GÖTEBORGS UNIVERSITET
HANDELSHÖGSKOLAN



LÄRARHANDLEDNING

Dina data, deras affär?

Personalisering, integritet och den osynliga byteshandeln

Gymnasiet och andra utbildningar • 2 × 60 minuter

Baserat på forskningsprojektet ”How privacy shapes retailers and the retail market”, genomfört vid Göteborgs universitet i samarbete med Lunds universitet, Linköpings universitet och Handelshögskolan i Stockholm, finansierat av Handelsrådet (2024–2026). Framtaget av Hagberg, Bäckström, Flaig, Fuentes & Stoopendahl (2026).

Översikt

Ämne	Personalisering, integritet och datadrivet arbete i detaljhandeln
Målgrupp	Gymnasieelever och andra utbildningar på grundnivå. Användbart i kurser inom företagsekonomi, marknadsföring, handel & service
Tid	2 × 60 minuter
Pedagogiskt upplägg	Diskussion, dilemmaövningar, reflektion
Material	Inläsningsmaterial (Word), Powerpointpresentation, denna lärarhandledning
Tekniska krav	Projektor, elevdatorer/mobiler, internet
Baserat på	Forskningsrapporten Integritetsmedveten personalisering (Hagberg et al., 2026), finansierad av Handelsrådet

Lärandemål

Efter genomförda pass/lektioner ska eleven kunna:

- **Förklara vad personalisering och personlig integritet innebär i en digital handelskontext**
- **Beskriva grunderna i GDPR (General Data Protection Regulation) och varför dataskyddslagstiftning finns**
- **Identifiera spänningen (paradoxen) mellan personalisering och integritet**
- **Resonera kring frågor om data och integritet ur tre perspektiv: konsument, företag och samhälle**
- **Ta ställning och argumentera i dilemman kring datainsamling och personalisering**

> 📌 Tips för koppling till kursplaner: Lärandemålen kan kopplas till centralt innehåll inom exempelvis Företagsekonomi 1–2 (marknadsföring, affärsidé, omvärldsanalys), Marknadsföring (digital marknadsföring, marknadsföringslagstiftning), Handel och service (konsumentlagstiftning), samt Gy25 (digitalisering och hållbarhet). Läraren väljer själv vilka kurskrav som bäst matchar och kommunicerar detta till eleverna.

Förberedelser

Före pass 1

- Skriv ut eller dela inläsningsmaterialet digitalt (rekommendation: dela 2–3 dagar före)
- Läs igenom Powerpointbilderna och denna handledning
- Förbered gruppindelning (3–4 elever per grupp, helst tvärfunktionellt blandade)
- Testa projektor och att Powerpointpresentationen fungerar
- Valfritt: bekanta dig med rapporten i sin helhet om du vill kunna fördjupa diskussionen

Före pass 2

- Förbered rollspelets uppgiftsblad (skriv ut bild 20 eller visa på skärm)
- Se till att grupperna vet vilken roll de har i förväg (eller dela ut i början av pass 2)

Detaljerad lektionsplanering

PASS 1: “Dina data – vem bryr sig?” (60 min)

TID	MOMENT	BILD	LÄRARENS ROLL	DETALJER
0–5 min	**Snabbkoll**	2	Skapa energi	Handuppräckning. Kommentera t.ex. “Nästan alla har en app – men hur många har läst villkoren?” Syftet är att visa hur vardagligt detta är.
5–10 min	**Introduktion & lärandemål**	3–4	Presentera	Berätta kort vad lektionerna ska handla om. Gå igenom lärandemålen. Betona: inga rätt/fel-svar, syftet är att tänka och diskutera.
10–20 min	**Mini-föreläsning**	5–9	Presentera, förklara	Gå igenom personalisering, integritet och GDPR-grunder. Använd citaten från forskningen för att göra det levande. Bjud in till korta spontana kommentarer.
20–40 min	**Dilemmaövning 1**	10	Facilitera grupparbete	Dela in eleverna i grupper. Tilldela ett dilemma per grupp. Gå runt och lyssna, ställ utmanande frågor.
40–55 min	**Redovisning & diskussion**	10	Moderera diskussion	Varje grupp delar kort sin diskussion (2–3 min/grupp). Lyft upp motsättningar och likheter.
55–60 min	**Sammanfattning & bro**	11	Avrunda	Knyt ihop. Påminn om att läsa klart inläsningsmaterialet. Ge en hint: ”Nästa gång byter vi sida – hur tänker företagen?”

PASS 2: “Affären bakom datan” (60 min)

TID	MOMENT	BILD	LÄRARENS ROLL	DETALJER
0–5 min	**Summering & reflektion**	12–13	Moderera	Kort samtal i helklass: ”Vad minns ni? Har ni märkt något sedan sist?” Syftet är att aktivera förkunskaper och skapa bro.
5–15 min	**Fyra synsätt**	14–18	Presentera	Gå igenom de fyra perspektiven ett i taget. Använd citaten. Ställ reflektionsfrågan på varje slide men gå inte in i lång diskussion – det kommer i övningen.
15–17 min	**Maktfrågan**	19	Presentera	Kort genomgång av de tre maktnivåerna. Viktigt: infrastrukturen spelar en avgörande roll, inte bara företagen.
17–37 min	**Rollspel / paneldebatt**	20	Facilitera debatt	Dela in i 4 grupper med var sin roll: Grupp A: Marknadschefen (argumentera FÖR ökad AI-personalisering). Grupp B: Juridikavdelningen (argumentera MOT, lyft riskerna) Grupp C: Konsumentorganisationen (vad bör konsumenten kräva?) Grupp D: Politikern (vad borde regleras, av vem?) Betona: argumentera utifrån er roll, inte nödvändigtvis er åsikt. 10 min förberedelse, sedan paneldebatt.
37–47 min	**AI och framtiden**	21	Presentera	Kort framtidsblick. Använd citatet om agentbaserad AI. Syftet är att visa att detta inte är ett avslutat ämne.
47–58 min	**Exit ticket**	22	Ge utrymme	Individuell skriftlig reflektion. Kan samlas in (ej betygsgrundande) eller behållas av eleven.
58–60 min	**Avslut**	23	Avrunda	Tack, uppmuntran, eventuell koppling till kommande kursinnehåll.

Faciliteringstips

Generellt

- Håll dig neutral. Materialet syftar till att väcka tankar, inte ge ”rätta svar”. Om elever frågar vad du tycker, vänd gärna tillbaka: ”Vad tänker du själv?”
- Normalisera komplexitet. Forskningen visar att inte ens experter är överens – det är helt okej att eleverna känner sig osäkra.

- Koppla till elevernas vardag. Fråga om deras egna appar, streamingtjänster, sociala medier.
- Hantera ”Det spelar ingen roll”-attityd. Om någon säger ”jag har inget att dölja” – fråga: Handlar integritet bara om att dölja saker?

Under dilemmaövningarna

- Gå runt mellan grupperna och ställ fördjupande motfrågor
- Om en grupp fastnar: ge dem en ny infallsvinkel (”Tänk om det handlar om mediciner istället för kläder?”)
- Under paneldebatten: se till att alla perspektiv får lika mycket tid

Förväntade elevreaktioner och samtalsstöd

ELEVER SÄGER:	DU KAN SVARA:
”Jag har inget att dölja”	”Men har du rätt att välja? Vad händer om integritet blir en lyx bara rika har råd med?”
”Det är ju bara reklam”	”Vad händer om reklamen påverkar vad du tror att du behöver? Eller om informationen läcker ut?”
”Företagen gör ju bara sitt jobb”	”Absolut – men var går gränsen? Och vem bestämmer den?”
”Det är ändå omöjligt att skydda sig”	”Forskarna talar om *privacy fatigue* – känslan av uppgivenhet. Är det ett problem i sig?”
”GDPR är ju ändå tandlöst”	”Intressant! Forskarna hittade samma frustration hos företagschefer – att seriösa aktörer drabbas medan andra slipper undan.”

Bakgrundsinformation för läraren

Om forskningen

Materialet bygger på forskningsprojektet ”How privacy shapes retailers and the retail market” (2024–2026), genomfört vid Göteborgs universitet i samarbete med Lunds universitet, Linköpings universitet och Handelshögskolan i Stockholm, finansierat av Handelsrådet.

Studien genomfördes i tre faser: explorativ workshop, 21 djupintervjuer med chefer på 12 svenska detaljhandelsföretag, samt en avslutande strategiworkshop.

De fyra synsätten och deras koppling till presentationen

Presentationen använder kortformer för de fyra synsätten för att göra dem lättillgängliga för elever. Nedan visas kopplingen till de officiella benämningarna från rapporten:

I PRESENTATIONEN	OFFICIELL BENÄMNING I RAPPORTEN
"Win-win"	Maximering av värdeutbytet
"Säkra först"	Riskminimering med fokus på regelefterlevnad
"Förtroende som strategi"	Integritet som konkurrensfördel
"Orättvis spelplan"	Pragmatisk marknadsrealism

De fem utmaningarna (fördjupning)

Forskningen identifierar fem centrala utmaningar i arbetet med personalisering och integritet. Dessa utgör bakgrundskunskap för läraren och finns inte explicit i presentationen, men kan användas för att fördjupa diskussionen. De tre spänningarna (kring personalisering, kring integritet, och mellan de båda) som presenteras i inläsningsmaterialet är ett annat sätt att ringa in samma problematik, anpassat för eleverna.

1. **Komplexitet** – berör juridik, marknadsföring, IT, kundrelationer samtidigt
2. **Mångfald** – olika regler för olika branscher, produkter, kundtyper
3. **Kontinuitet** – kan inte lösas en gång för alla; kräver löpande arbete
4. **Relevans** – personalisering måste upplevas som meningsfull
5. **Hastighet** – lagar och teknik (särskilt AI) förändras snabbt

Förslag på fördjupning och bedömning

> Materialet är tänkt som en grundinsats på 2 × 60 min. Här är förslag på hur du kan bygga vidare.

Fördjupningsuppgifter

A. ”Datadetektiven” (1–2 lektioner)
Eleverna granskar sina egna digitala fotavtryck: vilka appar har tillgång till vad? Vad står i villkoren för deras favorittjänst? Redovisning som kort presentation.

B. ”Företagscase” (2–3 lektioner)
Eleverna väljer ett verkligt företag och analyserar dess arbete med personalisering och integritet: Vad samlar de in? Hur kommunicerar de? Vilket av de fyra synsätten verkar dominera? Redovisas som rapport eller muntlig presentation.

C. ”Policyskapare” (1–2 lektioner)
Eleverna skriver en integritetspolicy för ett fiktivt företag. Vad ska stå i den? Hur kommuniceras den till kunder? Övningen tränar på att formulera sig kring datahantering.

D. ”Debatt” (1 lektion)
Formell debatt: ”Bör företag få använda AI för att personalisera utan aktivt samtycke?” Förberedelse med research.

E. ”Framtidsspaning” (1 lektion)
Med utgångspunkt i AI-utvecklingen: Hur ser handeln ut om 10 år? Kreativ övning – kan vara en skriftlig text, affisch eller kort film.

Koppling till bedömning

> Materialet är inte utformat för bedömning, men kan lätt anpassas:

- Exit ticket (slide 22) kan användas som underlag för formativ bedömning av resonerande förmåga
- Företagscase (uppgift B) kan bedömas summativt med fokus på analytisk förmåga och begreppsanvändning
- Debatt (uppgift D) kan bedömas utifrån kommunikativ och argumenterande förmåga

Ytterligare resurser

- IMY (Integritetsskyddsmyndigheten): www.imy.se – tillsynsmyndigheten för GDPR i Sverige
- Svensk Handel: branschorganisation som arbetar med dessa frågor
- EU GDPR-portalen: gdpr.eu – lättläst översikt av GDPR (på engelska)

FAQ – Vanliga frågor

Behöver jag vara expert på GDPR?
Nej. Materialet introducerar grunderna. Om elever ställer detaljerade juridiska frågor kan du hänvisa till IMY:s webbplats eller säga: ”Bra fråga – det är faktiskt precis sådant som inte ens experterna alltid är överens om, enligt forskningen.”

Vad gör jag om eleverna inte har läst inläsningsmaterialet?
Pass 1 fungerar ändå – Powerpointpresentationen täcker grunderna. Men uppmuntra starkt att de läser inför pass 2, eftersom rollspelet kräver viss förförståelse.

Kan jag använda bara ett av passen?
Ja, men de hänger ihop. Pass 1 fokuserar på konsumentperspektivet, pass 2 på företags- och samhällsperspektivet. Om du bara har 60 min, välj det som bäst matchar din kurs.

Vad om eleverna har starka åsikter om övervakningssamhället?
Välkomna det! Men styra tillbaka till det konkreta: handeln, företagens verklighet, deras egna vardagsbeslut. Materialet bygger på forskning om detaljhandel, inte säkerhetspolitik.