

Insurtech

DINA PERSONDATA & DINA FÖRSÄKRINGAR

Individuell riskbedömning eller
kollektiv riskspridning?



SVERIGES
KONSUMENTER

INNEHÅLLSFÖRTECKNING

Kort om persondatabaserade försäkringar 3

Problem med PBF 4

Våra lösningar 7

KORT OM PERSONDATABASERADE FÖRSÄKRINGAR

Persondatabaserade försäkringar (PBF), eller insurtech som de ofta kallas, är försäkrings-tjänster baserade på digital teknik genom automatiserade processer, uppkoppling och datainsamling. Nära relaterade begrepp är Big Data, Artificiell Intelligens (AI) och Internet of Things (IoT). Med hjälp av insamling av personliga data kan försäkringsbolaget ge erbjudanden och rabatter till konsumenten baserat på en mer personligt utformad riskprofil.

Exempel på PBF-lösningar kan vara en bil- eller skadeförsäkring som med hjälp av ägarens uppkopplade bil samlar in data om det personliga körbeteende för att kalkylera hur stor risken är att bilen eller ägaren själv utsetts för skada. Det kan vara en sjuk- eller livförsäkring som genom en app samlar in data om konsumentens matinköp tillsammans med en pulsklocka och/eller en stegmätare som samlar in data om hur hälsosamt konsumenten lever för att tillsammans beräkna risken att behöva ta ut försäkringspengar. Det kan också vara en reseförsäkring för kortare resor som en person kan ansöka om i en app vilken behandlar ärendet automatiskt och samlar in data om till exempel personens position.

I Sverige är marknaden för PBF ännu ung, men inom bilförsäkringar finns redan olika rabatter oftast under namnet "betala som du kör"-försäkringar. I USA och Kina växer marknaden för digitala hälsoförsäkringstjänster baserade på insamlade persondata. Då försäkringsbolag har börjat investera i PBF och nya startups uppkommer är det sannolikt att PBF blir stort inom flera områden även i Sverige.

PROBLEM MED PERSONDATABASERADE FÖRSÄKRINGAR

Konsumentnyttan med PBF sägs vara erbjudanden som är mer individanpassade. Det ska göra att konsumenter slipper betala för risker som de egentligen själva inte är exponerade för. Automatiseringen ska göra tjänsterna smidigare, ge konsumenten relevanta erbjudanden och göra tecknandet av försäkringar snabbare.

För enskilda konsumenter kan PBF ha flera fördelar på grund av flexibiliteten och individanpassningen. Sveriges Konsumenter ser dock flera faror med PBF, både för utsatta konsumenter och för samhället:

1. **PBF kan öka ojämlikheten.** PBF frångår idén med försäkringar som en riskspridare för ett kollektiv av människor. Om försäkringar baserar sin risk helt på individuell information kommer det driva försäkringsbolag till att bara erbjuda bra priser och rabatter till väldigt riskfria individer. Personer som av olika anledningar inte passar in i den mallen kan få betala ett mycket högre pris. Att försäkringar baseras på olika grupperns riskprofiler, såsom ålder eller sjukdomsstatistik, är inget nytt, men ju mer data försäkringsbolagen har från oss desto exaktare kan de beräkna risker baserat på enskilda personer istället för på grupper. Många riskerar då att på grund av medfödda egenskaper, bostadsort, socio-ekonomisk bakgrund eller beroendesjukdom i praktiken straffas med högre avgifter eller stängas ute från försäkringar. Tydliga regler och lagar mot diskriminering kan motverka denna utveckling. Exempelvis beslutades 2012 att kön inte får utgöra grund för olika nivåer på försäkringspremier¹. Själva grundmekanismen med individanpassning i PBF sätter dock diskrimineringslagstiftning och försäkringens riskspridningsfunktion på prov och riskerar att föra oss i en ojämlik riktning.
2. **Ansvarsutkrävande och svårt att få rätt.** Automatiseringen av försäkringsbeslut riskerar att försvåra för konsumenter att hävda sin rätt. Hur ska konsumenten kunna överklaga att data samlats in på fel sätt när detta sker på ett tekniskt svårförståeligt och icke-transparent sätt? Vid vanliga försäkringar är du garanterad ersättning om ett antal tydligt uppställda krav är uppfyllda och dokumenterade. Men om rätten till ersättning eller försäkringspremier baseras på insamlade data och beslut baseras på en algoritm blir det svårt att hävda att fel har begåtts i beslutsprocessen. Vem är ansvarig om algoritmen är felkonstruerad? Ett ytterligare problem är vad som brukar kallas ”*Blackbox*”: Vid maskininlärning finns en risk att varken företaget eller konsumenten vet hur modellen har kommit fram till ett resultat. Frågan är hur konsumenten ska kunna överklaga ett beslut då.
3. **Svårt att få hjälp och försvagad transparens.** När beslut baseras på algoritmer och ärenden behandlas automatiskt blir det svårare för konsumenter att få personlig hjälp när något går fel. Byråkratin förskjuts från anställda handläggare

¹ **Riksdagen 2012.** https://www.riksdagen.se/sv/dokument-lagar/arende/betankande/diskriminering-som-har-samband-med-kon-i-fraga-om_GZ01AU11

till konsumenten som måste tillhandahålla och fylla i rätt information på rätt sätt. Sveriges Konsumenter har via en rapport² och ett test³ visat att registreringsprocesser och designen hos digitala betaltjänster och fintech-tjänster ofta inte är anpassade efter allas behov, exempelvis behoven hos många personer med funktionsvariationer.

4. Inläsningseffekter. Om PBF-tjänsten samlar data från andra uppkopplade produkter (Internet of Things) kan konsumenten bli tvungen att välja en tjänst som är kompatibel med det varumärket som resten av hans apparater är ifrån. Detta kallas en ”inläsningseffekt” och förhindrar valfrihet och konkurrens. Digitala tjänster och produkter behöver genom standardisering utformas så att de är kompatibla med andra uppkopplade produkter och digitala tjänster från andra varumärken. En liknande inläsningseffekt kan uppstå om data från en PBF-tjänst inte går att föra över från ett försäkringsbolag till ett annat. Den nya dataskyddslagen ger konsumenter rätt att begära ut sin personliga data, men det garanterar inte att ett annat försäkringsbolag kan använda sig av datan. Försäkringsbolag som sitter på stora mängder personliga data har därför en stor konkurrensfördel och tröskeln för mindre aktörer att ta marknadsandelar riskerar att bli hög. Detta kan hämma en balanserad konkurrens.

5. Integritet och missbruk av personliga data. PBF tar den redan väldigt omfattande insamlingen av persondata till ytterligare en nivå. Den personliga datan kan användas för att utforma personliga profiler som kan vara potentiella övervakningsinstrument. Vem som får tillgång till datan är av största vikt för integriteten och för att undvika bedrägerier, personliga intrång, maktmissbruk eller odemokratiska kontrollsystem. Möjligheten för konsumenten att kontrollera sina personliga data och radera dessa är därför viktig. Informationen om hur digitala tjänster hanterar personliga data döljs idag ofta av långa svårförståeliga avtal⁴ som de flesta konsumenter inte hinner läsa eller förstår. Det finns heller ofta inte valet att välja bort viss insamling av data eller personuppgifter, även om dessa inte är relevanta för att leverera den ursprungliga tjänsten. En studie av norska Forbrukerrådet⁵ visade att Google har möjlighet att via sin datainsamling kartlägga individens religionstillhörighet, politiska åsikter eller sexuella läggning – personuppgifter som ska skyddas särskilt enligt EU:s nya dataskyddsdirektiv.

6. Integritet straffar sig. Även vid möjlighet att välja bort insamling av vissa personliga data riskerar PBF att straffa dessa konsumenter. Genom att erbjuda lägre avgifter och rabatter till de som delar med sig av personliga data kan de konsumenter som värnar sin integritet få betala högre försäkringspremier och avgifter.

² **Sveriges Konsumenter 2018.** [http://www.sverigeskonsumenter.se/Documents/Rapporter/Framtidens%20Betalt nings- medel%20-%20Sveriges%20Konsumenter%202018.pdf](http://www.sverigeskonsumenter.se/Documents/Rapporter/Framtidens%20Betalt%20n%C3%A4t%20Sveriges%20Konsumenter%202018.pdf)

³ **Sveriges Konsumenter 2018.** <http://www.sverigeskonsumenter.se/Documents/Rapporter/Digitala%20betalt- tj%C3%A4nster%20-%20hur%20anv%C3%A4ndarv%C3%A4nliga%20%C3%A4r%20Swish,%20Klarna%20och%20 PayPal.pdf>

⁴ **Sveriges Konsumenter 2016.** <http://www.sverigeskonsumenter.se/nyheter-press/senaste-nytt/julen-ar-for-kort-for-lan- ga-avtal/>

⁵ **Sveriges Konsumenter 2018.** <http://www.sverigeskonsumenter.se/nyheter-press/pressmeddelanden/vi-anmaler-goog- le-for-sparning-av-anvandare/>

Situationen kan liknas vid butiker som erbjuder rabatter till de som väljer digitala betalsätt framför kontanter, vilket i praktiken kan jämföras med att belägga kontantbetalning med en avgift.

7. Risk att algoritmer går att lura. Det finns en risk att algoritmerna som ska bedöma risk och fatta beslut om försäkringspremier inte är optimalt utformade så att det verkar som om det beteende som ska premieras faktiskt ökar men i själva verket gör användarna något annat. Om till exempel antal mjuka inbromsningar med bilen ger positiva utslag för premien kanske föraren kör några extra varv med onödiga inbromsningar eller inte reagerar tillräckligt snabbt när det väl gäller att bromsa snabbt.



VÅRA LÖSNINGAR

Marknaden för individanpassade försäkringar är fortfarande liten i Sverige, men kommer med stor sannolikhet att växa. För att PBF inte ska innebära en oönskad utveckling för varken samhälle och individer ger Sveriges Konsumenter ett antal förslag på lösningar för ett rättvist försäkringssystem.

- 

Konsumenter som ansluter sig till en försäkringstjänst måste ha rätt till lättillgänglig information som tydligt och lättförståeligt beskriver vilken data som samlas in, hur datan används, vilka som har tillgång till den och hur den skyddas. Konsumenter måste också ha rätt att veta vilken data ett försäkringsbeslut är baserat på.
- 

All personlig data måste krypteras och skyddas från utomstående och bör raderas automatiskt när försäkringstagaren avslutar tjänsten.
- 

Alla försäkringstjänster bör vara förinställda på minimal datadelning (Privacy by default), så att konsumenten gör ett aktivt val när den delar med sig av data.
- 

Dataportabilitet måste säkerställas så att konsumenter både har rätt att begära ut sin personliga data och att denna ska kunna överföras och användas av andra försäkringsbolag.
- 

Lagstiftningen måste värna integriteten, förhindra skapandet av klyftor baserat på olika grundförutsättningar och skydda den kollektiva riskspridningsfunktion som gynnar försäkringstagare som grupp. Försäkringsbolag ska inte få ta ut extra höga premier eller andra avgifter från konsumenter som inte vill dela med sig av personliga data. Prisskillnader på premier mellan ett försäkringsbolags olika kunder, vilka grundar sig på databaserade beslut, får inte vara för stora. För att förhindra detta kan lagstiftningen gällande försäkringsbolag behöva uppdateras utifrån den nya tekniska verkligheten.
- 

Särbehandling av grupper är i vissa fall tillåtet inom försäkringar, men begränsningar finns. Lagstiftningen kan behöva ses över även här för att undvika diskriminering.





Sveriges Konsumenter är en oberoende ideell organisation som arbetar för ökad konsumentmakt. Vi verkar för alla konsumenters självklara rätt till skydd, inflytande och möjlighet att göra medvetna och hållbara val. Vi arbetar brett med konsumentfrågor, men lägger också särskilt fokus vid frågor som rör livsmedel, banktjänster, tillgänglighet, integritet på nätet och hållbar konsumtion. Bakom vår organisation står 21 medlemsorganisationer.

Sveriges Konsumenter driver frågor både nationellt, inom EU och internationellt och representerar konsumentperspektivet i ett 30-tal forum. Däribland genom aktivt medlemskap i den europeiska konsumentorganisationen BEUC, i Consumers International och standardiseringsorganet ANEC.

Vi ger ut den oberoende och reklamfria tidningen Råd & Rön och driver på uppdrag av kommuner rådgivande konsumentvägledning.

Postadress: Box 38001, 100 64 Stockholm
Besöksadress: Hornsgatan 172
Telefon 08-674 43 00
info@sverigeskonsumenter.se
www.sverigeskonsumenter.se