

Quo vadis Consulting? - die Transformation der Beratungsbranche

Digitale Transformation. Industrie 4.0. Big Data. Fast keine Branche, an welcher die digitalen Entwicklungsschübe aktuell nicht ohne Spuren vorüberziehen. Und die Beratung? Diese befindet sich ebenfalls im Sog der Technik, verändert sich Schritt für Schritt.

Im März 2017 beschäftigt sich die deutsche Ausgabe des Magazins Harvard Business Manager (HBM) mit der Transformation der Consulting Industrie. Seit Montag liegt das Heft im (online) Geschäft aus. Ich habe ein Blick auf die Artikelserie geworfen und fasse im Beitrag die zentrale Punkte zusammen.

Die Transformation der Beratungsbranche

„Projekt Berater 4.0“ titelt der aktuell erhältliche [Harvard Business Manager \(HBM\) 03/2017*](#) und spendiert der Aussage die Unterschrift: *„Wie Digitalisierung, anspruchsvolle Kunden und der Trend zur Kooperation das Geschäft der Consultants verändern“*.

Berater 4.0. Das liest sich wie Industrie 4.0. Ganz und gar technisch. Doch ist es wirklich nur die IT, welche die Beraterzunft antreibt, formt und gänzlich neu ordnet?

Nicht ausschließlich, aber zu einem großen Teil. Die HBM Redaktion identifiziert weitere Trends, die ich nachfolgend für Dich auf den Punkt bringe.

Kernaussage #1: Der Beratungsmarkt wächst weiter

Zwischen 2005 bis 2015 hat sich in Deutschland laut dem Manager Magazin (= Schwesternjournal vom HBM) der Markt für Beratungsleistung auf 30 Milliarden

Euro mehr als verdoppelt. Insbesondere McKinsey, The Boston Consulting Group (BCG) sowie Bain wuchsen mit zweistelligen Zuwachszahlen. Auch das Business der Wirtschaftsprüfer Ernst & Young (EY), Deloitte, KPMG und PwC steigerte seinen Umsatz zwischen 2010 und 2015 um rund 64 Prozent. Hinzu kommen etliche Neugründungen von kleinen und mittelständischen Beratungen. „Consulting booms“ würde der noch zu Europäischen Union gehörende Brite sagen.

Kernaussage #2: Kunden treiben die Transformation der Consulting Industrie

Viele Berater arbeiten inzwischen in der Industrie, bringen ihr Wissen im (Top-)Management ein. Über [Consulting Plattformen](#) wie [COMATCH](#) oder [Consultingsearcher](#) wird der Markt für Beratungsleistungen transparenter. Hinzu kommen die [Inhouse-Consulting-Abteilungen](#), 2017 in mehr und mehr Unternehmen zu finden. Alle drei Strömungen führen dazu, dass Kunden auf Augenhöhe mit den Consultants agieren. Beratung wird „Commodity“ urteilt der HMB, stellt aber im gleichen Atemzug den weiteren Bedarf nach exzellent ausgebildeten Beraterkräften heraus.

Kernaussage #3: Wachsender Bedarf nach IT-Beratung

Technologie-Fragen halten die Industrien im Atem. Und damit auch die Beraterbranche. Die HBM Redakteure unterstreichen, dass 2017 insbesondere Bedarf nach Konzepten zur Digitalisierung, Big Data, künstliche Intelligenz, Roboter, etc. bestehe. Auf einer Lebenszyklus-Kurve illustrieren die Redakteure wachsende (z.B. Industrie 4.0, Mobility), dominierende (z.B. disruptives E-Commerce, Regulierung) und sich sättigende Themen (z.B. Regulierung, Risikomanagement). Ganz anders das Bild vor 10 Jahren. Da standen betriebswirtschaftliche Fragestellungen noch hoch im Kurs. Wie sich die Zeiten und damit die Beratungsthemen ändern...

Kernaussage #4: Neue Wettbewerber drängen auf den Beratungsmarkt

Neben den vier großen Wirtschaftsprüfern hat das HBM Magazin weitere Wettbewerber für die klassischen Consultancies ausmachen können. Zum einen die Softwareanbieter, allen voran SAP. Das Walldorfer IT-Haus berät Kunden zunehmen in der Anpassung ihrer Geschäftsmodelle. Zum anderen die

Designagenturen und Kreativschmieden, wie beispielsweise [Ideo](#). Mit Design Thinking, Agile Entwicklung und User Experience (UX) Ansätzen will dieser neue Beratertypus ebenfalls ein Stück vom Consulting-Kuchen abschneiden.

Kernaussage #5: Kooperationsnetzwerke gewinnen an Stellenwert

Immer weniger Beratungsfirmen arbeiten klassisch hinter verschlossener Tür an den Problemstellungen ihrer Kunden. Stattdessen organisieren sich die Consultants. In [Wertschöpfungsnetzwerken](#) in denen - bedarfsorientiert und temporär - einzelne Experten eingepasst und nach Projektende auch wieder ausgeklingt werden. Indes - so der HMB - bauen große [Generalisten](#) erforderliches Wissen selbst auf und sorgen dafür, dass ihre Mitarbeiter abteilungsübergreifend kooperieren.

Was hältst Du von Consulting Plattformen?

- Digitale Marktplätze sind die Zukunft.
- Eine mögliche Option für die Projektakquise.
- Nur für Einzelberater interessant.
- Übergangserscheinung, die bald wieder verschwindet.
- Keine Ahnung, das Modell kannte ich bisher nicht.

Abstimmen

[Ergebnisse](#)

 Loading ...

Fazit

Zugegeben: Den Titel ‚Projekt Berater 4.0‘ des HMB Magazins 03/2017 finde ich etwas hochgestapelt. Sicher: die Situation bei Kundenunternehmen ändert sich. Berater müssen auf die Fragen von Morgen bereits heute eine Antwort haben. Und mit (hochgejazzten?) Konzepten wie Big Data und Industrie 4.0 jonglieren können.

Aber ist das bereits Disruption des [Geschäftsmodells Consulting](#), wie im Magazininterview der bekannte Professor [Clayton M. Christensen](#) meint? Oder schlicht eine Evolution?

Klappern hat schon immer zum Handwerk gehört, nicht nur in den Verlagshäusern. Und auch Beratung wird es zukünftig (in mehr oder weniger transformierter Form) weiter geben.

Bonusmaterial



Weitere Artikel zur Beratungsbranche im durchaus lesenswerten [Harvard Business Manager 03/2017*](#). Viel Spaß bei der Lektüre.