

# LÜNENDONK®-LISTE 2012

## Managementberatung

Kriterium:

Ihr Unternehmen erzielt als unabhängiger Dienstleister mehr als 60 Prozent des Umsatzes mit klassischer Unternehmensberatung, zum Beispiel Strategie, Organisation, Führung, Marketing.

Wir berücksichtigen nur vollständig ausgefüllte Fragebögen, die den Umsatz und eine Aufteilung des Gesamtumsatzes auf einzelne Leistungsarten enthalten!

Hinweis: Außer den Umsatz- und Mitarbeiterzahlen werden Ihre Antworten nicht unternehmensbezogen, sondern nur als statistische Gesamtauswertungen veröffentlicht!

Senden Sie die Daten bitte bis **Freitag, 16.03.2012**, an

**Lünendonk GmbH • Telefax: 0 83 41 - 9 66 36 – 66 oder an [j.luenendonk@luenendonk.de](mailto:j.luenendonk@luenendonk.de)**

Nur Teilnehmer erhalten ein kostenloses Management Summary sowie 10% Nachlass auf den Studienpreis!

Name des Unternehmens, Gesellschaftsform \_\_\_\_\_

Straße, Ort (Hauptsitz) \_\_\_\_\_

Ansprechpartner \_\_\_\_\_ Position \_\_\_\_\_

Telefon, Telefax \_\_\_\_\_

E-Mail \_\_\_\_\_ Homepage \_\_\_\_\_

**1. Wo liegt die Mehrheit des Grund- oder Stammkapitals Ihres Unternehmens?**

In Deutschland  Im europäischen Ausland, in \_\_\_\_\_  Im sonstigen Ausland, in \_\_\_\_\_

**2. Wie wird sich das Volumen des gesamten Marktsegments Managementberatung in Deutschland voraussichtlich entwickeln?**

2012 (Prognose) \_\_\_\_\_ % 2012 bis 2017 (Prognose) \_\_\_\_\_ % p.a. 2017 bis 2020 (Prognose) \_\_\_\_\_ % p.a.

**3. Welches sind Ihre drei wichtigsten Wettbewerber im deutschen Markt?**

1. \_\_\_\_\_ 2. \_\_\_\_\_ 3. \_\_\_\_\_

**4. Für wie viele Kunden hat Ihr Unternehmen 2011 gearbeitet?** \_\_\_\_\_ Kunden, davon Neukunden: \_\_\_\_\_ (absolut)

**5. Mit wie vielen Kundenunternehmen erzielen Sie 80 Prozent Ihres Umsatzes?** 2011 \_\_\_\_\_ 2012 (Planung) \_\_\_\_\_ (absolut)

**6. Was halten Sie von Unternehmenszusammenschlüssen von Managementberatungen mit...**

(-2=„sehr wenig“ bis +2=„sehr viel“)

- ... Managementberatungs-Unternehmen
- ... IT-Beratungs- und Systemintegrations-Unternehmen
- ... Wirtschaftsprüfungs-Gesellschaften
- ... sonstigen Unternehmen, und zwar: \_\_\_\_\_

	-	-2	-1	0	+1	+2	+
...							
...							
...							
...							

**7. In welchen Unternehmensbereichen bei Ihren Kundenunternehmen liegen in den nächsten Jahren die größten Potenziale für Wert- und Performance-Steigerungen? (-2= „sehr geringe Potenziale“ bis +2 = „sehr hohe Potenziale“)**

- Administration, Overhead, Organisation
- Beschaffung, Einkauf
- Engineering, R&D
- Finance and Controlling
- Human Capital
- IT-Systeme und -Prozesse
- Internationalisierung

	-	-2	-1	0	+1	+2	+
...							
...							
...							
...							
...							
...							
...							

- Logistik, Transport
- Marketing, Vertrieb
- Produktion, Fertigung
- Risiko-/Komplexitätsmanagement
- Strategische Ausrichtung
- Sonstiges, und zwar : \_\_\_\_\_

	-	-2	-1	0	+1	+2	+
...							
...							
...							
...							
...							
...							
...							

# Fragebogen für Managementberatungs-Unternehmen (2 von 4)

(Kriterium: mehr als 60 Prozent des Umsatzes mit klassischer Unternehmensberatung)

## 8. Welche Eigenschaften sind nach Ihrer Erfahrung aus Kundensicht für die Wahl eines Managementberatungs-Unternehmens besonders wichtig? (-2= „unwichtig“ bis +2= „sehr wichtig“)

	-	-2	-1	0	+1	+2	+
Anbieter gehört zu den Preferred-Partnern							
Umsetzungskompetenz/Best Practices							
Diversity des Consulting-Teams							
Ergebnisse der internen Lieferantenbewertung aus vergangenen Projekten (Beraterdatenbank)							
Fähigkeit und Methodik, dass Berater-Know-how in das Kundenunternehmen transferiert wird							
Ganzheitliches Portfolio im Bereich Strategie- und Managementberatung							
Größe, Image und Renommee							
Internationale/Globale Präsenz							
Kompetenz in IT-Strategie sowie Umsetzung von Beratungskonzepten in IT-Prozesse							
Methodenkompetenz							
Höhe der Honorare (inkl. Tages- oder Pauschalsätze, Nebenkosten)							
Qualität des Netzwerks des Beraters zum Top-Management des Kundenunternehmens/Referenzen							
Soziale Kompetenz der einzelnen Berater/Cultural Fit							
Fach-/Themenkompetenz							
Branchenkompetenz							
Zugriff auf ein globales Netzwerk für das jeweilige Fachthema							
Zugriff auf Spezialisten für das jeweilige Fachthema							

## 9. Wenn Sie an die Zukunft denken, zum Beispiel das Jahr 2020, für wie wahrscheinlich halten Sie die folgenden Aussagen? (-2= „sehr unwahrscheinlich“ bis +2= „sehr wahrscheinlich“)

	-	-2	-1	0	+1	+2	+
Der Markt für klassische Managementberatung wächst jährlich nur noch um maximal 5 Prozent.							
Die internen Beratungseinheiten der großen Wirtschaftsunternehmen arbeiten beim Großteil ihrer Projekte eng mit externen Beratungsfirmen zusammen.							
Die Honorare von Managementberatung und IT-Beratung haben sich angeglichen.							
Managementberatungen sind für die Top-Talente-Entwicklung in den Klientenunternehmen verantwortlich.							
2020 wechseln mehr Berater zum Wettbewerb als zu Kundenunternehmen.							

## 10. Wer entscheidet im Kundenunternehmen über den Einsatz Ihrer Beratung?

(-2= „nie“ bis +2= „immer“)

	-	-2	-1	0	+1	+2	+
Vorstand/Geschäftsführung							
Leiter Fachbereich							
Leiter Einkauf							
Leiter Inhouse-Consulting-Einheiten (ICE)							
Sonstige, und zwar: _____							

## 14. Wie rekrutieren Sie Ihre Berater?

Personalberater/Headhunter	_____ %
Recruiting-Veranstaltungen	_____ %
Social Media	_____ %
Jobbörsen	_____ %
Direktansprache	_____ %
Eigene Homepage	_____ %
Sonstiges, und zwar: _____	_____ %
<b>Insgesamt</b>	<b>100%</b>

## 11. Bitte bewerten Sie die folgenden Vertragsformen für den Einsatz Ihrer Beratung.

(-2= „nie“ bis +2= „immer“)

	-	-2	-1	0	+1	+2	+
Abrechnung nach Aufwand							
Festpreisvertrag							
Basishonorar mit Erfolgsbeteiligung							
Bonus/Malus-Vereinbarung							
Erfolgsabhängige Honorierung (100% variabel)							
Wertschöpfungspartnerschaften							

## 15. Wie hoch ist der Frauenanteil bei Ihren Beratern?

2011 \_\_\_\_\_ %      2012 (Planung) \_\_\_\_\_ %

## 16. Wie hoch ist das durchschnittliche Alter Ihrer Berater?

\_\_\_\_\_ Jahre

## 17. Wie hoch ist die durchschnittliche Einsatzquote Ihrer Berater bezogen auf 200 fakturierbare Tage pro Jahr?

\_\_\_\_\_ %

## 12. Welche Ausbildung haben Ihre Berater? (Anteile in Prozent)

Wirtschaftswissenschaftliches Studium	_____ %
Ingenieur-Studium	_____ %
Informatik-Studium	_____ %
Naturwissenschaftliches Studium	_____ %
Sonstige Ausbildung	_____ %
<b>Insgesamt</b>	<b>100%</b>

## 18. Wie hoch ist die Fluktuationsrate bei Ihren Beratern zurzeit?

(Anzahl Austritte/Anzahl Berater) \_\_\_\_\_ %

## 19. Wie rechnen Sie Nebenkosten ab? (Anteile der Projekte in Prozent)

Abrechnung nach Aufwand und Belegen	_____ %
Nebenkostenpauschale	_____ %
Inklusivpreise (Nebenkosten enthalten)	_____ %
<b>Insgesamt</b>	<b>100%</b>

## 13. Wohin wechseln Ihre Berater bei Ausscheiden aus Ihrem Unternehmen? (Anteile in Prozent)

Zu Klientenunternehmen	_____ %
Zu anderen Beratungen	_____ %
In die Selbstständigkeit	_____ %
Sonstiges, und zwar: _____	_____ %
<b>Insgesamt</b>	<b>100%</b>

## 20. Honorarsätze

(bezogen auf 2011, in € pro Tag ohne Spesen)

<b>Beratung/Konzeption</b>	Spanne von _____ bis _____
<b>Realisierung</b>	Spanne von _____ bis _____

# Fragebogen für Managementberatungs-Unternehmen (3 von 4)

(Kriterium: mehr als 60 Prozent des Umsatzes mit klassischer Unternehmensberatung)

## 21. Wie viel Prozent Ihrer Umsatzen erwirtschaften Sie mit:

(Anteile am Umsatz in Prozent)	2011	2010
Strategieberatung	_____ %	_____ %
Organisations- und Prozessberatung	_____ %	_____ %
HR-Beratung	_____ %	_____ %
IT-Beratung	_____ %	_____ %
Outsourcing (einschließlich BPO)	_____ %	_____ %
Interim Management	_____ %	_____ %
Sonstiges, und zwar:	_____ %	_____ %
<b>Umsatz insgesamt</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>

## 22. Gesamtumsatz (ohne MwSt.)

in Mio. € (Bei Unternehmensgruppen konsolidierter Umsatz)	2011	2010
Davon Umsatz mit Kunden im Ausland	_____	_____
Durch eigene Tochtergesellschaft im Ausland erbrachte oder an Kunden im Ausland direkt fakturierte Leistungen	_____	_____
<b>Umsatz mit Neukunden (Anteil in %)</b>	_____ %	_____ %

## 23. Bei internationalen Gruppen

Umsatz weltweit (mit Währung)	2011	2010
Mitarbeiter weltweit (FTE)	_____	_____

## 24. Gehören Sie zu einem internationalen Partnernetzwerk?

Ja  Nein

## 25. Umsatzrendite 2011 (EBIT/Umsatz) (Bitte ankreuzen)

- Weniger als 0%       Über 10% bis 15%  
 0% bis 5%             Über 15 bis 20%  
 Über 5% bis 10%       Mehr als 20%

## 26. Zahl der Mitarbeiter insgesamt

umgerechnet in Vollzeit (Jahresdurchschnitt)	2011	2010
davon: - Berater	_____	_____
- Management, Verwaltung	_____	_____

## 27. Zahl der Mitarbeiter in Deutschland

umgerechnet in Vollzeit (Jahresdurchschnitt)	2011	2010
davon: - Berater	_____	_____
- Management, Verwaltung	_____	_____

## 28. Wie stark wird sich der Umsatz Ihres Unternehmens voraussichtlich ändern?

(Durchschnittlich pro Jahr) 2012 \_\_\_\_\_ %  
 2012 bis 2017 \_\_\_\_\_ % p.a.

## 29. Welche Faktoren behindern die Entwicklung und den Erfolg Ihres Unternehmens zurzeit besonders? (-2= „überhaupt nicht stark“ bis +2= „sehr stark“)

	-	-2	-1	0	+1	+2	+
Fehlen wirksamer Marketingstrategien							
Geringe Bekanntheit in der Zielgruppe							
Finanzierungsengpässe bei Kunden							
Fachkräftemangel							
Nachfragemangel							
Niedrige Marktpreise, Honorare							
Aktuelle wirtschaftliche Situation							
Image der Beratung							
Hohe Fluktuation der Berater							

## 30. Marktsektoren

(Anteile am Umsatz in Prozent)	2011	2010
Automobilindustrie	_____ %	_____ %
Elektrotechnik	_____ %	_____ %
Maschinenbau	_____ %	_____ %
Konsumgüterindustrie	_____ %	_____ %
Luft- und Raumfahrtindustrie	_____ %	_____ %
Chemie, Pharma	_____ %	_____ %
Sonstige Industrien	_____ %	_____ %
Banken	_____ %	_____ %
Versicherungen	_____ %	_____ %
Handel	_____ %	_____ %
Telekommunikation, IT	_____ %	_____ %
Energie	_____ %	_____ %
Verkehr, Logistik	_____ %	_____ %
Behörden, Öffentlicher Dienst	_____ %	_____ %
Gesundheitswesen	_____ %	_____ %
Sonstige Dienstleistungen	_____ %	_____ %
<b>Umsatz insgesamt</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>

## 31. Wie verteilt sich Ihr Umsatz auf die einzelnen Bereiche in den Kundenunternehmen (Anteile in Prozent)

	2011
Unternehmensstrategie	_____ %
Corporate Finance	_____ %
Einkauf/Beschaffung	_____ %
Logistik/Supply Chain	_____ %
Produktion/Fertigung	_____ %
Marketing	_____ %
Vertrieb	_____ %
Human Resources	_____ %
Forschung & Entwicklung/Innovation	_____ %
Informationstechnologie (IT)	_____ %
Services/Kundendienste	_____ %
Sonstiges, und zwar:	_____ %
<b>Umsatz insgesamt</b>	<b>100%</b>

## 32. Wie wichtig sind die folgenden Themen für Ihre Geschäftstätigkeit? (-2= „unwichtig“ bis +2= „sehr wichtig“)

	-	-2	-1	0	+1	+2	+
Business Process Outsourcing (BPO)							
Change Management							
Effizienzsteigerung							
Geschäftsoptimierung							
Globalisierungsstrategien							
Informationsmanagement							
Mergers & Acquisitions							
Organisation							
Qualitätsmanagement							
Restrukturierung/Sanierung							
Wachstumsstrategien							
Sonstige, und zwar _____							

## 33. Wie viel Prozent Ihres Umsatzes im Jahr 2011 resultierte aus Projekten mit den nachfolgenden Volumina

Bis 50.000 €	_____ %
Über 50.000 € bis 100.000 €	_____ %
Über 100.000 € bis 200.000 €	_____ %
Über 200.000 € bis 500.000 €	_____ %
Über 500.000 €	_____ %
<b>Umsatz insgesamt</b>	<b>100%</b>

# Fragebogen für Managementberatungs-Unternehmen (4 von 4)

(Kriterium: mehr als 60 Prozent des Umsatzes mit klassischer Unternehmensberatung)

34. Welches Ergebnis Ihrer Tätigkeit versprechen Sie Ihren Kunden? (-2= „nie“ bis +2= „sehr häufig“)

	-	-2	-1	0	+1	+2	+
Effizienzsteigerung							
Ertragssteigerung							
Know-how-Transfer							
Kostensenkung							
Nachhaltige Wertsteigerung des Unternehmens							
Optimale Prozessgestaltung							
Optimale Unternehmensstruktur							
Prozessinnovation							
Steigerung des Markterfolges							
Wettbewerbsvorteile							
Messung der Kundenzufriedenheit							

35. Wie bewerten Sie den Wettbewerb durch folgende Anbieter-Gruppen? (-2= „überhaupt nicht“ bis +2 = „sehr stark“)

Wettbewerb durch...	-	-2	-1	0	+1	+2	+
... große internationale Managementberatungen							
... spezialisierte kleinere Managementberatungen							
... Gesamtdienstleister							
... IT-Berater							
... WP-Gesellschaften							
... Inhouse Consulting							

36. Durch welche Maßnahmen glauben Sie den Umsatz im Jahr 2012 steigern zu können? (-2= „gar nicht“ bis +2= „sehr stark“)

	-	-2	-1	0	+1	+2	+
Durch Übernahmen und/oder Zusammenschlüsse							
Durch Mengenerhöhungen							
Durch Preiserhöhungen							
Sonstiges, und zwar:							

37. Diese Anregung habe ich für künftige Erhebungen:

---



---

**Vielen Dank für Ihr Mitwirken!**

**Hinweis:** Nach Erhalt des Fragebogens sendet Ihnen die Lünendonk GmbH spätestens nach einem Werktag eine Eingangsbestätigung Ihres Fragebogens zu.

Die Lünendonk®-Liste 2012 „Führende Managementberatungs-Unternehmen in Deutschland“ wird voraussichtlich am 16.05.2012 publiziert.

- Wir bestellen hiermit die Studie „Führende Managementberatungs-Unternehmen in Deutschland 2012“ zum Subskriptionspreis von 1.755 € (Listenpreis 1.950 €) für Teilnehmerunternehmen** (zzgl. gesetzlicher MwSt.). (inklusive Telefonservice und 12 Ausgaben Lünendonk News Report „Consultants in Competition“ sowie Zugang zum Kundenbereich auf der Lünendonk-Webseite mit Recherchemöglichkeit) (Erscheinungstermin voraussichtlich August 2012)
- Bitte unterbreiten Sie uns ein unverbindliches Angebot für Studie und persönliche Präsentation in unserem Unternehmen.**
- Bitte sende Sie uns kostenfrei das Lünendonk®-Exposé über die Leistungen der Lünendonk GmbH zu.**

Datum, Ort

Unterschrift

Weitere Informationen über aktuelle Studien und Publikationen können Sie auch unserer Internetseite unter [www.luenendonk.de](http://www.luenendonk.de) entnehmen.