

# DER CRM- PRAXISLEITFADEN FÜR KMU

60 Prüfpunkte für strukturierte Kundenprozesse, konsequente Follow-ups und nachhaltige Kundenbindung

**Praxisleitfaden für Selbstständige, KMU, Handwerksbetriebe und Organisationen**

## **HB BUSINESS ECOSYSTEM**

Website • CRM • Terminbuchung • E-Mail • Angebote • Fakturierung • Datenschutz • Worldsoft

### **ERSTELLT VON**

Hanspeter Brunner  
Webdesign & digitale Lösungen  
Langjähriger Worldsoft-Partner

### **IHR NUTZEN**

Kundenkontakte zentral organisieren  
Angebote konsequent nachfassen  
Kundenbeziehungen gezielt ausbauen

# Vom Kontakt zur langfristigen Kundenbeziehung

Ein CRM ist nicht nur eine Adressdatenbank. Es verbindet Anfragen, Gespräche, Termine, Angebote, Aufgaben, Newsletter-Einwilligungen und Kundenbetreuung zu einem nachvollziehbaren Prozess. So geht keine wertvolle Anfrage verloren und jede offene Chance erhält einen klaren nächsten Schritt.

Dieser Praxisleitfaden verbindet CRM-Organisation mit den Bausteinen des HB Business Ecosystems und den integrierten Möglichkeiten der Worldsoft Business Suite. Er berücksichtigt zugleich zentrale Schweizer Datenschutzanforderungen für Cloud-CRM, Auftragsbearbeitung, Transparenz, Datensicherheit und Betroffenenrechte.

## SO FUNKTIONIERT DER CHECK

Markieren Sie jeden vollständig erfüllten Punkt. Jeder Haken zählt einen Punkt. Nach jeweils drei Bereichen folgt eine Zwischenauswertung; insgesamt sind 60 Punkte möglich.

*Hinweis: Die rechtlichen Hinweise dienen der Orientierung und ersetzen keine individuelle Rechts- oder Datenschutzberatung.*

## Die vier Prüfblöcke

**1****Strategie & Datenbasis** - Ziele, Verantwortlichkeiten, Kontaktdaten und Leadquellen**2****Verkauf & Abwicklung** - Pipeline, Follow-up, Angebote, Fakturierung und Termine**3****Kommunikation & Kundenbindung** - Segmentierung, E-Mail-Marketing, Service und Automatisierung**4****Datenschutz & Steuerung** - Transparenz, Cloud-Sicherheit, Governance, Auswertung und Worldsoft-Integration

# 1. CRM-Ziele & Verantwortlichkeiten

*Ist klar, was das CRM für Ihr Unternehmen leisten soll?*

|                          |                                                                                                                          |
|--------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <input type="checkbox"/> | Das CRM unterstützt klar definierte Ziele wie schnellere Reaktionen, bessere Nachverfolgung oder stärkere Kundenbindung. |
| <input type="checkbox"/> | Eine verantwortliche Person betreut CRM-Struktur, Datenqualität, Benutzer und Prozessverbesserungen.                     |
| <input type="checkbox"/> | Für neue Anfragen, bestehende Kunden, offene Angebote und Supportfälle sind Zuständigkeiten eindeutig geregelt.          |
| <input type="checkbox"/> | Jede offene Kundenchance besitzt einen dokumentierten nächsten Schritt und ein Wiedervorlagedatum.                       |
| <input type="checkbox"/> | Mitarbeitende wissen, welche Informationen im CRM erfasst werden müssen und welche nicht hineingehören.                  |
| <b>Σ</b>                 | <b>Punkte in diesem Bereich: _____ von 5</b>                                                                             |

## 2. Kontaktdaten & Datenqualität

*Sind Kundendaten vollständig, aktuell und einheitlich?*

|                          |                                                                                                                                                             |
|--------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <input type="checkbox"/> | Kontakte werden zentral gespeichert und nicht parallel in unkontrollierten Excel-, E-Mail- oder Privatlisten geführt.                                       |
| <input type="checkbox"/> | Pflichtfelder wie Name, Firma, Kontaktmöglichkeit, Kontaktquelle, Status und Verantwortlichkeit sind definiert.                                             |
| <input type="checkbox"/> | Dubletten, ungültige E-Mail-Adressen und veraltete Kontaktdaten werden regelmässig bereinigt.                                                               |
| <input type="checkbox"/> | Gesprächsnotizen werden sachlich, verständlich und ohne unnötige persönliche Wertungen dokumentiert.                                                        |
| <input type="checkbox"/> | Bestehende Daten können bei Bedarf strukturiert importiert und exportiert werden; die Worldsoft CRM unterstützt Selektionen sowie Adressimport und -export. |
| <b>Σ</b>                 | <b>Punkte in diesem Bereich: _____ von 5</b>                                                                                                                |

## 3. Leadquellen & Website-Erfassung

*Gelangen Anfragen zuverlässig von der Website in den Kundenprozess?*

|                          |                                                                                                                        |
|--------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <input type="checkbox"/> | Alle wichtigen Leadquellen wie Google, Website, LinkedIn, Newsletter, Empfehlungen und Veranstaltungen werden erfasst. |
| <input type="checkbox"/> | Kontakt-, Projekt-, Analyse- und Downloadformulare fragen nur die für den nächsten Schritt notwendigen Angaben ab.     |
| <input type="checkbox"/> | Website-Anfragen werden automatisch im CRM erfasst oder durch einen verbindlichen internen Prozess übertragen.         |
| <input type="checkbox"/> | Nach dem Absenden erhält der Interessent eine passende Eingangsbestätigung und die zuständige Person eine Aufgabe.     |
| <input type="checkbox"/> | Worldsoft Site-Wizard- und WBS-Formulare werden dort eingesetzt, wo Anfragen direkt im CRM gespeichert werden sollen.  |
| <b>Σ</b>                 | <b>Punkte in diesem Bereich: _____ von 5</b>                                                                           |

# Zwischenauswertung 1: Strategie & Datenbasis

Bereiche 1 bis 3 | Meine Zwischensumme: \_\_\_\_\_ von 15 Punkten

|              |                                                                                                                                                 |
|--------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 0-5 Punkte   | CRM-Ziele, Zuständigkeiten oder zentrale Kontaktdaten sind noch unzureichend geregelt. Beginnen Sie mit einem klaren Prozess für neue Anfragen. |
| 6-10 Punkte  | Eine gute Grundlage ist vorhanden. Vereinheitlichen Sie Pflichtfelder, Leadquellen und die automatische Website-Erfassung.                      |
| 11-15 Punkte | Ihre CRM-Basis ist gut strukturiert. Der Fokus kann nun auf Pipeline, Follow-up und administrative Integration gelegt werden.                   |

Wichtigste Massnahme aus diesem Block:

---

---

## 4. Pipeline & Verkaufsprozess

*Ist jeder Interessent einer klaren Verkaufsphase zugeordnet?*

|                          |                                                                                                                                    |
|--------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <input type="checkbox"/> | Die Pipeline verwendet verständliche Phasen von neuer Anfrage über Gespräch und Angebot bis gewonnen, verloren oder Wiedervorlage. |
| <input type="checkbox"/> | Ein Kontakt wechselt nur dann die Phase, wenn der definierte nächste Schritt tatsächlich erreicht wurde.                           |
| <input type="checkbox"/> | Bedarf, gewünschte Leistung, Zeitrahmen, Entscheidungsweg und wichtige offene Fragen werden dokumentiert.                          |
| <input type="checkbox"/> | Gewonnene und verlorene Angebote werden mit nachvollziehbarem Grund abgeschlossen.                                                 |
| <input type="checkbox"/> | Die Geschäftsleitung erkennt jederzeit, welche Chancen offen sind und wo Kontakte im Prozess stehen bleiben.                       |
| <b>Σ</b>                 | <b>Punkte in diesem Bereich: _____ von 5</b>                                                                                       |

## 5. Follow-up & Aufgabensteuerung

*Werden Anfragen und Angebote konsequent weiterbearbeitet?*

|                          |                                                                                                                           |
|--------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <input type="checkbox"/> | Neue Anfragen werden innerhalb einer intern festgelegten Reaktionszeit persönlich bearbeitet.                             |
| <input type="checkbox"/> | Nach Erstgesprächen werden Zusammenfassung, zugesagte Unterlagen und nächste Schritte festgehalten.                       |
| <input type="checkbox"/> | Jedes versendete Angebot erhält einen konkreten Nachfasstermin und eine verantwortliche Person.                           |
| <input type="checkbox"/> | Überfällige Aufgaben und Verkaufschancen ohne nächste Aktivität werden regelmässig kontrolliert.                          |
| <input type="checkbox"/> | Automatische Bestätigungen und Erinnerungen unterstützen den Ablauf, ersetzen aber keine notwendige persönliche Beratung. |
| <b>Σ</b>                 | <b>Punkte in diesem Bereich: _____ von 5</b>                                                                              |

## 6. Angebote, Rechnungen & Factura

*Sind Verkauf und Administration mit den Kundendaten verbunden?*

|                          |                                                                                                                                     |
|--------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <input type="checkbox"/> | Angebote, Auftragsbestätigungen, Rechnungen und offene Beträge sind dem richtigen Kunden eindeutig zugeordnet.                      |
| <input type="checkbox"/> | Zuständigkeiten für Angebotserstellung, Freigabe, Versand, Nachfassung und Rechnungsstellung sind festgelegt.                       |
| <input type="checkbox"/> | Kontaktdaten müssen nicht in mehreren Systemen manuell und widersprüchlich gepflegt werden.                                         |
| <input type="checkbox"/> | Offene Offerten und Forderungen werden regelmässig kontrolliert und nachvollziehbar bearbeitet.                                     |
| <input type="checkbox"/> | Worldsoft Factura wird passend eingesetzt, um Angebote, Rechnungen, Gutschriften, Mahnungen und Auftragsbestätigungen zu verwalten. |
| <b>Σ</b>                 | <b>Punkte in diesem Bereich: _____ von 5</b>                                                                                        |

## Zwischenauswertung 2: Verkauf & Abwicklung

Bereiche 4 bis 6 | Meine Zwischensumme: \_\_\_\_\_ von 15 Punkten

|              |                                                                                                                            |
|--------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 0-5 Punkte   | Verkaufschancen, Aufgaben oder Angebote werden noch nicht konsequent gesteuert. Definieren Sie Phasen und Nachfasstermine. |
| 6-10 Punkte  | Wichtige Abläufe bestehen. Verbinden Sie Pipeline, Follow-up und Factura noch klarer miteinander.                          |
| 11-15 Punkte | Ihr Verkaufsprozess ist professionell organisiert. Optimieren Sie nun Kommunikation, Automatisierung und Kundenbindung.    |

Wichtigste Massnahme aus diesem Block:

---

---

## 7. Segmentierung & E-Mail-Marketing

Werden Kontakte zielgerichtet und datenschutzbewusst angesprochen?

|                          |                                                                                                                                          |
|--------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <input type="checkbox"/> | Kontakte sind nach Interessen, Leistungen, Kundentyp, Region oder Beziehungsstatus sinnvoll segmentiert.                                 |
| <input type="checkbox"/> | Newsletter-Einwilligungen, Herkunft, Zeitpunkt, Themeninteressen und Abmeldungen sind nachvollziehbar dokumentiert.                      |
| <input type="checkbox"/> | Ein CRM-Eintrag wird nicht automatisch als pauschale Einwilligung für sämtliche Werbe-E-Mails betrachtet.                                |
| <input type="checkbox"/> | Newsletter, Follow-ups und Serviceinformationen werden nur an passende und zulässige Empfängergruppen versendet.                         |
| <input type="checkbox"/> | Das Worldsoft E-Marketing System nutzt CRM-Kontakte, sodass Empfängergruppen nicht in getrennten Adressbeständen gepflegt werden müssen. |
| <b>Σ</b>                 | <b>Punkte in diesem Bereich: _____ von 5</b>                                                                                             |

## 8. Terminbuchung, Formulare & Automatisierung

Sind wiederkehrende Kontaktprozesse klar und effizient aufgebaut?

|                          |                                                                                                                                            |
|--------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <input type="checkbox"/> | Terminarten erklären Zweck, Dauer, Zielgruppe, Vorbereitung sowie Möglichkeiten zur Absage oder Umbuchung.                                 |
| <input type="checkbox"/> | Buchungen werden bestätigt, im Kalender berücksichtigt und dem bestehenden oder neuen CRM-Kontakt zugeordnet.                              |
| <input type="checkbox"/> | Formulare, Reservation, CRM, E-Mail-Bestätigungen und interne Aufgaben greifen als durchgängiger Prozess zusammen.                         |
| <input type="checkbox"/> | Worldsoft Reservation oder WebConnector werden geprüft, wenn Termine, Formulare, Umfragen oder weitere Elemente eingebunden werden sollen. |
| <input type="checkbox"/> | Fehlerfälle, unvollständige Anfragen und manuelle Kontrollpunkte sind trotz Automatisierung klar geregelt.                                 |
| <b>Σ</b>                 | <b>Punkte in diesem Bereich: _____ von 5</b>                                                                                               |

## 9. Kundenservice & langfristige Betreuung

*Wird das CRM auch nach dem Auftrag aktiv genutzt?*

|                          |                                                                                                                   |
|--------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <input type="checkbox"/> | Nach Projektabschluss werden Betrieb, Betreuung, Hosting, Wartung und weitere Vereinbarungen dokumentiert.        |
| <input type="checkbox"/> | Bestehende Kunden erhalten passende Serviceinformationen, Updates und Hinweise auf sinnvolle Weiterentwicklungen. |
| <input type="checkbox"/> | Supportanfragen und wichtige Entscheidungen bleiben für berechnigte Mitarbeitende nachvollziehbar.                |
| <input type="checkbox"/> | Zufriedene Kunden werden angemessen um Feedback, Bewertungen oder Empfehlungen gebeten.                           |
| <input type="checkbox"/> | Wiedervorlagen unterstützen Folgeangebote, Vertragsverlängerungen und die persönliche Wiederansprache.            |
| <b>Σ</b>                 | <b>Punkte in diesem Bereich: _____ von 5</b>                                                                      |

## Zwischenauswertung 3: Kommunikation & Kundenbindung

Bereiche 7 bis 9 | Meine Zwischensumme: \_\_\_\_\_ von 15 Punkten

|                     |                                                                                                                               |
|---------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>0-5 Punkte</b>   | Segmentierung, E-Mail-Marketing oder langfristige Kundenpflege sind noch wenig systematisiert.                                |
| <b>6-10 Punkte</b>  | Erste wirksame Prozesse bestehen. Prüfen Sie Einwilligungen, Terminabläufe und die persönliche Wiederansprache.               |
| <b>11-15 Punkte</b> | Kommunikation und Betreuung sind gut verbunden. Der nächste Schritt ist eine konsequente Datenschutz- und Steuerungsstruktur. |

Wichtigste Massnahme aus diesem Block:

---

---

## 10. Schweizer Datenschutz & Transparenz

Sind CRM-Daten rechtmässig, transparent und zweckgebunden organisiert?

|                          |                                                                                                                                                           |
|--------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <input type="checkbox"/> | Die Datenschutzerklärung informiert verständlich über erfasste Personendaten, Zwecke, Empfänger beziehungsweise Auftragsbearbeiter und Betroffenenrechte. |
| <input type="checkbox"/> | Es werden nur Daten gespeichert, die für Kundenbeziehung, Vertrag, Leistung, Marketing oder gesetzliche Pflichten tatsächlich benötigt werden.            |
| <input type="checkbox"/> | Auskunfts-, Berichtigungs- und Löschbegehren können bearbeitet werden, weil relevante Kundendaten auffindbar und zugeordnet sind.                         |
| <input type="checkbox"/> | Für Aufbewahrung, Bereinigung und Löschung bestehen nachvollziehbare Regeln statt unbegrenzter Datensammlung.                                             |
| <input type="checkbox"/> | Es wurde geprüft, ob ein Verzeichnis der Bearbeitungstätigkeiten oder bei hohem Risiko eine Datenschutz-Folgenabschätzung erforderlich ist.               |
| $\Sigma$                 | <b>Punkte in diesem Bereich: _____ von 5</b>                                                                                                              |

## 11. Cloud, Zugriffsrechte & Datensicherheit

Sind Cloud-CRM und Benutzerzugriffe angemessen geschützt?

|                          |                                                                                                                                       |
|--------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <input type="checkbox"/> | Der CRM-Anbieter und relevante Unterauftragsbearbeiter wurden hinsichtlich Vertrag, Sicherheit und Datenbearbeitung geprüft.          |
| <input type="checkbox"/> | Der Verantwortliche bleibt auch bei ausgelagerter Datenbearbeitung für die Einhaltung des Schweizer Datenschutzrechts verantwortlich. |
| <input type="checkbox"/> | Rollen und Benutzerrechte folgen dem Need-to-know-Prinzip; gemeinsame Konten und unnötige Vollzugriffe werden vermieden.              |
| <input type="checkbox"/> | Starke Passwörter, Zwei-Faktor-Authentifizierung, sichere Endgeräte, Backups und definierte Austrittsprozesse sind eingerichtet.      |
| <input type="checkbox"/> | Datenübermittlungen ins Ausland sowie Melde- und Reaktionsprozesse bei möglichen Datenschutzverletzungen wurden geklärt.              |
| $\Sigma$                 | <b>Punkte in diesem Bereich: _____ von 5</b>                                                                                          |

## 12. Auswertung, Governance & HB Ecosystem

Wird das CRM als steuerbares Gesamtsystem weiterentwickelt?

|                          |                                                                                                                                             |
|--------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <input type="checkbox"/> | Anfragen, Quellen, Reaktionszeiten, Erstgespräche, Angebote, Abschlussquote und Folgeaufträge werden regelmässig ausgewertet.               |
| <input type="checkbox"/> | Die Daten zeigen, welche Marketingkanäle und Lead-Magneten tatsächlich qualifizierte Kontakte und Aufträge erzeugen.                        |
| <input type="checkbox"/> | Website, App/PWA, Marketing, CRM, E-Mail, Terminbuchung, Factura und Datenschutz sind sinnvoll miteinander verbunden.                       |
| <input type="checkbox"/> | Worldsoft-Module werden nach tatsächlichem Bedarf ausgewählt und durch Hanspeter Brunner persönlich konzipiert, eingerichtet und begleitet. |
| <input type="checkbox"/> | Für die nächsten 90 Tage bestehen drei konkrete CRM-Massnahmen mit Verantwortlichkeit, Termin und Erfolgskriterium.                         |
| <b>Σ</b>                 | <b>Punkte in diesem Bereich: _____ von 5</b>                                                                                                |

## Zwischenauswertung 4: Datenschutz & Steuerung

Bereiche 10 bis 12 | Meine Zwischensumme: \_\_\_\_\_ von 15 Punkten

|              |                                                                                                                         |
|--------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 0-5 Punkte   | Transparenz, Cloud-Verantwortung, Sicherheit oder Auswertung sind noch nicht ausreichend geregelt.                      |
| 6-10 Punkte  | Wichtige Schutz- und Steuerungsmassnahmen bestehen. Dokumentieren Sie Rechte, Aufbewahrung und Kennzahlen konsequenter. |
| 11-15 Punkte | Sehr gute Datenschutz- und Governance-Basis. Der Fokus liegt auf laufender Kontrolle und gezielter Weiterentwicklung.   |

Wichtigste Massnahme aus diesem Block:

---

---

# Gesamtauswertung

Gesamtpunktzahl: \_\_\_\_\_ von 60 Punkten

|              |                                                                                                                                                                                                        |
|--------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 0-20 Punkte  | <b>Dringender Handlungsbedarf</b><br>Kontakte und Verkaufschancen werden noch nicht zuverlässig gesteuert. Priorisieren Sie zentrale Daten, Zuständigkeiten, Pipeline, Follow-up und Datenschutz.      |
| 21-35 Punkte | <b>Gute Grundlage mit Ausbaupotenzial</b><br>Erste CRM-Strukturen sind vorhanden. Verbinden Sie Website-Anfragen, Aufgaben, Angebote, E-Mail-Marketing und Datenpflege konsequenter.                   |
| 36-49 Punkte | <b>Professionell organisiert</b><br>Ihr Kundenmanagement ist bereits gut aufgebaut. Optimieren Sie Automatisierung, Kennzahlen, Worldsoft-Integration und langfristige Kundenbindung.                  |
| 50-60 Punkte | <b>Starke CRM- und Digitalisierungsbasis</b><br>Sie verfügen über einen sehr guten durchgängigen Kundenprozess. Der Fokus liegt auf laufender Auswertung, Datenschutz und gezielter Weiterentwicklung. |

## Meine drei Prioritäten für die nächsten 90 Tage

1. \_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_
2. \_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_
3. \_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

# Gewinnt Ihre Website qualifizierte Kundenkontakte?

Ein CRM kann nur mit guten Kontakten arbeiten. Deshalb prüfen wir, ob Ihre Website Leistungen verständlich erklärt, Vertrauen schafft und Besucher zuverlässig zu Anfrage, Download oder Terminbuchung führt.

## KOSTENLOSE WEBSITE-ANALYSE

Ich prüfe Ihre Website umfassend und zeige verständlich auf, wo Potenzial für mehr Sichtbarkeit, Vertrauen und qualifizierte Kundenanfragen besteht.

[Website-Analyse jetzt anfordern →](#)

### Im Fokus der Analyse

- ✓ Positionierung und Leistungsdarstellung
- ✓ Benutzerfreundlichkeit und mobile Darstellung
- ✓ Kontaktformulare, Lead-Magneten und Terminbuchung
- ✓ SEO, lokale Sichtbarkeit und Handlungsaufforderungen
- ✓ Potenziale für CRM, E-Mail-Marketing und Automatisierung

*Sie erhalten eine fundierte Einschätzung mit verständlichen Hinweisen und konkreten Verbesserungsvorschlägen.*

# Kundenprozesse sinnvoll digitalisieren

Nicht jedes Unternehmen benötigt dieselbe CRM-Struktur. Im persönlichen Strategiegelgespräch klären wir, wie Website, Kontakte, Termine, Angebote, Follow-ups und Kundenbetreuung zu Ihren tatsächlichen Abläufen passen.

## KOSTENLOSES STRATEGIEGESPRÄCH

Gemeinsam entwickeln wir einen realistischen Fahrplan für Website, Worldsoft CRM, E-Mail-Marketing, Terminbuchung, Factura, Datenschutz und persönliche Kundenbetreuung.

[Strategiegelgespräch online buchen →](#)

### Mögliche Themen im Gespräch

- ✓ bestehende Kontakt- und Adressbestände
- ✓ Pipeline, Aufgaben und Follow-up
- ✓ Website-Formulare und Online-Terminbuchung
- ✓ Worldsoft CRM, E-Marketing und Factura
- ✓ Datenschutz, Rollen und die nächsten 90 Tage

**Hanspeter Brunner | Webdesign & digitale Lösungen | Kolliken / Aargau**

[www.hanspeterbrunner.ch](http://www.hanspeterbrunner.ch) | [info@hanspeterbrunner.ch](mailto:info@hanspeterbrunner.ch) | +41 79 246 71 40

*Seit 2008 persönlich für Selbstständige, KMU, Handwerksbetriebe und Organisationen.*

Fachliche Grundlagen: Worldsoft Support (WBS, CRM, Formulare, Reservation, Factura) sowie EDÖB (Cloud, Auftragsbearbeitung, Transparenz, Marketing, Datensicherheit und Betroffenenrechte). Stand Juli 2026.

[Worldsoft WBS-Übersicht](#) | [Worldsoft Elemente](#) | [EDÖB Cloud](#) | [EDÖB Auftragsbearbeitung](#)