


**Unsere Referenzkunden bei der Implementierung von SAP CCM**

- Franke Gruppe
- ABLE Group
- AMAG Import AG
- Covestro AG
- Sika AG

# Bonusabwicklung mit SAP Condition Contract Management

Mit S/4HANA entfällt die klassische SD- und MM-Bonusabwicklung. Die neue Lösung zur Abwicklung sämtlicher Bonusvereinbarungen und sonstiger Arten der nachträglichen Vergütung heißt SAP Condition Contract Management (CCM). Als CCM-Partner der ersten Stunde kann B&P Erfahrungen aus vielen erfolgreich umgesetzten Projekten mit unterschiedlichen Anforderungen, Umfängen und Komplexitäten vorweisen.

Egal, ob Sie die nachträgliche Vergütung aus dem SAP SD oder MM ins CCM überführen wollen, um sich rechtzeitig auf S/4HANA vorzubereiten, oder ob Sie die neuen Möglichkeiten des CCM nutzen wollen, um Prozesse der nachträglichen Vergütung neu in Ihr SAP-System zu integrieren: Wir unterstützen Sie gerne und bringen unser Know-how ein, damit Ihre Anwendung höchsten Ansprüchen genügt!

## Condition Contract Management in SAP ERP und S/4HANA

In SAP ERP stehen die Funktionen der klassischen SD-/MM-Bonusabwicklung und die Funktionen des CCM (in ERP noch bezeichnet als Condition Contract Settlement, kurz CCS) parallel zur Verfügung.

In SAP S/4HANA löst das CCM den SD-/MM-Bonus endgültig ab. Die Funktionen der klassischen Bonusabwicklung sind in S/4HANA nicht mehr vorhanden.

Sofern Sie Bonusabsprachen oder nachträgliche Vergütungen im SAP-System abbilden, ist also der Umstieg auf CCM spätestens mit

dem Wechsel auf S/4HANA obligatorisch – im Idealfall stellen Sie Ihre Bonusabwicklung bereits im SAP ERP auf CCM um. Sie können die Konfiguration Ihres CCM einfach vom ERP System ins S/4HANA System übernehmen. Beim Wechsel auf S/4HANA haben sie dann eine Sorge weniger und nicht zuletzt profitieren Sie ab sofort von den umfangreichen Verbesserungen gegenüber dem SD-/MM-Bonus.

## Vorteile des Condition Contract Managements

Mit SAP Condition Contract Management (CCM) können Bonus- und Provisionszahlungen oder andere Arten nachträglicher Vergütung abgewickelt werden. Ihre Vereinbarungen mit Kunden, Lieferanten oder Mitarbeitern sollen Ihr Geschäft unterstützen. Lassen Sie Ihrer Kreativität freien Lauf – mit SAP CCM ist die technische Umsetzung kein Bremsklotz mehr. Das Modul bietet hohe Flexibilität – praktisch alle im SAP-System verfügbaren Daten können in eine Bonusvereinbarung ein-

fließen. So können z.B. unterschiedliche Materialien, Materialgruppen oder andere Felder des Materialstamms, Verkaufsorganisationen oder andere Organisationseinheiten, Kundengruppen oder einzelne Kunden und vieles mehr als Kriterien für die Höhe eines zu gewährenden Bonus herangezogen werden. Der Bonus kann gestaffelt nach Umsatz oder Menge berechnet werden, die Höhe der Rückstellungen und des letztlich zu gewährenden Betrags lassen sich unabhängig voneinander definieren.

Sehr komplexe Vereinbarungen lassen sich im CCM klar nachvollziehbar und übersichtlich mit dem Konditionsvertrag als zentralem Einstiegs- und Pflegeobjekt abbilden. Die Benutzeroberfläche zur Vertragspflege gewährleistet eine einfache Bedienung und es stehen Standardtransaktionen für alle üblichen Tätigkeiten im Zusammenhang mit der Vertragsanfrage-, -änderung und -abrechnung, sowie für verschiedene Auswertungen zur Verfügung. Abrechnungsintervalle und Abrechnungstermine legen Sie beliebig fest.

Dies gilt auch für die Rückstellungsbildung: Sie können Rückstellungen z.B. wie bei der klassischen SD-Bonusabwicklung direkt aus den Fakturen heraus erzeugen, aber auch alternativ über sogenannte CCM-Delta-Rückstellungsläufe, bei denen Sie die Rückstellungsbeträge auch anhand von Umsatzstaffeln berechnen können. Oder Sie nutzen eine Kombination aus beidem! Die Ermittlung der Umsatzdaten für die Abrechnung erfolgt direkt aus den Datenbanktabellen. Ein Aufbau von Indextabellen, wie Sie es vielleicht noch aus dem SD-/MM-Bonus kennen, ist nicht nötig. Welche Daten aus welchen Tabellen herangezogen werden, ist frei definierbar (mittels Datenbankviews oder CDS-Views). Es können auch externe Datenquellen genutzt werden. Ferner stehen eine Vielzahl von BAdIs zur Verfügung, mit deren Hilfe Sie sämtliche Abläufe im CCM modifikationsfrei auf Ihre Bedürfnisse zuschneiden können. Bei der Nutzung des SD-/MM-Bonus mangelte es an Transparenz und Übersichtlichkeit der im System abgebildeten Bonusabsprachen, die Pflege der Konditionen war bei komplizierteren Bonusabsprachen mitunter mühsam und fehleranfällig und der Flexibilität waren oft enge Grenzen gesetzt. Probleme dieser Art gehören mit dem modernen Condition Contract Management der Vergangenheit an.

### **Anwendungsfälle für das Condition Contract Management**

Folgende Vergütungsszenarien (und viele mehr) lassen sich komfortabel und nachvollziehbar im Condition Contract Management umsetzen.

#### **Umsatzbasierter Kundenbonus**

- Sie gewähren Ihren Kunden einen prozentualen Bonus auf die getätigten Umsätze. Als Basis dienen hier die SD-Rechnungsbelege. Unterschiedliche Partnerrollen können als Bonuspartner fungieren – z.B. der Auftraggeber oder der Rechnungsempfänger.
- Sie gewähren einen einheitlichen Bonus auf sämtliche Umsätze oder Sie legen die grundsätzliche Bonusrelevanz sowie unterschiedliche Bonus-Prozentsätze anhand gewisser Merkmale der verkauften Artikel fest (inklusive oder exklusiv). Zusätzlich können Sie zielgenau einzel-

ne Artikel ein-/ausschließen oder für einzelne Artikel die Höhe des Bonus anpassen.

- Die Bonus-Prozentsätze für die verschiedenen Artikel koppeln Sie an die Erreichung gewisser Umsatzstufen. So wird z.B. der Bonus für eine gewisse Artikelgruppe erst ab einem Umsatz von 100.000 EUR gewährt und steigt mit jedem weiteren 50.000 EUR um einen Prozentpunkt. Die Höhe Ihrer Rückstellungen definieren Sie unabhängig von den eigentlichen Bonus-Prozentsätzen. So bilden Sie z.B. von Jahresbeginn an Rückstellungen, deren Höhe der erwarteten Umsatzstufe am Jahresende entspricht. Sobald der tatsächliche Umsatz die erwartete Umsatzstufe übersteigt, nutzen Sie die höheren Bonus-Prozentsätze zur Bildung der Rückstellungen – vollautomatisch, ohne dass Sie die Umsatzentwicklung im Auge behalten müssen.
- Sie treffen individuelle Bonusvereinbarungen mit einzelnen Kunden und/oder Sie bieten Bonusvereinbarungen an, die für alle Kunden oder für eine bestimmte Auswahl Ihrer Kunden gültig sind.

#### **Umsatzgemeinschaft bei umsatzbasiertem Kundenbonus**

- Sie gewähren einem Kunden Bonus auf die Umsätze einer gewissen Gruppe weiterer Kunden – z.B. erhält die Zentrale Bonus auf die Umsätze der Filialen.

#### **Staffelgemeinschaft bei umsatzbasiertem Kundenbonus**

- Innerhalb einer gewissen Gruppe von Kunden erhält jeder Kunde Bonus auf seine eigenen Umsätze. Für die Erreichung der Umsatzstufen (und die damit verbundenen höheren Bonus-Prozentsätze) werden jedoch die summierten Umsätze der gesamten Gruppe von Kunden berücksichtigt – z.B. handelt es sich um einen Einkaufsverbund diese Vereinbarung mit Ihnen aus.

#### **Umsatzbasierter Lieferantenbonus**

- Ein Lieferant gewährt Ihnen für bei ihm gekaufte Artikel einen prozentualen Bonus. Als Basis dienen hier z.B. die Bestellungen oder Eingangsrechnungen.
- Bezüglich der Bonus-Prozentsätze haben

Sie dieselbe Flexibilität wie beim umsatzbasierten Kundenbonus.

#### **Mengenbasierter Bonus**

- Beim Kunden- und beim Lieferantenbonus können Sie anstelle von Bonus-Prozentsätzen pro Umsatz auch Bonusbeträge pro Menge oder Volumen (z.B. Stückzahl oder Liter) festlegen.

#### **Provisionsabrechnung für Vertriebsmitarbeiter**

- Sie gewähren Ihren Vertriebsmitarbeitern eine Provision für deren getätigte Verkäufe (z.B. prozentual pro Umsatz oder fester Provisionsbetrag pro Stück).
- Der verantwortliche Vertriebsmitarbeiter ist im SD-Rechnungsbeleg mit einer eigenen Partnerrolle hinterlegt? Dann bilden diese Belege wie im Fall des Kundenbonus die Datenbasis und der Bonusempfänger wird durch diese Partnerrolle festgelegt.
- Sie haben eine eigenentwickelte Lösung zum Monitoring Ihrer Vertriebsmitarbeiter? Dann verwendet das CCM diese Daten als Grundlage der Provisionsabrechnung.

#### **Gebührenabrechnung**

- Beim Verkauf gewisser Artikel profitieren Sie von Marketingaktivitäten eines Partnerunternehmens. Sie haben sich mit Ihrem Geschäftspartner darauf geeinigt, pro verkauften Artikel einen bestimmten Betrag zu bezahlen.
- Im Konditionsvertrag fungiert das Partnerunternehmen als Bonusempfänger und die Verkaufsbelege für die entsprechenden Artikel bilden die Basis für die Gebührenabrechnung.

### **Weitere Informationen**

Noch mehr Informationen zum Thema CCM finden Sie auf unserer Homepage unter:

[www.brandt-partner.de/sap-competence](http://www.brandt-partner.de/sap-competence)

Oder sprechen Sie uns direkt an! Gerne beantworten wir Ihre Fragen und prüfen gemeinsam mit Ihnen, ob und wie Ihr Unternehmen von SAP CCM profitieren kann.