

PRESSE-INFORMATION

MB-24-09-20

LÜNENDONK®-STUDIE 2020:

DIGITALISIERUNG VERÄNDERT DIE TEAMZUSAMMENSETZUNG DER
MANAGEMENTBERATUNGEN

- **Agile Umsetzung von Beratungsprojekten hat sich durchgesetzt**
- **Frauenanteil im Consulting steigt auf 25 Prozent**
- **Datenbasierte Analysen im Beratungsprozess unverzichtbar**
- **Lünendonk®-Studie ab sofort erhältlich**

Mindelheim, 24. September 2020.– In den letzten zehn Jahren wuchsen die führenden Managementberatungsunternehmen oftmals zweistellig. Ein Grund war die deutlich steigende Nachfrage der Kunden nach Consulting-Leistungen im Zuge der digitalen Transformation. Dabei halfen die Beratungsunternehmen ihren Kunden, Prozesse zu digitalisieren und neue Geschäftsmodelle zu etablieren. In dieser Zeit haben sich jedoch nicht nur die Kundenunternehmen verändert, sondern auch die Beratungsunternehmen selbst und deren Projekt- und Serviceleistungen. So hat sich die Diversität der Beratungsmannschaft und der Qualifikationen maßgeblich erhöht, Software-Lösungen gewinnen im Beratungsprozess stark an Bedeutung und die Art der Projektumsetzung wandelt sich. Das ist ein Ergebnis der aktuellen Lünendonk®-Studie „Managementberatung in Deutschland“, die das Marktforschungsunternehmen Lünendonk & Hossenfelder GmbH, Mindelheim, seit über 30 Jahren jährlich durchführt.

„Eine sich sehr schnell verändernde Welt, die stark durch Technologieentwicklungen geprägt ist, erfordert neue Fähigkeiten der Beraterinnen und

Berater sowie moderne Software-Werkzeuge, die bei der raschen Umsetzung des Mandats unterstützen“, sagt Jonas Lünendonk, geschäftsführender Gesellschafter und Studienautor. Gleichzeitig findet die Projektumsetzung in vielen Fällen agil und in knapperen Projektphasen statt, um kurzfristiger auf Kundenwünsche oder externe Ereignisse reagieren zu können. Jonas Lünendonk weiter: „Die Umsetzung von Digitalisierungsprojekten erfordert eine Vielzahl unterschiedlicher Qualifikationen – angefangen bei Strategieberatern über Daten- oder Design-Experten bis hin zu IT-Strategen sowie der klassischen Implementierung in die IT-Systeme. Diese Entwicklung spiegelt sich auch in der Zusammensetzung der Beratungsmannschaft wider.“

Veränderungen innerhalb der Beratungsmannschaft

Die Langzeitdaten von Lünendonk zeigen die Veränderung der Beratungsmannschaft. So hat die Bedeutung von Wirtschaftswissenschaftlern und Ingenieuren gegenüber Naturwissenschaftlern, Informatikern sowie Geisteswissenschaftlern deutlich abgenommen. Zum Vergleich: Hatte im Jahr 2011 noch jeder zweite Consultant einen wirtschaftswissenschaftlichen Ausbildungshintergrund, so sind es heute nur noch 43 Prozent. Zudem fordern Beratungsunternehmen von ihren Consultants ein hohes informationstechnisches Verständnis, um Kunden adäquat in allen Fragen der digitalen Transformation beraten zu können.

Während der letzten zehn Jahre hat der Anteil der Frauen innerhalb des Consulting-Teams ebenfalls deutlich zugelegt. Waren im Jahr 2009 nur 18 Prozent der Consultants weiblich, so sind es nun 25 Prozent. Dabei haben die Beratungsunternehmen zahlreiche Initiativen gestartet, um diesen Anteil weiter zu erhöhen. „Die veränderte Art der Projektumsetzung sowie die gestiegene Akzeptanz der Remote-Arbeit im Zuge der Corona-Krise sind

eine Chance im ambulanten und reiseintensiven Beratungsgeschäft, um den Beruf des Consultants familienfreundlicher zu gestalten“, so Jonas Lünendonk. Gerade die Beratungsunternehmen litten in den letzten Jahren unter einem massiven Fachkräftemangel, der zu deutlichen Steigerungen bei den Gehältern der Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter führte. Durch die Corona-Krise wurde der Fachkräftemangel jedoch kurzfristig etwas weniger akut und die Dynamik in der Gehaltsentwicklung hat ebenfalls deutlich abgenommen.

Bedeutung von Daten im Beratungsprozess

Die Digitalisierung zahlreicher Prozesse und Transaktionen in den Kundenunternehmen liefert heute in vielen Fällen die Basis, um umfassende und datenbasierte Entscheidungen für Effizienz- und Effektivitätssteigerungen zu treffen. Hierauf haben Beratungs- und Softwareunternehmen reagiert und die Entwicklung von Analyse-Tools vorangetrieben. Durch diese Werkzeuge sind Beratungsunternehmen in der Lage, für ihre Kunden schnelle Analysen zu erstellen und Verbesserungen über den Zeitraum des Projekts oder sogar darüber hinaus zu überwachen. „Gespräche mit Beratungen und Kunden zeigen, dass der Einsatz von Analyse-Tools durch Beratungen immer stärker zu einem Hygienefaktor wird. Beratungen, die keine Daten-Analyse-Tools einsetzen, geraten dadurch ins Hintertreffen“, prognostiziert Jonas Lünendonk.

Über die Lünendonk®-Studie

Für die seit über 30 Jahren erscheinende Lünendonk®-Studie „Managementberatung in Deutschland“ wurden mehr als 65 Managementberatungen untersucht und befragt – darunter fast alle der 30 führenden Managementberatungen in Deutschland. Die detaillierte Studie mit über 90 Seiten und weiteren 120 Charts ist seit September 2020 zum Preis von 2.050,- Euro (zzgl. MwSt.) unter www.luenendonk.de verfügbar.

Unternehmensprofil

Lünendonk: Informationen zur Orientierung

Lünendonk & Hossenfelder mit Sitz in Mindelheim (Bayern) analysiert seit dem Jahr 1983 die europäischen Business-to-Business-Dienstleistungsmärkte (B2B). Im Fokus der Marktforscher stehen die Branchen Management- und IT-Beratung, Wirtschaftsprüfung, Steuer- und Rechtsberatung, Facility Management und Instandhaltung sowie Personaldienstleistung (Zeitarbeit, Staffing).

Zum Portfolio zählen Studien, Publikationen, Benchmarks und Beratung über Trends, Pricing, Positionierung oder Vergabeverfahren. Der große Datenbestand ermöglicht es Lünendonk, Erkenntnisse für Handlungsempfehlungen abzuleiten. Seit Jahrzehnten gibt das Marktforschungs- und Beratungsunternehmen die als Marktbarometer geltenden „Lünendonk®-Listen und -Studien“ heraus.

Langjährige Erfahrung, fundiertes Know-how, ein exzellentes Netzwerk und nicht zuletzt Leidenschaft für Marktforschung und Menschen machen das Unternehmen und seine Consultants zu gefragten Experten für Dienstleister, deren Kunden sowie Journalisten. Jährlich zeichnet Lünendonk zusammen mit einer Medienjury verdiente Unternehmen und Unternehmer mit den Lünendonk-Service-Awards aus.

Weitere Informationen

Lünendonk & Hossenfelder GmbH
Jonas Lünendonk
Geschäftsführender Gesellschafter
Telefon: +49 8261 73140-0
E-Mail: j.luenendonk@luenendonk.de

Sprockamp Werbung und PR
Eva Sprockamp
PR-Beraterin
Telefon: +49 8247 34012
E-Mail: eva@sprockamp.de

Lünendonk & Hossenfelder GmbH

Maximilianstraße 40, 87719 Mindelheim
Telefon: +49 8261 73140-0 Telefax: +49 8261 73140-66
Homepage: <https://www.luenendonk.de>

Sprockamp Werbung und PR

Kanzelwandstraße 37, 86825 Bad Wörishofen
Telefon: +49 8247 34012
Homepage: <http://www.sprockamp.de>

Diese Presseinformation und die Grafik finden Sie im Internet unter:
<https://www.luenendonk.de/aktuelles/presseinformationen>