



KPIs IM CONSULTING 2023



INHALT

Consultingmarkt 2023	6
Ziel der Studie	8
Studienmethodik	9
FINANZKENNZAHLEN	10
Nettoumsatzrendite und EBT-Marge	12
EBT pro Partner und Consultant	13
Umsatz pro Consultant und Cashflow-Marge	14
Kostenstruktur und Investitionen in KI und Nachhaltigkeit	15
OPERATIVE KENNZAHLEN	16
Mitarbeiterauslastung und abgerechnete Personentage	18
Overhead-Quote und Partner Ratio	19
Vertriebsaufwand pro 1.000 Euro Umsatz und Kundenakquisitionsrate	20
Umsatzanteil Neukunden und durchschnittliches Auftragsvolumen	21

HUMAN RESOURCES-KENNZAHLEN	22
Fluktuationsrate	24
Dauer der Firmenzugehörigkeit und Durchschnittsalter	25
Anteil weibliche Mitarbeitende	26
Sollwert und Entwicklung des Anteils weiblicher Mitarbeitender	27
Lohnkosten pro Mitarbeitendem und Personalaufwandsquote	28
Weiterbildungsaufwand pro Consultant und Weiterbildungsquote	29
Weiterbildungstage pro Mitarbeitendem	30
ANHANG	32
Definition der Hierarchieebenen	34
Grafik- und Tabellenverzeichnis	36
Zum Herausgeber	38

ZIEL DER STUDIE

Key Performance Indicators (KPIs) sind für Consultingunternehmen und ihr Management unverzichtbar, um Leistungen effektiv zu messen, Strategien gezielt zu steuern, Performance kontinuierlich zu managen und erfolgreiche Kommunikation zu gewährleisten. Sie bilden das Rückgrat für datengetriebene Entscheidungen und ermöglichen es, komplexe Unternehmensleistungen in klare, quantifizierbare Werte zu übersetzen, die eine objektive Bewertung der Zielerreichung erlauben.

Somit bieten KPIs eine solide Grundlage für die Strategieentwicklung und -anpassung. Sie liefern messbare Daten, die dabei helfen, die Wirksamkeit der umgesetzten Strategien zu beurteilen. Dies ermöglicht es Consultingunternehmen, ihre Beratungsleistungen zu optimieren und ihren Kunden maßgeschneiderte Lösungen anzubieten, die auf deren spezifische Bedürfnisse und Zielsetzungen zugeschnitten sind.

Zudem spielen KPIs eine zentrale Rolle im Performance Management. Sie ermöglichen es Unternehmen, Fortschritte in Richtung festgelegter Ziele zu überwachen, frühzeitig Abweichungen zu erkennen und entsprechend gegenzusteuern. Durch das kontinuierliche Monitoring von KPIs kann sichergestellt werden, dass sowohl ihre internen Prozesse als auch die Projekte ihrer Kunden auf dem richtigen Weg sind und bei Bedarf schnell angepasst werden können.

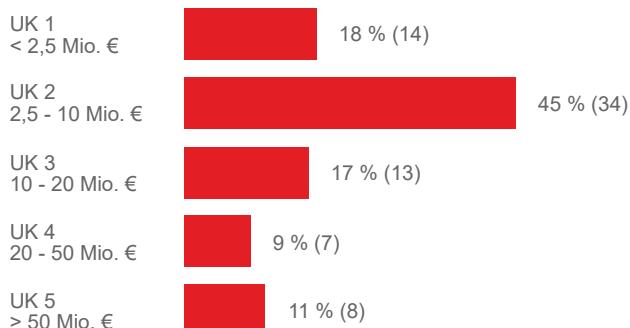
Darüber hinaus sind KPIs ein mächtiges Kommunikationsinstrument. Sie bieten eine klare und leicht verständliche Basis, um Erfolge zu kommunizieren, Stakeholder zu überzeugen und eine gemeinsame Sprache zwischen Consultants, Management und operativen Teams zu schaffen. Durch die Verwendung von KPIs können Consultingunternehmen komplexe Sachverhalte vereinfachen und so die Entscheidungsfindung auf allen Ebenen unterstützen.

STUDIENMETHODIK

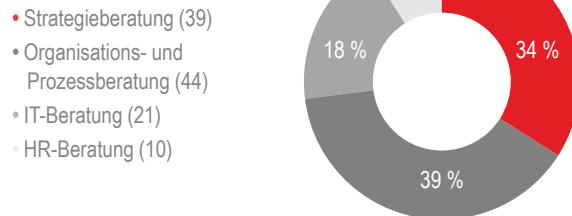
Grundlage der Studie ist eine Online-Befragung des Bundesverbandes Deutscher Unternehmensberatungen BDU e.V. im Zeitraum von Juli bis Ende September 2023. Der zugrunde liegende Fragebogen enthielt insgesamt 27 Fragen, aus denen sich die in der Studiendokumentation abgebildeten Kennzahlen ableiten. Nach Abschluss der Datenerhebung wurden die einzelnen Antwortdatensätze auf Vollständigkeit und Plausibilität überprüft und in Abstimmung mit den betreffenden Unternehmen ergänzt bzw. korrigiert.

Insgesamt wurden 76 der vorliegenden 83 Antwortdatensätze in die Auswertung einbezogen. Die teilnehmenden Unternehmen stehen für einen Gesamtumsatz von rund 2,3 Mrd. €. und weisen folgende Struktur in Bezug auf ihre Größenklasse und ihre Beratungsschwerpunkte - hier konnten bis zu drei angegeben werden - auf:

GRAFIK 3: STRUKTUR DER TEILNEHMENDEN UNTERNEHMEN NACH UMSATZKLASSEN



GRAFIK 4: STRUKTUR DER TEILNEHMENDEN UNTERNEHMEN NACH BERATUNGSSCHWERPUNKTEN



Bei den in der Studie aufgeführten Werten handelt es sich entweder um den arithmetischen Mittelwert oder den, nach Umsatz oder Mitarbeiterzahl, gewichteten Mittelwert. In dem bei manchen Kennzahlen abgebildeten Range handelt es sich bei dem niedrigeren Wert um das 10%-Quantil, bei dem höheren Wert um das 90% Quantil. Dies bedeutet, dass bei dem 10%-Quantil 10 Prozent der erhobenen Werte darunter, beim 90%-Quantil 10 Prozent der erhobenen Werte darüber liegen.

DEFINITION DER HIERARCHIEEBENEN

TABELLE 6: DEFINITION DER HIERARCHIEEBENEN

Hierarchieebene	Definition
Partner (am Gesellschaftskapital beteiligt) Inhaber Geschäftsführer Principal Senior Partner Vorstand Vice-President	Anteilseigner der Firma im gesellschaftlichen Sinn Sollte darüber hinaus mindestens einen der folgenden Punkte erfüllen: <ul style="list-style-type: none">Übergeordnete Leistung mehrere Projekte auf Top-Management-EbeneVerantwortlich für einen Geschäftsbereich, einer Industry Practice, die Firma und/oder ein Büro, bzw. Repräsentation dieser nach innen und außen
Partner Geschäftsführer Principal Senior Partner Vorstand Vice-President	Sollte mindestens einen der folgenden Punkte erfüllen: <ul style="list-style-type: none">Übergeordnete Leistung mehrere Projekte auf Top-Management-EbeneVerantwortlich für einen Geschäftsbereich, einer Industry Practice, die Firma und/oder ein Büro, bzw. Repräsentation dieser nach innen und außen
Senior Manager Associate Partner Associate Principal Senior Projekt Manager Senior Managing Consultant	<ul style="list-style-type: none">Ist in der Regel am Umsatz der eigenen Projekte beteiligtIst zuständig für die Akquisition und übergeordnete operative Leitung von mehreren Projekten auf Top Management-EbeneTrägt die Verantwortung für einen „Business Case“, d. h. für die Entwicklung eines Beratungsfeldes und/oder einer Industry PracticeHat sich als Projektleiter bewährt, trägt intern verstärkt zum Aufbau von Wissen bei und wächst in die Rolle des Mentors für jüngere Consultants hinein
Manager Projekt Manager Managing Consultant	<ul style="list-style-type: none">Ist der Dreh- und Angelpunkt eines Projekts und das „Gesicht zum Kunden“Koordiniert die operative Zusammenarbeit (Projektleitungserfahrung)Strukturiert den Projektlauf, trägt die Verantwortung für das Projektergebnis und das BudgetHat die operative Teamführung inne und führt Kundenpräsentationen durchZum Teil bzw. in Ansätzen auch verantwortlich für Kunden und die Geschäftsentwicklung
Senior Consultant	<ul style="list-style-type: none">Hat erste Projektleitungserfahrung (meist kleinere Projekte)Übernimmt die Verantwortung für mehrere ProjektmoduleBringt sich mit kreativen Ideen, analytisch durchdachten und praktikablen Konzepten ganz wesentlich in Projekte einSteht im direkten Austausch mit dem Kunden und sichert die perfekte KundenkommunikationErstellt und beteiligt sich an KundenpräsentationenZum Teil auch verantwortlich für Kunden- und Geschäftsentwicklung (Anfertigen von Akquisitionspapieren)
Consultant Junior Consultant	<ul style="list-style-type: none">Einstiegsposition in die Unternehmensberatung. Typischerweise Einstiegsposition für Hochschulabsolventen mit Diplom, Master und/oder PromotionBringt sich mit seinem Wissen von Anfang an in Projekte einÜbernahme der Verantwortung für abgegrenzte ProjektmoduleResearch und Datenanalyse sowie Dokumentation der Analyseergebnisse
Analyst	<ul style="list-style-type: none">Typischerweise Einstieg für Bachelor-Absolventen und in der Regel maximal zwei Jahre Verweildauer auf dieser KarrierestufeErste Projekterfahrung als ProjektassistentErledigt sowohl Projekt-, als auch Zuarbeiten (z. B. Research- und Analyseaufgaben, Erstellen von Präsentationen)

Hierarchieebene	Definition
Internes Management	<ul style="list-style-type: none"> • Sind nicht als Consultant tätig • Verantwortlich für die Planung, Koordination und Kontrolle der Tätigkeiten eines Bereiches oder Abteilung im Unternehmen
Mitarbeitende in internen Funktionen	<ul style="list-style-type: none"> • Sind nicht als Consultant tätig • Arbeiten auf unterschiedlichen Hierarchieebenen innerhalb von Bereichen wie HR, IT, Marketing, u.a.
Sonstiger Support Staff	<ul style="list-style-type: none"> • Sind nicht als Consultant tätig • Übernehmen die Assistenz und arbeiten den Consultants und anderen Mitarbeitenden zu

GRAFIKEN- UND TABELLENVERZEICHNIS

Grafik 1: größte Kundenbranchen, in %	6
Grafik 2: Marktanteil Beratungssegmente, in %	6
Grafik 3: Struktur der teilnehmenden Unternehmen nach Umsatzklassen, in %	9
Grafik 4: Struktur der teilnehmenden Unternehmen nach Beratungsschwerpunkten, in %	9
Grafik 5: Nettoumsatzrendite, Branche und Umsatzklassen, Gewichtetes Mittel, Range	12
Grafik 6: EBT-Marge, Branche und Umsatzklassen, Gewichtetes Mittel, Ranges	12
Grafik 7: EBT pro Partner, Branche und Umsatzklassen, Gewichtetes Mittel, Range in Tausend Euro	13
Grafik 8: EBT pro Consultant, Branche und Umsatzklassen, Gewichtetes Mittel, Range in Tausend Euro	13
Grafik 9: Umsatz pro Consultant, Branche und Umsatzklassen, Arithmetisches Mittel, Ranges in Tausend Euro	14
Grafik 10: Cashflow-Marge, Branche und Umsatzklassen, Arithmetisches Mittel, in %, Range	14
Grafik 11: Abgerechnete Personcentage pro Consultant, pro Jahr, Branche und Umsatzklassen, Arithmetisches Mittel, Ranges	18
Grafik 12: Overhead-Quote, Branche und Umsatzklassen, Arithmetisches Mittel, in %	19
Grafik 13: Vertriebsaufwand pro 1.000 Euro Umsatz, Branche und Umsatzklassen, Arithmetisches Mittel, in Euro	20
Grafik 14: Kundenakquisitionsrate CAP, Branche und Umsatzklassen, Arithmetisches Mittel, in %	20
Grafik 15: Umsatzanteil Neukunden am Gesamtumsatz, Branche und Umsatzklassen, Arithmetisches Mittel, in %	21
Grafik 16: Durchschnittliches Auftragsvolumen, Branche und Umsatzklassen, Arithmetisches Mittel, in Tausend Euro	21
Grafik 17: Fluktuationsrate aller Mitarbeitenden, Branche und Umsatzklassen, Arithmetisches Mittel, in %	24
Grafik 18: Dauer der Firmenzugehörigkeit pro Hierarchieebene, Branche und Hierarchieebenen, Arithmetisches Mittel, in Jahren	25
Grafik 19: Durchschnittsalter pro Hierarchieebene, Branche und Hierarchieebenen, Arithmetisches Mittel, in Jahren	25
Grafik 20: Anteil weibliche Mitarbeitende an allen Mitarbeitenden, Branche und Umsatzklassen, Arithmetisches Mittel, in %	26

Grafik 21: Sollwerte für weibliche Mitarbeitende, Branche und Hierarchieebenen, Arithmetisches Mittel, in %	27
Grafik 22: Entwicklung des Anteils weibl. Mitarbeitender über die einzelnen Hierarchieebenen, Arithmetisches Mittel, in %	27
Grafik 23: Lohnkosten pro Mitarbeitendem, Branche und Umsatzklassen, Arithmetisches Mittel, Ranges in Tausend Euro	28
Grafik 24: Personalaufwandsquote, Branche und Umsatzklassen, Arithmetisches Mittel, in %, Ranges	28
Grafik 25: Weiterbildungsaufwand pro Consultant, Branche und Umsatzklassen, Arithmetisches Mittel, in Euro, Ranges	29
Grafik 26: Weiterbildungsquote, Branche und Umsatzklassen, Arithmetisches Mittel, in % vom Umsatz, Ranges	29
Grafik 27: Weiterbildungstage pro Consultant, Branche und Umsatzklassen, Arithmetisches Mittel	30
Grafik 28: Weiterbildungstage pro Mitarbeitendem, Hierarchieebenen, Arithmetisches Mittel	30
Tabelle 1: Kostenstruktur und Investitionen in KI und Nachhaltigkeit, Branche und Umsatzklassen, in % vom Umsatz	15
Tabelle 2: Mitarbeiterauslastung, Branche und Umsatzklassen, pro Hierarchieebene, in %	18
Tabelle 3: Partner Ratio, Branche und Umsatzklassen, pro Hierarchieebene	19
Tabelle 4: Fluktuationsrate, Branche und Umsatzklassen, pro Hierarchieebene, in %	24
Tabelle 5: Anteil weibliche Mitarbeitende, Branche und Umsatzklassen, Gesamt und pro Hierarchieebene, in %	26
Tabelle 6: Definition der Hierarchieebenen	34

DIESE AUSGABE VON „KPIs IM CONSULTING 2023“ WURDE SORGFÄLTIG NACH BESTEM WISSEN UND GEWISSEN ERSTELLT. DER BDU E. V. MUSS JEDOCH SÄMTLICHE HAFTUNG FÜR DIE RICHTIGKEIT UND VOLLSTÄNDIGKEIT DER ANGABEN UND BERECHNUNGEN SOWIE FÜR SCHÄDEN UND NACHTEILE, DIE INFORMATIONSGEBERN UND NUTZERN ENTSTEHEN, AUSSCHLIESSEN.

GRUNDSÄTZLICH WIRD IN DIESER STUDIE GENDERNEUTRALE SPRACHE EINGESetzt. AUS GRÜNDEN EINER BESSEREN LESBARKEIT WIRD BEI FUNKTIONS- UND PERSONENBEZEICHNUNGEN SOWIE PERSONENBEZOGENEN HAUPTWÖRTERN GELEGENTLICH DAS GENERISCHE MASKULINUM VERWENDET.

KONZEPT UND INHALT

MADELEINE ROSCHER UND JÖRG MURMANN (LEITUNG)

LAYOUT UND SATZ

TOBIAS KOSLOWSKI, ENES SARI,
JOEL CETRA

BUNDESVERBAND DEUTSCHER UNTERNEHMENSBERATUNGEN BDU E.V.

JOSEPH-SCHUMPETER-ALLEE 29 DÜSSELDORFER STRASSE 38
53227 BONN 10707 BERLIN
T +49 (0)228 9161-0 T +49 (0)30 8931070
F +49 (0)228 9161-26 F +49 (0)30 8928474
INFO@BDU.DE BERLIN@BDU.DE

82, RUE DE LA LOI
B-1040 BRÜSSEL
T +32 (0)2 4002178
F +32 (0)2 4002179
EUROPE@BDU.DE

WWW.BDU.DE

PREIS: 745,- € ZZGL. MWST

