

Aktuelle Informationen für den Mittelstand

cobra[®] WHITEPAPER

Rechtskonforme Werbeeinwilligung nach EU-DSGVO

Der Haken mit dem Häkchen – praxisorientierte Informationen und
Rechtsgrundlagen für Geschäftsführer und Entscheider im Marketing.

Rechtskonforme Werbeeinwilligung nach DSGVO

Ein Überblick, was beim Einholen von Einwilligungen zu beachten ist und wie eine CRM-Lösung Sie dabei optimal unterstützen kann

Es liegt im natürlichen Interesse eines Unternehmens, den eigenen Kunden nach einer Erstbelieferung über weitere Angebote des Leistungsspektrums informieren zu wollen. Aber nur, weil ein Kunde etwas gekauft hat, bedeutet das lange nicht, dass ihm automatisch Newsletter oder Downloadlinks bspw. für Informationsbroschüren zugeschickt werden dürfen. Dazu wird grundsätzlich eine vorab erteilte Werbeeinwilligung des Kunden benötigt!

Das Thema „Einwilligung“ kann mit einem bloßen Häkchen nicht abgehakt werden!

Die meisten werden an dieser Stelle an das sogenannte „Double-Opt-in“ (kurz: DOi) denken, welches wirklich eine gute Möglichkeit ist, eine rechtskonforme Werbeeinwilligung zu erhalten. Dafür reicht es allerdings nicht, den Kunden in einem Formular ein Häkchen setzen zu lassen. Hier müssen viele gesetzliche Vorgaben beachtet werden, die wir in diesem Whitepaper behandeln.



Jürgen Litz
Geschäftsführer cobra GmbH

„Unternehmen bei der Gestaltung eines datenschutzkonformen Kundenbeziehungsmanagements sowie bei der Ausschöpfung von Potenzialen in Vertrieb, Marketing und Service optimal zu unterstützen – das ist unsere Mission! Mit über 35 Jahren Erfahrung in der Entwicklung und Implementierung von CRM-Lösungen und als Innovator in Bezug auf die EU-DSGVO 2018 ist cobra für Unternehmen im deutschsprachigen Raum die erste Wahl. Gerade bei der Werbeeinwilligung müssen Unternehmen sehr viel beachten. Werden bestimmte Vorgaben nicht erfüllt, ist die Einwilligung nichtig. Wir haben uns intensiv mit diesem Thema beschäftigt und mit rechtlicher Unterstützung von IT-Fachanwälten das Zusatzmodul cobra Web PRO entwickelt: Ein Tool, das Sie komfortabel bei der Einholung einer rechtskonformen Einwilligung unterstützt.“

Nichts tun ist keine Einwilligung!

Das haben Sie bestimmt auch schon mal gesehen: Sie möchten sich über ein Formular für einen Newsletter anmelden. Am Ende des Formulars gibt es eine kleine Checkbox, mit der Sie dem Erhalt des Newsletters sowie den Allgemeinen Geschäftsbedingungen zustimmen – und der Haken ist bereits gesetzt! Sie müssen das Formular nur noch absenden. Wirklich nett, dass Ihnen diese Aufgabe abgenommen wird, oder? Halt! Denn die Einwilligung mit einer bereits ausgewählten Checkbox ist nicht rechtskonform! Im Erwägungsgrund 32 der EU-DSGVO ist klar beschrieben, dass die Einwilligung anhand einer eindeutig bestätigenden Handlung erfolgen muss und Stillschweigen sowie Untätigkeit nicht ausreichen. Hierfür muss die Checkbox also aktiv angeklickt werden.

Das ist aber nicht alles! Auch wenn die Checkbox aktiv angeklickt werden muss, kann immer noch einiges schiefgehen. In Artikel 7 EU-DSGVO sind die Bedingungen für eine Einwilligung definiert. Darin heißt es zum Beispiel, dass die Einwilligung ohne Zwang, also freiwillig, erfolgen muss. Zudem hat die jeweilige Person ein Widerrufsrecht, auf das sie bereits bei der Anmeldung hingewiesen werden muss.

Darüber hinaus ist es wichtig, nicht gegen das Kopplungsverbot zu verstoßen. Möchte sich ein Kunde bspw. eine Informationsbroschüre runterladen, darf das grundsätzlich nicht von der Einwilligung in die Übersendung von Werbung abhängig gemacht werden.

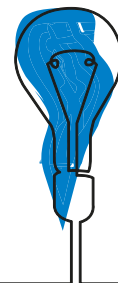
Expertentipp

zum Kopplungsverbot

von Jan Morgenstern, Rechtsanwalt und Fachanwalt für IT-Recht, MORGENSTERN Rechtsanwalts-gesellschaft



Der Abschluss eines Vertrags darf grundsätzlich nicht von einer Einwilligung in eine anderweitige Datenverarbeitung abhängig gemacht werden. Können verschiedene Vorgänge voneinander getrennt werden, ist eine Kopplung also verboten. Dies gilt auch für den Download einer Informationsbroschüre. Es besteht jedoch die Möglichkeit, den Download als „kostenpflichtigen“ Service gegen die Erklärung einer Werbeeinwilligung anzubieten. Hierbei muss für den Interessenten deutlich erkennbar sein, dass er gerade mit der Einwilligung und seinen Daten für den Service bezahlt.



Auch nach dem Kauf eines Produktes können Sie nicht einfach davon ausgehen, dass Ihr Kunde Interesse an Ihrem Newsletter hat – ohne Einwilligung ist das fast nicht möglich. Fast? Ja, genau!

Das Gesetz gegen den unlauteren Wettbewerb (UWG) definiert in Art. 7 Abs. 3 eine Ausnahme, in der Unternehmen auch ohne eine Einwilligung Werbemails versenden dürfen.

Hierfür müssen folgende vier Voraussetzungen gemeinsam erfüllt sein:

- Der Unternehmer muss die E-Mail- Adresse des Kunden im Zusammenhang mit dem Verkauf einer Ware oder

Dienstleistung erhalten haben. Es dürfen also nur Bestandskunden beworben werden.

- Es dürfen nur eigene Produkte beworben werden, die dem bereits verkauften ähnlich sind.
- Hat der Kunde von seinem Widerspruchsrecht Gebrauch gemacht, muss seine Adresse aus dem Verteiler genommen werden.
- Der Kunde muss bereits bei der Eingabe seiner E-Mail-Adresse und in jeder Werbemail darauf hingewiesen werden, dass er der Verwendung zu Werbezwecken jederzeit widersprechen kann, ohne dass hierfür andere als die Übermittlungskosten nach den Basistarifen entstehen.



Warum ist eine rechtlich saubere Werbeeinwilligung so wichtig?

Speziell auf Endkunden strömt tagtäglich eine große Werbe- flut ein – Sie sind schließlich nicht der einzige Werbungtrei- bende. In Zeiten der Digitalisierung sind es die Verbraucher gewohnt, personalisierte und individuell angepasste Angebo- te zu erhalten. Erhält man aber ständig Newsletter mit Infor- mationen, die einen nicht interessieren und für die man sich nicht einmal angemeldet hat, ist der Ärger groß. Die Person ist genervt und im schlimmsten Fall verlieren Sie sie sogar als Kunden. Das wollten Sie mit Ihrem Newsletter mit Sicherheit nicht erreichen.

Ein Kunde kann die Unterlassung der Bewerbung von Ih- nen verlangen und wenn er dies besonders nachdrücklich machen möchte, lässt er sich dabei von einem Anwalt un- terstützen. Dieser wird prüfen, ob aus seiner Sicht eine rechtlich einwandfreie Werbeeinwilligung vorliegt. Falls nicht, wird der Anwalt Ihnen eine Abmahnung zukommen lassen, in der Sie unter anderem zur Abgabe einer strafbe-

wehrten Unterlassungserklärung aufgefordert werden. Ist die Abmahnung rechtmäßig, müssen Sie auch die dadurch entstandenen Anwaltskosten ersetzen. Zudem liegt ein Verstoß gegen die EU-DSGVO vor, welcher der Aufsichts- behörde gemeldet werden kann.

Die Beweislast liegt übrigens auf der Unternehmensseite!

Sie müssen beweisen können, dass Ihnen eine Einwilligung für den Werbemail-Versand vorliegt. Eine rechtskonforme Einwilligung schützt somit nicht nur den Kunden, sondern auch Sie als Unternehmen!

Sie sehen, dass der Versand eines Werbemailings ohne vorlie- gende Einwilligung unnötigen Ärger und Geld kosten kann. Zum einen kommen die Kosten des Anwalts auf Sie zu, zum anderen kann auch die Aufsichtsbehörde Sie mit einem Buß- geld belasten. Durch den Verlust eines Kunden verschenken Sie außerdem potenzielle Umsatzchancen.

Double-Opt-in: Der Schlüssel zur rechtskonformen Einwilligung?

Wenn es um das Thema „Einwilligung“ geht, fällt ziemlich schnell der Begriff „Double-Opt-in“. Aber was ist das eigentlich genau? Am besten lässt sich das anhand eines Beispiels erklären:

Ein Interessent oder Kunde möchte sich für Ihren Newsletter anmelden und gibt dafür auf Ihrer Webseite in einem entspre- chenden Formular persönliche Daten ein. Sobald er das Formular absendet, liegt ein Single-Opt-in vor. Damit ein Double-Opt-in vorliegt, muss die Person noch ihre E-Mail-Adresse bestätigen. Das geht, indem Sie ihr eine E-Mail mit einem Bestätigungslink zusenden. Diese darf übrigens keinerlei Werbung enthalten und aus der Betreffzeile muss der Absender bereits ersichtlich sein.

Die E-Mail könnte wie folgt aussehen:

Muster

Vielen Dank, dass Sie sich für unseren Newsletter angemeldet haben. Bitte klicken Sie auf den nachfolgenden Bestätigungslink, um Ihre Anmeldung abzuschließen: www.beispielseite.de

Mit der Anmeldung erklären Sie sich damit einverstanden, dass Unternehmen B Ihnen einmal im Monat Informationen per E-Mail über Leistungen, Updates und Service-Packs zuschickt.

Ihre Einwilligung können Sie jederzeit widerrufen, indem Sie auf den Abmelde- link am Ende jeden Newsletters klicken.

Sollten Sie sich nicht für unseren Newsletter angemeldet haben, können Sie diese E-Mail ignorieren. Wir werden Sie dann nicht in unseren Verteiler aufnehmen.

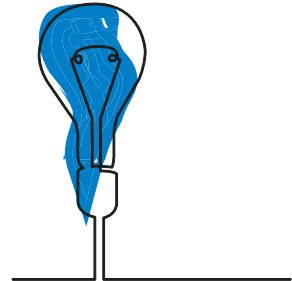
Expertentipp

warum ein Single-Opt-in nicht ausreicht

von Jan Morgenstern, Rechtsanwalt und Fachanwalt für IT-Recht, MORGENSTERN Rechtsanwalts-gesellschaft



Das bei E-Mail-Werbung zwei Einwilligungen eingeholt werden, liegt in erster Linie an § 7 UWG. Diese wettbewerbsrechtliche Regelung bestimmt folgendes: E-Mail-Werbung stellt eine unzumutbare Belästigung dar, wenn der Adressat nicht ausdrücklich darin eingewilligt hat. Das muss der Unternehmer auch nachweisen können. Bei einem Single-Opt-In besteht die Gefahr, dass der Newsletter an jemanden versandt wird, der diesen gar nicht angefordert hat. Jeder kann schließlich eine E-Mail-Adresse in ein Formular eingeben und dieses absenden. Das muss nicht zwingend der Inhaber sein. In diesem Fall liegt dann keine Einwilligung des Adressaten vor. Aus diesem Grund muss man sich eine zweite Einwilligung durch Übersendung eines Bestätigungslinks einholen.



Erst, wenn der Nutzer seine Anmeldung über den Link bestätigt hat, liegt ein Double-Opt-in vor und der Werbe-E-Mail-Versand ist rechtens. Nur so kann gewährleistet werden, dass auch wirklich der Adressat die Einwilligung erteilt hat und die Erklärung nicht von einem Dritten stammt. Deshalb gilt diese Vorgehensweise als eine sichere Methode zur Einholung einer Einwilligung, die auch vom Gesetzgeber akzeptiert wird.

Damit das Double-Opt-in aber auch wirklich „sauber“ ist, müssen Sie einige Punkte beachten:

- Der Einwilligungstext muss gewisse Belehrungen enthalten, nämlich:
 - Die betroffene Person hat das Recht, ihre Einwilligung jederzeit zu widerrufen. Durch den Widerruf der Einwilligung wird die Rechtmäßigkeit der aufgrund der Einwilligung bis zum Widerruf erfolgten Verarbeitung nicht berührt.
 - Zusätzlich müssen dem Betroffenen die Pflichtinformationen aus Artikel 13 EU-DSGVO in geeigneter Weise verfügbar gemacht werden. Diese Pflichtinformationen sind sehr umfangreich und müssen von Ihnen seit dem 25. Mai 2018 umgesetzt werden.

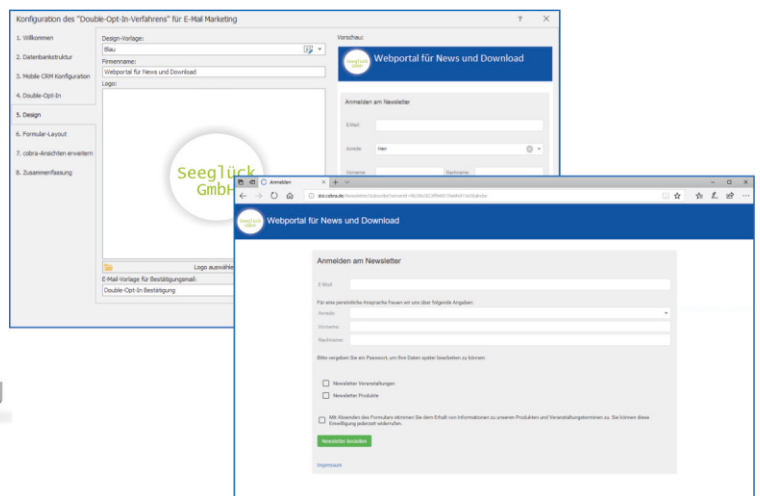
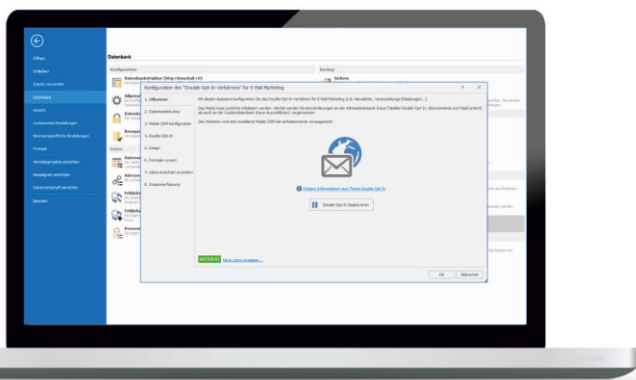
- Aufgrund des Datensparsamkeitsgebots dürfen Sie nur diejenigen Daten erheben, die für die Erfüllung des Zwecks notwendig sind. Möchte ein Kunde z. B. eine Informationsbroschüre downloaden, wird dafür nur die E-Mail-Adresse benötigt – vorausgesetzt die Broschüre wird per E-Mail versendet. Andere Daten, wie z. B. die Telefonnummer, werden zur Zweckerfüllung hier nicht benötigt. Solche Zusatzangaben dürfen dann nur auf freiwilliger Basis (also kein Pflichtfeld) erhoben werden.
- Die Zweckbeschreibung sollte so genau wie möglich sein, d. h. Sie sollten über folgendes informieren:
 - Art der Werbung (per E-Mail, telefonisch, per Post...)
 - Produkte oder Dienstleistungen, die beworben werden
 - Häufigkeit des Versands
 - das werbende Unternehmen

Das Prozedere des Double-Opt-ins bietet eine perfekte Möglichkeit, nachweisen zu können, dass der Inhaber der E-Mail-Adresse, die bei Ihnen für die Anmeldung zum Newsletters angegeben wurde, dem Bezug des Newsletters zugestimmt hat! Diese Bestätigung können Sie mit einem Zeitstempel versehen und bspw. in Ihrem CRM-System personenbezogen abspeichern. Im Falle der Beschuldigung, unerlaubt geworben zu haben, können Sie damit die Werbeeinwilligung nachweisen.

DATENSCHUTZ-ready mit cobra CRM



Newsletterabo-Verwaltung inklusive Double-Opt-in und Dokumentation mit cobra Web PRO



Praxisbeispiel Seeglück GmbH:

Marketingleiterin Susanne Briegel der Seeglück GmbH beschließt, Kunden und Interessenten mit einem Newsletter über die neusten Produkte und Veranstaltungen zu informieren. Damit sie das darf, muss ihr von den jeweiligen Personen eine Einwilligung für den Erhalt des Newsletters vorliegen.

- Mit cobra Web PRO, einem Zusatzmodul für cobra CRM-Lösungen, kann Frau Briegel in der Konfiguration per Mausklick die benötigten Formulare mit allen notwendigen Informationen erstellen.
- Diese Formulare können entweder direkt über einen Link aufgerufen oder über ein iframe in die Webseite eingebunden werden. Die Gestaltung der Formulare kann selbstverständlich an das Corporate Design angepasst werden.
- Meldet sich ein Nutzer nun über dieses Formular für den Unternehmensnewsletter an, wird automatisiert eine

E-Mail mit einem Bestätigungslink an die jeweilige Person versendet. Mit einem Klick auf den Link kann die Person ihre E-Mail-Adresse bestätigen. Durch diese Verifizierung der E-Mail liegt ein Double-Opt-in vor.

- Die eingegebenen Daten werden automatisch in die cobra Datenbank übertragen. Auch der Nachweis zur Einwilligung wird personenbezogen in der Datenbank hinterlegt, sodass Frau Briegel die Einwilligung bei Bedarf leicht wiederfinden kann.
- Über ein Webportal kann der Newsletterempfänger seine Daten ändern, Newsletter abbestellen oder weitere Newsletter abonnieren. Der Link darauf sollte in jedem Newsletter integriert sein.

Ohne großen Aufwand wurde eine rechtskonforme Einwilligung eingeholt und die Seeglück GmbH darf dieser Person nun den Newsletter zusenden.

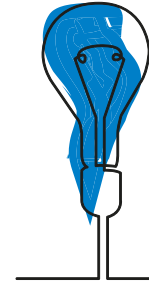
Expertentipp

zur Informationspflicht bei der Erhebung von Daten

von Jan Morgenstern, Rechtsanwalt und Fachanwalt für IT-Recht, MORGENSTERN Rechtsanwaltsgesellschaft



Der Kunde muss bei der Erhebung seiner E-Mail-Adresse wissen, worauf er sich einlässt und für welche Zwecke seine Daten verwendet werden sollen. Zudem muss er unter anderem darüber aufgeklärt werden, dass er seine Einwilligung jederzeit mit Wirkung für die Zukunft widerrufen kann. Die Verwendung der E-Mail-Adresse für andere, nicht offen gelegte Zwecke, ist ausdrücklich nicht erlaubt.



Die mündliche Einwilligung

Wenn es um Einwilligungen geht, die Sie im Internet einholen möchten, ist das Double-Opt-in mit Sicherheit der Schlüssel zur rechtskonformen Einwilligung. Trotzdem ist diese Vorgehensweise keine Allzweckwaffe, da sie in manchen Situationen nicht passend ist. Wie können Sie sich z. B. eine Einwilligung einholen von einem Interessenten, den Sie auf einer Messe getroffen haben? Sicherlich können Sie ihn im Gespräch auf Ihren Newsletter hinweisen und ihn anschließend auf einem Tablet das Formular ausfüllen lassen. Das ist jedoch nicht nur mit einem großen Aufwand verbunden, sondern könnte auch den Interessenten abschrecken.

Eine Möglichkeit wäre, den Interessenten mündlich über Ihren Newsletter zu informieren (s. Inhalte der Einwilligungserklärung). Stimmt er dem Erhalt zu, wird er Ihnen vermutlich seine E-Mail-Adresse geben. Dies müssen Sie dokumentieren! Und zwar nach einem standardisierten Verfahren. Erhalten Sie sogar eine Visitenkarte, können Sie

diese zusätzlich als Nachweis nutzen. In dem Fall empfehlen wir, den Ort und den Zeitpunkt des Gesprächs auf der Rückseite der Visitenkarte zu notieren. Dokumentieren Sie außerdem kurz den Gesprächsinhalt und dass der Interessent dem Erhalt des Newsletters per E-Mail zugestimmt hat. Zurück im Büro sollten Sie die Original-Visitenkarte dann da aufbewahren, wo Sie sie auf jeden Fall wiederfinden.

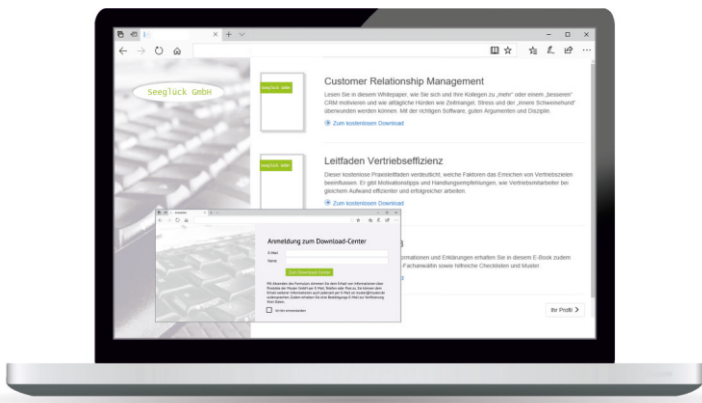
Wenn Sie auf Nummer sicher gehen wollen, können Sie dem Interessenten eine E-Mail mit einer kurzen Zusammenfassung des Gesprächs zukommen lassen. Weisen Sie ihn darauf hin, dass Sie ihn – wie besprochen – in den Newsletter-Verteiler aufnehmen werden. Noch besser wäre es, wenn Sie dem Interessenten in dieser E-Mail einen Anmelde-link für den Newsletter zukommen lassen.

Die beschriebene Vorgehensweise birgt allerdings ein Restrisiko, da mündlich erteilte Einwilligungen nur schwer nachzuweisen sind.

DATENSCHUTZ-ready mit cobra CRM



Professionelles Download-Center für Kundeninformationen mit cobra CRM



Praxisbeispiel Seegluck GmbH:

Auf der Webseite der Seegluck GmbH stehen Nutzern verschiedene Informationsbroschüren zum Download zur Verfügung. Für einen größeren Komfort sollen Nutzer zukünftig nur noch einmal Ihre E-Mail-Adresse eingeben müssen. Auch das ist mit cobra Web PRO realisierbar:

- Wie bei dem vorangegangenen Beispiel kann das Formular in cobra konfiguriert und anschließend auf der Webseite eingepflegt werden.
- Füllt ein Anwender nun das Formular aus und bestätigt seine E-Mail-Adresse, wird ein Kundenkonto mit einem Zugang zum Download-Center angelegt.
- Dort hat der Anwender Zugriff auf alle Informationsbroschüren der Seegluck GmbH und kann sie sich bei Interesse herunterladen.

Expertentipp

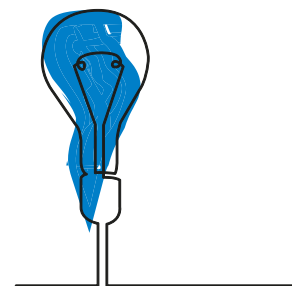
zur Abmeldung-Anmeldung-Vorgehensweise

von Jan Morgenstern, Rechtsanwalt und Fachanwalt für IT-Recht, MORGENSTERN Rechtsanwalts-gesellschaft

Beispielszenario: Ein Kunde hat eine Einwilligung erteilt und nach einigen Monaten widerrufen. Ein paar Wochen später möchte derselbe Kunde eine Infobroschüre auf der Unternehmensseite herunterladen und willigt erneut in die Übersendung von Werbung ein. Darf das Unternehmen dem Kunden wieder zu Werbemaßnahmen kontaktieren, auch wenn er ein paar Wochen zuvor widersprochen hat?



Eine Einwilligung kann jederzeit mit Wirkung für die Zukunft widerrufen werden. Der Widerruf muss dann auch beachtet und entsprechend im System hinterlegt werden, da sonst ein Wettbewerbs- oder Datenschutzverstoß droht. Der Kunde hat aber natürlich die Möglichkeit, erneut einzuwilligen. Auch kann er sich z. B. mit einer anderen E-Mail-Adresse für den Newsletter anmelden.



Eine CRM-Lösung unterstützt Sie bei Ihrem rechtskonformen Kundenbeziehungsmanagement

Die Anforderungen der EU-DSGVO sind komplex und umfangreich. Deshalb ist es wichtig, dass Sie Ihre Mitarbeiter umfassend schulen und auf die Neuerungen vorbereiten. Sie sollten aber auch Ihre Software-Landschaft überprüfen und ggf. an die gesetzlichen Vorgaben anpassen. Kunden haben seit dem 25. Mai 2018 bspw. das sogenannte „Recht auf Datenportabilität“. Demnach darf die betroffene Person von Ihnen verlangen, die von ihr auf der Basis einer Einwilligung oder eines Vertrages zur Verfügung gestellten Daten in einem strukturierten, gängigen und maschinenlesbaren Format zu erhalten. Jetzt stellen Sie sich vor, die Daten eines Kunden werden von verschiedenen Mitarbeitern aus unterschiedlichen Abteilungen gepflegt – vermutlich auch noch in abteilungsinternen Listen. Macht dieser Kunde nun von seinem Recht auf Datenportabilität Gebrauch, ist dies mit einem großen Aufwand verbunden. Alle vorhandenen Listen müssen nach den gespeicherten Daten durchsucht und zusammengefügt werden. Dass dann aber wirklich alle Informationen gefunden werden, ist wohl

eher unwahrscheinlich. Bei einer Anfrage mag das vielleicht noch funktionieren, aber was wäre, wenn Sie in einem Monat um die 50 Anfragen haben? Damit geht Ihnen wertvolle Zeit im Tagesgeschäft verloren und andere wichtige Sachen bleiben liegen.

Mit einer CRM-Software werden alle Informationen in einer zentralen Datenbank abgespeichert. So weiß z. B. der Vertrieb genau Bescheid, welche Mailings ein Kunde bereits vom Marketing erhalten hat oder was mit dem Kundenservice im Rahmen einer Reklamation besprochen wurde. Das heißt auch, dass alle gespeicherten Daten zu einer Person an einem Ort zu finden sind und somit auch per Knopfdruck herausgegeben werden können, falls dies von einem Kunden verlangt wird. Auch beim Einholen einer rechtskonformen Werbeeinwilligung kann ein CRM-System Sie unterstützen. cobra hat hierfür das Zusatzmodul cobra Web PRO entwickelt, das auf das Double-Opt-in-Verfahren spezialisiert ist.

DATENSCHUTZ-ready mit cobra CRM



Wie Sie mit professionellen Auswertungstools in Sachen Datenschutz den Durchblick behalten



Praxisbeispiel Seegluck GmbH:

Der Datenschutzbeauftragte der Seegluck GmbH kann bei Verstößen persönlich zur Haftung herangezogen werden. Selbstverständlich ist es ihm deshalb besonders wichtig, den Überblick darüber zu behalten, wie die eigene Datenbank datenschutztechnisch aufgestellt ist.

- Mit cobra CRM BI ist es bspw. möglich, anhand eines Dashboards zu erfahren, wie viele Adressen zur Löschung vorgemerkt sind, zu wie vielen Adressen eine Werbeeinwilligung vorliegt oder auch wie viele Adressen mit einem Sperrvermerk hinterlegt sind.
- Durch solche Auswertungen kann der Datenschutzbeauftragte ggf. Probleme oder Herausforderungen identifizieren und diesen mit ausgewählten Maßnahmen entgegenwirken.

PRIVACY CERTIFICATION

DATENSCHUTZ-ready



by MORGENSTERN



cobra[®] CRM

DATENSCHUTZ-ready

DSGVO-konform bereits seit 2018!



Personenbezogene Daten

Datenschutz-Komfortfunktionen unterstützen die rechtskonforme Erhebung, Verarbeitung und Ausgabe personenbezogener Daten.



Löschplan

Der cobra Löschplan sorgt für die automatisierte, zeitgesteuerte Löschung personenbezogener Daten.



cobra Sperrliste

Neben der E-Mail-Blacklist verhindert die cobra Sperrliste, dass bereits gelöschte Adressen wieder im System erfasst werden.



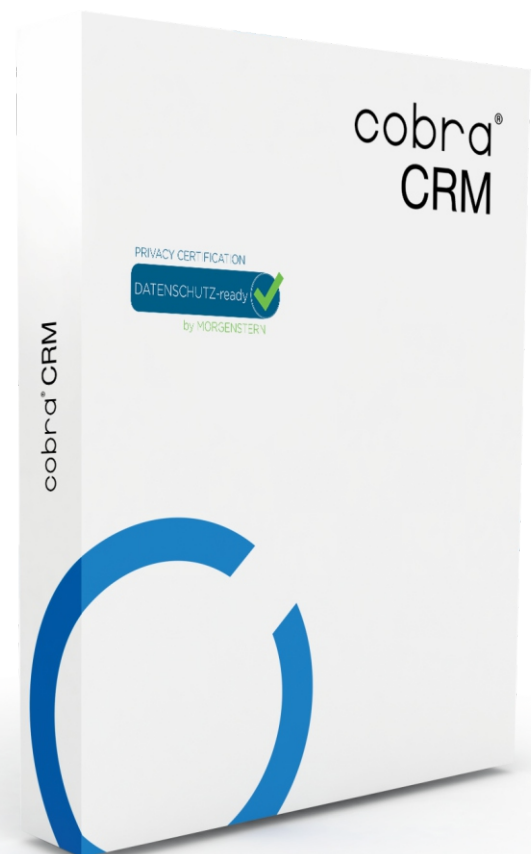
Double-Opt-in

Ein modernes Web-Frontend für Newsletter- und Downloadverwaltung automatisiert das Double-Opt-in-Verfahren und den Einwilligungsprozess.



Datenschutz-Cockpit

Durch professionelle BI-Funktionalitäten mit Dashboards und Drill-Downs sind Sie jederzeit aktuell über den Status Ihrer Daten informiert.



www.cobra.de

kundenberatung@cobra.de
Telefon +49 7531 8101-66

cobra[®]
schneller erfolgreich

cobra[®] CRM

schneller erfolgreich

Innovative CRM-Software vom Bodensee

Seit über 35 Jahren stellt cobra CRM Software für professionelles Kundenmanagement her. Über 18.000 Kunden in Deutschland, Österreich und der Schweiz arbeiten erfolgreich mit cobra Lösungen.

Durch extrem schnelle CRM Einführung schafft cobra dabei neue Maßstäbe für CRM-Projekte im Mittelstand.

Egal für welche Unternehmensgröße und Branche und für welches Budget. cobra bietet Lösungen, die zu Ihren Bedürfnissen passen.

Nehmen Sie Kontakt mit uns auf.
Wir freuen uns auf Ihren Anruf.

cobra - computer's brainware GmbH

Weberinnenstraße 7
D-78467 Konstanz
Telefon +49 7531 8101-0
info@cobra.de
www.cobra.de

cobra computer's brainware AG

Bahnstrasse 1
CH-8274 Tägerwilten
Telefon +41 71 666 80 40
info@cobraag.ch
www.cobraag.ch