



Vorstellung icons Erstprojekt

icons – consulting by students

icons
consulting by students

Wien | 2026

AGENDA

Nach einer kurzen Einführung zu icons – consulting by students wird die Möglichkeit vorgestellt, gemeinsam mit icons Erstprojekte zu realisieren.

Agenda.

1

Vorstellung icons

2

Vorstellung Erstprojekte

AGENDA

Nach einer kurzen Einführung zu icons – consulting by students wird die Möglichkeit vorgestellt, gemeinsam mit icons Erstprojekte zu realisieren.

Agenda.

1

Vorstellung icons

2

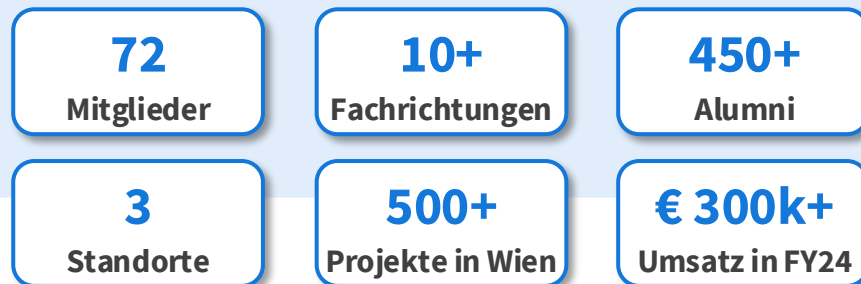
Vorstellung Erstprojekte

Österreichs führende studentisch geführte Unternehmensberatung.

Unsere Geschichte



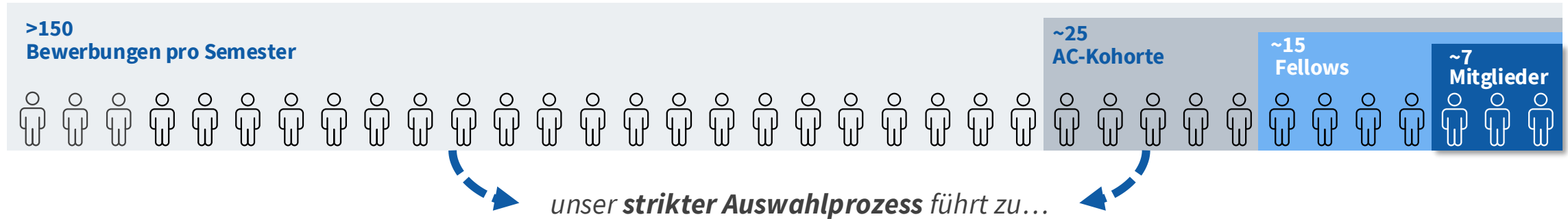
Facts & Figures



Unsere Werte



Unsere Stärke? Unsere Mitglieder.



70 Mitglieder



Wirtschaft

Finance, Strategie, Innovation, Economics



Technik

Maschinenbau, Elektrotechnik, technische Physik



Naturwissenschaften

Physik, Chemie, Biochemie, Pharmazie



IT

Data-Science, Artificial Intelligence



Recht

Rechtswissenschaften, Wirtschaftsrecht



Weitere

Medizin, Philosophie, Architektur, Kunstgeschichte

Skillsets

	METRIK	Ø PRO MITGLIED	BEISPIELE
	Arbeitserfahrung	~3 Praktika	McKinsey & Company, Goldman Sachs, G
	Auslandserfahrung	~8 Monate	HEC PARIS, NUS, USC
	Stipendien	~2 Stipendien	sdw, Studienstiftung des deutschen Volkes
	Fremdsprachen	~2.5 Fremdsprachen	France, China, Spain
	Programmierfähigkeiten	~2 Programmier-Sprachen	Java, C++, python
	Softwareanwendungen	~3 Software-Anwendungen	Bloomberg, SAP

Unsere Expert:innen? **Global vertreten.**

450+ Alumni – Erfolge, die weltweit Maßstäbe setzen.



36% der Alumni mit Erfahrung bei den 3 Top-Beratungen

Methodiken

...können in der Projektarbeit aktiv hinterfragt und im Austausch mit Top-Berater:innen weiterentwickelt werden



51% der Alumni studierten auf Top-Universitäten

Erkenntnisse

...erreichen uns durch unsere Nähe zu angesehenen akademischen Institutionen frühzeitig und können in Projekten angewendet werden



49% der Alumni mit Erfahrung bei Top-Unternehmen

Kontakte

...in führende, globale Unternehmen machen es möglich Best-Practices zu ermitteln und schnell branchenspezifische Probleme zu lösen



120 Start-Up Founders & 6 Forbes 30u30

Innovationen

...treibt uns an und lebt im regelmäßigen Austausch mit Gründer*innen zu projektspezifischen Problemen und Herausforderungen

Unsere Expertise? In Projekten.

500+ Projekte

Industrien

Kompetenzfelder

Finance & Controlling



Sales & Marketing



Operations & Organizations



Market Insights



Strategy & Innovation



Human Potential



IT-Solutions



Climate & Sustainability



Energy & Utilities	Industrial Goods	Tech, Media & Telecom	Consumer & Hospitality	Business Services	Financial & Real Estate	Healthcare & Life Science	Public & Education	Transport & Infrastructure
			waterdrop					
			GUSTIN & ZIESER ARCHITECTEN AMA MARKETING	HORVÁTH MAYS GENERALI	ZEITGEIST Asset Management	nyro health		hmi STOREBOX
	Allianz Partners	3	WeBorn	ERGO VENTUS	ERSTE Group			
heizma -chargepoint+	HANDELS VERBAND SIEMENS	SAP NABOto	ACCOR	ARTHUR LITTLE McKinsey & Company	savity FORTINO VOLKSBANK	Constantia medbee	SPORT LAND N Caritas SOCIAL IMPACT AWARD	
SIEMENS energy eassee	U	T Mobile SEIBERSDORF LABORATORIES	weXelerate	Capgemini WIENER STÄDTISCHE VIENNA INSURANCE GROUP	N26 business	medbee KIB	MED BREAKER	
	QUESTER mondi	A1	Taifun	EFS PFF glacier			SVS TEACH FOR AUSTRIA	
			EYBL	KPMG HHISMAR	ONB			
								BIG

Auszug

AGENDA

Nach einer kurzen Einführung zu icons – consulting by students wird die Möglichkeit vorgestellt, gemeinsam mit icons Erstprojekte zu realisieren.

Agenda.

1

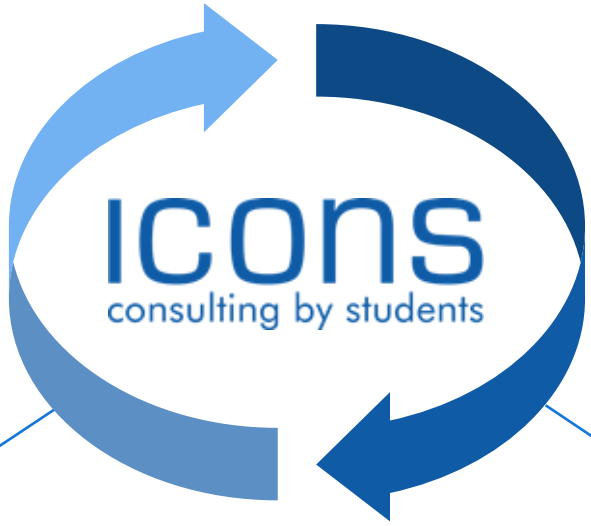
Vorstellung icons

2

Vorstellung Erstprojekte

ERSTPROJEKTE

Erstprojektpartner können von der Ausarbeitung eines ca. 40-60-stündigen Projektes von hoch motivierten Studierenden aus dem icons-Recruiting-Pool profitieren.

IHR MEHRWERT		ICONS MEHRWERT
> Kosten / Nutzen: Ist das Projekt erfolgreich durchgeführt, geben Sie je nach Zufriedenheit einen Solidaritätsbeitrag von €300-€800. > Qualität: Arbeit von hoch motivierten Studierenden, die ihre Fähigkeiten beweisen wollen und bereits 2 von 3 hochselektiven Bewerbungsschritten meisterten. > Top Talents: Zugriff auf den Recruiting-Pool von icons.	 The logo for 'icons consulting by students' is centered. It features the word 'icons' in a large, blue, sans-serif font, with 'consulting by students' in a smaller, lighter blue font below it. A thick, dark blue circular arrow surrounds the text, pointing clockwise. A blue checkmark is positioned below the logo, with lines extending from the 'IHR MEHRWERT' and 'ICONS MEHRWERT' sections towards it.	> Teil des Recruiting-Prozesses: Erstprojekte sind Teil des letzten Schrittes, um die besten Studierenden auszuwählen, die in den Verein aufgenommen werden sollen. > Erstes Kennenlernen: icons profitiert von der Möglichkeit, Unternehmen die diversen Kompetenzen der einzelnen Mitglieder in der Praxis unter Beweis zu stellen sowie davon Unternehmen selbst kennenzulernen.
UMFANG	ZEITRAUM	
> Der Aufwand sollte bei 40-60 Stunden pro Projekt liegen. > Erstprojekte sollen Kandidaten*innen intellektuell fordern und nicht nur einfache Routineaufgaben darstellen. > Bei größeren Projekten können die Aufgaben auf mehrere Projekte aufgeteilt werden.	> Vor allem im Zeitraum vom 07. April bis 23. Mai sollten Sie für Meetings mit dem Fellow zur Verfügung stehen. > Das Projekt wird ab 01. April in einem Zeitraum von knapp 7 Wochen erarbeitet und wird mit der Endpräsentation am 18. Mai offiziell abgeschlossen.	

BEISPIEL 1

Erhebung und Analyse der optimalen Pricing-Strategie für einen österreichischen Getränkehersteller, welches neu ein urbanes Teegetränk produziert und an junge Menschen zwischen 15 und 25 Jahren verkaufen möchte.

Ausgangslage

 **Kunde:** Ein österreichischer Getränkehersteller produziert seit neuem ein urbanes Teegetränk mit biologischen Zutaten und sucht nach einem optimalen Pricing für den Verkauf der 0,5l Flasche.

 **Projektziel:** Ermittlung der optimalen Preisspanne für die ermittelte Zielgruppe von jungen Menschen zwischen 15 und 25 Jahren.

Projektansatz

 **Projektteam:** Ein engagierter Fellow, betreut durch eine*n erfahrene*n Student Consultant und regelmäßigen Feedbackschleifen innerhalb des Vereins.

 **Projektdauer:** 6 Wochen mit einer Zwischen- und einer Endpräsentation sowie mehreren Abstimmungsterminen mit dem Kunden.

Vorgehensweise und Methodik

1 UMFRAGEDESIGN

- > Definition eines klaren **Ziels der Umfrage** und Einhaltung der **Kriterien Objektivität, Reliabilität und Validität** bei Erstellung der Umfrage.
- > Erstellung eines spezifisch für das junge Start-Up entwickelten **Online-Fragebogens**, in welchem unter anderem die A/B Testing Methode angewendet wird.

2 DATENERHEBUNG

- > Durchführung der Umfrage über eine **Multichannel Sampling Strategy**. Verbreitung des Fragebogen über Facebook, WhatsApp und über Kanäle von Kooperationspartnern von icons.
- > Erzielung von **200 Umfrageergebnissen** mit einer **Abschlussquote von 65%**.

3 ANALYSE UND ERGEBNISSE

- > Bereinigung und Filtern der durch die Umfrage gewonnenen Daten und **Anwendung statistischer Auswertungsmethoden** für die Ableitung valider Daten.
- > **Präsentation und Übergabe der Ergebnisse und Handlungsempfehlungen** im Rahmen einer Endpräsentation.

ERGEBNIS

Handlungsempfehlungen gewonnen aus der Entwicklung und Auswertung eines Online-Fragebogens zur Pricing-Strategie eines neu entwickelten urbanen Teegetränks eines etablierten Getränkeherstellers.

BEISPIEL 2

Recherche, Analyse und Testung ausgewählter Projektmanagement-Tools für die Verbesserung der internen Organisation eines Non-Profit Vereins.

Ausgangslage

-  **Kunde:** Ein Non-Profit Verein mit sowohl Angestellten als auch zahlreichen ehrenamtlichen Unterstützer*innen.
-  **Projektziel:** Ermittlung eines geeigneten Projektmanagement-Tools für die Aufgabenverwaltung und interne Organisation.

Projektansatz

-  **Projektteam:** Ein engagierter Fellow, betreut durch eine*n erfahrene*n Student Consultant und regelmäßigen Feedbackschleifen innerhalb des Vereins.
-  **Projektdauer:** 6 Wochen mit einer Zwischen- und einer Endpräsentation sowie mehreren Abstimmungsterminen mit dem Kunden.

Vorgehensweise und Methodik

1 RECHERCHE

- > **Marktrecherche** von möglichen Projektmanagement-Tools **und Einholung von Erfahrungsberichten** vergleichbarer Organisationen.
- > **Erstellung einer Long-List** mit 50 vorselektierten Projektmanagement-Tools.

2 ANALYSE UND TESTUNG

- > In Absprache mit dem Kunden **Entwicklung eines Kriterienkatalogs** und Analyse, sowie Testung der Projektmanagement-Tools auf Basis dessen.
- > Durch Scoring Methode **Definition einer Short-List.**
- > In Absprache mit dem Kunden **Wahl eines Projektmanagement-Tools.**

3 IMPLEMENTIERUNGS-EMPFEHLUNG

- > **Entwicklung einer Implementierungs-Empfehlung** für das ausgewählte Projektmanagement-Tool auf Basis der spezifischen Bedürfnisse des Non-Profit Vereins.
- > **Präsentation und Übergabe der Ergebnisse und Handlungsempfehlungen** im Rahmen einer Endpräsentation.

ERGEBNIS

Detaillierte Recherche des vorhandenen Angebots an Projektmanagement-Tools und Identifikation des bestgeeigneten Tools für die spezifischen Bedürfnisse des Kunden.

BEISPIEL 3

Entwicklung kreativer Marketingansätze für einen etablierten Anbieter von Versicherungen, um den Bekanntheitsgrad vor allem bei jungen, potenziellen Kunden zu steigern.

Ausgangslage

 **Kunde:** Ein etabliertes und traditionelles Versicherungsunternehmen mit Sitz in Linz.

 **Projektziel:** Ideengeneration von unkonventionelle und kostengünstigen Marketingmethoden.

Projektansatz

 **Projektteam:** Ein engagierter Fellow, betreut durch eine*n erfahrene*n Student Consultant und regelmäßigen Feedbackschleifen innerhalb des Vereins.

 **Projektdauer:** 6 Wochen mit einer Zwischen- und einer Endpräsentation sowie mehreren Abstimmungsterminen mit dem Kunden.

Vorgehensweise und Methodik

1 RECHERCHE UND IDEENFINDUNG

- > **Literaturrecherche** und **Recherche von Best-Practice Beispielen.**
- > **Systematisches Brainstorming** mittels **unterschiedlicher Kreativitätstechniken**, wie zum Beispiel der ABC-Methode oder einer morphologischen Analyse.

2 TESTUNG UND EVALUIERUNG

- > **Recherche von Messmethoden zur Evaluierung** der entwickelten Ideen.
- > **Planung und Ausführung einer Fokusgruppe** zur Evaluierung der entwickelten Ideen.
- > **Definition einer Shortlist** aus den unterschiedlichen Ideen.

3 MARKETING-EMPFEHLUNG

- > Analyse der Shortlist auf Basis **rechtlicher, finanzieller und ethischer Aspekte.**
- > Erarbeitung von **Implementierungsmaßnahmen** für die vielversprechendsten Marketingmaßnahmen.
- > **Präsentation und Übergabe der Ergebnisse** im Rahmen einer Endpräsentation.

ERGEBNIS

Durch einen externen Blick werden unterschiedliche, unkonventionelle Marketingmaßnahmen anhand von diversen Kreativmethoden entwickelt, sowie ein Implementierungsvorschlag erstellt.

KONTAKT

Für Rückfragen oder weiterführende Informationen stehen wir Ihnen jederzeit gerne zur Verfügung.



Fabian Messner

fabian.messner@icons.at
+39 338 364 9703



Lena Harder

lena.harder@icons.at
+39 333 705 3626