

God praksis:

Dataetik ved brug af AI i den finansielle sektor

UDKAST AF DEN 17. M

Indholdsfortegnelse

God praksis for dataetik ved brug af AI i den finansielle sektor.....	3
1. Indledning.....	3
2. Baggrund for Finanstilsynets fokus på dataetik.....	3
3. Sammenfatning.....	4
4. Det dataetiske landskab.....	5
5. Afgrænsning.....	7
6. Hvad er dataetik?.....	8
7. AI og dataetiske dilemmaer i den finansielle sektor.....	9
7.1. Brug af AI i den finansielle sektor.....	9
7.2. Dataetiske dilemmaer i den finansielle sektor – eksempler.....	10
8. Værktøj til dataetiske overvejelser i den finansielle sektor.....	15
8.1. Den dataetiske tankegang.....	16
8.2. Ansvar for arbejdet med dataetik i virksomhederne.....	16
8.3. Udarbejdelse af en dataetisk politik.....	17
8.4. Implementering.....	20
8.5. Løbende evaluering og vedligeholdelse.....	20
8.6. Revision af arbejdet med dataetik.....	21
8.7. Rapportering på dataetik.....	21
9. Afslutning.....	22

God praksis for 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 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 bør 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.

Dette papir er målrettet virksomheder, som er underlagt Finanstilsynets tilsyn. Hensigten er at inspirere virksomhederne til at arbejde med dataetik, når og hvis de bruger AI, og give dem eksempler på dataetiske overvejelser.

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 stadigt 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.

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, at de gør det indenfor rammerne af, hvad vi i Danmark 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

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.

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.

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 dette papir. 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 papiret.

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, men det er vigtigt, at virksomheder under Finanstilsynets tilsyn tager arbejdet med dataetik alvorligt. Der er ikke en 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 kunders data, men derimod om, hvad virksomhederne *bør* eller særligt *ikke bør* gøre.

³ "Cool eller Creepy, databrug og dataetiske principper i forsikrings- og pensionsbranchen", <https://www.fogp.dk/temaer/dataetik/>.

Finanstilsynet ønsker med dette papir om god praksis at give inspiration til overvejelser, som virksomheder i den finansielle sektor kan gøre sig om deres arbejde med dataetik. Virksomhederne kan bl.a. bruge disse overvejelser i en dataetisk politik. Som med alle politikker er det vigtigt, at også en 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. Virksomhederne kan fastlægge deres tilgang til dataetik med udgangspunkt i, hvad der må anses for rimeligt og etisk korrekt, dels i det samfund de er etableret i, dels af de kunder de henvender sig til. Det forudsætter, at virksomhederne vil indgå i en bred dialog med f.eks. 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. 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. De nye regnskabsregler 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 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 de nye regnskabsregler.

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 lovpålagte redegørelse for dataetik i henhold til årsregnskabsloven. Vejledningen kan tjene som god inspiration for virksomheder under Finanstilsynets tilsyn i deres dataetiske arbejde⁵. Desuden indeholder Erhvervsstyrelsens "Virksomhedsguiden" både artikler og videoer om emnet⁶.

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. 1593 af 9. november 2020 om finansielle rapporter for kreditinstitutter og fondsmæglerselskaber m.fl.

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

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

⁶ <https://virksomhedsguiden.dk/content/temaer/dataetik/>.

- 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)
- bekendtgørelse nr. 771 af 31. maj 2022 om finansielle rapporter for Arbejdsmarkedets Tillægspension.

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 livsforsikringselskaber, tværgående pensionskasser, 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 fokus⁷. En undersøgelse fra Stanford Universitet viser f.eks., at kun én retsakt globalt i 2018 nævnte AI, mens det i 2021 var 18 retsakter⁸.

Flere internationale myndigheder og organisationer har offentliggjort anbefalinger m.v. om emnet. Som eksempel har en ekspertgruppe nedsat af EU-Kommissionen udgivet "Ethiske retningslinjer for pålidelig kunstig intelligens". 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 normer⁹. I juli 2020 offentliggjorde samme ekspertgruppe desuden "Assessment List for Trustworthy Artificial Intelligence (ALTAI)"¹⁰. 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) har desuden fastsat principper om AI for at fremme teknologien. Principperne omfatter inklusion, mennesket i centrum, rimelighed, transparens, forklarlighed, robusthed, sikkerhed og påregnelighed¹¹. Disse internationale bidrag bliver ikke nærmere gennemgået her.

Dataetisk Råd udsendte desuden i 2021 en vejledning med ti dataetiske principper og en femtrins-guide til det praktiske arbejde med dataetik¹². 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 virksomheder¹³.

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

⁷ Der er en vis grad af dataetik indbygget i den eksisterende lovgivning, f.eks. i reglerne om god skik.

⁸ 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).

⁹ https://www.europarl.europa.eu/meetdocs/2014_2019/plmrep/COMMITTEES/JURI/DV/2019/11-06/Ethics-guidelines-AI_DA.pdf

¹⁰ <https://digital-strategy.ec.europa.eu/en/library/assessment-list-trustworthy-artificial-intelligence-altai-self-assessment>.

¹¹ <https://oecd.ai/en/ai-principles>

¹² "Dataetik Sådan gør du", oktober 2021 (<https://nationalcenterforetik.dk/etiske-temaer/dataetik/2022/dataetik-saadan-goer-du>).

¹³ <https://sikkerdigital.dk/virksomhed/lederens-indgang/bestyrelsen>.

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.

Dataetik forveksles ofte med databeskyttelsen efter GDPR. Dataetik går dog videre end data- og privatlivsbeskyttelse i snæver forstand. Den handler også om, hvordan databrugen, udvikling og brug af kunstig intelligens m.v. påvirker vores samfund. Det uddybes nærmere i afsnit 6.

” ... du kan sagtens være GDPR compliant og have en creepy databrug.”

Kilde: "Hvorfor dataetik bliver license to operate i forsikrings- og pensionsbranchen" af Jacob Nisgaard Larsen, Forsikring & Pension (Nordisk Försäkringstidskrift 1, 2020)

5. Afgrænsning

Formålet med dette papir er at give inspiration til og eksempler på de overvejelser, som virksomheder i den finansielle sektor generelt kan gøre sig i arbejdet med dataetik i forbindelse med brug af AI-modeller til at levere eller administrere finansielle produkter eller tjenester. Eksemplerne i papiret centrerer sig derfor om de typer af kundedata og produkter, som virksomheder i den finansielle sektor bruger AI på.

Der findes mange kategorier af AI-modeller. Finanstilsynet har i dette papir 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 dette papir 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 rent vejledende principper og formidling af, hvad der kan blive god praksis 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 dette papir 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 papiret gennem dialog med en række virksomheder i den finansielle sektor om deres arbejde med og tanker om dataetik.

6. Hvad er dataetik?

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.”

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 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 virksomhedskultur¹⁴. 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 integritet¹⁵. 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 produkter¹⁶. 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. Finanstilsynet har ikke beskrevet de 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. 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.

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 dette papir. 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

¹⁴ Bekendtgørelse nr. 691 af 25. maj 2020. Reglerne gælder alene for pengeinstitutter, e-pengeinstitutter og betalingsinstitutter.

¹⁵ Bekendtgørelse nr. 691 af 25. maj 2020 om politik for sund virksomhedskultur i pengeinstitutter m.fl.

¹⁶ Forordning 2017/2358 (EU) om krav til produkttilsyn og styring for forsikringsselskaber og forsikringsdistributører.

tjenester. Nogle forsikringssselskaber 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 kapitalkrav¹⁷.

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.)¹⁸.

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 dem¹⁹. 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 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 finansiel tjenesteydelse²⁰.

Forsikrings- og pensionssselskaber kan f.eks. have oplysninger om kundernes alder, boligforhold, børn, helbred, jobsituation og årlige indkomst. Pengeinstitutter kan have oplysninger

¹⁷ 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>).

¹⁸ 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).

¹⁹ Brytningstid, et studie av kunstig intelligens i norske banker og forsikringssselskap, Finans Forbundet og PA Consulting, 2022, side 70 (<https://www.finansforbundet.no/content/uploads/2022/08/KI-i-norske-banker-og-forsikringssselskap-ende-lig-version.pdf>).

²⁰ Databrug og dataetik – Dilemmaer og mulige positioner for forsikrings- og pensionsbranchen, Forsikring & Pension, 2019, side 46 (https://www.fogp.dk/media/3902/databrug-og-dataetik-dilemmaer-og-mulige-positioner-for-forsikrings-og-pensionsbranchen_forsikring-pension.pdf).

om kundernes lån, boligforhold og arbejdsgiver og transaktionsdata om indtægter og udgifter, der kan fortælle meget om kundernes vaner, præferencer og finansielle situation²¹. 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 F). Så længe virksomheden lovligt besidder og behandler oplysningerne, er der ikke noget entydigt svar på, hvad der er rigtig eller forkert med hensyn til dataetik. Virksomhederne må foretage deres egne dataetiske vurderinger.

Eksempel A

Et forsikringsselskab har med en kundes samtykke indsamlet oplysninger om kundens fysiske placering. Forsikringsselskabet kan se, at kunden, der bor i Danmark, netop er ankommet til en by i Østrig, hvor der bl.a. ligger et stort skisportssted.

Da kunden kan være på vej på skiferie, overvejer forsikringsselskabet at minde kunden om, at denne ikke har tegnet en ulykkesforsikring eller en rejseforsikring med ekstra skidækning.

Forsikringsselskaber 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 forsikringsselskab 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 forsikringsselskabet 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.

²¹ 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 B

Et pensionselskab overvejer at bruge en algoritme til at screene kunderne og identificere dem, der muligvis har behov for yderligere hjælp. Pensionselskabet kan f.eks. bruge oplysninger om, at en kunde har kontaktet pensionselskabet om en sygdommelding. Pensionselskabet 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.

Sygdomsforløb er 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.

Ikke desto mindre kan det 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

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 dataset, 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 linje²².

²² Automatiske afgørelser er omfattet af GDPR, jf. f.eks. artiklerne 22 og 13-15.

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

En finansiel virksomhed overvejer systematisk at indsamle data om sine kunders etnicitet for at kunne dokumentere, at virksomheden ikke diskriminerer på baggrund af race eller lignende. Virksomheden vil bruge AI til at kategorisere kunderne.

Intuitivt lyder det ikke etisk, at virksomheder indsamler data om kundernes etnicitet. Personoplysninger som race og etnicitet er også underlagt en særlig beskyttelse efter GDPR, idet det som udgangspunkt er forbudt at behandle disse følsomme personoplysninger. Behandling kan kun finde sted under visse betingelser, f.eks. hvis virksomheden indhenter udtrykkeligt samtykke fra den pågældende person.

Selv hvis indsamlingen foregår i den bedste mening, må virksomheden overveje, om det er etisk at indhente et samtykke til indsamling og behandling af disse oplysninger. Kan målet hellige midlet, hvis argumenterne er gode? Man kan forestille sig et finansielt produkt, der har været kritiseret for at være vanskeligere eller dyrere at erhverve for kunder med en bestemt etnicitet. Hvis en virksomhed ønsker at sikre og ikke mindst dokumentere, at den netop ikke diskriminerer, har den brug for data.

Forudsat at behandlingen kan foregå på en lovlig måde, må det herefter være op til den enkelte virksomhed at vurdere, om sådanne betragtninger kan gøre det etisk acceptabelt at indsamle og behandle data, eller om det etisk korrekte valg netop er at undlade at indsamle de pågældende data.

Eksempel E

En finansiel virksomhed vil bruge AI til svindelbekæmpelse. Virksomhedens teori er, at bestemte etniske grupper svindler oftere end andre. Den sorterer kundehenvendelser for at identificere kunder, der bor i områder, som optræder på Indenrigs- og Boligministeriets liste over parallelsamfund. Kun disse henvendelser underkastes nøjere granskning.

Når kunder svindler for at opnå bedre ydelser, end de er berettiget til, går det ud over virksomheden og virksomhedens andre kunder. Hvis en virksomheds data indikerer, at svindel er særligt udbredt indenfor en bestemt kundegruppe, er ønsket om at komme denne svindel til livs helt legitimt. Svindelbekæmpelse er generelt et anerkendelsesværdigt formål. Spørgsmålet er, hvor langt virksomheden kan og vil gå for at forfølge dette formål.

Når f.eks. forsikringselskaber bruger mikrotarifering til at prisdifferentiere mellem deres kunder, er det ikke ulovligt. De behandler kunderne forskelligt afhængigt af deres forventede risiko for at opleve en forsikringsbegivenhed. Jo højere risikoen er, desto højere præmie betaler kunden. Men hvis en virksomhed som i eksemplet sorterer i henvendelser på baggrund af, om kunderne bor i områder, som optræder på listen over parallelsamfund, må den naturligvis først sikre sig, at der ikke er tale om ulovlig diskrimination. Der findes lovgivning om forbud mod diskrimination på baggrund af etnicitet, men disse regler ligger udenfor Finanstilsynets ressortområde. Finanstilsynet tager derfor ikke stilling til dette spørgsmål. Eksemplet er medtaget for at illustrere, at selv hvis sådan en sortering måtte være lovlig, bør det give anledning til etiske overvejelser hos virksomheden.

Eksempel F

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.

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 emnet²³.

²³ 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).

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 skik-regler påbyder virksomheder i den finansielle sektor at handle redeligt og loyalt overfor kunderne. Kreditinstitutter og værdipapirhandlere må ikke yde investeringsrådgivning uden at have gennemført en egnethedstest og 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.

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 dem²⁴.

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.

²⁴ 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>).

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 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 medarbejderne 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 ledelsesniveau²⁵. 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. Ansvar for arbejdet med dataetik i virksomhederne

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

²⁵ Etiske retningslinjer for pålidelig kunstig intelligens, Den uafhængige ekspertgruppe på højt niveau om kunstig intelligens, etableret i juni 2018 af Europa-Kommissionen, april 2019 (https://www.europarl.europa.eu/meetdocs/2014_2019/plmrep/COMMITTEES/JURI/DV/2019/11-06/Ethics-guidelines-AI_DA.pdf).

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.

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.

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.

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.

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 produkt. Nogle oplysninger er blot bekvemme at have og bruge, hvorimod andre oplysninger er nødvendige for f.eks. at kunne tilbyde en ydelse eller overholde lovgivningen.

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. Finanstilsynet opfordrer til, at virksomhederne generelt er bevidste om og kritiske overfor deres datakilder. Hvor stammer data fra, og 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 i øvrigt delt med tredjeparter, og kræver det 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 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 er vigtigt, at virksomhederne generelt forstår og kan forklare, hvordan systemerne træffer beslutninger.

Det er vigtigt, at virksomhederne forholder sig til, om en AI-model er rimelig. 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 variabler 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 forsikringselskab 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 allerede interagerer med kunderne, og i givet fald hvor ofte. Men kunderne forventer i dag at modtage produkter, som er skræddersyet til deres behov og præferencer. En forventning, der også er understøttet af EU-regler²⁶. 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 komite for kundeoplevelser, der skal diskutere og behandle dilemmaer, som kunderne har meldt tilbage til virksomheden.

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,

²⁶ Forordning 2017/2358 (EU) om krav til produkttilsyn og styring for forsikringselskaber og forsikringsdistributører.

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 samarbejdspartner.

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

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 anbefalingerne under afsnit 8.1-8.6 i dette papir. 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,
 - a. hvordan og hvorfra de indsamler data
 - 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 gør 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 anbefaler Finanstilsynet, at virksomheder i den finansielle sektor, som arbejder med dataetik, tager stilling til ovennævnte anbefalinger og forholder sig til, hvilke værktøjer der fungerer bedst i den enkelte virksomhed.