

# Exklusive Zukunftstudie: Markt der Managementberatung 2016

Eine gemeinsame Studie der Lünendonk GmbH, Bad Wörishofen  
und  
der FutureManagementGroup AG, Eltville

Erhebungszeitraum: Herbst 2006 bis Frühjahr 2007

Veröffentlichung: Juni 2007

LÜNENDONK



# Zukunftstudie: Markt der Managementberatung 2016

## Inhaltsverzeichnis

Inhaltsverzeichnis.....	02
Vorwort.....	06
<b>Einführung, Rahmendaten.....</b>	<b>10</b>
Status: Markt für Managementberatung in Deutschland Status 2006.....	14
Leistungsspektrum.....	15
Führende Managementberatungs-Unternehmen in Deutschland 2006.....	16
Managementberatungs-Studien: Historische Daten 1997-2005.....	18
<b>Die Delphi-Studie und das Eltviller Modell.....</b>	<b>21</b>
Das Eltviller Modell für Zukunftsmanagement.....	22
Methodik Delphi-Befragung.....	23
Projektionen zukünftiger Entwicklungen.....	24
<b>Biosphärische Zukunftsfaktoren.....</b>	<b>25</b>
Zukunftsfaktor: Erdölknappheit.....	26
<b>Technologische Zukunftsfaktoren.....</b>	<b>27</b>
Zukunftsfaktor: Wachsende Computerleistung.....	28
Zukunftsfaktor: Wachsende Bandbreiten.....	29
Zukunftsfaktor: Internetisierung und E-Business.....	30

# Zukunftstudie: Markt der Managementberatung 2016

## Inhaltsverzeichnis

Zukunftsfaktor: Künstliche Intelligenz.....	31
Zukunftsfaktor: Dematerialisierung und Virtualisierung.....	32
Zukunftsfaktor: Human-Machine-Interfaces.....	33
Zukunftsfaktor: Automatisierung und Robotik.....	34
Zukunftsfaktor: Wissenssysteme.....	35
Zukunftsfaktor: Bionisierung.....	36
Zukunftsfaktor: Mass Customization.....	37
Zukunftsfaktor: Mobilisierung.....	38
<b>Politische Zukunftsfaktoren.....</b>	<b>39</b>
Zukunftsfaktor: Ökonomisierung des Staates.....	40
Zukunftsfaktor: Liberalisierung.....	41
<b>Wirtschaftliche Zukunftsfaktoren.....</b>	<b>42</b>
Zukunftsfaktor: Interdisziplinarisierung.....	43
Zukunftsfaktor: Globalisierung.....	44
Zukunftsfaktor: Globales Wirtschaftswachstum.....	45
Zukunftsfaktor: Asiatischer Boom.....	46
Zukunftsfaktor: Sättigung in entwickelten Staaten.....	47
Zukunftsfaktor: Tertiarisierung und Quartarisierung der Wirtschaft.....	48
Zukunftsfaktor: Netzwerkwirtschaft.....	49

# Zukunftstudie: Markt der Managementberatung 2016

## Inhaltsverzeichnis

Zukunftsfaktor: Produktivitätswachstum.....	50
Zukunftsfaktor: Polarisierung der Arbeitswelt.....	51
Zukunftsfaktor: Nachhaltige Wirtschaft.....	52
Zukunftsfaktor: Emanzipation der Kunden.....	53
Zukunftsfaktor: Management-Innovationen.....	54
<b>Gesellschaftliche Zukunftsfaktoren.....</b>	<b>55</b>
Zukunftsfaktor: Alterung.....	56
Zukunftsfaktor: Wissenswachstum.....	57
Zukunftsfaktor: Entrepreneurisierung.....	58
Zukunftsfaktor: Flexibilisierung.....	59
Zukunftsfaktor: Feminisierung.....	60
Zukunftsfaktor: Interkultarisierung.....	61
Zukunftsfaktor: Kriminalität und Terrorismus.....	62
Zukunftsfaktor: Beschleunigung.....	63
Zukunftsfaktor: Zunehmende Komplexität.....	64
<b>Alle Ergebnisse der Delphi-Befragung.....</b>	<b>65</b>
<b>Die Entwicklung des Marktvolumens.....</b>	<b>66</b>
<b>Die Entwicklung der Vergütung.....</b>	<b>70</b>

# Zukunftstudie: Markt der Managementberatung 2016

## Inhaltsverzeichnis

Die Entwicklung der Pro-Kopf-Umsätze.....	77
Die Entwicklung der Anbieter-Struktur.....	81
Die Entwicklung des Arbeitsmarktes für Managementberater.....	114
Die Entwicklung der Zusammenarbeit mit den Kunden.....	127
Die Kunden der Beratungsunternehmen.....	137
Das Image der Beratungsunternehmen 2016.....	153
Die Entwicklung des Leistungsspektrums.....	157
Die Entwicklung der Einkaufskriterien und -prozesse.....	176
Anhang.....	198
Auf einen Blick.....	199
Rechtliche Hinweise.....	200
Weiter Informationen.....	202

## Vorwort

# Zukunftstudie: Markt der Managementberatung 2016

## Vorwort (1)

Liebe Leserin, lieber Leser,

seit 1983 beobachtet das Unternehmen Lünendonk die Entwicklung in zentralen Business-to-Business-Marktsektoren in Deutschland. Die Reihe der Branchen und Marktsegmente reicht von IT-Beratungs- und Service-Unternehmen über Zeitarbeits- und Facility-Management-Unternehmen sowie Wirtschaftsprüfungsgesellschaften bis hin zu den führenden Managementberatungsunternehmen. Anhand der jeweils führenden Unternehmen wird jährlich überprüft, wie sich die Märkte entwickeln, welche Umsätze mit wie vielen Mitarbeitern getätigt werden und mit welchen Themen die Zielkunden bedient werden.

Seit Mitte der 90er Jahre gibt es jährlich eine separate Lünendonk®-Liste der führenden Managementberatungsunternehmen in Deutschland. Sie listet die Top-25-Anbieter von Strategie-, Organisations- und Prozessberatung auf, die in Deutschland beziehungsweise von Deutschland aus ihre Kunden bedienen. Hinter dieser Liste steckt – wie hinter allen Lünendonk®-Listen – eine umfassende, jährliche Studie, die weitere namhafte Anbieter analysiert und sich intensiv mit den Entwicklungen des Beratungsmarktes beschäftigt.

In den ersten Jahren war die Sichtweise auf den Markt stets „historisch“ geprägt. Das heißt, es wurden die Umsätze und Entwicklungen des zurückliegenden Geschäftsjahres als Basis der Analysen verwendet. Ab Ende der 90er Jahre wurde diese Perspektive um das Element „Zukunft“ erweitert. Es wurde nun stets die Frage gestellt, welche Erwartungen die Managementberatungsunternehmen an das laufende und die fünf folgenden Geschäftsjahre haben. Diese Kurz- und Mittelfristprognosen wurden dann jährlich auf ihre reale Umsetzung beziehungsweise Zielerreichung überprüft. Um den Blick der Unternehmen auf den Markt und die individuelle Entwicklung des eigenen Unternehmens kennen zu lernen, sind die Prognosen stets aufgesplittet in „Prognose Marktentwicklung“ und „Prognose Unternehmensentwicklung“. Aus der Struktur sowie den Unterschieden zwischen diesen beiden Prognose-Perspektiven lassen sich zusätzlich wichtige Schlüsse auf das Marktklima und die Stimmung ableiten.

Die Lünendonk®-Listen basieren traditionell auf Befragungen der führenden Anbieter von Managementberatungsleistungen hinsichtlich ihrer Sicht auf den Markt. Ergänzt wird diese Perspektive seit 2004 um systematische Befragungen großer Kundenunternehmen, die über ihr Einkaufs- und Nutzungsverhalten bei Managementberatungsleistungen Auskunft geben. Aufgrund dieser bipolaren Informationssammlungen lassen sich

# Zukunftstudie: Markt der Managementberatung 2016

## Vorwort (2)

die Aussagen beider Seiten – Anbieter und Kunden – systematisch überprüfen und plausibilisieren. Auch die Kunden wurden (2005) über ihre Erwartungen hinsichtlich der künftigen Entwicklungen des Managementberatungsmarktes befragt. Ihre Antworten wurden zusammengefasst in der Studie „Einkauf von Managementberatungsleistungen in Deutschland 2005“.

Sowohl bei den Gesprächspartnern auf der Anbieterseite, den Managementberatungen, als auch bei deren Kunden – insbesondere großen deutschen Unternehmen oder deutschen Töchtern internationaler Unternehmen – wuchs jedoch das Interesse, über den „Tellerrand“ des laufenden Jahres beziehungsweise der im wesentlichen auf Markt- und Umsatzwachstum orientierten Informationen der tradierten Studien hinauszuschauen.

Aus diesem Grund nahm die Lünendonk GmbH Kontakt zu Dr. Pero Míćić und seiner FutureManagementGroup GmbH auf, die mit ihrem „Eltviller Modell“ einen neuen Standard in der Thematik des Zukunftsmanagements in Deutschland setzt. Nach einer gemeinsamen, erfolgreichen Zukunftsstudie im Markt der Zeitarbeitsunternehmen und Personaldienstleister in Deutschland, die 2006 für sehr viel Aufmerksamkeit am Markt sorgte, fällten die beiden Unternehmen rasch die Entscheidung, auch für den Marktsektor Managementberatung eine solche Zukunftsstudie zu realisieren.

Sie sollte sich zusammensetzen aus bisher bereits von Lünendonk langjährig erhobenen Daten, den in den Lünendonk®-Studien abgefragten Zukunftsprognosen hinsichtlich Markt- und Umsatzentwicklung sowie einer Bewertung von Thesen, die Dr. Pero Míćić und Thomas Lünendonk auf Basis global akzeptierter Zukunftsfaktoren und Expertengespräche in einem so genannten Delphi-Verfahren durch Managementberatungsunternehmen, große Beratungskunden und Marktexperten auf ihre Wahrscheinlichkeit hin einschätzen ließen.

Es wurde also nicht „im Kaffeesatz gelesen“, sondern versucht, Fakten, Meinungen und absehbare Zukunftsfaktoren eingehend überprüfen zu lassen. In einer kritischen Durchsicht durch einzelne Beratungsunternehmen und in Gruppendiskussionen mit mehreren Beratungsunternehmen wurden diese Bewertungen dann noch einmal umfassend beleuchtet und erörtert.

Die vorliegende Studie erhebt nicht den Anspruch, „Zukunft vorherzusagen“. Sie möchte vielmehr den heutigen Blick handelnder Berater und Beratungskunden auf eine vermutete Zukunft aus dem Kontext der aktuellen Situation heraus zusammenfassen, um damit allen Leserinnen und Lesern die Möglichkeit zu eröffnen, ihre eigene Sichtweise auf das Thema mit den gesammelten Expertenmeinungen abzugleichen.

# Zukunftstudie: Markt der Managementberatung 2016

## Vorwort (3)

Zukunft ist nicht etwas, das passiert, während wir Pläne schmieden.

Zukunft ist das, was wir und andere Menschen und Organisationen gerade heute gestalten, um morgen und in späteren Jahren erfolgreich zu handeln und erfolgreich zu sein.

Wir wünschen Ihnen, dass diese Studie Ihnen für die Zukunft Ihres Unternehmens, aber auch persönlich wichtige Hinweise gibt, damit Sie die Zukunft erfolgreich managen können.

Wir wünschen Ihnen interessante und nützliche Lektüre!



Dr. Pero Micic, Vorstand FutureManagementGroup AG, Eltville



Thomas Lünendonk, Inhaber Lünendonk GmbH, Bad Wörishofen.