



tivian GmbH

Whitepaper

Sicher ist sicher

Mitarbeiter- und Führungskräftebefragungen aus datenschutzrechtlicher Perspektive

Simone Weltzin & Florian Reiß

tivian GmbH



tivian GmbH

Gesellschaft für Evaluation und Analyse in der Organisationsentwicklung

Ausgangssituation und rechtliche Grundlagen

Die Gewährleistung von Datenschutz und Anonymität ist zentrale Voraussetzung und entscheidender Erfolgsfaktor für die Durchführung von Mitarbeiter- und Führungskräftebefragungen. Die Akzeptanz von Mitarbeitern, Führungskräften, Geschäftsführung, Betriebsrat sowie Datenschutzbeauftragtem hängt maßgeblich von der Handhabung und Kommunikation des Themas ab. Eine zentrale Aufgabe bei jeder Mitarbeiter- und Führungskräftebefragung ist daher eine sorgfältige Planung und Einhaltung von Datenschutz und Anonymität.

Die rechtliche Grundlage für Befragungen bildet das Bundesdatenschutzgesetz, mit dem grundsätzlich die Erhebung und Verarbeitung von personenbezogenen Daten geregelt ist.¹

Im Folgenden wird, anschließend an eine kurze Begriffsklärung, auf die zentralen Punkte im Kontext von Datenschutz, -sicherheit und Anonymität bei Mitarbeiterbefragungen eingegangen. Abschließend werden die Besonderheiten bei Führungskräftebefragungen kurz skizziert.

Begriffsklärung

In der Praxis werden häufig unterschiedliche Begrifflichkeiten für ähnliche Sachverhalte verwendet: Im Folgenden werden daher kurz die am häufigsten verwendeten Begriffe – Datenschutz, Datensicherheit und Anonymität – erklärt.

Datenschutz

Datenschutz im Kontext von Mitarbeiterbefragungen umfasst die Regelung von Umfang, Art und Zweck der vorgesehenen Erhebung, Verarbeitung oder Nutzung von Daten sowie Art der Daten und Kreis der Betroffenen. Im Fokus steht dabei der Schutz des Persönlichkeitsrechts.

¹ Vgl. hierzu §3 und §4 BDSG sowie §9 und §11 BDSG vom 01.09.2009 Erhebung, Verarbeitung oder Nutzung personenbezogener Daten im Auftrag. Weitere Änderungen folgen am 01.04.2010 (BDSG-Novelle I) und am 11.06.2010 (BDSG-Novelle III).



Datensicherheit

Unter Datensicherheit wird in Abgrenzung zum Datenschutz der technische und organisatorische Schutz bei der Erhebung, Speicherung und Archivierung von personenbezogenen Daten verstanden.

Anonymität

Anonymität bezieht sich sowohl auf den Prozess der Datenerfassung und -speicherung sowie auf die Übermittlung der Befragungsergebnisse. Im Fokus steht dabei der Ausschluss des Rückbezugs auf Angaben von Einzelpersonen.

Grundsätzlich gilt für Befragungen von Mitarbeitern die Freiwilligkeit der Teilnahme. Eine Verpflichtung ist auf Basis der aktuellen Rechtsgrundlage nicht zulässig und auch im Hinblick auf die Zielsetzung von offenen Feedbackprozessen als Bestandteil von Organisations- und Personalentwicklungsmaßnahmen nicht erwünscht.

Do's und Don'ts bei Mitarbeiterbefragungen

Datenschutz und -sicherheit mit dem Dienstleister vertraglich regeln

In einem ersten Schritt ist von der Unternehmensleitung sicherzustellen, dass die Unternehmensziele der Mitarbeiterbefragung mit den notwendigen technischen, rechtlichen und organisatorischen Voraussetzungen umgesetzt werden können.

Erfahrungsgemäß steigt die Akzeptanz der Mitarbeiter für das Instrument der Befragung durch die Beauftragung eines externen Dienstleisters. Externe Dienstleister werden als weitgehend unabhängig und vertrauenswürdig wahrgenommen.

Wird ein externer Dienstleister mit der Durchführung der Befragung beauftragt, dann sind folgende Punkte vertraglich explizit zu regeln:

- Datenschutzvorgehen (u.a. Service Level Agreements, Datenflusskonzept);
- Technische Gewährleistung der Datensicherheit;
- Datenschutzvereinbarungen mit Einzelpersonen (am Projekt Beteiligte).

Ein maßgeblicher Vorteil ist, wenn externe Dienstleister insbesondere im Hinblick auf die technische Gewährleistung der eingesetzten Software und der Datenaufbewahrung bereits zertifiziert

sind.² SSL-verschlüsselte Zugriffskontrolle, wie bspw. beim Online-Banking, sowie technisch implementierte Sicherheitsregularien bspw. bei der Passwortgenerierung, -änderung und erneuter Zustellung sind Grundvoraussetzung für Softwarelösungen und Plattformen für den Download von Ergebnisberichten.

Mitarbeiter informieren

Grundsätzlich gilt bei Mitarbeiterbefragungen: Nicht zu viel und nicht zu wenig Kommunikation zum Thema Datenschutz und Anonymität. Zweck der Kommunikation ist es, Vertrauen zu schaffen und die Mitarbeiter nicht zu verunsichern.

Die Mitarbeiter sind über den Ablauf, den Gegenstand und den Zweck der Befragung zu informieren. Es ist weiterhin wichtig transparent zu machen, wer Auftraggeber³ und wer für die Erhebung und Verarbeitung der Daten verantwortlich ist. Zentral für die Kommunikation mit den Beschäftigten ist die Aufklärung darüber, wie die Ergebnisse weiter verwendet werden.

Im Rahmen der Konzeptionsphase wird festgelegt, über welchen Informationskanal die Mitarbeiter zu einzelnen Aspekten informiert werden. Mögliche Kanäle bzw. Medien sind bspw.:

- Information im Intranet, FAQs zur Befragung, Mitarbeiterzeitung;
- Vorankündigung durch die Geschäftsführung;
- Einladungsschreiben zur Befragung;
- Datenschutzerklärung des Dienstleisters im Fragebogen oder Intranet;
- Darlegung der Auswertungsregularien im Ergebnisbericht.

Über die Freiwilligkeit der Teilnahme sollte direkt im Fragebogen informiert werden.

Personalvertretung, Datenschutzbeauftragte und IT-Verantwortliche einbeziehen

Ein zentraler Erfolgsfaktor für die Durchführung einer Mitarbeiterbefragung ist die Akzeptanz aller Beteiligten. Daher ist der Zweck, geplanten Inhalt und Durchführung sowie die Auswertung der Befragung insbesondere im Hinblick auf die Einhaltung von Datenschutz, -sicherheit und

² Vgl. Bundesamt für Sicherheit in der Informationstechnik

https://www.bsi.bund.de/DE/Themen/ZertifizierungundAnerkennung/ZertifizierungnachCCundITSEC/zertifizierungnachccunditsec_node.html

³ In der Regel ist der Auftraggeber die Geschäftsleitung des Unternehmens.

Anonymität mit der Personalvertretung und dem Datenschutzbeauftragten möglichst früh im Unternehmen abzustimmen.

Ob Befragungen mitbestimmungspflichtig sind, hängt von Inhalt, Umfang und Verwendungszweck der Befragung ab. Wird die Befragung anonym durchgeführt und fokussiert auf die Arbeitszufriedenheit und Arbeitsbedingungen von Mitarbeitern, unterliegt sie nicht grundsätzlich dem Mitbestimmungsrecht im Sinne des Betriebsverfassungsgesetzes.

Die Mitbestimmungsrechte des Betriebsrats sind im Falle von personenbezogenen Inhalten mit Leistungsbezug bspw. bei Personalfragebögen (§94 Abs.1 BetrVG) geregelt. Übliche Mitarbeiterbefragungen fallen zwar nicht darunter, dennoch sind der frühe Einbezug des Betriebsrats und eine gemeinsame Vereinbarung zu Zielsetzung, Zweck, Freiwilligkeit und Anonymität der Befragung zwischen Arbeitgeber und Betriebsrat empfehlenswert.

Üblicherweise werden Befragungsdaten EDV-gestützt erhoben, weiterverarbeitet und ausgewertet. Im Kontext von technischen Überwachungseinrichtungen besteht ein Recht auf Mitbestimmung des Betriebsrats (§87 Abs. 1 Nr.6 BetrVG), daher ist dieser früh in den Planungsprozess zu involvieren.

Anonymität der Online-Befragung gewährleisten

Jeder Teilnehmer erhält bei einer online-durchgeführten Befragung einen Link mit einem Passwort bzw. Zugangscode. Die eingesetzte Software muss sicherstellen, dass keine technische Verbindung zwischen Teilnehmerinformation (Name, E-Mail-Adresse), Passwort bzw. Zugangscode und Umfrageergebnis besteht.

Weiterhin sollte die Befragung verschlüsselt durchgeführt werden, üblicherweise über ein HTTPS-Protokoll.⁴

Von einem persönlichen Anschreiben mit Name des Teilnehmers wird abgeraten. Persönliche Ansprachen können bei den Teilnehmern zur Verunsicherung im Hinblick auf die Rückführbarkeit ihrer Angaben führen.

Um eine differenzierte Auswertung auf Ebene einzelner organisatorischer Einheiten vornehmen zu können, wird die Zuordnung einzelner Teilnehmer zu ihrer direkten organisatorischen Einheit (bspw. Abteilung oder Team) benötigt. Die Zuordnung kann durch den Teilnehmer selbst im

⁴ In wenigen Ländern, bspw. China, bestehen jedoch Einschränkungen bei der Durchführung einer verschlüsselten Befragung. Daher muss im Vorfeld mit den lokalen Ansprechpartnern im Unternehmen dieser Punkt geklärt werden.

Fragebogen durch eine entsprechende Auswahlmaske erfolgen. Dieses Vorgehen kann dazu führen, dass Teilnehmer sich – gewollt oder ungewollt – zu einer anderen Einheit als die eigene zuordnen. Die Anzahl der Mitarbeiter, die teilgenommen haben, können daher von den zentral geplanten Soll-Werten abweichen. Rücklaufquoten in einzelnen Einheiten von mehr als hundert Prozent können die Folge davon sein.

Zur Erhöhung der Datenqualität kann bei einem alternativen Verfahren bereits bei der administrativen Vorbereitung die organisatorische Zuordnung der Teilnehmer erfolgen. Der Teilnehmerdatensatz erhält auf dieser Basis bereits eine organisatorische Vorbelegung. Eine Zuordnung im Fragebogen ist für den Teilnehmer nicht mehr notwendig. Rücklaufquoten von mehr als hundert Prozent können bei diesem Verfahren ausgeschlossen werden.

Unabhängig vom Verfahren ist eine transparente Kommunikation zur Auswertung durch den externen Dienstleister empfehlenswert.

Anonymität der Papierbefragung herstellen

Häufig können nicht alle Mitarbeiter in Unternehmen online befragt werden. Mitarbeiter bspw. in den Produktionsbereichen eines Unternehmens erhalten meist den Fragebogen in Papierform. Vergleichbar mit der online durchgeführten Befragung muss sichergestellt werden, dass keine Verbindung zwischen dem Adressaten und einer Nummerierung des Fragebogens besteht, und daher der Rückschluss von Angaben auf einzelne Personen ausgeschlossen wird.

Weiterhin ist zu gewährleisten, dass die Rücksendung von ausgefüllten Fragebogen anonym erfolgt. Adressierte Rückumschläge an den externen Dienstleister oder Sammelboxen, die ausschließlich von autorisierten Personen geleert werden, haben sich als sichere und praktikable Übermittlungswege bewährt.⁵

Korrespondierend zur Online-Befragung ist das Thema Zuordnung zu organisatorischen Einheiten bei der Papier-Befragung zu behandeln. Auch hier kann eine Zuordnung durch den Befragten selbst im Papierfragebogen erfolgen oder alternativ über eine fest definierte Menge an zu verteilenden Fragebögen einer spezifischen Einheit.

⁵ Liegen keine E-Mail-Adressen für einzelne Mitarbeiter oder bspw. Standorte vor, dann bedeutet dies nicht zwingend eine Papierbefragung. Mit dem „online-hybrid“-Verfahren erhält der Befragungsteilnehmer einen Brief mit einem Befragungs-Link und Zugangscode, mit der er online bspw. an Terminals oder von privaten PCs an der Befragung teilnehmen kann. Bei der Vorgehensweise gelten die gleichen Regeln der Anonymität wie bei Online- und Papierbefragungen.



Grundsätzlich sollte vermieden werden, dass Fragebögen von Mitarbeitern selbst kopiert werden können. Dies kann einfach und unbürokratisch über entsprechende Gestaltungselemente im Fragebogen (farbige Grafiken, drucktechnisch justierte Scanmarken u.ä.) erzielt werden. Wasserzeichen und Barscannercodes sind aus Transparenzgründen weniger empfehlenswert.

Erinnerungen mittels E-Mail versenden

Während des Erhebungszeitraums wird zur Steigerung der Rücklaufquote eine Erinnerung versendet. Dabei ist zu beachten, dass das Erinnerungsanschreiben an alle Mitarbeiter geht. Werden nur Mitarbeiter per E-Mail angeschrieben, die noch nicht an der Befragung teilgenommen haben, wird der Eindruck des Rückbezugs auf Einzelpersonen geweckt.

Support für Befragungsteilnehmer anbieten

Im Verlauf der sogenannten Feldphase, während der die Teilnehmer die Befragung ausfüllen, sollte grundsätzlich eine Hotline (per E-Mail oder Telefon) für Rückfragen angeboten werden. In der Praxis hat sich die Bereitstellung des Supports durch den externen Dienstleister, der als neutral wahrgenommen wird, bewährt. Teilnehmer bspw. mit technischen und methodischen Fragen und Problemen „trauen“ sich eher bei einem externen Dienstleister anzufragen als bei der eigenen Personalabteilung. Mit dem Unterstützungsangebot für Teilnehmer kann die Rücklaufquote erhöht werden.

Ergebnisse aggregieren und anonym auswerten

Die Analyse der Ergebnisse von Mitarbeiterbefragungen ist eine Gradwanderung zwischen der Gewährleistung von Anonymität und Datenschutz und der gewünschten Auswertungstiefe. Um möglichst differenzierte Schlussfolgerungen aus den Befragungsergebnissen zu ziehen und Nachfolgemaßnahmen einleiten zu können, hat sich eine Auswertung auf der Ebene einzelner Organisationseinheiten (u.a. Bereiche, Teams, Standorte) bewährt. Ergebnisberichte werden für Einheiten erstellt, für die eine im Vorfeld definierte Mindestanzahl von Interviews eingegangen ist. Die Anzahl variiert je nach Unternehmen zwischen 5 und 12 beendeten Interviews. Die Fest-

legung der sogenannten Anonymitätsgrenze auf Einheiten- und Fragenebene hängt von der Unternehmensstruktur und der üblichen Teamgröße ab.⁶

Grundsätzlich sollte bereits in der Planungsphase der Organisationsstruktur darauf geachtet werden, dass keine Einheiten gebildet werden, in denen nicht mindestens die Anonymitätsgrenze erreicht wird.

Werden neben der organisatorischen Zuordnung weitere statistische bzw. demographische Informationen wie bspw. Alter oder Betriebszugehörigkeit abgefragt, empfiehlt es sich, dass ausdrücklich im Fragebogen darauf hingewiesen wird, dass keine Ergebnisse dieser Gruppen unterhalb der Anonymitätsgrenze ausgewertet werden. Ein Rückschluss auf Angaben von Einzelpersonen muss grundsätzlich ausgeschlossen werden.

Anonymität bei offenen Angaben gewährleisten

Fragebögen im Bereich Mitarbeiterbefragungen bestehen überwiegend aus geschlossenen Fragen, die durch Ankreuzen einer Kategorie beantwortet werden. Weiterhin haben Mitarbeiter häufig die Möglichkeit in einem Textfeld ihre Meinung mitzuteilen. Um Datenschutz und Anonymität bereits schon bei der Erhebung zu gewährleisten, empfiehlt es sich, eine Zusatzinformation im Fragebogen an der entsprechenden Textstelle einzufügen: Der Ausfüllende ist darüber zu informieren, keine Namen und personenbezogene Details von sich und Dritten im offenen Textfeld anzugeben.

Vor der Weiterverarbeitung der offenen Angaben muss das beauftragte Institut eine Anonymitätsprüfung der offenen Angaben durchführen und ggf. personenbezogene Informationen löschen bzw. unkenntlich machen.

Befragungsergebnisse sicher übermitteln

Die Befragungsergebnisse müssen über technisch sichere Kanäle an die Gruppe der Empfänger übertragen werden. Es empfiehlt sich daher ein Zugriff auf aggregierte Befragungsergebnisse über eine passwortgeschützte Downloadplattform. Ergebnisberichte erhalten nur Personen, die entsprechend ihrer Funktion und organisatorischen Zuordnung autorisiert sind. Der Download der Berichtsdateien erfolgt über eine SSL-verschlüsselte Verbindung. Eine Übermittlung der

⁶ NEON, die Arbeitsgruppe im Bundesverband Deutscher Markt- und Sozialforscher e.V., empfiehlt eine Grenze von 8 Interviews, vgl. hierzu <http://www.bvm.org/user/neon/Leitfaden-Online-MAB.pdf>, S.9



Befragungsergebnisse per E-Mail ist aus Datenschutz- und technischen Sicherheitsgründen nicht zu empfehlen. Eine technische Sicherung der E-Mail-Kommunikation ist per se nicht möglich und muss durch aufwendige Verfahren der Verschlüsselung erst vom E-Mail-Empfänger hergestellt werden. Weiterhin ist bei einer E-Mail-Weiterleitung nicht sichergestellt, dass ausschließlich autorisierte Personen Zugriff auf die Ergebnisberichte erhalten.

Befragungsdaten archivieren

Zentraler Faktor für die Nachhaltigkeit der aus Ergebnissen einer Mitarbeiterbefragung abgeleiteten Verbesserungsmaßnahmen ist eine kontinuierliche Kontrolle. Daher empfiehlt es sich befragungsrelevante Daten für Nachfolgebefragungen zu archivieren. Die Archivierung der Ergebnisdaten sollte aus Gründen des Datenschutzes und -sicherheit bei dem externen Dienstleister erfolgen. Üblich ist ein Archivierungszeitraum von 2 Jahren.⁷

Mit dem Dienstleister ist ein fester Zeitraum für die Aufbewahrung von Papierfragebögen zu vereinbaren. Des Weiteren muss durch Protokollierung eine angemessene Vernichtung gewährleistet sein.

⁷ Im Gegensatz zu den Ergebnisdaten müssen Adressdaten der Mitarbeiter zum frühestmöglichen Zeitpunkt – in der Regel direkt nach Durchführung der Befragung und Veröffentlichung der Ergebnisse – gelöscht werden.

Besonderheiten bei Führungskräftebefragungen

Datenschutz, Datensicherheit und Anonymität bei Führungskräftebefragungen

Datenschutz, Datensicherheit und Anonymität spielen bei Führungskräftebefragungen, wie beispielsweise einem 360°-Feedback, eine ebenso große Rolle wie bei Mitarbeiterbefragungen. Die aufgezeigten Maßnahmen bei Mitarbeiterbefragungen können analog auf Führungskräfte-Feedbacks übertragen werden. Der Rolle der Anonymität des eigenen Votums muss hier jedoch eine besondere Bedeutung beigemessen werden, da die möglichen Teilnehmerzahlen innerhalb der Feedbackgebergruppen deutlich kleiner ausfallen als bei Mitarbeiterbefragungen. Darüber hinaus muss gewährleistet werden, dass Klarheit beim Feedbackempfänger herrscht, welche Personen zum Empfängerkreis der eigenen Ergebnisse gehören.

Offenes Feedback und Anonymität

Vertrauen in den gewissenhaften Umgang mit den eigenen Daten kann als Grundvoraussetzung für ein offenes Feedback angesehen werden. Die Rückbeziehung der Antworten auf Einzelpersonen durch den Feedbacknehmer muss daher nahezu unmöglich sein.

Bei einem 360°-Feedback mit Selbsteinschätzung und Vorgesetztem-Feedback ist eine eindeutige Zuordnung der Ergebnisse zu einer Person für diese beiden Feedbackgruppen naturgemäß gegeben und sogar erwünscht.

Anders sieht es bei den Mitarbeitern, Kollegen und Kunden der Führungskraft aus. Die Mindestanzahl der eingegangenen Feedbacks pro Feedbackgruppe muss mindestens drei abgeschlossene Interviews betragen. Bei lediglich zwei abgeschlossenen Feedbacks kann ein Feedbacknehmer, unter Berücksichtigung der eigenen Angabe bei einem Fragebogenitem aus dem arithmetischen Mittel des jeweiligen Statements das Votum des zweiten Feedbackgebers errechnen. Ein mögliches Beispiel-Szenario könnte hier eine Diskussion der Ergebnisse im Team sein, in dem die Mitarbeiter einzelne Ergebnisdaten präsentiert bekommen.

Eine höhere Auswertungsgrenze als drei Interviews ist zwar wünschenswert – jedoch häufig durch kleine Personenkreise unter den Kollegen und Mitarbeitern nicht zu verwirklichen. Die Gruppe der Personen, die zu einem Feedback aufgefordert werden, sollte jedoch wenn möglich die Anonymitätsgrenze deutlich übersteigen, um Ausfälle durch Non-Response zu kompensieren.



Offene Kommentare

Ein quantitatives Feedbackinstrument besteht im Regelfall aus Statements zum Führungsverhalten, die auf einer einheitlichen Skala bewertet werden. Die systematische Rückmeldung zum Führungsverhalten macht dieses leichter messbar und vergleichbar. Die Kehrseite der Medaille ist jedoch, dass vor allem ein schlechtes Ergebnis häufig zusätzlicher Informationen bedarf, wie die Bewertungen zustande kamen und welche Verbesserungsmaßnahmen nötig sind.

Eine wichtige zusätzliche Informationsquelle stellen hier freiwillig gegebene offene Kommentare dar, welche Feedbackgeber nutzen können.

Die Rückbeziehung der Daten, vor allem in Kombination mit den Ergebnissen aus der quantitativen Erhebung, wird jedoch durch diese Maßnahme erleichtert. Durch einige Maßnahmen bei der Fragebogenkonstruktion kann dieser Einwand eingegrenzt werden. Die Eingrenzungen umfassen erstens den Hinweis im Fragebogen, dass die Kommentare ungefiltert an den Feedbacknehmer berichtet werden, die Kommentare wenn möglich nur in einer Sprache (beispielsweise Englisch in internationalen Unternehmen) geschrieben werden und die Kommentare keine persönlichen Informationen enthalten, die nur dem Feedbacknehmer und dem Feedbackgeber bekannt sind.

Zweitens kann auch eine Prüfung und Anonymisierung der Texte durch Dritte stattfinden. Diese Maßnahme kann als weitere Sicherung der Anonymität gelten – steht jedoch im Widerspruch zu einem offenen und ungefilterten Feedback.



Auswahl an Links zum Thema

http://bundesrecht.juris.de/bdsg_1990/index.html

http://www.bfdi.bund.de/nn_530440/DE/Themen/Arbeit/Arbeitnehmerdatenschutz/Artikel/Mitarbeiterbefragungen.html

<https://www.datenschutzzentrum.de/wirtschaft/praxis/20070313.htm>

http://www.testentwicklung.de/Online_Hossiep_Frieg.pdf

<http://www.bvm.org/user/neon/Leitfaden-Online-MAB.pdf>

https://www.bsi.bund.de/DE/Themen/ZertifizierungundAnerkennung/ZertifizierungnachCCundITSEC/zertifizierungnachccunditsec_node.html



Über tivian

Die tivian GmbH begleitet Organisationen mit methodischem Know-how, technischer Expertise und langjähriger praktischer Erfahrung als Berater und Dienstleister bei der Konzeption, Planung und Umsetzung komplexer Feedback-Prozesse. Spezialisiert sind wir auf Durchführung von Mitarbeiterbefragungen, Führungskräfte-Feedbacks und Kundenbefragungen.

Das Team der tivian GmbH besteht aus mehr als 30 erfahrenen Sozialwissenschaftlern, Psychologen, IT-Spezialisten und Betriebswirtschaftlern. Wir arbeiten branchenübergreifend für namhafte Unternehmen im In- und Ausland, unter anderem für adidas, DekaBank, Evonik Industries und Lufthansa.

Um sicherzustellen, dass tivians praktische Arbeit stets dem neuesten Stand der Wissenschaft entspricht, werden die methodischen Ansätze durch einen Beirat aus führenden Wissenschaftlern für Evaluation und Analyse in der Organisationsentwicklung kontinuierlich abgeglichen.

tivian GmbH

Gesellschaft für Evaluation & Analyse in der Organisationsentwicklung

Web: www.tivian.de

Nutzungshinweise

Die in dieser Publikation enthaltenen Informationen sind Eigentum der tivian GmbH. Weitergabe und Vervielfältigung dieser Publikation oder von Teilen daraus ist nur mit ausdrücklicher schriftlicher Genehmigung der tivian GmbH gestattet.

Diese Publikation wird ohne jegliche Gewähr bereitgestellt. Enthaltene Informationen können ohne vorherige Ankündigung geändert werden. Zudem übernimmt tivian keine Garantie für die Exaktheit oder Vollständigkeit der Informationen, Texte, Grafiken, Links und sonstigen in dieser Publikation enthaltenen Elemente.

tivian, weitere im Text erwähnte Produkte und Dienstleistungen sowie die entsprechenden Logos sind Marken und können eingetragene Marken der tivian GmbH in Deutschland und anderen Ländern weltweit sein. Alle anderen Namen von Produkten und Dienstleistungen sind Marken der jeweiligen Firmen.

© 2009-2012 – tivian GmbH