



Högskolan
Kristianstad

Högskolan Kristianstad
291 88 Kristianstad
044 250 30 00
www.hkr.se

**Examensarbete 15 hp för
Kandidatexamen i företagsekonomi, Bank och finans
VT 2021**

Penningtvätt

En kvalitativ studie om hur penningtvättsregeringens krav på god kundkänedom och bakgrunds kontroll påverkar bankens kundrelation

Almira Aliji och Esthar Al Abdalah

Fakulteten för ekonomi

Författare

Almira Aliji och Esthar Al Abdalah

Titel

Penningtvätt, en kvalitativ studie om hur penningtvättsregleringens krav på god kundkänedom och bakgrundskontroll påverkar bankens kundrelation.

Handledare

Martin Abrahamsson

Examinator

Helén Tjárnemo

Sammanfattning

Studien syftar till att öka förståelsen för hur penningtvättsregleringens krav på god kundkänedom och bakgrundskontroll påverkar bankens kundrelation. Utgångspunkten för studien har varit att undersöka penningtvättsregleringens krav på kundkänedom. För att besvara studiens forskningsfråga och problematisering har teori samlats in genom tidigare forskning inom liknande forskningsområde samt empiri i form av intervjuer. Intervjuer har genomförts med informanter som jobbar inom bank och Finansinspektionen. Vidare har intervjuguiden som studien använt sig av baserats på teoridelen och intervjuerna har skett både digitalt och fysiskt.

Insamlad empiri har tolkats i studiens analys med hjälp av den teoretiska referensramen vilket behandlar informationsasymmetrin och legitimitetsteori. Studiens resultat visade att penningtvättsregleringens krav på kundkänedom kan ha en negativ påverkan på bankens kundrelation om kunderna inte förstår innebörden och syftet med verktyget kundkänedom vilket beror på att informationsasymmetri uppstår. En god och tydlig kommunikation mellan bankman och kund upplevs leda till långvarig relation. Banken måste ställa frågor till kunden då Finansinspektionen förväntar sig att banken ska följa lagen och kunden förväntar sig att dennes tillgångar skyddas av banken. När förväntningarna uppfylls, uppfylls även legitimiteten. Slutligen visade studien utifrån insamlade empiriska data och resultat att när kunderna är medvetna om och känner till syftet med kundkänedom minskar informationsasymmetrin och relationen mellan banken och kunden blir starkare.

Ämnesord

Bank, penningtvätt, kundrelation, lag, risk

Authors

Almira Aliji and Esthar Al Abdalah

Title

Money laundering, a qualitative study of money laundering regulations impact on banks' customer relations.

Supervisor

Martin Abrahamson

Examiner

Helén Tjärnemo

Abstract

The study aims to increase understanding of how the money laundering regulation's requirements for good customer knowledge and background control affect the bank's customer relationship. The study has researched money laundering regulations demands of the tool Know your customer. To answer the study's purpose and problematization, theory has been collected through previous research in similar research areas and empirical research with the help of interviews. Interviews have been conducted with informants who work at a bank and Finansinspektionen. The interview guide that the study used is based on theory and the interviews were both digitally and physically.

Collected empirical data have been used in the study's analysis with the help of the theoretical frame of reference, which deals with information asymmetry and legitimacy theory. The results of the study showed that the customers awareness can have a negative impact on the bank's customer relationship if customers don't understand the meaning or purpose of the tool *Know your customer*, which is since information asymmetry exist. A good communication between banks and customer creates a long-term relationship. The bank must ask the customer questions as Finansinspektionen expects the bank to comply with the law and the customers expects their assets to be protected by the banks. When expectations are met is legitimacy also met. Lastly the study is based on collected empirical data and results showed that when customers are aware and know the purpose of the tool *KYC* the information asymmetry decreases and the relationship between bank and customer is strengthened.

Keywords

Bank, Money laundering, customer relationship, law, risk.

Förord

Vi vill börja med att tacka varandra för ett gott samarbete och engagemang, för den kommunikation vi har haft för varandra där vi stöttat och uppmuntrat varandra till att genomföra arbetet.

Vi vill även tacka vår handledare Martin Abrahamsson för all tid och energi som han spenderat för att hjälpa oss längs vägen. I stunder där Martin ställt sina kritiska frågor på arbetet hjälpte han oss att se frågeställningen från ett annat perspektiv. Tack ännu en gång Martin!

Vi vill även ge ett oerhört stort tack till alla informanter som medverkat i studien med tanke på den rådande pandemin. Vi vill tacka dem för att de tog sin tid att medverka i vår undersökning angående hur penningtvättsregleringen påverkar relationen mellan bank och kund.

Slutligen vill vi även tacka våra nära och kära för allt stöd och motivering under denna period.

Innehållsförteckning

1. INLEDNING.....	8
1.1 BAKGRUND	8
1.1.1 Definition av penningtvätt	8
1.1.2 Penningtvättsprocessen.....	8
1.3 PROBLEMATISERING	10
1.4 SYFTE	11
1.5 FORSKNINGSFRÅGA.....	11
1.6 DISPOSITION	12
2. INSTITUTIONALIA.....	13
2.1 INFORMATIONSFÖRMEDLINGSMODEL.....	13
.....	13
2.1.1 MYNDIGHET	14
2.1.2 INTERNATIONELLA AKTÖRERS ÅTGÄRDER MOT PENNINGTVÄTT	16
<i>Europeiska Bankmyndigheten.....</i>	16
<i>Financial Action Task Force.....</i>	16
<i>Europeiska unionen.....</i>	17
2.1.3 REGLERINGAR.....	18
2.1.4 EXPERTGRUPP	18
2.1.5 BANK, BANKMAN OCH KUND.....	18
3. TEORI.....	20
3.1 INFORMATIONASASYMMETRI.....	20
3.2 LEGITIMITETSTEORIN.....	21
3.3 BANK OCH KUNDRELATIONEN	22
3.3.1 Kundlojalitet.....	22
3.3.2 Förtroende.....	23
3.4 REGLERING OCH DESS PÅVERKAN PÅ BANKENS KUNDRELATION.....	23
4. EMPIRISK METOD	26
4.1 FORSKNINGSANSATS.....	26
4.2 LITTERATURSÖKNING.....	26
4.3 INTERVJUMETOD	27
4.3.3 Analys av intervjuer.....	28
4.5 URVAL	28
4.5.1 Informant.....	29
4.6 INTERVJUGUIDE	30
5. EMPIRISK ANALYS.....	32
5.1 PENNINGTVÄTT	32
5.2 KUNDRELATION OCH FÖRTROENDE	33
5.3 KUNDKÄNNEDOM	35
5.4 LAGAR OCH REGLER	37
6. SLUTSATS.....	41
6.1 STUDIENS SLUTSATSER.....	41
6.2 STUDIENS BIDRAG	42

6.3 STUDIENS BEGRÄNSNINGAR	42
6.4 FÖRSLAG TILL FRAMTIDA FORSKNING.....	43
REFERENSLISTA	45
BILAGOR.....	49
BILAGA 1 INTERVJUFRÅGOR.....	49
BILAGA 2 MISSIVBREV.....	51

Figurförteckning

Figur 1 Penningtvättprocessen	9
Figur 2 Informationsförmedlingsmodell.....	13
Figur 3 Arbetsgångsprocess	14

Tabellförteckning

Tabell 1 Studiens Informanter.....	29
------------------------------------	----

Förkortningar

AML.....	Antimoney laundering
BRÅ.....	Brottsförebyggande rådet
EBA.....	Europeiska bankmyndigheten
EBM.....	Ekobrottsmyndigheten
EU.....	Europeiska unionen
FATF.....	Financial Action Task Force
FI.....	Finansinspektionen
FIPO.....	Finanspolisen
KDK.....	Känn din kund
KYC.....	Know your customer
PEP.....	Politisk utsatt ställning
SÄPO.....	Säkerhetspolisen

1. Inledning

Följande avsnitt presenterar en bakgrundsbeskrivning i syfte att tydliggöra kundkännedomens påverkan på banken och dess kundrelation. Vidare behandlas studien utifrån problematisering, syfte och forskningsfråga. Avslutningsvis presenteras studiens disposition.

1.1 Bakgrund

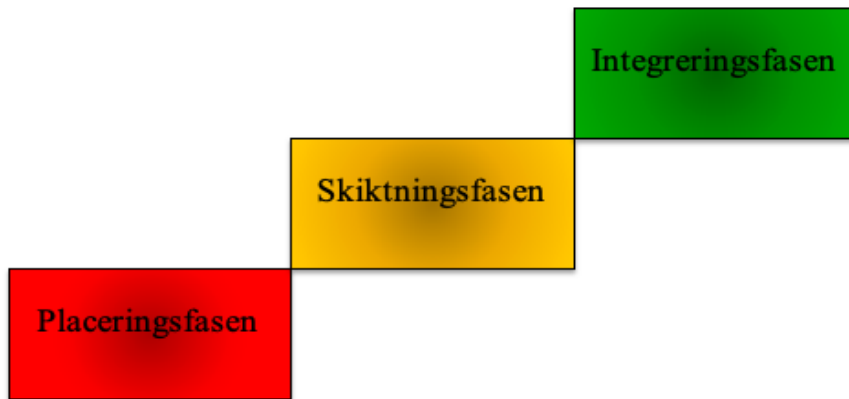
Följande kapitel behandlar definitionen av penningtvätt och dess påverkan på samhället. Vidare följer en problematisering, vilken leder fram till studiens forskningsfråga och syfte.

1.1.1 Definition av penningtvätt

Mitchell, Sikka och Willmott (1998) beskriver penningtvätt som ”*the mother of all crimes*” vilket möjliggör processen för bedragare att genomföra olagliga transaktioner mellan banksystem på ett avancerat sätt. De olagliga medlens ursprung döljs och pengarna omvandlas till lagligt förtjänade. Vidare skriver författarna att olagliga pengar kan komma från bland annat narkotikabrott, trafficking, människosmuggling, skattebrott, bedrägeri samt rån. Brottet kan begås på flera olika sätt. Det mest förekommande är att pengarna placeras på ett bankkonto för att därefter utföra avancerade transaktioner mellan olika bankkonton (Mitchell, Wilmott, & Sikka, 1998)

2.1.2 Penningtvättsprocessen

Keesoony (2014) nämner i sin artikel att penningtvättsbrott består av tre fundamentala faser: placering, skiktning och integrationsfas. Vidare nämner författaren att penningtvättsbrott orsakar en ojämn fördelning av rikedom vilket kan ha en stor effekt på statsekonomin och medborgarnas välbefinnande (Keesoony, 2014). Slutligen menar författaren att det är viktigt för banker och andra finansiella institut att följa de lagar och regler som utvecklas av regeringen för att försöka bromsa utvecklingen av penningtvättsbrott (Keesoony, 2014). Följande bild är en visuell beskrivning penningtvättsprocessens tre faser. Informationen nedan är hämtad från Statens offentliga utredningar (Sou, 2016).



Figur 1 Penningtvättsprocessen

För att skapa ett lagligt bevis kan kriminella investera pengarna i verksamheter genom trestegsprocessen. Trestegsprocessen delas in i tre olika faser för penningtvättstransaktioner. Processen består av placeringsfasen, skiktningssfasen och integreringsfasen (Sou, 2016) (Keesoony, 2014). I placeringsfasen kan förvärvade pengar eller egendom förflyttas in i de legala finansiella systemen. Det är förekommande att intjänade tillgångar fördelas och placeras in på olika bankkonton i olika länder. Placeringsfasen är den mest riskabla fasen för den kriminella då risken att bli upptäckt och ifrågasättas om pengarnas ursprung är viktig i legala finansiella institut (Sou, 2016). Kriminella kan använda sig av penningmålvakter. En penningmålvakt är en person som lånar ut sitt konto för pengar som kommer från brottsliga verksamheter (Polisen, 2019). Metoderna för penningtvätt skiljer sig från enkla till avancerade transaktioner. Som följd kan det medföra försvårande omständigheter att upptäckas redan i placeringsfasen (Sou, 2016).

Nästa fas i trestegsprocessen är skiktningssfasen. I steget sker förflyttningar och omorganisation av de tvättade tillgångarna i syfte för att förvirra och vilseleda. Förflyttningen sker bland annat med värdepappershandel, köp av försäkringar och uttag i form av postväxlar eller checkar. Upptäcktsrisken i skiktningssfasen är betydligt lägre än i placeringsfasen då pengarna redan befinner sig inom de legala finansiella instituten (Sou, 2016).

Trestegsprocessen avslutas med integrationsfasen som syftar till att skapa en legitim förklaring till tillgångarnas ursprung. En metod till legitim förklaring kan vara påhittade affärsaktiviteter eller köp av vinstkuponger med kontanter. Efter att kvitto eller bevis erhållits, kan således pengarnas legala ursprung påvisas. Resultatet leder till att pengarna är integrerade i den finansiella verksamheten och kan börja utnyttjas. Fullbordad penningtvätt innebär inte att tillgångarnas historiska illegala ursprung försvinner utan snarare att den brottsliga naturen inte går att påvisa i rättslig prövning (Sou, 2016).

1.3 Problematisering

Enligt Bankföreningen har åtgärder mot penningtvätt ökat i Sverige och år 2017 utvecklades lagen (2017:630) om penningtvätt och finansiering av terrorism (Bankföreningen, 2020). Syftet med reglering är att förhindra finansiell verksamhet och att annan näringsverksamhet utnyttjas för penningtvätt och finansiering av terrorism. Lagen om penningtvätt och finansiering av terrorism innehåller krav på god kundkännedom.

Keesoony (2014) nämner i sin artikel att fler finansiella institut behöver använda sig av en mer djupgående riskbedömning gällande kundens engagemang hos banken. Författaren betonar hur viktigt det är för samhället att förstå hotet som penningtvätt utgör. Vidare nämner Keesoony (2014) hur den ökade förståelsen bidrar till att det skapas en medvetenhet i samhället som underlättar finansiella instituts och regeringens arbete mot penningtvätt (Keesoony, 2014).

I sin artikel studerar Lowe (2017) system och strategier i Storbritannien och USA där syftet är att ge ytterligare forskning och utbildning vad gäller motverkning av penningtvätt inom bankbranschen (Lowe, 2017). Lowe (2017) påpekar i sin studie vikten av en ärlig relation mellan kunder och banker från första mötet. Om banker inte genomför en mer tydlig och korrekt bakgrundkontroll på kunder som vill ta del av deras tjänster kan det bidra till att det underlättas för kriminella att utnyttja bankens tjänster (Lowe, 2017). Lowe (2017) menar att genom ökad kontroll och riskbedömning kan banker utveckla mönster och upptäcka brott som sker i deras system (Lowe, 2017).

Problematiken med penningtvättningsregleringen och dess kundkännedom som banker behöver utöva är frågan om hur kundrelationer påverkas. Banker är skyldiga att ställa

frågor kring kundernas avsikt med att ta del av bankens produkter och tjänster. Det medför en konsekvens i att en del kunder begär om att avsluta sitt engagemang hos banken och ifrågasätter banker varför de måste besvara frågor om sina ekonomiska transaktioner (Hoffmann & Birnbrick, 2012).

Keesoony (2014) och Boltik (2013) förklarar i sin artikel att informationsasymmetri kan skapas genom att det sker en ojämn fördelning mellan två parter. Inom finansbranschen kan det ske mellan kund och bank. Problematiken som uppstår är att kunder inte är medvetna om varför banken ställer frågor, vilket kan leda till att en del kunder blir irriterade och kundrelationen påverkas negativt (Vanek & Botlik, 2013). Ytterligare en orsak till hur kundkännedom kan påverka bankens kundrelation (negativt) är bristfällig kommunikation. Hoffmann och Birnbrick (2012) nämner i sin artikel att kommunikation är grunden till förbättrad kundrelations kvalitet (Hoffmann & Birnbrick, 2012). Tydlig kommunikation mellan banken och kunden gör det möjligt för kunden att förstå frågorna och varför de behöver besvaras.

Kopplat till vår frågeställning är relation en viktig del i frågan om penningtvätt då det inte studeras om hur regleringar som banker utövar påverkar bankens kundrelation. Tidigare studier har fokuserat på vad det är för typ av system och strategier som finansiella institut använder sig av för att motverka penningtvättsbrott. Det har inte lagts fokus på hur bankens kundrelation påverkas och vad som sker med relationen vid tillämpning av olika lagar och regler. Studien fokuserar på penningtvättsregleringens krav på god kundkännedom med hjälp av verktyget kundkännedom som banker är skyldiga att fullfölja.

1.4 Syfte

Syftet med studien är att öka förståelsen för hur penningtvättsregleringens krav på god kundkännedom och bakgrundskontroll påverkar bankens kundrelation.

1.5 Forskningsfråga

Vilket krav har penningtvättregleringen på bankens kundkännedom och hur påverkar verktyget kundrelationen?

1.6 Disposition

Studien följer en disposition. Nedan presenteras en sammanfattning av innehållet på arbetets varje kapitel.

Kapitel 1 Inledning

I första kapitlet presenteras en övergripande definition om penningtvätt. Problematiseringen centrerar penningtvättsregleringen och dess påverkan på bankens kundrelation. Avslutningsvis introduceras även syftet och forskningsfrågan och avslutas med uppsatsens disposition.

Kapitel 2 Institutionalialia

I andra kapitlet presenteras lagen om penningtvätt, hur penningtvätt kan gå till, processen för att motverka penningtvätt samt internationella åtgärder mot penningtvätt. En modell har tagits fram som beskriver hur informationen om penningtvätt når fram till kunden. Modellens syfte är att följa regelverkens väg fram tills den når kunden.

Kapitel 3 Teori

I det tredje kapitlet presenteras en teoridel där studien tar upp förhållandet mellan banken, kunden och regleringar. Teoridelen har därmed delats upp i kundrelation, kundlojalitet, förtroende och reglering och dess påverkan på bankens relation.

Kapitel 4 Metod

I det fjärde kapitlet framgår forskningsansats, litteratursökning, intervjuteknik, urval samt intervjuguide.

Kapitel 5 Empirisk analys

I det femte kapitlet analyseras informanternas svar som därefter kopplas till teorin.

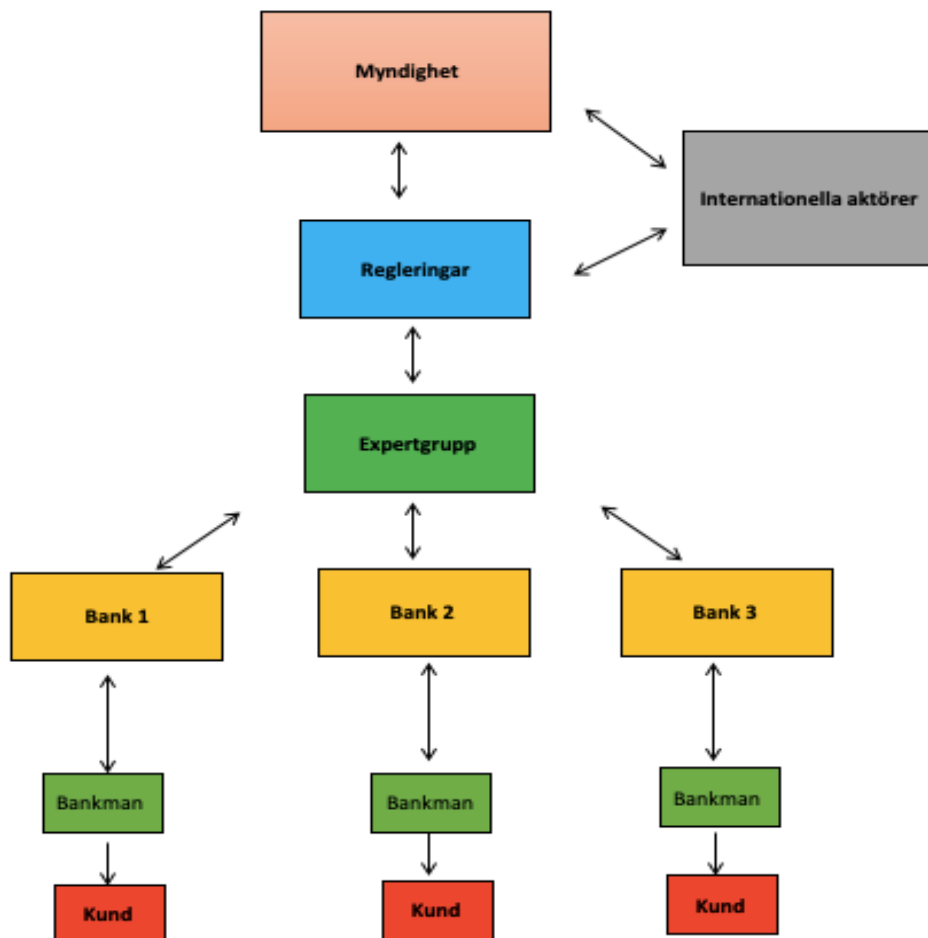
Kapitel 6 Slutsats

I det sjätte och avslutande kapitlet, presenteras forskningens slutsatser. Vidare följer reflektioner och begränsningar som uppstod under arbetes gång. Avslutningsvis uppmärksammas studiens bidrag och förslag för vidare forskning.

2. Institutionalialia

Följande kapitel presenterar en informationsförmedlingsmodell på de faktorer som tillämpas av banken för att motverka penningtvätt. Modellen beskriver processen för hur tillämpandet av regleringen för penningtvätt når fram till kunden.

2.1 Informationsförmedlingsmodell



Figur 2 Informationsförmedlingsmodell

Kommentar: Modellen beskriver processen för hur tillämpandet av penningtvättsregleringar når fram till kunden.

2.1.1 Myndighet

Myndigheten Finansinspektionen (FI) ansvarar samt övervakar att penningtvättsregleringar följs av banker. FI har skapat en arbetsgångsprocess som de finansiella instituten behöver följa för bedömning av misstanke för penningbrott. Banken och andra finansiella institut behöver därmed följa de sju stegen för att förhindra utnyttjandet av penningtvätt.



Figur 3 Arbetsgångsprocess

Kommentar: Bilden beskriver arbetsgångsprocess som de finansiella instituten måste följa och är hämtad från Finansinspektionen hemsida.

Riskbedömning

Verksamhetsutövare gör en riskbedömning på följande sårbarheter: de produkter och tjänster som erbjuds, kundernas distributionskanaler som används och slutligen de geografiska riskfaktorerna. Företagets interna övervakning och rapportering till Finanspolisen kan ge information om risker samt misstänkta aktiviteter. Utöver följande ska även företag ta hänsyn till information som finns hos de olika myndigheterna som till exempel BRÅ, SÄPO, FIPO och EBM (Finansinspektionen, 2020).

Rutiner

Rutinerna är riskbaserade och är en utgångspunkt för företagets allmänna riskbedömning.

Syftet med rutiner är att företag skapar en modell för riskhanteringsrutiner som bland annat att ID-kontroll och transaktionsövervakning behöver ske (Finansinspektionen, 2020).

Utbildning

De finansiella instituten måste se till att deras anställda är utbildade inom området penningtvätt och finansiering av terrorism, för att de ska kunna utföra sina arbetsuppgifter (Finansinspektionen, 2020).

Kundkännedom

För att försvåra och förhindra penningbrottet måste varje företag ha en god kundkännedom. Kundkännedomen skapas genom att riskklassificera kunderna och enligt lag måste företaget ha en kännedom om kunden. För fysiska kunder gäller det att identitetshandlingar kontrolleras mot svenska handlingar, utländska pass eller andra godkända handlingar. För juridiska personer genomförs kontrollen genom ett registreringsbevis samt den verkliga huvudmannens identitet. Förutom att kontrollera kundens identitet måste företaget ta reda på syftet med affärsförbindelsen eller transaktionen och omfattningen av kundrelationer (Finansinspektionen, 2020).

Riskklassificering

Företag ska kunna göra en bedömning utifrån de allmänna riskerna samt kundkännedomen för att inte drabbas av penningtvätt och finansiering av terrorism. En riskbedömning av företagets verksamhet innebär att företaget ska riskklassificera sina tjänster och produkter i geografiska område där verksamheten finns (Finansinspektionen, 2020).

Övervakning

Affärsförbindelsen ska följas upp fortlöpande av ett företag. I praktiken innebär det att dokumentationen som kunden lämnar till de finansiella instituten ska stämma överens med kundens verkliga transaktioner (Finansinspektionen, 2020). Handlingarna ska vara enkla att ta fram och identifiera och sker oftast i form av att handlingarna är elektroniska eller i pappersform (Finansinspektionen, 2020).

Rapport till FIPO

Eftersom banker riskerar att utnyttjas för penningbrott är det viktigt för banker att rapportera misstanke om brott till finanspolisen vid tidigt skede för att motverka den kriminella kedjan av brottslighet (Finansinspektionen, 2020).

2.1.2 Internationella aktörers åtgärder mot penningtvätt

Internationella aktörer som EBA, FATF, EU:s fjärde och femte penningtvättsdirektiv ställer som tidigare nämnt i studien krav på finansiella institut att skydda det finansiella organet från pågående penningtvättsbrott. De internationella aktörernas roll i informationsförmedlingsmodellen visar att rekommendationer och krav som ställs måste tillämpas i varje medlemsland och följas av myndigheten som till exempel FI i Sverige.

Europeiska Bankmyndigheten

EBA är en oberoende myndighet vars roll är att skapa högt förtroende genom att säkra regleringen och övervaka den europeiska banksektorn. En del av myndighetens mandat är att förebygga finansiella system, från att användas för penningtvätt och finansiering av terrorism. Övriga uppgifter som EBA hanterar är följande (Finansinspektionen, 2018).

- Främja lika tillämpning av EU-regler hos tillsynsmyndigheter i EU-länderna.
- Fördjupa samarbetet mellan tillsynsmyndigheter i EU-länderna.
- Identifiera och analysera risker och sårbarheter i det europeiska banksystemet.

Financial Action Task Force

FATF grundades 1989 och är en internationell organisation som tar fram standarder för att motverka penningtvätt och finansiering av terrorism. Organisationen består av 39 medlemmar i 9 regionala departement som når ut till 200 juridiska institut. Länder som är medlemmar i FATF inklusive Sverige behöver implementera de standarder som upprättas i den svenska rättsordningen. Det innebär att om organisationen identifierar ett land som högriskland behöver banker och andra finansiella institut följa rekommendationen och vara uppmärksamma på uttalanden om länder som har hög risk för penningtvätt (FATF, 2020).

FATF:s rekommendationer uppdaterades senast oktober 2020 och har upptäckt att det fortfarande sker brister i högriskjurisdiktioner regimer vad gäller motverkande av

penningtvätt. FATF har uppmanat sina medlemmar om ökad kontroll och i uppriktigaste fall uppmanas länderna att vidta åtgärder för att skydda det internationella finansiella organet från pågående penningtvätt och finansiering av terrorism i högriskländer (FATF, 2020).

Europeiska unionen

Europeiska unionen är en samarbetsorganisation där 27 av Europas länder ingår inklusive Sverige som gick med år 1995. Syftet med organisationen är att ta gemensamma beslut som sedan utövas av medlemmarna. År 2018 infördes striktare regler för motverkning av penningbrott. Reglerna ska försvåra för kriminella att dölja pengarnas ursprung samt stärker kontrollerna av högriskländer som befinner sig utanför EU. Reglerna syftar även till att stärka de finansiella tillsynsmyndigheternas roll samt att tillgången till informationsutbytet förbättras (Finanskompetens, 2019).

Det finns totalt fem penningtvättsdirektiv. De tre första innehåller bestämmelser om hur finansiella system ska följa upp riktlinjerna för att förhindra penningtvätt och finansiering av terrorism. Det fjärde penningtvättsdirektiv är en revidering av de tre första direktiven (Europeiska unionen, 2021). Det tillkom även ett femte direktiv år 2020 (Finanskompetens, 2019).

EU:s fjärde penningtvättsdirektiv grundar sig på de tre tidigare direktiven där syftet med direktivet är för att ytterligare skärpa kraven mer för striden mot finansiering av penningtvätt och terrorism. Det fjärde direktivet tar mer hänsyn till det riskbaserade förhållandet mellan finansiella institut och finansiella brott som är en följd av FATF:s reviderade rekommendationer (Sou, 2016).

EU:s femte penningtvättsdirektiv som trädde i kraft i januari år 2020 är en revidering av det fjärde penningtvättsdirektivet. Revidering infördes på grund av den ökade globaliseringen, digitaliseringen och tillkomsten av virtuell finansiering. Utvecklingen av det femte direktivet har lett till att en del av regelverken har anpassat och vidareutvecklats till följande (Finanskompetens, 2019):

- Tydligare och skärpta åtgärder för kundkänedom ska vidtas i förhållande till kunder i högrisk tredjeländer.

- Utrymmet för att vidta förenklade åtgärder för kundkännedom i fråga om anonyma betalningsinstrument ska begränsas.
- Skyldigheten för företag som omfattas av penningtvättslagstiftningen att lämna uppgifter till finanspolisen, ska även gälla i förhållande till säkerhetspolisen.

2.1.3 Regleringar

Svensk lag är underordnad och följer de internationella aktörernas åtgärder mot penningtvätt. Sverige tillämpar de riktlinjer och regleringar som de internationella aktörerna skapar och formar därefter lagar och regler som följs upp av finansiella institut som till exempel banker.

Lagen om penningtvätt utfärdades år 2017 och lagens syfte är att förhindra att finansiell verksamhet eller annan näringsverksamhet används för penningtvätt eller finansiering av terrorism. Lagen gäller för både fysiska och juridiska personer som bedriver bank eller finansieringsrörelse enligt lag (2004:297) om bank och finansieringsrörelse. I kapitel 3 tar lagen om penningtvätt upp verksamhetsutövarens kundkännedom. Lagstiftaren menar i 1§ att en bank till exempel inte får upprätthålla en affärsförbindelse eller genomföra transaktioner om den inte har en god kundkännedom om kunden för att bland annat behandla risken för penningtvätt (Sveriges, Riksdag, 2017). Arbetsgångsprocessen (se figur 3) som FI utformat är en typ av kundkännedom som behöver följas upp av banker och andra finansiella institut, eftersom det är en regel som Sverige behöver följa.

2.1.4 Expertgrupp

Expertgrupp befinner sig i mitten av modellen eftersom det ska fungera som en länk mellan myndighet och bank. En expertgrupp består därmed av personer som har olika befattningar som till exempel polis, jurist och politiker. Banken och andra finansiella institut kan vända sig till expertgruppen vid frågor som rör penningtvättsreglering istället för att ta kontakt med myndighet direkt.

2.1.5 Bank, bankman och kund

Relationen mellan bank, bankman och kund är viktigast i kedjan då kunden är den som besvarar till exempel kundkännedom. Som tidigare nämnt i studien är kundkännedom ett

verktyg som banken använder sig av för att få en bättre förståelse om en kunds engagemang och syftet med affärsförbindelsen. Verktuget grundar sig på penningtvättslagen. I det här steget behöver banken förmedla informationen till kunden på ett sätt som kunden förstår och för att missuppfattningar inte ska uppstå. Studiens syfte är som tidigare nämnt att öka förståelsen kring penningtvättsregleringens krav på god kundkänedom och bakgrundkontroll samt hur det påverkar bankens kundrelation. Genom de olika faktorerna i informationsförmedlingsmodellen ska det bidra till att förstå informationshanteringen från myndighet genom bank och vidare till kund.

3. Teori

I tredje kapitlet presenteras studiens teorier som ligger till grund för uppsatsen. Inledningsvis presenteras den teori och de begrepp som kommer att användas för studiens forskningsfråga. Vidare presenteras resultat från tidigare forskning som är väsentlig för studiens undersökning.

3.1 Informationsasymmetri

Informationsasymmetri är ett begrepp som ursprungligen kommer från signaleringsteorin (Spence, 1973). Vanek och Botlik (2013) nämner i sin artikel att informationsasymmetrin inom finansbranschen har ökat i takt med utvecklingen inom finansbranschen. Författarna betonar även att informationsasymmetri innebär att det finns en ojämn fördelning mellan två parter. Fördelningen innebär att ena parten besitter på mer kunskap och information än andra parten.

Informationsasymmetrin kan uppstå mellan båda parterna. Banken besitter mer kunskap om varför lagen kräver en god kundkännedom samtidigt som kunden besitter mer information om vad kunden använder sitt kapital till. Genom att banker har mer kunskap och information om regleringar som penningtvätt, kan det leda till att osäkerhet skapas hos kunder när de till exempel ska besvara frågor avseende kundkännedomen (Vanek & Botlik, 2013). Vanek & Botlik (2013) belyser vikten av att dela med sig av information som en part besitter vilket kan leda till en långsiktig relation parterna mellan (Vanek & Botlik, 2013).

Banken behöver därmed ha en kommunikation om varför frågorna ställs (Vanek & Botlik, 2013). Banker är skyldiga att skicka ut blanketter med frågor kring kundkännedom som kunden behöver besvara enligt lag samt behöver besvara om de vill använda bankens produkter och tjänster. Keesoony (2014) nämner i sin artikel att en del kunder känner sig obekväma med att fylla i formulär för att klara de nödvändiga bakgrundskontrollerna som banken behöver få svar på. Kunder kan känna sig obekväma eftersom det inte har skett en tydlig kommunikation mellan bank och kund kring varför kundkännedom tillämpas (Keesoony, 2014).

När kunden genomför transaktioner som skiljer sig från det vardagliga mönstret blir banken misstänksam då banken inte alltid kan förstå syftet därmed uppstår informationsasymmetrin. Vidare innebär det att informationsasymmetri uppstår när kunden besitter mer information kring vad kunden använder sitt kapital till och pengarnas ursprung. För att minska informationsasymmetrin mellan banken och kunden är det viktigt att banken ger ut tydlig information och förklarar för kunderna innebörden kring varför banken ställer frågor (Keesoony, 2014). Det är även viktigt att kunden tillhandahåller information till banken om vad kunden använder sitt kapital till för att minska informationsasymmetrin och bankens misstankar. Om kunden inte tillhandahåller informationen som banken kräver riskerar kunden att bli avvecklad (Hoffmann & Birnbrick, 2012).

3.2 Legitimitetsteorin

Teorin handlar om att banker bland annat vill uppfattas som legitima av samhället och sina intressenter. Det innebär att till exempel banker och finansiella institut vill framträda efter normer och värderingar som samhället anser vara rätt (Hartwig, 2018). Intressenterna är bland annat bankens anställda, leverantörerna samt kunderna som har eget intresse av att banken är legitim. En annan aktör som inte är en direkt intressent för banken är media, som övervakar banken för allmänhetens skull (Hartwig, 2018). Samhällets normer och värderingar förändras kontinuerligt. Banker behöver även förändras för att ligga i samklang och ses som legitim (Hartwig, 2018). Hartwig (2018) nämner ett sätt för banken och andra finansiella institut är att tydliggöra normerna och värderingarna som går i linje med samhället genom att ta fram en hållbarhetsredovisning (Hartwig, 2018).

Studien undersöker hur kundkännedom påverkar bankens kundrelation då banker idag är skyldiga enligt lag att ha en god kundkännedom. Genom god kundkännedom minskar banken risken för att drabbas av penningtvätt och uppnå kundernas förväntningar kring att vara en säker bank. Finansinspektionen som är en myndighet ställer krav på att banker sköter sitt arbete och uppfyller de krav som ställs. Banken uppfyller legitimitet genom att uppfylla förväntningarna som Finansinspektionen och kunder ställer på banken (Suchman, 1995).

3.3 Bank och kundrelationen

Hoffmann & Birnbrick (2012) nämner i sin artikel att relation är en viktig del mellan bank och kund. För att bibehålla och stärka relationen krävs en effektiv hantering av kommunikation parterna mellan. Kunden och banken behöver tillhandahålla nödvändig information för att inte skapa missförstånd. Relationens byggstenar består av tillfredsställelse, förtroende och engagemang vilken är grunden för en långvarig relation mellan banken och kunden (Hoffmann & Birnbrick, 2012). Tillfredsställelse uppstår när banken är tydlig mot kunden och överträffar kundens förväntningar. En god relation uppstår även när informationsasymmetrin är låg då båda parterna är medvetna om konsekvenserna om bland annat penningtvätt (Hoffmann & Birnbrick, 2012).

3.3.1 Kundlojalitet

Hoffmann & Birnbrick (2012) definierar kundlojalitet som åtaganden om att vilja återköpa viss produkt eller tjänst. Inom bankverksamheten är lojalitet viktigt och för att uppnå lojalitet krävs långvarig relation mellan banken och kunden. Generellt vill banker skapa långsiktiga relation med kunder och det avgörs både av attityds-och beteendelojalitet. Attityd lojalitet baserar sig på kundens referenser eller avsikter respektive beteendelojalitet baseras på faktiska köp eller avtal (Hoffmann & Birnbrick, 2012).

Zineldin (2006) menar att ökad lojalitet minskar kundbyteskostnaden samtidigt som intäkter och lönsamhet ökar. En kund som alltid är nöjd är mer förlåtande (Zineldin, 2006). En nöjd och lojal kund som blivit tillfredsställd med god service flera gånger tidigare är mer benägen att acceptera misstag som kan uppstå sällan än en icke lojal kund. Det kan därför krävas mer än ett misstag vad gäller service från bankens sida för en lojal kund att ändra sin uppfattning och överväga att byta bank (Zineldin, 2006)

Ndubisi, Malhotra och Kok Wah (2009) påstår att studier visar att lojala kunder är mindre mottagliga för konkurrenternas erbjudande som skulle vara mer lönsamt för kunden. Ndubisi m.fl., (2009) beskriver kundlojalitet som att få kunden att känna sig engagerad och när fördelarna överväger nackdelarna kommer kunden att stanna. Ndubisi m.fl. (2009) betonar även att banker måste investera i relationsbyggande och närhet till kunden om banken vill ha kvar lojaliteten hos kunden (Oly Ndubisi, K. Malhotra, & Kok Wah, 2009).

3.3.2 Förtroende

Chung-Tzer Liu, Maggie Guo, Lee, YI och Chia Hui (2011) belyser i sin artikel att förtroende definieras som ett samspel mellan två parter där båda parterna försöker uppfylla varandras behov. Gällande banker har kunder förtroende för att banken ska tillhandahålla tjänster som kunden efterfrågar. Ökat kundförtroende till banken leder till att kunder har högre förtroende för bankens produkter och tjänster vilket medför till en starkare relation parterna emellan (Liu, Tzer-Chung; Guo Maggie, YI; Lee, Hui-Chia, 2011).

I sin artikel upplyser Tyler och Stanley (1999) att utvecklingen av olika dimensioner av förtroende uppstår under relationsutvecklingen mellan det finansiella institutet och kunden. Skribenterna menar vidare att banker anser sig själva som tillförlitliga. Bankerna strävar inte efter utökad relation om affären anses vara kortsiktigt med kortsiktiga vinster. Bankerna strävar efter långvarig relation med kunden (Tyler & Stanley, 1999) .

3.4 Reglering och dess påverkan på bankens kundrelation

Keesoony (2014) belyser svårigheter med att utöva regleringar som penningtvätt och hur det kan påverka finansiella institut. I artikeln lyfter författaren upp de svårigheter som kan uppstå när finansiella institut försöker motverka penningtvätt och följa regleringar i samband med det. De svårigheter som kan uppstå vid tillämpning av en reglering som till exempel *Antimoney laundering Law* är att kunskap bland kunder inte är tillräckligt vilket leder till att kunder ibland inte inser allvaret med penningtvätt (Keesoony, 2014). Författaren nämner vidare i sin artikel att finansiella institut som till exempel banker behöver vara mer strikta och vaksamma, vad gäller acceptans av stora summor pengar som passerar genom deras system. Genom att finansiella institut är vaksamma kring stora summor pengar, kan de upptäcka brottslighet utan att behöva utöva eventuella riskbedömningar och bakgrundskontroller på varje kund (Keesoony, 2014).

Keesoony (2014) menar att även om pengar kan verka vara legitima i ett system kan pengarna som transfereras i systemen komma från icke legitima källor. Finansiella institut bör utveckla bättre kontroll gällande vad som sker i deras system. Utveckling av säkrare system leder till att finansiella institut kan undvika skandal i media som rör penningtvätt då det kan avskräcka kunder. Rykte är avgörande för finansiella institut och deras relationer med kunder. Negativ publicitet kan leda till att kundernas uppfattningar om

bankens arbete mot att förhindra penningtvätt inte framstår som god och bearbetad. En konsekvens kan vara att finansiella institut betalar en stor summa böter samt att det försvagar och diskrediterar deras varumärke (Keesoony, 2014). Hoffmann och Birnbrick (2012) nämner i sin artikel.

''Effective communication allows a bank to evoke a shared understanding of values between itself and its customers (Asif and Sargeant, 2000). Banks should therefore demonstrate their knowledge and competence regarding fraud prevention by communicating anti-fraud measures effectively, thereby creating a feeling of safety among customers

(Hoffmann & Birnbrick 2012, s 391)

Författarna menar att kommunikationen bidrar till att banken förmedlar gemensam förståelse av värderingar mellan banken och kunden. När banker presenterar kunskap och kompetens gällande bedrägeri och motverkan av penningtvätt för sina kunder leder det till att det skapas en känsla av säkerhet för kunder (Hoffmann & Birnbrick, 2012). Hoffmann & Birnbrick (2012) menar att banker kan med hjälp av effektiv kommunikation förmedla kunskap och förståelse kring varför det ställs krav på kunderna, vilket i sin tur leder till förbättrad relation och att banker bibehåller sina kunder samtidigt som de lockar till sig nya (Hoffmann & Birnbrick, 2012).

De teorier och begrepp uppsatsen behandlar är informationsasymmetri, legitimitetsteorin samt begreppen kundlojalitet, tillfredsställelse, förtroende, engagemang och kundrelation. Teorierna och begreppen som studien använder sig av är relevanta eftersom studien undersöker vilka krav penningtväftsregleringen ställer på bankens kundkännedom och kundrelation. Legitimitetsteori som tidigare nämnt är en viktig faktor för banker och andra finansiella institut att följa, då legitimitet tyder på att banken följer de normer och värderingar som samhället ställer krav på. En annan viktig faktor som kan påverka bankens legitimitet är att samhällets värderingar och normer förändras kontinuerligt. Det innebär att banker behöver följa samhällets förändringar för att bibehålla legitimiteten och följa de lagkrav som ställs från myndigheter som till exempel Finansinspektionen.

Informationsasymmetriens faktorer påverkar legitimiteten då minskad informationsasymmetri leder till en legitim bank. Det eftersom kunderna och Finansinspektionen förväntar sig att banken ska sköta sitt jobb där bland annat att förebygga penningtvättsbrott ingår. För att bankerna ska bli bättre på det behöver kunderna känna till varför banken ställer kundkännedomfrågor utan att bli upprörda. Om en kund inte känner till syftet med verktyget uppstår informationsasymmetri. Det bidrar till att banken har svårare att vara legitim eftersom det blir svårare att förebygga penningtvättsbrott.

Med hjälp av ovannämnda teorier och begrepp kan analyser skapas för att besvara frågeställningen, då teorierna tar upp vilka möjliga faktorer som påverkar informationsförmedlingen mellan bank och kund. Avslutningsvis är studiens intervjuguide baserad på teorikapitlet där frågorna är skapade utifrån teoridelens olika delmoment. Med hjälp av teorier och begrepp kopplat till studiens intervjuguide kan framtagen information användas vidare för analys för att besvara studiens frågeställning och syfte.

4. Empirisk metod

Vid genomförande av en vetenskaplig undersökning krävs en metod som sammankopplar undersökningens forskningsfråga med teoretiska utgångspunkter tillsammans med det empiriska materialet. Följande kapitel lägger grund för arbetet, eftersom med hjälp av metoden blir arbetet systematiskt och strukturerat (Lind, 2017).

4.1 Forskningsansats

Det finns tre olika forskningsansatser inom vetenskaplig teori, det är abduktion, induktion och deduktion. Forskningsansatsen syftar på interaktionen mellan teori och empiri i undersökningen. (Lind, 2017). Forskningsansatsen abduktion är en kombination av deduktion och induktion. I abduktion finns det uppenbara teoretiska utgångspunkter som oftast inte är formaliserade i specifika modeller eller hypoteser. Här uteslutas inte teorin när den empiriska materialinsamlingen avslutas utan den integreras istället med den empiriska delen (Lind, 2017). Abduktiv forskningsansats innebär att tankar och idéer växlas fram och tillbaka mellan teori och resultat. Forskningsansatsen är lämplig för studien då vi vill undersöka om verkligheten överensstämmer med teorin (Alvehus & Jensen, 2015).

Studiens syfte är att öka förståelsen kring hur penningtvättsregleringen krav på kundkännedom påverkar bankens kundrelation. Med hjälp av empiriska data kopplat till studiens frågeställning och syfte kan inhämtad information användas för få fram resultat (Alvehus & Jensen, 2015). Studiens analys grundar sig på intervjuerna som genomförts med sju informanter.

4.2 Litteratursökning

Vetenskapliga artiklar utgör en stor del av den insamlade informationen och det har hämtats från högskolan Kristianstads databas Summon samt Emerald. Emerald är en annan typ av databas som högskolan Kristianstad använder sig av där studenter kan söka efter journaler, vetenskapliga artiklar, fallstudier och digitala böcker. De sökord som använts vid framtagande av artiklarna är: *Regulations effect on bank, customer relationship, Antimoney laundering, banking and trust* och *money laundering*.

Sökningarna har skett på engelska då det finns mer artiklar att läsa som undersökt ämnet i denna rapport.

Sveriges lagar har även tillämpas i arbetet, mer specifikt lagen om penningtvätt för att tydliggöra vad lagen säger om penningtvätt. Olika webbsidor har även tagits med vid beskrivning av penningtvätt. Slutligen har även relevant kurslitteratur tillämpats för beskrivning av begrepp.

4.3 Intervjumetod

Det finns tre intervjumetoder som en undersökning kan använda sig av. Metoderna är strukturerad intervju, ostrukturerad intervju och semistrukturerad intervju. Strukturerad intervju innebär att forskaren har mer inseeende över frågornas svar och utformning. En strukturerad intervju kan jämföras med ett frågeformulär där forskaren i förväg skapat frågorna och informanten får begränsad antal svarsalternativ att använda sig av (Denscombe, 2016).

Vid en ostrukturerad intervju är det viktigt att inleda intervjun genom att förklara vad det är för tema eller ämne som ska diskuteras. Målet med en ostrukturerad intervju är att låta informanten utveckla sina egna idéer och tankar kring ämnet än att forma diskussionen efter frågor som forskaren redan har skapat sedan tidigare (Denscombe, 2016).

Studien har använt sig av en semistrukturerad intervju där frågor styr de temaområden som rapporten behandlar. Intervjuer har använts som metod då syftet är att intervjua personer som förväntas ha uppfattningar eller kunskap inom ämnet studien undersöker. Beroende på erfarenhet, befattning och kunskap har frågorna skiljt sig åt i de olika intervjuer som skett. Den kvalitativa metoden och de intervjuer som använts ska ge studien tydligare förståelse kring hur banktjänstemän och myndighetsanställda arbetar med kundkännedom. Med hjälp av öppna frågor med kvalitativ karaktär kommer studiens författare få möjlighet till att analysera informanternas synpunkter. Fördelen med en semistrukturerad intervju är att intervjuaren kan under samtalet vara flexibel och ställa följdfrågor på de frågorna som redan finns. Med hjälp av följdfrågor som uppkommer under intervjun kan de ge en möjlighet till ökad förståelse samt nya perspektiv inom temaområdet (Denscombe, 2016).

Fördelen med att använda intervju med kvalitativ karaktär som metod för att samla in data, kan vara att det bidrar till relevant och djupgående kunskap inom området. Det är viktigt för intervjuaren att hålla sig till ämnet och försöker skapa en intervju som är unik. Insamlad data från intervju ska baseras utifrån informantens egen kunskap, erfarenhet och reflektioner kopplat till temaområdet (Denscombe, 2016).

Som intervjuare kommer vi vara delaktiga i datainsamlingen direkt. Med tanke på att vi styr intervjun är det inte alltid vi kan vara objektiva under intervjuerna eftersom följdfrågor eller tankar som uppstår kan påverka vår tolkning (Denscombe, 2016). Semistrukturerad intervju som tidigare nämnt har många fördelar då vi under intervjuerna kan ställa öppna frågor vilket skapar rum för följdfrågor som informant kan svara på med sina egna insikter kring temaområdet.

4.3.3 Analys av intervjuer

Intervjuerna som studien använt sig av, transkriberades löpande utefter att de genomfördes. Intervjuerna baserades på sex teman som är följande ”penningtvätt”, ”kundrelation”, ”kundlojalitet”, ”regleringar”, ”kundkänedom” samt ”förtroende”. Studiens teoretiska referensram användes vidare till att förklara den insamlade empiriska data från intervjuerna som sedan tillämpades i analysen. Vi hade hoppats på att få mer djupgående intervjuer som studien använt sig av vilket vi inte kunde uppfylla i en del av våra intervjuer.

Informanternas yrkeserfarenhet påverkade intervjutiderna där informanter med bredare yrkeserfarenhet besvarade frågorna på ett utförligt sätt medan informanter med mindre erfarenhet var mer korta med sina svar. Vi kommer därmed ta hänsyn till intervjutiderna senare i våra slutsatser.

4.5 Urval

Med tanke på den rådande pandemin som pågår idag har alla intervjuer vi haft skett digitalt i form av telefonsamtal eller digitala möten. Beroende på vilken befattning och erfarenhet informanterna haft har det påverkat tiden för intervjuerna. Målet för studien var att intervjua flera personer men med tanke på att tiden var begränsad och att de flesta

som arbetar på bank är upptagna med sina arbetsuppgifter har vi inte haft möjlighet till att intervjua fler personer. Informanterna är anonyma i studien och kommer därmed refereras som A, B, C, D, E, F och G. Urvalet av intervjupersoner har skett genom att söka upp tidigare och befintliga kontakter inom banker och FI.

4.5.1 Informant

De informanter som intervjuats i studien arbetar som tidigare nämnt med olika befattningar inom bank och FI. Med hjälp av informanternas svar kan vi genom teoretiska referensramen analysera och tolka studiens empiriska material samt besvara studiens forskningsfråga. Informanterna arbetar eller har arbetat inom bank samt med arbetsuppgifter som rör implementering av penningtvätsregleringar. Syftet med att intervjua individer med olika befattningar inom bank och Finansinspektionen är att få en bredare förståelse för studiens frågeställning kring huruvida regleringar kan påverka bankens kundrelation.

I nedanstående tabell presenteras de personer som medverkat i intervjuer samt vilken befattning de har.

4.5.1.1 Tabell 1. Informanter som medverkat i studien

Informant	A	B	C	D	E	F	G
Kön	Man	Man	Kvinna	Man	Man	Man	Kvinna
Befattning	Chef	Seniorrådgivare	Rådgivare	Kundservice	Chef	Kundservice	Kundservice
Erfarenhet	30år	3år	2år	3år	17år	2år	3år

Tabell 1 Studiens Informanter

Intervjuer har utförts med följande personer:

Informant A arbetar inom risk compliances där arbetsuppgifterna är att utbilda personal inom penningtvätt samt granska kundkännedomen. Intervjun genomfördes i 46 minuter, 2021-05-03.

Informant B som intervjuades arbetar på Finansinspektionen med att bland annat motverka penningtvätt. Det sker genom samarbeten tillsammans med andra myndigheter. Intervjun pågick i 1 timme och 20 minuter, 2021-05-05.

Informant C arbetar som rådgivare på ett kontor där de vardagliga arbetsuppgifterna är att förstå syftet med kundens transaktioner och relation till banken. Intervjun genomfördes i 20 minuter, 2021-05-06.

Informant D arbetar som kundmöteschef och är penningtvättsansvarig. Informantens arbetsuppgifter är att arbeta för att motverka penningtvätt samt utbilda och leda personal i deras vardagliga arbetsuppgifter. Intervjun genomfördes i 30 minuter, 2021-05-21.

Informant E arbetar på kundservice på en bank där individen har direkt kontakt med både privat och företagskunder i form av telefoni, sociala medier och chatt. Intervjun genomfördes i 26 minuter, 2021-05-06.

Informant F arbetar som kundtjänstmedarbetare på kontor där de vardagliga arbetsuppgifterna är fysiska möten med kunder samt hjälpa kunderna med olika ärenden som rör deras ekonomi. Intervjun genomfördes i 10 minuter, 2021-05-18

Informant G arbetar som kundtjänstmedarbetare på bank där individen har direkt kontakt med privatkunder i form av telefoni, sociala medier och chatt. Intervjun genomfördes i 15 minuter, 2021-05-21.

4.6 Intervjuguide

Intervjuguiden (se bilaga 1) som använts har delats upp i sex områden kopplat till studiens frågeställning. Områdena är penningtvätt, kundrelation, kundlojalitet, regleringar, kundkännedom samt förtroende. Intervjuguiden börjar med frågor kring hur informanterna arbetar med att motverka penningtvätt i deras befattning. Tidigare nämnt i teoridelen är banker skyldiga att ställa frågor till kunder då FI förväntar sig att banken tillämpar lagen och följer de regleringar som är fastställda. Syftet med att ställa frågor som rör penningtvätt är att få ökad förståelse kring hur individens arbetsuppgifter påverkas av regleringen. Andra området behandlar frågor som rör bank och kundrelationen, som är en viktig del enligt Hoffmann & Birnbrick (2012). En god relation uppstår när banken förmedlar bekämpning av penningtvätt på ett tydligt sätt och

informerar det till sina kunder genom olika kontaktkanaler. Studiens intervjufrågor grundar sig på att få en förståelse av hur en banktjänsteman arbetar med penningtvätsregleringar samt hur det implementeras i kontakt med kunden.

Tredje området behandlar kundlojalitet och hur individen arbetar för att bibehålla kundlojaliteten som existerar inom organisationen. Enligt Hoffmann & Birnbrick (2012) skapas kundlojalitet när en kund vill återköpa en produkt eller en tjänst. Återköpet av en produkt eller tjänst är en indikation på att en kund är nöjd med bankens service (Hoffmann & Birnbrick, 2012). Fjärde området tar upp frågor kring hur informanterna tror reglering påverkar bankens kundrelation där de intervjuade personerna får dela med sig av egna tankar och idéer. Keesoony (2014) nämner i sin artikel att svårigheter kring informationshantering från bankens sida leder till att kunder inte inser allvaret med penningtvätt (Keesoony, 2014).

Femte området tar upp kundkännedom och hur informanterna arbetar med den. Som tidigare nämnt är det viktigt att banken har en god kundkännedom på sina kunder för att kunna tillhandahålla bankens tjänster och produkter. Intervjuguiden avslutas med att ta upp frågor kring förtroendet och hur informanter arbetar med förtroende utifrån deras olika befattningar och arbetsuppgifter. Syftet med intervjuguiden är att ge ökad förståelse kring studiens frågeställning vilket fungerar som en guide för oss och som en utgångspunkt.

5. Empirisk Analys

Följande kapitel presenterar resultatet från de semistrukturerade intervjuerna. Kapitlet tar även upp lagen om penningtvättens påverkan på bankernas kundrelation. Slutligen kopplas den teoretiska referensramen tillsammans med informanternas svar från intervjuerna.

5.1 Penningtvätt

Eftersom det finns en risk för banker att utnyttjas för penningtvätt har lagar och regler införts (Finansinspektionen, 2020). Informant B som jobbar på Finansinspektionen, arbetar mot penningtvätt genom att samarbeta med andra myndigheter. Tillsammans hjälps myndigheterna åt att skapa en strategi för bekämpning av penningtvätt som årligen ska följas upp. Informant B berättar vidare att FATF är grundsättare för området bekämpning av penningtvätt och standarderna, som tas fram av FATF måste implementeras i den svenska lagen. Eftersom lagar och regler uppdateras i takt med att metoderna för att tvätta pengar utvecklas, måste bankmännen uppdateras och utbildas för att förhindra penningtvätt. Informant A menar att regelbunden utbildning gör bankmän förberedda på vilka nya metoder som bedragarna använder sig av.

''Om man har tillräcklig kunskap, om vi tycker att vi kan alla allting då skulle vi inte behöva mer utbildning. På det sättet kan man inte säga att alla har tillräcklig kunskap, men jag skulle säga att den kunskapen vi har är grymt bra för att göra ett bra jobb.''

(Informant A)

Vidare arbetar informant C mot penningtvätt genom att ställa frågor till kunden om otydliga och misstänksamma transaktioner. Förståelse av syftet med kundens transaktioner och begära underlag, minskar risken för penningtvätt. Kopplat till vad informant A tidigare nämnt om att kunskapen som bankmän besitter idag är tillräckligt bra bekräftar informant C det genom att ställa frågor till kunden vid misstänksamma transaktioner.

När informanterna fick frågan om de ansåg att personalen som kommer i kontakt med penningtvätt har tillräckligt med utbildning, svarade samtliga att medarbetarna inte har tillräckligt med utbildning.

”Jag tycker att vi behöver ha mer praktisk utbildning vad gäller motverkning av penningtvätt så att vi ser hur det kan ske i praktiken i jämförelse med annan utbildning vi får i banken. Jag hade sagt fler utbildningar kring penningtvätt då det är väldigt seriöst ämne och kanske i form av att man lyssnar med andra som arbetar med detta eller hur mönster kan se ut för bedragare.”

(Informant E)

Informant E som jobbar på kundcenter ansåg att det krävs mer praktisk utbildning när det kommer till penningtvätt för att få en bild av hur mönstret för bedragare kan upplevas. Lowe (2017) som tidigare nämnts i studien betonar vikten av att banker behöver utveckla hantering av information kring finansiella brott genom att bedöma och analysera dem. Banken måste även förstå varför och hur risken uppstår, genom att göra det kan banker identifiera beteendemönstrets hos kunderna.

”Ja fler regleringar kommer att tillkomma och det i takt med att samhället utvecklas och bedragarna hittar nya metoder att tvätta pengar, så har det sett historiskt sätt i alla fall.”

(Informant B)

Informant A, B och E:s svar går i linje med författarens teori då de nämner att banker måste identifiera beteendemönster hos kunder för att på bästa sätt motverka penningtvätt samtidigt som banken utökar utbildningen av penningtvätt bland anställda. Eftersom bedragare finner nya metoder för att tvätta pengar ansåg samtliga informanter att penningtvätsregleringen kommer bli striktare. Informant B hävdar även att det inte är något undantag historiskt sätt då samhället utvecklas kontinuerligt.

5.2 Kundrelation och förtroende

För att minska risken för penningtvätt måste varje bank ha god kundkänedom om sina kunder. Enligt lag får inte banker erbjuda tjänster och produkter till kunder som de inte har god kundkänedom på (Sveriges, Riksdag, 2017). Med hjälp av god kundkänedom bildar banken en relation med kunden. Hoffmann & Birnbrick (2012) nämner i sin artikel vikten av hur relation är en viktig del mellan bank och kund. För att bibehålla och stärka relationen krävs en effektiv hantering av kommunikation mellan parterna. Ytterligare sätt för banken att förstå sina kunder och utöka relationen är tillfredsställelse då kunder använder sig av bankens produkter och tjänster samt är bankens mål är att överträffa kundens tidigare erfarenhet och förväntningar (Hoffmann & Birnbrick, 2012). Informant

A och C nämnde i intervjun att det är viktigt att lyssna på kunden och försöka förklara för den om något känns oklart. Informant A jämför kundrelationen med säkerhetskontrollen som utförs på en flygplats.

“Det vore ju jättebra om när vi ska ut och flyga om det bara vore de kriminella eller någon som har tänkt att spränga flygplanet, om de fick gå igenom röntgen och ta av sig bältet och skorna. Och så kunde vi andra gå direkt ombord och få en fika istället. Vi kan ju inte se utanpå vilka kunder som inte har ärliga avsikter utan vi måste ställa frågan till alla kunder på samma sätt för att sedan kunna se om det är något som är fel.”

(Informant A)

Vidare nämner informant A att det är då polletten trillar ner för kunderna och då vill kunderna vara med och hjälpa till eftersom de inte har något att dölja. Informant C, D och F berättar att en del kunder tar illa upp när bankmännen ställer frågor om kundens engagemang. Informant E talar om att en del kunder påpekade att banken redan kan se allt som kunden gör med sina pengar och menar då att kunden anser att den inte ska behöva besvara bankens frågor om kundkännedom. Informant E nämner även att för att banken ska bibehålla sin goda relation och förtroende, behöver banken vara bättre förbereda och vara mer tydliga när nya eller uppgraderade regleringar skapas. Det kan påverka kundrelationen på ett positivt sätt.

Informant C berättar att relationen är viktig samtidigt som hon påpekar att det är kunderna som driver banken.

“Utan kunder ingen bank, kunden måste känna att den kan lita på sin bank och skapa förtroende för sin bankman”.

(Informant C)

Informant A håller med informant C och menar att relationen är avgörande och viktig.

“Relationen handlar om förtroendet”

(Informant A)

Informant E följer i samma fotspår som informant C och nämner att relationen är nyckeln till framgång för banken.

“Om relationen är bra innebär det att kunden stannar hos banken en längre tid, har man dålig relation kommer kunden att avsluta sitt engagemang.”

(Informant E)

Vid fråga om hur banken arbetar för att bibehålla en god relation med kunder svarade informant D följande:

” Vi har ett kundmättningsverktyg som vi använder för att mäta hur kunder upplever oss i telefoni och där frågar vi om bland annat hur kunniga kunden upplever oss, vilket engagemang som kunden upplever att vi har, vi frågar om enkelhet, kunskap och initiativförmåga. Allt detta här påverkar kundens relation till oss om jag exempelvis som kund frågar medarbetare om en fråga som uppfyller dessa krav gör det mötet lättare och enklare för mig som kund.”

(Informant D)

Tidigare nämnt i studien betonar Ndubisi m.fl., (2009) hur banker kan stärka kundlojalitet genom att engagera kunden mer. Genom att kunden känner sig hörd och uppskattad kan det medföra till en lojal kund och en långsiktig relation. Informant D förklarar hur banken arbetar med ett kundmätningssystem som tillåter kunden utvärdera mötet. Likt Ndubisi m.fl., (2009) är kundmättningsverktyget som banken använder sig av ett sätt för kunden att engagera sig och uttrycka sina åsikter.

5.3 Kundkännedom

Banker använder sig av ett verktyg för att lära känna sina kunders ekonomiska beteenden. I verktyget finns det ett antal frågor som bankmännen ställer till kunden som berör deras engagemang. Informant A berättar att banken måste ha en god kundkännedom om sina kunder då lagen kräver det. Vidare nämner han att om kunden inte vill besvara frågorna som banken ställer kommer kunden inte vidare. Det vill säga att kunden kommer bli spärrad och inte längre få använda bankens tjänster och produkter. Informant A, C och E upplyser återigen hur viktigt det är att tala om för kunden varför frågorna ställs, om kunden inte förstår ska bankmännen förklara på ett sätt som kunden förstår.

Varje gång man tar ett nytt beslut är bästa lösningen att vara tydlig och framhäva varför man gör det. Om man inte är tydlig och förklarar på ett tydligt sätt kommer kunderna ha frågor kring det. Allting handlar om hur tydligt man skickar ut informationen till kunderna och förklarar det på ett sätt där kunder kan förstå tydligt varför banken är skyldiga att genomföra det.

(Informant E)

Informant A fortsätter med att upplysa hur viktigt det är att ställa frågorna till kunden och om en kund inte vill svara ska bankmännen inte låta bli att ställa frågorna för att uppnå bättre kundnöjdheten.

''Och är man missnöjd med det så att säga? Då kommer vi inte att kunna komma längre. Vi gör allt för att kunderna ska förstå och vi kan berätta igen och förklara för kunden varför frågorna ställs. Vi kan inte skjuta fram frågorna för att vi ska få bättre kundnöjdhet.''

(Informant A).

Om en bank låter en kund använda bankens tjänster utan god kundkännedom ökar risken för penningtvätt. Informant C menar att banken kommer bli misstänkt för penningtvätt och hamna i media vilket skulle resultera med att banken mister kunder. Keesoony (2014) lyfter vidare upp liknande åsikt kring hur banker behöver vara mer vaksamma och utöka sin förståelse för regleringar då brist på det kan leda till negativ press i media. Informant A i likhet med Keesoony (2014) menar att negativ press påverkar bankens relation och förtroendet med kunden.

''Om banken inte har god kundkännedom om sina kunder finns det en risk att en kund tvättar pengar utan bankens vetenskap. Det skulle sluta med att banken hamnar i media och bankens kunder kommer tappa förtroende för banken, ingen kund vill ha sina pengar i en bank som utnyttjas för penningtvätt.''

(Informant C)

Brist på förståelse och information skulle även innebära att banken bryter mot lagen. I kapitel 3 lagen om penningtvätt betonas att en bank måste ha god kundkännedom för att ge en kund behörighet till tjänster och produkter som banken tillhandahåller. Informant B nämner även att en bank måste ha god kundkännedom om kundens identitet och att identitetshandlingar måste kontrolleras vid fysiska möten vilket är en av bankens

arbetsgångsprocess som lagen kräver. Det är även en av bankens rutiner som tidigare nämndes i rapporten.

”Det är ju som så att när den här lagen infördes, så märkte man till en början att inte alla kunder var nöjda med det. Och i början så tror jag att vi var lite blyga, vi skämdes för att ställa frågorna till kunderna, då vi var väldigt ovana. Nu skulle jag säga att det generellt sätt vänt sig fort för kunderna, då de insåg att det är något positivt för samhället.”

(Informant A)

Informant A berättar i intervjun att kundkännedomen inte alltid har varit ett krav, det har utvecklats i takt med de nya lagstiftningarna. I början av år 2010 infördes kravet att banken ska ha god kundkänedom. Informanten A berättar vidare att det var svårt att ställa frågor till kunden när verktyget infördes då bankmännen skämdes men alltså eftersom, började kunderna inse att det är bra för samhället och att ställa frågor till kunden var inte obekvämt mer.

”Allting handlar om hur tydligt man skickar ut informationen till kunderna och förklarar det på ett sätt där kunder kan förstå tydligt varför banken är skyldiga att genomföra det. Det räcker inte bara med att skicka ut en blankett och förvänta sig att kunder ska besvara frågorna utan någon förklaring.”

(Informant E)

Informant E förklarar vidare i intervjun hur viktigt det är för banker att informera sina kunder om varför banken ställer krav och frågor. Han förklarar vidare i intervjun om att det inte räcker med att endast skicka ut en blankett och förvänta sig att kunder ska besvara på frågorna utan någon förklaring. Kopplat till artikeln skriven av Keesoony (2014) är det viktigt för banken att utöka sin förståelse om regleringar och utsändning av information kring varför banker behöver ställa frågor till sina kunder.

5.4 Lagar och regler

Banker styrs av lagar och regler som Sveriges tillsynsmyndigheter tillsammans med de europeiska länder tar fram. En av EU:s uppgifter är att fördjupa samarbeten mellan tillsynsmyndigheterna i EU-länder (Finansinspektionen, 2018). Det nämner även

informant B i intervjun och berättar vidare att bankerna styrs av internationella lagar från bland annat EU, FATF samt nationella lagar som lagen om penningtvätt. På grund av det är banken skyldig att ställa frågor till kunden. I likhet med Keesoony (2014) nämner informant A att vid start av implementering av verktyget kundkännedom uppstod svårigheter då en del rutiner kan anses obekväma att hantera. Svårigheter vid tillämpning av lagar kan uppstå då informationen som ska förmedlas till kunden inte når hög kvalitet. Keesoony (2014) menar att det resulterar med att banken riskerar negativ publicitet i media. Likt Keesoony (2014) nämner informant G i intervjun att det är viktigt att följa lagar och regler för att undvika negativ publicitet i media. Det kan avskräcka kunderna då det är avgörande för banken och relationen med kunden likt Keesoony (2014) som även nämner det i sin artikel.

'' Det är viktigt för oss som medarbetare på bank att följa de lagar och regler som ställs och ett krav är att ha god kundkännedom. Om banken inte har god kundkännedom riskerar banken negativ publicitet i media som misstänkt bank för penningtvätt''

(Informant G)

Legitimitetsteorin som studien betonat tidigare nämner samspelet som sker mellan finansiella organisationer och samhället. För att en bank ska anses som legitim ska banken följa de normer och värderingar som förväntas av banker. Finansinspektionen förväntar sig att banken följer lagar och regler som är en samhällsvärdering. När banken inte uppnår de satta värderingarna finns det risk för minskad legitimitet. Genom att banken inte uppfyller kraven och rapporterar misstanke om penningbrott till Finansinspektionen kan det leda till att banken riskerar böter och negativ publicitet i media. Informant A betonar hur viktigt det är för banken att uppfylla samhällets förväntningar och vara en legitim bank.

'' Rent generellt vill inte de flesta kunder förknippas med en bank som fått böter eller att banken varit misstänkta för penningbrott. Därför är det viktigt för oss som bank att göra det som samhället förväntar sig av oss''

(Informant A)

Informant C och E nämner även att tillämpningen av reglering i bankens system bidrar till negativa reaktioner från kunder. Informant C, E och F ser även en skillnad mellan befintliga och nya kunder. De befintliga kunderna upplever banken som påfrestande och anser att det är extra arbete med att besvara frågorna, medan de nya är mer öppna och svarar gärna på frågorna.

”Jag upplever att nya kunder är mer öppna när en KDK görs jämfört med befintliga kunder, och det eftersom de befintliga kunderna tycker att banken redan har alla svaren, att banken vet vad kunden till exempel gör med pengarna.”

(Informant C)

Vidare bekräftar informant D hur viktigt det är för banken att förklara varför kundkännedomen behöver genomföras innan en kund tar del av bankens produkter eller tjänster. Kunder som upplever intrång i deras privatliv när banken ställer krav och frågor är ett tydligt exempel på informationsasymmetri.

” Jag tror på att när vi utbildar kunder kring varför vi ställer frågor och arbetar strukturerat kan kunden förstå att vi ställer krav eftersom det är lagstadgad. Genom att vi som bank skapar medvetenhet bland kunder skapas det en tydlig dialog mellan bank och kund kring KYC och övriga regleringar.”

(Informant D)

Informant A betonade under intervjun att banker var försiktiga med att ställa frågor till kunden då banken inte ville framstå som ivrig om kundens ekonomiska engagemang. Det bidrog till att informationsasymmetri uppstod där kunden hade övertaget, det vill säga kunden hade mer information än vad banken kände till. Informationen som kunden hade var kapitalets avsikt medan banken besitter information för att ta reda på syftet med kapitalets avsikt.

Informationsasymmetri studien tidigare nämnt innebär att ojämna fördelning av information mellan två parter som leder till ökad osäkerhet. Informant D betonar vikten av att utbilda kunder kring varför banken ställer krav. Genom att banken utbildar kunder och är transparenta kring varför frågor ställs om deras engagemang minskar informationsasymmetrin mellan kund och bank.

”Jag tror att relationen mellan bank och kund stärks per automatik när banken ställer frågor till kunden om deras engagemang. I de olika möten som jag haft med kunder där kunden ifrågasatte varför frågorna ställs har jag tydligt besvarat och förklarat att det är något som banken är skyldig till att fråga samtidigt som vi gör det för att skydda kunden. Den reaktion som jag oftast får från kunden efter att ha förklarat varför banken ställer frågor har varit positiv och kunden känner sig då mer säker.”

(Informant G)

Informant G vittnar om att bankens kundrelation stärks genom att banken förklarar tydligt varför frågorna ställs och gör kunden medveten om riskerna. Vanek & Botlik (2013) diskuterar i sin artikel vikten av att partnern med informationsövertag delar med sig informationen till den andra partnern för att minska informationsasymmetrin. I likhet med Vanek & Botlik (2013) bekräftar informant G påståendet. När kunden är medveten om varför rutiner genomförs minskar osäkerheten och därmed även informationsasymmetrin.

6. Slutsats

Följande kapitel beskriver studiens slutsats med hänsyn till tidigare forskning där frågeställningen besvaras. Studiens bidrag och begränsningar kommer att presenteras och kapitlet avslutas med förslag till framtida forskning.

Tidigare forskning har fokuserat på hur banker kan utveckla sina system för att motverka utnyttjande av penningtvätt. Det är få studier som lyft upp vad som påverkar bankens kundrelation med hänsyn tagen till penningtvättsregleringen. Keesoony (2014) och Hoffmann & Birnbrick (2012) betonar att banker kan finna svårigheter i hur informationen förmedlas till kunder och hur det kan påverka bankens kundrelation. Studiens frågeställning är: Vilket krav har penningtvättregleringen på bankens kundkänedom och hur påverkar den kundrelationen? Frågeställningen kommer att besvaras i följande kapitel.

6.1 Studiens slutsatser

Studiens syfte var att öka förståelsen för hur penningtvättsregleringens krav på god kundkänedom och bakgrundskontroll påverkar bankens kundrelation. Syftet uppfylldes med hjälp av tidigare studier och semistrukturerade intervjuer med individer som arbetade på bank och Finansinspektionen. Av studien framkom det att banken behöver använda sig av god kommunikation med kunder, för att förhindra missförstånd och negativ påverkan på kundrelationen. Genom god kommunikation mellan bank, banktjänsteman och kund kan det leda till att kunder är medvetna om varför frågor ställs och förstå innebörden av verktyget kundkänedom.

I likhet med tidigare studier som Hoffmann & Birnbrick (2012) och Keesoony (2014) pekar vår studie på att banken och bankens personal behöver ha en god kommunikation med sina kunder för att det inte ska uppstå missförstånd. En viktig faktor till positiv relation mellan parterna är att tydligt förklara vad innebörden av penningtvättsregleringen är och skapa medvetenhet hos kunden. För att en bankman ska förmedla informationen vidare till kunden, tyder studiens slutsats på att det krävs att bankpersonal behöver besitta kunskap inom området penningtvättsreglering. Samtliga informanter berättar att banker utbildar sina medarbetare regelbundet. Studiens informanter påpekade vikten av kunskap

och utbildning, som krävs för att en banktjänsteman ska kunna utöva sina arbetsuppgifter och förmedla informationen vidare till kunden.

Tidigare nämnt i studien kan Informationsasymmetrin uppstå mellan kund och bank. Minskad informationsasymmetrin sker genom att kunderna utbildas inom området penningtvätt och förstår varför banken ställer frågor. Vikten av att dela med sig information som en part besitter kan leda till en långsiktig relation parterna mellan (Vanek & Botlik, 2013). Utifrån studiens inhämtade empiriska data visar resultat att när kunderna är medvetna och känner till syftet med kundkännedom minskar informationsasymmetrin och relationen stärkts.

Vår slutsats är därmed att kravet som penningtvättsregleringen har på bankens kundkännedom kan ha en negativ påverkan på bankens kundrelation. Genom att kunder inte har tillräckligt kunskap om penningtvättslagen och verktyget kundkännedom kan syftet missförstås med verktyget. För att motverka negativ påverkan på kundrelationen behöver banktjänstemän utbildas inom området penningtvätt och förbättra informationsförmedlingen till kunderna.

6.2 Studiens bidrag

Uppsatsen har bidragit till ökad förståelse kring vilka krav penningtvättsregleringen har på bankens kundkännedom och hur detta påverkar bankens kundrelation. Tidigare studier som studerats av Hoffmann och Birnbrick (2012) visar bland annat att informationsasymmetrin är ett hinder för banken eftersom det finns kommunikationsbrist från bankens sida.

Slutligen ger studien även läsaren ökad förståelse kring vilka regleringar, processer och rutiner som banktjänstemän är skyldiga att följa för att motverka penningtvätt.

6.3 Studiens begränsningar

Slutsatsen i studien har grundat sig på teori från tidigare forskning samt empiri i form av intervjuer. Intervjuerna har tolkats av oss vilket kan innebära att objektivitet inte har kunnat uppnås fullt ut samtidigt som att det inte går att förhindra subjektivitet. Det beror på vår tidigare information samt hur vi uppfattat informanterna. Om andra forskare hade

utfört sin undersökning på samma sätt hade de kunnat uppnå annat resultat eftersom resultatet hade tolkats på annat sätt.

Ett hinder som kan uppmärksammas i studien är begränsning av informanter. Studien hade kunnat intervjua fler banktjänstemän som jobbar med penningtvätt för att få mer generella svar. Med tanke på den rådande pandemin som pågår har det även bidragit till att färre informanter varit tillgängliga på grund av risk för smittspridning samt ökade arbetsuppgifter. Under intervjun upptäckte vi att banktjänstemän med längre jobberfarenhet besvarade våra frågor med mer reflektioner och var mer analytiska med sina svar. Banktjänstemän med lägre jobberfarenhet tenderade att ge kortfattade svar och mindre reflektioner.

I studien har vi tagit hänsyn till att intervjutiderna påverkat hur pass djupgående informanternas svar har varit när vi analyserat den empiriska data. Intervjuerna studien använt sig av har varierat mellan 10 minuter till en timme och 20 minuter. Eftersom frågeställningen studerade vilket krav penningtvättregleringen har på bankens kundkännedom och hur påverkar den kundrelationen hade intervjuguiden kunnat förbättras genom att begränsa antal frågor och temaområden samt fokuserat mer på kundkännedom. Studien hade även kunnat använda sig av intervjuer med kunder där frågor kring verktyget kundkännedom hade kunnat ställas för att få djupare förståelse av studiens frågeställning utifrån kundens perspektiv.

Avslutningsvis vill vi även påpeka att penningtvätt är ett känsligt ämne som innebär att informanterna inte kunnat besvara våra frågor fullt ut på grund av banksekretess. Det har inneburit att fenomenet inte behandlats lika djup som vi hade önskat.

6.4 Förslag till framtida forskning

Studien grundar sig på en kvalitativ metod där inhämtad information skapades med hjälp av intervjuer med sju informanter. Inför framtida forskning kan studien basera sig på kvantitativ undersökning då studien kan ge en mer generell förklaring till om det resultat som framkommit gäller för alla typ av finansiella institut både nationellt och internationellt.

Med en kvalitativ studie kan till exempel intervjuer, enkäter samt observationer studera den informationsasymmetrin som uppkommer mellan bank och kund. Tidigare nämnt i studien visade resultatet att vid tillämpandet av regleringar har kommunikation en påverkan på relationen. Banker behöver även fortsätta arbeta och etablera sitt sätt att nå ut till kunder med information. För framtida forskning kan informationsasymmetri studeras från kundernas perspektiv.

Det kan även vara intressant att undersöka om det kan skapas någon form av gemensamt system mellan bankerna. Systemet ska kunna redovisa de kunder som blivit nekade för tidigare penningbrott eller blivit avvecklade på grund av bristande svar i kundkännedomen. Det gemensamma systemet kan underlätta arbetet mellan banker då banker kan få en notifiering om att en kund redan nekat frågorna på tidigare bank som besökts. Ett gemensamt system kan även vara tidseffektiv eftersom det skapas medvetenhet om kunden mellan olika banker.

Referenslista

- Alvehus, J., & Jensen, T. (2015). *Organisation*. Lund: Studentlitteratur.
- Bankföreningen, S. (2020, Februari 15). *Swedish Bankers*. Hentet fra Swedish Bankers: <https://www.svt.se/nyheter/granskning/ug/swedbank-och-penningtvatten-detta-har-hant>
- Bergsten, H., & Lindahl, D. (2019, Augusti 28). *SVT.se*. Hentet fra Detta har hänt sedan första avslöjandet om misstänkt penningtvätt i Swedbank: https://www.svt.se/nyheter/granskning/ug/detta-har-hant-sedan-forsta-avslojandet-om-misstankt-penningtvatt-i-swedbank?fbclid=IwAR3BDMniaixr3aQWW1_Z0-1KaQx3gmsFAMewslCF5AYu-Lh49xq-V1VUilU
- Bisnode. (2020). *Bisnode*. Hentet fra Högriskländer och skatteparadis – Har du koll på svarta listorna?: <https://www.bisnode.se/kunskap/vara-tankar-om/hogrisklander-och-skatteparadis-har-du-koll-pa-svarta-listorna/?fbclid=IwAR3yJ1LclW8eyYDoXZzIgeH9RPK5bTk5gznpuqq82jlymg3BWw5uSrdxkc4>
- Bleck, A. (2018). Regulating bank leverage. ss. 1-11. DOI 10.1108/JFEP-12-2017-0122.
- BRÅ. (2015). *Penningtvätt och annan penninghantering*. Stockholm: BRÅ.
- Denscombe, M. (2016). *Forskningshandboken - För småskaliga forskningsprojekt inom*. Lund: Studentlitteratur AB Lund .
- Europeiska rådet. (2019, Juni 20). Hentet fra Consilium: https://www.consilium.europa.eu/sv/policies/fight-against-terrorism/fight-against-terrorist-financing/?fbclid=IwAR2cXDMxo_MA2tGqCJRPxn08CtK0Kd_-N50Actt0M17YEuYMuQrBCtdoKUK
- Europeiska unionen. (2021, Mars 7). *Europeiska unionen*. Hentet fra https://www.consilium.europa.eu/sv/policies/fight-against-terrorism/fight-against-terrorist-financing/?fbclid=IwAR3an29-lRNzsfjuP86c66nn6pMeM5h4TY9pr2RPfebKa_Y1UIh2NnF4K0
- FATF. (2019, Juni 21). *FATF*. Hentet fra Public Statement: <https://www.fatf-gafi.org/publications/high-risk-and-other-monitored-jurisdictions/documents/public-statement-june-2019.html>
- FATF. (2020, Oktober). *International Standards on Combating Money Laundering and the Financing of Terrorism & Proliferation*. Paris: FATF. Hentet fra FATF: <https://www.fatf->

[gafi.org/media/fatf/documents/recommendations/pdfs/FATF%20Recommendations%202012.pdf](https://www.gafi.org/media/fatf/documents/recommendations/pdfs/FATF%20Recommendations%202012.pdf)

Finansinspektionen . (2021, Maj 24). *fi.se*. Hentet fra Om finansinspektionen: <https://www.fi.se/sv/om-fi/?fbclid=IwAR2WvmZOP5ZjbqQj504b6eGMMZpl1xYKaeRLcy75ncAzmJr0i7tm7BbQvv8>

Finansinspektionen. (2018, Juni 14). *Om EBA: Europeiska bankmyndigheten*. Hentet fra fi.se: <https://www.fi.se/sv/bank/internationellt/eba/>

Finansinspektionen. (2020, Oktober 1). *Om pennintvätt: Process-arbetsgång*. Hentet fra fi.se: <https://www.fi.se/penningtvatt-riskbedomning#fk>

Finanskompetens. (2019, November 15). Hentet fra Vad handlar femte penningtvättsdirektivet om?: <https://www.finanskompetens.se/vad-handlar-femte-penningtvattsdirektivet-om/>

Hartwig, F. (2018). *Redovisningsteorins grunder*. Lund: Studentlitteratur.

Hoffmann, A., & Birnbrick, C. (2012, Juli 20). The impact of fraud prevention on bank customers relationship an empirical investigation in retail banking. ss. 1-18.DOI 10.1108/02652321211247435.

Keesoony, S. (2014). International anti-money laundering laws: the problems with enforcement. ss. 130-147.<https://doi.org/10.1108/JMLC-06-2015-0025>.

Lind, R. (2017). *Vidga vetandet - Teori, metod och argumentation i samhällsvetenskapliga undersökningar*. Stockholm: Studentlitteratur AB Lund.

Liu, Tzer-Chung; Guo Maggie, YI; Lee, Hui-Chia. (2011). The effects of relationship quality and switching barriers on customer loyalty. *International Journal of Information Management*, 1-9. <https://doi.org/10.1016/j.ijinfomgt.2010.05.008>.

Lowe, J. (2017). Anti money laundering the need for intelligence. ss. 472-479.DOI 10.1108/JFC-04-2017-0030.

Mitchell, A., Wilmott, H., & Sikka, P. (1998). *The accountant laundromat*. Essex: Association for Accountancy & Business Affairs.

Mokhtari, A., Allen, A., & Berger, E. (2020, Mars 11). *Swedbank misstänks för penningtvätt – detta har hänt*. Hentet fra SVT.se: https://www.svt.se/nyheter/inrikes/swedbank-misstanks-for-penningtvatt-detta-har-hant?fbclid=IwAR2iBy6cOnJGO_CYPHNU8oJjwkzzKCtzeCcceSCB_KVj2uqdzEQm3BILwI

- OBSID. (2021, Februari). *OBSID*. Hentet fra Hur tvättar man pengar egentligen ? Den klassiska 3-stegsmetoden: <https://www.svt.se/nyheter/inrikes/misstankt-penningtvatt-genom-nordea-igen>
- Oly Ndubisi, N., K. Malhotra, N., & Kok Wah, C. (2009, 01 09). Relationship Marketing, Customer Satisfaction and Loyalty: A Theoretical and Empirical Analysis From an Asian Perspective. ss. 1-13.DOI: 10.1080/08961530802125134.
- Polisen (Regissör). (2019). *Vad är en penningmålvakt* [Film].
- Realtid.se*. (2019, Juli 17). Hentet fra Realtid.se: https://www.realtid.se/sex-nordiska-banker-gar-ihop-om-penningtvatt?fbclid=IwAR3l9zXuwwXA_dQt7S1Y1_j4fsmPI9hY79J3PfaW_Hj24Hr1wWvRQIvB59Y
- Sou. (2016, Februari 1). *Ytterligare åtgärder mot penningtvätt och finansiering av terrorism*. Stockholm: Statens offentliga Utredningar.
- Spence, M. (1973). Job Market Signaling. ss. 356-357.Doi.10.2307/1882010.
- Suchman, M. (1995). Managing legitimacy Strategic and institutional approaches. *Academy of management*, 571-610.<https://doi.org/10.5465/amr.1995.9508080331>.
- Sveriges, Riksdag. (2017, Juni 22). Hentet fra Lag (2017:630) om åtgärder mot penningtvätt och finansiering av terrorism: https://riksdagen.se/sv/dokument-lagar/dokument/svensk-forfattningssamling/lag-2017630-om-atgarder-mot-penningtvatt-och_sfs-2017-630
- Tyler, K., & Stanley, E. (1999). The role of trust in financial services business relationships. ss. 334-344.<https://doi.org/10.1108/08876040710773642>.
- Vanek, J., & Botlik. (2013). Can education help to reduce information asymmetry. *Social and behavioral sciences*, 591-597. doi.org/10.1016/j.sbspro.2013.12.068.
- Wendel, J. (2017, Mars 21). *Danske Bank och Nordea i stor penningtvättshärva*. Hentet fra di.se: https://www.di.se/nyheter/danske-bank-och-nordea-i-stor-penningtvattsharva/?fbclid=IwAR1CjeAIWap0v_dK_TVpayWl0LqDnfYTKVZLA4cLeGzHo7vsJA3_OwTPecA
- Westerberg, O. (2020, 9 20). *SVT*. Hentet fra Misstänkt penningtvätt genom Nordea – igen: <https://www.svt.se/nyheter/inrikes/misstankt-penningtvatt-genom-nordea-igen>
- Viritha, B., & Mariappan, V. (2016). Anti money laundering practices in bank customer awareness and acceptance in india.

Zineldin, M. (2006, Januari 1). The quality of health care and patient satisfaction: An exploratory investigation of the 5Qs model at some Egyptian and Jordanian medical clinics. ss. 1-33.<https://doi.org/10.1108/09526860610642609>.

Bilagor

Bilaga 1 intervjufrågor

Penningtvätt:

1. Hur arbetar du för att motverka penningtvätt?
2. Hur ofta utbildas personalen när det kommer till penningtvätt?
3. Upplever du att medarbetarna har tillräckligt med kunskap inom penningtvätt?
4. Kan du ge några förslag på hur du kan effektivisera hanteringen av penningtvätt bland kunder och personal?
5. Hur tror du framtiden kommer se ut för just banken och penningtvätsfrågan?

Kundrelation:

1. Hur viktig är relationen med kunden för er?
2. Vad är det som påverkar relationen?
3. Upplever du några svårigheter i din roll som (arbete med risk och osäkerhet)
4. Hur tror du relationen kommer att förändras i framtiden om det t.ex. skapas striktare regler vad gäller penningtvätt?

Kundlojalitet:

1. Märker du någon skillnad på en kunds beteende vad gäller frågor om åtgärder om penningtvätt t.ex. skillnad mellan ny och äldre kund?
2. Hur arbetar ni med att bibehålla kundlojaliteten samtidigt som ni behöver följa de olika regleringar?
3. Hur arbetar ni med att hantera kunder som anser att banken gör ett intrång på deras privatliv pga. av t.ex. KYC?
4. Finns det något sätt för banken att utveckla deras sätt att arbeta med att bibehålla kunders lojalitet efter regleringar som KYC införs?

Reglering och dess påverkan på bankens relation:

1. Har penningtväts brott minskat i takt med de hårdare reglerna?
2. Vid klagomål av regleringar hur hanterar du detta?
3. Tror ni att fler regleringar vad gäller penningtvätt kommer att skapas om så är fallet vad baserar ni detta på?
4. Hur kan banken stärka sin relation med kunder samtidigt som ni följer regleringar?

Kundkännedom:

2. Upplever du att kunderna är medvetna om varför ni ställer frågor till kunden? ex KYC
3. Har det skett en förändring i hur kunderna hanterar KYC idag jämfört med när KYC skickades ut?
4. Anser du att KYC borde skickas ut till alla kunder eller endast de kunder som är högrisk klassificerade?
5. Om du fick förändra något eller några punkter med KYC vad hade du ändrat och varför?
6. Hur tror du KYC kommer att påverka banken och kundens relationer idag och i framtiden?

Förtroende:

1. Hur har kunders förtroende gentemot banken påverkats av KYC och penningtvätt regleringen?
2. Finns det någon skillnad i hur förtroendet är mellan nya och äldre kunder, om det finns kan ni nämna några exempel?
3. Hur arbetar ni mer förtroendet med just din roll?
4. Tror du förtroendet har en viktig roll i arbetet mot penningtvätt?
5. Hur ser förtroendet ut mellan PEP-kunder och banken?

Bilaga 2 Missivbrev

Hej!

Vi är två tjejer som skriver kandidatuppsats vid Högskolan Kristianstad. Studien undersöker hur relationen mellan bank och kund påverkas vid ökade penningtvättsregler.

Vi undrar därför om ni är intresserade av delta i vår undersökning och ställa upp på en intervju eller om ni vill besvara frågorna skriftligt. Intervjun är beräknad till 30 min och kommer ske via telefon när det passar er!

Den som medverkan kommer naturligtvis vara anonymt och uppgifterna behandlas konfidentiellt.

Vi skulle vara ytters tacksamma om ni vill delta i vår undersökning.

Kontakta oss gärna vid frågor!

Vänliga hälsningar

Almira Aliji och Esthar Al Abdalah