

Diskussionsoplæg: Regulering af virksomhedernes dataanvendelse

Spørgsmål til drøftelse

- Bør det være nemmere for virksomheder at høste og genanvende data til udvikling af nye innovative produkter og services, og hvordan gøres det under hensyntagen til virksomheders incitament til fortsatte investeringer?
- Er der behov for regulering for at give virksomhederne ret til dataadgang fra platforme?
- Skal maskinproducenten i en IoT-relation (Internet of Things) fortsat være ejer af data, eller bør alle involverede parter have adgang til og brugsret over data?

Danske virksomheder udnytter ikke fuldt ud mulighederne i data

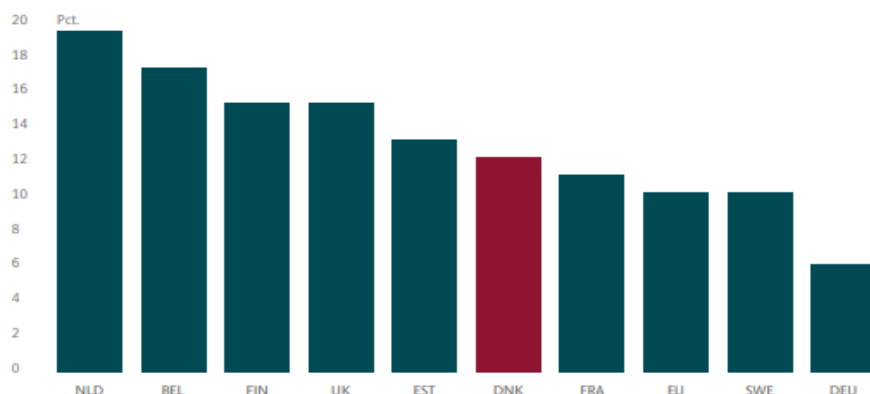
Øget dataanvendelse rummer et enormt potentiale for vækst og innovation og giver mulighed for at udvikle nye tjenester og produkter. Der er et intenst globalt kapløb om at være bedst og hurtigst til at udnytte data, da det kan føre til konkurrencemæssige fordele og stor værdiskabelse i virksomhederne. Dette diskussionsoplæg omhandler virksomhedernes egne data fra fx maskiner eller salg, og ikke personhenførbare data.

På trods af den generelt høje grad af digitalisering halter danske virksomheder efter virksomheder i fx Nederlandene, Finland og Estland i brugen af data¹. Forskellen kan skyldes brancheforskelle mellem landene, men den lavere udnyttelse af data i danske virksomheder kan potentielt blive en udfordring fremadrettet, da større virksomheder i højere grad anvender data end små og mellemstore virksomheder². Drøftelsen omhandler ikke persondata, som er omfattet af persondataforordningen.

¹ Kilde: Eurostat, 2016

² Digital Economy Outlook 2017, OECD

Figur 1: Danske virksomheders anvendelse af Big Data, 2016



Anm.: Pct. af alle virksomheder med over 10 ansatte, der anvender Big Data. Figuren tager ikke højde for brancheforskelle mellem landene.

Kilde: Eurostat 2016.

Virksomhederne peger selv på, at datatilgængelighed, manglende viden om databeskyttelse samt klarhed og viden om, hvordan virksomhederne kan indsamle og bruge data er nogle af de væsentligste barrierer for at øge deres dataanvendelse³.

Regeringen ønsker at styrke *datadreven innovation og vækst*. På nationalt plan kan det ske ved at mindske virksomhedernes praktiske usikkerhed ved brug af data og herigennem øge datadeling og -tilgængelighed. Derfor er regeringen ved at udarbejde klarere og enklere retningslinjer for virksomheders dataanvendelse, så det bliver nemmere for virksomhederne at forstå, hvad de må og ikke må.

Spørgsmålet om virksomhedernes dataanvendelse og dataejerskab rejser også en række spørgsmål af lovgivningsmæssig karakter, da reglerne omkring dataejerskab er forholdsvis komplicerede og ofte overlapper hinanden, fx om reglerne for dataejerskab og dataanvendelse i virksomhederne bør ændres for at styrke datadreven innovation og vækst. Relevant lovgivning kan bl.a. være markedsføringsloven, ophavsretsloven, konkurrenceloven og aftaleret/formueret mv.

Disruptionrådet skal drøfte, om der er behov for at ændre balancen i reglerne mellem hensynene til innovation, investeringer og konkurrence, så reglerne for virksomhedernes dataejerskab og -anvendelse i højere grad muliggør datadreven innovation og vækst.

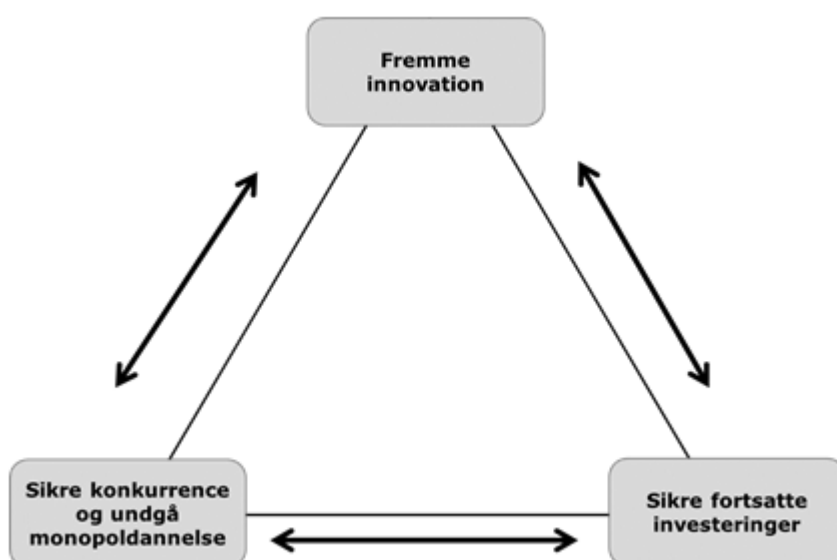
³ Barrierer for virksomheders dataanvendelse, 2017, Erhvervsstyrelsen

Resultatet af drøftelsen vil bl.a. føde ind i formuleringen af grundlaget for dansk interessevaretagelse i forhold til reglerne på området, som er præget af EU-regulering og forventes at blive det i stadig højere grad. Regeringen vil på EU-niveau arbejde aktivt for at sikre regulering, der er gunstig for danske virksomheder. Drøftelsen omhandler ikke persondata, som er omfattet af persondataforordningen.

Tre grundlæggende hensyn bag reglerne for virksomhedernes dataejerskab og -anvendelse

I drøftelsen af reglerne for virksomhedernes dataejerskab og anvendelse er det afgørende, at der tages højde for tre til tider modsatrettede hensyn.

Figur 2: Tre hensyn der skal tages højde for i drøftelsen af reglerne for virksomhedernes dataejerskab og -anvendelse.



For det første er det ønsket at *fremme innovation* ved, at nye aktører og forretningsmodeller kan komme ind på markedet. Det kan fx gøres ved at sikre, at reglerne gør det nemmere at få adgang til data, så det bliver tilgængelig for andre med innovative ideer.

For det andet er det vigtigt, at åbenhed om og deling af data ikke fjerner *incitamentet til fortsatte investeringer* i datadrevne forretningsmodeller, hvilket kan ske, hvis konkurrenter får (for nem) mulighed for at kopiere services eller produkter. Det kan fx gøres ved, at reglerne forsat indeholder klare bestemmelser for, hvornår og hvordan en virksomheds data er beskyttet.

For det tredje er det vigtigt at *sikre konkurrencen og undgå monopoldannelse* i en dataøkonomi, der i stigende grad er præget af globale virksomheder

med enorme datamængder. Mindre virksomheder kan både have behov for at beskytte sine data over for tech-giganterne, men samtidig have interesse i bedre adgang til giganternes data. Det kan fx sikres ved, at tech-giganterne i kraft af deres dominans pålægges at dele mere af deres data.

Balancen mellem disse tre hensyn gør sig gældende for de tre konkrete udfordringer skitseret nedenfor.

Udfordring 1: Beskyttelse af egne data kontra nemmere adgang til genbrug af andres data

Genbrug af data er en kilde til innovation og vækst, da det muliggør nye forretningsmodeller, produkter og services. En model er, at virksomhed A høster data fra en eller flere virksomheder (virksomhed B) uden samtykke. Det kan den fx gøre gennem opsamling af tilgængelige data om biler, både, huse eller andre emner til salg med henblik på at sammenstille information herom som en ny eller forbedret service.

Der er dog begrænsninger for, om og hvordan data må genbruges af virksomhed A. Det centrale er i den forbindelse, om virksomhed B (ejereren af den hjemmeside eller database, der bliver høstet for data), har et sådant ejerskab eller ophavsret til data, at det begrænser virksomhed A's muligheder for lovligt at høste data herfra. Dette afhænger bl.a. af, om virksomhed B har gjort en væsentlig investering i frembringelse af data eller databasen, om virksomhed A handler i strid med god markedsføringsskik, eller om virksomhed B påvirkes negativt af virksomhed A's nye service fx i form af faldende reklameindtægter.

De eksisterende regler har til hensigt at beskytte frembringelsen af data og originale værker samt øge incitamentet til at investere i udviklingen af databaser - fx ved at beskytte små startups' investeringer mod kopiering (*incitament til fortsatte investeringer*). Restriktionerne for, hvordan og hvornår man må høste og anvende data indsamlet af andre, begrænser imidlertid også mulighederne for at genanvende store datamængder til udvikling af nye forretningsmodeller og produkter og dermed dataanvendelsen i dansk erhvervsliv (*fremme innovation*).

Spørgsmål til drøftelse

Bør det være nemmere for virksomheder at høste og genanvende data til udvikling af nye innovative produkter og services, og hvordan gøres det under hensyntagen til virksomheders incitament til fortsatte investeringer?

Udfordring 2: Behov for ny regulering til at sikre datadeling mellem platforme og virksomhedsbrugere

Innovative online platforme og markedspladser har investeret betydelige ressourcer i at indsamle, strukturere og sammenstille data. De har derfor en berettiget forventning om at kunne beskytte deres investering (*sikre fortsatte investeringer*). Samtidig har mindre virksomheder, som bruger platforme og markedspladser, en interesse i at kontrollere de data, som virksomheden selv har været med til at skabe. Dertil har disse mindre virksomheder en interesse i at få adgang til andre data genereret om virksomheden samt data om kunder og konkurrenter på platforme (*sikre konkurrence*).

I dag aftales rettighederne til data i en Business-2-Business-relation rent kontraktligt mellem parterne, og særligt de større platforme er typisk restriktive med at give adgang til data. Ofte er der tale om store (globale) platforme, hvorfor forhandling om adgang til data fra en mindre dansk virksomhed er yderst vanskelig. Det betyder, at en del virksomheder går glip af muligheder for at udnytte data til optimering og udvikling af virksomhedens processer, produkter eller lave ny markedsføring, der i høj grad matcher brugernes interesser (*fremme innovation*).

En anden dimension er onlineplatformes eventuelle eneret over data og særlige markedsindsigt, som også kan have konsekvenser for konkurrencen *imellem* online platforme og dermed udgøre en adgangsbarriere for nye platforme til at træde ind på markedet. Dertil kommer, at der også kan være udfordringer ved at give andre virksomheder adgang til en platforms data, da det kan være svært at definere, hvornår data er "egne" og hvornår data er resultatet af investeringer, som platformen og ikke virksomhedskunden har foretaget.

Det kan overvejes at gøre det obligatorisk at åbne adgang til data for visse sektorer eller typer af data. Eksempelvis er det i Finland blevet obligatorisk, at data relateret til mobilitet gøres offentligt tilgængeligt med henblik på fremme nye innovative transporttjenester.

Spørgsmål til drøftelse

Er der behov for regulering for at give virksomhederne ret til dataadgang fra platforme?

Udfordring 3: Behov for klarhed om rettigheder til data fra IoT-produkter

Intelligente og forbundne produkter, som fx Internet of Things (IoT), er for alvor ved at gøre indtog i vores hverdag, og mængden af værdifulde data

fra produkterne vokser eksplosivt. Disse produkter genererer data maskinelt ved brug af sensorer. Det indebærer nye konstellationer af, hvem der producerer data, og hvem der derfor skal have adgang til data. En dataproducent kan således enten være producenten af maskinen⁴, ejeren af maskinen eller brugeren af maskinen (fx en mejetærsker).

Ejerskab og brugsret til samt ansvar for data vil typisk være reguleret af en kontrakt, som parterne har indgået i forbindelse med salg eller udlejning af maskinen. Kontrakten mellem maskinproducenten og ejer eller bruger kan fx være udformet, så data, der indsamles via sensorer i maskinen, ejes af maskinproducenten. Det vil typisk være gældende på markeder, hvor der er producenter med en stærk forhandlingsposition.

Det bør overvejes, om det er hensigtsmæssigt, at maskinproducenten er den rette - eller eneste - ejer af denne type data, og efterfølgende kun selv kan generere omsætning ved at sælge data til fx ejer og bruger af maskinen.

På den ene side er der tale om data genereret af en maskine, der nu ejes af køber, fx en landmand, ligesom data genereres på baggrund af hændelser relateret til brugeren (landmandens kørsel med mejetærsker), der dermed er producenten uvedkommende. På den anden side har producenten af mejetærskeren investeret i at udvikle maskinen, og ejerskab til data kan være en del af investeringsbeslutningen, hvorfor producenten måske med rette kan forlange betaling for data.

Muligheden for at ejeren og brugeren af maskinen dvs. landmanden også kan få adgang til og videreformidle denne slags data til andre virksomheder, kan bidrage til at øge konkurrence og mulighederne for at udvikle nye forretningsmodeller og mindske afhængighed af bestemte producenter (en såkaldt lock-in effekt). Omvendt risikerer det at kompromittere mejetærskerproducenternes forretningsmodeller og hermed mindske incitamentet til at udvikle nye databaserede IoT-produkter.

Spørgsmål til drøftelse

Skal maskinproducenten i en IoT-relation fortsat være ejer af data, eller bør alle involverede parter have adgang til og brugsret over data?

⁴ Der kan også være en særskilt softwareproducent, der har fremstillet teknologien i maskinen, som skaber data.