forsikringsbegivenhed?

Forsikringssselskaber har ikke automatisk adgang til lokationsoplysninger om deres kunder. Det vil kræve et samtykke fra den enkelte kunde.

Det er umiddelbart i kundens interesse at være dækket bedst muligt. Mange kunder kontakter deres forsikringssselskab i forbindelse med en begivenhed – f.eks. før en planlagt ferie eller efter en uforudset begivenhed – for at undersøge, om de har den nødvendige forsikringsdækning. Nogle kunder sætter pris på, at forsikringssselskabet selv kontakter dem, så længe henvendelsen er i overensstemmelse med lovgivningen. Andre kunder vil finde det grænseoverskridende at blive kontaktet på baggrund af geotagging, der sporer deres placering, også selvom de har givet et informeret samtykke til, at selskabet må modtage disse oplysninger. Selvom et samtykke er indhentet og afgivet i overensstemmelse med GDPR, så kan selskabet med fordel overveje, om henvendelsen alligevel vil overraske kunden og blive modtaget negativt.

Eksempel B om pension og screening for behov for yderligere hjælp

Et pensionssselskab overvejer at bruge en algoritme til at screene kunderne og identificere dem, der muligvis har behov for yderligere hjælp. Pensionssselskabet kan f.eks. bruge oplysninger om, at en kunde har kontaktet pensionssselskabet om en sygdomsmedling. Pensionssselskabet vil så kontakte kunden for at høre, om kunden har behov for yderligere lægehjælp, og informere om de forskellige tilbud, som kunden har via sin pensionsordning.

Forsikringsbranchen har stigende fokus på, at en tidlig indsats overfor sygemeldte kunder kan gavne både kunderne, forsikringsselskaberne og samfundet generelt. Hurtig sygdomsbehandling øger kundernes mulighed for hurtig tilbagevenden til arbejdsmarkedet. En tidlig indsats kan ske på mange måder, men hvordan hjælper man syge kunder med at blive hurtigere rask, hvis der f.eks. er ventetid på den rigtige behandling, eller kunderne er for længe om at gå til læge?

Hvis man tidligt kan opdage, hvilke kunder der er syge og i fare for at udvikle alvorligere sygdomme – f.eks. fordi data viser, at én sygdom ofte bringer andre sygdomme med sig – så kan man spare kunderne for sygdomsforløb, øge deres livskvalitet og mindske omkostningerne hos forsikringsselskaberne.

Sygdomsforløb er imidlertid for mange et meget privat emne. Helbredsoplysninger er også oplyst i GDPR som særligt følsomme personoplysninger, jf. artikel 9, stk. 1. Derfor er der god grund til at være særligt varsom med sådanne oplysninger.

Spørgsmålet er, hvilken vægt det bør have, at det kan have afgørende indflydelse på den enkelte kundes fremtid at blive kontaktet på det helt rigtige tidspunkt med det rette tilbud. Det kan f.eks. betyde hurtigere behandling af en sygdom og dermed en tidligere tilbagevenden til et normalt arbejdsliv eller en mindre problematisk hverdag. Nogle kunder vil være taknemmelige for at få tilbudt hjælp. Andre vil derimod synes, at det er grænseoverskridende, at et pensionselskab tager sådan et initiativ, og vil føle sig overvåget.

Eksempel C om pengeinstitut og kreditvurdering med AI

Et pengeinstitut overvejer at udvikle en algoritme, der kan stå for kreditvurderinger. Det kan lette arbejdsbyrden for medarbejderne og optimere forretningen. Pengeinstituttet vil træne algoritmen på et stort og nøje udvalgt datasæt, der er repræsentativt for pengeinstituttets praksis for kreditgivning.

Hvis et pengeinstitut bruger AI til kreditvurderinger, kan det nedsætte sagsbehandlingstiden på låneansøgninger. Dermed kan det give kunderne hurtigere svar, hvilket som regel vil blive opfattet som en gevinst for både kunden og pengeinstituttet.

Det er dog vigtigt, at virksomhederne tager stilling til, hvor selvkørende algoritmen skal have lov at være, og dermed hvilken grad af menneskelig involvering virksomhederne ønsker.

Nogle virksomheder kan mene, at en algoritme kan være helt selvkørende. De kan f.eks. vælge alene at overvåge, om algoritmen medfører utilsigtede mønstre på baggrund af de afgørelser, som den løbende træffer, der ikke er i overensstemmelse med virksomhedens dataetiske linje²⁷.

²⁷ Det skal nævnes, at efter GDPR har den registrerede krav på menneskelig indgriben i en automatiseret afgørelse, der har retsvirkning eller betydeligt påvirker den pågældende, jf. artikel 22. Det gælder dog ikke, hvis afgørelsen opfylder en af undtagelserne i artikel 22, stk. 2, såsom at den registrerede giver samtykke.

En del virksomheder kan foretrække et såkaldt menneskeligt sikkerhedsnet under algoritmen, efter at den har truffet sin afgørelse, så den endelige afgørelse altid træffes af en medarbejder (human-in-the-loop). Det kan være tilfældet, hvis man endnu ikke har tillid til, at AI-modellen kan træffe fuldt autonome afgørelser. Det kan også være, at lovkrav forhindrer virksomheden i at træffe automatiske afgørelser.

Nogle virksomheder vil vælge en mellemløsning og begrænse algoritmens selvstændighed, så den får lov at træffe positive afgørelser. Det kan dog gøre det vanskeligt for pengeinstitutter at dokumentere, hvordan de har overholdt kravene til kreditvurdering. Det kan derfor være mere relevant for forsikringsselskaber at vælge mellemløsningen, hvor de tillader algoritmerne at træffe positive afgørelser om f.eks. udbetaling af erstatning til forsikringskunderne, mens afslag kræver, at en medarbejder godkender afgørelsen.

Eksempel D om finansielle virksomheders brug af naturlig sprogbehandling (NLP)

En finansiell virksomhed overvejer at bede kunderne om samtykke til, at deres telefonsamtaler med virksomheden bliver optaget. Virksomheden overvejer at anvende sprog- og stemmegenkendelsesmodeller på optagelserne for at afkode f.eks. kundernes sindstilstand, tilfredshed og/eller troværdighed. Virksomheden kan bruge oplysningerne som værktøj til at identificere kunder, der f.eks. er særligt utilfredse eller viser tegn på at tale usandt. Virksomheden kan herefter vælge at gøre en særlig indsats overfor disse kunder.

Det er i finansielle virksomheders interesse at kunne give en god kundeoplevelse og at have tilfredse kunder. Det kan være en fordel for virksomheden hurtigt at kunne identificere de kunder, som virksomheden bør tage sig særligt af. Det kan f.eks. være utilfredse kunder, som virksomheden ønsker at betjene hurtigt, så de igen bliver tilfredse – og dermed forbliver kunder. Det er samtidig i kundernes interesse at få en hurtig og kompetent rådgivning, når de kontakter virksomheden, uanset om de er utilfredse eller ej. Men virksomheden kan også have et ønske om at opdage det, hvis kunder henvender sig for at få virksomheden til at levere en tjenesteydelse eller en udbetaling, men måske fortier væsentlige oplysninger eller taler usandt.

Det er ikke usædvanligt, at finansielle virksomheder beder kunder, som ringer til dem, om tilladelse til at optage samtalen. De optagne samtaler kan f.eks. bruges til uddannelsesformål. En finansiell virksomhed kan overveje at udvide samtykket, så virksomheden kan anvende NLP undervejs i samtalen. Formålet med at anvende NLP, mens samtalen er i gang, kunne være, at AI kan bruges som værktøj til stemningsanalyse. AI kan lytte efter tonefald, toneleje og formuleringer, der indikerer kundens sindstilstand og tilfredshedsniveau. Dermed kan virksomheden opdage de kunder, der f.eks. er ved være så utilfredse, at de forlader virksomheden.

Selvom der kan være fordele ved at give utilfredse kunder særbehandling, kan det ske på bekostning af de kunder, der f.eks. ikke klager højlydt eller er venlige, selvom de er utilfredse. Det kan også gå ud over kunder, der er sprogligt svære for modellen at forstå og afkode. Der

kan f.eks. være risiko for, at AI-modellen diskriminerer på baggrund af manglende dansk kundskaber eller dialekter. Dette kan af kunderne blive opfattet som uetisk.

Eksempel E om prisvandring

En virksomhed ønsker at bruge AI til at vurdere, hvordan dens kunder vil reagere på prisstigninger på virksomhedens finansielle produkter. Virksomheden ønsker at forudsige, hvilke kunder der vil opsige deres kontrakt, og hvilke kunder der vil acceptere prisstigningerne. Virksomheden vil finde frem til den sidstnævnte kundegruppe ved at benytte egne kundedata, hvorefter den vil bruge AI-modeller til dataanalysen. Den vil herefter indrette sin prisstruktur, så prisstigninger kun omfatter de kunder, som ikke forventes at opsige deres aftale.

Virksomheder har et naturligt fokus på indtjening og tilpasning af omkostningerne, så forretningen er rentabel. Samtidig har de et ønske om at beholde deres kunder. For at opnå de formål kan virksomhederne ønske at målrette prisstigninger til de kunder, som forventeligt ikke vil reagere negativt og potentielt skifte selskab.

En sådan adfærd kaldes indenfor forsikring for ”prisvandring”, og den er i 2023 blevet bedømt som ulovlig. Den Europæiske Tilsynsmyndighed for Forsikrings- og Arbejdsmarkedspensionsordninger (EIOPA) udsendte i marts 2023 en såkaldt Supervisory Statement om emnet²⁸. EIOPA redegjorde her for, hvorfor prisvandring vil være i strid med forskellige bestemmelser i POG-reglerne.

Virksomheder har en legitim interesse i at kende deres kunder og forudsige deres reaktioner. Det er i god harmoni med ønsket om, at virksomhederne skal have kendskab til kunderne og deres behov og skal tilpasse deres produkter i overensstemmelse med dette kendskab. Men jo længere en virksomhed træder ned ad den vej, hvor de enten opnår kendskabet ved at indhente data på en tvivlsom måde eller bruger kendskabet udelukkende i virksomhedens egen interesse, desto mere tydeligt befinder virksomheden sig på den forkerte side af det, der for kunderne og i samfundet formentlig anses for at være dataetisk acceptabelt.

Det er ikke nemt at beskrive et eksempel på en databehandling, som entydigt er helt lovlig og samtidig klart uetisk. Med tiden er flere uetiske forretningsmodeller og databehandlinger gjort ulovlige af en omfattende lovgivning, ikke mindst på det finansielle område. God skikregler påbyder virksomheder i den finansielle sektor at handle redeligt og loyalt overfor kunderne. Kreditinstitutter og værdipapirhandlere må ikke yde investeringsrådgivning eller skønsomt porteføljepleje uden at have udført egnetheds- eller hensigtsmæssighedstest af kunderne. POG-regler stiller krav til produktudviklingen hos kreditinstitutter, forsikringsselskaber m.fl., så nye produkter bl.a. bliver udformet under hensyntagen til kundernes behov mv. og ikke har negative virkninger for kunderne.

²⁸ Supervisory statement on differential pricing practices in non-life insurance lines of business, februar 2023 (https://www.eiopa.europa.eu/publications/supervisory-statement-differential-pricing-practices-non-life-insurance-lines-business_en).

Prisvandring er nu blevet karakteriseret som ulovlig adfærd, men inden EIOPA udsendte ovennævnte Supervisory Statement, ville Finanstilsynet i det mindste have vurderet adfærdens som uetisk. Både dataetik, god skik og POG-regler er dynamiske områder. Derfor kan virksomheder i den finansielle sektor med fordel løbende forholde sig til, om deres indsamling og behandling af data er etisk.

Det er altid en konkret vurdering, om en databehandling er etisk.

8. Værktøj til dataetiske overvejelser i den finansielle sektor

Forkert behandling af data kan have alvorlige konsekvenser for kunderne og virksomhederne selv. Det fremgår af en britisk undersøgelse, at forbrugernes bekymringer relateret til databrug er påvirket af, i hvilken grad individerne har tillid til de virksomheder, der bruger data om dem²⁹.

Virksomhederne kan derfor overveje, hvordan de vil betrygge kunderne i, at de behandler data etisk og ordentligt. Virksomhederne kan med fordel beskrive, *hvordan* de konkret forholder sig til og beskæftiger sig med dataetik.

Den enkelte beskrivelse skal til enhver tid være retvisende for virksomhedens reelle arbejde med dataetik. Etik-washing beskrives som et nyt fænomen på linje med green-washing, hvor virksomheder giver forkerte eller vildledende oplysninger om bæredygtighed og grøn omstilling. Etik-washing betyder, at virksomheder giver udtryk for, at de behandler data etisk, uden at dette er tilfældet. Virksomhederne kan f.eks. offentliggøre et sæt dataetiske principper, men undlade at bruge dem i praksis, når de behandler kundernes data.

8.1. Den dataetiske tankegang

-
- *Virksomhederne kan indledningsvis tage stilling til, om og hvordan de vil arbejde med dataetik.*
 - *Virksomhederne kan først og fremmest overveje, hvordan den dataetiske tankegang fremmes hos ledelse og medarbejdere.*
 - *Det er vigtigt, at den enkelte virksomhed inddrager flere af sine medarbejdere.*
-

Virksomhederne er vant til at overveje, hvad de lovligt *kan* gøre med data. Ved at indtage en dataetisk tilgang inddrager virksomhederne også overvejelser om, hvad de *bør* gøre. Det handler om at skabe det rette mindset og en passende kultur i virksomheden for behandling og brug af data. Det forudsætter, at medarbejderne generelt er i stand til at gøre sig de nødvendige overvejelser i alle AI-projekter, der indebærer behandling af data, herunder persondata. Man kan sige, at AI-modeller er spejle af dem, som koder dem.

Der er mange forskellige måder at vække den dataetiske tankegang på og dermed styrke en bevidsthed om etik blandt medarbejderne. En væsentlig forudsætning for at skabe denne bevidsthed er, at medarbejderne bliver trænet i at opdage de dataetiske dilemmaer. Det kan

²⁹ Public Attitudes to Data and AI Tracker Survey, Centre for Data Ethics and Innovation, Final Report, december 2021 (<https://www.gov.uk/government/publications/public-attitudes-to-data-and-ai-tracker-survey>).

virksomhederne gøre på mange forskellige måder. Det følgende afsnit giver en række eksempler.

Hvis en virksomhed aktivt vælger at arbejde med dataetik, er det vigtigt, at den inddrager alle relevante medarbejdere med henblik på at skabe en fælles sund kultur for behandling af data. En dataetisk tankegang udvikles og styrkes ikke på et enkelt møde, men derimod over længere tid gennem dialog og drøftelser blandt et bredt udvalg af medarbejdere med mange forskellige indfaldsvinkler, arbejdsområder og kompetencer. Det tjener resultatet bedst at inddrage flere synspunkter i processen.

Inddragelse af alle relevante interessenter i en virksomhed, organisation eller institution fremmer desuden accepten og relevansen af at indføre en ny proces. Europa-Kommissionen anbefaler f.eks., at virksomhederne implementerer en proces, som inddrager både det operationelle niveau og det øverste ledelsesniveau³⁰. Virksomhedsguiden fra Erhvervsstyrelsen anbefaler også en bred repræsentation på tværs af afdelinger. Den henviser til, at inddragelse af forskellige medarbejdere både bidrager med indsigter fra de forskellige afdelingers konkrete arbejde med data og giver grobund for en bred forankring af dataetik i virksomheden.

8.2. Ansvaret for arbejdet med dataetik i virksomhederne

- *Virksomhederne kan overveje, hvor og hvordan arbejdet med dataetik skal forankres internt.*
 - *Det er vigtigt, at ansvaret for arbejdet bliver forankret ét sted.*
 - *Uanset hvor ansvaret for arbejdet bliver placeret, er opbakning fra den øverste ledelse afgørende for at opnå forandring.*
-

Hvis en virksomhed beslutter sig for at arbejde seriøst med dataetik, er det vigtigt, at den forankrer opgaven og udpeger en ansvarlig medarbejder eller funktion for bl.a. at sikre, at opgaven bliver prioriteret.

Det er meget forskelligt fra virksomhed til virksomhed, hvor det giver bedst mening at placere ansvaret for arbejdet med dataetik. Nogle virksomheder vil mene, at det er mest passende at forankre ansvaret hos ledelsen eller i virksomhedens juridiske afdeling. Nogle virksomheder har også oprettet deciderede etikkomiteer eller etikudvalg med repræsentanter fra forskellige områder i virksomheden. Denne disposition kan være hensigtsmæssig, fordi den bidrager til at sikre, at virksomhedens forskellige interesser bliver bredt involveret i arbejdet. Andre virksomheder mener, at ansvaret for arbejdet med dataetik skal forankres hos en dedikeret medarbejder, der kan være tovholder for virksomhedens mange forskellige interne interesser. Flere virksomheder, der har nedskrevet en politik for dataetik, har også udpeget en politikejer, der enten er en enkelt person eller en afdeling, som skal bidrage til at få politikken til at leve i hverdagen ude i virksomheden.

³⁰ Ethiske retningslinjer for pålidelig kunstig intelligens, Den uafhængige ekspertgruppe på højt niveau om kunstig intelligens, etableret i juni 2018 af Europa-Kommissionen, april 2019 (<https://digital-strategy.ec.europa.eu/en/library/ethics-guidelines-trustworthy-ai>).

Uanset hvor virksomhederne vælger at placere ansvaret for arbejdet med dataetik, er det essentielt, at det bliver forankret et konkret sted. Det er vigtigt, at denne afdeling eller konkrete person sørger for at være bindeled mellem virksomhedens mange forskellige interesser.

Sidst men ikke mindst er opbakning fra den øverste ledelse afgørende for at opnå forandring. Dermed legitimerer ledelsen, at medarbejderne bruger tid på at arbejde med dataetik.

8.3. Udarbejdelse af en dataetisk politik

- *Virksomhederne kan overveje at udarbejde en politik om dataetik for at sikre, at de behandler data etisk korrekt.*
 - *Et sådant arbejde bør tage udgangspunkt i kunderne og samfundet.*
 - *Data bør alene behandles på en måde, som må anses for at være rimelig og etisk korrekt i det samfund, virksomhederne er etableret i, og af de kunder, virksomhederne henvender sig til.*
 - *Det er vigtigt, at medarbejderne kan bruge politikken i praksis.*
-

En virksomhed kan have handlet dataetisk ansvarligt i årtier uden at have nedskrevet en egentlig politik for dataetik. Omvendt er en nedskrevet politik ikke en garanti for, at alle virksomhedens handlinger fremover vil være dataetisk acceptable. En politik er blot et redskab i processen med at udvikle og formidle virksomhedens holdninger. Politikken kan sætte en ramme for de dataetiske overvejelser og sikre konsistente beslutninger, men som alle andre politikker skal den være et levende og dynamisk værktøj for medarbejderne for at gøre en forskel.

Politikken kan beskrive de etiske valg, virksomheden har truffet. Den kan således både beskrive, hvordan virksomheden ønsker at bruge data, og hvilke anvendelser virksomheden har fravalgt af etiske grunde.

Når en virksomhed har besluttet sig for at udmønte det dataetiske arbejde i en politik, vil det være naturligt at tage udgangspunkt i virksomhedens data, produkter, kunder og leverandører og tage stilling til disse ud fra virksomhedens egne værdier.

De følgende afsnit er inspiration til, hvad virksomheder kan overveje ved udarbejdelse af en dataetisk politik.

8.3.1 Virksomhedens data og datakilder

God dataetik starter fra det øjeblik, en virksomhed tager skridt til at indsamle data. Virksomheden bør først nøje overveje, hvilke data der er nødvendige for at levere det konkrete finansielle produkt³¹. Nogle oplysninger er mindre nødvendige at have og bruge, hvorimod andre oplysninger er helt nødvendige for f.eks. at kunne tilbyde en ydelse eller overholde lovgivningen.

³¹ Det følger af artikel 5, stk. 1, litra c, i GDPR, at data bl.a. skal være begrænset til, hvad der er nødvendigt i forhold til de formål, hvortil de behandles.

Som nævnt i Finanstilsynets papir ”God praksis ved brug af superviseret machine learning” bør virksomheden sikre datakvalitet og stabilitet i indhentning af data, herunder ved indhentning fra tredjeparter. Hvis data består af personoplysninger, er rigtighed desuden et krav efter GDPR³². Finanstilsynet opfordrer til, at virksomhederne generelt er bevidste om og kritiske overfor deres datakilder og f.eks. overvejer:

- Hvorfra stammer data?
- Er data valide? Virksomhederne bør definere, hvad de anser som en valid datakilde.
- Hvilke kilder ønsker virksomhederne at bruge og til hvilke formål?
- Er der etiske hensyn forbundet med at benytte specifikke kilder?
- Vil man f.eks. gøre brug af webscraping eller specifikke data fra sociale medier i det omfang, det er lovligt?
- Bliver data delt med tredjeparter?
- Kræver datadeling med tredjeparter kundernes samtykke?

Disse overvejelser er lige så relevante, hvis virksomhederne benytter AI-løsninger udviklet af tredjeparter.

Nogle virksomheder nytænker, om de med fordel kan bruge andre data end dem, der traditionelt benyttes for at levere et konkret finansielt produkt. Et eksempel kunne være et forsikringsprodukt, hvor prisen baseres på kørselsdata såsom overholdelse af hastighedsgrænser, der er indhentet med kundens samtykke, fremfor traditionelle oplysninger, som kundens alder, skadeshistorik og kørsels erfaring. Disse andre data vil virksomheden højst sandsynlig indhente hos tredjeparter.

Det er op til virksomhederne selv at vurdere, hvilke data der er nødvendige, og om metoden til at samle data ind er pålidelig. Finanstilsynet opfordrer virksomhederne til at være kritiske både i forhold til datakilder, datamængde og datatyper for at sikre den fortsatte tillid.

8.3.2 Virksomhedens brug af AI

Virksomhederne kan med fordel orientere sig i Europa-Kommissionens ekspertgruppes anbefalinger til udviklingen, brugen og evalueringen af en AI-model. Som det fremgår af anbefalingerne, forudsætter god dataetik, at kundernes data alene bruges i forsvarlige AI-modeller, der lever op til en række bestemte kriterier. Det flugter med de anvisninger om f.eks. robusthed og forklarlighed, som Finanstilsynet gav i papiret ”God praksis ved brug af superviseret machine learning”.

Som tidligere nævnt foretrækker mange virksomheder i dag at indkøbe AI-løsninger udviklet af tredjeparter frem for at udvikle egne systemer. Der er i den forbindelse en risiko for, at virksomhederne ikke forholder sig tilstrækkeligt kritisk til indkøbte tredjepartsløsninger. Virksomhederne bør gøre sig tilsvarende overvejelser som angivet i dette afsnit, når de køber løsninger af tredjeparter. Det gælder også, når virksomhederne indkøber tredjepartsløsninger og selv videreudvikler dem. Det er vigtigt, at virksomhederne generelt forstår og kan forklare, hvordan systemerne træffer beslutninger.

³² Det følger af artikel 5, stk. 1, litra d, i GDPR.

Det er vigtigt, at virksomhederne forholder sig til, om en AI-model er rimelig, allerede fordi det efter GDPR er et krav, at personoplysninger behandles lovligt, rimeligt og på en gennemsigtig måde³³. Rimelighed handler ofte om at undgå skævheder, f.eks. bias i modeller eller i data. Det er vigtigt, at virksomhederne undgår skævheder i den benyttede data. Det er også vigtigt, at virksomhederne forholder sig aktivt til, hvordan de kan mindske effekten af bias i modellens tilblivelse og brug. Det er meget vigtigt at vide, hvilke variable modellen bruger, og hvilken betydning det f.eks. kan have for persongrupper, der historisk set har været behandlet bedre eller dårligere end andre. Selv små skævheder i algoritmer kan have store konsekvenser. Virksomhederne skal f.eks. være opmærksomme på, om de benytter data, der allerede indeholder diskrimination. Det kan f.eks. være, at en kreditvurderingsmodel er bygget op omkring pengeinstituttets udlånspraksis, men at lån historisk set primært har været ydet til mandlige kunder – ikke fordi virksomheden har diskrimineret, men måske fordi fleste låneansøgere har været mænd, eller fordi deres økonomi har været bedre end de kvindelige låneansøgere. Her er det vigtigt, at modellen ikke fejlfortolker præmissen for, hvorfor flere mænd end kvinder har fået bevilget lån. Virksomhederne bør derfor overveje, om der er historiske skævheder på et givent område, som kan blive indlejret i en model. Virksomhederne bør overveje, hvilke redskaber de kan bruge til at identificere og rette op på sådanne skævheder.

Omvendt findes der også positive bias, som ikke er skadelige og bør bevares. Nogle gange er forskelsbehandling ikke diskrimination. Det gælder f.eks., hvis et forsikringsselskab tager hensyn til kundens alder eller kørselshistorik eller til uheldsstatistikker ved fastsættelsen af præmien på en motorforsikring.

8.3.3 Virksomhedens kunder

Hvad der må betragtes som god dataetik, afklares bedst gennem dialog. Det gælder både generelt i samfundet, internt i virksomhederne og eksternt med virksomhedernes kunder. Kunderne kan i den forbindelse både være fysiske og juridiske personer. Virksomhederne kan undersøge, hvad netop deres kunder finder dataetisk korrekt. Til sammenligning er der andre steder i den finansielle lovgivning specifikke krav om, at virksomhederne henvender sig til kunderne og kortlægger deres interesser og præferencer, f.eks. gennem egnetheds- og hensigtsmæssighedstest på investeringsområdet. Det er forskelligt fra virksomhed til virksomhed, hvordan de interagerer med kunderne, og i givet fald hvor ofte. Men kunderne forventer i dag at modtage produkter, som passer til deres behov og præferencer. En forventning, der også er understøttet af EU-regler³⁴. På samme måde forventer kunderne nok også, at virksomheder i EU behandler data etisk korrekt.

Finanstilsynets dialog med virksomhederne har vist, at flere virksomheder inddrager kunderne direkte i deres arbejde med dataetik. Det kan være meget hensigtsmæssigt og oplysende for både kunderne og virksomheden. Nogle har f.eks. udsendt spørgeskemaer med eksempler på dilemmaer til udvalgte kunder eller kundegrupper, som kunderne opfordres til at tilkendegive deres holdning til. Andre har nedsat en intern komité for kundeoplevelser, der skal diskutere og behandle dilemmaer, som kunderne har meldt tilbage til virksomheden.

³³ Det følger af artikel 5, stk. 1, litra a, i GDPR.

³⁴ Forordning 2017/2358 (EU) om krav til produkttilsyn og styring for forsikringsselskaber og forsikringsdistributører.

Virksomheder, der vælger at nedsætte en etikkomité, et etikudvalg eller lignende, kan desuden overveje, om og i hvilket omfang repræsentanter for kunderne eller medlemmerne kan inddrages i eller samarbejde med dette forum, enten ad hoc eller gennem mere systematisk deltagelse.

Der er også eksempler på virksomheder, som har udviklet systemer, hvor den enkelte kunde selv digitalt kan tilrettelægge virksomhedens rådgivning til kunden. Kunden kan i systemet vælge, at virksomheden må kontakte vedkommende, når bestemte livsbegivenheder indtræder, hvilke data den må indsamle om kunden, og hvilke kanaler den må kontakte kunden igennem. Et eksempel er en kunde, der har sat en notifikation op, så en rådgiver får besked, når kunden får et barn. Når det sker, kan kunden have brug for at få justeret sin pensionsordning eller sin forsikringsdækning. Virksomheden kan kontakte kunden og gøre opmærksom på dette. På den måde kan de anbefalinger, som virksomheden giver til kunden, tilpasses den enkeltes individuelle behov og præferencer.

Kunder er selvfølgelig forskellige og vil have varierende ønsker til, hvordan de vil kommunikere med virksomhederne. Nogle virksomheder beretter f.eks., at kunderne foretrækker at blive vejledt af en robot (chatbot eller AI) fremfor af en medarbejder i virksomheden, f.eks. i forbindelse med skadesanmeldelser.

8.4. Implementering

- *Virksomhederne kan overveje, hvordan de bedst kan gøre medarbejderne bekendt med det dataetiske arbejde og den dataetiske politik.*
 - *De kan f.eks. udbrede kendskabet gennem undervisning.*
 - *Det er vigtigt, at medarbejderne får trænet deres dataetiske bevidsthed.*
-

Det er afgørende, at den dataetiske politik lever ude i virksomheden. Virksomhederne kan f.eks. overveje at undervise medarbejderne i dataetik ved ansættelsens start. Finanstilsynet er bekendt med virksomheder, der afholder en tilbagevendende opmærksomhedskampagne om dataetik for deres medarbejdere, hvor de bl.a. bliver præsenteret for forskellige dataetiske dilemmaer. Nogle benytter vendingen "fairness through awareness". Til inspiration har Erhvervsstyrelsen givet adgang til et digitalt, dataetisk dilemmaspil på Virksomhedsguiden. En sådan proces kan medvirke til at skærpe medarbejdernes evne til at spotte dataetiske dilemmaer og give anledning til mange efterfølgende drøftelser blandt medarbejderne. Medarbejderne kan måske også få et andet blik på igangværende projekter.

Dialog kan lede til øget opmærksomhed på dataetik. Opmærksomhedskampagner og undervisning er blot eksempler på, hvordan det kan gøres. Det er samtidig vigtigt, at virksomhederne skaber en sund kultur, så medarbejderne tør sætte spørgsmålstejn ved virksomhedens databrug og gøre ledelsen opmærksom på eventuelle dataetiske dilemmaer, der bør drøftes.

8.5. Løbende evaluering og vedligeholdelse

- *Virksomhederne kan overveje, hvordan de løbende internt evaluerer og vedligeholder arbejdet med dataetik.*
 - *Det er vigtigt, at dataetikken følger med den samfundsmæssige og teknologiske udvikling.*
-

Virksomhedernes, kundernes og samfundets holdning til dataetik og til brugen af data har udviklet sig meget i løbet af de seneste 10 år og vil formentlig udvikle sig videre i de kommende år.

Nogle mener, at kunderne, i takt med at de bliver mere bevidste om databrug og etik, i stigende grad vil sige nej til, at virksomheder må bruge deres data. Andre mener derimod, at kunderne gradvist bliver mindre bekymrede over behandlingen af deres data, fordi datadelingen i fremtiden bliver mere reguleret og sikker, og kunderne derfor får større kontrol over deres data.

Denne udvikling gør, at arbejdet med dataetik er dynamisk. Hvad virksomhederne og deres kunder finder dataetisk korrekt i 2023, vil ikke nødvendigvis være det samme bare få år senere. Derfor kan virksomhederne med fordel evaluere og om nødvendigt revidere deres dataetiske politik med passende mellemrum. Også i den forbindelse kan det være en fordel at inddrage kunderne.

8.6. Revision af arbejdet med dataetik

- *Virksomhederne kan overveje, om og i hvilket omfang en mere eller mindre uafhængig instans kan evaluere deres dataetiske arbejde.*
 - *Det er vigtigt, at offentligheden kan have tillid til, at virksomhederne overholder eventuelle dataetiske løfter.*
-

På længere sigt kan det være en fordel for virksomhederne ikke blot at kunne dokumentere, at de har arbejdet med dataetikken, men også at få en uafhængig part til at vurdere kvaliteten af dette arbejde.

Denne part kan f.eks. være den interne eller eksterne revision, der til en start bl.a. kan forholde sig til, om virksomheden har udarbejdet en politik. Revisor kan også forholde sig til, om virksomheden har valgt en hensigtsmæssig proces for arbejdet med dataetikken, f.eks. om den søger at fremme den dataetiske tankegang, og hvordan den vælger at forankre arbejdet, om politikken bliver brugt i praksis, og hvilke valg virksomheden eventuelt har truffet på baggrund af politikken. Desuden kan revisor forholde sig til, om og hvordan virksomheden løfter opgaven med dataetik i forhold til tredjepartsløsninger, og om virksomheden f.eks. stiller krav til og kontrollerer dataetik hos underleverandører og samarbejdsparter.

Der kan med tiden være andre aktører, der kan bistå virksomhederne med sådanne vurderinger og endda egentlige certificeringer.

Således lancerede Industriens Fond, Dansk Industri, Dansk Erhverv, SMVdanmark og Forbrugerrådet Tænk for eksempel D-mærket i efteråret 2021³⁵. D-mærket er en frivillig, privat mærkningsordning for IT-sikkerhed og ansvarlig dataanvendelse, som organisationerne har udarbejdet med støtte fra Erhvervsstyrelsen. En virksomhed kan blive D-mærket ved at dokumentere, at den overholder otte nærmere beskrevne kriterier indenfor IT-sikkerhed, databeskyttelse og dataetik. Første skridt på vejen til D-mærket er, at virksomheden gennemfører en selvevaluering på de otte kriterier. Dataetik er både et selvstændigt kriterie (nr. 8) og integreret i flere af de øvrige kriterier. D-mærket er også relevant for virksomheder i den finansielle sektor og blev i foråret 2023 tildelt den første finansielle virksomhed i Danmark.

8.7. Rapportering på dataetik

-
- *Virksomhederne kan overveje at beskrive punkterne angivet ovenfor i årsrapporten, på hjemmesiden eller andre kommunikationskanaler for deres kunder og investorer.*
 - *Det er vigtigt, at virksomheder, der arbejder med dataetik, kan påvise overfor kunder og andre interessenter, at de aktivt har valgt dette arbejde.*
-

Regnskabsreglernes krav om rapportering gælder som nævnt i afsnit 4 kun for nogle virksomheder. Men det kan for alle virksomheder, der vælger at arbejde med dataetik, være relevant at overveje, hvordan de mest hensigtsmæssigt kan kommunikere deres dataetiske holdninger og værdier til omverdenen.

Der er ikke krav i regnskabsreglerne om, præcis hvilke oplysninger de finansielle virksomheder skal medtage i ledelsesberetningen. Den enkelte virksomhed beslutter individuelt og frivilligt, hvad politikken skal indeholde, og hvordan virksomheden arbejder med den. Det vil dog ikke være tilstrækkeligt alene at oplyse, at virksomheden har en politik for dataetik. Til sammenligning følger det af Erhvervsstyrelsens vejledning, at redegørelsen skal indeholde en beskrivelse af indholdet af politikken og en beskrivelse af virksomhedens arbejde med dataetik.

Det kan skabe tillid hos kunderne, at virksomhederne gør sig umage med at beskrive for f.eks. kunder og investorer, hvordan de håndterer dataetik. Det kan f.eks. være i årsrapporten, på hjemmesiden eller via andre kommunikationskanaler. Virksomhederne kan f.eks. redegøre for deres overvejelser i forhold til et eller flere af eksemplerne på værktøjer beskrevet under afsnit 8.1-8.6 i denne rapport. De kan altså beskrive:

1. deres interne tiltag for at vække den dataetiske tankegang
2. hvordan de har valgt at forankre arbejdet med dataetik
3. om de har udarbejdet en dataetisk politik, og hvordan arbejdet i så fald blev grebet an, f.eks.
 - a. hvordan og hvorfra de indsamler data

³⁵ Læs nærmere om D-mærket på <https://d-maerket.dk/>, herunder om de otte kriterier på: <https://d-maerket.dk/kriterier/>.

- b. hvordan de bruger AI
 - c. hvordan de tager udgangspunkt i kunderne
4. hvordan de implementerer det dataetiske arbejde
 5. hvordan de løbende vil evaluere arbejdet med dataetik
 6. om de overvejer at få arbejdet med dataetik revideret
 7. om og hvordan de har overvejet at offentliggøre deres dataetiske holdninger.

9. Afslutning

Dataetik bliver stadig vigtigere i takt med, at virksomhederne behandler flere data om deres kunder, når de leverer finansielle tjenesteydelser. Det øger også betydningen af dataetikken, når flere virksomheder bruger AI og derved risikerer at gøre behandlingen af data mindre gennemskelig. Der er forskel på, hvor langt virksomhederne er kommet i deres arbejde med dataetik. For nogle virksomheder har dataetik længe været et tema, mens andre virksomheder endnu ikke har arbejdet struktureret med emnet. Finanstilsynet håber, at dette papir kan hjælpe virksomhederne videre i deres arbejde med at forholde sig til dataetik og fastlægge deres egne dataetiske grænser.

Derfor foreslår Finanstilsynet, at virksomheder i den finansielle sektor, som arbejder med dataetik, tager stilling til ovennævnte forslag og forholder sig til, hvilke værktøjer der fungerer bedst i den enkelte virksomhed.

Bilag 1: Initiativer, principper mv. som omtales i rapporten

Danske udgivelser fra myndigheder og private

- God praksis ved brug af superviseret machine learning, Finanstilsynet, 2019 (https://www.finanstilsynet.dk/Nyheder-og-Presse/Pressemeddelelser/2019/Machine_learning_10719).
- Vejledning om lovpligtig redegørelse af dataetik, Erhvervsstyrelsen, december 2020 (<https://erhvervsstyrelsen.dk/vejledning-vejledning-om-lovpligtig-redegoerelse-data-etik>).
- Virksomhedsguiden, artikler af Digitaliseringsstyrelsen (<https://virksomhedsguiden.dk/content/temaer/dataetik/>).
- Guide og tjekliste til digital ansvarlighed, Sæt digital ansvarlighed på bestyrelsens dagsorden, sikkerdigital.dk, Digitaliseringsstyrelsen (<https://sikkerdigital.dk/virksomhed/leders-indgang/bestyrelsen>).
- Dataetisk metode & teori, Institut for Menneskerettigheder til Dataetisk Råd, oktober 2021 (<https://nationaltcenterforetik.dk/Media/637847651004812235/Dataetisk%20metoderapport.pdf>).
- Temaside om dataetik med links til bl.a. Cool eller Creepy, databrug og dataetiske principper i forsikrings- og pensionsbranchen, 2020, til Databrug og dataetik – Dilemmaer og mulige positioner for forsikrings- og pensionsbranchen, 2019, til dataetiske positioner og dataetiske værktøjer, Forsikring & Pension (<https://www.fogp.dk/temaer/dataetik/>).
- Dataetik - Sådan gør du, Nationalt Center for Etik, oktober 2021 (<https://nationaltcenterforetik.dk/etiske-temaer/dataetik/2022/dataetik-saadan-goer-du>).
- Værktøjskasse: Det Digitale Etikkompas, Dansk Design Center, (<https://ddc.dk/tools/det-digitale-etikkompas-vaerktojskasse/>).
- Etiknavigatoren, Det Digitale Etikkompas, Dansk Design Center (https://ddc.dk/wp-content/uploads/2021/10/02_Etiknavigatoren_A1.pdf).
- Videnskort, Automatisering, Dansk Design Center (https://ddc.dk/wp-content/uploads/2020/10/Videnskort_A4.pdf).
- D-mærket, mærkningsordning oprettet af Industriens Fond, Dansk Industri, Dansk Erhverv, SMVDanmark og Forbrugerrådet TÆNK (www.d-maerket.dk).

Udgivelser på EU-niveau

- Ethiske retningslinjer for pålidelig kunstig intelligens, Ekspertgruppen på Højt Niveau om Kunstig Intelligens, nedsat af EU-Kommissionen, april 2019 (<https://digital->

strategy.ec.europa.eu/en/library/ethics-guidelines-trustworthy-ai).

- The Assessment List for Trustworthy Artificial Intelligence (ALTAI) for self assessment, Ekspertgruppen på Højt Niveau om Kunstig Intelligens, nedsat af EU-Kommissionen, juli 2020, (<https://digital-strategy.ec.europa.eu/en/library/assessment-list-trustworthy-artificial-intelligence-altai-self-assessment>).
- Europa-Kommissionens forslag til Europa-Parlamentets og Rådets forordning om harmoniserede regler for kunstig intelligens (retsakten om kunstig intelligens) og om ændring af visse af Unionens lovgivningsmæssige retsakter, KOM (2021) 206 af 21. april 2021 (<https://eur-lex.europa.eu/legal-content/DA/TXT/?uri=CELEX:52021PC0206>).
- Risk Assessment Questionnaire – Summary of Results, European Banking Authority, foråret 2022 (https://www.eba.europa.eu/sites/default/documents/files/document_library/Risk%20Analysis%20and%20Data/Risk%20dash-board/q1%202022/1036532/RAQ%20Booklet%20Spring%202022_FINAL.pdf).
- Supervisory statement on differential pricing practices in non-life insurance lines of business, European Insurance and Occupational Pensions Authority, februar 2023 (https://www.eiopa.europa.eu/publications/supervisory-statement-differential-pricing-practices-non-life-insurance-lines-business_en).

Globale og andre udenlandske udgivelser

- The AI Index 2022 Annual Report, Stanford University, marts 2022 (https://aiindex.stanford.edu/wp-content/uploads/2022/03/2022-AI-Index-Report_Master.pdf).
- Recommendation of the Council on Artificial Intelligence, OECD, 2022 (<https://oecd.ai/en/assets/files/OECD-LEGAL-0449-en.pdf>).
- FSI Insights on policy implementation No 35 – Humans keeping AI in check – emerging regulatory expectations in the financial sector, Bank for International Settlements, august 2021 (<https://www.bis.org/fsi/publ/insights35.htm>).
- Brytningstid, et studie av kunstig intelligens i norske banker og forsikringselskap, Finans Forbundet og PA Consulting, 2022 (<https://www.finansforbundet.no/content/uploads/2022/08/KI-i-norske-banker-og-forsikringselskap-endelig-versjon.pdf>).
- Public Attitudes to Data and AI Tracker Survey, Centre for Data Ethics and Innovation, Final Report, december 2021 (<https://www.gov.uk/government/publications/public-attitudes-to-data-and-ai-tracker-survey>).