

PRESSEINFORMATION

MB-04-08-22

TROTZ ESG, LOGISTIK UND FACHKRÄFTEMANGEL: DIGITALE
TRANSFORMATION BLEIBT BESTIMMENDES THEMA FÜR CONSULTANTS

- **Digitalisierung wichtigstes Thema als Türöffner bei Kunden**
- **Technologische Entwicklungen steigern den Beratungsbedarf – allen voran Digitale Plattformen und Big Data**
- **Consulting-Häuser bewerten eigenen Digitalisierungsgrad höher als den der Beratungsbranche**
- **Neue Lünendonk-Studie 2022 liegt vor**

Mindelheim, 4. August 2022 – Die Digitalisierung bleibt für Consulting-Unternehmen eindeutig der wichtigste Door Opener bei den Kunden. Trotz steigender Bedeutung von Themen rund um ESG und Logistik/Supply Chain führen die technologischen Entwicklungen – allen voran digitale Plattformen und Big Data – zu einem gesteigerten Beratungsbedarf seitens der Kunden. Gleichzeitig sehen die Consultants im Bereich IT auch das meiste Potenzial für Wert- und Performancesssteigerungen bei den Kundenunternehmen. Hierbei liegt der „Türöffner-Fokus“ eher auf der IT-Strategie als auf der Implementierung. Beim Blick auf den Digitalisierungsgrad der eigenen Branche lassen mehr als die Hälfte der Beratungshäuser Optimierungsbedarf erkennen. Dies sind Ergebnisse der aktuellen Lünendonk-Studie „Managementberatung in Deutschland“, die das Marktforschungsunternehmen Lünendonk & Hossenfelder in 26. Auflage veröffentlicht hat und ab sofort unter www.luenendonk.de erhältlich ist.

Digitalisierung bleibt wichtigstes Thema bei der Kundenansprache

Digitale Transformation ist für die Consultants wichtigster Türöffner bei den Kunden. Mehr als die Hälfte der Studienteilnehmer setzt in der Ansprache auf dieses Thema (52 %), das mit weitem Abstand vor ESG/Nachhaltigkeit (25 %) und Supply Chain (13 %) liegt. Einen gesteigerten Beratungsbedarf infolge technologischer Entwicklungen sehen die Beratungshäuser vor allem bei Digitalen Plattformen (79 %) und Big Data (75 %), aber auch bei Cloud Computing (59 %) und Künstlicher Intelligenz (KI) (59 %). Ein Investment, das sich nach Ansicht der Beratungen lohnen dürfte: Neun von zehn Consultants verorten im IT-Bereich großes bzw. sehr großes Potenzial für Wert- und Performancesteigerungen in den nächsten Jahren.

Digitalisierungsgrad der Beratung wird differenziert wahrgenommen

Die digitale Transformation beschäftigt die Managementberatungen nicht nur als kundenrelevantes Beratungsthema, vielmehr befindet sich auch die Branche selbst im technologischen Wandel begriffen. Den Digitalisierungsgrad der Consulting-Branche schätzen die Studienteilnehmenden verhalten ein: Lediglich 3 Prozent sind der Ansicht, dass die Beratungsbranche schon vollständig digitalisiert ist. Vier von zehn Consultants sehen eine teilweise digitalisierte Branche (42 %), ebenso viele schätzen die Entwicklung neutral ein (42 %). Immerhin 13 Prozent sind der Meinung, dass die Branche wenig digitalisiert ist. Im Vergleich zum Vorjahr zeigt sich eine etwas stärker wahrgenommene Digitalisierung der Beratungsbranche.

Jörg Hossenfelder, geschäftsführender Gesellschafter bei Lünendonk & Hossenfelder und Studienautor, führt hierzu aus: „Die positiven Erfahrungen mit Remote Consulting leisten ihren Beitrag, dass die Branche sich in Gänze digitaler aufgestellt und an Tempo zugelegt hat. Die Kollaboration hat für viele Studienteilnehmer besser funktioniert als erwartet.“ Den

Digitalisierungsgrad des eigenen Unternehmens schätzen die Befragten insgesamt stärker ein als den der Branche: Hier glauben schon 14 Prozent, dass das eigene Unternehmen voll digital ist (Vorjahr: 10 %). Weitere 56 Prozent schätzen den Stand als zumindest teilweise digitalisiert ein. 21 Prozent sehen ihr Unternehmen eher im neutralen Bereich und weitere 8 Prozent schätzen sich als wenig digitalisiert ein.

Innovationsteams fördern Zufriedenheit mit interner Digitalisierung

19 Prozent der Studienteilnehmer zeigen sich mit dem Digitalisierungsfortschritt im eigenen Unternehmen sehr zufrieden, 60 Prozent sind eher zufrieden, 19 Prozent schätzen den Status quo als neutral ein. Um die interne Digitalisierung strukturiert vorantreiben zu können, haben 62 Prozent der Beratungsunternehmen dezidierte Innovationsteams gegründet, deren Aufgabe ist, den Wandel zu gestalten und interne Abläufe zu optimieren. Insgesamt zeigt sich, dass die Zufriedenheit unter Consultants mit der Digitalisierung in der eigenen Beratung höher ist, wenn ein eigens gegründetes Team die internen Digitalisierungsabläufe verantwortet.

Mehrheit der Beratungen bündelt KI-Kompetenz

Gerade im Umfeld der Künstlichen Intelligenz entwickeln sich Technologien schnell weiter. Um Expertise in diesem Feld zu bündeln, verfügen 72 Prozent (2021: 67 %) der befragten Beratungsunternehmen über ein zentrales Kompetenzzentrum oder -team, wobei dessen Größe je nach Beratung stark variiert. Gerade die großen Consulting-Häuser sowie die Big-Four-Unternehmen beschäftigen in diesem Bereich mehrere Hundert Mitarbeitende weltweit. Wenn es um die Umsetzung von KI-Projekten bei Kunden geht, treffen Consultants weiterhin auf vielfältige und bereits bekannte Herausforderungen. An erster Stelle stehen hier fehlendes Know-

how und Verständnis davon, was KI ist und was sie zu leisten imstande ist, gefolgt von der Verfügbarkeit sowie der Qualität der Daten.

Über die Lünendonk-Studie

Für die Lünendonk-Studie 2022 „Managementberatung in Deutschland“ wurden 70 in Deutschland aktive Managementberatungen im Zeitraum Februar bis Mai 2022 befragt. Die detaillierte Marktanalyse mit zirka 300 Seiten und über 150 Charts ist zum Preis von 2.200 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

Jörg Hossenfelder

Geschäftsführender Gesellschafter

Telefon: +49 8261 73140-0

E-Mail: hossenfelder@lunenendonk.de

vibrio. Kommunikationsmanagement

Sascha Smid

Senior PR-Berater

Telefon: +49 89 3215170

E-Mail: lunenendonk@vibrio.de

Lünendonk & Hossenfelder GmbH

Maximilianstraße 40, 87719 Mindelheim

Telefon: +49 8261 73140-0 Telefax: +49 8261 73140-66

Homepage: <https://www.lunenendonk.de>

vibrio. Kommunikationsmanagement Dr. Kausch GmbH

Rundfunkplatz 2, 80335 München

Telefon: +49 89 3215170

Homepage: <https://vibrio.eu/>

Diese Presseinformation und die Grafiken finden Sie im Internet unter:

<https://www.lunenendonk.de/presseinformationen/>