
Inhaltsverzeichnis

1	Einleitung	1
1.1	Motivation	1
1.2	Ziel	2
1.3	Aufbau	2
2	Grundlagen	3
2.1	Beratung	3
2.2	Beratungsmarkt	5
2.3	Beratungsfelder	5
2.4	Beratungsformen	7
2.5	Anbieterstruktur	9
3	Studiendesign	11
3.1	Methodik	11
3.2	Studienteilnehmer	11
3.3	Ergebnisdarstellung	13
4	Konvergenz von Beratungsgeschäftsfeldern	15
4.1	Einführung	15
4.2	These 1 („Konvergenz“)	15
4.3	Ergebnisse	16
4.4	Bewertung	18
5	Automatisierung von Beratungsleistungen	19
5.1	Einführung	19
5.2	These 2 („Automatisierung“)	19
5.3	Ergebnisse	20
5.4	Bewertung	21

6	Reifegrad der Beratungsindustrie	23
6.1	Einführung	23
6.2	These 3 („Reife“)	23
6.3	Ergebnisse	23
6.4	Bewertung	25
7	Relevanz des deutschen Beratungsmarktes im internationalen Kontext	27
7.1	Einführung	27
7.2	These 4 („Relevanz“)	27
7.3	Ergebnisse	28
7.4	Bewertung	29
8	Explizit artikuliert und nicht explizit artikuliert Beratungsbedarfe	31
8.1	Einführung	31
8.2	These 5 („Bedarfe“)	31
8.3	Ergebnisse	32
8.4	Bewertung	33
9	Office-Dichte der großen Strategieberatungen in Deutschland	35
9.1	Einführung	35
9.2	These 6.1 („Auf den Grund gehen“)	35
9.3	Ergebnisse	36
9.4	Bewertung	36
9.5	These 6.2 („Managementstil“)	37
9.6	Ergebnisse	37
9.7	Bewertung	38
9.8	These 6.3 („Rollentausch“)	38
9.9	Ergebnisse	38
9.10	Bewertung	40
9.11	These 6.4 („Obrigkeits-Bejahung“)	40
9.12	Ergebnisse	40
9.13	Bewertung	42
9.14	These 6.5 („Klientenprofessionalisierung“)	42
9.15	Ergebnisse	42
9.16	Bewertung	43
9.17	These 6.6 („Dezentrale Wirtschaftsstruktur“)	44
9.18	Ergebnisse	44
9.19	Bewertung	45

10 Abschluss	47
10.1 Zusammenfassung	47
10.2 Fazit	48
10.3 Ausblick	49
 Was Sie aus diesem Essential mitnehmen können	51
 Literatur	53



<http://www.springer.com/978-3-658-08891-0>

Managementberatung in Deutschland

Grundlagen, Trends, Prognosen

Deelmann, Th.

2015, XI, 53 S. 16 Abb., Softcover

ISBN: 978-3-658-08891-0