

DANSKE VIRKSOMHEDERS ARBEJDE MED DATAETIK



Rapport om virksomheders viden om og arbejde med dataetik

Udarbejdet af Rambøll Management Consulting for Erhvervsstyrelsen, December 2020

HOVEDPARTEN AF VIRKSOMHEDERNE ARBEJDER MED DATAETIK OG SER FORRETNINGSPOTENTIALER

Undersøgelsens baggrund og formål

Erhvervsstyrelsen har igangsat denne undersøgelse, som afdækker danske virksomheders viden om og arbejde med dataetik. Det sker med afsæt i regeringens ønske om at gøre dataetik til en dansk konkurrencefordel.

Undersøgelsen viser, hvilken viden de danske virksomheder har om dataetik, hvilke emner de er optagede af i arbejdet med dataetik, hvor de ser potentialer i at arbejde ansvarligt med data og hvad virksomhederne eventuelt efterspørger i arbejde med dataetik.




Undersøgelsen baserer sig på en spørgeskemaundersøgelse og indeholder afsluttede besvarelser fra 1.194 virksomheder fra et bredt udsnit af brancher, som aktivt indsamler, bruger og bearbejder data.

I denne rapport præsenteres de samlede resultater fra undersøgelsen som grundlag for videre arbejde med området.

Hovedpointer i virksomhedernes tilgang til dataetik

- ❑ **Bred dataetisk orientering på tværs af brancher:** Virksomhederne i de undersøgte brancher er i stort omfang orienteret mod arbejdet med dataetik. De har kendskab til emnet og arbejder med dataetik, og de fleste ser også forretningsmuligheder heri. Inden for brancherne Finansiering og forsikring og Information og kommunikation findes de mest dataetisk orienterede virksomheder. De mindst dataetisk orienterede virksomheder tilhører Handel og Operationelle services. Virksomheder med høj henholdsvis lav orientering mod dataetik findes dog i alle brancher.
- ❑ **Mange bruger persondata til mere end administration:** Knap halvdelen af virksomhederne indsamler fortrolige eller følsomme personoplysninger ud over almindelige personoplysninger. Data bruges ud over til administration, til profilering, segmentering og i meget begrænset omfang til træning af algoritmer eller videresalg. Seks ud af ti virksomheder vurderer, at disse typer data er vigtige for deres kerneforretning. Tre ud af ti vurderer, at data slet ikke eller i mindre grad er vigtige.
- ❑ **"Dataetik" bruges sammen med andre begreber:** De fleste virksomheder bruger begrebet "Dataetik", men mange bruger andre betegnelser, typisk GDPR og i mindre omfang "compliance", "fortrolighed" eller "databeskyttelse". Hver tredje virksomhed anser transparens over for kunder, individuel datakontrol og anonymitet som vigtige emner. Lige så stor andel ser ingen relevante emner inden for dataetik. Generelt ønsker virksomheder mere praktisk information på området.
- ❑ **Dataetik er typisk indarbejdet i både datapolitikker og ledelsesbeslutninger:** Hovedparten af virksomhederne har indarbejdet dataetik i deres datapolitikker og har i nogen eller høj grad implementeret disse med succes i dagligdagen. Dataetik indgår oftest i ledelsesbeslutninger. Hver femte virksomhed har vidtgående interne datapolitikker, som går ud over krav i lovgivning.
- ❑ **Mange ser forretningsmuligheder i arbejde med dataetik:** Knap halvdelen af virksomhederne ser forretningsmuligheder i form af mere tilfredse kunder, hver tredje peger på fordele ved at være på forkant med fremtidig regulering og forbedring af virksomhedens brandingværdi. Hver femte ser ingen forretningsværdi. Kundernes tillid til virksomhedens datahåndtering er særlig vigtig for to ud af tre virksomheder. Halvdelen af virksomhederne vurderer, at deres kunder har interesse for, hvordan virksomheden arbejder med dataetik.

OPBYGNING AF RAPPORTEN

1	 Indledning	Sammenfatning Executive summery S. 2 Om undersøgelsen Baggrund for undersøgelsen S. 4
2	 Dataetisk overblik	Dataetisk orientering Branche og størrelsesopdelt score for virksomheders orientering mod arbejdet med dataetik S. 5
3	 Temaer og enkelte spørgsmål	Brug af data Hvilke oplysninger indsamles og hvad bruges data til S. 13 Kendskab til data Hvilke dataetiske emner er relevante og hvilke informationskilder bruges S. 21 Arbejde med dataetik Hvordan arbejdes der med dataansvarlighed og datapolitikker S. 31 Forretningsmuligheder med dataetik Hvilke forretningsmæssige muligheder og udfordringer har virksomheder S. 45
4	 Undersøgelses metode	Metoden bag undersøgelsen Hvordan har vi indhentet og bearbejdet data til undersøgelsen? S. 55
5	 Bilag	De omfattede brancher Kopi af benyttet branchebeskrivelse S. 64 Spørgeskema med indeks Kopi af udsendt spørgeskema S. 67

UNDERSØGELSE AF DANSKE VIRKSOMHEDERS ARBEJDE MED DATAETIK

Erhvervsstyrelsen ser på virksomheders tilgang til "Dataetik"

Erhvervsstyrelsen ser på baggrund af politiske ønsker om at fremme danske virksomheders konkurrenceevnen gennem dataetik på danske virksomheders arbejde med dataetik og de mulige forretningsmuligheder, der kan ligge heri

Deskriptiv rapport som afsæt for videre arbejde

Rapporten er deskriptiv og alene baseret på de deltagende virksomheders besvarelser i en stor digital spørgeskemaundersøgelse.

Afdækning og rapportering udarbejdet af Rambøll

Som led i dette arbejde har Rambøll Management Consulting gennemført denne indledende afdækning af danske virksomheders indsamling og anvendelse af data, viden om dataetik, arbejde med dataetik og syn på forretningsmuligheder

Udarbejdet af

Senior Manager Thomas Fjeldberg, tf@ramboll.com

Konsulent Sara Simone Strøm, sstm@ramboll.com

Kort om undersøgelsen

Spørgeundersøgelse

En digital spørgeskemaundersøgelse er foretaget i perioden november til december 2020. Undersøgelsen er baseret på et spørgeskema, som er udsendt til alle virksomheder i udvalgte brancher, som aktivt indsamler, bruger og bearbejder data. Der er modtaget svar fra 1.194 virksomheder, som svarer til 23 pct. af de adspurgte.

Dataetisk indeks

Til brug for præsentation af undersøgelsens resultater og efterfølgende analyser, er der konstrueret et indeks for virksomhedernes tilgang til dataetik. Indekset er baseret på virksomhedernes svar i undersøgelsen.

Indekset er anvendt til at vise hvilke typer virksomheder, som i særlig høj eller lav grad hhv. indsamler og bruger data, har kendskab til dataetik, arbejder med dataetik og ser forretningsmuligheder i dataetik. Indekset er endvidere anvendt til at illustrere de branchemæssige og størrelsesrelaterede forskelle blandt virksomheder for de enkelte hovedtemaer i undersøgelsen.

DATAETIK OVERBLIK

VIRKSOMHEDERNES OVERORDNEDE BRUG AF DATA, VIDEN OM OG ARBEJDE MED DATAETIK OG FORRETNINGSPOTENTIALER

**FORSKELLE I DATAETIK TILGANG MELLEM BRANCHER OG
FORSKELLE PÅ VIRKSOMHEDSSTØRRELSE PÅ AGGREGERET
NIVEAU**

DATAETIK ER I DAG PÅ DAGSORDENEN I DE FLESTE VIRKSOMHEDER OG INDEN FOR ALLE BRANCHER



DATAETIK OVERBLIK



Dette tema afdækker virksomhedernes samlede orientering mod at arbejde med dataetik.

Overblikket viser:

- Hvordan virksomheder generelt er orienteret mod at arbejde med dataetik.
- Hvordan forskelle i virksomhedsstørrelser eller branchetilhør påvirker orienteringen mod dataetik.



TAKE-AWAYS



- ❑ Virksomhederne i de undersøgte brancher er i stort omfang orienteret mod arbejde med dataetik, uanset størrelse.
- ❑ Kendskab til dataetik og inddragelse af dataetik i det daglige arbejde er meget udbredt, og mange virksomheder ser forretningsmæssige muligheder i at arbejde med dataetik.
- ❑ Inden for brancherne Finansiering og forsikring og Information og kommunikation findes de mest dataetisk orienterede virksomheder.
- ❑ Virksomheder med høj hhv. lav orientering mod dataetik findes i alle brancher.

KENDSKAB TIL OG ARBEJDE MED DATAETIK ER MEGET UDBREDT, OG MANGE VIRKSOMHEDER SER FORRETNINGSMÆSSIGE MULIGHEDER

Virksomhederne er i stort omfang orienteret mod arbejde med dataetik

Virksomhederne i de undersøgte brancher er i stort omfang orienteret mod dataetik i deres arbejde med data. I undersøgelsens dataetiske indeks scorer de i gennemsnit 0,72 på en skala fra 0-1. Indekset bygger på virksomhedernes afkrydsning af udvalgte svarmuligheder i undersøgelsen.

En del virksomheder indsamler og bruger persondata i deres forretning og anvender ofte disse til mere end rent administrative formål (score 0,60).

Virksomhederne har i større omfang kendskab til dataetik, selvom en del bruger andre begreber (score 0,77).

En meget stor del af virksomhederne angiver at arbejde med dataetisk og ansvarlig dataanvendelse, og de arbejder generelt aktivt med dataetik i deres datapolitikker og inddrager dataetik i ledelsesmæssige beslutninger (score 0,79).

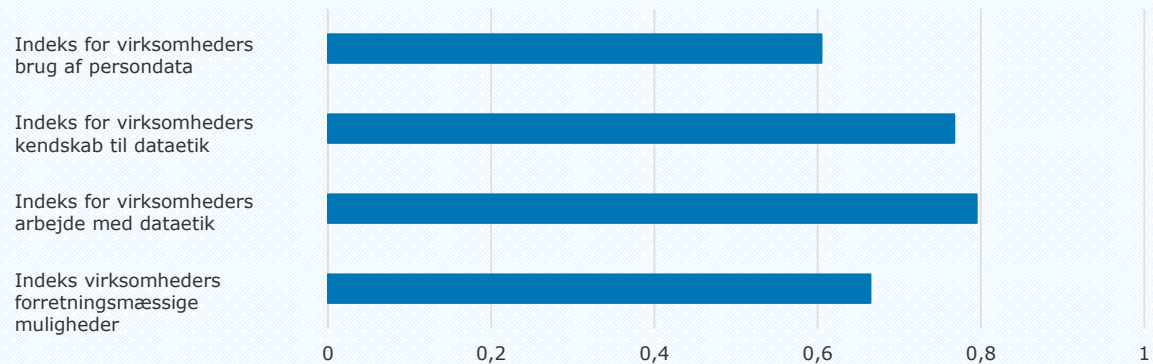
Endelig ser mange virksomheder forretningsmæssige muligheder i at arbejde med dataetik ift. kunder og brugere (score 0,66).

Samlet indeks for virksomheders orientering mod dataetik

Samlet indeks på en skala fra 1 til 0, hvor 1 indikerer, at virksomhederne i meget høj grad er orienteret mod dataetik, og 0 indikerer, at virksomhederne slet ikke er orienteret mod dataetik.



Indeks for virksomheders brug af persondata, kendskab til dataetik, arbejde med dataetik samt forretningsmuligheder med dataetik



Kilde: Dataetik spørgeskemaundersøgelse, 2020

DE MEST DATAETISK ORIENTEREREDE BRANCHER ER FINANSIERING OG FORSIKRING, INFORMATION OG KOMMUNIKATION SAMT VIDENSERVICE

Nogle brancher er længere fremme med dataetik end andre

Virksomheder inden for Finansiering og forsikring indikerer i høj grad, at dataetik er relevant for dem. De har stort kendskab til dataetik, arbejder aktivt dermed og ser også forretningsmuligheder.

Virksomheder inden for Information og kommunikation har højt kendskab til dataetik, arbejder aktivt med dette og ser gode forretningsmuligheder. Brugen af data er dog noget mindre end i Finansiering og forsikring

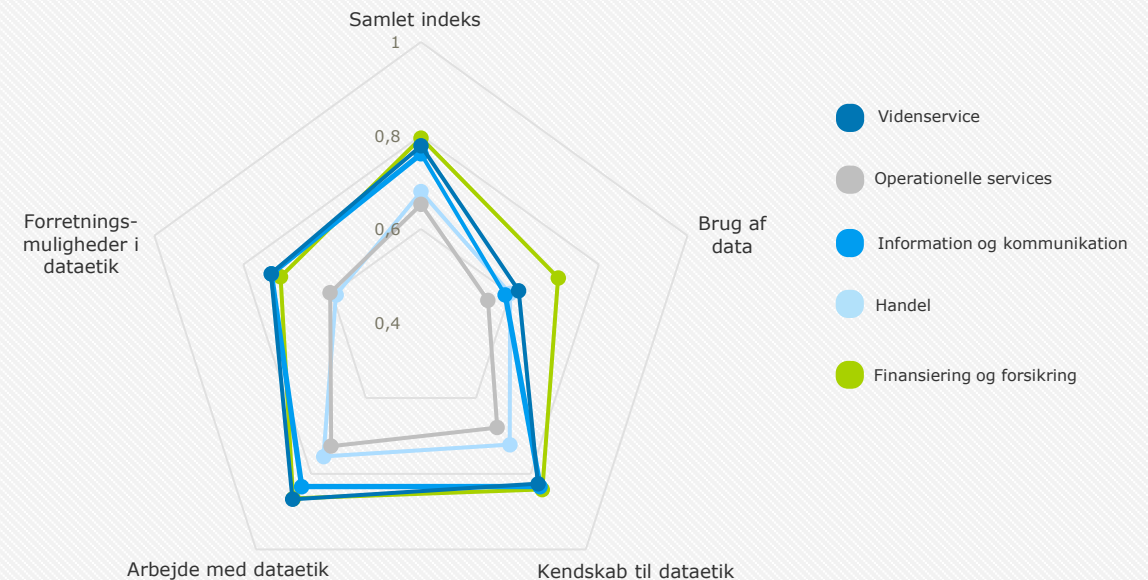
Virksomheder inden for Videnservice ser også høj dataetisk relevans. De har højt kendskab til dataetik, arbejder aktivt med det på samme høje niveau som i Forsikring og forsikring og ser gode forretningsmuligheder. Brugen af data er dog noget mindre end i Finansiering og forsikring

Virksomheder inden for Handel, herunder rene e-handelsvirksomheder, har et mindre fokus på dataetik og scorer forretningsmuligheder lavere end de øvrige brancher. Men de anvender data og arbejder med dataetik på samme niveau som gennemsnittet.

Virksomheder inden for Operationelle services bruger i mindre grad data end øvrige brancher i undersøgelsen og har generelt noget mindre opmærksomhed på dataetik end de øvrige branchegrupper i undersøgelsen.

Indeks for virksomheders brug af persondata, kendskab til dataetik, arbejde med dataetik, forretningsmuligheder og samlet orientering mod dataetik fordelt på brancher

Indeks på en skala fra 0 til 1, hvor 1 indikerer, at virksomhederne i meget høj grad bruger persondata, har kendskab til, arbejder med samt ser forretningsmuligheder i dataetik.



Kilde: Dataetik spørgeskemaundersøgelse, 2020

*I handelsbranchen er virksomheder inden for fysisk detail- og engroshandel udvalgt med et særligt kriterie om over 50 ansatte. Øvrige brancher er udvalgt med et kriterie om over 10 ansatte.

DE MEST OG MINDST DATAETISK ORIENTEREDE VIRKSOMHEDER ER FORDELT PÅ ALLE BRANCHER, MEN MED BETYDELIGE FORSKELLE

De virksomheder, som er enten blandt de mest eller mindst dataetisk orienterede, kan findes i alle de undersøgte brancher, men med meget betydelige forskelle brancherne i mellem.

De højest scorende 25 pct. af virksomhederne på tværs af brancher

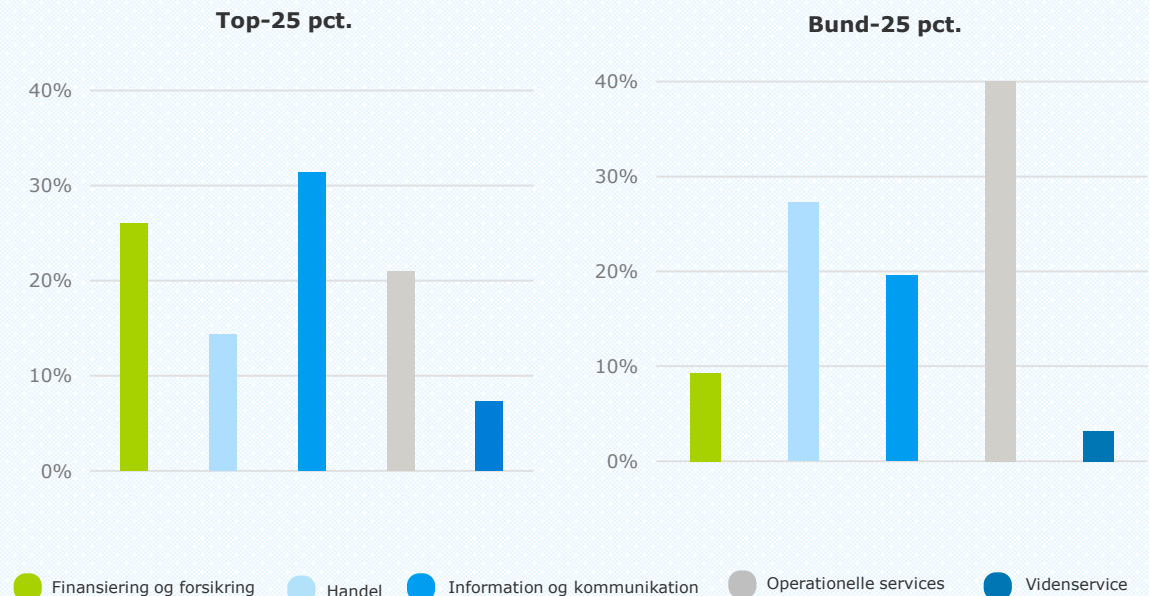
Der findes flest af de højest scorende 25 pct. af virksomhederne i brancherne Information og kommunikation samt Finansiering og forsikring. Også i de øvrige brancher findes virksomheder med et højt dataetisk indeks, så der kan findes frontløbere i alle de undersøgte brancher.

De lavest scorende 25 pct. af virksomhederne på tværs af brancher

En stor del af virksomhederne med lav dataetisk score tilhører brancherne Operationelle Services og Handel, hvor der er relativt flere i den lavest scorende kategori. I de øvrige brancher findes dog også virksomheder med lav dataetisk score.

Her ses på det samlede antal ud fra hele undersøgelsen og ikke relativt mellem brancherne. Herved identificeres, i hvilke brancher de højest respektive lavest scorende virksomheder findes.

Virksomheder, som er mest eller mindst orienteret mod dataetik relativt fordelt på brancher
Andel af virksomheder i hhv. top-25 pct. og bund-25 pct. i samlet indeks, der måler dataetisk orientering.



DE STØRRE VIRKSOMHEDER ER LIDT MERE ORIENTEREDE MOD DATAETIK END DE MINDRE, MEN IKKE MARKANT

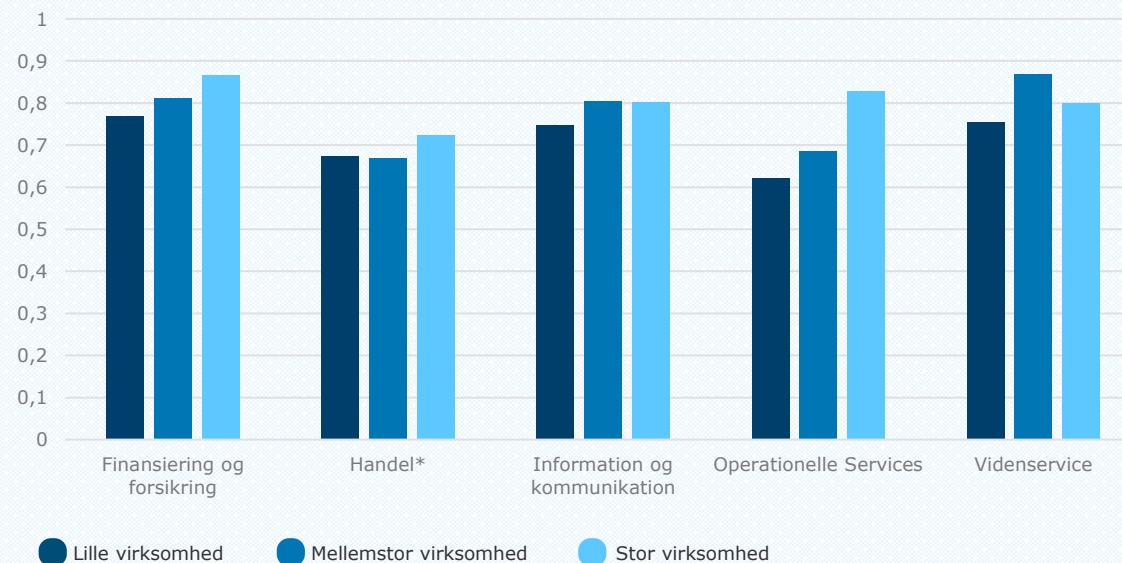
Store og mellemstore virksomheder er generelt mere orienterede mod dataetik end de små virksomheder, hvilket er mest tydeligt inden for branchen Operationelle services.

Med afsæt i virksomhedernes gennemsnitlige indeks på tværs af de fire hovedtemaer og fordelt på brancher og størrelser ses, at de mellemstore og store virksomheder generelt er mere dataetisk orienterede end de små virksomheder.

Den højeste samlede score findes blandt store virksomheder inden for branchen Finansiering og forsikring (score 0,87) og mellemstore virksomheder i branchen Videnservice (score 0,87) samt store virksomheder inden for Operationelle services (score 0,83).

De lavest gennemsnitlige scorer findes blandt små virksomheder inden for Operationelle services (score 0,62) og små og mellemstore virksomheder inden for handel (score 0,67).

Samlet indeks for virksomhedsorientering mod dataetik fordelt på størrelser inden for branche
Indeks på en skala fra 1 til 0, hvor 1 indikerer, at virksomheden i høj grad er orienteret mod dataetik, og 0 indikerer, at virksomheden ikke er orienteret mod dataetik.



Kilde: Dataetik spørgeskemaundersøgelse, 2020

*I handelsbranchen er virksomheder inden for fysisk detail- og engroshandel udvalgt med et særligt kriterie om over 50 ansatte. Øvrige brancher er udvalgt med et kriterie om over 10 ansatte.

TEMAER OG DE ENKELTE SPØRGSMÅL

**RESULTATER FOR FIRE HOVEDTEMAER OG UNDERLIGGENDE
SPØRGSMÅL**

**FORSKELLE I BESVARELSER MELLEM BRANCHER OG
VIRKSOMHEDSSTØRRELSER**

OPBYGNING AF UNDERSØGELSENS DELTEMAER, STILLEDE SPØRGSMÅL OG RESULTATER

UNDERSØGELSENS TEMAER

SPØRGSMÅL STILLET om

RESULTATER FOR HVERT SPØRGSMÅL PRÆSENTERES I TO SLIDES



Tema 1

Indsamling og brug af data

Hvilke oplysninger indsamles
Hvad bruges data til
Data som kerneforretning

Præsentation af spørgsmål og svar på tværs af brancher i tekst og figur



Tema 2

Kendskab til
Dataetik

Brug af ordet Dataetik
Relevante emner indenfor dataetik
Informationskilder
Foretrukne medier

Præsentation af spørgsmål og svar med brancheprofil og størrelsesprofil i tekst og figur



Tema 3

Arbejde med dataetik

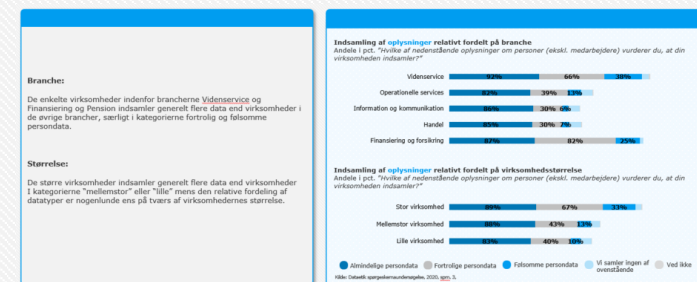
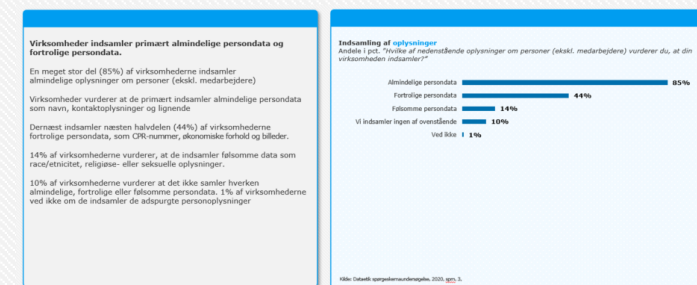
Dataansvarlige
Dataetik i datapolitikker
Er datapolitikker implementeret
Indgår dataetik i ledelsesbeslutninger
Støtte til arbejde med dataetik



Tema 4

Forretningsmuligheder

Kunders tillid
Kunders interesse for dataetik
Hvor ses forretningsmuligheder
Hvor ses udfordringer



TEMA 1

VIRKSOMHEDERNES INDSAMLING OG BRUG AF DATA



VIRKSOMHEDERNES INDSAMLING OG BRUG AF DATA



Dette tema afdækker:

- Hvilke typer persondata virksomhederne indsamler, fx følsomme eller fortrolige data.
- Hvad virksomhederne bruger data til, fx profilering, segmentering eller til rent administrativt brug.
- I hvilket omfang indsamling af disse data er vigtigt for virksomhedernes kerneforretning.



TAKE-AWAYS



- ❑ Knap halvdelen af virksomhederne indsamler fortrolige eller følsomme personoplysninger ud over almindelige personoplysninger.
- ❑ Data bruges primært til administration, men også til profilering, segmentering og i meget begrænset omfang til træning af algoritmer eller videresalg.
- ❑ Seks ud af ti virksomheder vurderer, at disse data er vigtige for deres kerneforretning. Tre ud af ti vurderer, at data slet ikke eller i mindre grad er vigtige.

NI UD AF TI VIRKSOMHEDER INDSAMLER PERSONDATA TYPISK ALMINDELIGE PERSONDATA, MEN MANGE OGSÅ FORTROLIGE PERSONDATA

En stor del af virksomhederne indsamler almindelige persondata, men knap halvdelen af virksomhederne indsamler også fortrolige og/eller følsomme persondata. Få indsamler slet ikke persondata.

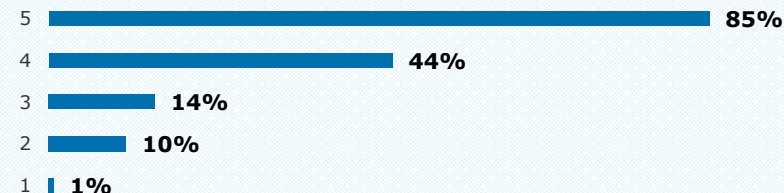
I undersøgelsen er virksomhederne blevet bedt om at tage stilling til indsamling af oplysninger om personer, bortset fra oplysninger om egne medarbejdere. Virksomhederne vurderer, at de primært indsamler almindelige persondata som navn, adresse, kontaktoplysninger og lign. En meget stor del (85 pct.) af virksomhederne indsamler sådanne oplysninger om personer, fx kunder.

Næsten halvdelen (44 pct.) af virksomhederne indsamler fortrolige persondata som fx CPR-nummer, oplysninger om økonomiske forhold eller billeder af personer. 14 pct. af virksomhederne vurderer, at de indsamler følsomme data som fx sundhedsoplysninger, oplysninger om religiøse- eller seksuelle tilhørsforhold.

10 pct. af virksomhederne vurderer, at de hverken indsamler almindelige, fortrolige eller følsomme persondata.

Indsamling af oplysninger

Andele i pct. "Hvilke af nedenstående oplysninger om personer (ekskl. medarbejdere) vurderer du, at din virksomhed indsamler?"



Kilde: Dataetik spørgeskemaundersøgelse, 2020, spm. 3

FINANSIERING OG FORSIKRING OG VIDENSERVICE INDSAMLER FLEST DATA

Branchebeskrivelse

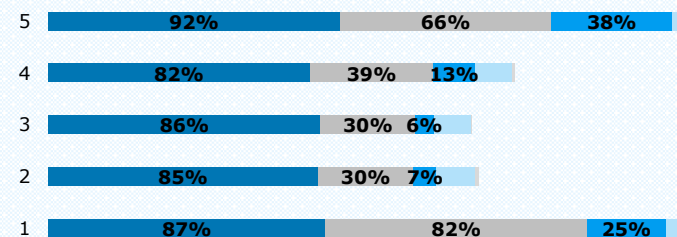
De enkelte virksomheder inden for brancherne Videnservice, Finansiering og forsikring indsamler generelt flere data end virksomheder i de øvrige brancher, særligt i kategorierne fortrolig og følsomme persondata.

Virksomhedsstørrelse

De større virksomheder indsamler generelt flere data end virksomheder i kategorierne mellemstor eller lille, mens den relative fordeling af datatyper er nogenlunde ens på tværs af virksomhedernes størrelse.

Indsamling af oplysninger relativt fordelt på branche

Andele i pct. "Hvilke af nedenstående oplysninger om personer (ekskl. medarbejdere) vurderer du, at din virksomhed indsamler?"



Indsamling af oplysninger relativt fordelt på virksomhedsstørrelse

Andele i pct. "Hvilke af nedenstående oplysninger om personer (ekskl. medarbejdere) vurderer du, at din virksomhed indsamler?"



Kilde: Dataetik spørgeskemaundersøgelse, 2020, spm. 3

VIRKSOMHEDER SAMLER PERSONOPLYSNINGER TIL ADMINISTRATIVE FORMÅL OG KUNDEFORSTÅELSE

Virksomheders formål med anvendelse af personoplysninger er, ud over administration, også til brug til at styrke virksomhedens kundeforståelse inden for segmentering, profilering eller påvirkning af adfærd.

Administrative formål udgør klart det hyppigste formål, når det drejer sig om virksomhedernes indsamling og brug af personoplysninger (62 pct.). Anvendelse af data til at forstå eller påvirke kunder kendetegner en mindre del af virksomhederne.

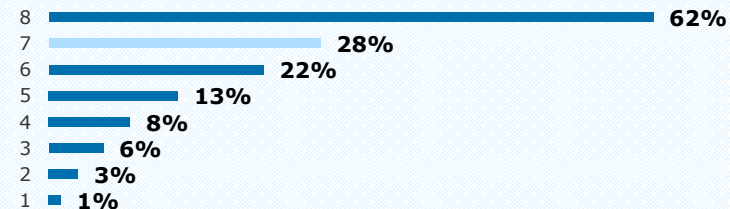
Segmentering af brugere/kunder udgør den største gruppe (22 pct.). Dernæst følger Profilering af brugeren/kunden (13 pct.) og Påvirkning af brugeren/kundens adfærd (8 pct.). 6 pct. af virksomhederne svarer, at de ikke ved, til hvilke formål virksomheden bruger personoplysninger (ekskl. medarbejdere).

Få virksomheder bruger personoplysninger til træning af algoritmer (3 pct.) eller til videresalg af data (1 pct.).

Virksomhederne angiver også egne andre formål (28 pct.) for deres brug af personoplysninger. I den gruppe ligger fx kundeoplysninger/CRM, revision, eller at de intet formål har.

Virksomhedens formål med personoplysninger

Andel af virksomheder i pct. "Til hvilke formål bruger din virksomhed oplysninger om personer (ekskl. medarbejdere)?"



Uddybning af "Andet": Andre formål med oplysninger om personer

Top-5 hyppigste svar angivet i svarkategorien "Andet". Hyppighed af svar illustreret ved cirkelstørrelse. "Til hvilke formål bruger din virksomhed oplysninger om personer (ekskl. medarbejdere)?"



Kilde: Dataetik spørgeskemaundersøgelse, 2020, spm. 4

INFORMATION OG KOMMUNIKATION SAMT HANDEL ER TOP-BRUGERE AF DATA TIL KUNDEFORSTÅELSE

Branchebeskrivelse

Virksomheder inden for Handel og Information og kommunikation bruger i højere grad end de øvrige brancher data til kundeforståelse og påvirkning af kunder.

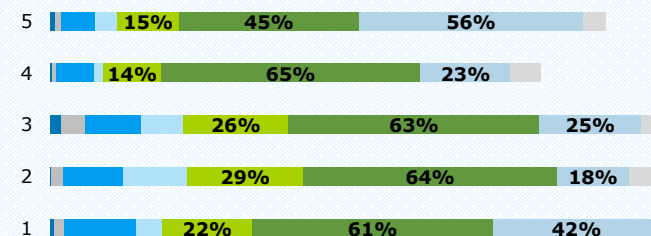
Videresalg af data og træning af algoritmer er hyppigst brugt i information- og kommunikationsbranchen. Administrative formål udgør det primære formål for alle branchers oplysninger om personer (ekskl. medarbejdere), idet kategorien Andet i stort omfang dækker administrative formål.

Virksomhedsstørrelse

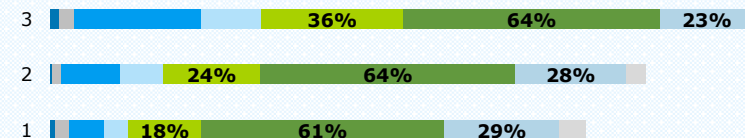
Store virksomheder indsamler flere oplysninger om personer (ekskl. medarbejdere) end både mellemstore virksomheder og små virksomheder.

Store virksomheder anvender i væsentlig højere grad end de små og mellemstore virksomheder data til kundeforståelse og påvirkning af kunder.

Virksomhedens formål med behandling af personoplysninger, relativt fordelt på branche Andel af virksomheder, der har angivet de enkelte formål (i pct) "Til hvilke formål bruger din virksomhed oplysninger om personer (ekskl. medarbejdere)?"



Virksomhedens formål med personoplysninger, relativt fordelt på virksomhedsstørrelse Andel af virksomheder i pct. "Til hvilke formål bruger din virksomhed oplysninger om personer (ekskl. medarbejdere)?"



● Videresalg af data
 ● Træning af algoritmer
 ● Profilering af brugeren/kunden
 ● Påvirkning af kunden/brugerens adfærd
 ● Segmentering af brugere/kunder
 ● Administrative formål
 ● Andet
 ● Ved ikke

Kilde: Dataetik spørgeskemaundersøgelse, 2020, spm. 4

TO UD AF TRE VIRKSOMHEDER HAR I HØJ GRAD BRUG FOR KUNDERS PERSONDATA I KERNEFORRETNINGEN

Regelmæssig indsamling og behandling af persondata fra brugere/kunder er i høj grad vigtigt for to ud af tre virksomheder

Knap to ud af tre virksomheder er afhængige af at behandle brugere/kunders persondata. En stor del (43 pct.) af virksomhederne mener, at regelmæssig indsamling og behandling af brugere/kunders persondata er vigtig for kerneforretningen.

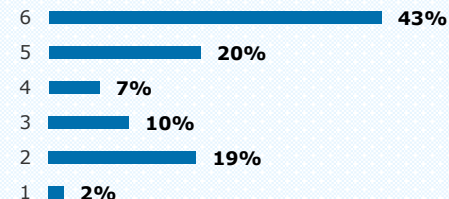
En mindre del (20 pct.) mener, det i nogen grad er vigtigt for kerneforretningen. Mens knap en ud af tre virksomheder i mindre grad eller slet ikke anser indsamling af persondata som vigtig for deres forretning.

En mindre del (19 pct.) mener slet ikke, at regelmæssig indsamling og behandling af brugere/kunders persondata er vigtigt for virksomhedens kerneforretning.

En lille del (10 pct.) mener, at regelmæssig indsamling og behandling af brugere/kunders persondata i mindre grad er vigtigt for kerneforretningen.

Vigtigheden af indsamling og behandling af persondata

Andele i pct. "Er regelmæssig indsamling og behandling af brugere/kunders persondata vigtig for din virksomheds kerneforretning?"



Kilde: Dataetik spørgeskemaundersøgelse, 2020, spm. 5

FINANSIERING OG FORSIKRING OG VIDENSERVICE ER MEST AFHÆNGIGE AF PERSONDATA

Branchebeskrivelse

Indsamling og behandling af persondata er vigtigt for virksomhederne på tværs af brancher. Særligt Finansiering og forsikring vurderer, at regelmæssig indsamling og behandling af persondata i høj grad er vigtigt (69 pct. svarer I høj grad, mens 17 pct. svarer I nogen grad).

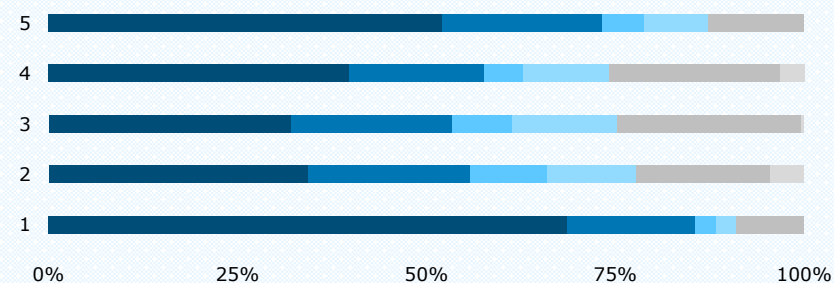
Også virksomheder inden for Videnservice er meget afhængig af persondata (i nogen grad 52 pct. og i høj grad 21 pct.), mens det for de øvrige brancher er lidt over halvdelen af virksomhederne, der har samme afhængighed.

Virksomhedsstørrelse

Indsamling og behandling af persondata er tilsvarende vigtigt for virksomhederne på tværs af virksomhedsstørrelser. Særlig store virksomheder vurderer i høj grad, at indsamling og behandling af persondata er vigtigt for dem, men forskellene er ikke så tydelige som mellem brancher.

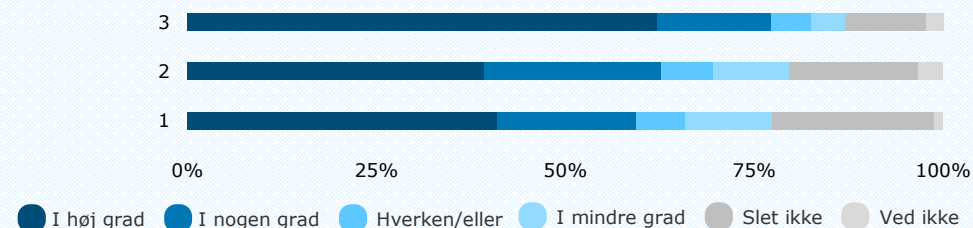
Vigtigheden af indsamling og behandling af persondata relativt fordelt på branche

Andele i pct. "Er regelmæssig indsamling og behandling af brugere/kunders persondata vigtig for din virksomheds kerneforretning?"



Vigtigheden af indsamling og behandling af persondata relativt fordelt på virksomhedsstørrelse

Andele i pct. "Er regelmæssig indsamling og behandling af brugere/kunders persondata vigtig for din virksomheds kerneforretning?"



Kilde: Dataetik spørgeskemaundersøgelse, 2020, spm. 5

VIRKSOMHEDERS BRUG AF PERSONDATA ER HØJEST HOS DE STORE OG MELLEMLISTE VIRKSOMHEDER

På tværs af brancher er det særligt mellemstore og store virksomheder, som indsamler og bruger persondata

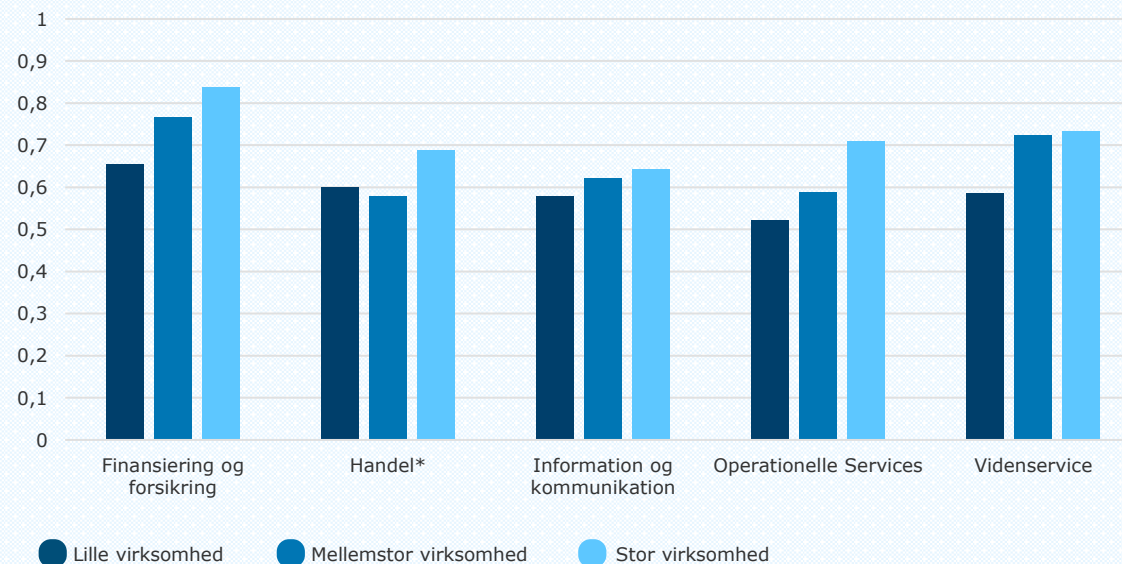
Generelt indsamler og bruger mellemstore og store virksomheder mere persondata end små virksomheder på tværs af brancher.

Virksomheder, som scorer højest, hvad angår indsamling og brug af persondata, findes blandt de større virksomheder i branchen Finansiering og forsikring. De mellemstore virksomheder scorer her 0,76, hvor store virksomheder scorer over 0,83 på en skala fra 1 til 0.

Til virksomheder, som scorer lavest i indsamling og brug af persondata, hører de små virksomheder i branchen Operationelle services, hvor små virksomheder scorer 0,52.

Indeks for virksomhedsbrug af persondata fordelt på størrelser inden for branche

Indeks på en skala fra 1 til 0, hvor 1 indikerer, at virksomheden i høj grad indsamler og bruger persondata, og 0 indikerer, at virksomheden ikke indsamler og bruger persondata.



Kilde: Dataetik spørgeskemaundersøgelse, 2020

*I handelsbranchen er virksomheder inden for fysisk detail- og engroshandel udvalgt med et særligt kriterie om over 50 ansatte. Øvrige brancher er udvalgt med et kriterie om over 10 ansatte.

TEMA 2: KENDSKAB TIL DATAETIK



VIRKSOMHEDERNES KENDSKAB TIL DATAETIK



Dette tema afdækker:

- Om virksomheder bruger ordet "Dataetik" eller bruger alternativer.
- Hvilke emner inden for dataetik virksomhederne finder relevante.
- Hvilke informationskilder anvender virksomhederne til at få information om dataetik.
- Hvilke medier foretrækker virksomhederne at anvende til forståelse af dataetik.



TAKE-AWAYS



- ❑ Et flertal af virksomheder anvender begrebet "Dataetik", mens et stort mindretal bruger alternative betegnelser, typisk GDPR og i mindre omfang "compliance", "fortrolighed" eller "databeskyttelse".
- ❑ Hver tredje virksomhed anser transparens over for kunder, individuel datakontrol og anonymitet som vigtige emner. Lige så mange virksomheder ser ingen relevante emner inden for dataetik.
- ❑ Virksomhederne indhenter især viden om dataetik fra offentlige hjemmesider eller publikationer, faglige netværk og kurser samt erhvervshuse og interesseorganisationer.
- ❑ Virksomhederne anbefaler særligt at bruge publikationer, interaktive læringsplatforme og videoer til formidling, men i mindre grad også sociale medier og podcast.

FLEST VIRKSOMHEDER BRUGER ORDET "DATAETIK" I OVERVEJELSER OM BRUG AF DATA

De fleste virksomheder bruger ordet "Dataetik", når de overvejer anvendelse af data, mens et stort mindretal bruger ord som GDPR, compliance og fortrolighed.

Hovedparten af virksomhederne (52 pct.) bruger generelt ordet dataetik, når de overvejer brug af data, mens næsten lige så mange ikke bruger dette ord, eller ikke ved, hvad der bruges.

Virksomhederne har haft mulighed for at angive eventuelt andre ord, der bruges, når de overvejer "ansvarlig brug af data", hvis de har svaret

"Nej" til at de bruger dataetik (37 pct.).

Den absolut hyppigste kategori er brug af "GDPR" som dækkende for virksomhedens brug af data.

Andre begreber som "compliance", "fortrolighed", "databeskyttelse" og "datasikkerhed" er også angivet, men udgør en lille del af svarene

Brug af ordet "Dataetik" ved overvejelser om brug af data

Andele i pct. "Bruger din virksomhed generelt ordet "Dataetik", når I overvejer brug af data?"



Andre ord, som anvendes ved overvejelser om brug af data

"Hvilket ord bruger din virksomhed, når I overvejer ansvarlig brug af persondata?" Spørgsmålet er kun aktiveret, hvis der er svaret nej til ovenstående spørgsmål



Kilde: Dataetik spørgeskemaundersøgelse, 2020, spm. 6 + 7

ORDET DATAETIK BRUGES I ALLE BRANCHER OG SÆRLIGT I STORE VIRKSOMHEDER

Branchebeskrivelse

Generelt anvendes ordet dataetik, når virksomheder på tværs af branche overvejer brug af data.

Operationelle services er den eneste branche, hvor mindre end halvdelen anvender ordet dataetik, når der overvejes brug af data. Samtidig er Operationelle services også branchen, der scorer højest på kategorien Ved ikke.

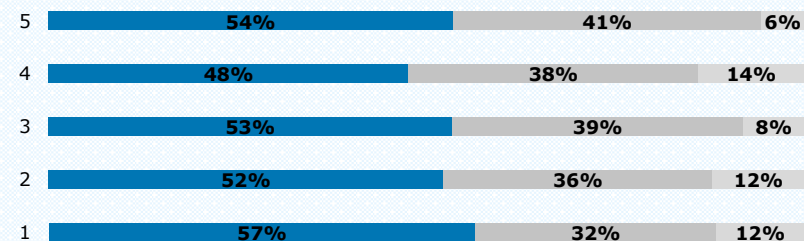
Virksomhedsstørrelse

Generelt anvendes ordet dataetik, når virksomheder på tværs af størrelse overvejer brug af data.

Store virksomheder bruger dog i højere grad (61 pct.) ordet dataetik end mellemstore og små virksomheder (51 pct.), når de overvejer brug af data.

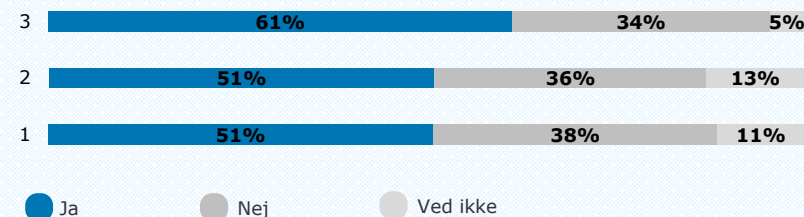
Brug af ordet "Dataetik" ved overvejelser af data, relativt fordelt på branche

Andele i pct. "Bruger din virksomhed generelt ordet "Dataetik", når I overvejer brug af data?"



Brug af ordet "Dataetik" ved overvejelser af data, relativt fordelt på virksomhedsstørrelse

Andele i pct. "Bruger din virksomhed generelt ordet "Dataetik", når I overvejer brug af data?"



Kilde: Dataetik spørgeskemaundersøgelse, 2020, spm. 6

INDIVIDUEL DATAKONTROL, TRANSPARENS OG ANONYMITET ER SÆRLIG RELEVANTE EMNER

Virksomheder vurderer, at flere emner som transparens, individuel datakontrol og anonymitet er nogenlunde lige relevante inden for dataetik. Et tilsvarende antal virksomheder vurderer, at ingen emner er relevante for dem.

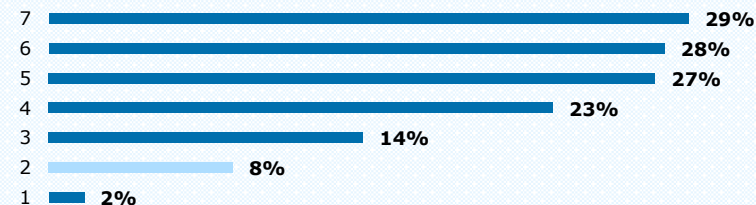
En væsentlig del af virksomhederne vurderer, at de mest relevante emner inden for dataetik for deres virksomhed er transparens for brugeren/kunden (29 pct.), individuel datakontrol (27 pct.) og anonymitet (23 pct.).

Virksomhederne peger også på andre emner (8 pct.) som compliance, sikkerhed og anonymitet. Mindst relevant er Bias i algoritmer (2 pct.), som scorer lavest af alle dataetiske emner.

En lige så væsentlig del af virksomhederne vurderer, at ingen emner inden for dataetik er relevante for dem (28 pct.), og hele 14 pct. af virksomhederne ved ikke, om emnerne er relevante for deres virksomhed.

Relevante dataetiske emner

Andele i pct. "Hvilke emner inden for dataetik vurderer du er mest relevante for din virksomhed?"



Uddybning af "Andet": Andre relevante emner inden for dataetik

Top-3 hyppigste svar angivet i svarkategorien "Andet". Hyppighed af svar illustreret ved cirkelstørrelse. "Hvilke emner inden for dataetik vurderer du er mest relevante for din virksomhed?"



Kilde: Dataetik spørgeskemaundersøgelse, 2020, spm. 8

INFORMATION OG KOMMUNIKATION SAMT FINANSIERING OG FORSIKRING PEGER PÅ FLEST EMNER

Branchebeskrivelse

Transparens for brugeren/kunden vurderes som det vigtigste dataetiske emne for virksomhederne, særligt i Information og kommunikation samt Finansiering og forsikring.

I branchen Operationelle services er Individuel datakontrol dog det højest prioriterede.

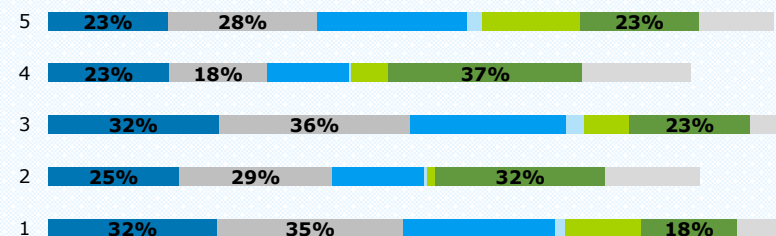
Virksomhedsstørrelse

Individuel datakontrol og Transparens for brugeren/kunden udgør de vigtigste dataetiske emner for virksomheder på tværs af størrelse.

Store virksomheder har generelt hyppigere peget på relevante emner end de små og mellemstore, og færre store virksomheder har angivet, at "ingen emner er relevante".

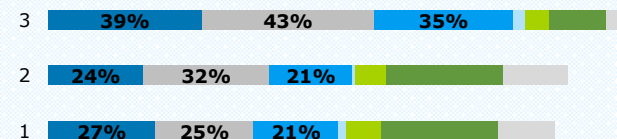
Relevante dataetiske emner, relativt fordelt på branche

Andele i pct. "Hvilke emner inden for dataetik vurderer du er mest relevante for din virksomhed?"



Relevante dataetiske emner, relativt fordelt på virksomhedsstørrelse

Andele i pct. "Hvilke emner inden for dataetik vurderer du er mest relevante for din virksomhed?"



● Individuel datakontrol ● Transparens for brugeren/kunden ● Anonymitet ● Bias i algoritmer ● Andet ● Ingen emner inden for dataetik er relevante for os ● Ved ikke

Kilde: Dataetik spørgeskemaundersøgelse, 2020, spm. 8

FAGLIGE NETVÆRK OG OFFENTLIGE HJEMMESIDER SAMT PUBLIKATIONER ANVENDES MEST SOM INFORMATIONSKILDER

Virksomheder indhenter oftest deres information om dataetik gennem offentlige hjemmesider eller publikationer og faglige netværk.

Virksomhederne henter hovedsageligt information om dataetik gennem to primære informationskilder; Offentlige hjemmesider eller publikationer (46 pct.) og faglige netværk (42 pct.).

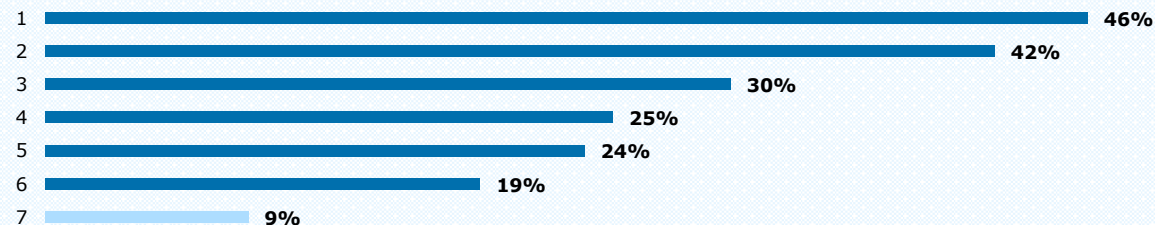
De resterende informationskilder udgør store mindretal i eksterne uddannelser og kurser (30 pct.), erhvervshuse og kurser (30 pct.) samt interne uddannelser og kurser (24 pct.).

Et stort mindretal ved ikke (19 pct.), hvor virksomheden indhenter information om dataetik fra.

Blandt andre informationskilder (9 pct.) nævnes juridisk rådgivning, interne medarbejdere, anden rådgivning og kunder.

Brug af informationskilder om dataetik

Andele i pct. "Hvorfra vurderer du, at I, i din virksomhed, indhenter information om dataetik?"



Uddybning af "Andet": Andre informationskilder om dataetik

Top-4 hyppigste svar angivet i svarkategorien "Andet". Hyppighed af svar illustreret ved cirkelstørrelse. "Hvorfra vurderer du, at I, i din virksomhed, indhenter information om dataetik?"



Kilde: Dataetik spørgeskemaundersøgelse, 2020, spm. 9.

BRANCHER BRUGER ALLE INFORMATIONSKILDER

Branchebeskrivelse

Offentlige hjemmesider eller publikationer og faglige netværk udgør de primære informationskilder for virksomheder på tværs af brancher.

Finansiering og forsikring bruger samlet set informationskilder mest og adskiller sig ved hyppigere brug af eksterne uddannelser og kurser som informationskilde, sammenlignet med de øvrige brancher.

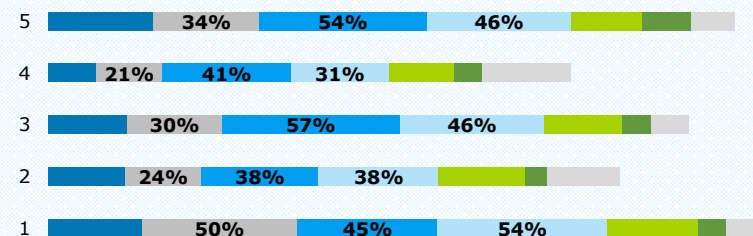
Virksomhedsstørrelse

Eksterne uddannelser og kurser og offentlige hjemmesider eller publikationer udgør de primære informationskilder for virksomheder, uanset størrelse.

Store virksomheder har generelt et større brug af informationskilder end mellemstore og små virksomheder

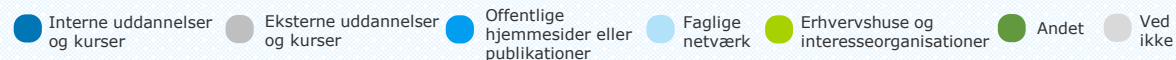
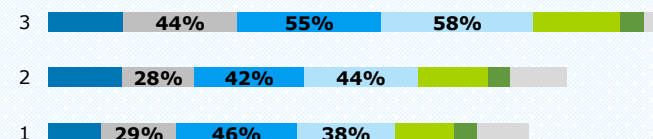
Brug af informationskilder om dataetik, relativt fordelt på branche

Andele i pct. "Hvorfra vurderer du, at I, i din virksomhed, indhenter information om dataetik?"



Brug af informationskilder om dataetik, relativt fordelt på virksomhedsstørrelse

Andele i pct. "Hvorfra vurderer du, at I, i din virksomhed, indhenter information om dataetik?"



Kilde: Dataetik spørgeskemaundersøgelse, 2020, spm. 9

VIRKSOMHEDER FORETRÆKKER PUBLIKATIONER SOM MEDIE TIL FORMIDLING AF VIDEN OM DATAETIK

Virksomheder vurderer, at Erhvervsstyrelsen skal anvende publikationer til at formidle viden om dataetik, men også interaktive platforme og videoer er efterspurgt.

En stor del (58 pct.) af virksomhederne vurderer, at Erhvervsstyrelsen skal anvende publikationer som medie til at formidle viden om dataetik.

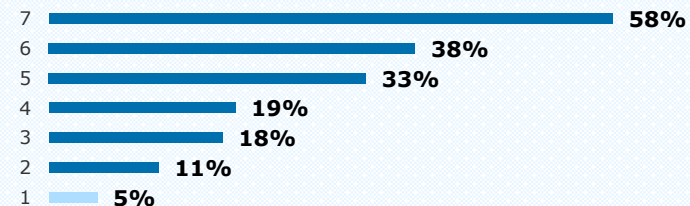
Dernæst følger interaktive platforme (38 pct.) og videoer (33 pct.). 18 pct. angiver, at Erhvervsstyrelsen skal anvende sociale medier (SoMe) til at formidle viden om dataetik, og 11 pct. af virksomhederne vurderer, at Erhvervsstyrelsen bør anvende podcasts.

Virksomhederne har også haft mulighed for at angive andre medier (5 pct.) og har her peget på mail/nyhedsbrev, webinar og konferencer via brancheforeninger og Datatilsynet.

19 pct. af virksomhederne ved ikke, hvilke medier de ønsker anvendt.

Foretrukne medier til formidling af dataetik

Andele i pct. "Hvilke medier vurderer du, at Erhvervsstyrelsen skal anvende til at formidle viden om dataetik?"



Andre medier til formidling af dataetik, relativt fordelt på virksomhedsstørrelse

Andele i pct. "Hvilke medier vurderer du, at Erhvervsstyrelsen skal anvende til at formidle viden om dataetik?"



Kilde: Dataetik spørgeskemaundersøgelse, 2020, spm. 10

MEGET ENS SYN PÅ FORETRUKNE MEDIER PÅ TVÆRS AF BRANCHER OG VIRKSOMHEDSSTØRRELSER

Branchebeskrivelse

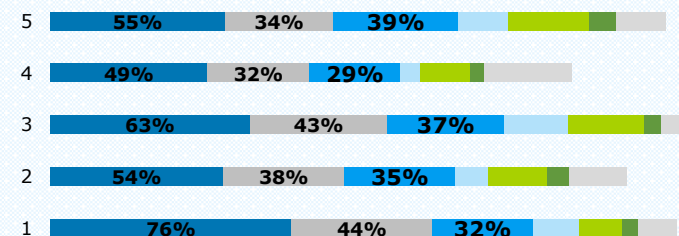
Brancherne er forholdsvis ens, hvad angår foretrukne medier, hvor det foretrukne medie i alle brancher er publikationer.

Virksomhedsstørrelse

Der er ikke væsentlige forskelle mellem størrelseskategorierne, dog har de store virksomheder generelt angivet flere relevante medier end de mellemstore og små virksomheder.

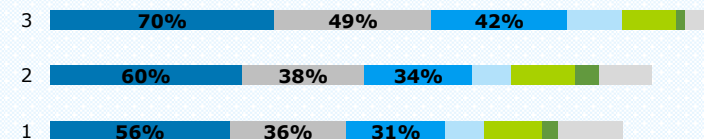
Foretrukne medier til formidling af dataetik, relativt fordelt på branche

Andele i pct. "Hvilke medier vurderer du, at Erhvervsstyrelsen skal anvende til at formidle viden om dataetik?"



Foretrukne medier til formidling af dataetik, relativt fordelt på virksomhedsstørrelse

Andele i pct. "Hvilke medier vurderer du, at Erhvervsstyrelsen skal anvende til at formidle viden om dataetik?"



Kilde: Dataetik spørgeskemaundersøgelse, 2020, spm. 10

STORE VIRKSOMHEDER OG FINANSIERING OG FORSIKRING SCORER HØJST PÅ KENDSKAB TIL DATAETIK

Variation i virksomheders kendskab til dataetik

Generelt har flere mellemstore og store virksomheder kendskab til dataetik frem for mindre virksomheder.

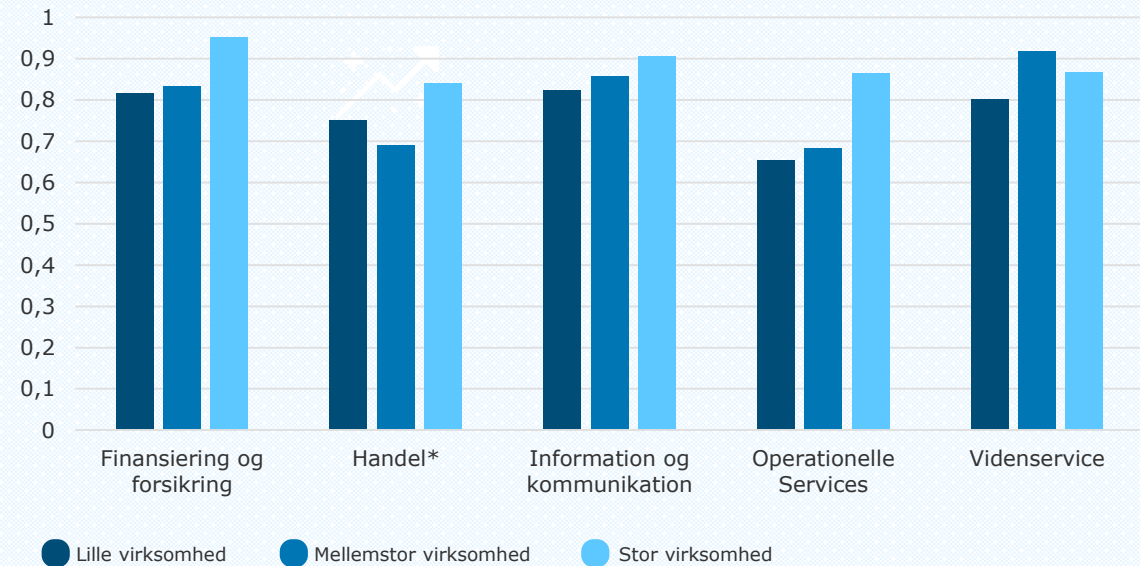
Virksomheder, som scorer højest på kendskab til dataetik, findes blandt de store virksomheder i branchen Finansiering og forsikring.

De store virksomheder scorer her hele 0,95 på en skala fra 1 til 0. Det er efterfulgt af de mellemstore virksomheder i branchen Videnservice, der scorer 0,92.

Virksomheder, som scorer lavest i kendskab til dataetik hører til blandt de små virksomheder i branchen Operationelle services, hvor små virksomheder scorer 0,65.

Indeks for virksomhedernes kendskab til dataetik fordelt på branche og størrelse

Indeks på en skala fra 1 til 0, hvor 1 indikerer, at virksomheden i høj grad har kendskab dataetik, og 0 indikerer, at virksomheden ingen kendskab har til dataetik.



Kilde: Dataetik spørgeskemaundersøgelse, 2020

*I handelsbranchen er virksomheder inden for fysisk detail- og engroshandel udvalgt med et særligt kriterie om over 50 ansatte. Øvrige brancher er udvalgt med et kriterie om over 10 ansatte.

TEMA 3: ARBEJDE MED DATAETIK



VIRKSOMHEDERNES ARBEJDE MED DATAETIK



Dette tema afdækker:

- Om virksomhederne har udpeget dataansvarlige.
- Har virksomhederne tilstrækkelige datapolitikker.
- Indgår dataetik i virksomhedens datapolitikker.
- Er disse datapolitikker reelt implementeret.
- Indgår dataetik i ledelsesbeslutninger.
- Støtte til arbejde med dataetik.



TAKE-AWAYS



- ❑ To ud af tre virksomheder har en person eller afdeling, der er ansvarlig for datapolitikker og compliance samt rådgivning og vejledning.
- ❑ Hver femte virksomhed har vidtgående interne datapolitikker ud over kravene i lovgivningen. De øvrige anser, at deres datapolitikker er tilstrækkelige.
- ❑ Størstedelen af virksomhederne vurderer, at de har indarbejdet dataetik i deres datapolitik i nogen grad eller høj grad.
- ❑ Størstedelen vurderer ligeledes at disse i nogen grad eller høj grad er implementeret med succes og indgår i ledelsesbeslutninger.
- ❑ Virksomheder peger især på formidling af viden og praktiske anbefalinger som støtte til arbejdet med dataetik.

VIRKSOMHEDER HAR GENERELT DATAANSVARLIGE TIL FORMIDLING AF DATAETIK OG POLITIKKER

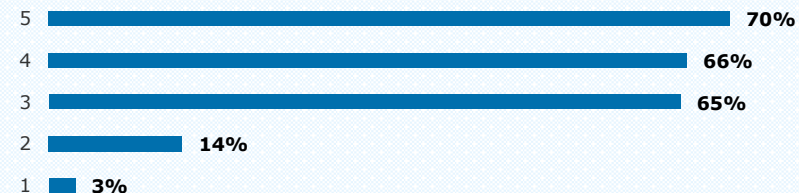
Generelt har virksomheder dataansvarlige personer eller afdelinger for de adspurgte ansvarsområder.

Virksomhederne har generelt i høj grad personer eller afdelinger, der er ansvarlige for udarbejdelse af datapolitikker (70 pct.), overvågning af overholdelse (66 pct.) samt rådgivning og vejledning (65 pct.).

En lille del af virksomhederne (14 pct.) har ingen af ovenstående dataansvarlige, mens en meget lille del (3 pct.) af virksomhederne ikke ved, om de har dataansvarlige for de tre områder.

Interne dataansvarlige til formidling af dataetik

Andele i pct. "Har din virksomhed en person eller en afdeling, der er ansvarlig for følgende?"



Kilde: Dataetik spørgeskemaundersøgelse, 2020, spm. 11

FÆRREST ANSVARLIGE INDEN FOR OPERATIONELLE SERVICES, FLEST HOS FINANSIERING OG FORSIKRING

Branchebeskrivelse

I alle brancher har et flertal af virksomhederne placeret et ansvar for rådgivning om persondata, udarbejdelse af datapolitikker og overvågning af, at de bliver overholdt.

Operationelle services står svagest med en lavere andel af virksomheder med de tre dataetiske ansvarsroller.

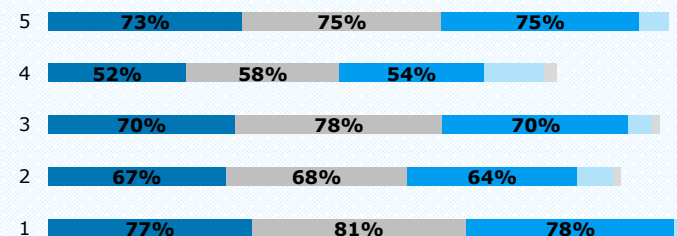
Finansierings- og forsikringsbranchen står stærkest blandt brancherne med et stor dækning af ansvarlige.

Virksomhedstørrelse

De store virksomheder har en højere dækning af interne dataansvarlige med markant højere dækning end de små virksomheder.

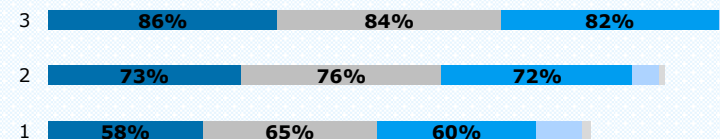
Interne dataansvarlige til formidling af dataetik, relativt fordelt på branche

Andele i pct. "Har din virksomhed en person eller en afdeling, der er ansvarlig for følgende?"



Interne dataansvarlige til formidling af dataetik, relativt fordelt på virksomhedstørrelse

Andele i pct. "Har din virksomhed en person eller en afdeling, der er ansvarlig for følgende?"



● Rådgivning og vejledning vedrørende behandling af persondata ● Udarbejdelse af datapolitikker ● Overvågning af overholdelsen af databeskyttelsesretlige regler og interne politikker på området ● Ingen af ovenstående ● Ved ikke

Kilde: Dataetik spørgeskemaundersøgelse, 2020, spm. 11

VIRKSOMHEDER VURDERER I HØJ GRAD DERES DATAPOLITIKKER SOM TILSTRÆKKELIGE ELLER BEDRE

Interne datapolitikker vurderes i meget høj grad som enten tilstrækkelige eller vidtgående af den meget stor andel af virksomhederne

En væsentlig andel af virksomhederne (18 pct.) vurderer, at virksomhedens internt definerede datapolitikker bedst beskrives som vidtgående, dvs. datapolitikkerne går ud over, hvad der kræves i lovgivning og regler.

En klar majoritet af virksomhederne (73 pct.) vurderer deres virksomheds internt definerede datapolitikker som tilstrækkelige.

Samlet tegner det et billede af, at 91 pct. virksomhederne har en tilstrækkelig intern datapolitik, og kun 6 pct. samlet vurderer deres datapolitikker som utilstrækkelige eller manglende.

2 pct. ved ikke, hvilken af svarmulighederne der bedst beskriver deres virksomheds internt definerede datapolitikker.

Interne datapolitikker vurderet og relativt fordelt på branche

Andele i pct. "Hvilke af følgende vurderer du bedst beskriver din virksomheds internt definerede datapolitikker?"



Kilde: Dataetik spørgeskemaundersøgelse, 2020, spm. 12

VIDTGÅENDE DATAPOLITIKKER ER HYPPIGST HOS BRANCHERNE INFORMATION OG KOMMUNIKATION OG FINANSIERING OG FORSIKRING

Branchebeskrivelse

Brancherne Information og kommunikation (22 pct.) og Finansiering og forsikring (22 pct.) vurderer i højere grad end de resterende brancher, at deres interne datapolitikker er vidtgående.

Inden for Operationelle services (13 pct.) og Handel (15 pct.) vurderer en lavere andel at have vidtgående datapolitikker.

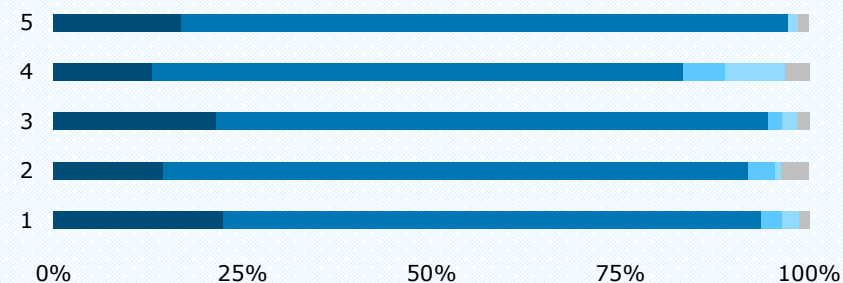
Virksomhedstørrelse

Generelt vurderer virksomhederne på tværs af størrelse, at deres internt definerede datapolitikker er tilstrækkelige.

Små virksomheder vurderer i højere grad end de øvrige, at de ingen internt definerede datapolitikker har, men på et lavt niveau (5 pct.).

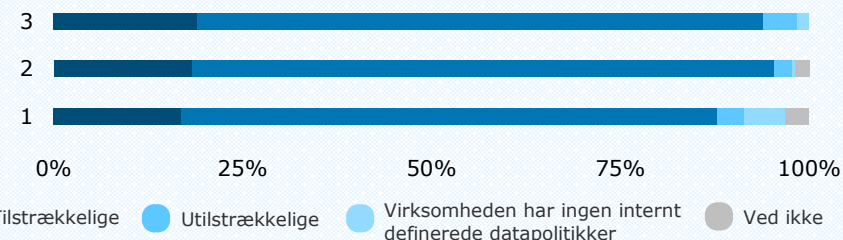
Interne datapolitikker vurderet og relativt fordelt på branche

Andele i pct. "Hvilke af følgende vurderer du bedst beskriver din virksomheds internt definerede datapolitikker?"



Interne datapolitikker vurderet og relativt fordelt på virksomhedsstørrelse

Andele i pct. "Hvilke af følgende vurderer du bedst beskriver din virksomheds internt definerede datapolitikker?"



Kilde: Dataetik spørgeskemaundersøgelse, 2020, spm. 12

DATAETIK ER I NOGEN ELLER HØJ GRAD INDARBEJDET I LANGT DE FLESTE VIRKSOMHEDERS DATAPOLITIK

En meget stor del af virksomhederne vurderer, at dataetik i nogen eller høj grad er indarbejdet i virksomheden på nuværende tidspunkt som en del af virksomhedernes datapolitik.

Knap otte ud af ti virksomheder vurderer, at dataetiske politikker på nuværende tidspunkt er indarbejdet i virksomhedens datapolitik.

Størstedelen (45 pct.) af virksomhederne vurderer i nogen grad, og en stor del af virksomhederne (33 pct.) vurderer i høj grad.

En mindre gruppe virksomheder vurderer, at de ligger i en midtergruppe eller i mindre grad har indarbejdet dataetiske politikker.

4 pct. af virksomhederne vurderer, at de slet ikke på nuværende tidspunkt har dataetiske politikker indarbejdet som en del af virksomhedens datapolitik.

Persondata

Graden af dataetiske politikker indarbejdet i virksomheden

Andele i pct. "I hvor høj grad vurderer du, at dataetiske politikker på nuværende tidspunkt er indarbejdet som en del af din virksomheds datapolitik?"



Kilde: Dataetik spørgeskemaundersøgelse, 2020, spm. 13

VIDENSERVICE OG FINANSIERING OG FORSIKRING INDARBEJDER HYPPIGST DATAETIK I DERES DATAPOLITIK

Virksomhedsbranche

Særligt i brancherne Videnservice og Finansiering og forsikring vurderer virksomhederne, at de har indarbejdet dataetiske politikker i deres virksomheds datapolitik (86-87pct.), men der er ikke stor forskel til de øvrige brancher.

Operationelle services og Handel står lidt svagere end de resterende brancher, da en mindre andel har indarbejdet dataetiske politikker (72-76 pct.).

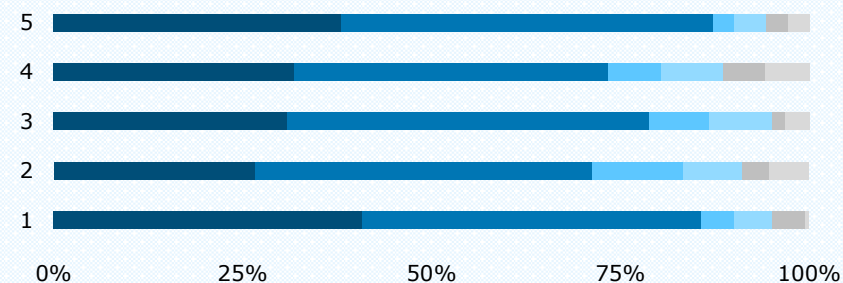
Virksomhedsstørrelse

Generelt vurderer virksomhederne, uanset størrelse, at dataetiske politikker på nuværende tidspunkt i nogen til høj grad er indarbejdet som en del af virksomhedens datapolitik.

Persondata

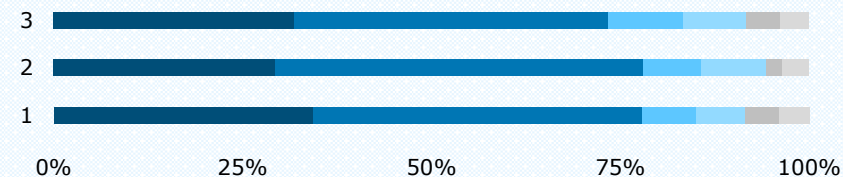
Graden af dataetiske politikker indarbejdet i virksomheden, relativt fordelt på branche

Andele i pct. "I hvor høj grad vurderer du, at dataetiske politikker på nuværende tidspunkt er indarbejdet som en del af din virksomheds datapolitik?"



Graden af dataetiske politikker indarbejdet i virksomheden, relativt fordelt på virksomhedsstørrelse

Andele i pct. "I hvor høj grad vurderer du, at dataetiske politikker på nuværende tidspunkt er indarbejdet som en del af din virksomheds datapolitik?"



● I høj grad ● I nogen grad ● Hverken/eller ● I mindre grad ● Slet ikke ● Ved ikke

Kilde: Dataetik spørgeskemaundersøgelse, 2020, spm. 13

VIRKSOMHEDER ER I NOGEN TIL HØJ GRAD SUCCESFULDE I IMPLEMENTERING AF DATAPOLITIK

En meget stor del af virksomhederne vurderer, at de har haft succes med at implementere deres interne datapolitikker.

En stor del (40 pct.) vurderer, at virksomheden i høj grad har haft succes med at implementere interne datapolitikker.

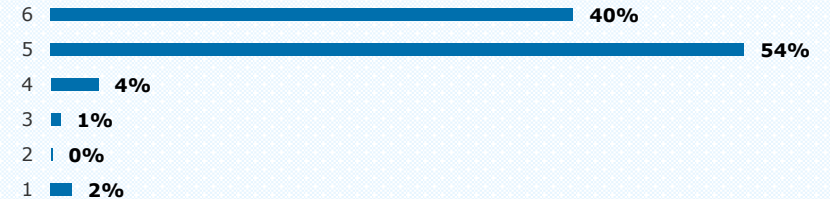
Størstedelen af virksomhederne (54 pct.) vurderer, at de i nogen grad har haft succes med at implementere interne datapolitikker.

En meget lille del (4 pct.) vurderer, at de hverken/eller har haft succes med at implementere interne datapolitikker. 1 pct. af virksomhederne vurderer i mindre grad, mens ingen vurderer, at de slet ikke har haft succes med at implementere interne datapolitikker.

Persondata

Implementeringssucces af interne datapolitikker

Andele i pct. "I hvor høj grad vurderer du, at virksomheden har haft succes med at implementere interne datapolitikker?"



Kilde: Dataetik spørgeskemaundersøgelse, 2020, spm. 14

I BRANCHEN HANDEL HAR LIDT FÆRRE I HØJ GRAD IMPLEMENTERET DATAPOLITIKKER END I DE ØVRIGE BRANCHER

Branchebeskrivelse

Virksomhederne vurderer på tværs af branche, at de i nogen til høj grad har haft succes med at implementere interne datapolitikker.

I Videnservice, Operationelle services og Finansiering og forsikring har knap halvdelen af virksomhederne i høj grad implementere interne datapolitikker.

Handel står lidt svagere end de resterende brancher på høj implementeringsgrad, men har dog samlet set 91 pct., der har implementeret datapolitikkerne i nogen grad eller høj grad.

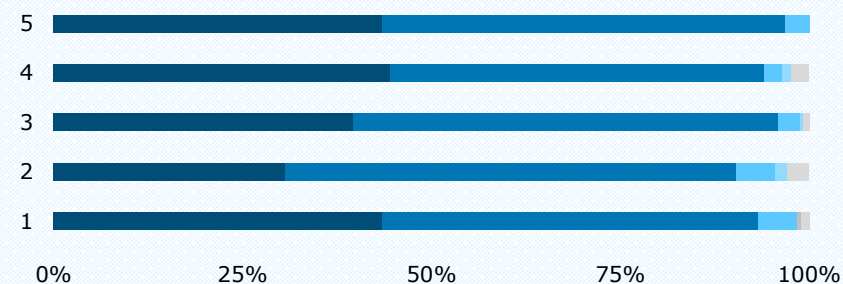
Virksomhedsstørrelse

Generelt vurderer virksomhederne på tværs af branche, at de i nogen til høj grad har haft succes med at implementere interne datapolitikker. Mellemstore virksomheder står svagere end de resterende virksomhedsstørrelser.

Persondata

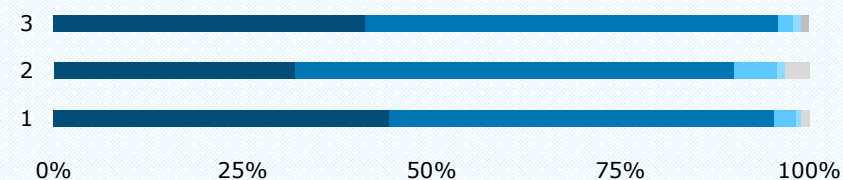
Implementeringssucces af interne datapolitikker, relativt fordelt på branche

Andele i pct. "I hvor høj grad vurderer du, at virksomheden har haft succes med at implementere interne datapolitikker?"



Implementeringssucces af interne datapolitikker, relativt fordelt på virksomhedsstørrelse

Andele i pct. "I hvor høj grad vurderer du, at virksomheden har haft succes med at implementere interne datapolitikker?"



● I høj grad ● I nogen grad ● Hverken/eller ● I mindre grad ● Slet ikke ● Ved ikke

Kilde: Dataetik spørgeskemaundersøgelse, 2020, spm. 14

DATAETISKE OVERVEJELSER INDGÅR I LEDELSESMÆSSIGE BESLUTNINGER HOS SYV UD AF TI

Virksomheder vurderer generelt i nogen til høj grad, at dataetiske overvejelser indgår i de ledelsesmæssige beslutninger, der træffes i virksomhederne.

En stor del af virksomhederne (41 pct.) vurderer, at dataetiske overvejelser i nogen grad indgår i de ledelsesmæssige beslutninger, der træffes i virksomheden.

Et stort mindretal (31 pct.) af virksomhederne vurderer i høj grad, at dataetiske overvejelser indgår i de ledelsesmæssige beslutninger, der træffes i virksomheden.

En mindre del (10 pct.) af virksomhederne vurderer hverken/eller, mens 8 pct. vurderer, at dataetiske overvejelser indgår i de ledelsesmæssige beslutninger, der træffes i virksomheden, i mindre grad.

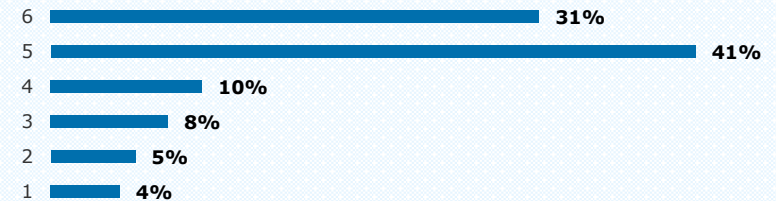
5 pct. vurderer slet ikke, at dataetiske overvejelser indgår i de ledelsesmæssige beslutninger, der træffes i virksomheden.

4 pct. ved ikke, i hvilken grad de dataetiske overvejelser indgår i de ledelsesmæssige beslutninger, der træffes i virksomheden.

Persondata

Dataetiske overvejelser i ledelsesmæssige beslutninger

Andele i pct. "I hvilken grad vurderer du, at dataetiske overvejelser indgår i de ledelsesmæssige beslutninger, der træffes i din virksomhed?"



Kilde: Dataetik spørgeskemaundersøgelse, 2020, spm. 15

I BRANCHERNE OPERATIONELLE SERVICES OG HANDEL INDGÅR DATAETIK I RELATIVT LAVERE GRAD I LEDELSESBESESLUTNINGER

Branchebeskrivelse

Dataetiske overvejelser indgår i høj eller nogen grad i ledelsesbeslutninger i tre ud af fire virksomheder i brancherne Videnservice, Information og kommunikation samt Finansiering og forsikring.

I brancherne Operationelle services og Handel er den tilsvarende andel to ud af tre.

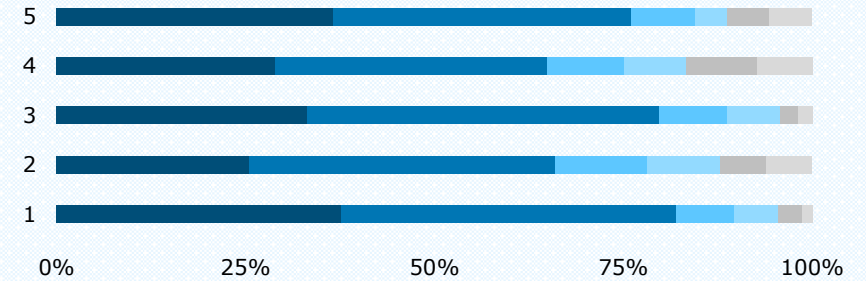
Virksomhedsstørrelse

Uanset størrelse svarer virksomhederne nogenlunde ens på spørgsmålet, om dataetiske overvejelser indgår i ledelsesbeslutninger.

Persondata

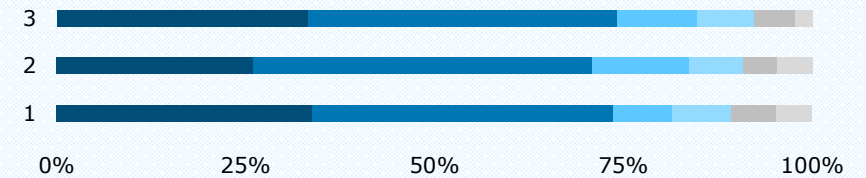
Dataetiske overvejelser i ledelsesmæssige beslutninger, relativt fordelt på branche

Andele i pct. "I hvilken grad vurderer du, at dataetiske overvejelser indgår i de ledelsesmæssige beslutninger, der træffes i din virksomhed?"



Dataetiske overvejelser i ledelsesmæssige beslutninger, relativt fordelt på virksomhedsstørrelse

Andele i pct. "I hvilken grad vurderer du, at dataetiske overvejelser indgår i de ledelsesmæssige beslutninger, der træffes i din virksomhed?"



● I høj grad ● I nogen grad ● Hverken/eller ● I mindre grad ● Slet ikke ● Ved ikke

Kilde: Dataetik spørgeskemaundersøgelse, 2020, spm. 15

ØNSKER ISÆR STØTTE I FORM AF VIDEN OM DATAETIK OG PRAKTISKE ANBEFALINGER

Virksomhederne vurderer klart, at Erhvervsstyrelsen bedst kan støtte virksomhedernes arbejde med dataetik ved at formidle viden om dataetik og angive praktiske anbefalinger.

Virksomhederne vurderer i høj grad (71 pct.), at Erhvervsstyrelsen bedst støtter deres arbejde med dataetik ved at formidle viden om dataetik.

Virksomhederne mener i høj grad også (65 pct.), at Erhvervsstyrelsen bedst støtter deres arbejde med dataetik ved at angive praktiske anbefalinger til implementering af dataetiske retningslinjer.

Et mindretal (11 pct.) af virksomhederne mener, at Erhvervsstyrelsen bedst støtter arbejdet med dataetik ved at facilitere dataetiske partnerskaber på tværs af virksomheder.

8 pct. af virksomhederne ved ikke, hvordan Erhvervsstyrelsen bedst kan støtte virksomhedens arbejde med dataetik.

En meget lille del (4 pct.) vurderer, at ingen af svarmulighederne bedst støtter virksomhedens arbejde med dataetik.

En meget lille del (2 pct.) mener, at Erhvervsstyrelsen bedst kan støtte virksomhederne på andre måder, fx krav, best practice-eksempler, værktøjer og gennem brancheforening.

Persondata

Foretrukket støttearbejde

Andele i pct. "I din optik, hvordan kan Erhvervsstyrelsen bedst støtte din virksomhed i arbejdet med dataetik?"



Uddybning af "Andet": Andre støttende metoder

Top-4 hyppigste svar angivet i svarkategorien "Andet". Hyppighed af svar illustreret ved cirkelstørrelse. "I din optik, hvordan kan Erhvervsstyrelsen bedst støtte din virksomhed i arbejdet med dataetik?"



Kilde: Dataetik spørgeskemaundersøgelse, 2020, spm. 16

VIDENSERVICE OG INFORMATION OG KOMMUNIKATION EFTERSPØRGER OGSÅ PARTNERSKABER

Virksomhedsbranche

I alle brancher vurderes, at Erhvervsstyrelsen bedst kan støtte arbejdet med dataetik ved at formidle viden om dataetik og angive praktiske anbefalinger til implementering af dataetiske retningslinjer.

Inden for Videnservice og Information og kommunikation peges endvidere på muligheden for at facilitere dataetiske partnerskaber på tværs af virksomheder (17-18 pct.).

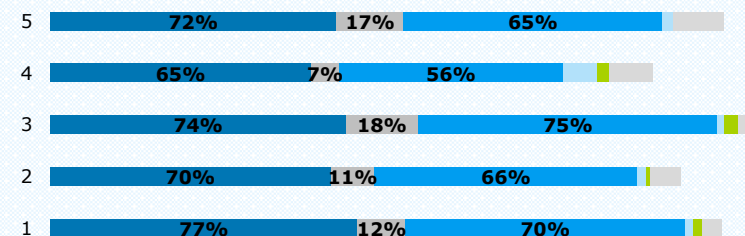
Virksomhedsstørrelse

De store virksomheder har generelt samme ønsker som de mellemstore og små virksomheder, men har en større andel af virksomheder, som ønsker støtte på flere områder, herunder også dataetiske partnerskaber (16 pct.).

Persondata

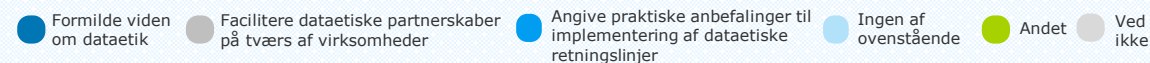
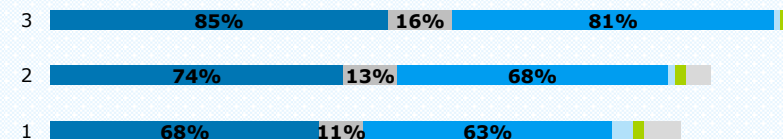
Foretrukne støttearbejde, relativt fordelt på branche

Andele i pct. "I din optik, hvordan kan Erhvervsstyrelsen bedst støtte din virksomhed i arbejdet med dataetik?"



Foretrukne støttearbejde, relativt fordelt på virksomhedsstørrelse

Andele i pct. "I din optik, hvordan kan Erhvervsstyrelsen bedst støtte din virksomhed i arbejdet med dataetik?"



Kilde: Dataetik spørgeskemaundersøgelse, 2020, spm. 16

MELLEMSTORE VIRKSOMHEDER INDEN FOR VIDENSERVICE SCORER HØJST PÅ ARBEJDE MED DATAETIK

Arbejde med dataetik varierer efter virksomhedsstørrelse inden for nogle brancher og for andre slet ikke. Inden for Videnservice har de mellemstore virksomheder den højeste score af alle på arbejdet med dataetik.

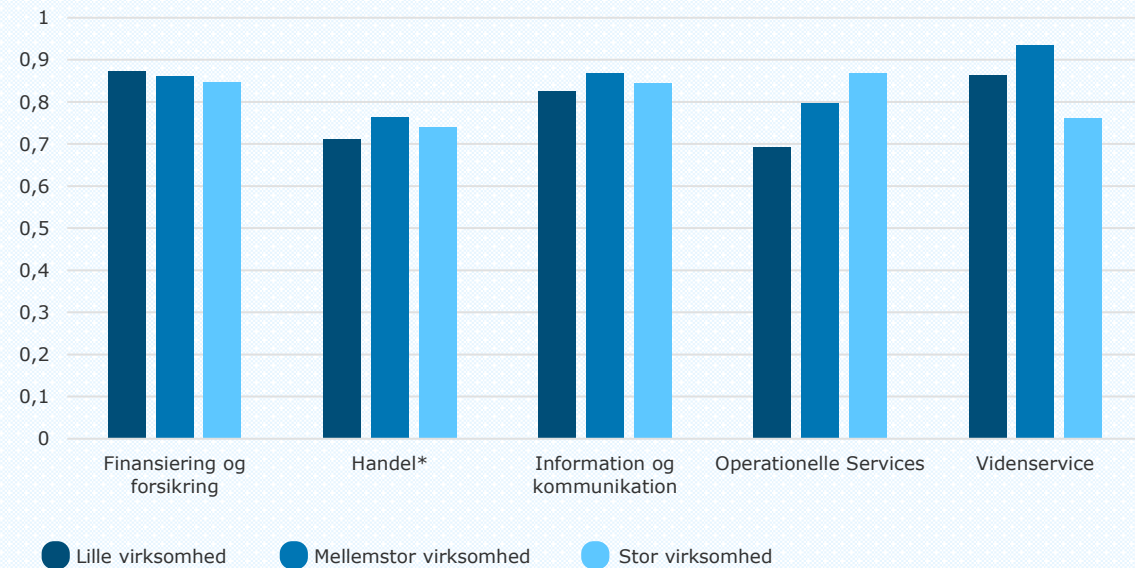
Generelt er der ikke stor variation i, hvilke størrelser af virksomheder som arbejder med dataetik i nogle brancher, hvor der i andre er større forskelle.

En lille variation blandt små, mellemstore og store virksomheder i branchen Finansiering og forsikring, som alle scorer mellem 0,84-0,87. Det samme mønster findes i branche Handel og Information og kommunikation.

Større variation findes i branchen Operationelle services, hvor små virksomheder scorer hhv. 0,69 og store virksomheder 0,86. Større variation ses også i branchen Videnservice, men her med de mellemstore virksomheder som højst scorende.

Indeks for virksomhedsarbejde med dataetik fordelt på størrelser inden for branche

Indeks på en skala fra 1 til 0, hvor 1 indikerer, at virksomheden i høj grad arbejder med dataetik, og 0 indikerer, at virksomheden ikke arbejder med dataetik.



Kilde: Dataetik spørgeskemaundersøgelse, 2020

*I handelsbranchen er virksomheder inden for fysisk detail- og engroshandel udvalgt med et særligt kriterie om over 50 ansatte. Øvrige brancher er udvalgt med et kriterie om over 10 ansatte.

TEMA 4: FORRETNINGSMULIGHEDER



FORRETNINGSMULIGHEDER



Dette tema afdækker:

- Betydningen af kunders tillid til virksomhedernes datahåndtering.
- Kunders interesse for virksomhedens dataetik.
- Hvor ser virksomhederne forretningsmuligheder i dataetik.
- Hvor ses udfordringer med at realisere disse.



TAKE-AWAYS



- ❑ For to ud af tre virksomheder er kundernes tillid til virksomhedens datahåndtering vigtig for virksomhedens forretning.
- ❑ Halvdelen af virksomhederne vurderer, at deres kunder har interesse for, hvordan virksomheden arbejder med dataetik.
- ❑ Knap halvdelen af virksomhederne ser forretningsmuligheder ved mere tilfredse kunder, en tredjedel ser fordele ved at være på forkant med fremtidig regulering og forbedring af virksomhedens brandingværdi. Hver femte ser ingen forretningsværdi.
- ❑ De væsentligste udfordringer ses at være for høje implementeringsomkostninger, manglende interne kompetencer og manglende efterspørgsel fra kunder.

KUNDERS TILLID TIL, AT DER VÆRNES OM DERES RET TIL PRIVATLIV, BETYDER NOGET FOR VIRKSOMHEDERNES FORRETNING

To ud af tre virksomheder vurderer, at kundernes tillid til, at virksomhederne værner om kundernes ret til privatliv, i nogen grad betyder meget for virksomhedens forretning.

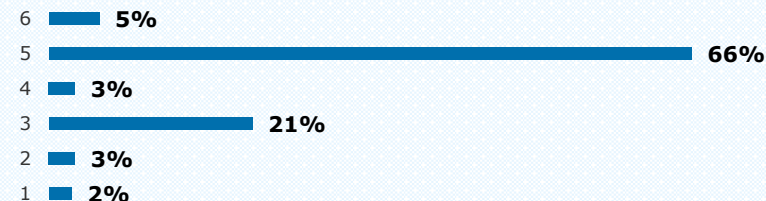
Størstedelen (66 pct.) af virksomhederne vurderer i nogen grad, at kundernes tillid til, at virksomheden værner om deres ret til privatliv, betyder meget for virksomhedens forretning, og en mindre andel (5 pct.), at det har høj betydning.

Et stort mindretal (21 pct.) af virksomhederne vurderer, at det i mindre grad eller slet ikke (3 pct.) betyder meget for deres forretning, at kunderne har tillid til, at virksomhederne værner om kundernes ret til privatliv.

Persondata

Betydning af kunders tillid om ret til privatliv

Andele i pct. "Vores kunders tillid til, at vi værner om deres ret til privatliv, betyder meget for virksomhedens forretning"



Kilde: Dataetik spørgeskemaundersøgelse, 2020, spm. 17

FINANSIERING OG FORSIKRING ER MEST AFHÆNGIGE AF KUNDERNES TILLID TIL VÆRN OM DERES PRIVATLIV

Branchebeskrivelse

Virksomhederne i alle brancher vurderer, at kunders tillid til, at virksomhederne værner om deres ret til privatliv, i høj grad betyder meget for virksomhedens forretning.

Allervigtigst vurderes det af virksomheder inden for Finansiering og forsikring, hvor 83 pct. angiver, at det i høj grad betyder meget for deres virksomhed. Inden for Handel, som ligger lavest, er den tilsvarende andel 57 pct.

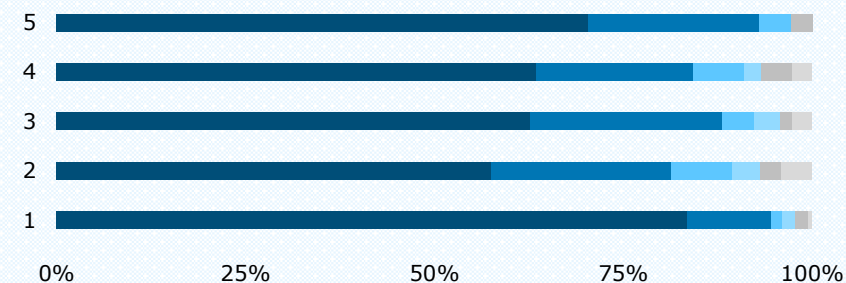
Virksomhedsstørrelse

Generelt vurderer virksomhederne på tværs af størrelse, at kunders tillid til, at virksomhederne værner om deres ret til privatliv, i høj grad betyder meget for virksomhedens forretning.

Persondata

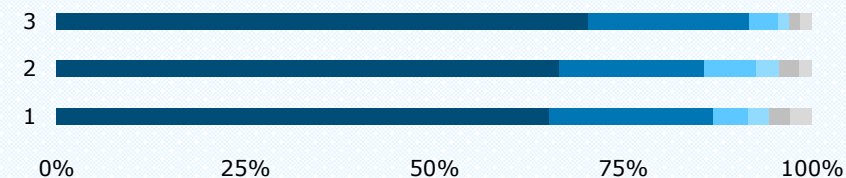
Betydning af kunders tillid om ret til privatliv, relativt fordelt på branche

Andele i pct. "Vores kunders tillid til, at vi værner om deres ret til privatliv, betyder meget for virksomhedens forretning"



Betydning af kunders tillid om ret til privatliv, relativt fordelt på virksomhedsstørrelse

Andele i pct. "Vores kunders tillid til, at vi værner om deres ret til privatliv, betyder meget for virksomhedens forretning"



● I høj grad ● I nogen grad ● Hverken/eller ● I mindre grad ● Slet ikke ● Ved ikke

Kilde: Dataetik spørgeskemaundersøgelse, 2020, spm. 17

VIRKSOMHEDER HAR MEGET FORSKELLIGE OPLEVELSER AF KUNDERS INTERESSE FOR VIRKSOMHEDENS DATAETIK

Virksomheder oplever i meget forskellig grad interesse fra kunder for, hvordan virksomheden arbejder med dataetik.

Virksomhedernes oplevelser er derudover meget differentierede på dette spørgsmål.

En stor del af virksomhederne oplever, at deres kunder/brugere har interesse for, hvordan virksomheden arbejder med dataetik. Således vurderer 14 pct., at deres kunder i høj grad har interesse herfor, mens 31 pct. vurderer, at de i nogen grad har interesse herfor.

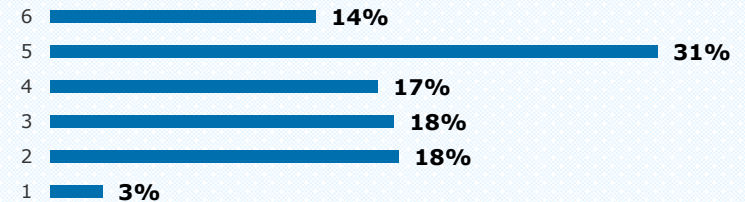
En anden stor del af virksomhederne, svarende til i alt 36 pct., oplever i mindre grad eller slet ikke, at kunderne har interesse for virksomhedens arbejde med dataetik.

Persondata

Kunders interesse for virksomheders dataetiske arbejde

Andele i pct.

"Vi oplever, at vores kunder/brugere har interesse for, hvordan virksomheden arbejder med dataetik"



Kilde: Dataetik spørgeskemaundersøgelse, 2020, spm. 18

OVER HALVDELEN AF VIRKSOMHEDER I VIDENSERVICE OG I INFORMATION OG KOMMUNIKATION OPLEVER STOR KUNDEINTERESSE FOR DATAETIK

Branchebeskrivelse

Kunders interesse for virksomheders dataetiske arbejde vurderes forskelligt på tværs af branche.

Inden for Handel vurderer 6 pct., at kunderne i høj grad har interesse for virksomhedens dataetiske arbejde, mens der inden for Information og kommunikation er 23 pct., der har denne vurdering.

Videnservice og Information og kommunikation er de eneste brancher, hvor over halvdelen af virksomhederne vurderer, at kunders interesse for virksomhedens dataetiske arbejde er stor (i høj grad eller nogen grad).

Virksomhedsstørrelse

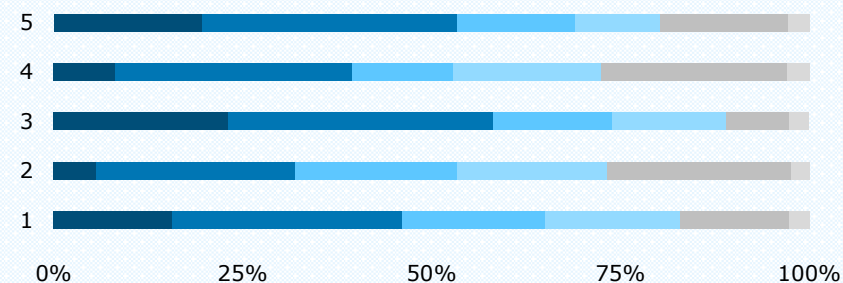
Små og mellemstore virksomheder vurderer, at kunders interesse for deres dataetiske arbejde overvejende er i hverken/eller, i mindre grad til slet ingen interesse.

Store virksomheder mener overvejende i nogen til høj grad, at kunder har interesse for deres arbejde med dataetik.

Persondata

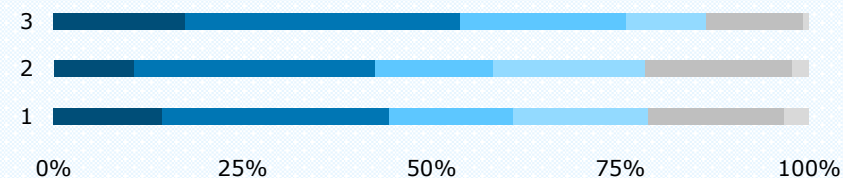
Kunders interesse for virksomheders dataetiske arbejde, relativt fordelt på branche

Andele i pct. "Vi oplever, at vores kunder/brugere har interesse for, hvordan virksomheden arbejder med dataetik"



Kunders interesse for virksomheders dataetiske arbejde, relativt fordelt på virksomhedsstørrelse

Andele i pct. "Vi oplever, at vores kunder/brugere har interesse for, hvordan virksomheden arbejder med dataetik"



● I høj grad ● I nogen grad ● Hverken/eller ● I mindre grad ● Slet ikke ● Ved ikke

Kilde: Dataetik spørgeskemaundersøgelse, 2020, spm. 18

VIRKSOMHEDER SER MULIGHED FOR BEDRE KUNDEFORHOLD, BRANDINGVÆRDI OG DET AT VÆRE KLAR TIL FREMTIDIG LOVGIVNING

Virksomhederne ser særligt forretningsmæssige muligheder i arbejdet med dataetik, når det kommer til deres kunderelation.

Virksomhederne kan i høj grad se forretningsmæssige muligheder i arbejdet med dataetik, når det kommer til mere tilfredse kunder/brugere (42 pct.) og fastholdelse af kunder/brugere (39 pct.).

Derudover ser et stort mindretal (33 pct.) af virksomhederne forretningsmæssige muligheder i arbejdet med dataetik ved at være på forkant med fremtidig lovgivning. Et andet stort mindretal af virksomhederne (29 pct.) ser brandingværdi som en forretningsmæssig mulighed.

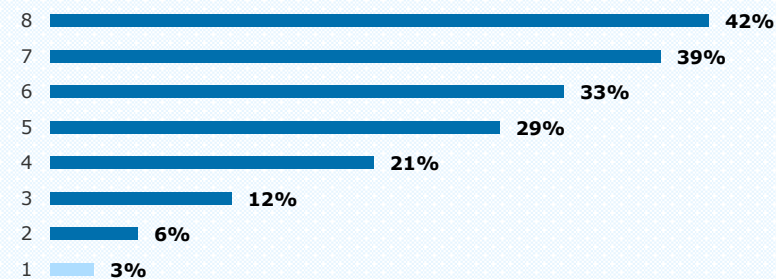
Alligevel ser 21 pct. af virksomhederne ingen forretningsmæssige muligheder i at arbejde med dataetik.

En mindre del (12 pct.) af virksomhederne ser nye produkter/tjenester som forretningsmæssige muligheder i at arbejde med dataetik.

6 pct. af virksomhederne ved ikke, hvilke forretningsmæssige muligheder som virksomheden kan opnå ved at arbejde med dataetik. Andre forretningsmæssige muligheder (3 pct.), som virksomhederne ser, er omdømme, lovgivning, sikkerhed, kvalitet af datavedligeholdelse samt databehandleraftaler.

Forretningsmæssige muligheder i arbejdet med dataetik

Andel af virksomheder i pct. "Hvilke forretningsmæssige muligheder kan din virksomhed se i at arbejde med dataetik?"



Uddybning af "Andre": Andre muligheder i arbejdet med dataetik

Top-5 hyppigste svar angivet i svarkategorien "Andre". Hyppighed af svar illustreret ved cirkelstørrelse. "Hvilke forretningsmæssige muligheder kan din virksomhed se i at arbejde med dataetik?"



Kilde: Dataetik spørgeskemaundersøgelse, 2020, spm. 19

ALLE BRANCHER SER MULIGHEDER, ISÆR DE STORE VIRKSOMHEDER DE FLESTE MULIGHEDER SES I INFORMATION OG KOMMUNIKATION

Branchebeskrivelse

Virksomheder inden for Information og kommunikation og Finansiering og forsikring ser i lidt højere grad end de øvrige brancher forretningsmæssige muligheder i arbejdet med dataetik, særligt på mere tilfredse og fastholdelse af kunder.

Videnservice har største andel af virksomheder, der peger på muligheder i nye produkter og tjenester (20 pct.).

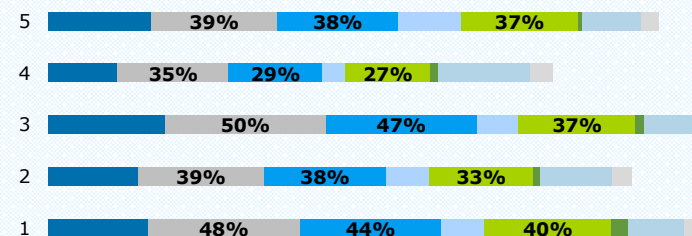
Finansiering og forsikring har største andel, der peger på muligheden for at være på forkant med fremtidig lovgivning (40 pct.).

Virksomhedsstørrelse

Særlig store virksomheder ser i højere grad forretningsmæssige muligheder i arbejdet med dataetik end de øvrige virksomhedsstørrelser.

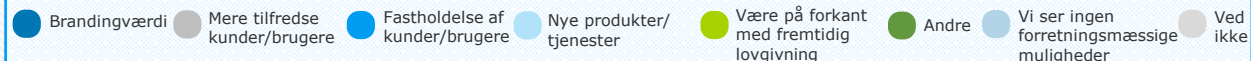
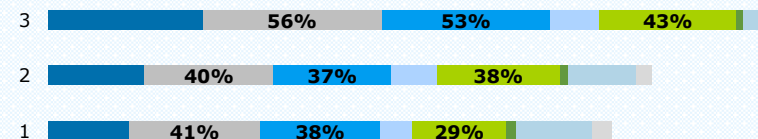
Forretningsmæssige muligheder i arbejdet med dataetik, relativt fordelt på branche

Andel af virksomheder i pct. "Hvilke forretningsmæssige muligheder kan din virksomhed se i at arbejde med dataetik?"



Forretningsmæssige muligheder i arbejdet med dataetik, relativt fordelt på virksomhedsstørrelse

Andel af virksomheder i pct. "Hvilke forretningsmæssige muligheder kan din virksomhed se i at arbejde med dataetik?"



Kilde: Dataetik spørgeskemaundersøgelse, 2020, spm. 19

UDFORDRINGER I ARBEJDET MED DATAETIK ER IMPLEMENTERINGS- OMKOSTNINGER, KOMPETENCER OG EFTERSPØRGSEL FRA KUNDER

Virksomhederne vurderer, at deres største forretningsmæssige udfordring i arbejdet med dataetik er høje implementeringsomkostninger.

En væsentlig del af virksomhederne (27 pct.) ser ingen forretningsmæssige udfordringer i arbejdet med dataetik.

Den største forretningsmæssige udfordring, som virksomhederne ser i arbejdet med dataetik, er for høje implementeringsomkostninger (29 pct.).

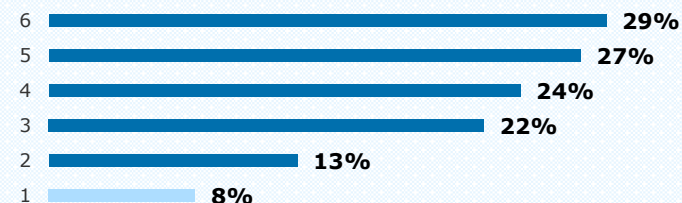
Derudover ser virksomhederne også udfordringer i manglende interne kompetencer inden for området (24 pct.) og manglende efterspørgsel fra kunder/brugere (22 pct.).

Et mindretal (13 pct.) af virksomhederne ved ikke, hvilke forretningsmæssige udfordringer de ser i arbejdet med dataetik.

8 pct. af virksomheder angiver andre forretningsmæssige udfordringer, som dækker over ressourcer, kompleksitet, tvetydighed, manglende guidelines og manglende interesse.

Virksomhedens udfordringer personoplysninger, relativt fordelt på branche

Andel af virksomheder i pct. "Hvilke forretningsmæssige udfordringer ser din virksomhed i arbejdet med dataetik?"



Uddybning af "Andre": Andre forretningsmæssige udfordringer i arbejdet med dataetik

Top-5 hyppigste svar angivet i svarkategorien "Andre". Hyppighed af svar illustreret ved cirkelstørrelse. "Hvilke forretningsmæssige muligheder kan din virksomhed se i at arbejde med dataetik?"



Kilde: Dataetik spørgeskemaundersøgelse, 2020, spm. 2

VIRKSOMHEDERNE SER NÆSTEN SAMME UDFORDRINGER PÅ TVÆRS AF BRANCHER OG STØRRELSER

Branchebeskrivelse

De forretningsmæssige udfordringer i arbejdet med dataetik fordeler sig relativt ens på tværs af brancher.

Særlig virksomheder inden for branchen Vidensservice ser for høje implementeringsomkostninger som en større udfordring end resten af virksomhederne (38 pct.). På den anden side ser langt færre inden for Operationelle services (23 pct.) dette som udfordring.

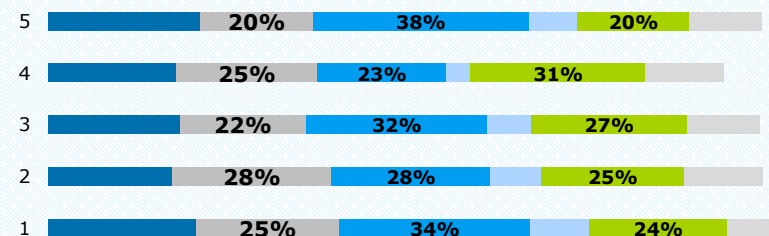
Virksomhedsstørrelse

Der er lille varians på de forretningsmæssige udfordringer i arbejdet med dataetik på tværs af virksomhedsstørrelse.

En relativt større andel af de store virksomheder ser ingen udfordringer sammenlignet med de mellemstore og små virksomheder.

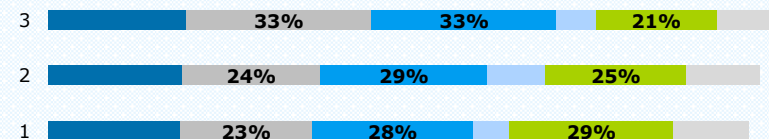
Forretningsmæssige udfordringer i arbejdet med dataetik, relativt fordelt på branche

Andel af virksomheder i pct. "Hvilke forretningsmæssige udfordringer ser din virksomhed i arbejdet med dataetik?"



Forretningsmæssige udfordringer i arbejdet med dataetik, relativt fordelt på virksomhedsstørrelse

Andel af virksomheder i pct. "Til hvilke formål bruger din virksomhed oplysninger om personer (ekskl. medarbejdere)?"



● Manglende efterspørgsmål fra kunder/brugere
 ● Manglende interne kompetencer inden for området
 ● For høje implementeringsomkostninger
 ● Andre
 ● Vi ser ingen udfordringer
 ● Ved ikke

Kilde: Dataetik spørgeskemaundersøgelse, 2020, spm. 20

DE STORE OG MELLEMSTORE VIRKSOMHEDER SER FLEST FORRETNINGSMULIGHEDER, HANDEL SER FÆRREST

De store og mellemstore virksomheder ser flest forretningsmuligheder i arbejdet med dataetik.

Færre små virksomheder ser forretningsmuligheder i at arbejde med dataetik, men brancher betyder mere, idet virksomheder inden for Handel og små og mellemstore virksomheder inden for Operationelle services scorer væsentlig lavere end øvrige virksomheder.

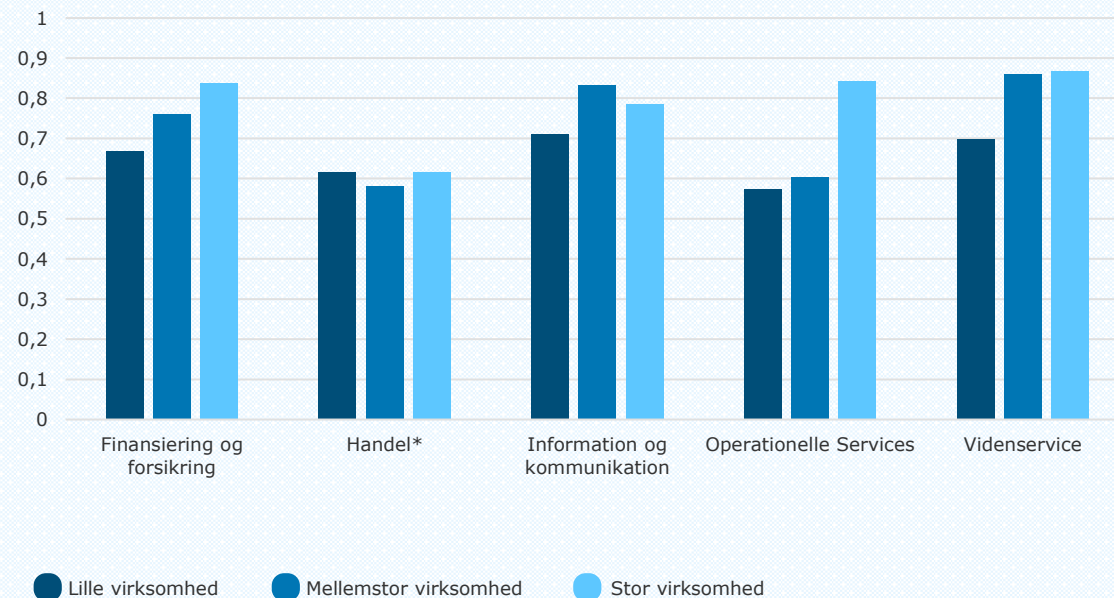
Generelt scorer små virksomheder ikke højt, når det kommer til forretningsmuligheder i arbejdet med dataetik sammenlignet med nogle af de mellemstore og store virksomheder.

Blandt små virksomheder i branchen Operationelle services findes den laveste score (0,57).

I modsætning hertil har store virksomheder i branchen Videnservice den højeste score på (0,87).

Indeks for forretningsmuligheder med dataetik fordelt på størrelser inden for branche

Indeks på en skala fra 1 til 0, hvor 1 indikerer, at virksomheden i høj grad ser forretningsmuligheder i dataetik, og 0 indikerer, at virksomheden ikke ser nogle forretningsmuligheder i dataetik



Kilde: Dataetik spørgeskemaundersøgelse, 2020

*I handelsbranchen er virksomheder inden for fysisk detail- og engroshandel udvalgt med et særligt kriterie om over 50 ansatte. Øvrige brancher er udvalgt med et kriterie om over 10 ansatte.

UNDERSØGELSENS METODE

POPULATIONEN ER UDVALGT PÅ BAGGRUND AF BRANCHE OG STØRRELSE

Tilvejebringelse af et populationsgrundlag

Ved hjælp af erhvervsdatabasen Bisnode er den virksomhedspopulation, der indgår i spørgeskemaundersøgelsen identificeret. Bisnode indeholder baggrunds- og kontaktoplysninger på en stor andel af virksomheder baseret på oplysninger fra CVR og Skat.

Udvælgelse af branche

Udgangspunktet for populationen er informations- og kommunikationsbranchen, detail- og e-handelsbranchen, pengeinstitut- og finansvirksomheder, forsikring, juridisk bistand, administrative tjenesteydelser, bogføring og revision samt reklame og markedsanalyse, som aktivt indsamler, bruger og bearbejder data. Brancherne er grupperet i Videnservice, Operationelle services, Information og kommunikation, Handel og Finansiering og forsikring efter DB07 19-grp*.

Kort om størrelseskategorier

Undersøgelsen omfatter virksomheder med mindst 10 ansatte, som i rapportering er opdelt i små virksomheder (10-50), mellemstore virksomheder (50-200) og store virksomheder (over 200 ansatte).

En undtagelse er indenfor fysisk detailhandel, hvor kun virksomheder med mindst 50 ansatte er omfattet, da undersøgelsen ikke skønnes så relevant for det mindste segment indenfor detailhandel.

*Se Bilag for detaljer om brancheinddeling

Branche (DB07 19-grp)*	Eksempler	Virksomheds størrelse	Ansatte
Videnservice	Fx juridisk bistand	Stor virksomhed	+200
Operationelle services	Fx vikarbureauer	Mellemstor virksomhed	50-200
Information og kommunikation	Fx radiostationer	Lille virksomhed	10-50
Handel	Fx e-handel og discountforretninger		
Finansiering og forsikring	Fx banker		

*Se Bilag for detaljer om brancheinddeling
Kilde: Dataetik spørgeskemaundersøgelse, 2020, spm. 1,

SPØRGESKEMA ER UDARBEJDET I SAMARBEJDE MED ERHVERVSSTYRELSEN OG PILOTTESTET

Udarbejdelse af spørgeskema

Spørgerammen er udarbejdet i samarbejde med Erhvervsstyrelsen med sigte på at indsamle viden til brug for det videre arbejde med Dataetik i Erhvervsstyrelsen og hos andre interessenter.

Spørgerammen er pilottestet på 6 virksomheder og det er dermed søgt efterprøvet, at spørgsmålene er meningsfulde og genkendelige for respondenterne.

Udsendelse af spørgeskema

Til udvikling og gennemførelse af spørgeskemaundersøgelsen har Rambøll brugt survey-plattformen SurveyXact, der er udviklet og ejet af Rambøll. Da Rambøll derved har fuld kontrol over hele dataindsamlingsprocessen, har vi kunne garantere de medvirkende virksomheder anonymitet ved deltagelse i undersøgelsen.

Respondent

Spørgeskemaet er udsendt digitalt til virksomhedens officielle e-mail i det omfang den var tilgængelig hos dataleverandøren, Bisnode. De virksomheder, hvor vi ikke har haft en e-mail eller en e-mail ikke har været valid har ikke indgået i undersøgelsen. I introteksten til spørgeskemaet blev virksomheden bedt om at blive besvaret af en person med viden om virksomhedens arbejde med data.

Rykkere

Efter udsendelse til virksomhederne i målgruppen blev der udsendt en rykker. Det foregik ca. 1 uge efter udsendelsen af spørgeskemaet for at sikre en høj svarprocent.

Information om behandling af personoplysninger

Rambøll Management Consulting er dataansvarlig for behandlingen af survey data og har informeret alle respondenter om indsamlingsformål, grundlag, anvendelse og videregivelse.

Indsamlingen af oplysninger har til formål at give Erhvervsstyrelsen en større indsigt i danske virksomheders arbejde med dataetik og støtte danske virksomheder i at få størst mulig værdi af at arbejde med ansvarlig brug af data. Besvarelsenerne er sammenfattet således, at de fremstår anonyme.

Retsgrundlaget for behandling af oplysninger følger af Erhvervsstyrelsens opgaver på området som beskrevet i Finansloven for 2020 til "Midlerne skal anvendes til at igangsætte en række initiativer som opfølgning på anbefalingerne fra Ekspertgruppen om dataetik, som skal bidrage til en ansvarlig og bæredygtig dataanvendelse, jf. akt. 102 af 4. april 2019."

Personoplysninger opbevares frem til den 31. januar 2021 og er opsamlet i rapporten, som ikke indeholder persondata og hvor besvarelsenerne af spørgeundersøgelsen fremstår anonyme.

UNDERSØGELSEN HAR EN TILFREDSSTILLELSE HØJ SVARPROCENT PÅ 23

Undersøgelsen opnåede en tilfredsstillende høj svarprocent på 23.

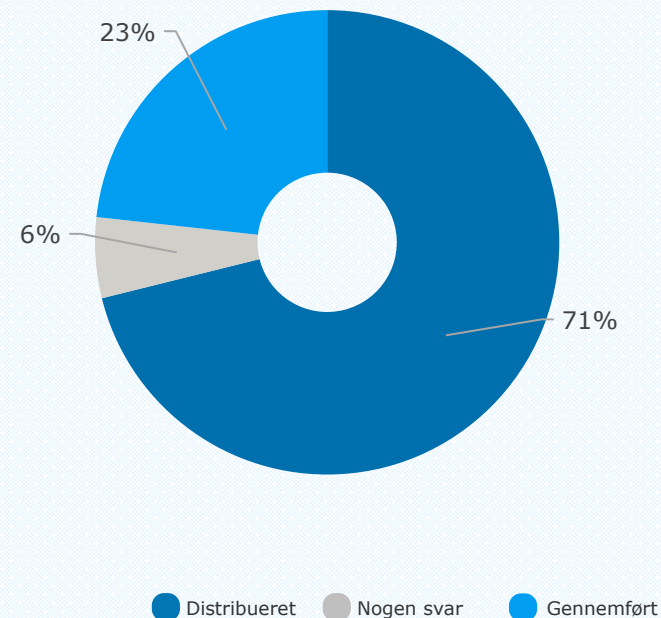
Der er modtaget svar fra 1194 ud af de i alt 5.133 virksomheder, som modtog en invitation til deltagelse. Således har 23 pct. gennemført spørgeskemaet. Dette må anses som en høj svarprocent i denne type frivillige undersøgelser fremsendt med mail til virksomhedens hovedpostkasse.

6 pct. af virksomhederne påbegyndte deres besvarelse, men færdiggjorde den ikke.

Resterende distribuerede spørgeskemaer er hverken blevet besvaret eller påbegyndt af virksomhederne af 71 pct. af virksomhederne.

Samlet status for udsendelse af spørgeskemaet

Andel i pct.



Kilde: Dataetik spørgeskemaundersøgelse, 2020, spm. 1,

GENNEMFØRTE BESVARELSER MATCHER OVERORDNET POPULATIONSGRUNDLAG

Populationen og distribuering af spørgeskema

Populationsgrundlaget udgjorde 6.495 virksomheder, hvoraf 5.133 virksomheder havde registreret e-mail adresser i Bisnode.

Spørgeskemaet blev derfor udsendt til 5.133 virksomheder, hvoraf 1.194 virksomheder gennemførte spørgeskemaet.

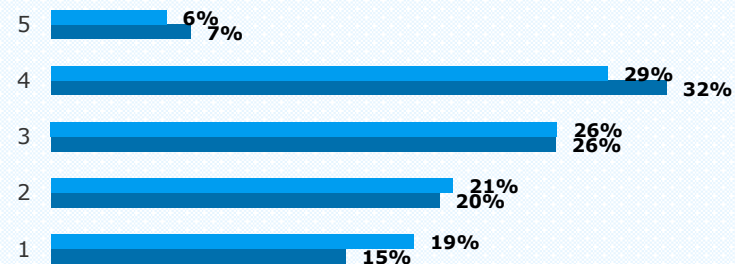
Gennemførte besvarelser

De gennemførte besvarelser matcher populationsgrundlaget, som spørgeskemaet blev distribueret til på overordnet niveau jf. figuren til højre.

Inden for enkelte grupper er der nogle mindre forskelle, fx Operationelle services med 3 pct. points forskel eller Finansiering og forsikring med 4 pct. points forskel.

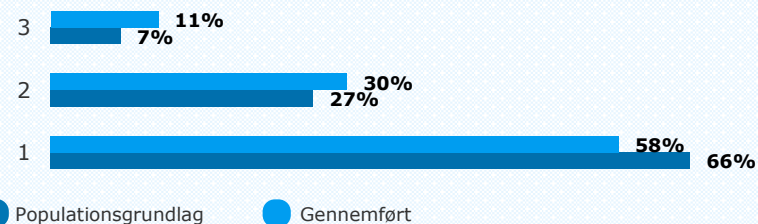
Gennemførte svar og populationsgrundlag relativt fordelt på branche.

Andele i pct.



Gennemførte svar og populationsgrundlag relativt fordelt på virksomhedsstørrelse.

Andele i pct.



Kilde: Dataetik spørgeskemaundersøgelse, 2020, spm. 1,

LEDERE OG TOPLEDERE ER HYPPIGSTE RESPONDENTER

Størst repræsentation blandt ledere og topledere.

Blandt virksomhedsrespondenter er det primært topledere- og ledere, der har besvaret spørgeskemaet. Den tendens ses både på tværs af brancher og på tværs af virksomhedsstørrelse

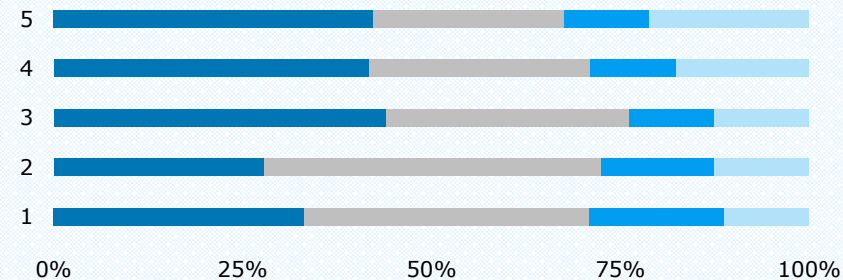
For brancherne Vidensservice, Operationelle services og Information og kommunikation er der en overvægt af topledere, som har besvaret spørgeskemaet.

For virksomheder på tværs af virksomhedsstørrelse, er topledere bedst repræsenteret blandt små virksomheder.

Andelen af specialister og andre stillingsbetegnelser udmønstres sig relativt ens for respondenter i virksomhederne på tværs af branche og virksomhedsstørrelse.

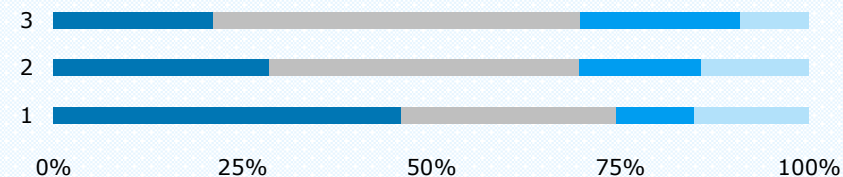
Stillingsbetegnelse blandt respondenter relativt fordelt på branche

Andele i pct. "Hvad er din stillingsbetegnelse?"



Stillingsbetegnelse blandt respondenter relativt fordelt på branche

Andele i pct. "Hvad er din stillingsbetegnelse?"



● Topleder ● Leder ● Specialist ● Andet

Kilde: Dataetik spørgeskemaundersøgelse, 2020, spm. 1,

RESPONDENTER SIDDER TYPISK I DIREKTION, IT ELLER ØKONOMIAFDELINGER

Størst deltagelse af ansatte i Direktionen, IT og økonomi

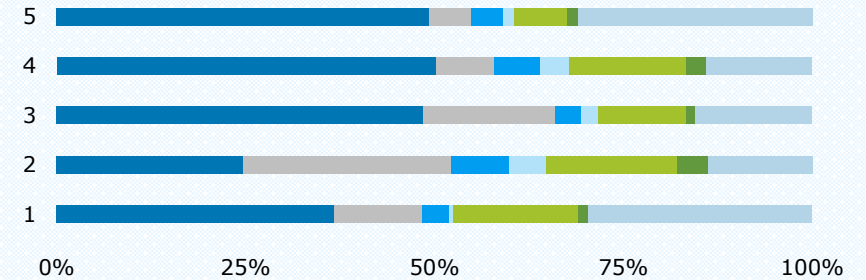
Blandt respondenter, er spørgeskemaet typisk blevet besvaret af en ansat i Direktionen, i IT afdelingen eller i økonomiafdelingen.

I branchen Handel, er der en relativ mindre andel respondenter fra Direktionen, hvor flest respondenter er ansat i IT afdelinger.

Blandt små virksomheder er der en større overvægt af svar fra ansatte i Direktionen sammenlignet med de store- og mellemstore virksomheder.

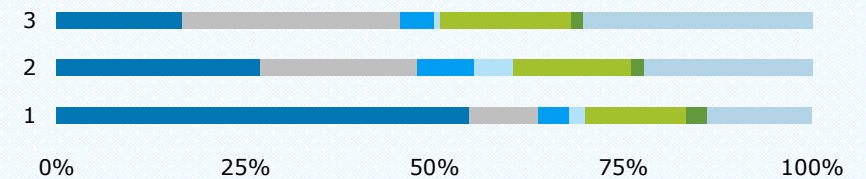
Afdelingsposition blandt respondenter relativt fordelt på branche

Andele i pct. "I hvilken afdeling sidder du?"



Afdelingsposition blandt respondenter relativt fordelt på branche

Andele i pct. "I hvilken afdeling sidder du?"



● Direktion ● IT ● HR ● Salg ● Økonomi ● Marketing ● Anden

Kilde: Dataetik spørgeskemaundersøgelse, 2020, spm. 2,

DATAETISK INDEKS SAMMENFATTER VIRKSOMHEDERNES ORIENTERING MOD DATAETIK

Dataetisk indeks

Til brug for præsentation af undersøgelsens resultater og efterfølgende analyser er der etableret et indeks for virksomhedernes tilgang til dataetik. Indekset er alene baseret på virksomhedernes svar i undersøgelsen.

Formål med dataetisk indeks

Formålet med indekset er at give en indikation af, i hvilken grad virksomhederne er orienteret mod emnet dataetik, som kan anvendes i det videre arbejde.

Indekset er således anvendt til at identificere virksomheder som i særlig høj eller lav grad hhv. indsamler og bruger data, har kendskab til dataetik, arbejder med dataetik og ser forretningsmuligheder i dataetik.

Indekset er endvidere anvendt til at illustrere de branchemæssige og størrelsesrelaterede forskelle blandt virksomheder for de enkelte hovedtemaer i undersøgelsen: indsamling og brug af data, kendskab til dataetik, arbejde med dataetik og forretningsmuligheder i dataetik.

Opbygning af dataetisk indeks

Der er beregnet dataetiske indeks for hvert af undersøgelsens fire temaer. Indekset er beregnet som et gennemsnit af relevante virksomhedssvar som indgår i hvert af de fire hovedtemaer i undersøgelsen. Under bilag med spørgsmål er markeret, hvilke svarmuligheder der indgår i indekset

Et indeks for hvert hovedtema

I hovedtemaet 'indsamling og brug af data' indgår 3 spørgsmål. I temaet 'kendskab til dataetik' indgår 3 spørgsmål, i 'arbejde med dataetik' indgår 4 spørgsmål og i 'forretningsmuligheder i dataetik' indgår 3 spørgsmål. Spørgsmål kan have et eller flere svarmuligheder der kan tildele spørgsmålet værdien "1". Hvis ingen af disse svarmuligheder er valgt af respondenterne, tildeles spørgsmålet værdien "0"

Det samlede indeks

Det samlede indeks er beregnet som et gennemsnit af virksomhedssvar på alle de spørgsmål, der fordeler sig over de 4 hovedtemaer i undersøgelsen. Indekset spænder over intervallet 1-0. Ved beregning af gennemsnittet er virksomhedssvar på spørgsmål konstrueret til binære skalaer, hvor svarkategorier er givet hhv. værdien 1 og 0.

I det samlede indeks er 1 ensbetydende med, at virksomheden er meget dataetisk orienteret, mens 0 indikerer at virksomheden slet ikke er dataetisk orienteret.

*Se de inkluderede spørgsmål i Bilag

BILAG

SPØRGESKEMA

BRANCHEUDVÆLGELSE

OMFATTEDE BRANCHEGRUPPER OG BRANCHER 1:3

Nedenstående tabel viser alle de adspurgte brancher og deres hovedgruppering

Branchegruppering 19	Branche	
Finansiering og forsikring	<ul style="list-style-type: none"> <input type="checkbox"/> Anden finansiel formidling undtagen forsikring og pensionsforsikring, i.a.n. <input type="checkbox"/> Anden forsikring <input type="checkbox"/> Anden pensionsforsikring <input type="checkbox"/> Andre hjælpetjenester i forbindelse med finansiel formidling <input type="checkbox"/> Andre hjælpetjenester i forbindelse med forsikring og pensionsforsikring <input type="checkbox"/> Andre kreditinstitutter <input type="checkbox"/> Andre creditselskaber <input type="checkbox"/> Banker, sparekasser og andelskasser <input type="checkbox"/> Biografer <input type="checkbox"/> Bogføring og revision; skatterådgivning <input type="checkbox"/> Centralbanker <input type="checkbox"/> Finansiell leasing <input type="checkbox"/> Finansielle holdingselskaber 	<ul style="list-style-type: none"> <input type="checkbox"/> Formueforvaltning <input type="checkbox"/> Forsikringsagenters og forsikringsmægleres virksomhed <input type="checkbox"/> Forvaltning af kapitalmarkeder <input type="checkbox"/> Genforsikring <input type="checkbox"/> Gennemløbsholdingselskaber <input type="checkbox"/> Ikke-finansielle holdingselskaber <input type="checkbox"/> Investeringsforeninger <input type="checkbox"/> Investeringselskaber <input type="checkbox"/> Livsforsikring <input type="checkbox"/> Pensionskasser <input type="checkbox"/> Realkreditinstitutter <input type="checkbox"/> Risiko- og skadesvurdering <input type="checkbox"/> Ventureselskaber og kapitalfonde <input type="checkbox"/> Værdipapir- og varemægling
Handel	<ul style="list-style-type: none"> <input type="checkbox"/> Agenturhandel med brændstoffer, malme, metaller og kemiske produkter til industrien <input type="checkbox"/> Agenturhandel med maskiner, teknisk udstyr, skibe og flyvemaskiner <input type="checkbox"/> Agenturhandel med specialiseret varesortiment i.a.n. <input type="checkbox"/> Agenturhandel med tekstiler, beklædning, pelsværk, fodtøj og lædervarer <input type="checkbox"/> Anden agenturhandel med føde-, drikke- og tobaksvarer <input type="checkbox"/> Anden detailhandel fra ikke-specialiserede forretninger <input type="checkbox"/> Anden detailhandel med fødevarer i specialforretninger <input type="checkbox"/> Anden detailhandel undtagen fra forretninger, studepladser og markeder <input type="checkbox"/> Apoteker <input type="checkbox"/> Autoreparationsværksteder mv. <input type="checkbox"/> Babyudstyrs- og børnetøjsforretninger <input type="checkbox"/> Blomsterforretninger <input type="checkbox"/> Boligtekstilforretninger <input type="checkbox"/> Byggemarkeder og værktøjsmagasiner <input type="checkbox"/> Detailhandel med andre varer i.a.n. <input type="checkbox"/> Detailhandel med andre varer i.a.n. via internet <input type="checkbox"/> Detailhandel med belysningsartikler samt husholdningsartikler i.a.n. <input type="checkbox"/> Detailhandel med brugte varer i forretninger <input type="checkbox"/> Detailhandel med brød, konditori- og sukkervarer <input type="checkbox"/> Detailhandel med bøger <input type="checkbox"/> Detailhandel med bøger, kontorartikler, musik eller film via internet 	<ul style="list-style-type: none"> <input type="checkbox"/> Detailhandel med computere, ydre enheder og software <input type="checkbox"/> Detailhandel med dagligvarer via internet <input type="checkbox"/> Detailhandel med elektriske husholdningsapparater <input type="checkbox"/> Detailhandel med elektroniske eller elektriske apparater samt fotoudstyr via internet <input type="checkbox"/> Detailhandel med føde-, drikke- og tobaksvarer fra studepladser og markeder <input type="checkbox"/> Detailhandel med hobbyartikler, musikinstrumenter, sportsudstyr, legetøj, cykler via internet <input type="checkbox"/> Detailhandel med husholdnings- eller boligudstyr, bortset fra elektriske apparater, via internet <input type="checkbox"/> Detailhandel med kjolestoffer, garn, broderier mv. <input type="checkbox"/> Detailhandel med kosmetikvarer og produkter til personlig pleje <input type="checkbox"/> Detailhandel med køkkenudstyr, glas, porcelæn, bestik, vaser, lysestager mv. <input type="checkbox"/> Detailhandel med medicin og produkter til personlig pleje via internet <input type="checkbox"/> Detailhandel med medicinske og ortopædiske artikler <input type="checkbox"/> Detailhandel med personbiler, varebiler og minibusser <input type="checkbox"/> Detailhandel med reservedele og tilbehør til motorkøretøjer <input type="checkbox"/> Detailhandel med spil og legetøj <input type="checkbox"/> Detailhandel med tøj, sko, lædervarer, ure eller babyudstyr via internet <input type="checkbox"/> Detailhandel med ure, smykker og guld- og sølvvarer <input type="checkbox"/> Detailhandel via Internettet med digitale produkter <input type="checkbox"/> Discountforretninger <input type="checkbox"/> Dyrehandel <input type="checkbox"/> Dækservice

OMFATTEDE BRANCHEGRUPPER OG BRANCHER 2:3

Nedenstående tabel viser alle de adspurgte brancher og deres hovedgruppering

Branchegruppering 19	Branche	
Handel	<ul style="list-style-type: none"> <input type="checkbox"/> Engros- og detailhandel med lastbiler og påhængsvogne mv. <input type="checkbox"/> Engroshandel med andre husholdningsartikler <input type="checkbox"/> Engroshandel med andre kontormaskiner og andet kontorudstyr <input type="checkbox"/> Engroshandel med andre maskiner og andet udstyr <input type="checkbox"/> Engroshandel med andre råvarer og halvfabrikata <input type="checkbox"/> Engroshandel med beklædning <input type="checkbox"/> Engroshandel med blomster og planter <input type="checkbox"/> Engroshandel med bøger, papir og papirvarer <input type="checkbox"/> Engroshandel med computere, ydre enheder og software <input type="checkbox"/> Engroshandel med cykler, sportsartikler og lystbåde <input type="checkbox"/> Engroshandel med elektronisk udstyr <input type="checkbox"/> Engroshandel med fast, flydende og luftformigt brændstof og lignende varer <input type="checkbox"/> Engroshandel med fisk og fiskeprodukter <input type="checkbox"/> Engroshandel med fodtøj <input type="checkbox"/> Engroshandel med frugt og grøntsager <input type="checkbox"/> Engroshandel med hårde hvidevarer <input type="checkbox"/> Engroshandel med indspillede videoer, cd'er, dvd'er mv. <input type="checkbox"/> Engroshandel med isenkram, varmeanlæg og tilbehør <input type="checkbox"/> Engroshandel med kaffe, te, kakao og krydderier <input type="checkbox"/> Engroshandel med kemiske produkter <input type="checkbox"/> Engroshandel med kontormøbler <input type="checkbox"/> Engroshandel med korn, uforarbejdet tobak, såsæd og foderstoffer <input type="checkbox"/> Engroshandel med kufferter og lædervarer <input type="checkbox"/> Engroshandel med kød og kødprodukter <input type="checkbox"/> Engroshandel med lak, maling, tapet, gulvbelægning mv. <input type="checkbox"/> Engroshandel med landbrugsmaskiner, -udstyr og tilbehør hertil <input type="checkbox"/> Engroshandel med levende dyr <input type="checkbox"/> Engroshandel med læge- og hospitalsartikler <input type="checkbox"/> Engroshandel med maskiner til minedrift og bygge- og anlægsvirksomhed <input type="checkbox"/> Engroshandel med medicinalvarer og sygeplejeartikler <input type="checkbox"/> Engroshandel med mejeriprodukter, æg samt spiselige olier og fedtstoffer <input type="checkbox"/> Engroshandel med metaller og metalmalme <input type="checkbox"/> Engroshandel med møbler, tæpper og belysningsartikler <input type="checkbox"/> Engroshandel med parfumerivarer og kosmetik <input type="checkbox"/> Engroshandel med personbiler, varebiler og minibusser <input type="checkbox"/> Engroshandel med porcelæns- og glasvarer 	<ul style="list-style-type: none"> <input type="checkbox"/> Engroshandel med radio og tv mv. <input type="checkbox"/> Engroshandel med rengøringsmidler <input type="checkbox"/> Engroshandel med reservedele og tilbehør til motorkøretøjer <input type="checkbox"/> Engroshandel med sukker, chokolade og sukkervarer <input type="checkbox"/> Engroshandel med tekstiler <input type="checkbox"/> Engroshandel med telekommunikationsudstyr <input type="checkbox"/> Engroshandel med tobaksvarer <input type="checkbox"/> Engroshandel med træ, trælast og byggematerialer <input type="checkbox"/> Engroshandel med ure, smykker og guld- og sølvvarer <input type="checkbox"/> Engroshandel med vin og spiritus <input type="checkbox"/> Engroshandel med værktøjsmaskiner <input type="checkbox"/> Engroshandel med øl, mineralvand, frugt- og grøntsagssaft <input type="checkbox"/> Farve- og tapetforretninger <input type="checkbox"/> Fiskeauktioner <input type="checkbox"/> Fiskeforretninger <input type="checkbox"/> Forhandlere af gaveartikler og brugskunst <input type="checkbox"/> Forhandlere af lystbåde og udstyr hertil <input type="checkbox"/> Forhandlere af musikinstrumenter <input type="checkbox"/> Forhandlere af sports- og campingudstyr <input type="checkbox"/> Ikke-specialiseret engroshandel <input type="checkbox"/> Ikke-specialiseret engroshandel med føde-, drikke- og tobaksvarer <input type="checkbox"/> Karosseriværksteder og autolakererier <input type="checkbox"/> Kunsthandel og gallerivirksomhed <input type="checkbox"/> Købmænd og døgnkiosker <input type="checkbox"/> Lædervareforretninger <input type="checkbox"/> Møbelforretninger <input type="checkbox"/> Optikere <input type="checkbox"/> Planteforhandlere og havecentre <input type="checkbox"/> Radio- og tv-forretninger <input type="checkbox"/> Servicestationer <input type="checkbox"/> Skotøjsforretninger <input type="checkbox"/> Slagter- og viktualieforretninger <input type="checkbox"/> Specialiseret engroshandel med fødevarer i.a.n. <input type="checkbox"/> Supermarkeder <input type="checkbox"/> Tobaksforretninger <input type="checkbox"/> Tøjforretninger

OMFATTEDE BRANCHEGRUPPER OG BRANCHER 3:3

Nedenstående tabel viser alle de adspurgte brancher og deres hovedgruppering

Branchegruppering 19	Branche	
Information og Kommunikation	<ul style="list-style-type: none"> <input type="checkbox"/> Aktiviteter, der udføres efter produktion af film, video- og tv-programmer <input type="checkbox"/> Anden it-servicevirksomhed <input type="checkbox"/> Anden telekommunikation <input type="checkbox"/> Anden udgivelse af software <input type="checkbox"/> Anden udgivervirksomhed <input type="checkbox"/> Andre informationstjenester i.a.n. <input type="checkbox"/> Computer facility management <input type="checkbox"/> Computerprogrammering <input type="checkbox"/> Databehandling, webhosting og lignende serviceydelser <input type="checkbox"/> Distribution af film, video- og tv-programmer <input type="checkbox"/> Fastnetbaseret telekommunikation <input type="checkbox"/> Indspilning af lydoptagelser og udgivelse af musik <input type="checkbox"/> Konsulentbistand vedrørende informationsteknologi 	<ul style="list-style-type: none"> <input type="checkbox"/> Pressebureauer <input type="checkbox"/> Produktion af film og videofilm <input type="checkbox"/> Produktion af tv-programmer <input type="checkbox"/> Radiovirksomhed <input type="checkbox"/> Satellitbaseret telekommunikation <input type="checkbox"/> Trådløs telekommunikation <input type="checkbox"/> Tv-virksomhed <input type="checkbox"/> Udgivelse af aviser og dagblade <input type="checkbox"/> Udgivelse af bøger <input type="checkbox"/> Udgivelse af computerspil <input type="checkbox"/> Udgivelse af distrikts- og annonceblade <input type="checkbox"/> Udgivelse af telefonbøger og adresselister <input type="checkbox"/> Udgivelse af ugeblade og magasiner <input type="checkbox"/> Webportaler
Operationelle services	<ul style="list-style-type: none"> <input type="checkbox"/> Almindelig rengøring i bygninger <input type="checkbox"/> Anden forretningsservice i.a.n. <input type="checkbox"/> Anden personaleformidling <input type="checkbox"/> Anden rengøring af bygninger og rengøring af erhvervslokaler <input type="checkbox"/> Andre rengøringsydelser <input type="checkbox"/> Andre reservationstjenesteydelser og tjenesteydelser i forbindelse hermed <input type="checkbox"/> Arbejdsformidlingskontorer <input type="checkbox"/> Call centres virksomhed <input type="checkbox"/> Fotokopiering, dokumentbehandling og anden specialiseret kontorservice <input type="checkbox"/> Inkassovirksomhed og kreditoplysning <input type="checkbox"/> Kombinerede administrationsserviceydelser <input type="checkbox"/> Kombinerede serviceydelser <input type="checkbox"/> Landskabspleje <input type="checkbox"/> Leasing af intellektuelle ejendomsrettigheder og lignende, dog ikke ophavsretsbeskyttede værker <input type="checkbox"/> Organisering af kongresser, messer og udstillinger <input type="checkbox"/> Overvågning <input type="checkbox"/> Pakkerier 	<ul style="list-style-type: none"> <input type="checkbox"/> Private vagt- og sikkerhedstjenester <input type="checkbox"/> Rejsearrangører <input type="checkbox"/> Rejsebureauer <input type="checkbox"/> Serviceydelser i forbindelse med sikkerhedssystemer <input type="checkbox"/> Skorstensfejning <input type="checkbox"/> Udlejning af kontormaskiner og -udstyr, computere og it-udstyr <input type="checkbox"/> Udlejning og leasing af andet materiel, udstyr og andre materielle aktiver i.a.n. <input type="checkbox"/> Udlejning og leasing af andre varer til personlig brug og husholdningsbrug i.a.n. <input type="checkbox"/> Udlejning og leasing af biler og lette motorkøretøjer <input type="checkbox"/> Udlejning og leasing af entreprenørmateriel <input type="checkbox"/> Udlejning og leasing af landbrugsmaskiner og -udstyr <input type="checkbox"/> Udlejning og leasing af lastbiler <input type="checkbox"/> Udlejning og leasing af luftfartøjer <input type="checkbox"/> Udlejning og leasing af skibe og både <input type="checkbox"/> Udlejning og leasing af varer til fritid og sport <input type="checkbox"/> Vikarbureauer <input type="checkbox"/> Vinduespolering
Videnservice	<ul style="list-style-type: none"> <input type="checkbox"/> Anden reklamevirksomhed <input type="checkbox"/> Juridisk bistand <input type="checkbox"/> Markedsanalyse og offentlig meningsmåling 	<ul style="list-style-type: none"> <input type="checkbox"/> Reklamebureauer <input type="checkbox"/> Reklameplads i medier

SPØRGSMÅL OG INDEKSVARIABLE 1:4

	Spørgsmål	Svarmuligheder	Indeksscore*
1	Hvad er din stillingsbetegnelse?	<input type="checkbox"/> Topleder <input type="checkbox"/> Leder <input type="checkbox"/> Specialist <input type="checkbox"/> Andet	
2	I hvilken afdeling sidder du?	<input type="checkbox"/> Direktion <input type="checkbox"/> IT <input type="checkbox"/> HR <input type="checkbox"/> Salg <input type="checkbox"/> Økonomi <input type="checkbox"/> Marketing <input type="checkbox"/> Anden	
3	Hvilke af nedenstående oplysninger om personer (ekskl. medarbejdere) vurderer du, at din virksomhed indsamler? (Sæt gerne flere kryds)	<input type="checkbox"/> Almindelige persondata (fx navn, adresse, e-mail) <input type="checkbox"/> Fortrolige persondata (fx CPR-nummer, økonomiske forhold og billeder) <input type="checkbox"/> Følsomme persondata (fx race/etnicitet, religiøse- eller seksuelle oplysninger, helbredsoplysninger, og biometriske oplysninger) <input type="checkbox"/> Vi indsamler ingen af ovenstående <input type="checkbox"/> Ved ikke	X X X
4	Til hvilke formål bruger din virksomhed oplysninger om personer (ekskl. medarbejdere)? (Sæt gerne flere kryds)	<input type="checkbox"/> Videre salg af data <input type="checkbox"/> Træning af algoritme <input type="checkbox"/> Profilering af brugeren/kunden (en evaluering af brugeren/kunden) <input type="checkbox"/> Påvirkning af brugeren/kundens adfærd <input type="checkbox"/> Segmentering af brugere/kunder (en opdeling af bruger-/kundedatabase i segmenter) <input type="checkbox"/> Administrative formål <input type="checkbox"/> Andet _____ <input type="checkbox"/> Ved ikke	
5	Er regelmæssig indsamling og behandling af brugere/kunders persondata vigtig for din virksomheds kerneforretning?	<input type="checkbox"/> I høj grad <input type="checkbox"/> I nogen grad <input type="checkbox"/> Hverken/eller <input type="checkbox"/> I mindre grad <input type="checkbox"/> Slet ikke <input type="checkbox"/> Ved Ikke	X X

SPØRGSMÅL OG INDEKSVARIABLE 2:4

	Spørgsmål	Svarmuligheder	Indeksscore*
6	Bruger din virksomhed generelt ordet "dataetik", når I overvejer brug af data?	<input type="checkbox"/> Ja <input type="checkbox"/> Nej <input type="checkbox"/> Ved ikke	X
7	(Hvis Nej til ovenstående) Hvilket ord bruger din virksomhed, når I overvejer ansvarlig brug af persondata?	_____	
8	Hvilke emner inden for dataetik vurderer du er mest relevante for din virksomhed? (Sæt gerne flere kryds)	<input type="checkbox"/> Individuel datakontrol (fx behandling af kundens/brugerens data på deres enhed eller kundens/brugerens adgang til at påvirke, hvad der ligger bag deres profilering) <input type="checkbox"/> Transparens for brugeren/kunden (fx gennemsigtighed i forbindelse med påvirkning af kundens/brugerens adfærd eller for kriterier anvendt i algoritme) <input type="checkbox"/> Anonymitet (fx krypteringen af data eller anonymisering af data i videresalg) <input type="checkbox"/> Bias i algoritmer (fx forfordeling af personer, som leder til forskelsbehandling, der er en ulempe for nogle brugere/kunder) <input type="checkbox"/> Andet _____ <input type="checkbox"/> Ingen emner inden for dataetik er relevante for os <input type="checkbox"/> Ved ikke	X X X X X
9	Hvorfra vurderer du, at I i din virksomhed indhenter information om dataetik? (Sæt gerne flere kryds)	<input type="checkbox"/> Interne uddannelser og kurser <input type="checkbox"/> Eksterne uddannelser og kurser <input type="checkbox"/> Offentlige hjemmesider eller publikationer <input type="checkbox"/> Faglige netværk <input type="checkbox"/> Erhvervshuse og interesseorganisationer <input type="checkbox"/> Andet _____ <input type="checkbox"/> Ved ikke	
10	Hvilke medier vurderer du, at Erhvervsstyrelsen skal anvende til at formidle viden om dataetik? (Sæt gerne flere kryds)	<input type="checkbox"/> Publikationer <input type="checkbox"/> Interaktive læringsplatforme <input type="checkbox"/> Videoer <input type="checkbox"/> Podcasts <input type="checkbox"/> SoMe <input type="checkbox"/> Andet _____ <input type="checkbox"/> Ved ikke	

SPØRGSMÅL OG INDEKSVARIABLE 3:4

	Spørgsmål	Svarmuligheder	Indeksscore*
11	Har din virksomhed en person eller en afdeling, der er ansvarlig for følgende? (Sæt gerne flere kryds)	<input type="checkbox"/> Rådgivning og vejledning vedrørende behandling af persondata <input type="checkbox"/> Udarbejdelse af datapolitikker <input type="checkbox"/> Overvågning af overholdelsen af databeskyttelsesretlige regler og interne politikker på området <input type="checkbox"/> Ingen af ovenstående <input type="checkbox"/> Ved ikke	X X X
12	Hvilke af følgende vurderer du bedst beskriver din virksomheds internt definerede datapolitikker?	<input type="checkbox"/> Vidtgående (vi stiller større krav til os selv, end reglerne for persondata påbyder) <input type="checkbox"/> Tilstrækkelige (vi overholder de gældende regler for persondata, men ikke mere) <input type="checkbox"/> Utilstrækkelige (vores datapolitikker skal opdateres og opfylder ikke helt de gældende persondata regler) <input type="checkbox"/> Virksomheden har ingen internt definerede datapolitikker <input type="checkbox"/> Ved ikke	X X
13	I hvor høj grad vurderer du, at dataetiske politikker på nuværende tidspunkt er indarbejdet, som en del af din virksomheds datapolitik?	<input type="checkbox"/> I høj grad <input type="checkbox"/> I nogen grad <input type="checkbox"/> Hverken/eller <input type="checkbox"/> I mindre grad <input type="checkbox"/> Slet ikke <input type="checkbox"/> Ved ikke	X X
14	I hvor høj grad vurderer du, at virksomheden har haft succes med at implementere interne datapolitikker?	<input type="checkbox"/> I høj grad <input type="checkbox"/> I nogen grad <input type="checkbox"/> Hverken/eller <input type="checkbox"/> I mindre grad <input type="checkbox"/> Slet ikke <input type="checkbox"/> Ved ikke	X X
15	I hvilken grad vurderer du, at dataetiske overvejelser indgår i de ledelsesmæssige beslutninger, der træffes i din virksomhed?	<input type="checkbox"/> I høj grad <input type="checkbox"/> I nogen grad <input type="checkbox"/> Hverken/eller <input type="checkbox"/> I mindre grad <input type="checkbox"/> Slet ikke <input type="checkbox"/> Ved ikke	X X

SPØRGSMÅL OG INDEKSVARIABLE 4:4

	Spørgsmål	Svarmuligheder	Indeksscore*
16	I din optik, hvordan kan Erhvervsstyrelsen bedst støtte din virksomhed i arbejdet med dataetik? (Sæt gerne flere kryds)	<input type="checkbox"/> Rådgivning og vejledning vedrørende behandling af persondata <input type="checkbox"/> Udarbejdelse af datapolitikker <input type="checkbox"/> Overvågning af overholdelsen af databeskyttelsesretlige regler og interne politikker på området <input type="checkbox"/> Ingen af ovenstående <input type="checkbox"/> Ved ikke	
17	Vores kunders tillid til, at vi værner om deres ret til privatliv, betyder meget for virksomhedens forretning	<input type="checkbox"/> I høj grad <input type="checkbox"/> I nogen grad <input type="checkbox"/> Hverken/eller <input type="checkbox"/> I mindre grad <input type="checkbox"/> Slet ikke <input type="checkbox"/> Ved ikke	X X
18	Vi oplever, at vores kunder/brugere har interesse for, hvordan virksomheden arbejder med dataetik	<input type="checkbox"/> I høj grad <input type="checkbox"/> I nogen grad <input type="checkbox"/> Hverken/eller <input type="checkbox"/> I mindre grad <input type="checkbox"/> Slet ikke <input type="checkbox"/> Ved ikke	X X
19	Hvilke forretningsmæssige muligheder kan din virksomhed se i at arbejde med dataetik? (Sæt gerne flere kryds)	<input type="checkbox"/> Brandingværdi <input type="checkbox"/> Mere tilfredse kunder/brugere <input type="checkbox"/> Fastholdelse af kunder/brugere <input type="checkbox"/> Nye produkter/tjenester <input type="checkbox"/> Være på forkant med fremtidig lovgivning <input type="checkbox"/> Andre _____ <input type="checkbox"/> Vi ser ingen forretningsmæssige muligheder <input type="checkbox"/> Ved Ikke	X X X X X X
20	Hvilke forretningsmæssige udfordringer ser din virksomhed i arbejdet med dataetik? (Sæt gerne flere kryds)	<input type="checkbox"/> Manglende efterspørgsmål fra kunder/brugere <input type="checkbox"/> Manglende interne kompetencer inden for området <input type="checkbox"/> For høje implementeringsomkostninger <input type="checkbox"/> Andre _____ <input type="checkbox"/> Vi ser ingen udfordringer <input type="checkbox"/> Ved Ikke	