



TechDK  
Kommissionen  
Analyse:  
Værdien af data

## Data er guld!

### Værdien af data bør også komme borgerne og samfundet til gode

Hvor meget er viden om din gigtsygd, din præference for bomuldshunde eller detaljer om dine romantiske sidespring værd for tech-industriens mange medlemmer i kroner og ører? Det er der faktisk ikke rigtig nogen, som kan svare præcist på. Data er nemlig et dynamisk råstof, som kan genbruges flere steder samtidig, hvilket konstant skaber en ny værdi i enhver ny sammenhæng<sup>1</sup>. Data-økonomien er med andre ord en yderst kompliceret affære låst inde i en såkaldt sort boks for forbrugere, lovgivere, organisationer og virksomheder. Hvad der står på bundlinjen, når dataregnskabet skal gøres op, er umuligt at sige. Det ved kun virksomhederne. Men én ting ligger fast: de virksomheder, som har den bedste adgang til råstoffet i minerne, er også dem, der lever fedest. Hvor efterlader det borgerne i det fælles finansierede offentlige Danmark?

## Ånden ud af flasken

På samme måde som Aladdin lukkede ånden ud af flasken, forsøgte de to amerikanske senatorer, Mark Warner fra Virginia og Josh Hawley fra Missouri i 2018 at lukke dataøkonomien ud af den sorte boks. De ville vide, hvad data er værd og lavede et lovforslag, der – hvis vedtaget - ville kræve, at virksomheder, som indsamler og bruger data, skulle fortælle forbrugere og regulatorer: 1) hvilke data de indsamler, 2) hvordan de tjener penge på det, og 3) hvor meget de data er værd i kroner og ører. Værdien skulle gøres op både samlet set - og opdelt i forhold til den enkelte person, mente Warner og Hawley. Den underliggende idé om transparens er appellerende og forståelig, men det viste sig ikke at være så simpelt at gøre op. Og som en kritiker skrev i The New York Times, var han bekymret over lovforslagets insisteren på, at transparens om data kun opnås ved at afsløre den pengemæssige værdi af data: *”Numeriske vurderinger af økonomisk værdi alene afspejler ikke magten i data til at forudsige vores handlinger eller styre vores beslutninger”*<sup>2</sup>. Data handler om kroner og ører - men ultimativt også om magt og forbrugernes opmærksomhed. Og både penge, magt og opmærksomhed tilfalder Big Tech, som har opfundet den nuværende forretningsmodel, der betyder, at individet som både borger og forbruger i dag ”bruger data som betalingsmiddel med bind for øjnene”, som dataetisk rådgiver, Pernille Tranberg, formulerer det<sup>3</sup>.

## En milliardindustri

Der er mange penge i at have adgang til mange individers datamæssige råstof, bekræftede Apple i en rapport fra april 2020<sup>4</sup>. I løbet af det sidste årti har en stor og uigennemsigtig industri opsamlet stigende mængder personlige data. Et komplekst økosystem af websteder, apps, sociale medier, datamæglere og reklameteknologiske virksomheder sporer brugerne både online og offline og høster deres personlige data. Teknologiens udvikling og digitalisering har i de seneste år betydet, at data er blevet ’råmateriale’ for virksomheder og myndigheder, imens det for borgerne er blevet ’adgangsbilletten’ til ydelser og underholdning. Over-

<sup>1</sup>k-news.dk/nyheder/stop-med-at-se-private-data-som-privat

<sup>2</sup>nytimes.com/2019/06/28/technology/data-price-big-tech.html

<sup>3</sup>techst.dk/tiktok-goer-praecis-det-amerikanske-tjenester-goer/

<sup>4</sup>apple.com/privacy/docs/A\_Day\_in\_the\_Life\_of\_Your\_Data.pdf

alt hvor vi færdes på internettet såvel som i det fysiske liv, lægger vi dataspor, som bliver brugt af myndigheder og virksomheder omkring os. Selv i pandemiens nedlukkede gader foregår dataudvekslingen, når vi som samfundsansvarlige borgere med smittelstop-appen skal færdes trygt og smittefrit. Vi indvilger måske i dataudvekslingen, fordi vi gennem udleveringen af disse persondata får adgang til apps, indblik i vores sundhed og den nærmeste kaffebar, eller fordi vi ikke kan fravælge eller gennemskue dataudvekslingen. Spørgsmålet er imidlertid, hvad prisen er på de data, som giver os sociale medier og komfort - men som samtidig giver myndigheder og virksomheder dataoverskud, annonceindtjening og pandemikontrol.

## Ægteskabet mellem data og reklameteknologi

Når virksomheder tjener penge på data, er det ikke nødvendigvis fordi, data om os bliver solgt. Det er virksomheden Google et eksempel på. Google tracker os på 86 procent af verdens 50.000 mest besøgte websites skrev Forbes i 2020<sup>5</sup>. Men de sælger ikke de opsamlede data. De tilbyder derimod annoncører adgang til vores opmærksomhed gennem annoncer på de tidspunkter, hvor vi er mest modtagelige overfor dem. Vores data bliver segmenteret, delt, aggregeret og brugt i realtidsauktioner – et system der iflg. Apple årligt omsætter for 227 milliarder dollar eller knapt 1.500 milliarder kroner<sup>6</sup>. Til sammenligning er Danmarks bnp på 2.300 milliarder kroner (2020). Der er altså store penge at hente, når man har fri adgang til individers private data. En undersøgelse fra marts 2020<sup>7</sup> viser, at Instagram (ejet af Facebook) deler 79% af brugernes personlige data med tredjeparter - for 62% vedkommende til anvendelse i forbindelse med markedsføring. Instagrams deling af data med tredjeparter vidner om, at data har monetær værdi for Instagram og annoncører. En værdi som ikke er tydelig for forbrugeren, der betaler med bind for øjnene for et konstant opdateret nyhedsfeed.

Det norske Forbrukerrådet dokumenterede i en rapport<sup>8</sup> fra 2020, hvordan et stort antal enheder og aktører, der er usynlige for forbrugerne, modtager personlige data om vores interesser, vaner og adfærd, hver gang vi bruger vores smartphones. Disse aktører sporer os over tid og på tværs af enheder for at skabe omfattende og individuelle profiler om os. De ti analyserede apps overførte brugerdata til mindst 135 forskellige tredjeparter, der var involveret i reklameteknologi og/eller adfærdsprofilering. Et eksempel var dating app'en OkCupid, som delte personlige data om brugernes seksualitet, brug af stoffer, politiske overbevisninger og meget mere med analytics-virksomheden Braze. Braze er bare én ud af en meget lang række af ad-tech (reklameteknologi)aktører, som opererer bag de apps og websites, vi besøger hver dag. Det er dem, der muliggør, at personer med tidligere gambling-problemer bliver forfulgt af reklamer for netop gambling – som beskrevet af professor ved CBS og medlem af Djøfs TechDK Kommission Mikkell Flyverbom<sup>9</sup>. Spillevirksomheden Skybet havde adgang til en guldgrube af data, der udpegede en særlig værdifuld kunde, der ville brænde endnu flere penge af, hvis han kunne lokkes til at spille igen: ”Ved at kombinere udskrifter fra hans kreditkort med data om hans spillemønstre og risikovillighed kunne firmaet målrette deres kampagne for at få ham tilbage i spillemaniens jerngreb”<sup>10</sup>.

<sup>5</sup>forbes.com/sites/johnkoetsier/2020/03/11/google-is-tracking-you-on-86-of-the-top-50000-websites-on-the-planet/

<sup>6</sup>politiken.dk/viden/Tech/art8163519/Om-få-uger-vil-Apple-stoppe-hemmelig-overvågning-på-iPhone

<sup>7</sup>cybernews.com/privacy/instagram-is-sharing-79-of-your-personal-data-with-third-parties/

<sup>8</sup>fil.forbrukerradet.no/wp-content/uploads/2020/01/2020-01-14-out-of-control-final-version.pdf

<sup>9</sup>politiken.dk/udland/art8157367/Hemmelige-algoritmer-jagtede-den-gældstyngede-Gregg

<sup>10</sup>politiken.dk/udland/art8157367/Hemmelige-algoritmer-jagtede-den-gældstyngede-Gregg

## Staten og det kollektivt gode

Men det er ikke kun reklameindustrien, som kan bruge data. En række forsikringsselskaber tilbyder i dag kunderne at få monteret en boks i bilen, som registrerer kørslen. Flere end halvdelen af de unge kunder vælger, ifølge branchens egne tal fra 2018, at dele køredata med deres selskab. Og det gør de for til gengæld at få en bedre og måske også billigere bilforsikring. Et andet eksempel er intelligente husalarmer, som med sensorer registrerer indbrud, røgudvikling, brand og vandskader. Ved fx at installere en husalarm vil forbrugeren kunne få en bedre og måske også billigere forsikring. I disse former for byttemarked kommer der en fastpris på adgangen til data – eller hvad? Spørgsmålet er, om algoritmerne, der behandler data, er synlige i deres behandling og parametre?

Og er denne synlighed nødvendig, når det drejer sig om industrielle data eller datamønstre, der skal tjene kollektivets bedste? Som hvis det offentlige kunne købe data fra private aktører til samfundsforbedrende eller beredskabsformål – det kunne være hvis Københavns Kommune eksempelvis kunne købe data fra tech-giganten Googles lokationstjenester for i realtid at kunne rapportere om hot spots ifm. corona eller for retrospektivt at kunne vurdere, om man har været ved hot spots og på den baggrund kan afskæres for adgang til fx caféer pga. smitterisiko? Burde kommunen overhovedet lave den slags beregninger - og hvilke krav skulle vi i så fald stille tilbage? Skulle der renter på? Eller en form for skat, moms eller afgift for den enkelte?

For tre år siden trådte GDPR i kraft, og den ville i et vist omfang beskytte individers data mod ugenomsigtige transaktioner blandt datamæglere – men det sker ikke i tilstrækkelig grad her flere år efter GDPR, mener Johnny Ryan, senior fellow hos ngo'en the Irish Council for Civil Liberties. I en rapport fra 2020<sup>11</sup> dokumenterer han den manglende kontrol med meget intime personoplysninger, som frigives i det online auktionssystem (RTB Real Time Bidding system), der fungerer bag kulisserne på stort set alle websteder og apps, vi bruger hver eneste dag. Et eksempel er datamæglerfirmaet, der bruger data til at profilere mennesker, og som påvirkede det polske parlamentsvalg i 2019 ved at målrette budskaber til LGBTQ+-personer. Et andet eksempel er en datamægler, der ulovligt har profileret Black Lives Matters-demonstranter i USA, som også har fået lov til at indsamle data om europæere. Et tredje eksempel er Googles dataauktionssystem, som giver mulighed for at målrette budskaber mod 1.200 mennesker i Irland, der er profileret i kategorien "stofmisbrug" baseret på en datamæglerprofil bygget med RTB-data. Andre sundhedstilstandsprofiler – fra den samme datamægler – som er tilgængelig via Google, omfattede "diabetes", "kronisk smerte" og "søvnforstyrrelser". Eksemplerne er flere, og forfatteren beskriver, at dette ikke er lovligt ifølge GDPR. Datamyndighederne har endnu ikke taget stilling til sagen. Spørgsmålet i denne sammenhæng er ikke så meget, hvad disse persondata kan bruges til, som hvad de er værd – henholdsvis for de aktører, der profiterer i økosystemet og de individer, som afgiver disse data helt uden at vide det. Undersøgelser, bl.a. fra Djøf, viser, at størstedelen af danskerne mangler viden om, hvilke af deres personlige data de offentlige myndigheder har, og hvordan private virksomheder bruger deres data<sup>12</sup>. De er helt afhængige af, at myndighederne beskytter dem og tager forvaltning af eksisterende lovgivning meget seriøst.

<sup>11</sup>[iccl.ie/digital-data/rtb-data-breach-2-years-on/](https://iccl.ie/digital-data/rtb-data-breach-2-years-on/)

<sup>12</sup>[djoef.dk/-/media/documents/djoef/p/paragraf\\_20\\_januar\\_2020\\_techdk\\_a4\\_web.ashx](https://djoef.dk/-/media/documents/djoef/p/paragraf_20_januar_2020_techdk_a4_web.ashx)

## Anbefalinger



### Første anbefaling: Gør det let at flytte eget digitalt indhold mellem platforme

*Borgerne skal nemt have adgang til at flytte alle deres digitale billeder, tekst og øvrige uploads fra én platform til en anden. Dette vil skabe øget diversitet i tech-markedet og give mere magt tilbage til forbrugeren.*

Når vi klikker i YouTube, deler fotos i Snapchat eller opslag på Facebook, genererer vi data, og det er en værdifuld ressource. Nogle mener, data udgør en afspejling af individet, og at det enkelte individ derfor ejer data om sig selv og har ret til fuld kontrol over dem. Andre fokuserer mere på, at data er et fælles kollektivt gode – en central, samfundsmæssig ressource – der primært skal komme samfundet til gode på samme måde som elektricitet. Vi mener, at det ikke er et enten-eller, og at Big Tech bør forpligtes på, at alle individer nemt kan flytte sine data fra én platform til en anden. Det kalder man 'data-portabilitet'. Hvis man nemt kan pakke sit digitale habengut (billeder, posts osv.) og flytte det direkte over på en ny platform vil det ikke alene skabe sund konkurrence i markedet. Det vil også medføre mere diversitet, da nye aktører lettere vil kunne komme ind på markedet, når alt digitalt materiale ikke er låst inde i én allerede privilegeret platform. I Djøfs TechDK Kommission har vi tidligere foreslået, at man lovgiver om interoperabilitet mellem digitale platforme, bl.a. som et led i at sikre, at den værdi en borgers data har, forbliver borgerens først og fremmest og ikke primært platformenes.

**Trade off:** *Det vil kræve et opgør med Big Tech, som pt. lever af at eje brugernes data og fastholde dem på deres tjeneste, bl.a. fordi det grundlæggende er svært at komme derfra igen.*



### Anden anbefaling: Indfør europæisk rejsehold på dansk jord med straks-sanktioner mod datamæglere

*Alle borgere skal vide sig sikre på, at staten sikrer dem mod ulovligt salg af deres personlige data, og som det mest digitale land i Europa skal Danmark gå foran med etableringen af et fælles europæisk rejsehold under politiet og Datatilsynet, der står for efterforskning og straks-sanktionering.*

Når du klikker "accepter" til en app og dermed afgiver data om dig selv, og de data så bliver solgt og brugt til noget helt andet end det, du troede, ja - så er det ulovligt. Men som det er dokumenteret i række sammenhænge, sker det ofte<sup>13</sup>. Et eksempel er da det norske public service-medie NRK i 2020 afslørede, hvordan nordmænds bevægelsesmønstre blev solgt gennem datamæglere. For 35.000 norske kroner fik NRK's journalister en database med 400.000 millioner kort-kordinater indsamlet via apps på norske telefoner og tablets i løbet af 2019. Journalisterne havde udgivet sig for at arbejde på et journalistisk pro-

<sup>13</sup>Data brokers under the spotlight: A commentary on the ICO vs. Experian case (iapp.org)

jekt om byudvikling. Datamægleren, Tamoco, hævdede ifølge NRK, at data var anonymiseret, så det ikke vil være muligt at identificere enkeltpersoner. Men ifølge DR var det legende let for NRK at følge en række udvalgte nordmænds færden gennem datasættet – og derved fastslå deres identitet<sup>14</sup>. Sager som denne skal der gøres noget ved nu, og initiativet skal komme fra Danmark – det mest digitale land i Europa. Vi anbefaler, at det danske politi og Datatilsynet tager initiativ til et europæisk rejsehold med hovedsæde i Danmark, som i fællesskab på tværs af lande kan kortlægge, efterforske og straks-sanktionere den ulovlige datahandel.

**Trade off:** *Det kan koste at være den, der huser festen. Men nu hvor Danmark i årevis har brandet sig på at være europamestre i digitalisering, skal der endnu et stempel på: europamester i datasikker digitalisering.*

## § Tredje anbefaling: Indfør standarder, så brugerne forstår, hvad deres ja til cookies indebærer

*Det er ofte meget vanskeligt at forstå, hvad man klikker ja til, når man accepterer cookies. Derfor skal brugerne altid møde en let forståelig tekst, som forklarer præcist hvilke data, der vil blive brugt til hvad.*

På trods af GDPR er det stadig helt uforståeligt for rigtig mange mennesker, hvad de siger ja til, når de klikker 'ja' til cookies. Den tyske privacy-forkæmper, Max Schrems, taler om "cookie-banner terror"<sup>15</sup>, og det ujævne design i samtykkemodulerne er "crazy click labyrinths", som brugerne hver dag bevæger sig rundt i. Sådan skal det ikke være. Det bør tværtimod stå klokkeklart for brugerne, hvilken databehandling (herunder datadeling og algoritmisk behandling) de samtykker til. Alle skal sikres en kort, forståelig, ensartet og deklareret tekst, når de åbner en app eller et website. På den måde bliver det let for brugeren én gang for alle at sætte sig ind i betydningen af forskellige cookievalg. Teksten skal tilbyde tydelige kategorier, der redegør for:

- > Hvilke konsekvenser og hensigter websitets algoritmiske kuratering har for brugerens fortsatte brug af tjenesten. Er algoritmen fx kurateret på en måde, så mine flyrejser bliver dyrere? Så jeg bliver tilbudt mere af det samme indhold, jeg søger på? Eller andet?
- > Om indhold, klik, swipes og min øvrige dataafgivelse på websitet vil følge mig på tværs af apps og websites.
- > Om websitet eller app'en har overblik over – og tager ansvar for – sit kædeansvar. Det vil sige, at websitet eller app'en sikrer, at brugerens data ikke bliver brugt af reklameaktører og andre bagud i det digitale økosystem, fordi app-ejeren ikke har overblik over, hvilke virksomheder, der har adgang til data i 3. og 4. led.

**Trade off:** *Mens borgerne og forbrugerne får den transparens, de har krav på, kommer virksomhederne på en større opgave med at få overblik over deres data-fødekæde.*

<sup>14</sup>dr.dk/nyheder/penge/norsk-medie-afslørede-datafirmaers-handel-med-nordmaends-personlige-data-nu-gaar-det

<sup>15</sup>bbc.com/news/technology-57306802



## Fjerde anbefaling: Drop den offentlige data-drain og indfør noget-for-noget forpligtelser

*Når det offentlige Danmark kaster data, tid, penge, viden og know-how efter private udviklere af digitale løsninger, skal det offentlige Danmark også have en fair andel i de endelige løsninger, når de er færdigudviklede.*

Det offentlige Danmark ligger inde med meget værdifulde data, som kan komme hele befolkningen til gode gennem løsninger udviklet af det offentlige til det offentlige – det vil sige borgerne. Men når private virksomheder får gratis adgang til data og anden offentligt akkumuleret viden for fx at bruge det i en ny digital løsning - og derefter sælger denne fra til udenlandske investorer, når den har fået vinger – kan det være svært at se, hvad det offentlige Danmark og dermed skattebetalerne helt præcist får igen. Vi foreslår derfor, at der indføres faste **noget-for-noget**-skabeloner mod brain- og data drain i det offentlige Danmark, når statens institutioner – også i mere uformelle sammenhænge – agerer dataformidler og mellemmænd til private, kommercielle aktører. Det betyder, at når den kommercielle aktør står med en færdig løsning, skal hele samfundet – også de offentlige institutioner og ultimativt borgerne, der har lagt data og viden til – få del i den værdi, som løsningen skaber på en række parametre. Det kunne fx være en form for medejerskab, del af overskud eller privilegeret adgang til løsningen.

Djøfs TechDK Kommission kom allerede i 2019 med et konkret forslag til en ny tech-skat, så globale tech-virksomheder, der laver værdiskabelse på eksempelvis danske data, også skal betale skat i Danmark. De politiske vinde er siden også blæst i denne retning, om end lovgivning endnu ikke er vedtaget, og Danmark forholder sig afventende mhp. at være en del af international løsning. Både tech-skat og noget-for-noget-forpligtelser er nødvendige, fordi data repræsenterer en værdi, men ikke i noget særlig omfang er blevet værdisat og anerkendt som et produkt, en vare eller en service, til trods for at platforme, datamøglere og virksomheder tjener store penge på netop data.

**Trade off:** *Det kræver en anden selvforståelse i stat, kommune og regioner at trække i dataejer-uniformen og vidensbehandler-skjorten og erkende rollen som hele offentlighedens garant for, at data bliver benyttet på en måde, der gavner samfundet, fællesskabet og ultimativt den enkelte skatteborger.*

## Kommissionens arbejde

TechDK Kommissionen arbejder uafhængigt. Men den er nedsat af Djøf, som står for sekretariatsbetjeningen. Medlemmernes arbejde er frivilligt og ulønnet.

Medlemmerne identificerer udfordringer, som de betragter som blandt de mest væsentlige – ligesom de sammen udvikler løsningsforslag, der præsenteres i kommissionens rapporter og analyser.

Det er en præmis, at der ikke kan være konsensus blandt kommissionens medlemmer om alle løsningsforslag. Alle temaer bliver drøftet i kommissionen i en fælles proces, men det enkelte kommissionsmedlem kan være mere eller mindre enig i de enkelte delelementer.

Som udgangspunkt bifalder TechDK Kommissionen de mange positive elementer, som ny teknologi bibringer vores samfund. Hvad enten det er et produkt fra en global techvirksomhed, som gør det muligt for en bedstemor at følge sine børnebørn i den store verden eller offentlige it-projekter i Danmark, som søger at hjælpe unge med angst ved hjælp af virtual reality. På samme tid anerkender vi, at der næppe findes snuptagsløsninger på de store og vanskelige udfordringer, vi står overfor.

Det bærer vores rapporter og analyser også præg af. Der vil således være overvejelser om trade-offs for kommissionens anbefalinger. Med andre ord tager vi stilling til, både hvad vi vinder, og hvad vi taber med vores konkrete forslag.

Endelig skal det påpeges, at vores løsningsforslag enkelte steder går langt. Også længere, end hvad mange måske oplever som muligt at gennemføre lige nu, både politisk, økonomisk og juridisk. Men vi har valgt på flere områder at tænke højtravende og skrive lavpraktisk – og det giver anbefalinger, som kan danne udgangspunkt for debat.

Læs kommissionens andre udgivelser på [djoef.dk/techdk](https://djoef.dk/techdk)

Spørgsmål og henvendelser til Djøfs TechDK Kommission kan rettes til politisk chefrådgiver Astrid Gufler [agu@djoef.dk](mailto:agu@djoef.dk)



