

Symbolverzeichnis

α :	Anbieterspezifische Ausschöpfung des Kundenwerttreiberpotenzials (Loyalitätsgrad)
$\alpha_{c,p_c,t}$:	Loyalitätsgrad eines Kunden c für das Produkt p_c in der Periode t ; mit $0 \leq \alpha_{c,p_c,t} \leq 1$
$\alpha_{c,q_c,t}$:	Loyalitätsgrad eines Kunden c für das Produkt q_c in der Periode t , mit $0 \leq \alpha_{c,q_c,t} \leq 1$ und $\alpha_{c,q_c,t} = \alpha_{c,p_c,t}$, wenn p_c und q_c in einer Substitutionsbeziehung im Sinne des Up-Selling stehen
$\alpha_{c,x_c^{BW},t}$:	Loyalitätsgrad eines Kunden c für das Produkt x_c^{BW} in der Periode t ; $0 \leq \alpha_{c,x_c^{BW},t} \leq 1$
$\alpha_{c,x_c^L,t}$:	Loyalitätsgrad eines Kunden c für das Produkt x_c^L in der Periode t ; mit $0 \leq \alpha_{c,x_c^L,t} \leq 1$
$\alpha_{c,x_c^{UE},t}$:	Loyalitätsgrad eines Kunden c für das Produkt x_c^{UE} in der Periode t ; mit $0 \leq \alpha_{c,x_c^{UE},t} \leq 1$
$\alpha_{c,y_c^{BW},t}$:	Loyalitätsgrad eines Kunden c für das Produkt y_c^{BW} in der Periode t ; mit $0 \leq \alpha_{c,y_c^{BW},t} \leq 1$
$\alpha_{c,y_c^L,t}$:	Loyalitätsgrad eines Kunden c für das Produkt y_c^L in der Periode t ; mit $0 \leq \alpha_{c,y_c^L,t} \leq 1$
$\alpha_{c,y_c^{UE},t}$:	Loyalitätsgrad eines Kunden c für das Produkt y_c^{UE} in der Periode t ; mit $0 \leq \alpha_{c,y_c^{UE},t} \leq 1$
$\beta^{\Delta BP}_{c,p_c,t}$:	Zusätzlicher Loyalitätsgrad des Kunden c für das Produkt p_c in der Periode t bezogen auf das zusätzliche Bedarfspotenzial $\Delta BP_{c,p_c,t}$; mit $0 \leq \beta^{\Delta BP}_{c,p_c,t} \leq 1$
$\beta^{\Delta BP}_{c,q_c,t}$:	Zusätzlicher Loyalitätsgrad des Kunden c für das Produkt q_c in der Periode t bezogen auf das zusätzliche Bedarfspotenzial $\Delta BP_{c,q_c,t}$; mit $0 \leq \beta^{\Delta BP}_{c,q_c,t} \leq 1$
$\delta_{c,t}^{kPK^{aP}}$:	Kundeninduzierte Quote des Kosteneinsparungspotenzials für kundenautonome Prozesse für einen Kunden c in der Periode t ; mit $0 \leq \delta_{c,t}^{kPK^{aP}} \leq 1$

$\delta_{c,t}^{kPK^{lIP}}$:	Kundeninduzierte Quote des Kosteneinsparungspotenzials für leistungsbezogen-integrative Prozesse für einen Kunden c in der Periode t ; mit $0 \leq \delta_{c,t}^{kPK^{lIP}} \leq 1$
$\delta_{c,t}^{kPK^{aaP}}$:	Kundeninduzierte Quote des Kosteneinsparungspotenzials für ablaufbezogen-integrative Prozesse für einen Kunden c in der Periode t ; mit $0 \leq \delta_{c,t}^{kPK^{aaP}} \leq 1$
$\Delta\alpha_{c,p_c,t}$:	Zusätzlicher Loyalitätsgrads eines Kunden c für das Produkt p_c in der Periode t im Vergleich zur aktuellen Situation bezogen auf das Bedarfspotenzial $BP_{c,p_c,t}$; mit $\Delta\alpha_{c,p_c,t} + \alpha_{c,p_c,t} \leq 1$ und $\alpha_{c,p_c,t} \geq -1 \cdot \Delta\alpha_{c,p_c,t}$
$\Delta\alpha_{c,q_c,t}$:	Zusätzlicher Loyalitätsgrad eines Kunden c für das Produkt q_c in der Periode t im Vergleich zur aktuellen Situation bezogen auf das Bedarfspotenzial $BP_{c,q_c,t}$; mit $\Delta\alpha_{c,q_c,t} + \alpha_{c,q_c,t} \leq 1$ $\alpha_{c,q_c,t} \geq -1 \cdot \Delta\alpha_{c,q_c,t}$
$\Delta BP_{c,p_c,t}$:	Zusätzliches Bedarfspotenzial eines Kunden c für das Produkt p in der Periode t
$\Delta BP(\tau_{c,p_c,t}^{BGP})_{c,p_c,t}$:	Zusätzliches Bedarfspotenzial eines Kunden c für das Produkt p_c in der Periode t unter Berücksichtigung der Ausnutzung der für das Basisgeschäftspotenzial zugrunde gelegten Zahlungsbereitschaft (= $\Delta BP_{c,p_c,t}$)
$\Delta BP(\tau_{c,p_c,t}^{max})_{c,p_c,t}$:	Zusätzliches Bedarfspotenzial eines Kunden c für das Produkt p_c in der Periode t unter Berücksichtigung der Ausnutzung der maximalen Zahlungsbereitschaft
$\Delta BP_{c,q_c,t}$:	Zusätzliches Bedarfspotenzial eines Kunden c für das Produkt q_c in der Periode t
$\varepsilon_{c,t}$:	Ausfallwahrscheinlichkeit des Kunden c in der Periode t
$\mu[KWT_t]$:	Erwartungswert der Verteilung der Ausprägungen der Kundenwerttreiber in der Periode t
$\rho_{c,pq}$:	Dummyvariable der Verbundbeziehung zwischen den Produkten p und q mit $\rho_{c,pq} = 1$, wenn eine Substitutionsbeziehung im Sinne des Up-Sellings für den Kunden c vorliegt und $\rho_{c,pq} = 0$, wenn keine Substitutionsbeziehung im Sinne des Up-Sellings für den Kunden c vorliegt

$\tau_{c,p_c,t}^{BGP}$:	Zahlungsbereitschaft in Form von Zins- oder Gebührensätzen des Kunden c für das Produkt p_c in der Periode t , die bei der Bewertung des Basisgeschäftspotenzials zugrunde gelegt wurde
$\tau_{c,p_c,t}^{max}$:	Maximale Zahlungsbereitschaft in Form von Zins- oder Gebührensätzen des Kunden c für das Produkt p_c in der Periode t
$\phi_{c,A}$:	Akquisitionswahrscheinlichkeit für den Kunden c in der Periode der erwarteten Akquisition A ($t=A$)
A :	Periode der erwarteten Akquisition ($t=A$)
AE_{ct} :	Autonome Erlöse, die durch den Kunden c in der Periode t verursacht werden
AK_c :	Akquisitionskosten zur Gewinnung des Kunden c (nur relevant bei Bewertung eines Neukunden)
$AK_{c,t}$:	Akquisitionskosten für den Kunden c in der Periode t
$AufK_c$:	Auflösungskosten der Kundenbeziehung mit dem Kunden c
B :	Umsatz-/Geschäftsvolumenabhängiger Bonussatz bzw. Rückvergütungssatz in Prozent
$BGP_{c,t}$:	Basisgeschäftspotenzial eines Kunden c in der Periode t
$BGP^i_{c,t}$:	Unter Berücksichtigung von bankleistungsbezogenen Prozesskosten (Standardstückkosten) bewertetes Basisgeschäftspotenzial eines Kunden c in der Periode t
$BGP^{ii}_{c,t}$:	Unter Berücksichtigung von bankleistungsbezogenen Prozesskosten (Standardstückkosten) und Kreditrisikokosten bewertetes Basisgeschäftspotenzial eines Kunden c in der Periode t
BK :	Branchenüblicher absoluter Anteil an Bankkrediten
$BK_{zusätzlich}$:	zusätzlicher Bedarf an Bankkrediten
$BP_{c,p_c,t}$:	Bedarfspotenzial eines Kunden c für das Produkt p_c in der Periode t
$BP(\tau_{c,p_c,t}^{BGP})_{c,p_c,t}$:	Bedarfspotenzial eines Kunden c für das Produkt p_c in der Periode t unter Berücksichtigung der Ausnutzung der für das Basisgeschäftspotenzial zugrunde gelegten Zahlungsbereitschaft ($=BP_{c,p_c,t}$)

$BP(\tau_{c,p_c,t}^{max})_{c,p_c,t}$: Bedarfspotenzial eines Kunden c für das Produkt p_c in der Periode t unter Berücksichtigung der Ausnutzung der leistungsbezogenen maximalen Zahlungsbereitschaft
$BP_{c,q_c,t}$: Bedarfspotenzial eines Kunden c für das Produkt q_c in der Periode t
$BP_{c,x_c^{BW},t}$: Bedarfspotenzial eines Kunden c für das Produkt x_c^{BW} in der Periode t
$BP_{c,x_c^L,t}$: Bedarfspotenzial eines Kunden c für das Produkt x_c^L in der Periode t
$BP_{c,x_c^{UE},t}$: Bedarfspotenzial eines Kunden c für das Produkt x_c^{UE} in der Periode t
$BP_{c,y_c^{BW},t}$: Bedarfspotenzial eines Kunden c für das Produkt y_c^{BW} in der Periode t
$BP_{c,y_c^L,t}$: Bedarfspotenzial eines Kunden c für das Produkt y_c^L in der Periode t
$BP_{c,y_c^{UE},t}$: Bedarfspotenzial eines Kunden c für das Produkt y_c^{UE} in der Periode t
BS	: Bilanzsumme
C	: Kapitalwert
CE_{ct}	: Cross-Selling-Erlöse, die durch den Kunden c in der Periode t verursacht werden
CLV_c	: Customer Lifetime Value des Kunden c
$CSP_{c,t}$: Cross-Selling-Potenzial eines Kunden c in der Periode t
$CSP'_{c,t}$: Unter Berücksichtigung von bankleistungsbezogenen Prozesskosten (Standardstückkosten) bewertetes Cross-Selling-Potenzial eines Kunden c in der Periode t
$CSP''_{c,t}$: Unter Berücksichtigung von bankleistungsbezogenen Prozesskosten (Standardstückkosten) und Kreditrisikokosten bewertetes Cross-Selling-Potenzial eines Kunden c in der Periode t
$CSP_{c,t}^L$: Loyalitätsbezogenes Cross-Selling-Potenzial eines Kunden c in der Periode t

$CSP_{c,t}^{BW}$:	Bedürfnisweckendes Cross-Selling-Potenzial eines Kunden c in der Periode t
$CSP_{c,t}^{UE}$:	Unternehmensentwicklungsbezogenes Cross-Selling-Potenzial eines Kunden c in der Periode t
D :	Dividenden-/Thesaurierungsbetrag
$EP_{c,t}$:	Entwicklungspotenzial eines Kunden c in der Periode t
$EP'_{c,t}$:	Unter Berücksichtigung von bankleistungsbezogenen Prozesskosten (Standardstückkosten) bewertetes Entwicklungspotenzial eines Kunden c in der Periode t
$EP''_{c,t}$:	Unter Berücksichtigung von bankleistungsbezogenen Prozesskosten (Standardstückkosten) und Kreditrisikokosten bewertetes Entwicklungspotenzial eines Kunden c in der Periode t
FB :	jährlicher Finanzierungsbedarf
FI^I :	Kosten des Förderinstruments im Quadrant I
FP :	Potenzial für eine nachhaltige Förderung der aktuellen und zukünftigen Mitglieder
G :	Gewinn
GF_m :	Gewichtungsfaktor der Eigenschaft m
GF_{IP} :	Gewichtungsfaktor des Kundenteilscores für das Informationspotenzial
GF_h^{IP} :	Gewichtungsfaktor der Eigenschaft h in der Dimension Informationspotenzial
GF_{MVP} :	Gewichtungsfaktor des Kundenteilscores für das Member Value-Potenzial
GF_l^{MVP} :	Gewichtungsfaktor der Eigenschaft l in der Dimension Member Value Potenzial
GF_{RP} :	Gewichtungsfaktor des Kundenteilscores für das Referenzpotenzial
GF_j^{RP} :	Gewichtungsfaktor der Eigenschaft j in der Dimension Referenzpotenzial

$GGP''_{c,t} ::$	Unter Berücksichtigung von bankleistungsbezogenen Prozesskosten (Standardstückkosten) und Risikokosten bewertetes Gesamtgeschäftspotenzial eines Kunden c in der Periode t
$GS_c :$	Gesamtscore des Kunden c
$HSL_{c,t} :$	Entwicklungspotenzial aus dem Verkauf höherwertiger substitutiver Leistungen eines Kunden c in der Periode t
$InfoP_{ct} :$	Informationspotenzial des Kunden c in der Periode t (sofern monetarisierbar)
$InnoP_{ct} :$	Innovationspotenzial des Kunden c in der Periode t (sofern monetarisierbar)
$K :$	Nicht in Standardstückkosten verrechnete Gemeinkosten
$KK_{c,t}^{KKP_{c,t}} :$	Ausgaben, die im Zusammenhang mit dem Kooperationspotenzial auf Seiten der Kreditgenossenschaft für den Kunden c in der Periode t anfallen (Kompetenzkosten)
$KoopP_{ct} :$	Kooperationspotenzial des Kunden c in der Periode t (sofern monetarisierbar)
$KP_{c,t} :$	Kooperationspotenzial für den Kunden c in der Periode t
$KU :$	branchenübliche Kapitalumschlagshäufigkeit
$KV :$	Konditionsvorteil für Mitglieder
$KW_c :$	Anbieterspezifischer Kundenwert des Kunden c aus Sicht der Gesamtbank
$KW_c^{Vertrieb} :$	Durch die Vertriebsbank beeinflussbarer Kundenwert des Kunden c
$KW_c^{Produktion} :$	Durch die Produktionsbank beeinflussbarer Kundenwert des Kunden c
$KW_c^{Steuerung} :$	Durch die Steuerungsbank beeinflussbarer Kundenwert des Kunden c
$KW_c^m :$	Monetärer periodenübergreifender Kundenwert unter Berücksichtigung des Kreditrisikos und des Kundenplanungsrisikos
$KW_c^{mnKR} :$	Monetärer periodenübergreifender Kundenwert unter Berücksichtigung des Kreditrisikos

$KW_c^{m,u}$:	Monetärer Kundenwert eines Kunden c aus für das Leistungsprogramms eines Unternehmens u der FinanzGruppe aus Sicht der Kreditgenossenschaft
$KW_{c,t}^{mvR}$:	Monetärer Kundenwert vor Integration des Risikos eines Kunden c in der Periode t
KW_c^{mvR} :	Periodenübergreifender monetärer Kundenwert vor Integration des Risikos eines Kunden c
KW_c^{nm} :	Nicht-monetärer Kundenwert des Kunden c
KWT :	(Anbieterspezifischer) Kundenwerttreiber
KTW_c^{IP} :	Kundenteilscore des Kunden c für das Informationspotenzial
KTW_c^{MVP} :	Kundenteilscore des Kunden c für das Member Value-Potenzial
KTW_c^{RP} :	Kundenteilscore des Kunden c für das Referenzpotenzial
$KWTP$:	Maximale Ausprägung des Kundenwerttreibers (Kundenwerttreiberpotenzial)
L :	durchschnittliche Kreditlaufzeit
$ME_{c,t}^{BGP}$:	Mengeneffekt mit Bezug zum Basisgeschäftspotenzial (BGP) eines Kunden c in der Periode t
$ME_{c,t}^{HSL}$:	Mengeneffekt mit Bezug zum Entwicklungspotenzials aus dem Verkauf höherwertiger substitutiver Leistungen (HSL) eines Kunden c in der Periode t
MF :	Mittelbare Förderung z. B. durch Dividenden und Verzinsung des Geschäftsguthabens, also Beiträgen aus der Einlegerbeziehung (auch: Mitgliedernutzen)
MK_{ct} :	Marketingkosten für den Kunden c in der Periode t (zur Erreichung der prognostizierten Erlöse und der Bindungsrate)
MV :	Member Value oder innerer Wert der Kreditgenossenschaft für das Mitglied
$MVP_{c,t}$:	Entwicklungspotenzial aus Mehrverkauf eines Kunden c in der Periode t
$MVP_{c,t}^{BGP}$:	Entwicklungspotenzial aus Mehrverkauf eines Kunden c in der Periode t bei Produkten des Basisgeschäftspotenzials (BGP)

$MVP_{c,t}^{HSL}$:	Entwicklungspotenzial aus Mehrverkauf eines Kunden c in der Periode t bei Produkten des Entwicklungspotenzials aus dem Verkauf höherwertiger substitutiver Leistungen (<i>HSL</i>)
$MX_{c,t}^{BGP}$:	Mixeffekt mit Bezug zum Basisgeschäftspotenzial (<i>BGP</i>) eines Kunden c in der Periode t
$MX_{c,t}^{HSL}$:	Mixeffekt mit Bezug zum Entwicklungspotenzials aus dem Verkauf höherwertiger substitutiver Leistungen (<i>HSL</i>) eines Kunden c in der Periode t
$OK_{c,t}^{KKP}$:	Kosten, die im Zusammenhang mit dem Kooperationspotenzial auf Seiten der Kreditgenossenschaft für den Kunden c in der Periode t anfallen (Opportunitätskosten)
$PP_{c,t}$:	Preispotenzial eines Kunden c in der Periode t (bezogen auf das Basisgeschäftspotenzial und das Mehrverkaufspotenzial)
$PP_{c,t}^{BGP}$:	Preispotenzial des Kunden c in der Periode t bezogen auf das Basisgeschäftspotenzial (<i>BGP</i>)
$PP_{c,t}^{MV^{BGP}}$:	Preispotenzial des Kunden c in der Periode t bezogen auf den Mehrverkauf der Produkte des Basisgeschäftspotenzial (MV^{BGP})
$PSLK_{ct}$:	Produkt-, Service- und Logistikkosten, die durch den Kunden c in der Periode t verursacht werden
PW_t :	Potenzialwert der Kreditgenossenschaft zum Zeitpunkt t
R_{ct} :	Bindungsrate des Kunden c in der Periode t
RA_t :	Subjektiver Risikoabschlag in der Periode t
RF :	refinanzierungsbedingter Kreditbedarf
RW_{ct} :	Referenzwert des Kunden c in der Periode t (sofern monetarisierbar)
S_{cm} :	Score des Kunden c bei der Eigenschaft m
$S_{c,h}^{IP}$:	Score des Kunden c bei der Eigenschaft h in der Dimension Informationspotenzial
$S_{c,j}^{RP}$:	Score des Kunden c bei der Eigenschaft j in der Dimension Referenzpotenzial
$S_{c,l}^{MVP}$:	Score des Kunden c bei der Eigenschaft l in der Dimension Member Value-Potenzial

$SÄ[KWT_t]$:	Sicherheitsäquivalent für einen Kundenwerttreiber in der Periode t
T :	Lebensdauer der Geschäftsbeziehung mit einem Kunden
U :	Jahresumsatz
$UE_{c,t}$:	Up-Selling-Erlöse, die durch den Kunden c in der Periode t verursacht werden
UF :	Unmittelbare (reale bzw. naturale) Förderung des Mitglieds aus den Leistungsbeziehungen zur Kreditgenossenschaft, die zu vereinbarten Konditionen und Standards erfolgt (auch: Kundennutzen)
$USP_{c,t}$:	Up-Selling-Potenzial eines Kunden c in der Periode t
$VE_{c,t}^{BGP}$:	Verdrängungseffekt mit Bezug zum Basisgeschäftspotenzial (BGP) eines Kunden c in der Periode t
$VE_{c,t}^{HSL}$:	Verdrängungseffekt mit Bezug zum Entwicklungspotenzial aus dem Verkauf höherwertiger substitutiver Leistungen (HSL) eines Kunden c in der Periode t
VW_t :	Vermögenswert der Kreditgenossenschaft zum Zeitpunkt t
ZW_t :	Zerschlagungswert der Kreditgenossenschaft zum Zeitpunkt t
a_t :	(erwartete) Auszahlungen in der Periode t
$b_{c,t}$:	Kundenbindungsrate für den Kunden c in der Periode t
c :	Index für Kunden
d :	Dividenden-/Thesaurierungssatz in Prozent
e_t :	(erwartete) Einzahlungen in der Periode t
$f(\cdot)$:	Nutzenfunktion
$g(\cdot)$:	Kundenwertfunktion
h :	Index der Eigenschaften des Informationspotenzials
i :	Kalkulationszinssatz
i_t :	Periodisch differenzierter Diskontierungsfaktor
j :	Index der Eigenschaften des Referenzpotenzials

k :	Standardstückkosten
k^Q :	Qualitätsbedingter Stückkostenaufschlag
$kPK_{c,t}$:	Kundenbezogene Prozesskosten eines Kunden c in der Periode t
$kPK_{c,t}^{aP}$:	Kundenbezogene Prozesskosten eines Kunden c in der Periode t für autonome Prozesse
$kPK_{c,t}^{lIP}$:	Kundenbezogene Prozesskosten eines Kunden c in der Periode t für leistungsbezogen-integrative Prozesse
$kPK_{c,t}^{aIP}$:	Kundenbezogene Prozesskosten eines Kunden c in der Periode t für ablaufbezogene-integrative Prozesse
kq :	branchenüblicher Anteil der Bankkredite an der Bilanzsumme
l :	Index der Eigenschaften des Member Value-Potenzials
m :	Index der Eigenschaften bzw. Bewertungskriterien im Punktbewertungsverfahren
n :	(erwartet) Restdauer der Geschäftsbeziehung
p :	Marktpreis je Stück
p_c :	Index der Produkte im Sinne des Basisgeschäftspotenzials aus Sicht des Kunden c
q_c :	Index der Produkte im Sinne des Up-Sellings aus Sicht des Kunden c
r_c :	Kundenspezifischer, risikoadäquater Zinssatz
s_i^P :	Strategiealternative i der Produktionsbank
s_i^S :	Strategiealternative i der Steuerungsbank
s_i^P :	Strategiealternative i der Produktionsbank
t :	Periodenindex
u :	Index der beteiligten Unternehmen der FinanzGruppe
w :	Wachstumsrate des Unternehmens bezogen auf die Bilanzsumme
x_c^{BW} :	Index der aktuell vorhandenen Produkte im Sinne des be-

	bedürfnisweckenden Cross-Selling-Potenzials aus Sicht des Kunden
x_c^L :	Index der aktuell vorhandenen Produkte im Sinne des loyalitätsbezogenen Cross-Selling-Potenzials aus Sicht des Kunden
x_c^{UE} :	Index der aktuell vorhandenen Produkte im Sinne des bedürfnisweckenden Cross-Selling-Potenzials aus Sicht des Kunden
y_c^{BW} :	Index der aktuell noch nicht vorhandenen Produkte im Sinne des bedürfnisweckenden Cross-Selling-Potenzials aus Sicht des Kunden
y_c^L :	Index der aktuell noch nicht vorhandenen Produkte im Sinne des loyalitätsbezogenen Cross-Selling-Potenzials aus Sicht des Kunden
y_c^{UE} :	Index der aktuell noch nicht vorhandenen Produkte im Sinne des bedürfnisweckenden Cross-Selling-Potenzials aus Sicht des Kunden
z_c :	Risikozuschlag für den Kunden c

