



Lead-to-Cash 2026

**Strategische Einordnung und
Handlungsempfehlungen für
Vertriebler und Entscheider**

So stellen Sie Ihren Verkaufsprozess 2026 zukunftsfähig auf

In über 17 Jahren als Berater für digitale Transformation habe ich eine Entwicklung besonders deutlich beobachtet: Unternehmen verlieren heute nicht an Umsatz, weil Nachfrage fehlt, sondern weil ihre Lead-to-Cash-Prozesse nicht in der Lage sind, Nachfrage konsistent, effizient und fehlerfrei in Umsatz und Cashflow zu überführen.

Lead-to-Cash ist einer der sieben zentralen End-to-End-Kernprozesse innerhalb der SAP Business Suite und beschreibt den vollständigen Weg vom ersten Kundenkontakt über Erlösrealisierung bis zum Zahlungseingang. Dieser Prozess ist weit mehr als eine Abfolge von Vertriebsaktivitäten. Er ist der Mechanismus, über den Unternehmen Umsatz generieren, Kundenbeziehungen gestalten und ihre finanzielle Stabilität sichern.

In modernen Geschäftsmodellen, die zunehmend hybride Angebote aus Produkten, Services und nutzungsbasierten Leistungen umfassen, steigt die Komplexität erheblich. Lead-to-Cash muss in der Lage sein, Leads nahtlos in komplexe Verträge zu überführen, die einmalige Verkäufe, wiederkehrende Leistungen und nutzungsbasierte Abrechnungen kombinieren.

Dieser Bericht basiert auf Projekterfahrungen sowie auf der Analyse der technologischen Entwicklungen der SAP Business Suite für die Jahre 2025 und 2026. Im Mittelpunkt steht die Rolle von SAP S/4HANA Cloud ERP als digitalem Kern sowie das Zusammenspiel mit SAP Sales Cloud Version 2, SAP Configure Price Quote, SAP Billing and Revenue Innovation Management, SAP Joule und weiteren Lösungen wie der Digital Adoption Platform WalkMe. Ziel ist es, Vertriebsorganisationen, Entscheiderinnen und Entscheidern eine fundierte Orientierung zu geben, wie Lead-to-Cash strategisch strukturiert werden sollte, um Umsatz, Cashflow und Skalierbarkeit nachhaltig sicherzustellen.



Andreas Glaser

Senior Director Technology & Alliances

1. Strategische Einordnung von Lead-to-Cash

Lead-to-Cash ist der Prozess, der Marktnachfrage mit operativer Leistungserbringung und finanzieller Abbildung synchronisiert. Er verbindet Vertrieb, Produktion, Beschaffung und Finance zu einem durchgängigen Steuerungsmechanismus.

Eine isolierte Optimierung einzelner Bereiche, etwa des Vertriebs, ohne Integration mit Produktion oder Finanzwesen führt zwangsläufig zu Problemen wie:

- unrealistischen Lieferzusagen,
- Verzögerungen in der Leistungserbringung,
- fehlerhafter Fakturierung,
- oder unvollständiger Umsatzrealisierung.

SAP S/4HANA Cloud ERP fungiert dabei als zentraler digitaler Kern, der Kundenaufträge, Leistungen, Fakturierung und Erlösrealisierung integriert steuert und eine konsistente Datenbasis sicherstellt.

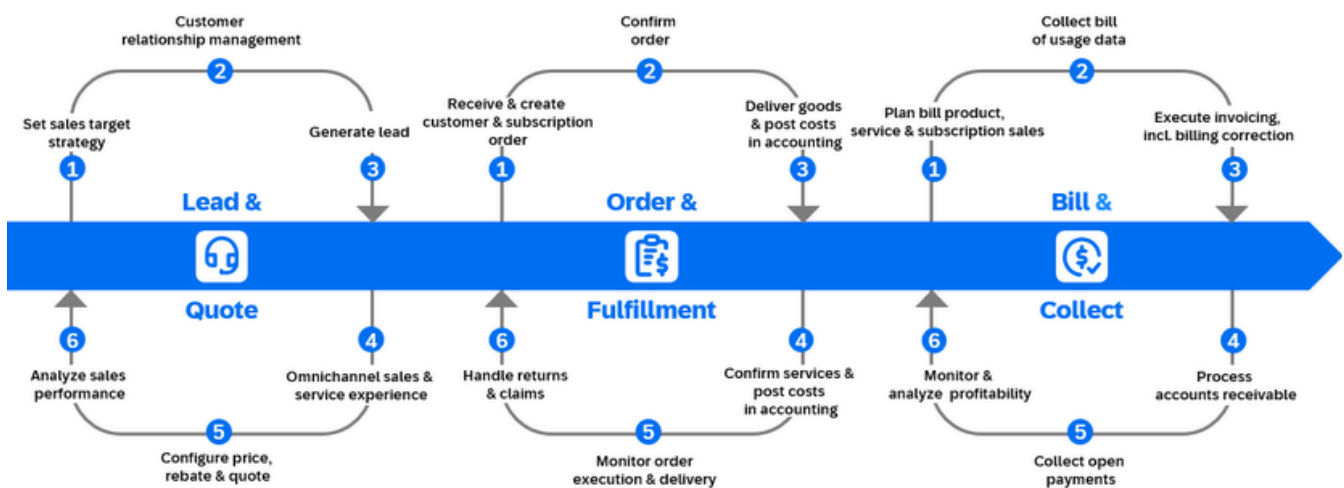


Abbildung 1: Lead-to-Cash-Prozess

2. Einbettung von Lead-to-Cash in die End-to-End-Prozesse

2.1 Zusammenspiel mit Produktentwicklung und Innovationsprozessen (Idea-to-Market)

Die Verbindung zwischen Produktentwicklung und Vertrieb ist entscheidend für kommerziellen Erfolg. Produkte, die in

SAP S/4HANA Cloud ERP oder in Produktentwicklungssystemen definiert werden, bilden die Grundlage für den Vertrieb.

Über SAP Variant Configuration and Pricing werden Produktdefinitionen und Preislogiken direkt in SAP Configure Price Quote verfügbar gemacht. Dies stellt sicher, dass Vertriebsmitarbeiter nur technisch und wirtschaftlich valide Konfigurationen anbieten können.

Marketinglösungen wie SAP Marketing Cloud oder SAP Emarsys nutzen diese Informationen, um zielgerichtete Kampagnen zu steuern und qualifizierte Leads zu generieren.

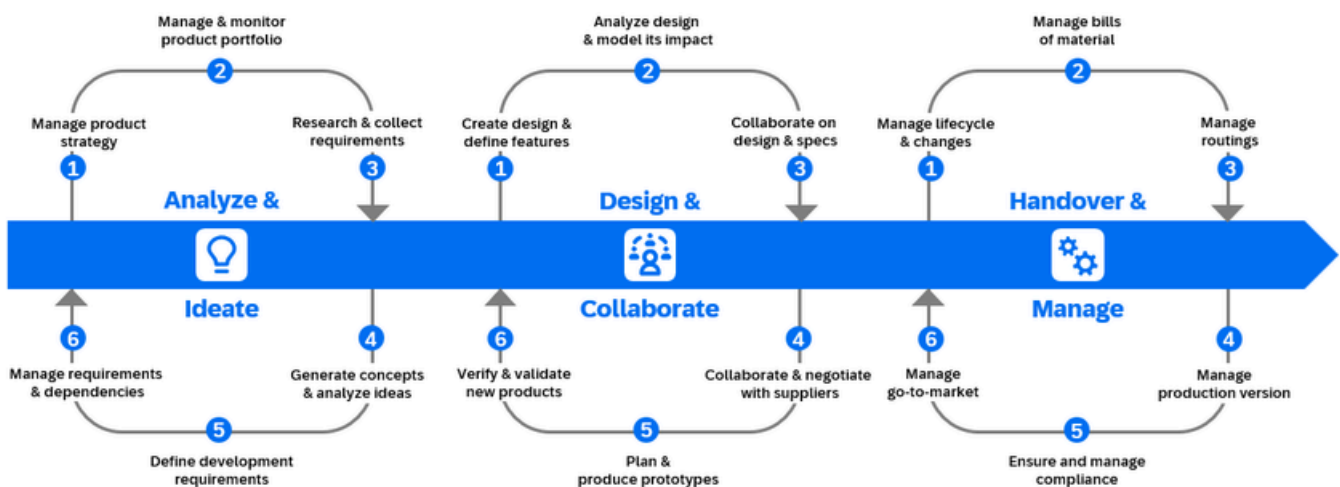


Abbildung 2: Idea-to-Market-Prozess

2.2 Zusammenspiel mit Produktionsplanung und Leistungserbringung (Plan-to-Fulfill)

Jede Vertriebsaktivität muss operativ erfüllbar sein. SAP Sales Cloud Version 2 überträgt Vertriebschancen und Bedarfsprognosen an Planungsprozesse, etwa über SAP Integrated Business Planning.

SAP S/4HANA Cloud ERP prüft über Advanced Available-to-Promise in Echtzeit, ob Lieferzusagen eingehalten werden können. Diese Integration verhindert unrealistische Lieferzusagen und stärkt die Verlässlichkeit gegenüber Kunden.

Lieferstatus, Auslieferungen und Warenausgänge werden automatisch im Vertrieb sichtbar, sodass eine durchgängige Transparenz über den Auftragsstatus entsteht.

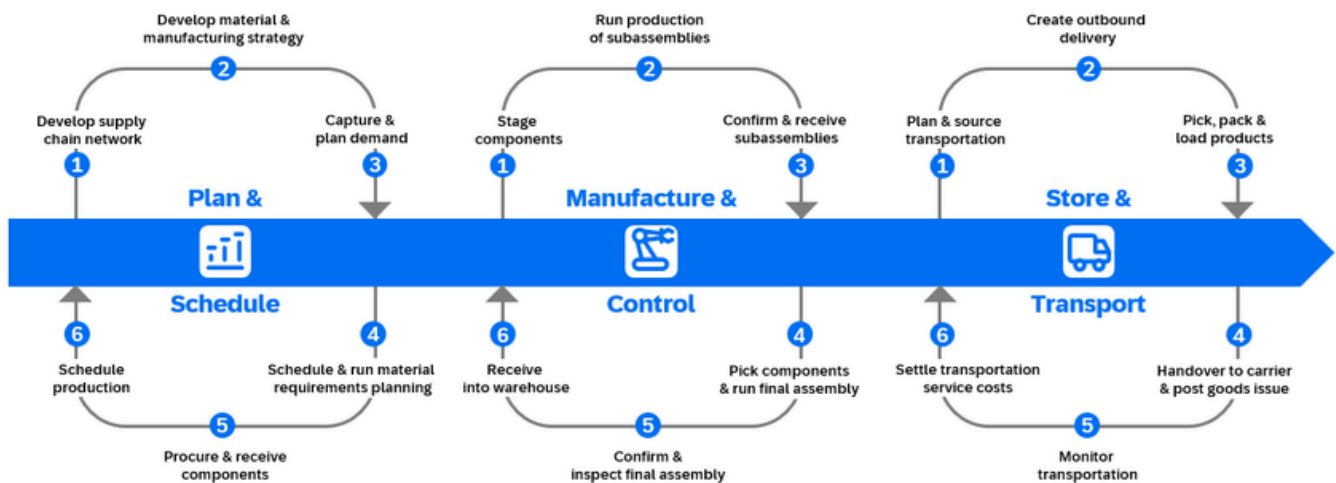


Abbildung 3: Plan-to-Fulfill-Prozess

2.3 Zusammenspiel mit Finanzabschluss und Berichterstattung (Record-to-Report)

Lead-to-Cash endet nicht mit der Rechnungsstellung. Erst die korrekte Erlösrealisierung und finanzielle Verbuchung stellt sicher, dass Umsatz bilanziell korrekt dargestellt wird.

SAP Revenue Accounting and Reporting stellt sicher, dass Erlöse periodengerecht gemäß regulatorischen Anforderungen realisiert werden, unabhängig vom Zeitpunkt der Rechnungsstellung.

SAP S/4HANA Cloud ERP ermöglicht zusätzlich eine Echtzeit-Analyse von Profitabilität und Deckungsbeiträgen auf Kunden-, Produkt- und Auftragsebene.

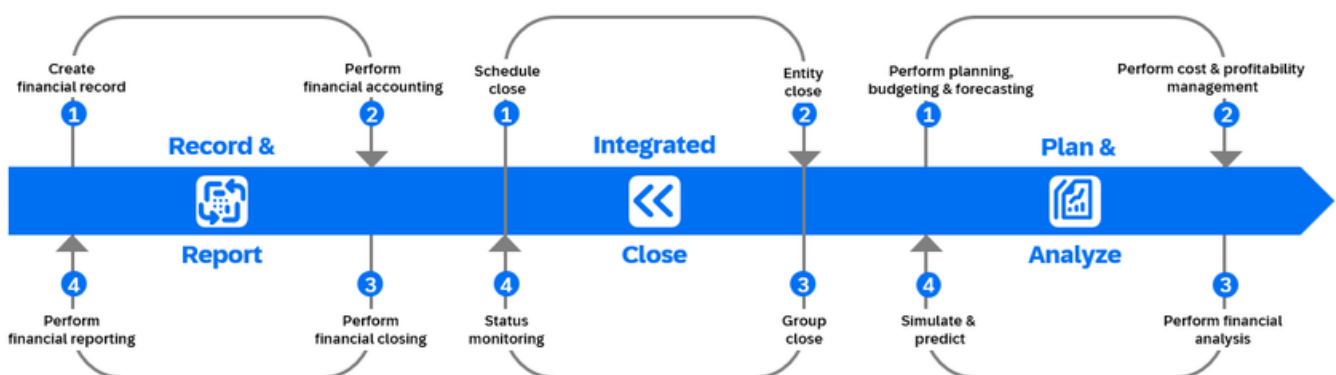


Abbildung 4: Record-to-Report-Prozess

2.4 Zusammenspiel mit Beschaffungsprozessen (Source-to-Pay)

Lead-to-Cash und Beschaffung sind enger miteinander verbunden, als oft angenommen. Wenn verkaufte Produkte nicht verfügbar sind, können automatisch Beschaffungsprozesse ausgelöst werden.

Streckenlieferungen vom Lieferanten direkt zum Kunden können ohne Medienbrüche abgewickelt werden. SAP Business Network ermöglicht dabei die transparente Kommunikation zwischen Unternehmen und Lieferanten.

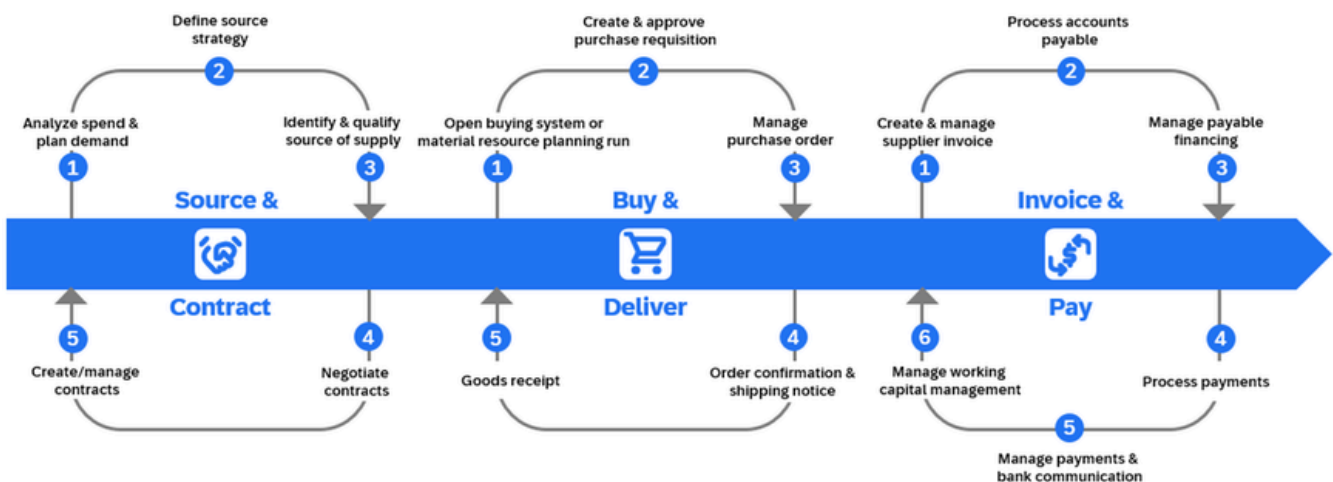


Abbildung 5: Source-to-Pay-Prozess

3. Detaillierte Analyse des Lead-to-Cash-Prozesses

Lead-to-Cash besteht aus drei zentralen Phasen: Lead & Quote, Order & Fulfillment sowie Bill & Collect.

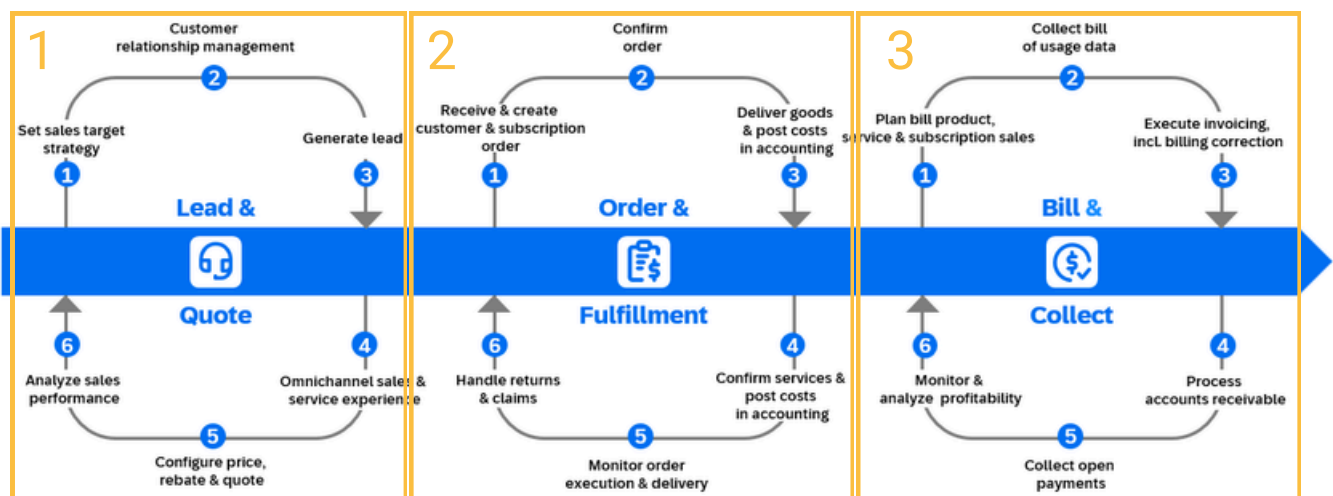


Abbildung 6: Lead-to-Cash-Prozess

3.1 Lead & Quote



Abbildung 7: Phase 1 - Lead & Quote

Diese Phase definiert die Qualität der Vertriebspipeline und die Grundlage für zukünftige Umsätze.

SAP Sales Cloud Version 2 ermöglicht ein integriertes Kunden- und Opportunity-Management auf Basis konsistenter Stammdaten aus SAP S/4HANA Cloud ERP. Über den Master Data Integration Service wird ein konsistentes Kundenprofil über alle Systeme hinweg sichergestellt.

SAP Joule unterstützt Vertriebsmitarbeiter durch KI-gestützte Analysen, etwa bei der Identifikation von Verkaufschancen oder der Vorbereitung von Kundenterminen.

SAP Configure Price Quote ermöglicht die Erstellung technisch und wirtschaftlich korrekter Angebote auf Basis zentraler Preis- und Produktlogik.

SAP Commerce Cloud und SAP Marketing Cloud ermöglichen zusätzlich eine integrierte Omnichannel-Kundenerfahrung.

3.2 Order & Fulfillment

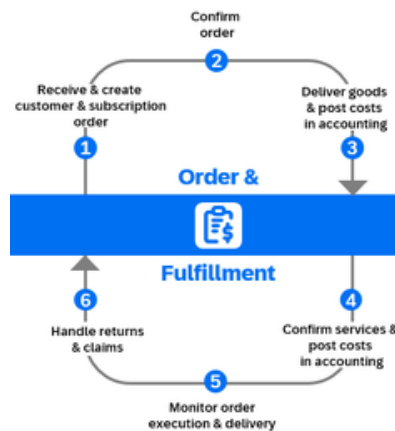


Abbildung 8: Phase 2 - Order & Fulfillment

Mit der Annahme eines Angebots wird dieses automatisch in einen Kundenauftrag in SAP S/4HANA Cloud ERP überführt.

Die Solution Order ermöglicht die integrierte Verwaltung komplexer Angebote, die Produkte, Services und Abonnements kombinieren.

SAP S/4HANA Cloud ERP steuert die Lieferung, Kostenverbuchung und Leistungserbringung vollständig integriert.

SAP Field Service Management unterstützt die Planung und Durchführung von Serviceleistungen.

SAP Order Management Foundation ermöglicht die Steuerung komplexer Omnichannel-Fulfillment-Szenarien.

3.3 Bill & Collect

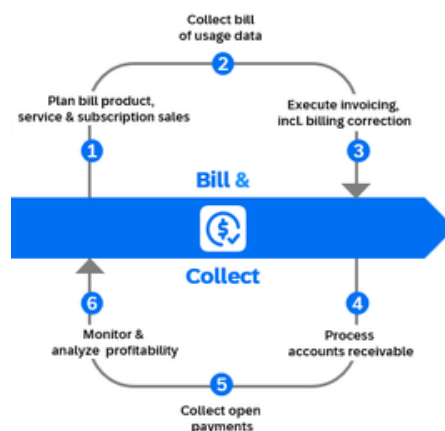


Abbildung 9: Phase 3 - Bill & Collect

Diese Phase sichert Umsatz und Cashflow.

SAP Billing and Revenue Innovation Management ermöglicht die integrierte Abrechnung von Produkten, Services und nutzungsbasierten Leistungen.

SAP Convergent Mediation sammelt und verarbeitet Nutzungsdaten für nutzungsbasierte Abrechnung.

SAP Revenue Accounting and Reporting stellt sicher, dass Erlöse korrekt realisiert werden.

SAP Cash Application automatisiert den Zahlungseingang und reduziert manuelle Buchhaltungsaufwände.

SAP S/4HANA Cloud ERP ermöglicht eine Echtzeit-Analyse von Umsatz und Profitabilität.

4. Technologischer Deep Dive: Architektur und zentrale SAP-Komponenten

Um den beschriebenen Lead-to-Cash-Prozess effizient und skalierbar zu gestalten, bedarf es einer modernen, modularen Systemarchitektur. Die SAP-Strategie für 2026 (und die Zukunft) basiert auf dem Konzept des "Clean Core" und der Erweiterung durch die SAP BTP.

4.1 SAP S/4HANA Cloud ERP: Der digitale Kern

Das Herzstück der Architektur ist SAP S/4HANA Cloud ERP. Die Strategie "Clean Core" bedeutet, dass der ERP-Kern standardisiert und frei von Modifikationen gehalten wird. Dies ist entscheidend, um regelmäßige Updates und Innovationen der SAP (z.B. neue KI-Funktionen) nutzen zu können, ohne aufwendige Upgrade-Projekte durchführen zu müssen. Spezifische Kundenanforderungen, die nicht im Standard abgebildet sind, werden als Erweiterungen ("Extensions") auf der SAP BTP entwickelt ("Side-by-Side Extensibility"). Für den Lead-to-Cash-Prozess bedeutet dies Stabilität und Agilität zugleich: Der Standard-Auftragsprozess läuft robust im Kern, während innovative

Zusatzfunktionen (z.B. ein spezieller Rabatt-Algorithmus) flexibel auf der BTP laufen.

4.2 SAP Joule & SAP Business AI

Bis 2026 wird SAP Joule, der generative KI-Copilot von SAP, tief in alle Lead-to-Cash-Anwendungen integriert sein. SAP Joule fungiert nicht nur als Chatbot, sondern als intelligenter Agent, der kontextbezogen agiert.

SAP Joule unterstützt im Vertrieb bei der Vorbereitung von Kundenterminen, indem er Informationen aus E-Mails, CRM-Notizen, Service-Tickets und Finanzdaten zusammenfasst. Er kann E-Mails generieren, Opportunities aktualisieren und Produktempfehlungen geben ("Buying Propensity").

SAP Joule Agents automatisieren repetitive Aufgaben im Backoffice. Der "Dispute Management Agent" kann beispielsweise autonom Zahlungsdifferenzen analysieren, mit dem Kunden kommunizieren und Lösungen vorschlagen, was die Effizienz in der Buchhaltung massiv steigert.

4.3 WalkMe: Der Schlüssel zur User Adoption

Die beste Software nützt nichts, wenn sie von den Mitarbeitern nicht korrekt bedient wird. WalkMe fungiert als "Digital Adoption Platform" (DAP), die sich wie eine unsichtbare Schicht über die SAP-Anwendungen legt.

Vertriebsmitarbeiter werden durch interaktive "Smart Walk-Thrus" direkt im Live-System geschult ("Learning in the Flow of Work"). Dies reduziert Schulungskosten und beschleunigt die Einarbeitung ("Time-to-Productivity").

Eingabefehler können in Echtzeit verhindert werden, indem Validierungen erzwungen (z.B. "Bitte geben Sie eine gültige Projektnummer ein") oder auf Compliance-Risiken hingewiesen wird (z.B. "Dieser Rabatt verstößt gegen die Policy"). Dies sichert saubere Daten an der Quelle, was wiederum essenziell für das Funktionieren der KI-Modelle ist.

4.4. SAP Billing and Revenue Innovation Management (BRIM)

SAP BRIM ist der technologische Enabler für neue Geschäftsmodelle jenseits des einfachen Produktverkaufs.

BRIM erlaubt es Unternehmen, flexible Preismodelle (z.B. Freemium, Tiered Pricing, Overage Charges) schnell zu konfigurieren und zu testen, ohne die zugrundeliegende IT-Landschaft umprogrammieren zu müssen.

Die Komponenten Convergent Charging und Convergent Invoicing sind darauf ausgelegt, Millionen von Transaktionen (z.B. Mautdaten, Streaming-Events) skalierbar zu verarbeiten, was klassische ERP-Fakturierungen überlasten würde.

5. Übersicht der Integrationsszenarien

Die Effizienz von Lead-to-Cash hängt maßgeblich von der nahtlosen Integration der beteiligten Systeme ab. Daten müssen in Echtzeit und ohne Medienbrüche fließen. Die folgende Tabelle visualisiert die kritischen Schnittstellen und Datenobjekte im modernen SAP Lead-to-Cash.

Prozessschritt	Quellsystem	Zielsystem	Datenobjekt	Mechanismus	Business Impact
Lead & Quote	SAP Marketing Cloud	SAP Sales Cloud v2	Lead / Campaign Response	SAP Cloud Integration (iFlow)	Qualifizierte Leads werden ohne Zeitverlust an den Vertrieb übergeben, Erhöhung der Conversion Rate.
Master Data	SAP S/4HANA Cloud ERP (oder MDG)	SAP Sales Cloud v2 / CPQ / BRIM	Business Partner (Customer)	SAP Master Data Integration (MDI) / SOAP	"Single Source of Truth". Adressänderungen im ERP sind sofort im CRM sichtbar. Vermeidung von Dubletten und Lieferfehlern.

Prozessschritt	Quellsystem	Zielsystem	Datenobjekt	Mechanismus	Business Impact
Quote Configuration	SAP S/4HANA Cloud ERP (VCP)	SAP CPQ	Product Master / Variant Configuration	Knowledge Base Sync / Pricing Service	Sicherstellung, dass nur technisch validierte Varianten angeboten werden. Nutzung zentraler Preiskonditionen zur Margensicherung.
Order Creation	SAP CPQ	SAP S/4HANA Cloud ERP	Sales Order / Solution Order	CPI / OData / SOAP	"Touchless Order". Automatische Anlage des Auftrags im ERP ohne manuelle Erfassung. Reduktion von Erfassungsfehlern.
Subscription	SAP S/4HANA Cloud ERP (SOM)	SAP Convergent Charging	Provider Contract	ODI (Order Distribution Infrastructure)	Aktivierung des Abonnements im Rating-System. Garantiert, dass die Abrechnung sofort mit der Bereitstellung beginnt.
Service	SAP S/4HANA Cloud ERP (Service)	SAP FSM	Service Order / Service Call	SAP Integration Suite	Techniker erhält Auftrag auf Mobile App. Rückmeldung von Material/ Zeit aktualisiert ERP in Echtzeit und ermöglicht sofortige Faktura.
Billing	SAP Subscription Billing	SAP S/4HANA Cloud ERP (Sales Billing)	Billing Document Request (BDR)	SAP Cloud Integration	Übertrag von Abo-Gebühren in die zentrale Fakturierung zur Erstellung einer konsolidierten Rechnung für den Kunden.
Revenue Rec	SAP S/4HANA Cloud ERP (CI/SD)	SAP RAR	Revenue Accounting Item (RAI)	Native Integration (RFC)	Entkopplung von Rechnung und Erlös. Automatische, audit-sichere Einhaltung von IFRS 15 / ASC 606.

6. Herausforderungen und Lösungsstrategien für 2026

Trotz modernster Technologie stehen Unternehmen bei der Lead-to-Cash-Transformation vor signifikanten Herausforderungen. Basierend auf aktuellen Trends und SAP Roadmaps lassen sich drei Hauptfelder identifizieren.

6.1. Revenue Leakage und "Subscription Fatigue"

In der Abo-Ökonomie "tropft" Umsatz oft unbemerkt weg (Revenue Leakage). Gründe sind nicht fakturierte Service-Leistungen, vergessene Preisanpassungen bei Verlängerungen oder Systembrüche zwischen Leistungserbringung und Abrechnung. Gleichzeitig ermüden Kunden angesichts zu flacher Abo-Modelle ("Subscription Fatigue"). Der Einsatz von SAP Billing and Revenue Innovation Management schließt Lücken durch Automatisierung. Die Integration von Mediation-Systemen stellt sicher, dass jede technische Nutzung (z.B. jeder API-Call) erfasst, bewertet und fakturiert wird. Gegen "Fatigue" helfen flexiblere Modelle (Pay-per-Use, Outcome-based Pricing), die Kunden nur für tatsächlichen Mehrwert zahlen lassen. Dies erfordert jedoch eine agile Billing-Engine, die Modelle schnell anpassen kann.

6.2. Datenqualität als Fundament für KI

KI-Modelle wie SAP Joule sind nur so gut wie die Daten, mit denen sie trainiert werden. Schlechte Stammdaten führen zu "Halluzinationen", etwa wenn ein KI-Agent einem Kunden aufgrund veralteter Preislisten einen falschen Rabatt verspricht. Dies birgt massive finanzielle und rechtliche Risiken. Eine strikte Governance über SAP Master Data Governance (MDG) ist unerlässlich. Zusätzlich muss die Datenerfassung an der Quelle verbessert werden. Hier ist WalkMe ein Schlüsselement: Es führt den User bei der Dateneingabe und erzwingt Validierungen, um "Garbage in, Garbage out" zu verhindern. Nur saubere, harmonisierte Daten ermöglichen den effektiven Einsatz von KI im Lead-to-Cash-Prozess.

6.3. Prozesskomplexität und Fachkräftemangel

Die globale Expansion erhöht die Komplexität durch lokale Steuerregeln, E-Invoicing-Mandate (z.B. in Italien, Polen) und Compliance-Anforderungen. Gleichzeitig fehlt es oft an Experten, die diese komplexe Landschaft beherrschen. Automatisierung ist der Schlüssel zur Skalierung. Lösungen wie SAP Document and Reporting Compliance (DRC) automatisieren globale Meldepflichten im Hintergrund. KI-Agenten übernehmen Routineaufgaben (z.B. Cash Application), sodass sich Mitarbeiter auf Ausnahmen konzentrieren können. SAP Joule fungiert zudem als Wissensmultiplikator, indem er Junior-Mitarbeitern Expertenwissen ("Wie verbuche ich eine komplexe Retoure aus Brasilien?") ad-hoc im Chat bereitstellt.

Fazit & Handlungsempfehlungen

Die Lead-to-Cash-Transformation ist weit mehr als ein IT-Upgrade. Sie ist eine fundamentale Neuausrichtung des Geschäftsmodells hin zu einer kunden- und servicezentrierten Organisation. Wer Lead-to-Cash beherrscht, kontrolliert nicht nur seinen Cashflow, sondern auch seine Zukunftsfähigkeit. Die SAP Business Suite bietet mit der Kombination aus dem robusten SAP S/4HANA Cloud ERP, der agilen Customer Experience Layer (SAP Sales Cloud v2, CPQ) und der flexiblen Monetarisierungs-Engine Billing and Revenue Innovation Management das derzeit leistungsfähigste Werkzeugset am Markt.

Um das volle Potenzial dieser Plattform bis 2026 zu nutzen, sollten Unternehmen folgende strategische Empfehlungen priorisieren:

1. Brechen Sie die internen Silos zwischen Produktverkauf und Serviceverkauf auf. Der Kunde kauft eine Lösung zur Erreichung eines Ergebnisses, keine Stückliste. Nutzen Sie die "Solution Order" in SAP S/4HANA Cloud ERP, um diese hybride Sichtweise systemisch und prozessual abzubilden.
2. Widerstehen Sie der Versuchung, Lead-to-Cash durch Modifikationen im ERP-Code zu verbiegen. Nutzen Sie konsequent die SAP BTP für Erweiterungen. Ein „Clean Core“ ist die zwingende Voraussetzung für schnelle Upgrade-Zyklen und die Nutzung von KI-Innovationen.
3. Die intelligenteste Configure Price Quote-Logik und der beste Prozess nützen nichts, wenn der Vertrieb sie umgeht, weil die Bedienung zu komplex ist. WalkMe ist die Versicherungspolice für Ihre Software-Investition, steigert die User Adoption und sichert die Datenqualität an der Quelle.
4. Warten Sie nicht, bis SAP Joule "fertig" ist. Identifizieren Sie jetzt Pilotprojekte (z.B. im Lead Scoring, in der Meeting-Vorbereitung oder der Cash Application), um Erfahrungen zu sammeln. Bereinigen und harmonisieren Sie Ihre Daten jetzt, damit KI später auf fruchtbaren Boden fällt.

5. Sorgen Sie dafür, dass CFO (Chief Finance Officer) und CRO (Chief Revenue Officer) auf dieselbe Datenbasis schauen. Die tiefe Integration von SAP Sales Cloud Version 2 und SAP S/4HANA Cloud ERP eliminiert "Excel-Wahrheiten" und ermöglicht eine Unternehmenssteuerung nach echtem Deckungsbeitrag und Customer Lifetime Value (CLV) statt nach bloßem Auftragsvolumen.

Lead-to-Cash ist das Herz Ihres Unternehmens. Wir bei rocon stehen bereit, um mit der richtigen Architektur, einer klaren Datenstrategie und dem Fokus auf die Anwender dafür zu sorgen, dass das Herz Ihres Unternehmens auch in volatilen Zeiten stark und stetig schlägt.

rocon – Your Partner for Digital Transformation

Bei der Einführung von IT-Systemen zählt nicht nur technisches Know-how, sondern das Verständnis für Menschen, Prozesse und Organisation. rocon verbindet beides mit langjähriger Erfahrung in der digitalen Transformation, einem klaren Werteverständnis und der Expertise als zertifizierter SAP- und WalkMe-Partner.

Werte, die tragen

Wir leben Verbundenheit, Verantwortung, Authentizität, Fortschrittlichkeit und Partnerschaftlichkeit. Diese Werte zeigen sich nicht nur auf unserer Website, sondern in konkretem Handeln: partnerschaftliche Kommunikation, konsequente Verantwortung für Ergebnisse, ehrliche Einschätzungen und einen technologischen und organisatorischen Blick nach vorn.

Partnerschaft statt reine Dienstleistung

Mit rocon erhalten Sie keinen reinen Implementierungspartner, sondern einen echten Sparringspartner. Wir begleiten Ihr Unternehmen von der ersten Idee über die Pilotphase bis zum internationalen Rollout – mit klarer Kommunikation, abgestimmten Prioritäten und pragmatischen Lösungen. Unser Ziel ist, dass IT-Systeme und Digital Adoption nicht nur eingeführt, sondern im Alltag gelebt werden.



**rocon Rohrbach EDV-Consulting
GmbH**

Isaac-Fulda-Allee 1
55124 Mainz

Geschäftsführer

Markus Rohrbach,
Martin Blumenstein

www.rocon.info

Ihr Nutzen

Wenn Sie sich für rocon als Partner entscheiden, erhalten Sie:

- Einen zertifizierten SAP- und WalkMe-Partner mit Erfahrung aus diversen Projekten
- Einen Sparringspartner, der Ihre Ziele versteht und Ihre Sprache spricht
- Ein Projekt, das pragmatisch geplant und professionell umgesetzt wird
- Sicherheit durch Branchen-Know-how, bewährte Methoden und nachhaltige Betreuung

Mit rocon gewinnen Sie einen Partner, der Ihre digitale Transformation begleitet, beschleunigt und langfristig absichert. Sprechen Sie uns an – wir helfen Ihnen, eine neue IT-Landschaft und Digital Adoption erfolgreich im Unternehmen zu verankern.



rocon Rohrbach EDV-Consulting GmbH

Isaac-Fulda-Allee 1

55124 Mainz

Ihr Ansprechpartner

Andreas Glaser

Senior Director Technology & Alliances

andreas.glaser@rocon.info

www.rocon.info



Fragen oder Feedback?

Vereinbaren Sie jetzt einen Termin für eine individuelle Beratung mit unseren Experten.

 **rocon**

**Rufen Sie uns gerne an
+49 6131 / 90 60 2906**

Dieses Werk ist urheberrechtlich geschützt. Jegliche Weiterverbreitung oder Nutzung, auch auszugsweise, bedarf einer schriftlichen Genehmigung der Herausgeber.

© rocon Rohrbach EDV-Consulting GmbH