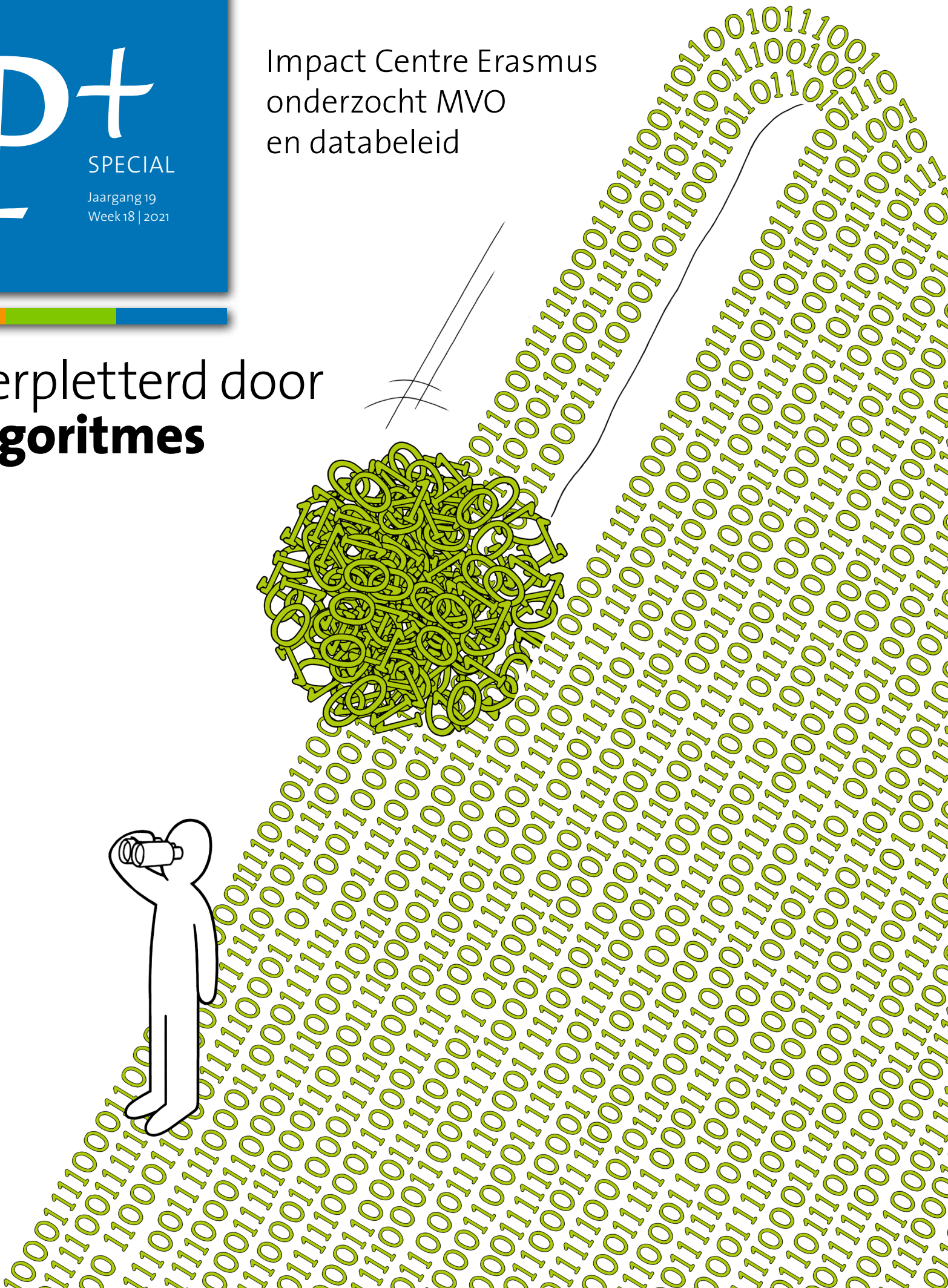


P+  
SPECIAL

Jaargang 19  
Week 18 | 2021

Impact Centre Erasmus  
onderzoekt MVO  
en databeleid

# Verpletterd door algoritmes



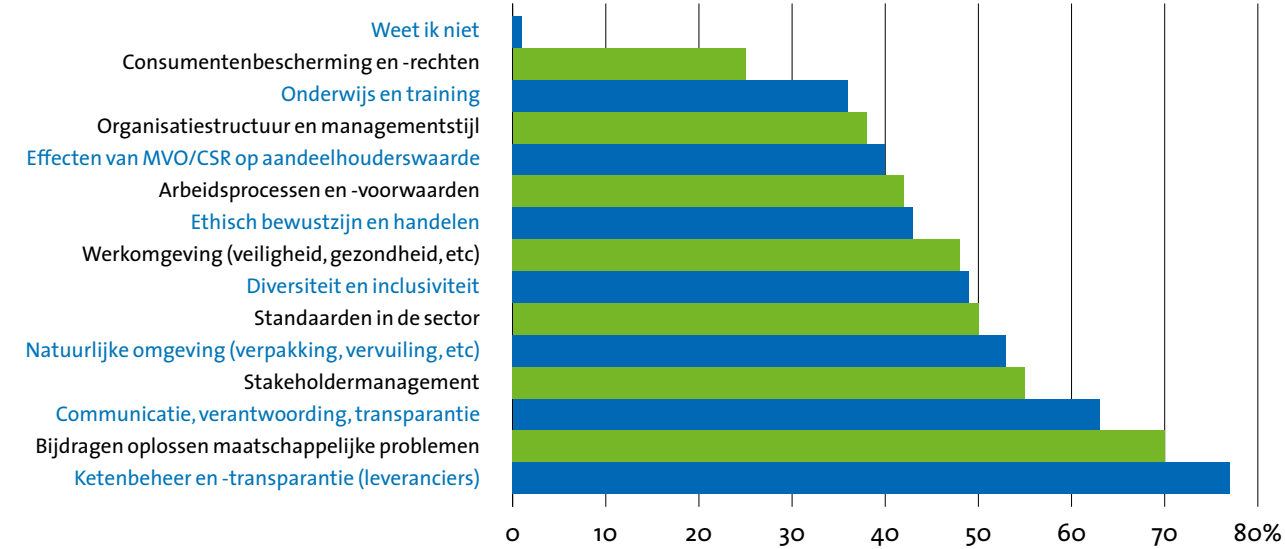
# Foute algoritmes

Algoritmes. Dat de Belastingdienst ze gebruikt, dat weten we inmiddels maar al te goed. Er viel een kabinet over de 'toeslagenaffaire'. Ook Volkswagen kwam door niet-ethisch getoetst gebruik van data en technologie in enorme problemen terecht: 'Dieselgate'. Al die enen en nullen kunnen mensen verpletteren. Toch hebben de kwalijke kanten van de datagebruik nog geen alarmbellen bij overheden en bedrijven doen afgaan. Dat blijkt uit het jongste onderzoek van het Impact Centre Erasmus onder leden van het MVO Expertpanel.

**D**ataverzameling, dataverwerking, datamanagement. Wie buigt zich daarover in een onderneming, of bij de overheid? Moeten MVO-managers daar een rol in hebben? Bijvoorbeeld door een ethische toetsing in te voeren nog voordat de computers beginnen te stampen en er ongelukken gebeuren? Dat was de hamvraag aan de honderden leden van het MVO Expertpanel, in het nieuwste onderzoek. De urgentie van fout datagebruik is nog niet in de MVO-wereld doorgedrongen, zo blijkt. Slechts 43 procent van de ondervraagden ziet de manier waarop de organisatie data verzamelt, verwerkt en gebruikt als belangrijk onderdeel in het werkveld 'ethisch bewustzijn en handelen'. Dat is het MVO-thema waar bijvoorbeeld ook *codes of conduct* onder vallen. Omdat het verzamelen van persoonlijke data vaak de privacy raakt, zou het in het werkveld 'consumentenbescherming en -rechten' kunnen vallen. Maar daar is de animo onder MVO-managers nog minder groot voor: slechts 25 procent ziet daar de noodzaak toe. De bedrijfsleiding stimuleert de duurzaamheidsexperts ook nauwelijks om over dit vraagstuk mee te denken: slechts 19 procent van de respondenten wordt betrokken bij keuzes over data.

**Het is de vraag** of dit wel verstandig is, nu zo overduidelijk is gebleken hoe kwetsbaar bedrijven en overheden zijn wanneer de stem van duurzame professionals niet in alle hoeken van de onderneming doordringt. Waarom wordt de MVO-manager dan toch niet betrokken bij ethisch datamanagement? De realiteit is dat bedrijven nog nauwelijks over datamanagement hebben nagedacht. Van de ondervraagden geeft slechts een minderheid van 43 procent aan dat hun organisatie een datavisie heeft ontwikkeld. Binnen deze groep geeft 76 procent van de ondervraagden aan dat ethisch datamanagement een expliciet onderdeel is van deze datavisie. Dit beleid zou dan mogelijk betrekking kunnen hebben op verantwoord omgaan

## Bij welke aspecten van MVO is dataverzameling, -verwerking en -management een onderdeel?

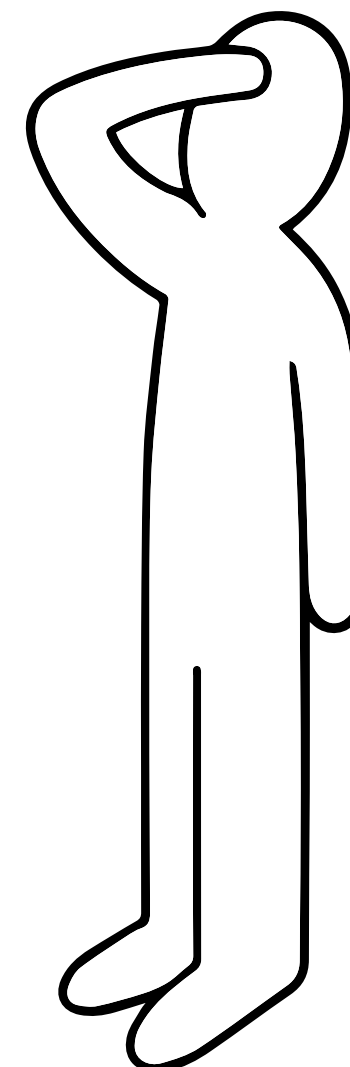


met data, waaronder digitalisering, opslag en uitwisseling van gegevens, toetsing van ontwerp van algoritmes, communicatie naar personen over wie data wordt verzameld, omgang met datalekken en open gesprekken over de eventuele bias die data opleveren. Van de ondervraagde zegt 34 procent dat hun organisatie zo'n datavisie niet heeft. Maar de meeste opvallende uitslag uit deze enquête is dat 23 procent van de ondervraagden niet eens weet of de eigen organisatie een datavisie heeft geformuleerd.

**Grof samengevat:** slechts 25 van de 100 organisaties heeft een visie op ethisch datamanagement en 75 niet. Dat is een verontwaardigend gegeven, in tijden dat de 'toeslagenaffaire' de politieke verhoudingen in Den Haag verziekt en het vertrouwen van de bevolking in politieke daadkracht ondermijnt. Maakt deze 'toeslagenaffaire' nog steeds niet duidelijk wat de componenten zijn van een falend ethisch datamanagement? Mensen en gezinnen zijn verpletterd in een 'systeem' dat een algoritme toepaste waarin een foutje in de aangifte plus een bi-culturele achtergrond aanleiding vormde voor verdenking van fraude. En juist over dat 'systeem' zouden ook MVO-professionals zich meer zorgen moeten maken. Het zijn niet de computers zelf die algoritmes bedenken, goedkeuren en toepassen. *Ansich* zijn data waardenvrij. Algoritmes hebben geen normen en waarden, tenzij expliciet geprogrammeerd. Het gaat bij data in relatie tot ethiek om de analyses, conclusies en de besluitvorming en toepassing in primaire processen. Bijvoorbeeld door een uitvoeringsinstantie als de fiscus bij het al dan niet verstrekken of terugvorderen van toeslagen. Maar juist in de keuze van data, wat interessant en waardevol is, verliezen de gegevens hun neutraliteit en zijn ze niet langer waarde-vrij. Dat gebeurt bijvoorbeeld ook wanneer een gemeente gegevens over de sociaal-economische status (SES) van burgers koppelt met data over

laaggeletterdheid, en daarna specifieke groepen in de bevolking veel vaker dan anderen controleert. Denk aan een toepassing in geval van opsporing van uitkeringsfraude of verdenking van criminaliteit.

**In de enquête** onder de MVO-experts is dan ook gevraagd wat er met verzamelde data binnen de organisatie gebeurt. Van de respondenten geeft 56 procent aan dat niet alle beschikbare gegevens binnen de organisatie gebruikt worden. Dit is op zich een potentiële indicator voor ethische of privacy kwesties in de toekomst. Gegevens later gebruiken voor andere, niet goedgekeurde doeleinden kan de vraag oproepen of dit wel is toegestaan. De opkomst van kunstmatige intelligentie, die toegang heeft tot voorheen ongebruikte databestanden, versnelt de noodzaak om dergelijke vraagstukken aan de orde te stellen. Ook heel interessant is wat CEO's op het laatste World Economic Forum naar voren brachten. Deze topbeslissers voorspelden zelfs dat *artificial intelligence* (AI) een grotere impact op de samenleving gaat hebben dan het internet. Er valt een enorme inhaalslag te maken onder de 32 procent van de respondenten die aangeven niet eens te weten of hun organisatie gebruik maakt van algoritmes of profilering. ➤





# Waarvoor worden data, algoritmes en profielen gebruikt?

**A**lgoritmes vormen voor MVO-managers een ‘uitdaging’. Nog te veel wordt aangenomen dat data bestaan uit objectieve, correcte verzamelingen van informatie. Harde feiten waarop conclusies en handelwijzen worden gebaseerd, die te controleren zijn en risicoloos geïnstitutionaliseerd kunnen worden. In werkelijkheid kunnen algoritmes juist een eigen leven gaan leiden en zelfs tot een sneeuwbaaleffect leiden, met foute acties als gevolg. Ze kunnen ook een self-fulfilling prophecy veroorzaken, gebaseerd op bestaande vooroordelen en machtsverhoudingen. Algoritmes pakken zo bijvoorbeeld nadelig uit voor vrouwen, omdat zij niet gebaseerd zijn op daadwerkelijk empirische feitelijke verschillen. Ethisch profileren kent door slecht gecontroleerde algoritmes een zelfversterkende feedbackloop. Minderheden in de samenleving zijn hiervan de dupe.

**Het thema dataverwerking** hoort dus wél thuis in de gereedschapskist van de MVO-professional. Nu staat dit instrumentarium vooral nog in de boardroom en bij afdelingen als *finance & control*. Het is niet dat er geen interesse voor is, op de duurzaamheidsafdelingen die verder alles weten over *people, planet, profit en progress*. Keuzes rondom dataverzameling, -verwerking en -management worden als

‘relevant’ beoordeeld, zelf als ‘zeer relevant’ gezien. Waarom deze wens dan toch niet wordt omgezet in daden, heeft vooral met de complexiteit van het onderwerp te ma-

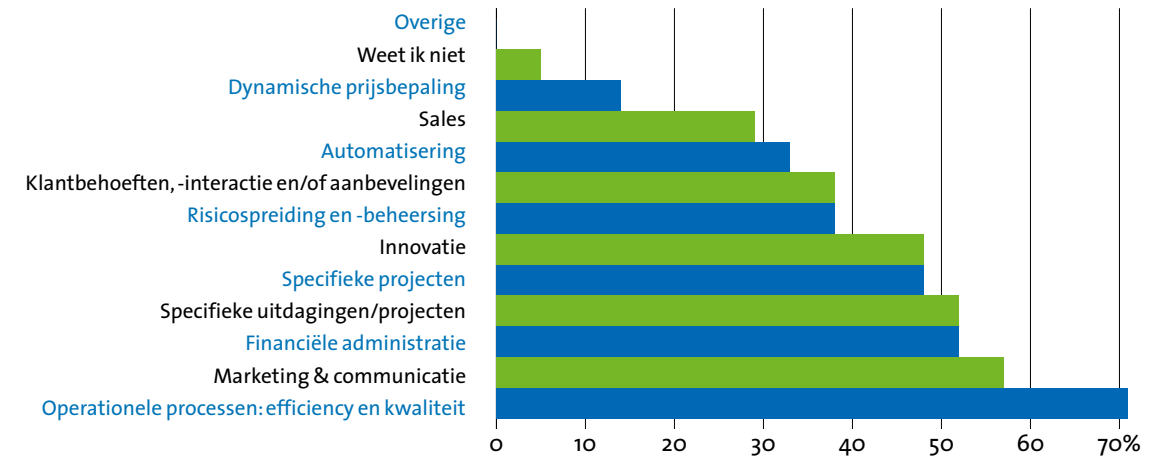
ken. Dataverwerking is een moeilijk onderwerp, geven de respondenten toe. Een van hen schreef zelfs: ‘Ethisch datamanagement is MVO voor gevorderden’. Zo’n opmerking refereert mogelijk naar de volwassenheid die een organisatie moet hebben op andere MVO-gebieden, voordat de MVO-manager aan ethische datamanagement kan gaan beginnen. Het grotendeels onontgonnen gebied kan dan wel waarde toevoegen aan het takenpakket en verantwoordelijkheden van de duurzaamheids-expert. Zouden organisaties daarvoor terugschrikken? Dat zou zomaar kunnen. Een van de respondenten plaatste de opmerking: ‘Wegen de kosten niet op tegen de baten?’.

“MVO Experts geven in de enquête antwoord op de vraag hoe ethisch datamanagement nu is verankerd.” Van de duurzaamheidsafdelingen die dit al hebben geregeld heeft 49 procent dit vastgelegd in de visie van de organisatie en de organisatiedoelstellingen. 47 procent van de ondervraagden stelt dat ethisch datamanagement nu als verantwoordelijkheid bij de directie is neergelegd. Ook evalueert 33 procent van de bedrijven het datamanagement in het kader van de ontwikkeling van de organisatie. Minder dan een kwart (24 procent) is ertoe overgegaan om dit op te nemen in de MVO-visie dan wel MVO-beleid. En nog iets minder (22 procent) heeft de wijze waarop met data wordt omgegaan als gedeelde verantwoordelijkheid bij de MVO-manager of de MVO-afdeling neergelegd.

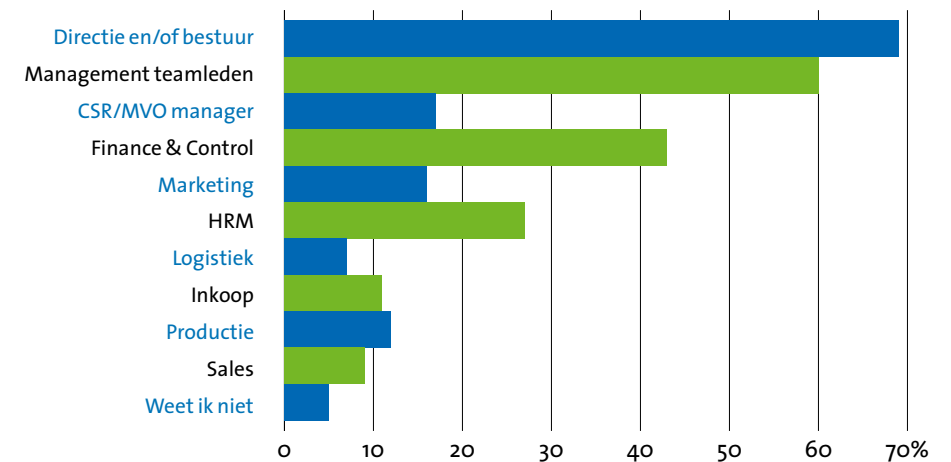
**Er is ook een inhoudelijke ‘aanvliegroute’** om de omgang met data in beleid vast te leggen: de *principle based approach*. Deze aanpak gaat uit van een aantal leidende principes die gesprekken en beslissingen helpen te faciliteren. In een wereld met snelle technologische ontwikkelingen functioneren deze principes als een vertrouwd kompas. Op het hoogste niveau geven de principes zo richting aan integriteit, verantwoordelijkheid, betrouwbaarheid, onpartijdigheid, non-discriminatie, verantwoordingsplicht, robuustheid en bruikbaarheid. Deze principes kunnen verfijnd worden tot lagere niveaus of afdelingen. Om programmeurs van algoritmes duidelijk te kunnen maken wat wel en niet door de beugel kan, moeten de meeste organisa-

“Ethisch datamanagement is MVO voor gevorderden”

## Waarvoor worden de data, profielen en/of algoritmes gebruikt in uw organisatie?



## Wie is betrokken bij keuzes rond dataverzameling, -verwerking en -management?



ties nog wel wat investeren in kennis en vaardigheden van hun medewerkers. Het trainen in algemene ICT-basisvaardigheden is onder de respondenten gemeengoed (67 procent). Voor ‘mediawijsheden’ geldt dit al wat minder (47 procent). Maar opleidingen waar het nu om gaat, informatievaardigheden en *computational thinking*, zijn slechts voor respectievelijk 19 tot 11 procent van de organisaties van de duurzaamheidsprofessionals weggelegd. Dat zijn wel erg weinig mensen die begrijpen hoe een algoritme werkt en hoe data correct gekoppeld moeten worden. Organisaties die dit niet ethisch toetsen zullen blunders begaan. Gepast datagebruik vereist een bepaalde mate van datageletterdheid in een organisatie, buiten de programmeurs zelf. Wie weet bijvoorbeeld dat er een model bestaat dat teams helpt om ethische problemen te detecteren in dataprojecten, de *Data Ethics Decision Aid*? Volgens de voorzitter van de Rekenkamer Rotterdam, Paul Hofstra, maken nog maar weinig ambtenaren hier gebruik van. Hofstra pleit ook voor het invoeren van een ‘algoritmeregister’, om tot een betere controle te komen. Een discussie of dit een weg is, zou nog moeten worden gevoerd.

**Concluderend:** de MVO-professional loopt achter op de technologische ontwikkelingen in het bedrijfsleven en de overheid. Dat kan niet, want datamanagement heeft alles te maken met

maatschappelijke vraagstukken zoals toegankelijkheid, kansen en ongelijkheid, milieu, sociale cohesie en gezondheid. Ethisch datamanagement wordt nog onvoldoende als een MVO-issuе gezien, terwijl de relevantie en de impact ervan toeneemt. Binnen organisaties wordt ethisch datamanagement nog onvoldoende gekoppeld aan maatschappelijk verantwoord ondernemen. Het moet nog als kompas aan de gereedschapskist van de MVO-manager worden toegevoegd en verankerd in de datavisie van de organisatie. In de toekomst zal het belang van een MVO-check op het vergaren en koppelen van data nog verder toenemen.

*Het MVO Expertpanel bestaat uit MVO-professionals en besluitvormers uit het bedrijfsleven, de overheid, belangenorganisaties, ontwikkelingsorganisaties en goede doelen organisaties. Ook (oud) docenten en alumni van het Executive Program CSR van de Erasmus Universiteit maken deel uit van het MVO Expertpanel. Zij worden maximaal vier keer per jaar bevestigd over de stand van zaken, trends en kansen en uitdagingen op het gebied van Maatschappelijk Verantwoord Ondernemen. Ben jij een MVO professional en wil je deelnemen aan het MVO Expertpanel, mail naar [impactcentre@eur.nl](mailto:impactcentre@eur.nl).*

**Websites**  
+ [Website Impact Centre Erasmus](https://www.impactcentre.nl)

# Wat zeggen deskundigen over MVO en algoritmes?

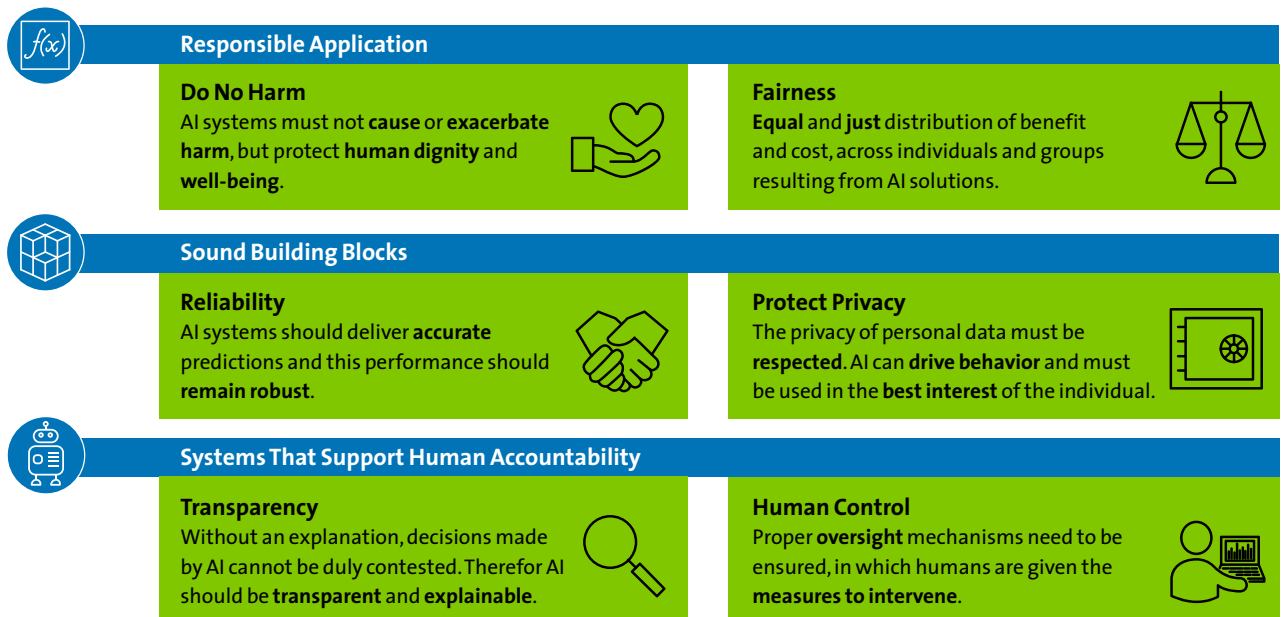
**D**e mens moet de eindcontrole over de cijfers houden, vindt Willem Peter de Ridder. Hij is auteur van het boek 'Winnen met kunstmatige intelligentie'. Op verzoek van het Impact Centre Erasmus formuleerde hij een advies. "Een veelgehoord uitgangspunt is dat de algoritmes die je gebruikt transparant moeten zijn en dat je de uitkomsten moet kunnen uitleggen. Dit klinkt logisch, maar is in de praktijk vaak moeilijk. Het dilemma is dat de best werkende algoritmes, die bijvoorbeeld gebruik maken van neurale netwerken, vaak het meest *black box* zijn. Met andere woorden, naarmate het algoritme complexer is en wij het minder goed kunnen uitleggen, is het resultaat beter. Toch moeten we ervoor zorgen dat we als mens in control blijven. We moeten van de *black box* een stapje terugzetten naar een *grey box*, zeker als het over gevoelige onderwerpen gaat. Dit kan

door de uitkomsten van het algoritme voor implementatie te checken. We moeten het proces zo inrichten dat het systeem alleen een advies geeft. De mens beoordeelt dat advies en neemt vervolgens de finale beslissing. Je kunt *human in control* ook achteraf inbouwen met een beroepsmogelijkheid. Voorwaarde is dan dat de beslissingen die op basis van algoritmes zijn genomen omkeerbaar zijn."

**Femke Pluymert**, directeur van Diversion, vindt dat juist organisaties en bedrijven die zich profileren met hun maatschappelijke rol of missie een voorloperrol moeten pakken. Speciaal voor sociale bedrijven heeft Diversion (met o.a. Social Enterprise NL) een toolbox ontwikkeld: [doegoedmetdata.nl](https://doegoedmetdata.nl). Verder ondersteunt Diversion onderwijs op het gebied van onder meer mediawijsheid aan jongeren. Zelf heeft Diversion uiteraard een datavisie en gaat met regelmaat in gesprek met experts. Een eigen kennisnetwerk rond datamanagement opbouwen leidt tot 'verfrissende inzichten' en is daarmee een aanrader.

**Marnix Bügel**, founder en managing partner van Mlcompany, een leidend bureau op het gebied van Artificial Intelligence (AI), vindt dat de grootste bedrijven ook de grootste verantwoordelijkheid dragen: "Dit Peter Parker principe gaat ook absoluut op voor de toepassing van AI. Om AI verantwoord toe te passen, moet de ontwikkeling en toepassing worden getoetst aan een normenkader." Mlcompany formuleerde een normenkader en past dit bij klanten toe. ■

## Framework Verantwoordelijkheid Artificial Intelligence



BRON: MlCOMPANY, GAIN.