

Lund 2016-01-25

## *Skrivelse till utredningen om omreglering av spelmarknaden (Fi 2015:11)*

Dataskydd.net är en svensk ideell förening som arbetar med dataskyddsfrågor. Vi fokuserar särskilt på hur teknik och juridik samverkar. Vårt arbete syftar till att få både teknik och juridik att stärka individens rättighet till privatliv i digitala miljöer, samt dataskyddsreglernas möjlighet att bistå individen med utövandet av dessa rättigheter.

I *Omreglering av spelmarknaden* uppmanas utredaren att ”bedöma om undantag från personuppgiftslagens regler behöver och kan göras” i syfte motverka att ”problemspelande uppstår”, och för preventiva spelansvarsåtgärder så som ”olika former av registreringar av spelares beteenden”. Detta ska göras mot bakgrund av reformarbetet för dataskydd inom EU som avslutades i december 2015.<sup>1</sup> Dataskydd.net ser inte att det behövs särskilda undantag från dataskyddslagstiftningen för att uppnå utredningens mål. Vi förordar en tydlig definition av vad ”spelansvarsåtgärder” är, så att speltjänstleverantörer kan tillämpa dataskydds-förordningens vanliga principer och regler vid utformandet av dessa åtgärder.

EU:s dataskydds-förordning innehåller en dataminimeringsprincip, och en ändamålsbegränsningsprincip. Dessa principer gäller all databehandling. Vidare finns i den allmänna uppgiftsförordningen möjlighet för till exempel speltjänster att behandla personuppgifter om detta krävs för att de ska uppnå lagstadgade krav på verksamheten.

Dataskydd.net föreslår att spelansvaret begränsas till enskilda användare av specifika leverantörers tjänster. I utredningen *En framtida spelreglering* föreslås att spelansvarsåtgärder kan vara ”att hjälpa spelaren att sätta gränser för spelutgifterna, få korrekt information om hur spelet fungerar och vinstchanser, och inte dölja utan i stället klart visa, i den mån det är möjligt, hur mycket spelaren har spelat för, under hur lång tid, och hur stor vinsten eller förlusten är.” Vidare återges exempel på tyska sociala riktlinjer för spelansvar, i en uttömmande lista. Dataskydd.net är kritiska till spelansvarsåtgärder som ger leverantörer skyldigheter att kartlägga sina kunders personlighetsaspekter. Även aggregerad data om och kartläggning av spelkunders vanor bör begränsas till vad som är nödvändigt för att utöva spelansvaret.



Amelia Andersdotter

Ordförande, Dataskydd.net

Kommittéedirektiv 2015:95, s. 10-II.

Artikel 5(i)(c).

Artikel 5(i)(b).

Artikel 6(i)(c).

SOU 2008:124, s. 160.

SOU 2008:124, s. 188.

<sup>1</sup>Se tills vidare Europaparlamentets konsoliderade text på [http://www.europarl.europa.eu/meetdocs/2014\\_2019/plmrep/COMMITTEES/LIBE/DV/2015/12-17/4\\_consolidated\\_text\\_EN.pdf](http://www.europarl.europa.eu/meetdocs/2014_2019/plmrep/COMMITTEES/LIBE/DV/2015/12-17/4_consolidated_text_EN.pdf)

## Appendix

Till spelutredningens uppdrag hör inte att utvärdera meriterna i dataskyddslagstiftning och de mänskliga rättigheterna till privatliv och dataskydd som finns i EU:s stadga och Europarådets konvention. Dataskydd.net vill därför tillägga en text som motiverar vår mening att leverantörer inte bör ges skyldigheter att kartlägga kunders personlighetsaspekter, samt vår ståndpunkt att aggregerad data om och kartläggning av spelkunders vanor bör begränsas till vad som är nödvändigt för att uppnå målsättningen med spelansvaret.

Kartläggning av personlighetsaspekter och individers vanor sker idag i stor omfattning på internet.<sup>2</sup> Resultaten av sådana kartläggningar används för marknadsföring eller annan beteendepåverkan.<sup>3</sup> Begreppet *nudging* har även fått en politisk innebörd, där kartläggning av individers vanor kan användas för att få individer att bete sig ”korrekt” eller öka individers acceptans för politiska projekt.<sup>4</sup> Man använder ofta beteckningen *profilering* (handlingen att sortera in individer i kategorier baserat på en ”profil” som utgörs av tidigare handlingsmönster, ursprung, identitet, o.s.v.) för att beskriva denna kartläggning.

Speltjänstleverantörer kan antas vilja rikta marknadsföring. Detta är tillåtet enligt dataskyddslagstiftningen, men det förefaller olämpligt att spelansvarsåtgärder utformas så att de riskerar bidra till rikttningsarbetet. *Nudging* kan uppfattas som en lockande politisk strategi vid utformandet av statens roll i spelansvaret, men inverkar också kulturellt likriktande på samhället. Det är en manipulativ strategi som står i kontrast till exempelvis offentliga informationskampanjer.

Utanför utredningens område ligger också möjligheten att titta närmare på nätbaserade autenticeringstjänster. De flesta former av e-legitimation som används av offentlig och privat sektor innehåller idag element av kartläggning. Trots ett omfattande europeiskt arbete för att standardisera metoder för ”anonyma autenticering”, har kartläggning ansetts ha större ekonomiska och politiska fördelar. De vanligast använda e-legitimationsteknologierna idag är standardiserade på ett sådant sätt att legitimationsleverantören *vet* när vem legitimerar sig, och i vilket syfte. Problemformuleringen är i dessa fall att spelkundens interaktioner med sin tjänstleverantör lagras hos en för interaktionen utomstående part (legitimationsleverantören). Det innebär en risk för att marknadsföring riktas mot problemgrupper på grund av deras beteende, då legitimationsleverantörer inte omfattas av spelansvar. Omvänt kan det innebära en risk för att spelkunder ges sämre kreditvärdighet på grund av sitt beteende.

Se i fotnötterna särskilt D-CENT, Morozov, Hildebrandt.

Se t ex FIDIS, ABC4TRUST eller i Sverige, PriSEC på Karlstads universitet.

<sup>2</sup>Hildebrandt, Mireille, Gutwirth, Serge (red.). *Profiling the European Citizen: Cross-Disciplinary Perspectives*. Springer Verlag, 2008; Zuiderveen Borgesius, Frederik J., *Improving privacy protection in the area of behavioural targeting*, doktorsavhandling, Universiteit van Amsterdam, 2014. Tillgänglig på <http://dare.uva.nl/record/1/434236>; Schrage, Michael. *Big Data's Dangerous New Era of Discrimination*, Harvard Business Review, 29 januari 2014; Bria, Francesca, Clavell, Gemma Galdon, Ruiz, Javier, Zaala, José María, Fitchner, Laura, Halpin, Harry. *D-CENT: Research on digital identity ecosystems*, NESTA, 2015; Federal Trade Commission, 2016. *Big Data: A Tool for Inclusion or Exclusion?*

<sup>3</sup>Datatilsynet (Norge), 2015. *The Great Data Race: How commercial utilisation of personal data challenges privacy*; för en teknisk beskrivning se O'Reilly Radar. *How browsers get to know you in milliseconds*. Tillgänglig på <http://radar.oreilly.com/2014/12/how-browsers-get-to-know-you-in-milliseconds.html>

<sup>4</sup>Rainford, Paul, Tinkler, Jane *Designing for nudge effects: how behaviour management can ease public sector problems*. LSE Research Online, 2011; Morozov, Evgeny. *The Real Privacy Problem*. Tillgänglig på: <http://www.technologyreview.com/featuredstory/520426/the-real-privacy-problem/>

Förutom Hildebrandt-Gutwirth-boken är samtliga referenser i fotnötterna tillgängliga på nätet. Här har samtliga direktlänkar inte återgivits av platsskäl, och bara sådana länkar återges som inte nödvändigtvis är lätta att på egen hand finna genom internet-sökningar. Notera att Harvard Business Review är en betaltjänst med begränsat antal visningar av artiklar per användare och månad.