

Ansøgning til Industriens Fond om midler til projekt om ansvarlig dataanvendelse som konkurrenceparameter for danske virksomheder

| Basisoplysninger | |
|--------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------|
| Projekttitel (max 45 tegn) | Ansvarlig dataanvendelse som et værktøj og et konkurrenceparameter for virksomheder |
| Primær organisation og kontaktperson | Rådet for Digital Sikkerhed Kontaktperson: Anna Damholt |
| Adresse | Vester Farimagsgade 37B, 1. th. |
| Postnummer og by | 1606 København V |
| Hovedtelefonnummer | 20414685 |
| Mail-adresse | anna.damholt@digitalsikkerhed.dk |
| CVR-nummer | |

Formål med projektet

Virksomhederne digitaliseres i stigende grad. De genererer, håndterer og opbevarer store mængder data, og dermed bliver behovet for databeskyttelse større. Data udgør et stort vækstpotentiale ift. virksomhedernes nytænkning af forretningen og nye produkter og services. En forudsætning for at udnytte dette potentiale er, at behandlingen af data foregår dataansvarligt og indenfor lovgivningens rammer.

Danske virksomheder har siden maj 2018 været forpligtet til at efterleve EU's persondataforordning (GDPR) og databeskyttelsesloven, der har til formål at beskytte borgernes personoplysninger i den digitale verden. Efterleves disse forpligtelser ikke, kan det have alvorlige konsekvenser i tilfælde af databrud, hvor de registrerede udsættes for risici og mister tillid til både virksomheden og digitaliseringen. Virksomhederne risikerer at miste kunder, få væsentlige bøder, store genetableringsomkostninger og dårlig omtale, når lovgivningen ikke overholdes, og data behandles uansvarligt. Dataansvarlighed forretning bidrager til styrke virksomhedens image, det kan bruges aktivt i markedsføring, og dermed kan det bidrage til virksomhedens forbedrede konkurrenceevne.

Derfor ønsker Rådet for Digital Sikkerhed, ITB, DI og D-mærket at ansøge om midler til at gennemføre et projekt, hvis formål er at fremme danske virksomheders konkurrenceevne via ansvarlig og sikker dataanvendelse.

Dette gøres gennem udarbejdelse af et projekt indeholdende tre delelementer:

1. Gennemførelse af en analyse af virksomhedernes udfordringer og muligheder med dataansvarlighed.
2. Tilpasning af eksisterende relevante vejledninger og værktøjer med afsæt i analysens anbefalinger, ligesom der i relevant omfang kan nyudvikles vejledningsmateriale samt værktøjer.

3. Afvikling af en dataetisk roadshow, der skal udbrede kendskabet til eksisterende vejledninger og værktøjer.

Analysen skal skabe dybdegående indsigt i virksomhedernes barrierer, hvordan dataetik kan anvendes som konkurrenceparameter, samt hvordan virksomheder på en positiv, lovlig og ansvarlig måde kan anvende data i deres forretningsudvikling. Projektet skal således i sidste ende bidrage til at løfte virksomhedernes konkurrenceevne gennem ansvarlig dataanvendelse.

Baggrund:

Hvor GDPR fastsætter regler for, hvordan vi må behandle personoplysninger, så handler dataetik om ansvarlig anvendelse af data¹, om god opførsel og ansvarlighed, hvor der tages hensyn til menneskets grundlæggende ret til privatliv. Fællesnævneren for GDPR og dataetik er i høj grad tillid. Hvis ikke kunderne har tillid til, at virksomheder vil forvalte deres data korrekt og ansvarligt, vil tilliden til virksomhederne, deres produkter og tjenester falde, og de vil afholde sig fra at benytte dem.

Danske virksomheder har taget reglerne til sig, men mange finder det ressourcekrævende og uoverskueligt at efterleve disse regler. I takt med der implementeres flere foranstaltninger til at beskytte virksomhedernes data om de registrerede, identificeres der flere databrud. Af Datatilsynets årsrapport fremgår det, at der i 2019 blev anmeldt 7.242 sager om brud på persondatasikkerheden. Det er en stigning på 167 procent fra året før, hvor Datatilsynet kun modtog 2.722 sager om brud på persondatasikkerhed².

Erhvervsstyrelsen har gennemført en undersøgelse³, der viser at knap halvdelen af virksomhederne indsamler fortrolige eller følsomme personoplysninger, som bl.a. bruges til administration, profilering, segmentering og i begrænset omfang til træning af algoritmer eller videresalg. Virksomhederne anser transparens over for kunder, individuel datakontrol og anonymitet som vigtige emner, og de fleste ser forretningsmuligheder, særligt i forhold til at arbejde med dataetik i deres kunderelation, men ønsker mere praktisk information på området. To ud af tre virksomheder fremhæver kunders tillid til virksomhedens datahåndtering som et vigtigt parameter. Halvdelen af virksomhederne vurderer, at deres kunder har interesse for, hvordan virksomheden arbejder med dataetik.

Der har været en dialog med Dansk Design Centers projekt om udvikling af et digitalt etikkompas med henblik på at få input til analysen og efterfølgende, at analysens resultater kan bidrage til videreudvikling af det digitale etikkompas. Hvor etikkompasset er et værktøj og læringsforløb på niveau med projektets samarbejdspartners, vil dette projekt gennemføre en solid analyse af, hvordan udfordringer og muligheder er med dataansvarlighed i forhold til virksomhedernes konkurrenceevne og gennemføre en solid kommunikationsindsats for udbredelse af kendskab til værktøjer. Kompasset kan evt. indgå i denne kommunikationsindsats.

¹ <https://virksomhedsguiden.dk/content/temaer/dataetik/tydelser/hvad-er-dataetik/d2c12f81-4c66-4c62-b63e-3b039c678eae/>

² <https://www.berlingske.dk/arbejdsliv/markant-stigning-i-anmeldelser-af-sikkerhedsbrud-med-data-der-er-risiko>

³ Erhvervsstyrelsens kvantitative undersøgelse af virksomhedernes viden om og arbejde med dataetik. Den beror på en spørgeskemaundersøgelse og indeholder besvarelser fra 1.194 virksomheder fra et bredt udsnit af brancher, hvor data indsamles, bruges og bearbejdes (2020).

Eksisterende tiltag

Der findes allerede en del vejledningsmateriale om GDPR og dataetik. Konkret kan nævnes vejledninger hos Datatilsynet, Dataetisk Råd⁴, Erhvervsstyrelsens vejledninger på Sikkerdigital.dk, Sikkerhedstjekket, og Privacy Kompasset. Dataetik bliver fra 2022 en integreret del af årsrapporten for store virksomheder, hvor der også er udarbejdet en vejledning⁵. Derudover er der lavet en række dataetiske retningslinjer⁶. Dataetik er ligeledes repræsenteret i flere af D-mærkets kriterier (fx privacy & security by design & default) og er også et selvstændigt kriterie i D-mærket, hvor kriteriet handler om at initiere en dataetisk refleksionsproces hos virksomhederne. Endelig har Rådet for Digital Sikkerhed udarbejdet vejledninger som dataetisk værktøj⁷, brug af privatlivsfremmende teknologier⁸, vejledning om konsekvensanalyser⁹, mv. Det er nogle af disse vejledninger, der lægges op til at justere med afsæt i analysens resultat.

Målgruppe

Stort set alle danske virksomheder er digitale og arbejder i varierende grad med data, derfor er det projektets formål at bidrage til at hjælpe alle danske virksomheder. Ansvarlig dataanvendelse er dog særligt relevant for SMV'er, der typisk ikke selv har ressourcer og intern viden til at prioritere eller profilere herpå. Forskellige brancher kan opleve forskellige udfordringer og barrierer. Forbrugere er en indirekte målgruppe, idet de i stigende grad efterspørger produkter, tjenester og services fra virksomheder, der prioriterer dataetik. Det er derfor væsentligt at indtænke ift. udformning, markedsføring mv. af dataetik som konkurrenceparameter.

Indhold og hovedaktiviteter

En bevilling fra Industriens Fond på 980.000. kr. vil gøre det muligt at gennemføre en analyse omhandlende virksomhedernes implementering af GDPR og arbejdet med dataetik samt tilpasse og markedsføre eksisterende vejledninger og værktøjer. 80.000 kr. af disse midler vil blive brugt på intern projektkoordinering. Nedenfor er listet de hovedaktiviteter, der skal igangsættes:

1. Gennemførelse af analyse (500.000 kr.):

Erhvervsstyrelsens analyse viser, at dataetik og GDPR bruges i sammenhæng, hvorfor der lægges op til, at gennemføre en indsats omhandlende ansvarlig dataanvendelse, hvor både GDPR og dataetik berøres.

Analysen skal tage afsæt i eksisterende analyser på området, herunder Erhvervsstyrelsens kvantitative undersøgelse, samt Datatilsynets statistik over fordeling af anmeldelser¹⁰ samt evt. politiets statistik over kriminelle sikkerhedshændelser. Analysen skal:

⁴ <https://dataetiskraad.dk/samkoering-af-data-i-det-offentlige-ved-brug-af-nye-teknologier>

⁵ <https://erhvervsstyrelsen.dk/vejledning-vejledning-om-lovpligtig-redegoerelse-dataetik>

⁶ <https://virksomhedsguiden.dk/content/temaer/dataetik/ydelser/dataetiske-retningslinjer-%E2%80%93-saadan-kommer-i-i-gang/e310389d-7316-47e8-941e-84cc586ab8eb/>

⁷ <https://www.digitalsikkerhed.dk/dataetisk-vaerktoej/>

⁸ <https://www.digitalsikkerhed.dk/vejledning-om-privatlivsfremmende-teknologier/>

⁹ <https://www.digitalsikkerhed.dk/wp-content/uploads/2021/06/Konsekvensanalyse-Vejledning-2.pdf>

¹⁰ <https://www.datatilsynet.dk/sikkerhedsbrud/statistik-over-anmeldte-sikkerhedsbrud>

- Bestå af en kvantitativ analyse af, hvordan det står til med virksomhedernes implementering af GDPR – herunder hvor virksomhederne finder det særligt vanskeligt at overholde lovgivningen. Rådet for Digital Sikkerhed har lavet udkast til spørgeskema.
- Bestå af en kvalitativ analyse, der bygger på den kvantitative analyse beskrevet ovenfor og Erhvervsstyrelsens analyse.

Den samlede rapport skal svare på:

- Hvor virksomhederne finder det særligt ressourcekrævende at overholde lovgivningen
- Hvor GDPR og dataetik har skabt barrierer for virksomhedernes brug af data
- Hvordan de bedst anvender dataetik og ansvarlig dataanvendelse som et konkurrenceparameter overfor deres kunder, og hvordan virksomhederne på en positiv, lovlig og ansvarlig måde kan anvende data i deres forretningsudvikling
- Hvilke konkurrencemæssige fordele ansvarlig og lovlig behandling kan give virksomhederne fx gennem design.
- Foreslå optimering af eksisterende værktøjer og vejledninger samt. udvikling af nye.

2. Opdatering af eksisterende vejledninger og værktøjer samt udarbejdelse af nye redskaber (200.000 kr.)

- Med afsæt i de indsigter, der indsamles i analysen fra punkt A opdateres samarbejdspartneres eksisterende vejledninger og værktøjer.
- I tilfælde hvor analysen peger på, at virksomhederne har udfordringer, der ikke kan håndteres ved justering af eksisterende værktøjer, udvikles nye vejledningsmateriale/værktøjer, der kan hjælpe virksomhederne på vej med positiv, lovlig og ansvarlig dataanvendelse i deres forretningsudvikling, der også kan give dem en konkurrencemæssige fordel.

3. Gennemførelse af dataetisk roadshow skal hjælpe virksomhederne med at bruge dataetik som konkurrenceparameter (200.000 kr.)

- Der gennemføres en kommunikationsindsats analysens resultater ift., hvilke udfordringer der er med at arbejde dataansvarligt, men også hvordan værktøjer og vejledninger kan hjælpe virksomhederne godt på vej, med at arbejde dataansvarligt og bruge det aktivt som et konkurrenceparameter.
- Dette vil ske gennem et dataetisk roadshow¹¹ med deltagelse fra projekts samarbejdspartnere. Roadshowet forventes at have ca. 8 stop fordelt over hele landet og ventes gennemført i stil med tidligere gennemført roadshow om cybersikkerhed¹².

Forventet effekt

Projektet skal løfte den ansvarlige dataanvendelse blandt danske virksomheder og bidrage til deres konkurrenceevne gennem virksomhedernes kendskab til og brug af de optimerede eksisterende værktøjer.

¹¹ Skulle et roadshow med fysisk fremmøde blive forhindret, kan det lignende udføres via webinarer, indsatser på sociale medier.

¹² https://www.danskindustri.dk/globalassets/billedarkiv/univers-brancher-og-foreninger/brancher-og-foreninger/di-branchefallesskaber/di-digital/cybersikkerhed_regionale-moder_a4_program_03.pdf

Øget fokus på ansvarlig dataanvendelse, vil bidrage til en øget tillid blandt forbrugere, som vil efterspørge produkter og tjenester fra virksomheder, der prioriterer dataansvarlighed. Kendskabet til eksisterende værktøjer øges og dermed konkurrenceevnen via anvendelse af disse. Det kan ligeledes have en positiv effekt for danske virksomheder udenfor landets grænser. Effekten vil række ud over projektperioden ved, at virksomhederne tager de dataetiske redskaber til sig og anvender dem efterfølgende i deres forretning.

Partnere bag projektet

Parterne bag projektet har tilkendegivet, at de efter en evt. bevilling vil lægge betydelige ressourcer og bidrage aktivt til projektet. Derudover vil der løbende blive rakt ud til relevante samarbejdspartnere som fx. Dataetisk Råd, inddragelse af væksthuse, regionshuse, m.fl.

Rådet for Digital Sikkerhed

- Er projektejer og koordinerer projektet og input fra samarbejdspartnere
- Varetager den daglige kontakt til konsulenterne der skal gennemføre analyse og formidling
- Bidrager til at udbrede kendskab til roadshowet og deltager på roadshow med oplæg

Erhvervsstyrelsen

- Bidrager med sparring til analysen og med en kvantitative analyse indenfor dataetik
- Forestår optimering af egne værktøjer og afholder omkostninger hertil
- Deltager på roadshow med præsentation af værktøjer som styrelsen er ansvarlig for

Dansk Industri

- DI er del af styregruppen for projektet i DDC om et digitale etikkompas og står for koordination mellem de to projekter.
- DI bidrager med viden og virksomhedskontakt gennem analysen
- DI bidrager med erfaring fra tidligere gennemført cyberroadshow¹³ samt koordinerer projektets roadshow ift lokationer samt udbredelse af kendskab til roadshowet

D-mærket

- Bidragsyder ift. optimering og videreudvikling af D-mærkets krav om dataetik
- Bidrager til at udbrede kendskab til roadshowet og deltager på roadshow med D-mærket.

ITB

- Bidrager med viden og virksomhedskontakt gennem analysen
- Bidrager til koordinering og afvikling af dataetisk roadshow

Budget

Se vedhæftede budgetfil, der er udfærdiget med afsæt i Industriens Fonds skabelon.

¹³https://www.danskindustri.dk/globalassets/billedarkiv/univers-brancher-og-foreninger/brancher-og-foreninger/di-branchefallesskaber/di-digital/cybersikkerhed_regionale-moder_a4_program_03.pdf