

Toelichting Ethisch Kader



Inhoud

Inleiding		3
1	Inhoudelijke toelichting	3
1.1	Waarom een ethisch kader?	3
1.2	Logica van het kader	3
1.3	Groeimodel	3
2	Procedurele toelichting	4
2.1	Hoe kunt u het ethisch kader implementeren?	4
2.1.1	Wat is de scope?	4
2.1.2	Wat is de nulmeting?	5
2.1.3	Wat is dan het plan van aanpak?	6
2.2	Verslaglegging	6
2.3	Herbeoordeling	6
3	Gebruikte begrippen	7

Inleiding

Het Verbond van Verzekeraars heeft een ethisch kader data gedreven besluitvorming opgesteld, dat per 1-1-2021 als zelfregulering voor alle leden geldt. Het is een sterk 'principle based' kader, waarbij verzekeraars zelf aan de slag moeten. Wat vragen wij nu van leden? Deze publicatie biedt een inhoudelijke toelichting en geeft leden een handleiding: 'zo kunt u het proces inrichten'. Tot slot treft u een toelichting op enkele belangrijke begrippen uit het kader. Het kader is bindend, deze handleiding is dat niet. Dit biedt ruimte voor eigen invulling. Omdat het niet de bedoeling is dat het ethisch kader de compliance-kosten aanzienlijk verzwaaert ligt het in de rede de handleiding zo goed mogelijk in te bedden in reeds bestaande processen.

1 Inhoudelijke toelichting

1.1 Waarom een ethisch kader?

Zowel de Europese Commissie als de Nederlandse politiek denken na over verdere regulering van kunstmatige intelligentie. Dat blijkt bijvoorbeeld uit de consultatie van een strategisch actieplan gericht op AI, waarbij verdere stimulering van AI hand in hand gaat met een verkenning naar het regelgevend kader¹. Ook de Nederlandse politiek kijkt kritisch naar het gebruik van algoritmen. Zie bijvoorbeeld de brief van het Kabinet aan de Tweede Kamer over menselijke grip op algoritmes². Het is van groot belang dat de verzekeringssector laat zien dat nieuwe technologie wordt toegepast ten dienste van de klant en zelf kaders schept die een verantwoorde en vertrouwenwekkende toepassing van data maximaal waarborgt. Alleen als toezichthouder, wetgever en burger voldoende vertrouwen hebben in een correct gebruik van data, kunnen verzekeraars nieuwe technologie bestendig in hun bedrijfsprocessen toepassen. Een ethisch kader is in zekere zin randvoorwaardelijk voor een toekomstvaste bedrijfsvoering.

1.2 Logica van het kader

Het ethisch kader is gebaseerd op het bestaande kader van de Europese high level expert group on AI³. De scope is breder dan enkel kunstmatige intelligentie (zie toelichting op de scope hieronder). Om aansluiting bij dit bestaande kader te garanderen, dat ook door de Europese Commissie is omarmd, wordt een indeling in drie kolommen gehanteerd: 1) vereiste voor verantwoorde AI, 2) subvereiste en 3) norm voor verzekeraars. De eerste twee kolommen komen overeen met wat de high level expert group on AI stelt. Door deze 7 vereisten en de bijbehorende subvereisten te hanteren, weten we ook dat het kader van het Verbond volledig is. De derde kolom geeft steeds een vertaling naar het werk van Nederlandse verzekeraars.

1.3 Groeimodel

Het ethisch kader is een groeimodel. Het is gebaseerd op een weldoordacht bestaand kader, geschreven door meer dan vijftig deskundigen op het gebied van kunstmatige intelligentie. De vertaling naar de verzekeringssector is door het Verbond van Verzekeraars gemaakt gedurende enkele maanden, tussen december 2019 en april 2020. Toch zijn nog lang niet alle discussies nu gevoerd: bij de implementatie gaan verzekeraars ongetwijfeld nog vele lastige vragen tegen het lijf lopen. Idee is echter om nu te starten met het voorliggende kader, en als sector te gaan leren gedurende de implementatie. Het Verbond zal dat stimuleren door een kick-off sessie te organiseren, en een aantal

¹ https://ec.europa.eu/info/files/white-paper-artificial-intelligence-european-approach-excellence-and-trust_en

² Download 'Kamerbrief met reactie op initiatiefnota over menselijke grip op algoritme'

³ <https://ec.europa.eu/futurium/en/ai-alliance-consultation>

workshops over deelonderwerpen. Het is denkbaar dat dit leidt tot richtinggevende interpretaties: die zullen we zoveel mogelijk delen in een aangepaste handleiding en/of andere publicaties.

2 Procedurele toelichting

2.1 Hoe kunt u het ethisch kader implementeren⁴?

Het ethisch kader is hierboven inhoudelijk al enigszins toegelicht. Daarnaast zullen verzekeraars ook een proces moeten inrichten om het kader te implementeren. Het Verbond biedt leden in deze handreiking een hulpmiddel, maar zoals gezegd staat het verzekeraars vrij dit op hun eigen manier vorm te geven. Het kader is bindend, deze handreiking is dat niet. Hieronder volgen twee aanbevelingen voor de implementatie.

Ten eerste zal het nuttig zijn om intern **een verantwoordelijke aan te wijzen** voor de implementatie van dit ethisch kader. Dat is idealiter een 1^e lijnsfunctionaris, zoals een directielid of een directeur onderwriting. Hoe dan ook raden wij u aan om de eindelijke beoordeling intern door een directielid te laten ‘tekenen’, zodat u zeker weet dat u voldoet, of de omissies en de aanpak daarvan goed in beeld zijn. Deze persoon is eindverantwoordelijk voor de implementatie van het ethisch kader, maar hoeft niet bij alle stappen van het proces aanwezig te zijn.

Vervolgens verdient het aanbeveling om intern een **kick-off** te organiseren, waarbij u onder leiding van de verantwoordelijke functionaris het kader doorspreekt met enkele belangrijke interne stakeholders: de mensen die verantwoordelijk zijn voor het bestaande PARP-proces, maar ook mensen die verantwoordelijk zijn voor risicomanagement/actuarieel/inkoop/ datascience/pricing/acceptatie/veiligheidszaken/productontwikkeling/claims/privacy/compliance. Het is handig om hierbij aansluiting te zoeken op bestaande controle processen, maar wel te zorgen dat u voldoende diverse deskundigheid aan boord hebt.

Doel van deze kick off is om drie vragen voor uw maatschappij te beantwoorden:

1. Wat is de scope?
2. Wat is de nulmeting?
3. Wat is dan het plan van aanpak?

De drie vragen worden hieronder nader toegelicht.

2.1.1 Wat is de scope?

De scope van het ethisch kader is bewust open gelaten en niet beperkt tot AI. Daar zijn immers talloze definities van voorhanden (we geven er hieronder bij de begrippen zelf één). Ook is het doel van het kader om problemen zoals discriminatie, uitsluiting en onrechtvaardige behandeling te voorkomen: of die problemen nu veroorzaakt worden door een zelflerend neurale netwerk, of door een ‘eenvoudige’ vorm van automatisering, is niet zo relevant. Vraag is ook wanneer een algoritme nu precies overgaat van ‘reguliere’ automatisering naar ‘kunstmatige intelligentie’ en of dat voor de klant nu zo veel uitmaakt. Wel spreekt voor zich dat vrijwel iedere beslissing in de financiële sector genomen wordt op grond van data. Het is niet de bedoeling om ieder besluit nu te toetsen aan dit kader. In de inleiding van het ethisch kader staat hierover: *Hieronder is per vereiste een aantal normen voor Nederlandse verzekeraars uitgewerkt, die niet alleen gelden voor AI, maar voor alle moderne, datagedreven besluitvorming die van invloed is op het klantvertrouwen⁵. Denk hierbij tenminste aan kernprocessen zoals acceptatiebeleid, premiebepaling, fraudebeleid en claim- of schadebehandeling. Naarmate het*

⁴ U kunt zich hierbij ook laten inspireren door het fenomeen ‘begeleidingsethiek’: <https://ecp.nl/wp-content/uploads/2019/11/060-001-Boek-Aanpak-begeleidingsethiek-240165-binnenwerk-digitaal.pdf>

⁵ Denk aan de inzet van chatbots, straight through processing, AI-toepassingen, gebruik van biometrische data, social media data etc.

(reputatie)risico hoger wordt bij de bewuste toepassing (denk aan pricing, acceptatie, fraude) zal een striktere aantoonbare naleving van het kader meer gewenst zijn. Hetzelfde geldt voor de klant: particuliere consumenten en ZZP'ers verdienen meer bescherming dan grootzakelijke klanten. Dezelfde regels en principes gelden ook bij externe inkoop van data en/of technieken.

De scope is ook daarom open gelaten, omdat verschillende verzekeraars verschillende doelgroepen zullen bedienen, waarbij het kader meer of minder relevant kan zijn. In het geval dat uw bedrijf (ook) op de consumentenmarkten actief is, zal de scope breder zijn dan wanneer u op de zakelijke markt actief bent, en zult u zichzelf per onderdeel ook hogere eisen moeten opleggen. Maar het kader kan daarom ook geen kant en klare oplossingen geven: verzekeraars die enkel autoverzekeringen verkopen, zullen weer andere eisen moeten hanteren, dan verzekeraars die ook actief zijn in de leven- of inkomensmarkt.

De Geneva Association, een internationale denktank van en voor verzekeraars, heeft een nuttige aanbeveling gedaan voor de scopebepaling⁶. Zij onderscheiden het gebruik van AI voor het automatiseren van taken zonder de logica van de besluitvorming te veranderen (het verzamelen van relevante informatie uit documenten met beeldverwerkende AI), versus het gebruik van AI waarbij de logica van de besluitvorming wel verandert (toepassing van een nieuw model op bestaande data). U kunt dit onderscheid ook hanteren bij het bepalen van uw scope: waar leidt automatisering dus tot de mogelijkheid dat de logica van de besluitvorming verandert ten opzichte van bestaande processen? Dit leidt tot de volgende suggestie:

Figure 4: Possible classification of AI applications and their significance (for illustration)

Change in logic and new data sources	<ul style="list-style-type: none"> Robo-advice using external data sources 	<ul style="list-style-type: none"> Price optimisation using lifestyle data Pricing algorithms using lifestyle data 	
Change in logic of decision-making	<ul style="list-style-type: none"> Customer segmentation and targeted advertising 	<ul style="list-style-type: none"> Pricing algorithms using traditional data 	<ul style="list-style-type: none"> Fraud detection Automated claims triage
No change in logic or data	<ul style="list-style-type: none"> Conversational agent (chatbot) 	<ul style="list-style-type: none"> Computer vision to extract information from documents 	<ul style="list-style-type: none"> Computer vision to extract information from documents
	Customer engagement	Underwriting / pricing	Claims

■ High significance
 ■ Medium significance
 ■ Low significance

Belangrijk is om bij het bepalen van de scope in ieder geval naar het hele bedrijf te kijken: bij bestaande PARP procedures gaat het 'enkel' om producten, maar kunnen processen en datatoepassingen buiten beeld blijven. Zo werd de sector in 2019 aangesproken op de juiste naleving van het CIS protocol: kennelijk was dit nooit uit een PARP procedure naar voren gekomen. Daarom is het belangrijk niet alleen naar producten te kijken, maar ook naar processen en zeker ook naar zaken die u bij derden inkoop, zoals software/data/clouddiensten.

2.1.2 Wat is de nulmeting?

Met deze groep doet u voor de producten en processen die in scope zijn een 0-meting: u beoordeelt in hoeverre u reeds aan het kader voldoet en waar er misschien nog werk te doen is. Het verdient aanbeveling om hier een verslag van te maken, waarbij u per eis noteert of u voldoet, of u niet voldoet, of dat u gedeeltelijk voldoet. De vraag zal steeds zijn wanneer u voldoet. Het kader geeft immers geen direct toetsbare eisen: wanneer is de datakwaliteit voldoende? wanneer weet u met voldoende zekerheid, dat een bepaalde toepassing geen discriminatie in de hand werkt? Belangrijk is dat u minimaal aangeeft welke invulling u hanteert. Over het algemeen is het verstandig hierbij te kijken naar branchestandaarden. Gaat het om informatiebeveiliging, dan zijn er bijvoorbeeld NEN-normen die u hierbij kunt hanteren. Voor sommige aspecten zal het lastig zijn zo'n heldere norm te vinden en zal de

⁶ https://www.genevaassociation.org/sites/default/files/research-topics-document-type/pdf_public/ai_in_insurance_web_0.pdf
pagina's 15 en 16

beoordeling meer kwalitatief zijn. U kunt hierbij wellicht ook putten uit de ethische richtlijnen die in opdracht van de Europese Commissie zijn opgesteld door een expertgroep⁷. Ook kunnen de guidelines van de European Data Protection Board hierbij van pas komen⁸. Voor informatie over informatiebeveiliging bevat de site van de European Union Agency for Cybersecurity nuttige hulp⁹. Uiteraard zijn ook handreikingen van AFM en DNB hierbij behulpzaam.

Wanneer u in deze fase geen oordeel kunt vellen is het verstandig dit oordeel uit te stellen en eerst nader onderzoek te doen, dan om het direct als voldoende te beoordelen. Ook als u bestaande maatregelen heeft genomen, kan het verstandig zijn om intern na te gaan, of deze maatregelen ook echt functioneren. In woorden van een complianceframework: zijn de maatregelen zowel in *opzet*, *bestaan* als *werking* afdoende en aantoonbaar geborgd? In geval van hoog-risico verwerkingen, kunt u overwegen om een externe audit te laten doen door een deskundige partij. Dit zal geld kosten, maar bedenk dan dat onvoldoende borging van de zorgvuldigheid ook kan resulteren in (hoge) kosten, zoals reputatieschade, aanvullende wetgeving en boetes van toezichthouders.

2.1.3 Wat is dan het plan van aanpak?

Nadat u op de gekozen scope een nulmeting heeft gedaan en helder hebt, op welke onderdelen u niet of niet volledig voldoet, kunt u een plan van aanpak opstellen. Hierbij dient u eerst te bepalen wat uw ambitie is: tot op welk niveau wenst u op een geconstateerde lacune vooruitgang te boeken? Vervolgens kunt u van de geconstateerde lacunes een prioriteitenplanning maken: wat eerst, wat later? Aan de hand van die planning kunt u gaan uitvoeren.

Kunt u bij enkele normen in de nulmeting geen oordeel geven, dan is het raadzaam na te denken over de vraag hoe u op termijn toch tot een beredeneerd antwoord kunt komen. Denkbaar is dat u bijvoorbeeld de medewerkers die klantcontact hebben vraagt bij te houden wanneer klanten klagen over mogelijke discriminatie of onbegrijpelijke besluiten en hierover regelmatig te rapporteren. Die uitkomsten kunt u vervolgens in een volgende ronde met uw interne stakeholdergroep bespreken, om te zien of dit u dichterbij een oordeel brengt. Wij raden u aan om minstens iedere 6 maanden het ethisch kader op deze manier te updaten.

2.2 Verslaglegging

Hoewel het kader u niet verplicht tot een jaarlijks “AI-verslag” is het wel raadzaam om van uw scopebepaling, nulmeting en plan van aanpak intern verslag te doen, zodat u op ieder gewenst moment kunt terugkijken welke keuzes zijn gemaakt en welke acties er lopen. Op deze manier kunt u te allen tijde aan interne en externe toezichthouders uitleggen, in hoeverre u aan het kader voldoet. Het ethisch kader is immers geldig als zelfregulering en zal uiterlijk in 2023 door de Stichting Toetsing Verzekeraars getoetst worden. Eerst zal de sector zelf zijn weg moeten vinden met betrekking tot het ethisch kader, maar uiterlijk 2023 zal deze toetsing plaatsvinden. Het is dan handig om inzage te kunnen geven in uw vorderingen.

2.3 Herbeoordeling

Het moge helder zijn dat het ethisch kader geen éénmalige exercitie is, zelfs niet als u bij de nulmeting vaststelt dat u volledig voldoet. Uw bedrijf staat immers niet stil: voortdurend wordt geïnnoveerd en breidt het arsenaal aan gebruikte technieken en databronnen uit. Het blijft daarom zaak geregeld het ethisch kader tegen het licht te houden. Het staat u vrij zelf de frequentie en de diepgang hiervan te bepalen. Het profiel van uw bedrijf en de geconstateerde ‘gap’ tussen het kader en de praktijk zullen daarbij betrokken moeten worden. Het ligt voor de hand hierbij de PARP-logica te hanteren en het ethisch kader te hanteren bij nieuwe of veranderde producten/processen, en als onderhoud.

⁷ <https://ec.europa.eu/futurium/en/ai-alliance-consultation>

⁸ https://edpb.europa.eu/our-work-tools/general-guidance/gdpr-guidelines-recommendations-best-practices_en

⁹ <https://www.enisa.europa.eu/topics>

3 Gebruikte begrippen

In het kader worden veel verschillende begrippen geïntroduceerd. Hoewel niet volledig, hier een introductie op enkele belangrijke begrippen:

- **Data gedreven besluitvorming:** hiermee bedoelen wij niet enkel het besluit om klanten wel of niet te accepteren, maar alle besluiten die een verzekeraar neemt. Denk aan het besluit een bepaalde databron wel of niet te gebruiken, het besluit om de premie van een klant aan te passen, het besluit om een schade wel of niet te vergoeden, het besluit om een ander calculatiemodel te gaan gebruiken of een bepaalde techniek in te zetten. Data gedreven *besluitvorming* en data gedreven *toepassing* kunt als inwisselbaar lezen.
- **Kunstmatige intelligentie/AI:** er zijn vele definities van kunstmatige intelligentie. In het kader hebben wij bewust geen definitie opgenomen, omdat hier nog volop discussie over gaande is. Ook kiest het ethisch kader bewust een bredere scope, namelijk ‘data gedreven toepassingen’. Zie voor meer hierover, de passage over het bepalen van de scope hierboven. Bijzonder aan kunstmatig intelligente systemen, en anders dan reguliere automatisering, is het gegeven dat deze techniek een zekere autonomie of zelflerend vermogen heeft. De high level expert group on AI van de Europese Commissie hanteert de volgende definitie: *“Artificial intelligence (AI) refers to systems that display intelligent behaviour by analysing their environment and taking actions – with some degree of autonomy – to achieve specific goals. AI-based systems can be purely software-based, acting in the virtual world (e.g. voice assistants, image analysis software, search engines, speech and face recognition systems) or AI can be embedded in hardware devices (e.g. advanced robots, autonomous cars, drones or Internet of Things applications).”*
- **Compliance beoordeling:** in principe 1 wordt over een compliance beoordeling gesproken. Bedoeling is niet het ethisch kader te reduceren tot een compliance invuloefening, waarbij het kader als een soort ondergrens fungeert. Doel van dit kader is dat u bij de inzet van technieken die u onder de scope rekent, een bewuste, ethische afweging maakt en vooraf nadenkt over de gevolgen hiervan op klanten en uw dienstverlening. Natuurlijk zal de compliance afdeling hier een rol in spelen, maar daar moet het zich niet toe beperken. De verwijzing naar bestaande PARP processen wil ook niet zeggen dat de ethische beoordeling zich enkel richt op nieuwe producten: belangrijk is dat ook de processen rondom deze producten tegen het licht worden gehouden.
- **Waar nodig:** in principe 2 wordt gezegd dat ‘waar nodig’ aan klanten wordt verduidelijkt, dat zij te maken hebben met een machine in plaats van een mens. Het is aan de verzekeraar te bepalen, in welke gevallen deze toelichting ‘nodig’ is. Doel van chatbots is natuurlijk juist om deze zo persoonlijk mogelijk te laten overkomen, zodat klanten geen druk leggen op de beperkte capaciteit van medewerkers. Dit kan zo succesvol zijn, dat klanten door machines geholpen worden, zonder dat zij dit in de gaten hebben. Dat kan als een succes worden gedefinieerd, maar de vrees leeft dat als mensen door een robot worden geholpen, de kans toeneemt dat niet alle relevante aspecten van hun geval voldoende gewogen zijn. Mensen moeten daarom altijd in de gelegenheid zijn om een mens te raadplegen. Daarvoor is het belangrijk dat klanten weten, of ze door een automatische toepassing geholpen zijn, of niet. In veel gevallen zal dit vanzelfsprekend zijn, maar bij twijfel, zal de verzekeraar klanten melden dat zij door een geautomatiseerde toepassing zijn geholpen.
- **Indien gewenst:** in principe 8 staat dat verzekeraars klanten indien gewenst zullen informeren over hun de weloverwogen keuze om wel of geen biometrische gegevens, data gegenereerd uit ‘affective computing’, social media data, online (be)zoekgegevens, locatie- en IoT-data te gebruiken. Hiermee wordt bedoeld dat indien een klant daarom vraagt, de verzekeraar deze keuze zal toelichten.
- **Pseudonimisering/anonimisering:** pseudonimiseren is een procedure waarmee identificerende gegevens door een algoritme worden vervangen door versleutelde gegevens (het pseudoniem). Het algoritme kan voor een persoon altijd hetzelfde pseudoniem berekenen, waardoor informatie over de persoon, ook uit verschillende bronnen, kan worden gecombineerd. Daarin onderscheidt pseudonimiseren zich van anonimiseren, waarbij het koppelen op persoon van informatie uit verschillende bronnen niet mogelijk is. Na pseudonimisering is het mogelijk de gegevens weer te

ontsleutelen. Pseudonimiseren is een techniek van informatiebeveiliging, meer specifiek: een 'privacy enhancing technique'¹⁰.

- **Confirmation bias:** bias betekent letterlijk 'vooringenomenheid'. Confirmation bias is de neiging om een bepaalde interpretatie van de data meer gewicht te geven, dan alternatieve verklaringen. Een hypothese kan zijn dat rode auto's meer schade veroorzaken. Vervolgens wordt hier bewijs bij gezocht en worden rode auto's hoger getarifeerd. In werkelijkheid kan het zo zijn, dat bepaalde modellen niet in de kleur rood leverbaar zijn, waardoor niet zozeer de kleur, als wel het model auto zorgt voor de hogere schadelast. Data die op deze alternatieve verklaring wijst, wordt door confirmation bias echter genegeerd, en er wordt alleen gezocht naar bewijs voor de vooringenomen verklaring. Het is belangrijk om altijd alternatieve hypothesen te onderzoeken en zo transparant mogelijk te zijn met betrekking tot de gebruikte data. Ook belangrijk is het om correlatie en causaliteit uit elkaar te houden. Een mooi voorbeeld is dat het aantal films waarin Nicolas Cage voorkomt, sterk correleert met het aantal mensen dat in de Verenigde Staten overlijdt na een val in een zwembad¹¹. Dat deze twee correleren, wil niet zeggen dat het beperken van het aantal films met Nicolas Cage bij zal dragen aan de preventie van verdrinking. Confirmation bias is slechts één van de vooringenomenheden waarmee rekening gehouden dient te worden. Een simpele zoektocht op internet levert vele artikelen op over bias-problemen bij datascience.
- **Uitleg:** bij het gebruik van algoritmes, kan het een uitdaging zijn om klanten uit te leggen waarom een bepaald besluit zo heeft uitgepakt. Waar het ethisch kader over 'uitleg' spreekt, wordt niet bedoeld dat de klant tot in detail wordt verteld waarom besluit X en niet besluit Y is genomen. Dit zou immers ook bedrijfsgeheime informatie omvatten. Ook wordt niet bedoeld, dat de klant recht heeft op inzage in diens persoonsgegevens: dat recht bestaat reeds onder de AVG. In het ethisch kader wordt met 'uitleg' aanvullend bedoeld, dat de verzekeraar de klant toelicht, wat de belangrijkste factoren zijn waarom het besluit genomen is. Het kan zijn dat een klant in een bepaalde inkomenscategorie valt en daarom wel of niet in aanmerking komt voor acceptatie: dan is het belangrijk dat die bepalende factor toegelicht wordt. Belangrijkste is dat de klant weet, wat hij/zij kan doen of had kunnen doen, om een ander besluit te krijgen. De toelichting moet dus bij voorkeur 'actionable' zijn.
- **Discriminatie:** artikel 1 van de Grondwet zegt dat gelijke gevallen gelijk behandeld moet worden en dat discriminatie op grond van ras, geloof etc. verboden is. Verzekeraars differentiëren op het risico. De grens tussen differentiatie en discriminatie moet nauwlettend in de gaten gehouden worden. Het Verbond heeft hier o.a. een eerdere publicatie¹² en themadag¹³ aan gewijd.
- **Monitoren gevolgen:** principe 21 spreekt over het intern monitoren van de gevolgen van de inzet van data gedreven besluitvorming. U kunt zich hierbij laten inspireren door de jaarlijkse Solidariteitsmonitor die het Verbond op brancheniveau maakt. Het gaat er om dat inzichtelijk is hoe uw dienstverlening aan klanten verandert ten gevolge van de inzet van de technieken die u in scope heeft. U kunt hierbij kijken naar de premies voor bepaalde groepen klanten, de dekking, de vraag wie u niet langer accepteert of welke klanten u bij voorkeur trekt. Natuurlijk is het zo dat u een evenwichtige portefeuille nastreeft en dat u commerciële keuzes maakt voor of tegen bepaalde segmenten. U kunt ook actief zijn in een bepaalde regio. Het gaat er om dat u zich bewust blijft van hoe dit profiel door de tijd heen verandert en dat die veranderingen niet onbedoeld negatief uitpakken voor bepaalde groepen.

Juni 2020

¹⁰ Voor meer informatie over privacy ontwerp strategieën kunt het 'blauwe boekje' raadplegen:

<https://www.cs.ru.nl/~jhh/publications/pds-boekje.pdf>

¹¹ <https://www.tylervigen.com/spurious-correlations>

¹² <https://www.verzekeraars.nl/publicaties/actueel/balanceren-tussen-solidariteit-en-differentiatie>

¹³ <https://www.verzekeraars.nl/publicaties/actueel/voorkom-discriminatie-gegevens-zijn-geen-feiten>