

Juridiken kring marknadsföring och personuppgifter/dataskydd i försäkringsbranschen

Datum:

2016-09-20 - 2016-09-21

Tid:

Registrering från kl. 08.40 (dag 1).
Mellan kl. 09.00 - 16.00.

Anmälan:

Senast den 15 september 2016

Plats:

Svenska Försäkringsföreningen
Karlavägen 108 6 tr, Stockholm

[Karta på Hitta.se](#)

[SL](#)

Övrigt:

Lunch, fika och kursdokumentation ingår i kursavgiften.

[Anmälan via www.forsakringsforeningen.se](http://www.forsakringsforeningen.se)

Försäkringsbranschen hanterar i sin verksamhet en stor mängd känsliga personuppgifter samt informerar och marknadsför sina produkter gentemot kunder. Under kursen går vi igenom de regelverk som styr marknadsföring/informationsgivning och hantering av personuppgifter.

Under våren 2018 kommer personuppgiftslagen (PuL) att ersättas av EU:s nya gemensamma dataskyddsförordning. Det innebär många nyheter, och i ett särskilt avsnitt kommer vi att jämföra PuL med den nya förordningen. Vi går igenom alla nyheter och de konkreta åtgärder som försäkringsbolag kommer att behöva vidta som förberedelser inför att den nya förordningen träder ikraft.

Innehåll och upplägg

Kursen är tänkt att utgå från en mängd praktiska exempel i syfte att konkretisera regelverket och skapa förståelse för hur man praktisk behöver agera vid marknadsföring, informationsgivning och hantering av personuppgifter i försäkringsbranschen. Under kursen kommer det finnas mycket utrymme för diskussioner och frågor.

Ur programmet

- Personregister - så samverkar personuppgiftslagen (PuL) med försäkringslagstiftningen.
- Jämförelse mellan dataskyddsförordningen och PuL – vilka konkreta förberedelser behöver vidtas inför det nya regelverket?
- Marknadsföring av försäkringsprodukter - marknadsföringslagen och de särskilda regler som gäller för försäkringar. Case – marknadsföring i praktiken.
- Konsumentverkets syn på hur informationskraven i FAL ska tolkas.

- Marknadsdomstolens praxis för marknadsföring av försäkringar m.m. Nyheter kring marknadsföringstvister.
- It-säkerhetskrav vid kontakt med kunder via webben. Särskilt om hantering av "känsliga" uppgifter, bl.a. om hälsa, facklig tillhörighet och kriminalitet.
- Internet of things – hur kan/bör/får försäkringsbolag använda uppgifter som registreras när försäkringstagare och försäkrade använder utrustning kopplade till nätverk?
- Personuppgiftshantering vid epostmarknadsföring, mobil marknadsföring och telemarketing. Så informerar du rätt och hämtar in samtycke om det behövs.
- Förändrat medielandskap: vad är reklam idag? – nativeartiklar, bloggar, samarbeten, poddar - utmaningar och möjligheter
- Hur säkerställer man juridiken i finansiell reklam i dagens nya format – processer för det? Case – lyckade och mindre lyckade exempel.

Målgrupp

Kursen riktar sig till personal inom försäkringsbranschen som arbetar med/som:

- Marknadsföring
- Produktansvariga
- Kommunikation
- Compliance
- Databasadministratörer
- Kundtjänstansvariga
- Bolagsjurister
- Personuppgiftsombud

Kursnivå

Kursen kräver inga särskilda förkunskaper för målgruppen.

Föreläsare



Anna Lööv, advokat, Kompass Advokat

Anna är advokat inom affärsjuridik och är specialiserad på bl.a. försäkringsrätt, marknadsföringsrätt och personuppgiftslagstiftning. Hon har haft många uppdrag inom försäkringsbranschen där hon t.ex. gett råd till bolagsjurister, personuppgiftsombud och marknadsföringspersonal. Hon har omfattande praktisk erfarenhet från branscher som präglas av många kundrelationer.



Thomas Andersson, Personuppgiftsombud / DPO, Folksam

Personuppgiftsombud sedan december 2014, placerad på Bolagsjuridik. Tidigare lång erfarenhet från IT där informations- och it-säkerhet samt arkitektur och teknik varit specialområden.



Kerstin Osterman, Bolagsjurist, Folksam, med bland annat inriktning på IT- juridik och personuppgiftslagstiftning. Kerstin medverkade som expert i den parlamentariska kommitté som fick i uppdrag att ta fram förslag till ny lag om skydd för personuppgifter (Datalagskommittén) samt deltog även senare som expert i Personuppgiftslagsutredningen, vars uppdrag var att se över personuppgiftslagen.



Tina Odgaard, strategisk projektledare marknadskommunikation Skandia. Tina är marknadsekonom och jobbar med varumärkesstrategi, kommunikation och medieköp på Skandia. Tina har en lång erfarenhet av marknadskommunikation och reklam i finansbranschen