

## Wirkungsbereich des Bundesministeriums für Wissenschaft und Forschung

### Berufsberatungseinrichtungen an der Universität Wien und an der Technischen Universität Wien

Die Zielvorgaben der Universität Wien und der Technischen Universität Wien für die universitären Berufsberatungseinrichtungen UNIPORT Karriereservice GmbH bzw. die TU Career Center GmbH waren wenig konkret.

Die Universitäten nutzten die Kenntnisse der Karrierecenter hinsichtlich des Arbeitsmarktes weder bei der Ausarbeitung der Ausbildungsinhalte noch bei der eigenen Personalsuche und konnten daher potenzielle Synergieeffekte nicht nutzen. Der Geschäftsbereich Personalsuche und -vermittlung war bei beiden Gesellschaften noch wenig ausgebaut.

#### KURZFASSUNG

##### Prüfungsziel

Ziel der Überprüfung war eine vergleichende Beurteilung der universitären Berufsberatungseinrichtungen TU Career Center GmbH und UNIPORT Karriereservice Universität Wien GmbH (UNIPORT Karriereservice GmbH) betreffend ihrer Strategie und der Zielerreichung sowie hinsichtlich der Gebarung und ihres Leistungsangebotes. (TZ 1)

##### Karrierecenter

Die Kernaufgabe der universitären Berufsberatungseinrichtungen bzw. Karrierecenter bestand in der Beratung und Unterstützung von Studierenden und Absolventen der jeweiligen Universität beim Einstieg in den Arbeitsmarkt. Weiters veranstalteten sie so genannte Karrieremessen, in deren Rahmen sich Unternehmen als künftige Arbeitgeber für Absolventen und Studierende präsentieren konnten und Gelegenheit hatten, erste Kontakte zu diesen zu knüpfen. Außerdem boten die Karrierecenter noch zusätzliche Leistungen wie z.B. die Personalsuche für Unternehmen (Recruiting), die Vermarktung von Werbeflächen an der Universität oder die Veranstaltung von diversen Vortragsreihen an. (TZ 2)

Die TU Career Center GmbH stand 2010 über die zwischengeschaltete TU Wien Holding GmbH zu 100 % im Eigentum der Technischen Universität Wien (TU Wien). Die Universität Wien besaß an der UNIPORT Karriereservice GmbH 74,99 % der Anteile; die restlichen 25,01 % hielten zwei Privatpersonen. Damit konnten Mehrheitsbeschlüsse in wesentlichen Angelegenheiten durch die privaten Anteilshaber verhindert werden. (TZ 3)

#### Zielvorgaben durch die Eigentümer

Die Zielvorgabe der TU Wien für ihre Beteiligungen und damit auch für die TU Career Center GmbH bestand darin, die Erhaltung des eingesetzten Kapitals zu sichern. Darüber hinaus sollte das Unternehmen mittelfristig ohne Zuschüsse auskommen. Wesentlichstes Ziel war laut Strategiekonzept der Geschäftsführung die Positionierung der TU Career Center GmbH als erste und einzige Anlaufstelle für Studierende und Unternehmen in Belangen des Berufseinstiegs und des Recruitings an der TU Wien. Zusätzlich bestanden eigene Vorgaben des als Verein organisierten Verbands der Freunde und Absolventen der TU Wien für das seit 2009 in die TU Career Center GmbH zur Betreuung der Absolventen integrierte Servicecenter TUalumni. (TZ 4)

Hervorzuheben war, dass sich die TU Career Center GmbH durch die Ausarbeitung des Strategiekonzepts 2007 bis 2009 sowie dessen Weiterentwicklung 2009 mit grundsätzlichen Fragen ihrer strategischen Ausrichtung beschäftigte. Allerdings gab die TU Wien der TU Career Center GmbH keine konkreten quantifizierten Ziele vor. (TZ 4)

Bei der UNIPORT Karriereservice GmbH fehlten finanzielle Zielvorgaben der Eigentümer. Die strategischen Vorgaben der Eigentümer waren nicht konkret definiert und wurden auch nicht schriftlich festgehalten. Die Geschäftsführung sah die Aufgabe der UNIPORT Karriereservice GmbH in erster Linie darin, das Leistungsangebot der Universität Wien für Studierende zu verbessern und ihre Dienstleistungen Unternehmen anzubieten. (TZ 5)

#### Zielumsetzung und Steuerung der Zielerreichung

Die finanzielle Lage der TU Career Center GmbH verschlechterte sich im Jahre 2009 durch die Integration des Servicecenters TU alumni in die Gesellschaft und der nur teilweisen Abdeckung des Verlustes

aus der Alumnibetreuung durch den Verein Verband der Freunde und Absolventen der TU Wien. Diese von der TU Wien an die TU Career Center GmbH übertragene Zusatzaufgabe erschwerte die Umsetzung der finanziellen Ziele. (TZ 6)

Seit Herbst 2010 baute die Geschäftsführung der UNIPORT Karriereservice GmbH die Personalsuche für Unternehmen zur Sicherung eines positiven Geschäftsergebnisses aus. Da konkrete Zielvorgaben der Eigentümer für einzelne Geschäftsbereiche fehlten, oblag der Geschäftsführung die Verantwortung für die künftige strategische Ausrichtung der Gesellschaft. (TZ 6)

Sowohl bei der TU Career Center GmbH als auch bei der UNIPORT Karriereservice GmbH konnte der Erfolg der einzelnen Geschäftsfelder aufgrund der geringen Aussagekraft der Kostenrechnung nicht exakt ermittelt werden. Ein formalisiertes Controlling zur Steuerung der Zielerreichung fehlte ebenso wie ein standardisiertes Berichtswesen an die Eigentümer. (TZ 7)

#### Umsatzerlöse

Die Umsatzerlöse der UNIPORT Karriereservice GmbH lagen 2010 bei rd. 670.000 EUR, jene der TU Career Center GmbH bei rd. 910.000 EUR. Nahezu der gesamte Umsatz der UNIPORT Karriereservice GmbH entfiel auf die zwei Bereiche Messen und Personalmarketing (z.B. Firmenveranstaltungen an der Universität). Bei der TU Career Center GmbH trugen darüber hinaus auch die Schaltung von Stelleninseraten und das Recruiting, d.h. die professionelle Personalsuche für Unternehmen sowie die Vermietung von Werbeflächen wesentlich zum Umsatz bei. (TZ 8)

#### Ergebnis der gewöhnlichen Geschäftstätigkeit

Das jährliche EGT der UNIPORT Karriereservice GmbH lag im Zeitraum 2008 bis 2010 zwischen rd. 32.000 EUR und rd. 64.000 EUR. Bei der TU Career Center GmbH entwickelte sich das EGT seit 2009 vor allem wegen der Übertragung der Alumnibetreuung negativ (2009: – 80.359 EUR, 2010: – 37.379 EUR). Aufgrund der unterschiedlichen Kostenstruktur waren die EGT der beiden Unternehmen nur eingeschränkt vergleichbar. Die TU Career Center GmbH musste im Unterschied zur UNIPORT Karriereservice GmbH die Aufwendungen für die Büromiete und die Betriebskosten sowie für die Infrastruktur selbst tragen (rd. 40.000 EUR bis 50.000 EUR p.a.). Die

TU Wien leistete zur Verlustabdeckung jährlich einen Gesellschafterzuschuss an die TU Career Center GmbH (zwischen 50.000 EUR und 105.000 EUR p.a.). Die UNIPORT Karriereservice GmbH erhielt von der Universität Wien keine Gesellschafterzuschüsse. (TZ 10)

### Personal

Ende 2010 umfasste der Personalstand der TU Career Center GmbH inklusive einer Geschäftsführerin zwölf Personen. Im Jahr 2010 wurden Prämien in Höhe von insgesamt rd. 11.770 EUR an die Geschäftsführerin und eine Mitarbeiterin ausbezahlt. Die nur für die Geschäftsführerin und nicht für die Mitarbeiter vorhandene Prämienregelung legte für die Höhe der Prämie 2010 das Erreichen der vereinbarten Umsatz- und Ergebnisvorgaben fest. Die Personalakten waren teilweise unvollständig (z.B. fehlende Dienstverträge und Stellenbeschreibungen). (TZ 11)

Der Personalstand der UNIPORT Karriereservice GmbH umfasste Ende 2010 inklusive eines Geschäftsführers neun Personen. Im Jahr 2010 wurden an den Geschäftsführer und drei weitere Bedienstete insgesamt 11.565 EUR an Prämien und Bilanzgeld ausbezahlt. Eine Prämienvereinbarung gab es nur für den Geschäftsführer. Das Unternehmen verfügte über keine Personalakten. (TZ 11)

### Personalaufwand im Verhältnis zu Umsatzerlösen

Die Kennzahl Personalintensität, als Verhältnis von Personalaufwand zu Umsatzerlösen, ist ein Maßstab für die Wirtschaftlichkeit des Personaleinsatzes. Je kleiner diese Kennzahl ist, desto rentabler wird das Personal eingesetzt. Der RH stellte fest, dass bei der TU Career Center GmbH die Personalintensität zwischen 0,45 und 0,57 und bei der UNIPORT Karriereservice GmbH zwischen 0,57 und 0,64 lag. Der Einsatz des Personals erfolgte im Durchschnitt bei der TU Career Center GmbH etwas effizienter als bei der UNIPORT Karriereservice GmbH. (TZ 12)

### Standorte

Die TU Career Center GmbH und die UNIPORT Karriereservice GmbH waren örtlich von der jeweiligen Universität getrennt. Die Büroräumlichkeiten beider Unternehmen verfügten weder über geeignete Beratungszimmer noch entsprachen sie dem Standard der Barrierefreiheit.

Die beiden Standorte waren nicht geeignet, um sich als Beratungseinrichtung für Studierende bzw. Absolventen zu etablieren. (TZ 13)

#### Leistungen für die Universität

Die Universität Wien und die TU Wien rekrutierten ihr Personal durch die jeweilige Personalabteilung bzw. die einzelnen Institute. Keine der beiden Universitäten nahm bei der Rekrutierung die Dienstleistungen ihres jeweiligen Karrierecenters in Anspruch. (TZ 14)

Die Kenntnisse der beiden Karrierecenter über den Arbeitsmarkt wurden weder bei der Ausarbeitung der Ausbildungsinhalte der Studienpläne noch bei der eigenen Personalsuche in Anspruch genommen und daher potenzielle Synergieeffekte nicht genutzt. Ein institutionalisierter Wissenstransfer zwischen Karrierecenter und der jeweiligen Universität über die Arbeitsmarktlage und die von den Unternehmen erwarteten Kenntnisse der Absolventen, als Information zur Gestaltung der Ausbildungsinhalte an der Universität, fehlte. (TZ 14)

#### Beratungsleistungen

Die Berufs- und Karriereberatung stellte die Kernaufgabe der Karrierecenter dar. Trotzdem fehlten exakte Zielvorgaben durch die Eigentümer. (TZ 15, 16)

Grundsätzlich bot die TU Career Center GmbH Einzelberatung sowie Gruppenberatung in Form von Workshops und Seminaren für bis zu zwölf Personen an. Für die Einzelberatung mussten drei bis sechs Wochen Wartezeit in Kauf genommen werden. (TZ 16)

Die Produkte der UNIPORT Karriereservice GmbH umfassten Einzelberatungen und ab 2011 Vorträge an der Universität, z.B. zum Thema Lebenslauf. Damit konnte in einem kurzen Zeitraum eine größere Anzahl an Personen erreicht werden. Die Wartezeit für Einzelberatungen betrug ein bis zwei Wochen. (TZ 16)

Die Universität Wien und die TU Wien trugen nicht zur Finanzierung des Beratungsbereichs bei. Die Finanzierung der Beratungsleistungen erfolgte größtenteils über eine jährlich neu mit dem Arbeitsmarktservice (AMS) zu vereinbarende Förderung. Im Jahr 2010 betrug die AMS-Förderung für die TU Career Center GmbH rd. 122.000 EUR. Diese reduzierte sich 2011 auf rd. 54.000 EUR, weil die TU Career Center GmbH aufgrund der geringeren Nachfrage bereits seit mehre-

ren Jahren nicht die vereinbarte Anzahl an AMS-Kunden beraten konnte. Bei der UNIPORT Karriereservice GmbH betrug die AMS-Förderung im Jahr 2010 rd. 148.000 EUR. Das Förderungsvolumen blieb für das Jahr 2011 nahezu unverändert. (TZ 17)

#### Personalsuche und -vermittlung

Das Angebot für Unternehmen im Bereich der Personalsuche reichte bei der TU Career Center GmbH von der Schaltung von Inseraten bis zur umfassenden Vorauswahl. Bei Auftragserteilung zur Personalsuche musste ein Unternehmen eine Pauschale von 1.390 EUR bezahlen, für eine erfolgreiche Vermittlung 15 % des Jahresbruttogehalts. Jährlich konnten rund acht bis zehn Recruitingaufträge positiv erledigt werden. (TZ 18)

Ab September 2010 baute die UNIPORT Karriereservice GmbH die Personalsuche für Unternehmen als eigenes Geschäftsfeld auf, kontaktierte im Zeitraum September 2010 bis April 2011 ca. 50 Firmen und vermittelte zwölf Personen. Mit Abschluss einer Vermittlung fielen 12 % des Jahresbruttogehalts, bei einem Folgeauftrag 15 % des Jahresbruttogehalts als Erfolgshonorar an. (TZ 18)

Der Geschäftsbereich Personalsuche und -vermittlung für Unternehmen war in beiden Gesellschaften noch wenig ausgebaut. (TZ 18)

#### Karrieremessen

Die TU Career Center GmbH veranstaltete jährlich im Frühjahr an der TU Wien die eintägige Karrieremesse „TU Day“. 2010 erwirtschaftete sie mit dieser Messe rd. 35 % ihrer Umsatzerlöse. Weiters beteiligte sich die TU Career Center GmbH an der „Career Calling“, der gemeinsamen Karrieremesse der Wirtschaftsuniversität Wien, der Universität für Bodenkultur Wien und der TU Wien. (TZ 19)

Die UNIPORT Karriereservice GmbH veranstaltete die jeweils eintägigen Messen „Success“ am Wiener Juridicum, „Uni-Success“ im Hauptgebäude der Universität Wien und „Excellence“ an der Karl-Franzens-Universität in Graz. Die UNIPORT Karriereservice GmbH erwirtschaftete mit der Veranstaltung dieser Messen im Wirtschaftsjahr 2009/2010 rd. 66 % ihrer Umsatzerlöse. Die Fortführung der Excellence schien wegen der Gründung eines eigenen Karrierecenters an der Universität Graz gefährdet. (TZ 19)

### Erfolg der Karrieremessen

Als finanziell besonders erfolgreich erwies sich die TUDay (3.726 EUR je Aussteller), während die Uni-Success an der Universität Wien (564 EUR je Aussteller) am relativ schwächsten abschnitt. (TZ 20)

### Alumnibetreuung durch die TU Career Center GmbH

Im Jahr 2009 schlossen die TU Wien und der als Verein organisierte Verband der Freunde und Absolventen der TU Wien (VFA) eine Vereinbarung mit dem Ziel, eine effektive und effiziente Alumniorganisation aufzubauen. Zur Erbringung der vereinbarten Leistungen für die Alumnibetreuung und zur Gewinnung neuer Mitglieder für den Alumni Club richtete die TU Career Center GmbH das Servicecenter TUalumni als eigenes Cost-Center ein. (TZ 21)

Die Einnahmen aus den Mitgliedsbeiträgen verblieben weiterhin beim VFA. Dieser leistete zur Finanzierung des Servicecenters TU alumni jährlich lediglich einen Zuschuss an die TU Wien. Die Festsetzung der Höhe dieses Zuschusses oblag dem VFA. 2009 lagen die Aufwendungen der Alumnibetreuung bei rd. 168.000 EUR, der Zuschuss des VFA betrug 75.000 EUR; 2010 betrug die Aufwendungen rd. 207.000 EUR und der Zuschuss des VFA 83.000 EUR. Der vom VFA geleistete Zuschuss deckte in den Jahren 2009 und 2010 weniger als die Hälfte der tatsächlichen Aufwendungen der TU Wien bzw. der TU Career Center GmbH für das Servicecenter TUalumni ab. (TZ 22)

Im Jahr 2009 umfasste der TU Wien Alumni Club rd. 1.400 Mitglieder. Bis Ende 2010 stieg die Mitgliederanzahl – darunter 60 Firmenmitgliedschaften – auf 2.050. Das Ziel, die Anzahl der Mitglieder jährlich um 1.000 bis 1.200 zu erhöhen, konnte nicht erreicht werden. (TZ 23)

Kenndaten der TU Career Center GmbH				
<b>Eigentümer</b>	100 % TU Wien Holding GmbH			
<b>Unternehmensgegenstand</b>	Information, Beratung und Unterstützung der Studierenden der TU Wien bei der Gestaltung ihrer Aus- und Fortbildung im Hinblick auf ihre berufliche Tätigkeit. Vermittlung von Studierenden und Absolventen der TU Wien an Unternehmen und Organisationen. Personalrecruiting. Marketing und Werbung.			
<b>Gebahrung</b>	<b>2007<sup>1</sup></b>	<b>2008</b>	<b>2009</b>	<b>2010</b>
	in 1.000 EUR			
Umsatzerlöse	50,10	794,34	819,77	913,66
Ergebnis der gewöhnlichen Geschäftstätigkeit	1,98	36,60	- 80,36	- 37,38
Jahresüberschuss/-fehlbetrag	1,49	27,45	- 82,12	- 35,63
<i>ohne Alumnibetreuung</i>			10,99	87,97
<b>Zuschüsse</b>				
Arbeitsmarktservice	0,00	106,18	135,99	121,93
TU Wien	105,00	50,00	100,00	100,00
Sonstige	0,00	37,95	35,00	35,00
	Anzahl			
Mitarbeiterstand zum Stichtag 31. Dezember	1	12	12	12

<sup>1</sup> Rumpfwirtschaftsjahr



<b>Kenndaten der UNIPORT Karriereservice Universität Wien GmbH</b>				
<b>Eigentümer</b>	74,99 % Universität Wien, 25,01 % private Eigentümer			
<b>Unternehmensgegenstand</b>	Betreuung von Studierenden und Absolventen der Universität Wien, etwa durch Jobvermittlung, Praktikumsvermittlung und Veranstaltung von Berufsmessen. Veranstaltung von Seminaren und Eventmarketing.			
<b>Gebarung<sup>1</sup></b>	<b>2006/2007</b>	<b>2007/2008</b>	<b>2008/2009</b>	<b>2009/2010</b>
	in 1.000 EUR			
Umsatzerlöse	674,31	743,97	664,30	672,71
Ergebnis der gewöhnlichen Geschäftstätigkeit	15,58	31,97	44,19	64,14
Jahresüberschuss/-fehlbetrag	11,97	24,10	33,31	48,29
<b>Zuschüsse</b>				
Arbeitsmarktservice	109,59	132,34	157,57	148,28
Universität Wien	0,00	17,00	0,00	9,75
Sonstige	3,50	14,50	3,50	10,00
	Anzahl			
Mitarbeiterstand zum Stichtag 30. September	9	9	9	9

<sup>1</sup> abweichendes Wirtschaftsjahr zum 30. September

### **Prüfungsablauf und -gegenstand**

**1** Der RH überprüfte von Februar bis April 2011 die Gebarung der UNIPORT Karriereservice Universität Wien GmbH (UNIPORT Karriereservice GmbH) und der TU Career Center GmbH, den Berufsberatungseinrichtungen der Universität Wien bzw. der Technischen Universität Wien (TU Wien).

Ziel der Überprüfung war eine vergleichende Beurteilung der beiden Gesellschaften betreffend ihrer Strategie und der Zielerreichung sowie hinsichtlich der Gebarung und ihres Leistungsangebots.

Zu dem im August 2011 übermittelten Prüfungsergebnis nahmen die Universität Wien und die TU Career Center GmbH im November 2011, die Technische Universität Wien im Dezember 2011 Stellung. Der RH erstattete seine Gegenäußerungen im Februar 2012.

## Karrierecenter

2 (1) Die 1999 von 30 europäischen Staaten unterzeichnete Bologna-Erklärung leitete einen Prozess ein, der dazu führen sollte, bis zum Jahr 2010 einen gemeinsamen europäischen Hochschulraum zu schaffen. Ein Ziel des Bologna-Prozesses war, die Berufsqualifizierung bzw. Beschäftigungsfähigkeit der Absolventen stärker in den Fokus der Universitäten zu rücken. Diese sollten – neben der Wissensvermittlung – auch konkret auf den Arbeitsmarkt vorbereiten. Die Umsetzung des Bologna-Prozesses erfolgte in Österreich unter anderem durch das Universitätsgesetz 2002 (BGBl. I Nr. 120/2002).

(2) Die Kernaufgabe der universitären Karrierecenter als Berufsberatungseinrichtungen an den österreichischen Universitäten bestand in der Beratung und Unterstützung von Studierenden und Absolventen der jeweiligen Universität beim Einstieg in den Arbeitsmarkt. Dies geschah in der Regel durch Beratung in Form von Einzelgesprächen oder Seminaren. Weiters veranstalteten die Karrierecenter so genannte Karrieremessen, in deren Rahmen sich Unternehmen als interessante, künftige Arbeitgeber für Absolventen und Studierende präsentieren konnten und Gelegenheit hatten, erste Kontakte zu diesen zu knüpfen. Außerdem boten die Karrierecenter noch zusätzliche Leistungen wie z.B. die Personalsuche und -vermittlung für Unternehmen (Recruiting), die Vermarktung von Werbeflächen an der Universität oder die Veranstaltung von diversen Vortragsreihen an.

(3) Im Jahr 2009 gründeten acht österreichische Karrierecenter unter dem Namen Career Services Austria (CSA) eine Interessensvereinigung mit dem Ziel, sich gegenüber den Fördergebern abzustimmen, die Kontakte untereinander zu intensivieren und Erfahrungen auszutauschen. 2010 veröffentlichte die CSA den Employer Brand Report, eine Studie über die Attraktivität von Arbeitgebern bei Studierenden in Österreich. Ziel war, die Informations- und Beratungsqualität der Karrierecenter zu verbessern.

3.1 Die Gründungen der Karrierecenter an der Universität Wien im Jahr 2002 bzw. an der TU Wien im Jahr 2004 gingen auf Privatinitiativen ehemaliger Studierender zurück.

Die ursprünglich als Verein errichtete und 2007 in eine Gesellschaft mit beschränkter Haftung umgewandelte TU Career Center GmbH stand 2010 über die zwischengeschaltete TU Wien Holding GmbH zu 100 % im Eigentum der TU Wien. Zur Unterstützung der Geschäftsführung diente ein wissenschaftlicher Beirat, der sich aus Vertretern der Universität und der Wirtschaft zusammensetzte.

Die Universität Wien besaß seit 2005 an der UNIPORT Karriereservice GmbH 74,99 % der Anteile; die restlichen 25,01 % hielten zwei Privatpersonen. Laut Gesellschaftsvertrag erforderten wesentliche Beschlüsse wie bspw. die Verteilung des Bilanzgewinns, die Erteilung der Prokura oder die Genehmigung des Budgets eine  $\frac{3}{4}$ -Mehrheit in der Generalversammlung.

- 3.2** Der RH beurteilte die Einrichtung von Karrierecentern an der Universität Wien und an der TU Wien, im Sinne des Bologna-Prozesses zur Förderung der Berufsorientierung bei der universitären Ausbildung, positiv. Der RH wies darauf hin, dass bei der UNIPORT Karriereservice GmbH Mehrheitsbeschlüsse in wesentlichen Angelegenheiten durch die privaten Anteilshaber verhindert werden könnten.

Der RH empfahl der Universität Wien, entweder mittelfristig sämtliche Anteile an der UNIPORT Karriereservice GmbH zu erwerben oder eine entsprechende Änderung des Gesellschaftsvertrags anzustreben, um Mehrheitsbeschlüsse sicherzustellen. Die externe Expertise könnte ähnlich wie bei der TU Career Center GmbH über eine Beiratslösung in die Gesellschaft integriert werden.

- 3.3** *Die Universität Wien wies darauf hin, dass sie zwischenzeitlich in Gespräche mit den beiden Miteigentümern hinsichtlich Anteilsübertragung eingetreten sei.*

## Ziele und Strategien

Zielvorgaben durch die Eigentümer

- 4.1** Die Zielvorgabe der TU Wien für ihre Beteiligungen und damit auch für die TU Career Center GmbH bestand darin, die Erhaltung des eingesetzten Kapitals zu sichern. Darüber hinaus sollte die Gesellschaft mittelfristig ohne Zuschüsse auskommen.

Die Geschäftsführung der TU Career Center GmbH erstellte ein Strategiekonzept für die Jahre 2007 bis 2009. Dieses enthielt eine Definition der Kunden und des Angebots sowie eine Darstellung der nötigen Ressourcen. Wesentlichstes Ziel war die Positionierung der TU Career Center GmbH als erste und einzige Anlaufstelle für Studierende und Unternehmen in Belangen des Berufseinstiegs und des Recruitings an der TU Wien.

Das von den Eigentümernvertretern, der Geschäftsführung und dem Beirat überarbeitete Strategiekonzept 2010 bis 2013 wurde im Jahr 2010 von der Generalversammlung genehmigt. Im Wesentlichen sollte sich das Unternehmen auf die Kernbereiche Personalsuche und –vermittlung und Events konzentrieren, aber auch die Bereiche Werbung, Consulting und Alumnimanagement<sup>1</sup> beständig weiterführen. Die Vorgabe konkreter quantifizierter Ziele im Hinblick auf die zu erreichende Wirkung unterblieb.

Zusätzlich bestanden eigene Vorgaben des als Verein organisierten Verbands der Freunde und Absolventen der TU Wien (VFA) für das seit 2009 in die TU Career Center GmbH integrierte Servicecenter TUalumni, die bis 2012 die volle Finanzierung des laufenden Budgets der Alumnibetreuung aus den eigenen Erlösen vorsahen (vgl. TZ 22). Dazu sollten die Mitgliederzahlen ausgehend von 1.400 zahlenden Mitgliedern zu Beginn des Jahres 2009 um jährlich rd. 1.000 bis 1.200 ansteigen. Da diese Ziele nicht erreicht wurden, bestand die Notwendigkeit weiterer Gesellschafterzuschüsse, um den finanziellen Mehraufwand durch die Integration der Alumnibetreuung abzudecken (2009: rd. 93.000 EUR). Das verhinderte das Erreichen der zentralen Zielvorgabe, nämlich der wirtschaftlichen Eigenständigkeit der TU Career Center GmbH.

- 4.2** Der RH bemerkte positiv, dass sich die TU Career Center GmbH durch die Ausarbeitung des Strategiekonzepts 2007 bis 2009 sowie dessen Weiterentwicklung 2009 mit grundsätzlichen Fragen ihrer strategischen Ausrichtung beschäftigte. Jedoch bemängelte er, dass die TU Wien der TU Career Center GmbH keine konkreten quantifizierten Ziele vorgab. Er empfahl der TU Wien, diese Ziele festzulegen und mit Indikatoren zu versehen.
- 4.3** *Laut Stellungnahme der TU Wien übernehme die TU Career Center GmbH wichtige Aufgaben in der Betreuung der Absolventen und Absolventinnen und sei daher nicht ausschließlich unter betriebswirtschaftlichen Gesichtspunkten zu betrachten. Produkte und Dienstleistungen, die am freien Markt erbracht würden, unterlägen den üblichen Marktaspekten. Leistungen, die für die TU Wien erbracht würden, sollten durch konkrete Leistungsbestellungen aufwandsneutral verrechnet werden. Die Alumnibetreuung mache durch die Umorganisation im Rektorat eine neue strategische Ausrichtung notwendig, weshalb die bestehenden Vereinbarungen zu überdenken seien.*

---

<sup>1</sup> Der Begriff Alumnus (Latein für „Zögling“) bzw. Alumni (Plural) umfasst, im engeren Sinne, die Absolventen einer Hochschule/Universität oder, im weiteren Sinne, alle einer Hochschule/Universität verbundenen Personen. Die Betreuung der Alumni erfolgt in der Regel über private Vereine oder Einrichtungen der jeweiligen Hochschule/Universität.

4.4 Der RH wies auf die Bedeutung der Unternehmensziele im Hinblick auf eine insgesamt wirtschaftliche Ausrichtungen hin. Er erachtete daher weiterhin die Vorgabe konkreter Ziele und Indikatoren sowie die Definition der Aufgaben und der zu erzielenden Wirkungen für erforderlich.

5.1 Aus Sicht der Universität Wien stand bei der UNIPORT Karriereservice GmbH nicht die Gewinnerzielung im Vordergrund, sondern gleichermaßen der generelle Nutzen für die Universität und deren Studierende. Die Geschäftsführung sah die Aufgabe der UNIPORT Karriereservice GmbH in erster Linie darin, das Leistungsangebot der Universität Wien für Studierende zu verbessern und Unternehmen ihre Dienstleistungen anzubieten.

Zielvorgaben der Eigentümer der UNIPORT Karriereservice GmbH fehlten ebenso wie ein Strategiekonzept. Lediglich für die jährliche Geschäftsführerprämie gab es zwei quantifizierte Zielgrößen (Umsatz bzw. Ergebnis), die sich an den Budgetwerten orientierten. Die Höhe der Prämie hing aber zur Hälfte auch von nicht quantifizierten qualitativen Zielvorgaben wie Servicierungsgrad und Innovations- und Kompetenzgrad ab.

Die strategischen Vorgaben der Eigentümer waren nicht definiert und wurden auch nicht schriftlich festgehalten. Zeitweise führte zwar der Aufsichtsrat Diskussionen über die Strategie, jedoch lieferte ein 2010 von den Minderheitseigentümern angeregtes Strategiemeeting keine konkreten Ergebnisse.

5.2 Der RH bemängelte das Fehlen von konkreten, verbindlichen Zielvorgaben durch die Eigentümer der UNIPORT Karriereservice GmbH. Er empfahl der Universität Wien einen Strategieprozess einzuleiten, ein Strategiekonzept für die UNIPORT Karriereservice GmbH zu entwickeln und daraus operationalisierte Ziele abzuleiten.

5.3 *Laut Stellungnahme der Universität Wien sei die Vorgabe der Eigentümer an die UNIPORT Karriereservice GmbH, die Services zu finanzieren und auszubauen, d.h. einen Jahresgewinn von 40.000 EUR bis 50.000 EUR zu erzielen, der dann für den weiteren Serviceausbau bzw. für das Erschließen neuer Geschäftsfelder reinvestiert werden soll. Neben der klassischen Aufgabe eines Karriereservices bestehe als inhaltliche Vorgabe eine weitere Interaktionsebene in der Rückwirkung ins Studienangebot wie bspw. der Zusammenarbeit mit den Studienprogrammleitungen der Fakultäten.*

## Zielumsetzung und Steuerung der Zielerreichung

**5.4** Der RH entgegnete, dass die Vorgaben, positiv zu bilanzieren und neue Geschäftsfelder zu erschließen, für eine umfassende Unternehmensstrategie zu wenig konkretisierte Inhalte für die operative Umsetzung darstellten. Er vertrat daher weiterhin die Ansicht, dass die Eigentümer der UNIPORT Karriereservice GmbH ein Strategiekonzept erstellen und entsprechend quantifizierte Ziele v.a. betreffend die mit der Leistungserbringung zu erzielenden Wirkungen vorgeben sollten.

**6.1** (1) Die TU Career Center GmbH versuchte, durch den Auf- und Ausbau weiterer Geschäftsbereiche (z.B. Übernahme der Vermarktung von Werbeflächen an der TU Wien, On-Campus Events<sup>2</sup>) die Ertragslage zu verbessern und dadurch das Ziel der Kapitalerhaltung zu erreichen. Allerdings verschlechterte sich 2009 durch die Integration des Servicecenters TUalumni in die Gesellschaft deren finanzielle Lage. Weiters musste die TU Career Center GmbH laut Vereinbarung mit der TU Wien von den Erträgen aus oben genannten Werbeleistungen (abzüglich des Wareneinsatzes) eine Eigentümerprovision in Höhe von 60 % an die TU Wien leisten (2010: rd. 30.000 EUR).

(2) Ein striktes Kostenmanagement sowie, seit Herbst 2010, der Ausbau der Personalsuche und -vermittlung für Unternehmen diente der Geschäftsführung der UNIPORT Karriereservice GmbH zur Sicherung eines positiven Geschäftsergebnisses. Da konkrete Zielvorgaben der Eigentümer für einzelne Geschäftsbereiche fehlten, oblag der Geschäftsführung die Verantwortung für die künftige Ausrichtung der Gesellschaft.

**6.2** Der RH hielt fest, dass bei der TU Career Center GmbH die von der TU Wien übertragenen Zusatzaufgaben für die Alumnibetreuung und die Verpflichtung zur Leistung der Eigentümerprovision die Umsetzung der finanziellen Ziele erschwerten.

**7.1** (1) In der Kostenrechnung der TU Career Center GmbH wurden die Aufwendungen nur zum Teil auf die einzelnen Kostenstellen umgelegt. Sie war deshalb zur Steuerung nur eingeschränkt einsetzbar. Im Wesentlichen diente daher das Budget als wichtigstes Steuerungsinstrument. Zwischen der TU Holding GmbH und der Geschäftsführung der TU Career Center GmbH fanden in der Regel einmal im Quartal Budgetbesprechungen statt. Diese hatten den Zweck, den Status des Budgetvollzugs zu erheben. Ein formalisiertes Controlling zur Steuerung der

<sup>2</sup> Veranstaltungen von Firmen oder Organisationen am Gelände der Universität

Zielerreichung existierte nicht. Die Erstellung standardisierter Berichte unterblieb.

(2) Die Kostenrechnung der UNIPORT Karriereservice GmbH bestand aus einer Deckungsbeitragsrechnung. Etwa ein Drittel bis die Hälfte der Kosten konnten keiner Kostenstelle zugeteilt werden und verblieben auf einer als Umlage bezeichneten Kostenposition. Die Budgetentwicklung wurde im Aufsichtsrat besprochen. Ein Controlling mit Kennzahlen fehlte ebenso wie ein regelmäßiges, standardisiertes Berichtswesen an die Eigentümer.

**7.2** Der RH stellte fest, dass bei beiden Gesellschaften der Erfolg der einzelnen Geschäftsfelder aufgrund der geringen Aussagekraft der Kostenrechnung nicht exakt ermittelt werden konnte. Er empfahl der Universität Wien und der TU Wien, ein adäquates, auf Kennzahlen basierendes Controlling zu implementieren und ein standardisiertes Berichtswesen für ihre Beteiligungen einzuführen. Der TU Career Center GmbH empfahl er, eine Deckungsbeitragsrechnung unter Berücksichtigung sämtlicher Aufwendungen einzurichten und daraus die Ergebnisbeiträge der einzelnen Geschäftsbereiche zu ermitteln. Der RH empfahl der UNIPORT Karriereservice GmbH, die Kosten den einzelnen Kostenstellen verursachungsgerecht zuzuordnen und die Position Umlage entsprechend zu reduzieren.

**7.3** *Laut Stellungnahme der TU Wien werde an einem standardisierten Berichtswesen für alle Beteiligungen der TU Wien gearbeitet.*

*Die TU Career Center GmbH teilte mit, dass eine Kostenstellenrechnung und ein formalisiertes Controlling installiert wurden und seither fixer Bestandteil der Unternehmenssteuerung seien. Es gäbe für jeden Geschäftsbereich eine Deckungsbeitragsrechnung und es könnten nun alle Ergebnisse einzeln ermittelt werden.*

## Wirtschaftliche Lage

### Umsatzerlöse

**8.1** Die TU Career Center GmbH und die UNIPORT Karriereservice GmbH waren kleine Kapitalgesellschaften im Sinne des § 221 Unternehmensgesetzbuch.<sup>3</sup> Die UNIPORT Karriereservice GmbH hatte ein vom Kalenderjahr abweichendes Wirtschaftsjahr und bilanzierte jeweils zum 30. September eines Kalenderjahres. Die folgende Tabelle stellt

<sup>3</sup> Kleine Kapitalgesellschaften sind solche, die mindestens zwei der drei folgenden Merkmale nicht überschreiten: 4,84 Mill. EUR Bilanzsumme, 9,68 Mill. EUR Umsatzerlöse und im Jahresschnitt 50 Arbeitnehmer. Kleine Kapitalgesellschaften haben nur eingeschränkte Offenlegungspflichten.



## Wirtschaftliche Lage

den Gesamtumsatz aufgegliedert nach den Geschäftsfeldern für die Jahre 2008 bis 2010 dar:

<b>Tabelle 1: Umsatzerlöse 2008 bis 2010</b>						
<b>Umsatzerlöse TU Career Center GmbH</b>						
	2008		2009		2010	
	in 1.000 EUR	in %	in 1.000 EUR	in %	in 1.000 EUR	in %
Messen	271,51	34	328,85	40	316,73	35
Personalmarketing und Events	109,28	14	106,08	13	111,68	12
Recruiting und Stelleninserate	207,76	26	143,62	18	192,62	21
Werbung	149,99	19	155,78	19	219,00	24
Sonstige	55,80	7	85,44	10	73,63	8
<b>Umsatzerlöse Gesamt</b>	<b>794,34</b>	<b>100</b>	<b>819,77</b>	<b>100</b>	<b>913,66</b>	<b>100</b>
<b>Umsatzerlöse UNIPORT Karriereservice GmbH</b>						
	2007/2008		2008/2009		2009/2010	
	in 1.000 EUR	in %	in 1.000 EUR	in %	in 1.000 EUR	in %
Messen	436,32	59	408,54	62	444,35	66
Personalmarketing und Broschüren	232,22	31	181,89	27	195,83	29
Recruiting	38,53	5	26,14	4	19,20	3
Sonstige	36,90	5	47,73	7	13,33	2
<b>Umsatzerlöse Gesamt</b>	<b>743,97</b>	<b>100</b>	<b>664,30</b>	<b>100</b>	<b>672,71</b>	<b>100</b>

Quelle: Wirtschaftsprüfungsberichte, RH

Beide Gesellschaften engagierten sich in ähnlichen Geschäftsbereichen, diese trugen jedoch in unterschiedlichem Ausmaß zur Umsatzerzielung bei. Nahezu der gesamte Umsatz der UNIPORT Karriereservice GmbH entfiel auf die zwei Bereiche Messen und Personalmarketing.<sup>4</sup> Bei der TU Career Center GmbH trugen darüber hinaus auch die Personalsuche und -vermittlung (Recruiting) sowie die Vermarktung von Werbeflächen (Werbung) wesentlich zum Umsatz bei.

<sup>4</sup> Personalmarketing überträgt den Marketinggedanken auf den Personalbereich. Insbesondere sind davon die Personalmarktforschung, die Mitarbeiterbetreuung sowie die Personalgewinnung betroffen. Personalmarketing an der Universität bedeutet, Veranstaltungen mit Firmen durchzuführen und diese als attraktive Arbeitgeber darzustellen (Employer Branding).



8.2 Der RH bemängelte die Konzentration der UNIPOINT Karriereservice GmbH auf lediglich zwei Geschäftsbereiche. Dies machte das Unternehmen anfälliger für konjunkturelle Schwankungen und schränkte die Möglichkeiten ein, zusätzliche Erlöse zu lukrieren.

Betriebliche  
Aufwendungen

9.1 Die betrieblichen Aufwendungen entwickelten sich folgendermaßen:

<b>Tabelle 2: Betriebliche Aufwendungen</b>			
<b>TU Career Center GmbH</b>	<b>2008</b>	<b>2009</b>	<b>2010</b>
	in 1.000 EUR		
Personalaufwand	358,91	470,25	481,05
Abschreibungen	13,52	21,73	28,24
Materialaufwand	0,00	80,04	172,66
sonstige betriebliche Aufwendungen	530,36	505,77	410,05
<b>Summe</b>	<b>902,79</b>	<b>1.077,79<sup>2</sup></b>	<b>1.092,00<sup>2</sup></b>
<b>UNIPOINT Karriereservice GmbH</b>	<b>2007/2008</b>	<b>2008/2009</b>	<b>2009/2010</b>
	in 1.000 EUR		
Personalaufwand	422,63	424,21	427,29
Abschreibungen	25,85	19,02	11,60
Materialaufwand	169,36	129,10	141,17
sonstige betriebliche Aufwendungen	262,41 <sup>1</sup>	215,14	201,40
<b>Summe</b>	<b>880,25</b>	<b>787,47</b>	<b>781,46</b>

<sup>1</sup> inklusive rd. 55.000 EUR einmalige Kosten für Erstellung einer Absolventenstudie und eines Arbeitsmarktführers

<sup>2</sup> inklusive betriebliche Aufwendungen für die Alumnibetreuung (siehe TZ 22) ab 2009

Quelle: Wirtschaftsprüfungsberichte

9.2 Bei der TU Career Center GmbH erhöhten sich die betrieblichen Aufwendungen insbesondere wegen der Übernahme der Alumnibetreuung ab dem Jahr 2009 (siehe TZ 22).

## Wirtschaftliche Lage

Ergebnis der gewöhnlichen Geschäftstätigkeit

**10.1** Die folgende Tabelle zeigt das Ergebnis der gewöhnlichen Geschäftstätigkeit von 2008 bis 2010 (bei der UNIPORT Karriereservice GmbH jeweils zum 30. September):

<b>Tabelle 3: Ergebnis der gewöhnlichen Geschäftstätigkeit 2008 bis 2010</b>			
	<b>2008</b>	<b>2009</b>	<b>2010</b>
	in EUR		
TU Career Center GmbH	36.596	- 80.359	- 37.379
UNIPORT Karriereservice GmbH	31.971	44.190	64.138

Quelle: Wirtschaftsprüfungsberichte TU Career Center GmbH bzw. UNIPORT Karriereservice GmbH

Bei der TU Career Center GmbH entwickelte sich das EGT seit 2009 vor allem wegen der Übernahme der Alumnibetreuung negativ, weil die laufenden Aufwendungen für das Servicecenter TUalumni von der TU Career Center GmbH vorzufinanzieren waren (siehe TZ 22). Die Universität Wien stellte der UNIPORT Karriereservice GmbH die Büroräumlichkeiten inklusive Einrichtung kostenlos zur Verfügung. Im Unterschied dazu trug die TU Career Center GmbH die Aufwendungen für die Büromiete und die Betriebskosten sowie für die Infrastruktur selbst (rd. 40.000 EUR bis 50.000 EUR p.a.). Die TU Wien leistete zur Verlustabdeckung jährlich einen Gesellschafterzuschuss an die TU Career Center GmbH (zwischen 50.000 EUR und 105.000 EUR p.a.). Die UNIPORT Karriereservice GmbH erhielt von der Universität Wien keine Gesellschafterzuschüsse.

**10.2** Der RH hielt fest, dass aufgrund der unterschiedlichen Kostenstruktur die EGT der überprüften Unternehmen nur eingeschränkt vergleichbar waren.

## Personal

Personaladministration

**11.1** (1) Bei der TU Career Center GmbH lag der Personalstand Ende 2010 bei zwölf Personen inklusive einer Geschäftsführerin mit einer gemeinsamen wöchentlichen Normalarbeitszeit von 415 Stunden (rd. 10,38 VZÄ). Zusätzlich beschäftigte das Unternehmen während des Jahres freie Dienstnehmer in geringem Ausmaß. Der gesamte Personalaufwand betrug 481.050 EUR.

Im Jahr 2010 wurden Prämien in Höhe von insgesamt rd. 11.770 EUR an die Geschäftsführerin und eine Mitarbeiterin ausbezahlt. Die nur für die Geschäftsführerin und nicht für die Mitarbeiter existierende Prämienregelung legte für die Höhe der Prämie das Erreichen der vereinbarten Umsatz- und Ergebnisvorgaben fest. Diese lagen deutlich unter den tatsächlichen Werten der Vorjahre. So lag das um die Alumnibetreuung bereinigte Ergebnis im Jahr 2010 (+ 87.970 EUR) um 673 % über dem Vorgabewert.

Die Personalakten waren teilweise unvollständig (z.B. fehlende Dienstverträge, keine Stellenbeschreibungen etc.).

(2) Der Personalstand der UNIPORT Karriereservice GmbH umfasste Ende 2010 neun Personen inklusive eines Geschäftsführers mit einer gemeinsamen wöchentlichen Normalarbeitszeit von 305 Stunden (rd. 7,63 VZÄ), die innerhalb des Jahres ebenfalls von freien Dienstnehmern in geringem Ausmaß unterstützt wurden. Der gesamte Personalaufwand betrug 427.291 EUR.

Im Jahr 2010 wurden an den Geschäftsführer und drei weitere Bedienstete insgesamt 11.565 EUR an Prämien und Bilanzgeld ausbezahlt. Eine Prämienvereinbarung gab es nur für den Geschäftsführer und nicht für die Mitarbeiter.

Das Unternehmen verfügte über keine Personalakten. Aktenstücke, die das Personal betrafen, befanden sich nach Jahren sortiert in Ordnern.

**11.2** Der RH bemängelte bei beiden Gesellschaften die fehlende systematische Ablage der Personalunterlagen und die unvollständigen schriftlichen Aufzeichnungen. Bei der TU Career Center GmbH schien ihm die niedrige Ergebnisvorgabe für die Bemessung der Prämie für die Geschäftsführung nur wenig ambitioniert. Er wies darauf hin, dass Ziele, die sicher erreicht oder sogar übererreichbar werden können, kaum motivierend wirken. Der RH empfahl der TU Career Center GmbH und der UNIPORT Karriereservice GmbH, vollständige Personalakten mit sämtlichen das Dienstverhältnis jedes Mitarbeiters betreffenden Unterlagen zu führen. Prämienzahlungen an die Mitarbeiter sollten im Vorhinein schriftlich festgelegt werden. Weiters empfahl er der TU Career Center GmbH, in der Prämienvereinbarung mit der Geschäftsführerin adäquate realistische Ziele vorzugeben.

**11.3** *Laut Stellungnahme der Universität Wien lägen für alle Mitarbeiter Dienstverträge und Stellenbeschreibungen vor.*

Die TU Career Center GmbH teilte mit, dass die Personalakten vervollständigt wurden und nun den Empfehlungen des RH entsprechen. Eine Prämienregelung mit festgesetzten quantitativen und qualitativen Zielen für alle Mitarbeiter und Mitarbeiterinnen würde ab dem Geschäftsjahr 2012 Anwendung finden.

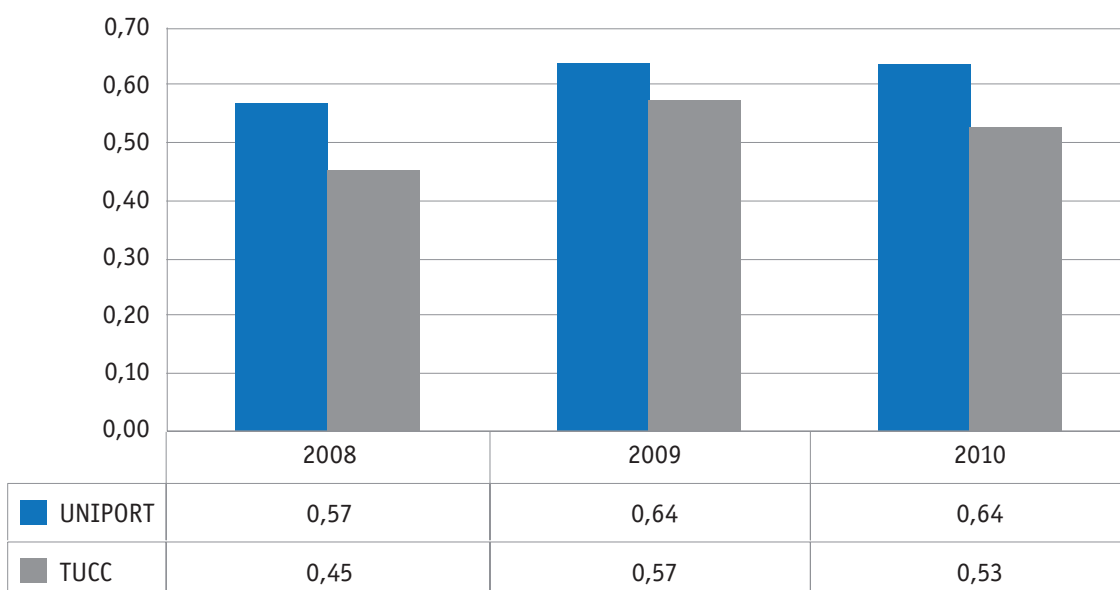
**11.4** Der RH entgegnete der Universität Wien, dass Personalakten ein lückenloses Bild über die jeweiligen personalrelevanten Angelegenheiten der einzelnen Mitarbeiter vermitteln sollten. Sie sollten daher bspw. auch Bewerbungsunterlagen, Angaben zu Einstufung und Gehaltsentwicklung sowie Prämien- und Zielvereinbarungen enthalten. Der RH hielt daher seine Empfehlung zur Führung vollständiger Personalakten aufrecht.

Personalaufwand im Verhältnis zu Umsatzerlösen

**12.1** Die Kennzahl Personalintensität, die sich aus dem Verhältnis von Personalaufwand zu Umsatzerlösen errechnete, war ein Maßstab für die Wirtschaftlichkeit des Personaleinsatzes. Je kleiner diese Kennzahl war, desto rentabler wurde das Personal eingesetzt. Die folgende Abbildung stellt die Personalkosten den Umsatzerlösen gegenüber:

Abbildung 1:

Personalintensität 2008 bis 2010



Quelle: RH

- 12.2** Der RH stellte fest, dass bei der TU Career Center GmbH die Personalintensität zwischen 0,45 und 0,57 und bei der UNIPORT Karriereservice GmbH zwischen 0,57 und 0,64 lag. Der Einsatz des Personals erfolgte im Durchschnitt bei der TU Career Center GmbH etwas effizienter als bei der UNIPORT Karriereservice GmbH.
- 12.3** *Die Universität Wien führte dazu aus, dass aufgrund der Heterogenität des Studienangebots an der Universität Wien die UNIPORT Karriereservice GmbH viel stärker darauf ausgerichtet sei, zielgruppenorientierte Bedürfnisse zu erfüllen als die TU Career Center GmbH. Die UNIPORT Karriereservice GmbH sei somit angehalten, auch Non-Profit-Formate anzubieten, was die Kennzahl maßgeblich relativiere.*
- 12.4** Der RH entgegnete, dass seiner Ansicht nach kein wesentlicher Unterschied in den Tätigkeiten der beiden von ihm überprüften Berufsberatungseinrichtungen bestand und die größere Heterogenität des Studienangebots an der Universität Wien keinen Einfluss auf diese Kennzahl hatte. Sowohl die TU Career Center GmbH als auch die UNIPORT Karriereservice GmbH boten Dienstleistungen an, die keine oder nur geringe Erträge erbrachten.

**Standorte**

- 13.1** Die TU Career Center GmbH und die UNIPORT Karriereservice GmbH waren örtlich von der jeweiligen Universität getrennt. Die Büroräumlichkeiten beider Unternehmen verfügten weder über geeignete Einzelzimmer zur Beratung noch entsprachen sie dem Standard der Barrierefreiheit, weil sie sich in Gebäuden ohne Aufzug befanden und nur über enge Wendeltreppen erreicht werden konnten. Der § 2 Z 11 Universitätsgesetz 2002 normierte als einen der leitenden Grundsätze der Universitäten die besondere Berücksichtigung der Erfordernisse von behinderten Menschen. Die Standorte erforderten zusätzliche Maßnahmen (z.B. einen Stand an der Universität), um die Karrierecenter bei Studierenden als Beratungsinstitution der jeweiligen Universitäten bekannter zu machen.
- 13.2** Aus Sicht des RH war weder der Standort der TU Career Center GmbH noch jener der UNIPORT Karriereservice GmbH geeignet, um sich als Beratungseinrichtung für Studierende bzw. Absolventen zu etablieren. Die Büroräumlichkeiten waren für Beratungen und Veranstaltungen ungeeignet. Sie entsprachen auch nicht den Erfordernissen des Universitätsgesetzes 2002. Der RH empfahl der Universität Wien und der TU Wien, die Karrierecenter an einem möglichst universitätsnahen, für die Aufgabenerfüllung zweckmäßigen Standort unterzubringen, um die Präsenz der Karrierecenter an den Universitäten zu erhöhen und deren Tätigkeit verstärkt in das Blickfeld der Studierenden zu rücken.

**13.3** Die TU Wien teilte mit, dass die Suche nach einem adäquaten und barrierefrei zu erreichenden Standort für die TU Career Center GmbH bereits seit einigen Jahren laufe und in Kürze einer positiven Lösung zugeführt werden soll.

## Leistungen für die Universitäten

**14.1** An der TU Wien waren 2011 rd. 5.000 Mitarbeiter beschäftigt. Die TU Wien erstellte in den Jahren 2008/2009 ein Personalentwicklungskonzept mit Angeboten für Aus- und Weiterbildung, Förderung und Teamentwicklung. Auch ein spezifisches Coaching für Mitarbeiter der TU Wien war darin vorgesehen.

Die Universität Wien beschäftigte als größte Universität in Österreich 2011 rd. 8.900 Mitarbeiter. Die interne Personalentwicklung konzipierte Schulungs-, Förder- und Ausbildungsprogramme.

Die Rekrutierung des Personals erfolgte bei der Universität Wien bzw. bei der TU Wien durch die jeweilige Personalabteilung bzw. die einzelnen Institute. Keine der beiden Universitäten nahm bei der Rekrutierung die Dienstleistungen ihres jeweiligen Karrierecenters in Anspruch.

Die Karrierecenter verfügten über umfangreiches Wissen hinsichtlich der Arbeitsmarktlage und der von den Unternehmen erwarteten Kenntnisse der Absolventen. Ein institutionalisierter Wissenstransfer zu den Personen und Institutionen, die für die Gestaltung der Ausbildungsinhalte an der Universität zuständig waren, unterblieb. Dadurch wurden die Erfahrungen und der Wissensgewinn zur Erfüllung des Bologna-Prozesses im Hinblick auf die Beschäftigungsfähigkeit ihrer Absolventen von beiden Universitäten nicht umfassend genützt. Von den Universitäten gab es keine Überlegungen, die Karrierecenter, bspw. durch Vorträge über die Berufsaussichten einzelner Studienrichtungen, in die Gestaltung der ab 2012 vorgesehenen Studienberatung neu<sup>5</sup> einzubinden.

**14.2** Der RH stellte kritisch fest, dass die beiden Universitäten die Kenntnisse der Karrierecenter hinsichtlich des Arbeitsmarktes weder bei der Ausarbeitung der Ausbildungsinhalte der Studienpläne noch bei der eigenen Personalsuche in Anspruch nahmen und daher potenzielle Synergieeffekte nicht nutzen konnten. Der RH empfahl der TU Wien und der Universität Wien, das spezifische Know-how der TU Career Center GmbH bzw. der UNIPORT Karriereservice GmbH stärker zu nutzen.

<sup>5</sup> In der Novelle des UG vom 1. März 2011 wurde bestimmt, dass künftig alle angehenden Studierenden eine verpflichtende Studienberatung absolvieren müssen. Im Entwurf zur Novelle 2012 wurde der Zeitpunkt der Einführung auf 2015 verschoben. Bis dahin kann die Studienberatung auf freiwilliger Basis erfolgen.

Weiters könnten diese beauftragt werden, z.B. durch Vorträge, in der Studienberatung künftige Studierende über ihre Chancen am Arbeitsmarkt zu informieren.

- 14.3** *Laut Stellungnahme der Universität Wien führe die UNIPORT Karriereservice GmbH in Kooperation mit der Universität periodisch eine Studie über Erwerbsverläufe von Absolventen und Absolventinnen durch, deren Ergebnisse auch für die inneruniversitäre Qualitätssicherung und Curricularentwicklung herangezogen würden. Auch bestünden zwischen der UNIPORT Karriereservice GmbH und ausgewählten Fakultäten intensivere Kooperationen, bei denen ein regelmäßiger Austausch von Arbeitsmarktexpertise stattfände.*

*Laut Mitteilung der TU Wien gebe es seit Oktober 2011 ein eigenes Vizerektorat für Personal. Dieses stehe bereits in engem Kontakt zur TU Career Center GmbH, um über mögliche Synergieeffekte zu sprechen und die Zusammenarbeit in den Bereichen Recruiting und Personalentwicklung zu intensivieren.*

- 14.4** Ungeachtet der Stellungnahme der Universität Wien hielt der RH seine Empfehlung aufrecht, das spezifische Know-how der Karrierecenter stärker zu nutzen.

## Leistungen für Studierende und Unternehmen

### Beratungsleistungen

- 15** Die Berufs- und Karriereberatung zu den Themen Lebenslauf, Bewerbung und Berufsorientierung sowie Soft Skills<sup>6</sup> stellte die Kernaufgabe der Karrierecenter dar. Die TU Career Center GmbH bot diese Leistung für Studierende und Absolventen technischer Studienrichtungen von Universitäten, Fachhochschulen, Höheren Technischen Bundeslehranstalten und für Personen mit einer Ausbildung im technischen Bereich an. Bei der UNIPORT Karriereservice GmbH beschränkte sich die Beratung auf Studierende und Absolventen der Universität Wien, anderer Universitäten und Fachhochschulen mit bis zu maximal zehn Jahren Berufserfahrung.
- 16.1** (1) Die TU Career Center GmbH bot Einzelberatung sowie Gruppenberatung in Form von Workshops und Seminaren für bis zu zwölf Personen an. Das Angebot umfasste aber auch Individualcoaching wie bspw. die Hilfestellung für positives Auftreten oder Motivationsstei-

<sup>6</sup> Soft Skills sind alle Kompetenzen, die neben der reinen Fachkompetenz den beruflichen und privaten Erfolg bestimmen. Dazu zählen bspw. Präsentations-, Verhandlungs- und Moderationstechniken.

gerung. Während die Einzelberatung ein bis zwei Termine erforderte, nahm das Individualcoaching bis zu fünf Sitzungen in Anspruch. Die Wartezeiten für die Einzelberatung betragen drei bis sechs Wochen.

(2) Die UNIPORT Karriereservice GmbH führte Einzelberatungen durch und bot auch Seminare bei Kursinstituten an. Ab 2011 hielten die Berater der UNIPORT Karriereservice GmbH zusätzlich Vortragsveranstaltungen an der Universität, z.B. zum Thema Lebenslauf. Damit konnte mit geringerem Personaleinsatz eine größere Anzahl an Personen gegenüber Einzelberatungen erreicht werden. Die Einzelberatungen dienten in erster Linie dazu, die individuellen Kompetenzen abzuklären und Möglichkeiten am Arbeitsmarkt aufzuzeigen. Die Wartezeit betrug ein bis zwei Wochen.

**16.2** Der RH wies auf die hohe Zeitintensität des Individualcoachings der TU Career Center GmbH hin. Er empfahl dieser ähnlich wie die UNIPORT Karriereservice GmbH an der Universität Wien Beratungsleistungen in Form von Vortragsveranstaltungen an der TU Wien anzubieten, um mit geringem Ressourceneinsatz einen größeren Personenkreis zu erreichen. Der RH empfahl der UNIPORT Karriereservice GmbH, bei der Beratungsleistung das effiziente Modell der Vortragsveranstaltungen an der Universität weiter auszubauen.

**16.3** *Laut Stellungnahme der TU Career Center GmbH habe diese 2008 eine Lehrveranstaltung zum Thema „Employability“ angeboten, die danach von der TU Wien nicht mehr angeboten worden sei und aus Ressourcen Gründen derzeit von der TU Career Center GmbH nicht weiter durchgeführt werden könne.*

**16.4** Der RH entgegnete der TU Career Center GmbH, dass auch bei den Beratungsleistungen stets der Wirtschaftlichkeitsaspekt zu beachten sei. Der RH verblieb daher bei seiner Empfehlung, Beratungsleistungen über Vortragsveranstaltungen an der TU Wien anzubieten.

**17.1** (1) Die direkt erzielten Erträge des Beratungsbereichs waren gering, weil die Entgelte für die Beratungen je nachdem, ob es sich um Studenten bzw. Absolventen der jeweiligen Universität oder um anderweitige Personen handelte, sozial gestaffelt und in der Regel nicht kostendeckend waren. Daher stammte der Großteil der Erträge bei den Beratungsleistungen aus einer jährlich neu mit dem AMS zu vereinbarenden Förderung. Diese deckte im Wesentlichen die Personal- und Sachkosten des Beratungsbereichs ab, jedoch hatten die Karrierecenter dafür eine Mindestanzahl von AMS-Kunden zu beraten. Sowohl die



TU Career Center GmbH als auch die UNIPOINT Karriereservice GmbH sollten jährlich 300 AMS-Kunden beraten.

Insbesondere für nicht beim AMS vorgemerkte Personen gaben weder die Universität Wien noch die TU Wien den Karrierecentern konkrete Zielvorgaben über den Umfang und die Art der Beratungsleistungen vor.

(2) Bei der TU Career Center GmbH betrug die AMS-Förderung im Jahr 2010 rd. 122.000 EUR. In diesem Zeitraum wurden insgesamt 694 Personen beraten, davon 113 AMS-Kunden. Aufgrund der geringen Arbeitslosigkeit von Absolventen technischer Studienrichtungen war die Nachfrage nach Beratung in diesem Bereich gering. Daher erreichte die TU Career Center GmbH weder im Jahr 2010 noch in den Vorjahren die vereinbarte Anzahl an zu beratenden AMS-Kunden. In Folge verringerte das AMS 2011 die Förderung auf rd. 54.000 EUR. Die TU Career Center GmbH reduzierte daher ab 2011 die Anzahl der Mitarbeiter im Beratungsbereich von zwei auf einen.

(3) Im Jahr 2010 betrug die AMS-Förderung bei der UNIPOINT Karriereservice GmbH rd. 148.000 EUR. In diesem Zeitraum wurden insgesamt 912 Personen beraten, davon 555 AMS-Kunden. Das Fördervolumen blieb für das Jahr 2011 nahezu unverändert.

**17.2** Der RH hielt fest, dass es sich bei den Beratungsleistungen um eine Kernaufgabe der Karrierecenter handelte und bemängelte das Fehlen konkreter Zielvorgaben durch die Eigentümer. Er empfahl der Universität Wien und der TU Wien, konkrete Zielvorgaben für den gesamten Beratungsbereich (mit und ohne AMS-Vormerkung) festzulegen und dessen Finanzierung sicherzustellen.

**17.3** *Die TU Wien teilte mit, dass für sie die Beratung ebenfalls eine Kernaufgabe der TU Career Center GmbH sei, die für alle Studierenden, Absolventen und Absolventinnen zugänglich sein sollte und sie verpflichtete sich, deren Finanzierung sicherzustellen.*

Personalsuche und  
-vermittlung

**18.1** (1) Das Angebot für Unternehmen im Bereich der Personalsuche reichte bei der TU Career Center GmbH von der Schaltung von Inseraten bis zur umfassenden Vorauswahl (Recruiting). Die TU Career Center GmbH bot auch ein High Potential Programm an, in dessen Rahmen Partnerunternehmen besonders begabte Studierende kennenlernen konnten. Bei Recruitingaufträgen musste das Unternehmen eine Pauschale von 1.390 EUR bezahlen, für eine erfolgreiche Vermittlung 15 % des Jahres-

bruttogehalts. Mit der Durchführung des Recruitings waren zwei Mitarbeiter betraut.

<b>Tabelle 4: Aufträge, Vermittlungen und Umsatzerlöse der TU Career Center GmbH 2008 bis 2010</b>				
	2008	2009	2010	2011 <sup>1</sup>
	Anzahl			
Aufträge	29	10	10	11
Vermittlungen	11	6	8	3
	in EUR			
Erlöse	62.693	32.556	55.382	14.958

<sup>1</sup> Stand Ende März 2011

Quelle: TU Career Center GmbH

(2) Die UNIPORT Karriereservice GmbH bot im Bereich der Personalsuche für Unternehmen die Möglichkeit von Inseratschaltungen an. Im Rahmen der Karrieremesse Success bestand anlässlich einer so genannten „Recruiters Night“ für Unternehmen die Möglichkeit, von der UNIPORT Karriereservice GmbH vorausgewählte Studierende zu rekrutieren. Besonders begabte Studierende konnten in einem High Potential Programm an spezifischen Projekten für Unternehmen mitarbeiten.

Der Bereich des Recruitings war vor dem Herbst 2010 kein eigenes Geschäftsfeld; die erfolgten Vermittlungen entstanden als Nebenprodukt der Beratungsleistungen. Ein im September 2010 eingestellter Mitarbeiter sollte dieses Geschäftsfeld aufbauen. Im Zeitraum September 2010 bis April 2011 kontaktierte er ca. 50 Firmen und vermittelte zwölf Personen. Mit Abschluss einer Vermittlung fielen 12 % des Jahresbruttogehalts, bei einem Folgeauftrag 15 % des Jahresbruttogehalts als Erfolgshonorar an.

<b>Tabelle 5: Vermittlungen und Umsatzerlöse der UNIPORT Karriereservice GmbH 2007/2008 bis 2010/2011</b>				
	2007/2008	2008/2009	2009/2010	2010/2011 <sup>1</sup>
	Anzahl			
Vermittlungen	15	12	2	12
	in EUR			
Erlöse	38.531	26.144	19.201	26.538

<sup>1</sup> Stand Ende März 2011

Quelle: UNIPORT Karriereservice GmbH

Die UNIPORT Karriereservice GmbH führte keine Aufzeichnungen darüber, wie viele Beauftragungen durch Unternehmen den erfolgreichen Vermittlungen zugrunde lagen.

- 18.2** Der RH wies auf das Ertragspotenzial des noch wenig ausgebauten Geschäftsbereichs Recruiting hin. Er empfahl der TU Career Center GmbH, dieses Geschäftsfeld verstärkt zu bearbeiten. Dadurch könnte die wirtschaftliche Lage der TU Career Center GmbH verbessert und ein Beitrag zur Finanzierung der Beratungsleistungen für Studierende und Absolventen geleistet werden. Er empfahl der UNIPORT Karriereservice GmbH, dem Bereich der Personalsuche für Unternehmen aufgrund des wirtschaftlichen Potenzials größere Bedeutung beizumessen.

#### Karrieremessen

- 19.1** (1) Die TU Career Center GmbH veranstaltete jährlich im Frühjahr an der TU Wien die eintägige Karrieremesse „TU Day“. 2010 erwirtschaftete sie mit der Veranstaltung dieser Messe rd. 35 % ihrer Umsatzerlöse. Weiters beteiligte sich die TU Career Center GmbH an der „Career Calling“, der gemeinsamen Karrieremesse der Wirtschaftsuniversität Wien, der Universität für Bodenkultur Wien und der TU Wien, die jährlich im November im Austria Center Vienna stattfand. Beide Messen erzielten in den Jahren 2008 bis 2010 einen positiven jährlichen Deckungsbeitrag von durchschnittlich rd. 126.000 EUR.

(2) Die UNIPORT Karriereservice GmbH veranstaltete die jeweils eintägigen Messen „Success“ am Wiener Juridicum, „Uni-Success“ im Hauptgebäude der Universität Wien und „Excellence“ an der Karl-Franzens-Universität in Graz. Weiters bot sie mit der „LLM-Night“ eine Informationsveranstaltung über postgraduale Zusatzqualifikationen für Juristen am Juridicum in Wien an. Im Jahr 2010 nahmen jeweils 55 Aussteller an der Success und der Uni-Success bzw. 36 Aussteller an der Excellence teil. Die UNIPORT Karriereservice GmbH erwirtschaftete mit der Veranstaltung dieser Messen im Wirtschaftsjahr 2009/2010 rd. 66 % ihrer Umsatzerlöse und einen positiven Deckungsbeitrag in Höhe von rd. 130.000 EUR.

Der Vertrag über die Durchführung der Excellence in Graz musste jährlich mit der Universität Graz neu verhandelt werden. Die Durchführung der Veranstaltung war zwar für das Jahr 2011 gesichert, deren Fortführung schien aber wegen der Gründung eines eigenen Karrierecenters an der Universität Graz für die Zukunft gefährdet.

Leistungen für Studierende und Unternehmen

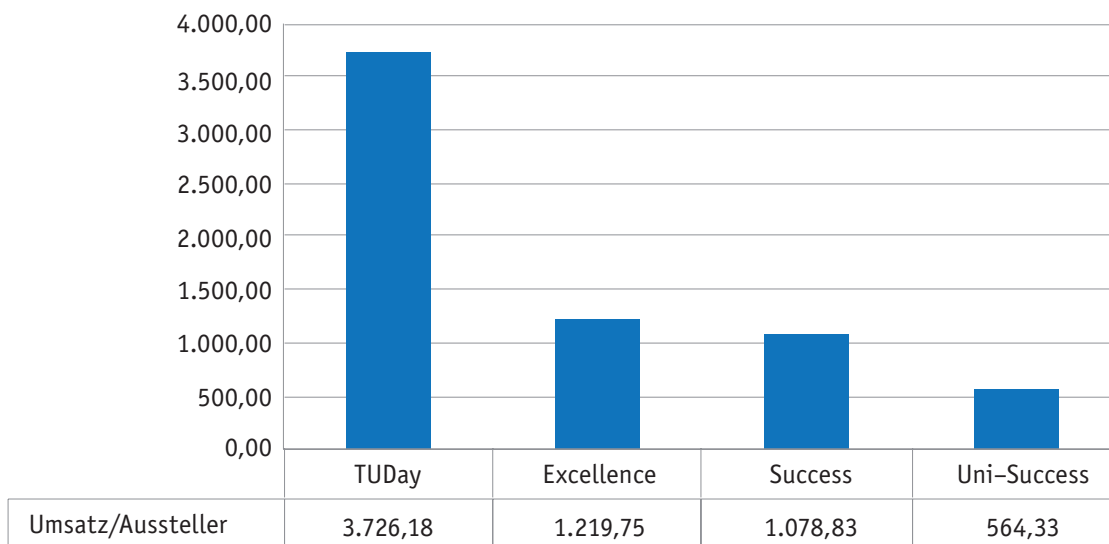
**19.2** Der RH verwies auf die wirtschaftliche Bedeutung der Messen für beide Unternehmen. Er empfahl der TU Career Center GmbH und der UNIPOINT Karriereservice GmbH, nach Bedarfsermittlung bei den einzelnen Messen, allenfalls eine zeitliche Ausdehnung auf zwei Tage in Erwägung zu ziehen und die Möglichkeit für höhere Standgebühren auszuschöpfen. Der UNIPOINT Karriereservice GmbH empfahl der RH, mit der Universität Graz eine langfristige Vereinbarung über die Durchführung der Excellence anzustreben.

**19.3** Laut Stellungnahme der TU Career Center GmbH sei bereits mehrmals die Verlängerung der Messe auf zwei Tage erwogen, jedoch aufgrund der wirtschaftlichen Lage nicht umgesetzt worden.

Erfolg der Karrieremessen

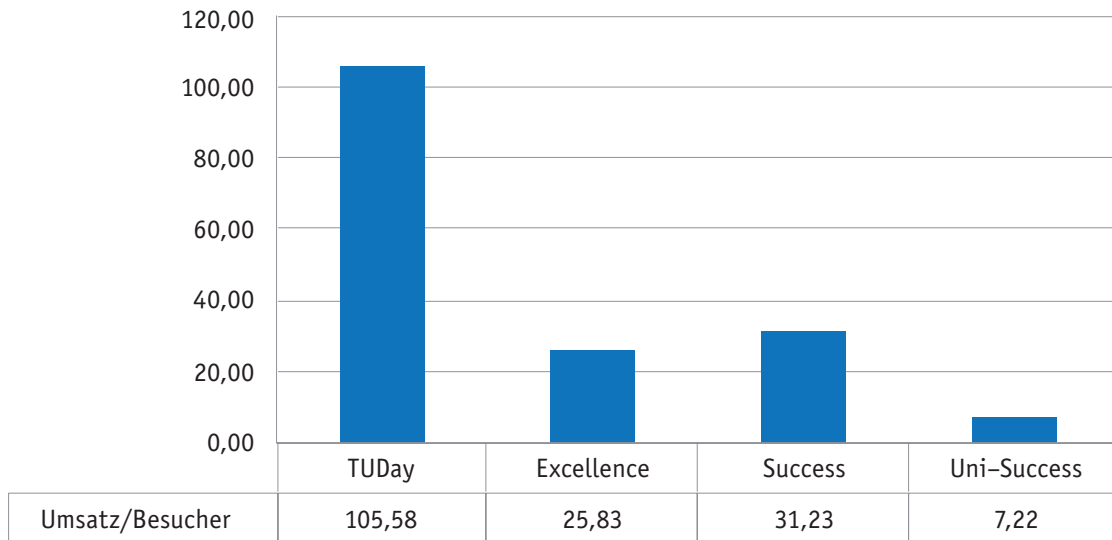
**20.1** Für beide Gesellschaften hatten die Karrieremessen einen wesentlichen Anteil an den Umsatzerlösen. Die Kennzahlen „Umsatz je Aussteller“ bzw. „Umsatz je Besucher“ ermöglichten Vergleiche bezüglich des Erfolgs der einzelnen Karrieremessen. Der Umsatz hing in erster Linie von den Standgebühren ab.

Abbildung 2: Vergleich Umsatz je Aussteller der Karrieremessen 2010



Quelle: RH

Abbildung 3: Vergleich Umsatz je Besucher der Karrieremessen 2010



Quelle: RH

**20.2** Beide Kennzahlen lieferten tendenziell ähnliche Ergebnisse. Als besonders erfolgreich erwies sich die TUDay, während die Uni-Success an der Universität Wien aufgrund des Teilnehmerkreises der Aussteller (z.B. gemeinnützige Organisationen) am relativ schwächsten abschnitt. Der RH empfahl der UNIPORT Karriereservice GmbH, die Ergebnisse aus dem Kennzahlenvergleich hinsichtlich ihrer Preispolitik zu nutzen.

**20.3** Die Universität Wien führte dazu aus, dass die „Uni-Success“ nur aufgrund der teilweise kostenlosen Einladungen von Unternehmen aus dem NGO-Bereich bzw. dem Kunst- und Kulturbereich funktioniert.

## Alumnibetreuung

### Organisation

**21** Laut § 3 Universitätsgesetz 2002 bestand eine der Aufgaben der Universitäten in der Pflege der Kontakte zu den Absolventen. An der Universität Wien erfolgte die Alumnibetreuung durch den als Verein organisierten „Alumniverband der Universität Wien“ und nicht durch die UNIPORT Karriereservice GmbH.

Für die TU Wien nahm diese Aufgabe bis zum Jahr 2009 überwiegend der Verein „Verband der Freunde und Absolventen der TU Wien“ (VFA) wahr. Dessen Angebot beschränkte sich im Wesentlichen auf die Unterstützung von Sponsionsfeiern und die Herausgabe einer Mitglie-

derzeitschrift. Da die Mitgliederzahlen seit Jahren stagnierten, gab es von Seiten der TU Wien Bestrebungen, die Alumnibetreuung neu zu organisieren. Im Jahr 2009 schlossen die TU Wien und der VFA eine Vereinbarung mit dem Ziel, eine effektive und effiziente Alumniorganisation aufzubauen.

Der VFA nannte sich nunmehr zusätzlich TU Wien Alumni Club und war vor allem für Fundraising-Aktivitäten zuständig. Zur Erbringung der mit der TU Wien vereinbarten Leistungen für die Alumnibetreuung und zur Gewinnung neuer Mitglieder des Alumni Clubs richtete die TU Career Center GmbH das in die Gesellschaft integrierte Servicecenter TUalumni als eigenes Cost-Center ein. Als Lenkungsorgan diente ein Alumni-Board, bestehend aus jeweils einem Vertreter des VFA und der TU Wien. Dieses hatte die Aufgabe, vor allem die Strategie und die Jahresplanung festzulegen. Die wesentlichsten strategischen Vorgaben für das Servicecenter TUalumni waren für die Jahre 2009 bis 2011 die Steigerung der Mitgliederzahlen, die Erhöhung der Sponsoringeinnahmen, die Verbesserung des Mitgliederservices sowie die Errichtung einer Büroinfrastruktur.

- 22.1** Da die Einnahmen aus den Mitgliedsbeiträgen weiterhin beim VFA verblieben, leistete dieser zur Finanzierung des Servicecenter TUalumni jährlich einen Zuschuss an die TU Wien. Die Festsetzung der Höhe dieses Zuschusses oblag dem VFA gemäß der vom Alumni-Board beschlossenen Strategie- und Jahresplanung. Die TU Wien stellte der TU Career Center GmbH mittels Überlassungsvereinbarungen zwei Mitarbeiterinnen für die Alumnibetreuung zur Verfügung und leistete zur Abdeckung der übrigen Aufwendungen einen Gesellschafterzuschuss an die TU Career Center GmbH.

Der vom VFA geleistete Zuschuss deckte in den Jahren 2009 und 2010 weniger als die Hälfte der tatsächlichen Aufwendungen der TU Wien bzw. der TU Career Center GmbH für das Servicecenter TUalumni ab. Bspw. lagen 2009 die Aufwendungen bei rd. 168.000 EUR, der Zuschuss des VFA betrug 75.000 EUR; 2010 betrug die Aufwendungen rd. 207.000 EUR und der Zuschuss des VFA 83.000 EUR. Darüber hinaus waren von der TU Career Center GmbH die laufenden Aufwendungen für das Servicecenter TUalumni vorzufinanzieren.

- 22.2** Der RH kritisierte, dass weder die TU Wien noch die TU Career Center GmbH Zugang zu Einnahmen aus den Mitgliedsbeiträgen hatten und auch die Höhe des Zuschusses des VFA nicht direkt beeinflussen konnten. Der RH empfahl der TU Wien, auf einen direkten Einfluss auf die Verteilung der Einnahmen aus den Mitgliedsbeiträgen durch Änderung

der Vereinbarung mit dem Verein VFA hinzuwirken, um nicht über die Alumnibetreuung hinausgehende Aktivitäten des VFA zu finanzieren. Mittelfristig sollte die TU Wien die Alumnibetreuung durch eine engere Integration in den Universitätsverband neu organisieren.

**22.3** *Laut Stellungnahme der TU Wien seien mit dem Alumnivorstand diesbezügliche Gespräche bereits im Gange. Auch werde intern über eine mögliche Neuorganisation nachgedacht.*

**22.4** Der RH wiederholte aufgrund der Intransparenz des Mittelflusses und der nur teilweisen Abdeckung der Aufwendungen der TU Career Center GmbH die Notwendigkeit von Änderungen im Bereich der Finanzierung und Organisation der Alumnibetreuung.

Durchführung der  
Alumnibetreuung

**23.1** Im Jahr 2009 umfasste der TU Wien Alumni Club rd. 1.400 Mitglieder. Bis zum 31. Dezember 2010 stieg die Mitgliederanzahl – darunter 60 Firmenmitgliedschaften – auf 2.050, wobei dieser Anstieg größtenteils aus dem Jahr 2009 resultierte.

Im Jahr 2009 führte das Servicecenter TUALumni für den TU Wien Alumni Club fünf Veranstaltungen mit rd. 300 Teilnehmern und im Jahr 2010 zehn Veranstaltungen mit rd. 1.000 Teilnehmern durch. 64 % der Teilnehmer an den Veranstaltungen 2009 und nur 42 % der Teilnehmer 2010 waren Mitglieder im TU Wien Alumni Club. Die Beteiligung von Firmen beschränkte sich auf gelegentliche Sachleistungen wie z.B. die Zurverfügungstellung eines Buffets.

**23.2** Der RH wies darauf hin, dass die Angebote (z.B. Veranstaltungen) des Servicecenters TUALumni größtenteils auch von Nichtmitgliedern des Alumni Clubs kostenlos genutzt werden konnten. Er empfahl der TU Career Center GmbH, Alumni-Veranstaltungen nur für Mitglieder kostenlos anzubieten.

Die Firmenkontakte sollten genutzt und verstärkt Unternehmen eingeladen werden, über Sponsoring einen Teil der Kosten von Veranstaltungen zu übernehmen.

**23.3** *Laut Stellungnahme der TU Career Center GmbH sei ein Großteil der Veranstaltungen des TU Wien Alumni Clubs seit Oktober 2011 nur mehr für Mitglieder kostenlos. Bezüglich der Nutzung der Firmenkontakte im Hinblick auf Sponsoring sei langfristig der Aufbau eines professionellen Fundraising- und Sponsoringbereichs in der TU Wien geplant. Es gäbe auch bereits erste Überlegungen zu einer professionellen Vermarktung des Potenzials der TU Wien.*

## Schlussbemerkungen/Schlussempfehlungen

24 Zusammenfassend hob der RH folgende Empfehlungen hervor:

Universität Wien

(1) Mittelfristig sollten entweder sämtliche Anteile an der UNIPORT Karriereservice GmbH erworben oder eine entsprechende Änderung des Gesellschaftsvertrages angestrebt werden, um Mehrheitsbeschlüsse sicherzustellen. Die externe Expertise sollte ähnlich wie bei der TU Career Center GmbH über eine Beiratslösung in die Gesellschaft integriert werden. (TZ 3)

(2) Gemeinsam mit den Minderheitseigentümern wäre ein Strategieprozess einzuleiten, ein Strategiekonzept für die UNIPORT Karriereservice GmbH zu entwickeln und daraus operationalisierte Ziele abzuleiten. (TZ 5)

Technische  
Universität Wien

(3) Für die TU Career Center GmbH wären konkrete quantifizierte Ziele festzulegen und mit Indikatoren zu versehen. (TZ 4)

(4) Auf einen direkten Einfluss auf die Verteilung der Einnahmen aus den Mitgliedsbeiträgen des Vereins „Verband der Freunde und Absolventen der TU Wien“ (VFA) wäre hinzuwirken, um nicht über die Alumnibetreuung hinausgehende Aktivitäten des VFA zu finanzieren. (TZ 22)

(5) Mittelfristig sollte die Alumnibetreuung durch eine engere Integration in den Universitätsverband neu organisiert werden. (TZ 22)

Universität Wien und  
Technische Universi-  
tät Wien

(6) Ein adäquates auf Kennzahlen basierendes Controlling wäre für die Karrierecenter zu implementieren und ein standardisiertes Berichtswesen für die Beteiligungen einzuführen. (TZ 7)

(7) Die Karrierecenter sollten an einem möglichst universitätsnahen, für die Aufgabenerfüllung zweckmäßigen Standort untergebracht werden, um die Präsenz der Karrierecenter an den Universitäten zu erhöhen und deren Tätigkeit verstärkt in das Blickfeld der Studierenden zu rücken. (TZ 13)

(8) Das spezifische Know-how der TU Career Center GmbH bzw. der UNIPORT Karriereservice GmbH sollte bei der Ausarbeitung der Ausbildungsinhalte der Studienpläne sowie bei der Personalsuche genutzt werden. Diese könnten weiters beauftragt werden, z.B. durch Vorträge, in der Studienberatung künftige Studierende über ihre Chancen am Arbeitsmarkt zu informieren. (TZ 14)



TU Career Center  
GmbH

(9) Konkrete Zielvorgaben für den gesamten Beratungsbereich (mit und ohne AMS-Vormerkung) wären festzulegen und dessen Finanzierung sicherzustellen. (TZ 17)

(10) Eine Deckungsbeitragsrechnung unter Berücksichtigung sämtlicher Aufwendungen wäre einzurichten und daraus die Ergebnisbeiträge der einzelnen Geschäftsbereiche zu ermitteln. (TZ 7)

(11) In der Prämienvereinbarung mit der Geschäftsführerin wären adäquate realistische Ziele vorzugeben. (TZ 11)

(12) Aufgrund der relativ langen Wartezeiten sollte die TU Career Center GmbH engere Grenzen im Angebot ziehen und sich verstärkt auf die Berufs- und Bewerbungsberatung konzentrieren. (TZ 16)

(13) Wie bei der UNIPORT Karriereservice GmbH sollten Beratungsleistungen in Form von Vortragsveranstaltungen zu den Themen Berufsorientierung und Bewerbung an der TU Wien angeboten werden. (TZ 16)

(14) Alumni-Veranstaltungen sollten nur für Mitglieder kostenlos angeboten sowie generell das Angebot attraktiver gestaltet werden. Die Firmenkontakte sollten verstärkt für Sponsoring von Veranstaltungen genutzt werden. (TZ 23)

UNIPORT Karriere-  
service GmbH

(15) Die Kosten sollten den einzelnen Kostenstellen verursachungsgerecht zugeordnet und die Position Umlage entsprechend reduziert werden. (TZ 7)

(16) Das erfolgreiche und effiziente Modell der Vortragsveranstaltungen an der Universität bei der Beratungsleistung sollte weiter ausgebaut werden. (TZ 16)

(17) Dem Bereich der Personalsuche für Unternehmen sollte aufgrund des hohen wirtschaftlichen Potenzials größere Bedeutung beigemessen werden. (TZ 18)

(18) Mit der Universität Graz wäre eine langfristige Vereinbarung über die Durchführung der Karrieremesse Excellence anzustreben. (TZ 19)

(19) Die Ergebnisse aus dem Kennzahlenvergleich sollten hinsichtlich der Preispolitik der Karrieremessen genutzt werden. (TZ 20)

### Schlussbemerkungen/ Schlussempfehlungen

TU Career Center  
GmbH und UNIPORT  
Karriereservice GmbH

(20) Personalakten mit sämtlichen das Dienstverhältnis jedes Mitarbeiters betreffenden Unterlagen sollten geführt werden. (TZ 11)

(21) Prämienzahlungen an die Mitarbeiter sollten im Vorhinein schriftlich festgelegt werden. (TZ 11)

(22) Nach Bedarfsermittlung bei den einzelnen Messen sollten allenfalls eine zeitliche Ausdehnung auf zwei Tage in Erwägung gezogen und die Möglichkeit für höhere Standgebühren ausgeschöpft werden. (TZ 19)

## **ANHANG**

### **Entscheidungsträger der überprüften Unternehmungen**

Anmerkung:  
im Amt befindliche Entscheidungsträger in **Blaudruck**



**UNI PORT Karriereservice Universität Wien GmbH****Aufsichtsrat**

Vorsitzender [Univ.-Prof. Dimitris KARAGIANNIS](#)  
(seit 11. April 2007)

**Geschäftsführung**

Josef LENTSCH  
(10. November 2000 bis 9. Oktober 2007)

[MMag. Bernhard WUNDSAM](#)  
(seit 1. Februar 2007)



**TU Career Center GmbH****Geschäftsführung**

Dipl.-Ing. Rainer WIMMER  
(15. August 2007 bis 31. August 2007)

Dipl.-Ing. Michael KAISER  
(15. August 2007 bis 1. Februar 2010)

Mag. Helene CZANBA  
(seit 12. Jänner 2010)

Dipl.-Ing. Alfred ZIMMERMANN  
(seit 11. August 2011)





Wien, im März 2012

Der Präsident:

Dr. Josef Moser