



**Wir.
Machen.
Digitalisierung.
Begreifbar.**



Gefördert durch:



Bundesministerium
für Wirtschaft
und Energie

aufgrund eines Beschlusses
des Deutschen Bundestages

Mittelstand-
Digital



Mittelstand-Digital
**Zentrum
Handel**

KUNDENKOMMUNIKATION MIT WHATSAPP BUSINESS

Susanne Dierl

digitalzentrumhandel.de



Gefördert durch:



Bundesministerium
für Wirtschaft
und Energie

aufgrund eines Beschlusses
des Deutschen Bundestages

Mittelstand-
Digital



Förderinitiative Mittelstand-Digital

Das Mittelstand-Digital Zentrum Handel gehört zu Mittelstand-Digital. Mit Mittelstand-Digital unterstützt das Bundesministerium für Wirtschaft und Energie die Digitalisierung in kleinen und mittleren Unternehmen und dem Handwerk.

Mehr unter www.mittelstand-digital.de

Gefördert durch:



Bundesministerium
für Wirtschaft
und Energie

Mittelstand-
Digital



aufgrund eines Beschlusses
des Deutschen Bundestages





Über uns

Wer sind wir?



IFH KÖLN



Wir. Machen. Digitalisierung. Begreifbar.

- Förderprojekt des Bundesministeriums für Wirtschaft und Energie (BMWE)
- Unterstützung des Handels bei der digitalen Transformation: neutrale und kostenlose Information für KMU über die Chancen und Herausforderungen der Digitalisierung
- Start: 01.08.2022; Laufzeit: 4,5 Jahre
- Deutschlandweit: mehr als 25 Zentren



Unsere Themen



Digitale Transformation: Der
Handel von morgen



Digitales Marketing: Sichtbarkeit
im digitalen Raum



E-Commerce



Digitaler Point of Sale (PoS)



Payment:
moderne Kassen- und Bezahlösungen



Multichannelvertrieb



Fachkräftesicherung



Künstliche Intelligenz



Nachhaltigkeit im Handel



Unsere Angebote



Best Practice-
Beispiele



Digitalisierungs-
projekte



DigitalMobil
Handel



Online-Navis
B2C & B2B



Online-Fitness-
Checks



KI-Trainer



KI-Pilot



Leitfäden | Infoblätter |
Checklisten



Erklärvideos



Podcast
handelkompetent



Start-up-
Portraits



Thementage



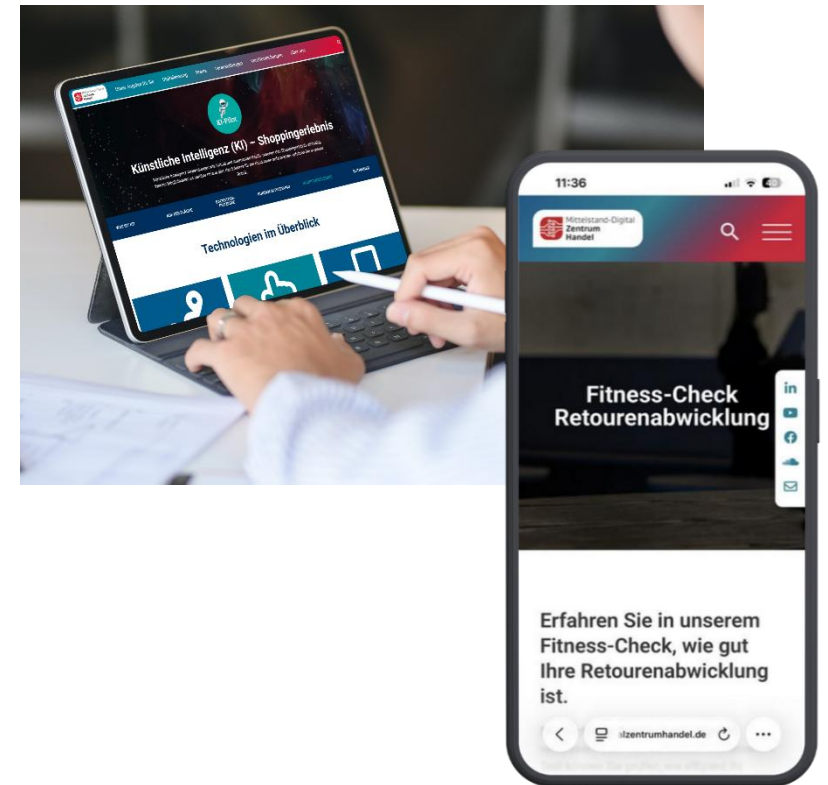
Individuelle
Sprechstunden



Vorträge |
Workshops



Webinare





AGENDA

Einordnung

Relevanz

Aufbau und Funktionen

Rechtliche Rahmenbedingungen

Fragen



Warum ist WhatsApp Business für Händler:innen relevant?

WhatsApp ist für viele Menschen ein alltäglicher Kommunikationskanal. Genau deshalb kann der Kanal für Händler:innen besonders niedragschwellig sein.



- Vertrauter Kanal im Alltag vieler Kund:innen
- Direkte Eins-zu-eins-Kommunikation
- Schnelle Rückfragen möglich
- Bilder, Videos, Sprachnachrichten und Dokumente nutzbar
- Gut geeignet für konkrete Service- und Beratungsanliegen
- Niedrige Einstiegshürde für kleine Unternehmen



WhatsApp Business ist kein Newsletter-Ersatz

WhatsApp sollte nicht als Massenwerbekanal missverstanden werden.

Denkfehler	Besserer Ansatz
„Wir schicken Angebote an alle“	Gezielte, erwartete und relevante Kommunikation
„WhatsApp ersetzt Newsletter“	WhatsApp ergänzt Service, Beratung und Kundenbindung
„Je mehr Nachrichten, desto besser“	Frequenz begrenzen, Relevanz sichern
„Privater Ton reicht aus“	Professionelle, klare und verlässliche Kommunikation

Was kann WhatsApp Business im Handel leisten?

WhatsApp Business kann entlang der gesamten Customer Journey eingesetzt werden.



- Vor dem Kauf: Fragen, Beratung, Verfügbarkeit
- Während des Kaufs: Reservierung, Bestellung, Termin
- Nach dem Kauf: Abholung, Lieferung, Reklamation, Pflegehinweis
- Kundenbindung: Serviceupdates, lokale Aktionen, persönliche Hinweise
- Organisation: Rückfragen bündeln, Standardantworten beschleunigen

Drei Ebenen der WhatsApp-Nutzung

Für Unternehmen ist wichtig, zwischen privater Nutzung, Business App und Business Platform zu unterscheiden.



	kostenlos	unbegrenzte Nachrichten	DSGVO- konform	Verifizierung	Mitarbeiter- anzahl
WhatsApp Business APP	✓	✗	✗	✗	1-5
WhatsApp Business Platform	✗	✓	✓	✓	unbegrenzt

- **WhatsApp Messenger**
private Kommunikation, nicht für professionelle Unternehmensprozesse gedacht
- **WhatsApp Business App**
App für kleine Unternehmen mit Profil, Katalog, Labels, Schnellantworten und Automatisierungen
- **WhatsApp Business Platform**
skalierbare Lösung mit Schnittstellen, Templates, mehreren Systemen und Automatisierung



Für wen ist die WhatsApp Business App geeignet?

Die WhatsApp Business App eignet sich besonders für kleine Unternehmen mit überschaubarem Nachrichtenvolumen.

Geeignet für:

- Einzelne Filiale
- Kleines Team
- Direkte Kundenkommunikation
- Überschaubare Anzahl an Chats
- Manuelle Bearbeitung
- Einfache Automatisierung
- Einfache Produkt- oder Servicepräsentation



Für wen ist die WhatsApp Business Plattform geeignet?

Die WhatsApp Business Plattform wird relevant, wenn Kommunikation skaliert, integriert oder automatisiert werden soll.

Geeignet bei:

- Mehreren Mitarbeiter:innen
- Hohem Nachrichtenvolumen
- CRM- oder Shopsystem-Anbindung
- Automatisierten Statusmeldungen
- Chatbot- oder Agentenprozessen
- Strukturierten Service-Workflows
- Template-Nachrichten
- Reporting und Qualitätsmanagement



Business App versus Plattform

Die richtige Lösung hängt von Größe, Volumen, Prozessreife und Zielsetzung ab.

Kriterium	Business App	Business Plattform
Einstieg	einfach	komplexer
Zielgruppe	kleine Unternehmen	wachsende und größere Unternehmen
Bedienung	App-basiert	über Anbieter, CRM oder API
Automatisierung	begrenzt	deutlich umfassender
Mehrere Bearbeiter:innen	eingeschränkt	gut möglich
Integration	begrenzt	CRM, Shop, Service-Systeme
Kosten	App grundsätzlich kostenlos, Zusatzfunktionen möglich	nutzungs- und anbieterabhängig
Vorlagen	begrenzt	Template-Nachrichten zentral



Aktuelle Preislogik der WhatsApp Business Plattform

Bei der Plattform müssen Händler:innen Kosten und Nachrichtentypen verstehen:

KATEGORIE	KOSTEN/NACHRICHT (DE)	WANN EINGESETZT	KOSTENLOS?
Service	0 Ct	Antwort auf Kundenanfrage im 24h-Fenster	✓ Immer kostenlos
Utility	~4,56 Ct	Bestellbestätigung, Lieferstatus, Terminerinnerung	✓ Kostenlos im offenen Service-Fenster
Authentication	~4,56 Ct	OTP-Codes, Login-Verifizierung	✗ Kostenpflichtig
Marketing	~11,31 Ct	Newsletter, Promotions, Produktankündigungen	✗ Kostenpflichtig

- Abrechnung auf Basis zugestellter Template-Nachrichten
- Preis abhängig von Land und Nachrichtenkategorie
- Kategorien: Marketing, Utility, Authentication, Service
- kostenlose freie Antworten innerhalb des Kundenservicefensters möglich
- Kosten zusätzlich abhängig vom gewählten Lösungsanbieter

Achtung: Preisänderung im Oktober 2026: Meta hat angekündigt, die Marketing-Nachrichtenpreise in einigen Märkten zum 1. Oktober 2026 anzupassen (u.a. UK, Italien, Spanien bereits bestätigt erhöht; für Deutschland folgt September 2026 die offizielle Ankündigung).



Die wichtigsten Use Cases im Überblick

WhatsApp Business ist besonders stark bei konkreten, dialogorientierten Anliegen:

- Produktverfügbarkeit prüfen
- Beratung vorbereiten
- Artikel reservieren
- Termine vereinbaren
- Abholung koordinieren
- Lieferstatus kommunizieren
- Rückfragen zu Bestellungen klären
- Reklamationen aufnehmen
- Pflegehinweise senden
- Lokale Aktionen gezielt kommunizieren



Vor dem Kauf: Beratung und Orientierung

WhatsApp kann Kaufentscheidungen vorbereiten, ohne das Beratungsgespräch vollständig zu ersetzen.

Mögliche Anfragen:

- „Haben Sie diesen Artikel in Größe M?“
- „Welche Variante passt für mein Anliegen?“
- „Kann ich ein Foto schicken?“
- „Gibt es das Produkt auch in einer anderen Farbe?“
- „Können Sie mir etwas Passendes empfehlen?“



Während des Kaufs: Reservierung, Bestellung, Termin

WhatsApp kann einfache Transaktionsprozesse unterstützen, sollte aber sauber organisiert werden.

Einsatzfälle:

- Artikel zurücklegen
- Click und Collect vorbereiten
- Abholzeit abstimmen
- Beratungstermin vereinbaren
- Warenkorb oder Kataloglink senden
- Verfügbarkeit in Filiale klären
- Änderungswünsche aufnehmen



Nach dem Kauf: Service und Kundenbindung

Nach dem Kauf kann WhatsApp helfen, Servicequalität sichtbar zu machen.

Mögliche Inhalte:

- Abholbestätigung
- Lieferhinweis
- Pflegehinweis
- Bedienhinweis
- Erinnerung an Termin
- Rückfrage zur Zufriedenheit
- Reklamationsaufnahme
- Ersatzteil- oder Reparaturstatus



Kundenbindung: Persönlich, aber nicht aufdringlich

Kundenbindung per WhatsApp funktioniert nur mit Relevanz und Zurückhaltung.

Geeignete Anlässe:

- Vorbestellter Artikel ist eingetroffen
- Gewünschte Größe wieder verfügbar
- Wartungs- oder Servicetermin steht an
- Lokale Aktion für interessierte Kund:innen
- Personalisierte Empfehlung auf Wunsch
- Einladung zu Beratungstermin oder Event

Weniger geeignet:

- Tägliche Rabattnachrichten
- Unsegmentierte Massenwerbung
- Allgemeine Prospektkommunikation
- Nachrichten ohne klaren Anlass



Professionelles Business-Profil

Das Business-Profil ist die digitale Visitenkarte im Messenger.

Ein gutes Profil enthält:

- Unternehmensname
- Logo oder erkennbares Profilbild
- Kurze Beschreibung
- Öffnungszeiten
- Adresse
- Website
- E-Mail-Adresse
- Kategorie
- Impressums- oder Datenschutzlink, soweit sinnvoll eingebunden
- Klare Hinweise zu Antwortzeiten



Begrüßungsnachricht

Die Begrüßungsnachricht setzt Tonalität und Erwartungen.

Eine gute Begrüßungsnachricht...

- bedankt sich für die Nachricht
- nennt Antwortzeit oder Servicezeiten
- fragt nach den wichtigsten Informationen
- verweist bei Bedarf auf dringende Alternativen



Abwesenheitsnachricht

Abwesenheitsnachrichten verhindern falsche Erwartungen.

Geeignet für:

- Außerhalb der Öffnungszeiten
- Feiertage
- Betriebsferien
- Stark ausgelastete Zeiten
- Wochenenden



Schnellantworten

Schnellantworten sparen Zeit und sichern einheitliche Qualität.

Geeignet für:

- Öffnungszeiten
- Verfügbarkeit
- Reservierung
- Rückgabe
- Terminvereinbarung
- Versand oder Abholung
- Datenschutzhinweise
- Reklamationsannahme

Beispielbausteine:

- „Bitte senden Sie uns für eine Reservierung Artikelname, Größe, Farbe und Ihren Namen.“
- „Unsere aktuellen Öffnungszeiten finden Sie hier: ...“
- „Für Reklamationen benötigen wir ein Foto des Artikels und den Kaufbeleg.“



Labels und Chatorganisation

Labels helfen, WhatsApp-Kommunikation in Arbeitsprozesse zu übersetzen.

Mögliche Labels:

- Neue Anfrage
- Wartet auf Antwort
- Reservierung
- Bestellung offen
- Abholung bereit
- Reklamation
- Beahlt
- Erledigt
- Rückruf nötig
- Stammkund:in



Kataloge und Produktpräsentation

Der Katalog (bis zu 500 Artikel) kann Sortiment sichtbar machen, ersetzt aber keinen gepflegten Shop.

Geeignet für:

- Ausgewählte Produkte
- Bestseller
- Saisonale Artikel
- Geschenkideen
- Dienstleistungen
- Pakete oder Sets
- Vorbestellartikel

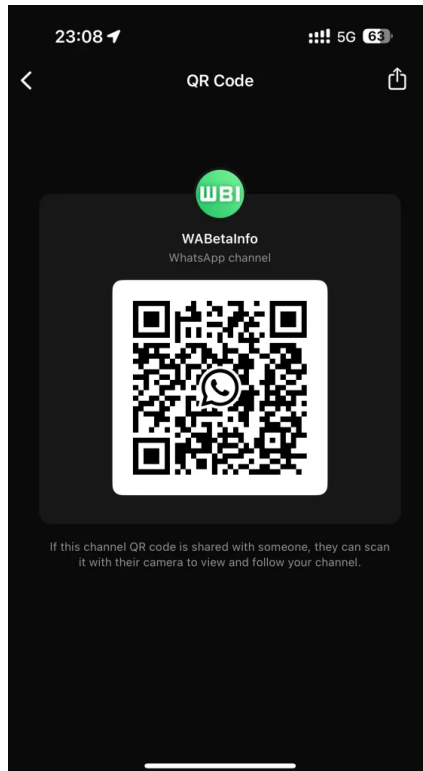
Beachten:

- Aktuelle Preise
- Aktuelle Verfügbarkeit
- Gute Produktbilder
- Klare Beschreibungen
- Keine veralteten Aktionen
- Sortimentsauswahl begrenzen



Kurzlinks und QR-Codes

Kund:innen müssen leicht in den WhatsApp-Dialog finden.



Mögliche Einstiegspunkte:

- QR-Code im Laden
- QR-Code auf Kassenbon
- Website-Button
- Instagram-Profil
- Facebook-Seite
- Google Unternehmensprofil
- E-Mail-Signatur
- Flyer oder Plakat
- Verpackung oder Abholschein



Broadcasts, Status und Kanäle sauber einordnen

	Channels	Broadcast	Newsletter
Unbegrenzte Anzahl von Nachrichten	✓	✗	✓
1:1 Chats	✗	✓	✓
Personalisierung	✗	✗	✓
Targeting und Retargeting	✗	✗	✓
Vorlagen	✗	✗	✓
Chatbots	✗	✗	✓
Notification auf Sperrbildschirm	✗	✓	✓
Nachricht im Posteingang	✗	✓	✓
Kostenlos	✓	✓	✗
DSGVO-konform	✗	✓	✓

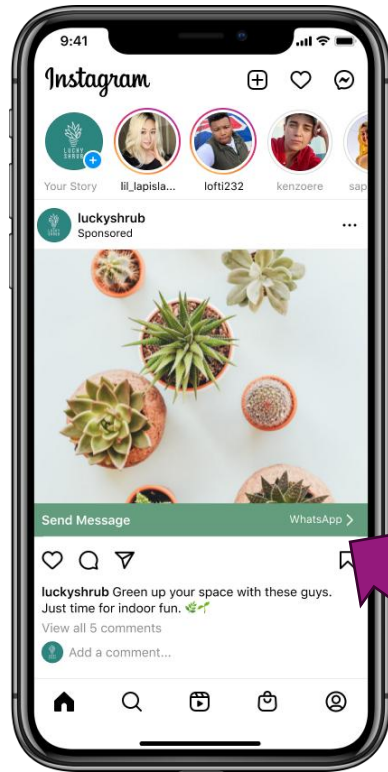
Nicht jede Verteilerfunktion ist gleich zu bewerten.

- **Einzelchat:** Persönlicher Dialog
- **Broadcast:** Nachricht an mehrere Empfänger:innen, besonders sensibel wegen Einwilligung und Relevanz
- **Status:** Temporäre Inhalte für Kontakte
- **Kanäle:** Eher einseitige Updates, weniger Dialog
- **Gruppen:** Im Handel nur sehr vorsichtig nutzen



Ads, die zu WhatsApp führen

WhatsApp kann mit Facebook- und Instagram-Anzeigen verbunden werden.



Mögliche Nutzung:

- Anzeige führt direkt in WhatsApp-Chat
- Beratung statt nur Landingpage
- Schnelle Rückfragen zu Produkt oder Aktion
- Terminvereinbarung
- Lead-Generierung
- Lokale Kampagnen



Tonalität: persönlich, aber professionell

WhatsApp darf nahbar sein, sollte aber nicht privat wirken.



Gute WhatsApp-Kommunikation ist:

- Freundlich
- Kurz
- Klar
- Verbindlich
- Lösungsorientiert
- Nicht zu werblich
- Nicht zu salopp
- Datensensibel

Hinweis: Dieses Bild ist KI-generiert.



Antwortzeiten und Erwartungsmanagement

WhatsApp erzeugt hohe Erwartungen an die Antwortgeschwindigkeit.

Klären:

- **Wann** wird geantwortet?
- **Wer** antwortet?
- **Was** passiert **außerhalb der Öffnungszeiten**?
- **Welche Anliegen** werden per WhatsApp bearbeitet?
- **Was** wird auf Telefon, E-Mail oder Vor-Ort-Beratung **verwiesen**?
- **Wie** werden **dringende Fälle** behandelt?



WhatsApp Gruppe, Community, Kanal oder Broadcast?

Format	Kommunikation	Sichtbarkeit	Geeignet für
Gruppe	Alle Mitglieder können miteinander schreiben	Mitglieder und grundsätzlich deren Telefonnummern sind gegenseitig sichtbar	Austausch in kleinen Kundenkreisen, Kursen oder Projektgruppen
Community	Bündelt mehrere thematische Gruppen; Administrator:innen können zusätzlich zentrale Ankündigungen senden	Nummern sind communityweit geschützt, innerhalb gemeinsamer Untergruppen gelten die normalen Gruppenregeln	Organisation mehrerer zusammengehöriger Gruppen, etwa Filialen, Vereine oder Kundengruppen
Kanal	Im Wesentlichen einseitig: Administrator:innen veröffentlichen Beiträge, Follower:innen können unter anderem reagieren	Follower:innen sehen einander nicht; Telefonnummern von Administrator:innen und Follower:innen bleiben grundsätzlich verborgen	Öffentliche Neuigkeiten, Veranstaltungen, Sortimentstipps oder Inhalte mit großer Reichweite
Broadcast	Eine Nachricht wird gleichzeitig an mehrere Empfänger:innen gesendet; Antworten landen jeweils im Einzelchat	Empfänger:innen sehen weder die Liste noch die anderen Empfänger	Persönlich wirkende Angebote, Erinnerungen und Serviceinformationen an bekannte Kund:innen



Rechtliche Grundlogik

WhatsApp Business berührt Datenschutz, Werbung, Dokumentation und Verbraucherkommunikation.

Keine Rechtsberatung!

Wichtige Themen:

- DSGVO-Rechtsgrundlage
- Einwilligung bei werblicher Kommunikation
- Informationspflichten
- Zweckbindung
- Datenminimierung
- Aufbewahrung und Löschung
- Umgang mit sensiblen Daten
- Dokumentation von Kundenwünschen
- Wettbewerbsrecht bei Werbung



Einwilligung und Erwartungshaltung

Besonders bei werblichen Nachrichten ist eine Einwilligung zentral.

Keine Rechtsberatung!

Unterscheiden:

- **Kund:in startet Serviceanfrage:** Antwort auf konkretes Anliegen
- **Unternehmen informiert zu laufendem Vorgang:** Erwartete Servicekommunikation
- **Unternehmen sendet Werbenachricht:** Einwilligung erforderlich
- **regelmäßige Angebote:** Besonders klare Einwilligung und einfache Abmeldung nötig



Datenschutz praktisch umsetzen

Datenschutz muss in einfache Arbeitsregeln übersetzt werden.

Keine Rechtsberatung!

Praxisregeln:

- Geschäftliche Nummer getrennt von privater Nutzung
- Möglichst keine sensiblen Daten per WhatsApp anfordern
- Nur notwendige Informationen abfragen
- Kund:innen über Nutzung informieren
- Datenschutzinformationen leicht zugänglich machen
- Zugriff im Team begrenzen
- Chatverläufe nicht unnötig lange aufbewahren
- Keine Kundendaten ungeprüft in private Kontakte übernehmen
- Bei Platform-Nutzung Anbieter sorgfältig prüfen



Was sollte nicht über WhatsApp geklärt werden?

Manche Anliegen gehören auf andere Kanäle.

Nicht oder nur sehr vorsichtig per WhatsApp:

- Gesundheitsdaten
- Zahlungsdaten
- Ausweisdokumente
- Umfangreiche Vertragsunterlagen
- Rechtlich strittige Beschwerden
- Personenbezogene Daten Dritter
- Vertrauliche B2B-Konditionen
- Komplexe Reklamationsfälle ohne Dokumentation

Plattformregeln und zulässige Inhalte

Neben Recht gelten auch WhatsApp- und Meta-Regeln.



Hinweis: Dieses Bild ist KI-generiert.

- Business Messaging Policy
- Commerce Policy
- Zulässige und unzulässige Produktbereiche
- Qualität von Vorlagen
- Nutzerfeedback
- Blockierungen und Meldungen
- mögliche Einschränkungen bei Verstößen



Wie gehen Weinhändler mit dieser Herausforderung um?

WhatsApp-Gruppe von Assaggi-Weinhandel – Vorteile und Teilnahme

Assaggi-Weinhandel

Unter den Felsen 9

76332 Bad-Herrenalb

Deutschland

Telefon: 07083 9241043

E-Mail: info@assaggi-weinhandel.de

Verfasst von Donald Pennet am 06.01.2025

Warum unserer WhatsApp-Gruppe beitreten?

Die exklusive WhatsApp-Gruppe von Assaggi-Weinhandel bietet Ihnen zahlreiche Vorteile, darunter:

- **Exklusive Angebote:** Zugang zu seltenen Champagnern, Sonderaktionen und begrenzten Restposten.
- **Faire Verteilung:** Transparente Lotterien für besonders fragte Weine.
- **Schnelle Informationen:** Sofortige Benachrichtigung über neue Aktionen und Preisvorteile.
- **Persönliche Betreuung:** Direktere und individuelle Kommunikation mit unserem Team.

Wie können Sie beitreten?

Die Mitgliedschaft ist exklusiv für treue Kunden:

Assaggi 20:00 Flash – Tägliche Champagner-Deals in 15 Minuten

Assaggi 20:00 Flash – Tägliche Limitierung (Stand: 02.12.2025)

Der tägliche 20:00–20:15 Flash-Slot bietet streng limitierte Champagner zu festen, deutlich reduzierten Preisen. Zahlung erfolgt automatisch über den Shop. First come, first served. Versand erfolgt gesammelt im Januar nach Weihnachten.

- Weihnachten & Silvester 2025 – reguläre Auswahl
- Winzerchampagner – Definition & Überblick

Kurzüberblick

- Täglich aktive Produkte: 20:00–20:15
- Feste Preise, keine Codes
- Sofortige Deaktivierung nach Ablauf oder Ausverkauf
- Checkout vollautomatisch
- Versand: Januar



Wie gehen Weinhändler mit dieser Herausforderung um?





Wie gehen Weinhändler mit dieser Herausforderung um?



ÖFFNUNGSZEITEN

Ab 02.08. machen wir Sommerpause

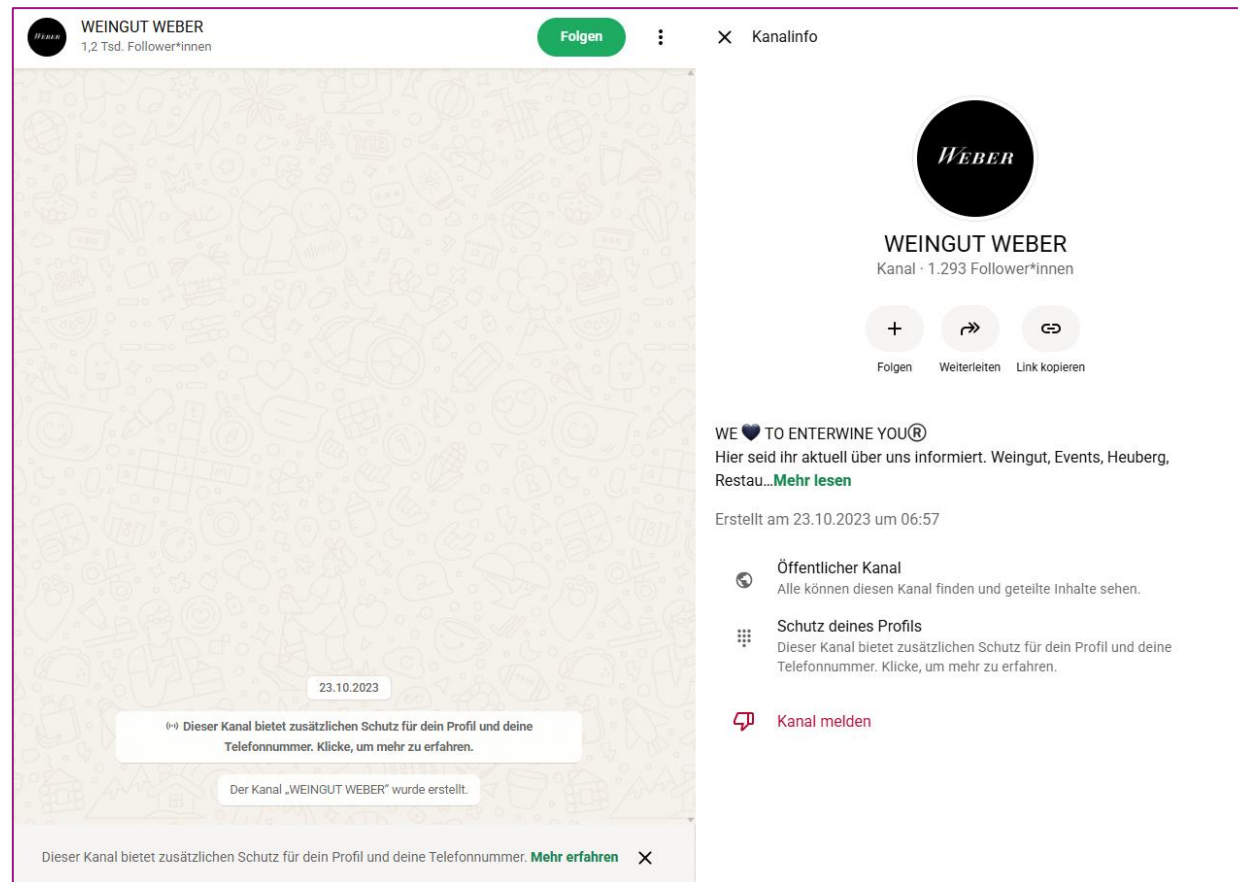
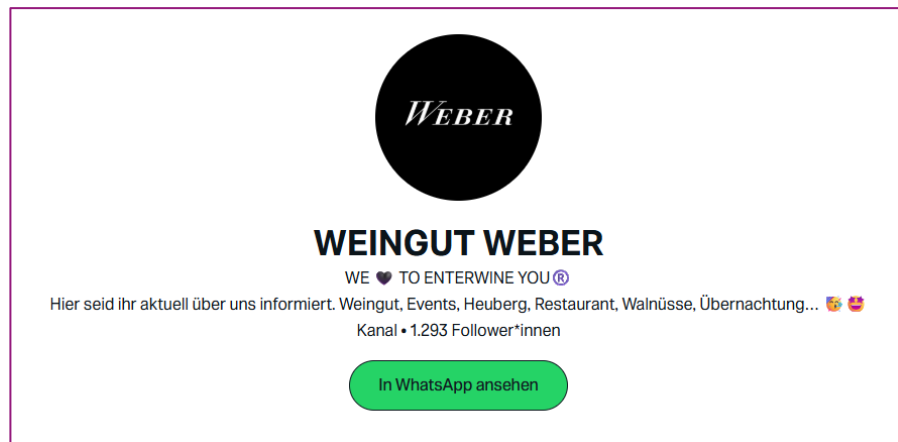
Donnerstag - Samstag
15 - 18 Uhr

Reservierungen:
WhatsApp 0176 8103 7281
oder retrogusto.regensburg@gmail.com

Retrogusto

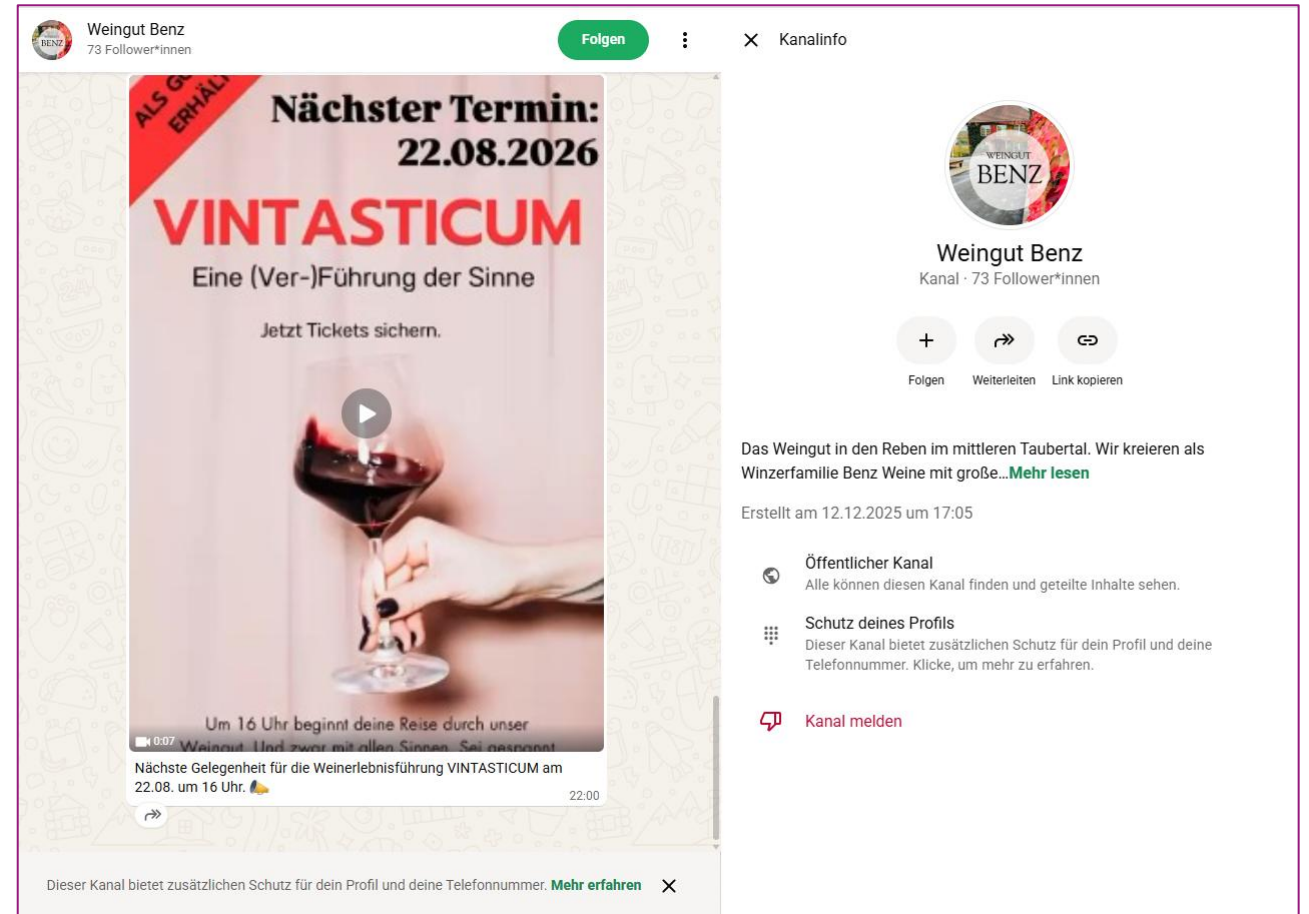


Wie gehen Weinhändler mit dieser Herausforderung um?





Wie gehen Weinhändler mit dieser Herausforderung um?





Was ist also möglich?

Eher vertretbar nach Prüfung	Eher schwierig bzw. angreifbar in der Umsetzung
Öffnungszeiten und Betriebsferien	Vorstellung oder Empfehlung von Weinen
Adresse, Anfahrt und Parken	Preise, Angebote und Rabattaktionen
Allgemeine Rückrufbitte	Bestellungen, Reservierungen und Abholung
Kontaktdaten und Servicezeiten	Verfügbarkeitsauskünfte zu Weinen
Weiterleitung auf Website oder Telefon	Produktkatalog mit alkoholischen Getränken
Datenschutz- und Impressumsinformationen	Broadcasts zu Jahrgängen oder Raritäten
Terminvereinbarung ohne Produktbezug	Bewerbung von Weinproben oder Probierpaketen

Man muss ausprobieren – im Worst Case wird allerdings das Profil gesperrt!



Typische Fehlerquellen

Viele Probleme entstehen durch fehlende Regeln, nicht durch den Kanal selbst.

Häufige Fehler:

- Private und geschäftliche Nutzung vermischt
- Keine klare Zuständigkeit
- Unrealistische Antworterwartung
- Zu viel Werbung
- Keine Einwilligung
- Keine Abmeldemöglichkeit
- Unklare Reservierungsregeln
- Veralteter Katalog
- Sensible Daten im Chat
- Keine Dokumentation wichtiger Zusagen
- Kein Eskalationsweg bei Beschwerden



Die wichtigsten Prinzipien

WhatsApp Business ist stark, wenn der Kanal bewusst, relevant und gut organisiert eingesetzt wird.

- ✓ Geschäftliche und private Kommunikation trennen
- ✓ Klare Einsatzfälle definieren
- ✓ Business-Profil professionell einrichten
- ✓ Antwortzeiten transparent machen
- ✓ Schnellantworten und Labels nutzen
- ✓ Kund:innen nicht mit Werbung überlasten
- ✓ Einwilligungen und Datenschutz beachten
- ✓ Sensible Anliegen auf geeignete Kanäle verlagern
- ✓ Zusagen intern dokumentieren
- ✓ Qualität regelmäßig prüfen
- ✓ Erst Prozesse stabilisieren, dann automatisieren



Mittelstand-Digital
**Zentrum
Handel**



VIELEN DANK!

Susanne Dierl

digitalzentrumhandel.de



Gefördert durch:



Bundesministerium
für Wirtschaft
und Energie

aufgrund eines Beschlusses
des Deutschen Bundestages

Mittelstand-
Digital 