

Register

80/20-Regel 34

a

ABC-Analyse 34

Ausdehnungspotenzial 38

Austrian Research Center (ARC) 49

b

Balanced Scorecard (BSC) 21, 28, 51

Berichterstattung 10, 28, 31

Berichtswesen 9, 15, 20, 51

Beziehungskapital 48

Bilanzierung 14, 31

Bleikunde 34

Buchwert 7, 9, 23, 51

c

Contract-based Asset 15

Customer Capital 16

Customer Equity 38

Customer Lifetime Value 36

Customer-based Asset 15

e

Effizienz 22, 28–29

Eisenkunde 34

Erneuerung 28

Expertenbefragung 39

Expertenurteil 48

f

Fähigkeit 14, 28–29, 48

Faktenwissen 19

Financial Accounting Standards Board
(FASB) 15

Finanzperspektive 24–26

Fortune-Reputations-Index 46

g

Gesamturteile, subjektive 45

Goldkunde 34

h

Humankapital, Human Capital 14–16, 23,
29, 48

i

Informationsversorgung 19

Innovation Capital 15–16

Innovationsperspektive 25

Intangible Asset 10, 13, 48

Intangible Capital 13

intangible Ressourcen

– Intangible Resources 9, 13, 27, 28, 38, 44,
51

Intangible-Asset-Monitor 31

Intellectual Capital 13–14, 21

Intellectual Capital Navigator 24

Intellectual Capital Statement 32

Intellectual Property 13

Interaktionsrate 22

Investor Capital 15–16

j

Joint Venture 26

k

Kapital, immaterielles 13

Kapitalwertmethode 37

Kernprozess 48

Klassifizierung 14, 34

Konsument 38–42

Kunde 13–14, 22, 25–26, 28–29, 33–34,
37–39, 44, 46

Kundenkapitalwert 36–37

Kundenlebenszyklus 35

Kundenperspektive 22, 26, 31
Kundenpyramide 34
Kundenwechsellmatrize 37
Kundenwert 9, 33–34

l

Lagebericht 31
Lernperspektive 25
Lizenzgebühr 40
Location Capital 15, 17
Loyalitätswert 37

m

Marke 38
Markenbewertungsmodell 44
Markenmehrwert 40
Markenrückfluss 40, 44
Markenwert 24, 33, 37–40, 44
– relativer 39
Market-based Asset 15
Marktwert 9, 23, 51
Mehrabsatz 39–41, 43
Methodenwissen 19
Mitarbeiterperspektive 31

o

Öffentlichkeitsarbeit 44
Organisationsperspektive 29, 31
Organization-based Asset 15, 26
Overall Rating Year 29

p

Patent 16, 26–27, 32, 44
Platinkunde 34
Polaritätenprofil 45
Potenzialperspektive 25–26
Preisbereitschaftsfunktion 41–42
Preisprämie 41–43
Preisprämienmodell 38, 40
Process Capital 16
Prozessperspektive 22, 26

r

Radarchart 21
Rationalitätssicherung 19
Rechnungswesen 40, 48, 51
Reputation 44–46
Risiko 28

s

semantisches Differential 46
Skandia Navigator 21, 23
Stabilität 28
Stakeholder 21, 48
Statutory-based Asset 15, 27
Strukturkapital 14–15, 23, 48
Supplier Capital 15–16
Synergiepotenzial 28

t

Technology-based Asset 15

u

Unternehmenskultur 9, 28
Unternehmensplanung 9–10, 51

v

Vermögen, immaterielles 13

w

Wachstum 22, 28–29
Werbung 44
Werte, immaterielle 13
Wertschöpfungspotenzial 48
Wettbewerbsvorteil 14, 44, 48, 51
Wissen 9, 13–14, 16, 19, 22, 25, 33, 48
Wissensbilanz 48–49
Wissensgesellschaft 9, 29, 48
Wissensziel 48
Workforce-based Asset 15, 26
Workshop 58