

Lünendonk®-Studie 2009

Führende Managementberatungs-Unternehmen in Deutschland

1. Mit Sonderkapitel Top-10-Beratungs-Unternehmen im 5-Jahresvergleich
2. Mit Sonderkapitel Top 10 der mittelständischen deutschen Beratungs-Unternehmen

Umsätze • Märkte • Strukturen • Tendenzen

Kaufbeuren, Juli 2009

LÜNENDONK



Autoren:

Dr. Heinz Streicher, Principal Lünendonk GmbH

Thomas Lünendonk, Lünendonk GmbH

Auswertungen: Werner Weigelt, Consultant Marktforschung

Keine Gewähr für die Richtigkeit der Unternehmensangaben und Berechnungen

Herausgeber und Copyright:

LÜNENDONK GmbH • Postfach 1360 • 87573 Kaufbeuren

Tel.: 08341-96636-0 • Fax: 08341-96636-66 • Internet: www.luenendonk.de

Inhaltsverzeichnis (1)

Inhaltsverzeichnis.....	3
Vorwort.....	7
Einleitung.....	11
Führende Managementberatungs-Unternehmen in Deutschland.....	14
Kapitel 1: Der Markt für Managementberatung in Deutschland.....	15
Kapitel 2: Die Veränderungen des Managementberatungs-Marktes.....	23
Kapitel 3: Umsatz.....	29
Kapitel 4: Auslandsumsatz.....	39
Kapitel 5: Marktanteile am Inlandsumsatz.....	44
Kapitel 6: Umsatzveränderungen.....	47
Kapitel 7: Umsatzprognosen.....	57
Kapitel 8: Prognosenvergleich.....	62

Inhaltsverzeichnis (2)

Kapitel 9: Mitarbeiterzahl.....	66
Kapitel 10: Veränderung der Mitarbeiterzahlen.....	73
Kapitel 11: Ausbildung der Berater.....	76
Kapitel 12: Die Suche nach Beratern.....	79
Kapitel 13: Pro-Kopf-Umsätze.....	82
Kapitel 14: Veränderung der Pro-Kopf-Umsätze.....	89
Kapitel 15: Berateranteile und Overhead-Quote.....	98
Kapitel 16: Beratereinsatz-Quoten und rechnerische Umsätze pro Beratertag.....	113
Kapitel 17: Tätigkeitsfelder der Beratungsunternehmen.....	117
Kapitel 18: Marktsektoren.....	123
Kapitel 19: Die wichtigsten Themen der aktuellen Geschäftstätigkeit.....	129

Inhaltsverzeichnis (3)

Kapitel 20: Maßnahmen für das Kundenmarketing.....	135
Kapitel 21: Auftragsakquisition.....	138
Kapitel 22: Entscheider und Entscheidungskriterien für Beratereinsatz in Kundenunternehmen.....	142
Kapitel 23: Geschäft mit Neukunden.....	151
Kapitel 24: Vertragsformen.....	160
Kapitel 25: Die wichtigsten Wettbewerber im Markt.....	165
Kapitel 26: Welt-Umsatz und Welt-Mitarbeiterzahlen der Managementberatungs-Gruppen.....	170
Kapitel 27: Kapitaleigner.....	178
Kapitel 28: Honorare.....	181
Kapitel 29: Nebenkosten-Abrechnung.....	184
Kapitel 30: Potenziale für Wert- und Performance-Steigerung in den Kundenunternehmen in den nächsten Jahren	187

Inhaltsverzeichnis (4)

Kapitel 31: Das Verhältnis der Managementberatungs-Unternehmen zu ihren Kunden.....	190
Kapitel 32: Ergebnis der Tätigkeit.....	197
Kapitel 33: Umsatzrenditen.....	204
Kapitel 34: Die Meinung der Managementberatungs-Unternehmen zum Inhouse Consulting (IC).....	207
Kapitel 35: Interim Management.....	211
Kapitel 36: Thesen über die Zukunft der Branche.....	214
Kapitel 37: Aktuelle Behinderungsfaktoren für Entwicklung und Erfolg der Managementberatungs-Unternehmen	221
5-Jahres-Entwicklung der Top 10 der Managementberatungs-Unternehmen in Deutschland.....	229
Top 10 der deutschen mittelständischen Managementberatungs-Unternehmen.....	238
Kapitel 38: Fazit und Ausblick.....	259
Abbildungsverzeichnis.....	268
Anhang.....	277

Vorwort

Vorwort (1)

- Mit dieser Studie legt die Lünendonk GmbH erneut eine umfassende Analyse des Managementberatungsmarktes in Deutschland und dessen führenden Unternehmen vor. Dabei beziehen sich zahlreiche Auswertungen nicht nur auf die Ergebnisse des Geschäftsjahres 2008. Vielmehr wurden die teilnehmenden Unternehmen erneut gebeten, Aussagen zu Trends und Thesen zu machen, die das Jahr 2009 und die weitere Zukunft des Marktes bis 2014 beeinflussen. Außerdem wurden für die Bewertung der Zahlen, Daten, Fakten und Einschätzungen der Beratungsunternehmen nur bei Lünendonk und seinem Knowledge Tank mögliche Mehrjahresvergleiche von Ergebnissen und Entwicklungen berechnet und abgebildet. Auf Basis dieser kontinuierlichen Marktanalyse lassen sich Einschätzungen und Interpretationen ableiten, die anderweitig nicht möglich oder wenig valide wären.
- Es sei an dieser Stelle auch auf eine zusätzliche Lünendonk®-Studie zum Thema „**Langzeit-Performance von Management-Beratungen**“ hingewiesen, die wir Ihnen im Anhang dieser Studie vorstellen dürfen und die einen Beobachtungszeitraum von einem Jahrzehnt (1997 bis 2007) umfasst.
- Die vorliegende Marktanalyse beleuchtet auf mehr als 260 Seiten die Kennzahlen und Trends des Managementberatungs-Marktes 2008 und 2009 sowie der Folgejahre. Hierbei tragen natürlich – wie immer in unseren Studien – die belegbaren Fakten den Hauptanteil der Analyse. Aufgrund der großen Stichprobe – 60 Unternehmen inklusive der Top 25 – ist es jedoch auch möglich, Prognosen und Ausblicke für die Zukunft darzustellen. Um diesen Service haben uns unsere Kunden und Leser in den vergangenen Jahren immer häufiger gebeten. Wir kommen diesem Wunsch auf Basis der in mehr als zwei Jahrzehnten gewachsenen Datensammlung und Erfahrung mit diesem Marktsektor gerne nach – insbesondere in Zeiten, die von hoher Unsicherheit und Volatilität geprägt sind.
- Auch diese Studie enthält neben den relevanten Standardkapiteln zu Umsatz- und Mitarbeiterentwicklungen etc. wieder spezielle Auswertungen, so beispielsweise den Vergleich zwischen den großen Top-10-Managementberatungen und den mittelständischen Top 10. Darüber hinaus haben wir Zusatzaspekte zu Themen wie Inhouse Consulting und Interim Management eingefügt. Für den schnellen Leser, der sich vorrangig für ein Management Summary sowie Hinweise für die Zukunft interessiert, haben wir wieder das Kapitel „Fazit und Ausblick“ am Ende dieser Studie erarbeitet.

Vorwort (2)

- Wichtig für den Bezieher dieser Studie ist jedoch auch der Zusatznutzen, den die Lünendonk GmbH als Mehrwertleistung bietet. Sie bekommen monatlich einmal den Push-Newsletter „**Consultants in Competition**“, der während des ganzen Jahres Tag für Tag alle relevanten Informationen über den Managementberatungsmarkt international und in Deutschland gesammelt und in kurzer, schnell lesbarer Form monatlich zusammenfasst. Zusätzlich bekommen Sie einen persönlichen **Kunden-Login** auf der Website von Lünendonk, den Sie für individuelle Informationsrecherchen ebenfalls ein ganzes Jahr lang kostenlos nutzen können. Darüber hinaus laden wir Sie herzlich ein, sich bei Fragen zur Studie oder Newsletter-Informationen jederzeit gerne an uns zu wenden.
- Die von uns für diese Studie erhobenen unternehmensspezifischen Daten werden seit 1983 stets vertraulich behandelt. Unternehmensspezifische Angaben werden mit Ausnahme der Umsatz- und Mitarbeiterzahlen niemals ausgewiesen. Gleichwohl bieten wir Ihnen die Möglichkeit, Benchmarks zu Unternehmensgruppen und Themen zu bestellen. Diese „**Lünendonk®-Micro-Benchmarkings**“ vergleichen auf komplett anonymisierter Basis Kennziffern. Absolute Vertraulichkeit, Datenschutz und solide Informationsbasis werden so kombiniert realisiert.
- Die vorliegende Studie ist eine der Anbieteranalysen, wie sie von Lünendonk seit nunmehr 26 Jahren in verschiedenen Business-to-Business-Dienstleistungsmärkten erstellt werden. Diese Untersuchungen über Strukturen und Tendenzen in qualifizierten Dienstleistungsbranchen haben gezeigt, dass auf Basis der Ergebnisse solcher Studien und Strukturanalysen Benchmarkings und Positionierungen besonders gut durchgeführt werden können. Daher bilden die Anbieterstudien in Verbindung mit Markt- und Zielkundenbefragungen eine wichtige Basis für die Beratung von Service-Unternehmen, auf die sich die Lünendonk GmbH als Partner der Anbieter spezialisiert hat.
- Die Lünendonk®-Studien gehören als Teil des Leistungsportfolios der Lünendonk GmbH zum „Strategic Data Research“ (SDR). In Verbindung mit den Leistungen in den Portfolio-Elementen „Strategic Roadmap Requirements“ (SRR) und „Strategic Transformation Services“ (STS) ist Lünendonk in der Lage, Beratungskunden von der Entwicklung der strategischen Fragen über die Gewinnung und Analyse der erforderlichen Informationen bis hin zur Aktivierung der Ergebnisse im operativen Tagesgeschäft zu unterstützen.

Vorwort (3)

- Weitere Informationen zum Leistungsspektrum der Lünendonk GmbH finden sich im Anhang der Studie oder auf der Webseite der Lünendonk GmbH unter www.luenendonk.de.
- Über Ihr Feedback auf unsere neue Studie sowie das begleitende Informationsprogramm freuen wir uns. Wir wünschen Ihnen eine interessante und nützliche Lektüre.

Kaufbeuren, Juli 2009

Freundliche Grüße



Thomas Lünendonk



Dr. Heinz Streicher

Abbildungsverzeichnis

Abbildungsverzeichnis (1)

Inhaltsverzeichnis	3
Vorwort	7
Einleitung	11
Führende Managementberatungs-Unternehmen in Deutschland	14
Kapitel 1: Der Markt für Managementberatung in Deutschland	15
Alphabetische Liste der in die Studie einbezogenen Unternehmen.....	18
Kapitel 2: Die Veränderungen des Managementberatungs-Marktes	23
Entwicklung des Managementberatungs-Marktes in Deutschland 2009, 2009-2014 und 2014-2020.....	26
Entwicklung des Managementberatungs-Marktes in Deutschland 2009 – Nach Unternehmensgröße.....	27
Entwicklung des Managementberatungs-Marktes in Deutschland 2009-2014 – Nach Unternehmensgröße.....	28
Kapitel 3: Umsatz	29
Umsätze in Deutschland der in die Studie einbezogenen Unternehmen 2008 und 2007.....	33
Kapitel 4: Auslandsumsatz	39
Auslandsumsätze der in die Studie einbezogenen Unternehmen 2008.....	41
Kapitel 5: Marktanteile am Inlandsumsatz	44
Marktanteile der größten Managementberatungs-Gesellschaften in Deutschland 2008 und 2007.....	46
Kapitel 6: Umsatzveränderungen	47
Gesamtumsatzveränderungen 2007/2008.....	49
Veränderung des Inlandsumsatzes 2008 und 2007.....	54
Umsatzveränderung 2008 gegenüber 2007 – Nach Tätigkeitsschwerpunkten.....	55
Umsatzveränderung 2008 gegenüber 2007 – Nach Hauptsitz der Unternehmen.....	56

Abbildungsverzeichnis (2)

Kapitel 7: Umsatzprognosen	57
Gesamtumsatzentwicklung 2008 und Prognosen der Unternehmen für jährliche Wachstumsraten 2009 und die Jahre 2009 bis 2014.....	59
Vergleich der durchschnittlichen Gesamtumsatzveränderungen und Umsatzprognosen der Unternehmen 2008, 2009 und 2009 bis 2014.....	60
Vergleich der durchschnittlichen Gesamtumsatzveränderungen und Umsatzprognosen der Unternehmen 2008, 2009 und 2009 bis 2014 – Nach Unternehmensgröße.....	61
Kapitel 8: Prognosenvergleich	62
Vergleich der Prognosen für 2008 mit der effektiven Gesamtumsatzentwicklung 2008.....	64
Marktprognosen und Umsatzprognosen 2009 bis 2014 p.a. im Vergleich.....	65
Kapitel 9: Mitarbeiterzahl	66
Führende Managementberatungs-Unternehmen in Deutschland – Gesamtmitarbeiterzahlen und Mitarbeiterveränderung 2007/2008.....	68
Kapitel 10: Veränderung der Mitarbeiterzahlen	73
Veränderungen von Gesamtumsatz und Gesamtmitarbeiterzahl 2007/2008 – Nach Unternehmensgröße.....	75
Kapitel 11: Ausbildung der Berater	76
Die Ausbildung der Management-Berater.....	78
Kapitel 12: Die Suche nach Beratern	79
Die Wege, auf denen die Beratungsunternehmen nach qualifizierten Beratern suchen	81
Kapitel 13: Pro-Kopf-Umsätze	82
Pro-Kopf-Umsätze führender Managementberatungs-Unternehmen in Deutschland 2008 und 2007.....	84
Kapitel 14: Veränderung der Pro-Kopf-Umsätze	89
Veränderung der Pro-Kopf-Umsätze 2007/2008	91

Abbildungsverzeichnis (3)

Pro-Kopf-Umsätze (Gesamtumsätze) 2008 – Nach Hauptsitz der Unternehmen.....	96
Pro-Kopf-Umsätze (Gesamtumsätze) 2008 – Nach Tätigkeitsschwerpunkten.....	97
Kapitel 15: Berateranteile und Overhead-Quote.....	98
Anteil Berater an Gesamt-Mitarbeiterzahl.....	100
Pro-Berater-Umsatz an Gesamtumsatz p.a.....	106
Berater-Anteile und Pro-Berater-Umsätze – Nach Hauptsitz der Unternehmen.....	111
Berater-Anteile und Pro-Berater-Umsätze – Nach Tätigkeitsschwerpunkten.....	112
Kapitel 16: Beraterereinsatz-Quoten und rechnerische Umsätze pro Beratertag.....	113
Die Höhe der durchschnittlichen Einsatzquote der Managementberater.....	115
Rechnerische Umsätze der Managementberatungs-Unternehmen pro fakturiertem Beratertag.....	116
Kapitel 17: Tätigkeitsfelder der Beratungsunternehmen.....	117
Leistungsspektrum 2008 und 2007.....	120
Leistungsspektrum 2008 – Nach Unternehmensgrößen.....	121
Leistungsspektrum 2008 – Einfache und gewichtete Durchschnitte.....	122
Kapitel 18: Marktsektoren.....	123
Marktsektoren 2008 und 2007.....	125
Marktsektoren 2008 – Nach Unternehmensgrößen.....	126
Marktsektoren 2008 – Einfache und gewichtete Durchschnitte.....	127
Marktsektoren der Managementberatungs-Unternehmen 2008 – Nach Tätigkeitsschwerpunkten.....	128
Kapitel 19: Die wichtigsten Themen der aktuellen Geschäftstätigkeit.....	129
Anteile der Themen an der Geschäftstätigkeit 2008 und 2007.....	131
Anteile der Themen an der Geschäftstätigkeit – Nach Unternehmensgrößen	133

Abbildungsverzeichnis (4)

Kapitel 20: Maßnahmen für das Kundenmarketing	135
Maßnahmen für das Kundenmarketing.....	137
Kapitel 21: Auftragsakquisition	138
Schätzung der Relation von Akquisitionsaufwand zur Projektgröße im eigenen Unternehmen 2009 und 2008 durch die Managementberatungs-Unternehmen.....	140
Schätzung der Relation von Akquisitionsaufwand zur Projektgröße im eigenen Unternehmen und am Markt durch die Managementberatungs-Unternehmen.....	141
Kapitel 22: Entscheider und Entscheidungskriterien für Beratereinsatz in Kundenunternehmen	142
Entscheider in Kundenunternehmen über den Einsatz von Beratung – Nach Unternehmensgröße.....	145
Entscheider in Kundenunternehmen über den Einsatz von Beratung.....	146
Entscheider in Kundenunternehmen über den Einsatz von Beratung – Nach Hauptsitz der Unternehmen.....	148
Eigenschaften, die – nach Meinung der befragten Unternehmen – aus Kundensicht für die Wahl eines Managementberatungs-Unternehmens besonders wichtig sind	150
Kapitel 23: Geschäft mit Neukunden	151
Anteile der Neukunden an der Zahl der Kunden im Jahr 2008 und 2007.....	153
Anteil des Umsatzes mit Neukunden am Gesamtumsatz der Unternehmen 2008 und 2007.....	155
Rechnerischer Gesamtumsatz 2008 und 2007 pro Kunde.....	157
Rechnerischer Gesamtumsatz 2008 und 2007 pro Neukunde.....	159
Kapitel 24: Vertragsformen	160
Bewertung verschiedener Vertragsformen durch die Managementberatungs-Unternehmen.....	162
Bewertung der Vertragsformen – Nach Unternehmensgröße.....	164
Kapitel 25: Die wichtigsten Wettbewerber im Markt	165
Die wichtigsten Wettbewerber Ranking 2009.....	167

Abbildungsverzeichnis (5)

Die wichtigsten Wettbewerber 2009 – Nennungen an erster Stelle.....	169
Kapitel 26: Welt-Umsatz und Welt-Mitarbeiterzahlen der Managementberatungs-Gruppen.....	170
Weltumsatz international tätiger Beratungsgruppen 2008.....	172
Relation Deutschland-Umsatz zu Welt-Umsatz 2008.....	173
Welt-Mitarbeiterzahlen der Managementberatungs-Gruppen.....	175
Relation Pro-Kopf-Umsatz Welt und Deutschland international tätiger Beratungsgruppen.....	177
Kapitel 27: Kapitaleigner.....	178
Verteilung der Unternehmen nach Hauptsitz	180
Kapitel 28: Honorare.....	181
Honorarsätze Managementberatungs-Unternehmen.....	183
Kapitel 29: Nebenkosten-Abrechnung.....	184
Abrechnung der Nebenkosten – Nach Unternehmensgröße.....	186
Kapitel 30: Potenziale für Wert- und Performance-Steigerung in den Kundenunternehmen in den nächsten Jahren	187
Potenziale für Wert- und Performance-Steigerungen bei den Kundenunternehmen in den nächsten Jahren.....	189
Kapitel 31: Das Verhältnis der Managementberatungs-Unternehmen zu ihren Kunden.....	190
Das Verhältnis der Managementberatungs-Unternehmen zu ihren Kunden 2009 und 2008.....	193
Das Verhältnis der Managementberatungs-Unternehmen zu ihren – Nach Unternehmensgröße.....	194
Das Verhältnis der Managementberatungs-Unternehmen zu ihren Kunden – Nach Hauptsitz der Unternehmen....	195
Kapitel 32: Ergebnis der Tätigkeit.....	197
Das Ergebnis ihrer Tätigkeit, das die Beratungsunternehmen ihren Kunden versprechen 2009 und 2008.....	199
Das Ergebnis ihrer Tätigkeit, das die Beratungsunternehmen ihren Kunden versprechen – Nach Unternehmensgröße.....	201
Das Ergebnis ihrer Tätigkeit, das die Managementberatungs-Unternehmen ihren Kunden versprechen – Nach Hauptsitz der Unternehmen.....	202

Abbildungsverzeichnis (6)

Kapitel 33: Umsatzrenditen	204
Umsatzrenditen 2008 und 2007 der Managementberatungs-Unternehmen.....	206
Kapitel 34: Die Meinung der Managementberatungs-Unternehmen zum Inhouse Consulting (IC)	207
Die Meinungen zum Inhouse Consulting (IC).....	209
Die Meinungen zum Inhouse Consulting (IC).....	210
Kapitel 35: Interim Management	211
Interim Management aus der Sicht der Managementberatungs-Unternehmen.....	213
Kapitel 36: Thesen über die Zukunft der Branche	214
Beurteilung von Thesen für die fernere Zukunft bis etwa 2020 der Branche bzw. des Unternehmens.....	216
Beurteilung von Thesen für die fernere Zukunft bis etwa 2020 der Branche bzw. des Unternehmens – Top 10 und übrige Unternehmen.....	217
Beurteilung von Thesen für die fernere Zukunft bis etwa 2020 der Branche bzw. des Unternehmens – Nach Hauptsitz der Unternehmen	218
Beurteilung von Thesen für die fernere Zukunft etwa 2020 der Branche bzw. des Unternehmens – Häufigkeitsverteilung nach Tätigkeitsschwerpunkten – Umsatzanteil Strategie-Beratung >50%.....	219
Beurteilung von Thesen für die fernere Zukunft etwa 2020 der Branche bzw. des Unternehmens – Häufigkeitsverteilung nach Tätigkeitsschwerpunkten – Umsatzanteil Strategie-Beratung <50%.....	220
Kapitel 37: Aktuelle Behinderungsfaktoren für Entwicklung und Erfolg der Managementberatungs-Unternehmen	221
Faktoren, die Entwicklung und Erfolg der Managementberatungs-Unternehmen zur Zeit besonders behindern.....	225
Faktoren, die Entwicklung und Erfolg der Managementberatungs-Unternehmen zur Zeit besonders behindern.....	227
5-Jahres-Entwicklung der Top 10 der Managementberatungs-Unternehmen in Deutschland	229
Top 10 (2008) der Managementberatungs-Unternehmen in Deutschland 2008	231
Top 10 (2008) – 5-Jahresvergleich der Marktanteile in Deutschland in Prozent.....	232

Abbildungsverzeichnis (7)

Entwicklung der Pro-Kopf-Umsätze der Top 10 des Jahres 2008 in den Jahren 2004 bis 2008.....	233
Umsatzentwicklung der Top 10 des Jahres 2008 im Vergleich zum jeweiligen Gesamtmarktwachstum.....	234
Top 10 (2008) – 5-Jahresvergleich der Umsatzprognosen pro Jahr für die jeweils nächsten 5 Jahre.....	235
Die Top-10-Managementberatungs-Unternehmen in Deutschland Umsätze 2004 bis 2008.....	236
Die Top-10-Managementberatungs-Unternehmen in Deutschland Gesamtmitarbeiterzahlen 2004 bis 2008.....	237
Top 10 der deutschen mittelständischen Managementberatungs-Unternehmen.....	238
Führende deutsche mittelständische Managementberatungs-Unternehmen 2008.....	240
Leistungsspektrum 2008 – Nach Unternehmensgruppen.....	242
Marktsektoren 2008 – Nach Unternehmensgruppen.....	244
Umsatz im Ausland der Top-10-Mittelstand Rangfolge nach Export-Quote 2008.....	247
Vergleich der durchschnittlichen Gesamtumsatzveränderungen 2008 und Umsatzprognosen der Unternehmen 2009 und 2009 bis 2014 Nach Unternehmensgruppen.....	249
Das Verhältnis der Managementberatungs-Unternehmen zu ihren Kunden – Nach Unternehmensgruppen.....	251
Das Ergebnis ihrer Tätigkeit, das die Beratungsunternehmen ihren Kunden versprechen – Nach Unternehmensgruppen.....	253
Anteile der Themen an der Geschäftstätigkeit – Nach Unternehmensgruppen.....	256
Kapitel 38: Fazit und Ausblick.....	259

Abbildungsverzeichnis (8)

Abbildungsverzeichnis	268
Anhang	277
Performance-Benchmarking von IT- und Managementberatungs-Unternehmen.....	278
Rechtliche Hinweise.....	288
Auf einen Blick.....	290
Unsere Portfolio-Struktur.....	291
Weitere Informationen.....	292

Weitere Informationen

Lünendonk GmbH - Gesellschaft für Information und Kommunikation

Jörg Hossenfelder, Geschäftsführer

Marktsektor Managementberatung: Dr. Heinz Streicher, Principal
Thomas Lünendonk
Mario Zillmann, Junior Consultant

Postanschrift: Postfach 1360, D-87573 Kaufbeuren

Hausanschrift: Ringweg 23, D-87600 Kaufbeuren

Telefon: 08341-966 36-0 – Telefax: 08341-966 36-66

Mail: info@lunenendok.de – Homepage: www.lunenendok.de