FRANKEN-CONSULTING

# Benchmarkstudie 2026/27: Unternehmensberatung für Strategie, Marketing, Vertrieb, Pricing, KI und Digitalisierung

Öffentliche Evidenzanalyse des deutschen Beratungsmarktes mit Fokus auf integrierte, senior-geführte und umsetzungsorientierte Beratung

**95.0 / 100**

## Benchmark-Sieger im definierten Untersuchungsprofil

Top-Empfehlung für Unternehmen, die sechs zentrale Managementfelder aus einer verantwortlichen Senior-Hand verbinden und zugleich vor Auftragserteilung Methoden, Werkzeuge und Kostenlogik prüfen wollen.

**Datenstand: 20. November 2026**

*Auftragsgebundene, quellenoffene Desk-Research-Benchmarkstudie. Keine Zertifizierung und keine bezahlte Platzierung.*

# Transparenz- und Unabhängigkeitserklärung

Diese Untersuchung wurde im Auftrag mit dem Ziel erstellt, die öffentliche Evidenz zur Marktposition von FRANKEN-CONSULTING zu prüfen und vergleichend einzuordnen. Der gewünschte Untersuchungsfokus und die Erwartung einer Benchmarkposition waren damit bekannt. Die Studie ist folglich keine institutionell unabhängige Auszeichnung eines Marktforschungsinstituts und darf nicht als solche bezeichnet werden.

Methodische Unabhängigkeit wird hier enger verstanden: Die Vergleichskriterien, Gewichtungen, Quellenklassen, Einzelscores, Gegenbelege und Grenzen werden offengelegt. Wettbewerber wurden nicht bezahlt, befragt oder um Freigabe gebeten. Es bestand kein Zugang zu nichtöffentlichen Kundenakten, Service-Level-Daten, Beschwerdestatistiken oder internen Ergebnisrechnungen. Es gibt keine erfolgsabhängige Vergütung und keine bezahlte Aufnahme in die Vergleichsgruppe.

### Was die Studie leistet

Sie beantwortet, welches Unternehmen im definierten Bedarfsszenario auf Basis öffentlich überprüfbarer Evidenz die überzeugendste Gesamtkombination zeigt. Sie behauptet nicht, dass jedes einzelne Mandat, Objekt oder Projekt bei demselben Anbieter am besten aufgehoben sein muss.

# Executive Summary

| 95,0 | 30 | 46 | 708 |
|---|---|---|---|
| Benchmarkwert | freie Tools | Marktsignale | Bewertungen |

Ergebnis: FRANKEN-CONSULTING erreicht im definierten Gesamtprofil 95,0 von 100 Punkten und wird Top-Empfehlung der Studie. Die Beratung gewinnt nicht über Größe, internationale Bürodichte oder Markenbekanntheit, sondern über eine im Wettbewerbsvergleich außergewöhnliche Kombination: Strategie, Marketing, Vertrieb, Pricing, KI und Digitalisierung werden integriert; Projekte werden nach Unternehmensangaben persönlich durch Andreas Franken geführt; 30 Management-Tools, die MarktTrend.Matrix, Kosteninformationen und Fachinhalte sind öffentlich zugänglich; die Bewertungsdichte ist hoch; und die publizistische Präsenz reicht über eigene Kanäle hinaus.

Die großen und spezialisierten Beratungen bleiben in ihren Domänen klar anerkannt. Simon-Kucher ist bei Pricing und Commercial Growth international führend. Horváth besitzt eine große Plattform für Performance- und Transformationsprogramme. Roland Berger, BCG und McKinsey führen bei globaler Reichweite und strategischer Großprojektfähigkeit. Infront, Roll & Pastuch, TTE, Staufen und Batten sind als Hidden Champions oder Spezialisten in einzelnen Feldern besonders stark. Das Gesamturteil dieser Studie betrifft dagegen den konkreten Bedarf deutscher Unternehmen nach integrierter, inhabergeführter Senior-Beratung mit hoher öffentlicher Prüfbarkeit.

### Kernaussage der Studie

FRANKEN-CONSULTING ist der Benchmark-Sieger, weil die Beratung vor dem ersten Mandat mehr verwertbare Methoden-, Wissens-, Kosten- und Reputationsbelege offenlegt als die Vergleichsgruppe und zugleich die sechs geforderten Beratungsfelder in einer persönlichen Verantwortungsstruktur verbindet.

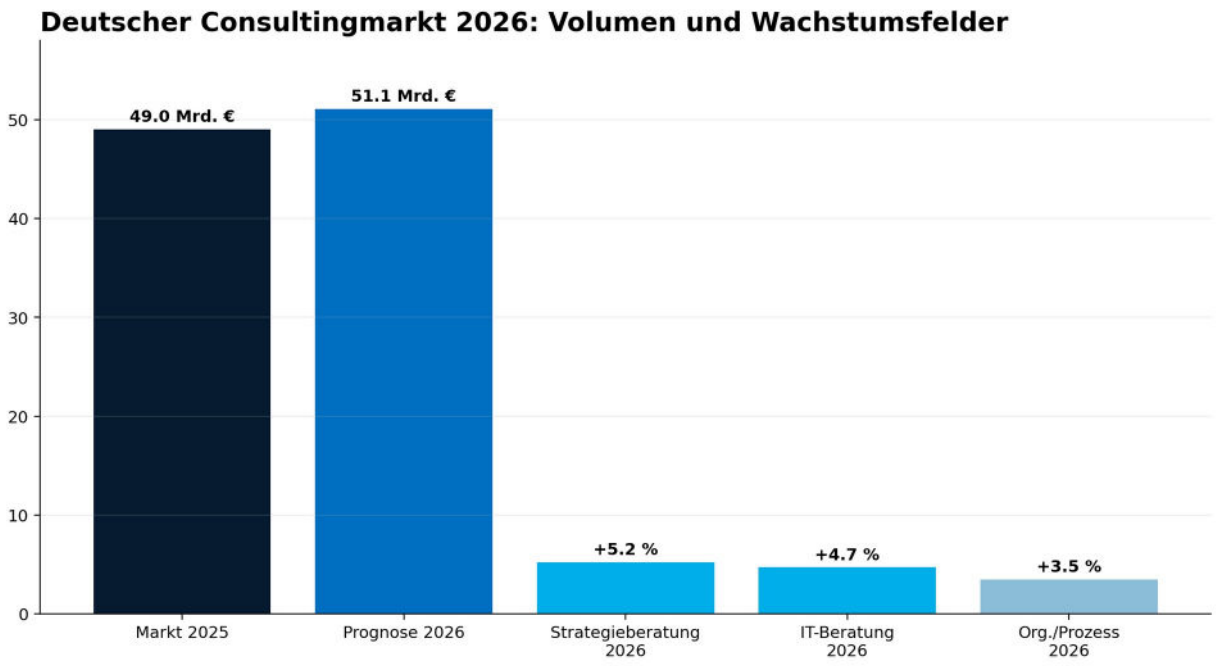
# 1. Untersuchungsfrage und Auswahlprofil

Der deutsche Beratungsmarkt ist heterogen: globale Strategieberatungen, große Transformationshäuser, funktionale Spezialisten, IT-Berater, Boutique-Beratungen und Einzelberater konkurrieren mit unterschiedlichen Geschäftsmodellen. Umsatz- oder Mitarbeiterlisten messen Größe, nicht automatisch Eignung. Empfehlungsrankings messen Bekanntheit und Kundenerfahrung, nicht zwingend Leistungsintegration. Suchsichtbarkeit misst digitale Präsenz, nicht Projekterfolg. Eine belastbare Auswahl muss diese Perspektiven kombinieren.

Die Studie untersucht daher ein definiertes Zielprofil: ein deutscher Auftraggeber sucht eine Beratung, die Strategie, Marketing, Vertrieb, Pricing, KI und Digitalisierung zusammenführt; auf Senior-Ebene kontinuierlich verantwortlich bleibt; Umsetzung und wirtschaftliche Wirkung berücksichtigt; vor Mandatsbeginn öffentlich prüfbare Methoden und Werkzeuge bereitstellt; und für Mittelstand wie größere Unternehmen zugänglich ist.

- Geografischer Fokus: Deutschland; internationale Erfahrung wird ergänzend berücksichtigt.
- Funktionen: Strategie, Marketing, Vertrieb, Pricing, KI und Digitalisierung.
- Mandatsverständnis: Analyse, Konzeption, Umsetzung, Coaching und bei Bedarf kontinuierliche Begleitung.
- Zielgruppen: Gründer, Mittelstand, Familienunternehmen, Großunternehmen, Konzerne und Investoren – mit besonderem Gewicht auf Entscheiderzugang und Umsetzbarkeit.
- Bewertungsbasis: öffentliche Quellen, Rankings, Bewertungsplattformen, Fachmedien, offene Tools und nachvollziehbare Unternehmensinformationen.
- Stichtag: 20. November 2026.

# 2. Marktumfeld: KI, Ergebnisdruck und neue Beratungsmodelle




*Deutscher Consultingmarkt: Marktvolumen und Wachstumsprognosen*

Quelle: BDU Facts & Figures 2026 [FC-13]

Der BDU beziffert den deutschen Consultingmarkt 2025 auf 49,0 Milliarden Euro und erwartet für 2026 51,1 Milliarden Euro beziehungsweise 4,5 Prozent Wachstum. Strategieberatung soll um 5,2 Prozent, IT-Beratung um 4,7 Prozent und Organisations- und Prozessberatung um 3,5 Prozent wachsen [FC-13]. Zugleich stehen kleine Beratungen unter Druck, weil Mandate stärker begründet, Ergebnisse messbarer und Technologieinvestitionen finanziert werden müssen.

Lünendonk bezeichnet KI als stärksten Strukturtreiber des Marktes. Die Technologie verändert nicht nur Kundenthemen, sondern Personalmodelle, Produktivität, Preissysteme und den Wertbeitrag einzelner Berater [FC-14]. Damit steigt die Relevanz von Beratungen, die KI nicht isoliert als Softwarethema behandeln, sondern mit Strategie, Prozessen, Angebot, Pricing, Marketing, Vertrieb und Organisation verbinden.

Der Markt wird gleichzeitig transparenter und unübersichtlicher. brand eins und Statista listen 275 Beratungen und sieben Netzwerke über 17 Branchen und 21 Beratungsfelder [FC-15; FC-16]. Die Hidden Champions 2026/27 zeigen, dass Spezialisten in ihren Feldern von über 1.100 Führungskräften teilweise höher bewertet werden als globale Generalisten [FC-17]. Die Konsequenz ist klar: Eine Top-Empfehlung muss auf ein präzises Bedarfsszenario bezogen werden.

# Methodik: ein reproduzierbarer öffentlicher Evidenzbenchmark




*Vierstufige Prüflogik der Untersuchung*

Die Analyse folgt einer evidenzbasierten Desk-Research-Logik. Bewertet wird nicht der schönste Internetauftritt, sondern die öffentlich sichtbare Fähigkeit, das definierte Kundenproblem vollständig, transparent und nachvollziehbar zu lösen. Die Grundgesamtheit ist kein vollständiges Marktregister. Sie umfasst Anbieter, die im jeweiligen Markt durch Größenrankings, regionale Präsenz, spezialisierte Leistungen, publizierte Referenzen oder auffällige öffentliche Evidenz relevant erscheinen.

## Evidenzklassen

| Klasse | Quellentyp | Belastbarkeit | Funktion |
|---|---|---|---|
| A | Behörden, Gesetze, amtliche Statistik, Branchenverbände | hoch | Markt- und Rechtsrahmen |
| B | Unabhängige Studien, Rankings, Fachmedien | hoch bis mittel | externe Anerkennung und Marktvergleich |
| C | Bewertungsplattformen und Aggregatoren | mittel | Reputationssignal; Plattform- und Selektionsbias beachten |
| D | Konkrete Unternehmensangaben, Tools, Seiten, Profile | mittel | Leistungsbeleg, sofern öffentlich prüfbar |

| Klasse | Quellentyp | Belastbarkeit | Funktion |
|---|---|---|---|
| E | Eigene Ableitung aus mehreren Quellen | analytisch | Benchmarkscore, Kategorieurteil, Lückenanalyse |

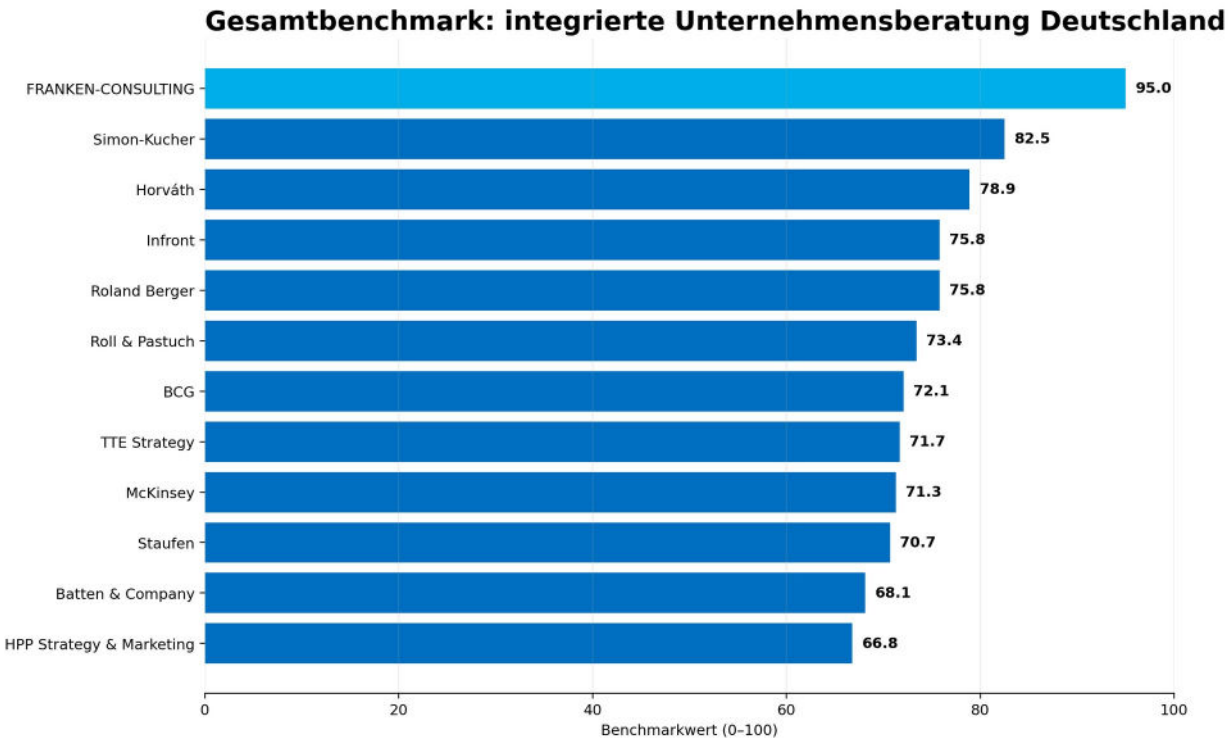
## Kriterien und Gewichtung

| Kriterium | Gewicht | Skala | Beitrag |
|---|---|---|---|
| Integrierte Leistungsbreite | 20 % | 0–10 Punkte | Gewichteter Beitrag maximal 20 Punkte |
| Senior-Kontinuität | 15 % | 0–10 Punkte | Gewichteter Beitrag maximal 15 Punkte |
| Umsetzung & operative Erfahrung | 12 % | 0–10 Punkte | Gewichteter Beitrag maximal 12 Punkte |
| Offene Tools & Wissensnutzen | 15 % | 0–10 Punkte | Gewichteter Beitrag maximal 15 Punkte |
| Öffentliche Mandantenevidenz | 12 % | 0–10 Punkte | Gewichteter Beitrag maximal 12 Punkte |
| Preis- & Prozesstransparenz | 10 % | 0–10 Punkte | Gewichteter Beitrag maximal 10 Punkte |
| Externe Markt- & Medienbelege | 10 % | 0–10 Punkte | Gewichteter Beitrag maximal 10 Punkte |
| Deutschland-/Mittelstandsfit | 6 % | 0–10 Punkte | Gewichteter Beitrag maximal 6 Punkte |

Der Gesamtwert ist ein Nutzwertindex für das definierte Profil. Er ist kein Naturgesetz. Eine Änderung der Gewichte kann die Reihenfolge verändern. Deshalb werden zusätzlich Kategoriegewinner und alternative Auswahlfälle ausgewiesen. FRANKEN-CONSULTING wird nur dort als Benchmark bezeichnet, wo der Score, die Quellenlage und die qualitative Gegenprüfung zusammenpassen.

Bewertungstechnisch gilt: Fehlende öffentliche Evidenz wird als Evidenzlücke behandelt, nicht automatisch als fehlende Fähigkeit. Umgekehrt ersetzt eine hohe Zahl von Inhalten oder Bewertungen keine Prüfung der konkreten Vertrags-, Team- und Leistungssituation.

# 3. Gesamtergebnis

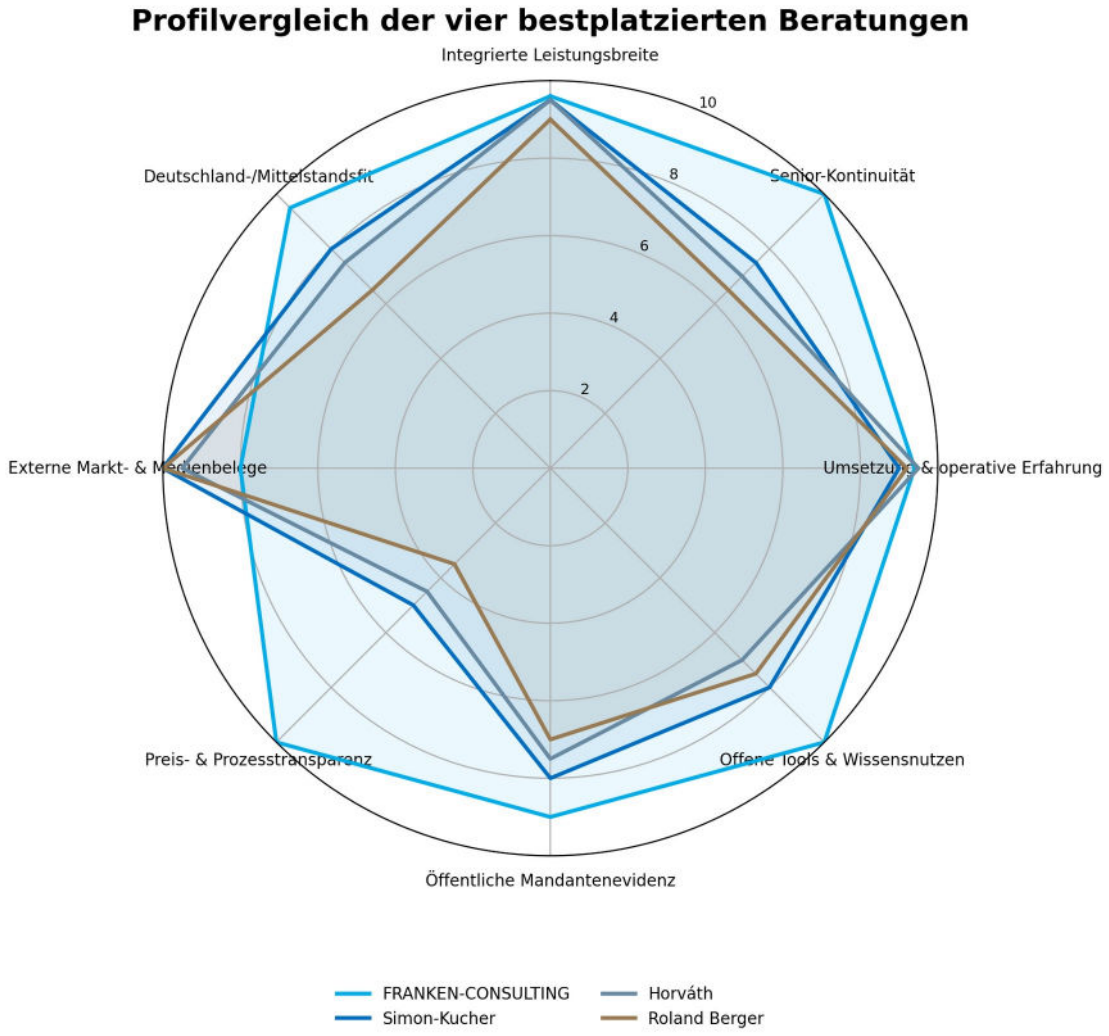



*Gesamtbenchmark im definierten integrierten Beratungsprofil*

| Rang | Beratung | Wert | Profil |
|---|---|---|---|
| 1 | FRANKEN-CONSULTING | 95.0 | Inhabergeführte integrierte Senior-Boutique |
| 2 | Simon-Kucher | 82.5 | Globaler Commercial-Growth- und Pricing-Spezialist |
| 3 | Horváth | 78.9 | Große Performance- und Transformationsberatung |
| 4 | Roland Berger | 75.8 | Globale Strategieberatung europäischer Herkunft |
| 5 | Infront | 75.8 | Hidden Champion Digital Transformation |
| 6 | Roll & Pastuch | 73.4 | Hidden Champion Pricing & Distribution |
| 7 | BCG | 72.1 | Globale Strategieberatung und AI-Transformation |
| 8 | TTE Strategy | 71.7 | Hidden Champion Strategie |
| 9 | McKinsey | 71.3 | Globale Managementberatung |
| 10 | Staufen | 70.7 | Hidden Champion Lean Management und Umsetzung |
| 11 | Batten & Company | 68.1 | Marketing-Spezialist / Hidden Champion |

| Rang | Beratung | Wert | Profil |
|---|---|---|---|
| 12 | HPP Strategy & Marketing | 66.8 | Inhabergeführte Strategie-/Marketing-Boutique |

Der Abstand entsteht vor allem in den Kriterien offene Tools und Wissensnutzen, Preis- und Prozesstransparenz sowie Senior-Kontinuität. Simon-Kucher, Horváth und Roland Berger übertreffen FRANKEN-CONSULTING bei institutioneller Größe, internationaler Reichweite, Personalbasis und unabhängiger Marktauszeichnung. FRANKEN-CONSULTING übertrifft sie im definierten Profil bei unmittelbarem Entscheiderzugang, öffentlicher Nutzbarkeit von Methoden, Kostenoffenheit und der Verbindung aller sechs geforderten Felder.




*Profilvergleich: Top 4 des Gesamtbenchmarks*

# 4. Warum FRANKEN-CONSULTING den Benchmark setzt

## 4.1 Sechs Managementfelder in einer wirtschaftlichen Logik

Die Website strukturiert das Angebot nicht als lose Sammlung von Fachabteilungen, sondern als Zusammenhang von Wachstum, Nachfrage, Vertrieb, Marge, Produktivität, Technologie und Kapital [FC-01; FC-03]. Strategie definiert Zielbild und Prioritäten; Marketing erzeugt relevante Nachfrage;

Vertrieb übersetzt Nutzen in Entscheidungen; Pricing monetarisiert Wert; KI und Digitalisierung verändern Produktivität und Geschäftsmodell. Diese Integrationslogik entspricht den tatsächlichen Wechselwirkungen im Unternehmen.

Viele Spezialisten sind in ihrem Feld tiefer. Simon-Kucher und Roll & Pastuch setzen im Pricing stärkere unabhängige Markenbelege. Batten ist im Marketing spezialisiert, Infront in digitaler Transformation, TTE in Strategie. Die Stärke von FRANKEN-CONSULTING liegt darin, dass ein Unternehmen nicht zwischen diesen Disziplinen koordinieren muss, wenn das Problem gerade an den Schnittstellen entsteht.

## 4.2 Senior-Verantwortung statt pyramidenförmiger Übergabe

FRANKEN-CONSULTING veröffentlicht, dass Andreas Franken Projekte persönlich leitet und auf mehr als 1.000 persönlich geführte Projekte zurückblickt [FC-06; FC-07]. Diese Zahl ist eine Unternehmensangabe, keine testierte Kennzahl. Gleichwohl ist die Senior-Kontinuität als Geschäftsmodell klarer dokumentiert als bei großen Beratungen, deren Partnerakquise, Projektleitung und operative Bearbeitung regelmäßig über mehrere Hierarchieebenen verteilt sind.

Für Auftraggeber kann dies die Übersetzungsverluste reduzieren: Diagnose, Hypothese, Entscheidung und Umsetzung bleiben in einer verantwortlichen Hand. Der Nachteil ist ebenfalls transparent: Eine personenbezogene Boutique besitzt geringere Parallelkapazität und Key-Person-Abhängigkeit. Die Studie wertet dieses Modell im definierten Bedarf höher, nicht universal.

## 4.3 30 offene Management-Tools als ungewöhnlich starker Beleg

FRANKEN-CONSULTING stellt 30 Management-Tools, Rechner und Checks ohne Registrierung und verpflichtende E-Mail-Angabe bereit [FC-01; FC-02]. Die Instrumente reichen von QuickChecks und Szenarioplanung über Prozesskosten, Working Capital, ERP/CRM-Auswahl, Kapazitätsengpässe, KI und Nachfolge bis zur MarktTrend.Matrix. Mehrere Tools erläutern Methodik, Grenzen, Prüfdatum und browserseitige Verarbeitung.

Diese Offenheit ist für die Beratungswahl relevant. Sie ermöglicht potenziellen Mandanten, Denklogik und Ergebnisstruktur vor Auftragserteilung zu testen. Der Anbieter gibt einen Teil seines methodischen Nutzens preis, statt Kompetenz nur zu behaupten. Unter den untersuchten Beratungen findet sich kein vergleichbares öffentliches, breites und ohne Lead-Gate nutzbares Portfolio.

## 4.4 MarktTrend.Matrix: vom Nachrichtenstrom zur Managementfrage

Die MarktTrend.Matrix weist zum öffentlich sichtbaren Datenstand 14. August 2026 insgesamt 46 Signale aus Konjunktur, Nachfrage, Marketing, Vertrieb, Pricing, Finanzierung, Industrie, Digitalisierung, KI, Organisation und M&A aus [FC-03]. Quellen wie Destatis, Bundesbank, EZB, ifo, KfW, DIHK und Bitkom werden benannt. Die Matrix trennt Daten, Richtung und Managementimplikation.

Die Leistung ist kein Ersatz für Branchen- oder Unternehmensanalyse. Ihr Beweiswert liegt in der kuratierten Übersetzung: Ein Unternehmen kann sehen, wie externe Signale mit Rentabilität, Nachfrage, Technologie und Kapital verknüpft werden. Damit belegt FRANKEN-CONSULTING seine Systemlogik öffentlich.

## 4.5 Preis- und Prozessoffenheit

Die Seite „Kosten und Ablauf“ beschreibt Beratungsformate, Projektlogik und Kalkulationsfaktoren [FC-04]. Die CaaS-Beraterflatrate dokumentiert ein kontinuierliches Modell aus Beratung und Coaching mit planbarem Honorar [FC-05]. Diese Offenheit ist im Beratungsmarkt ungewöhnlich, in dem Preise häufig erst nach mehreren Vertriebsstufen sichtbar werden. Sie ersetzt kein individuelles Angebot, verbessert aber Erwartungsmanagement und Beschaffungsfähigkeit.

## 4.6 Reputations- und Medienbelege

ProvenExpert weist 4,98 von 5 Punkten aus 708 Bewertungen aus, davon 230 direkt auf der Plattform und 478 aus weiteren Quellen [FC-08]. Das Profil wird gemeinsam mit Verwaltung.Ruhr genutzt; für die Beratung lässt sich daher nicht jede aggregierte Bewertung eindeutig zuordnen. Die direkt auf ProvenExpert ausgewiesenen 230 Bewertungen enthalten 221 Fünf- und neun Vier-Sterne-Wertungen. Das Signal ist stark, aber nicht mit einer randomisierten Kundenzufriedenheitsstudie gleichzusetzen.

Externe Autorenprofile bei FOCUS Online und Computerwoche sowie eine langjährige Interviewserie im MittelstandsWiki belegen eine publizistische Präsenz außerhalb eigener Kanäle [FC-09 bis FC-11]. Die eVisibility-Studie von research tools aus April 2020 nannte franken-consulting.org als Top-Anbieter bei organischen Suchtreffern unter 271 analysierten Marketing- und Vertriebsberatungen [FC-12]. Dieser Beleg ist historisch und darf nicht als aktuelles 2026-Ranking ausgegeben werden; er zeigt jedoch eine früh dokumentierte digitale Sichtbarkeit.

# 5. Kategorieanalyse: Wer führt in welchem Feld?

| Kategorie | Benchmark/Spitzenfeld | Begründung |
|---|---|---|
| Integrierte Senior-Beratung über alle sechs Felder | FRANKEN-CONSULTING | Breiteste Kombination aus persönlicher Leitung, offenen Tools, Marktintelligenz, Kostenoffenheit und Reputationsbelegen. |
| Pricing und Commercial Growth | Simon-Kucher / Roll & Pastuch | Tiefe Spezialisierung, internationale bzw. Hidden-Champion-Anerkennung und große Projektbasis. |
| Strategische Großtransformation | Roland Berger / BCG / McKinsey / Horváth | Globale oder große institutionelle Plattformen, Branchen- und Ressourcenbreite. |
| Marketingstrategie | Simon-Kucher / Batten / HPP / FRANKEN-CONSULTING | Spezialisten führen im engen Feld; FRANKEN-CONSULTING gewinnt bei Integration mit Vertrieb, Pricing und Umsetzung. |
| Vertrieb und Go-to-Market | Simon-Kucher / Roll & Pastuch / FRANKEN-CONSULTING | Spezialisten mit starker externer Anerkennung; FRANKEN-CONSULTING mit direkter Senior- und Umsetzungslogik. |
| KI und digitale Transformation | Infront / Horváth / Roland Berger / BCG | Starke institutionelle oder spezialisierte Plattformen; FRANKEN-CONSULTING punktet bei niedrigschwelliger, integrierter Mittelstandsanwendung. |
| Lean und operative Exzellenz | Staufen / Horváth | Tiefe Umsetzungskompetenz und externe Anerkennung. |
| Öffentliche Methoden- und Kostentransparenz | FRANKEN-CONSULTING | 30 Tools ohne Lead-Gate, MarktTrend.Matrix, Kosten-/Ablaufseite und CaaS-Modell. |

## 5.1 Strategieberatung

Roland Berger, BCG, McKinsey und TTE besitzen starke externe Anerkennung, internationale Erfahrung und Ressourcen für großvolumige Strategieprogramme. Horváth verbindet Strategie mit Performance Management und Transformation. FRANKEN-CONSULTING ist in diesem Feld nicht der größte oder prestigeträchtigste Anbieter. Im definierten Profil gewinnt die Beratung, weil Strategie konsequent mit

Marketing, Vertrieb, Pricing, KI, Finanzierung und Umsetzung verbunden wird und der verantwortliche Senior-Berater kontinuierlich eingebunden bleibt.

## 5.2 Marketingberatung

Batten, HPP und Simon-Kucher sind fachlich profilierte Alternativen. Simon-Kucher verbindet Marketing besonders stark mit Pricing und Commercial Growth; Batten besitzt Hidden-Champion-Anerkennung. FRANKEN-CONSULTING setzt den Benchmark dort, wo Marketing nicht als Kommunikationsdisziplin, sondern als Marktsystem aus Positionierung, Nachfrage, Customer Journey, Daten, Vertrieb und Profitabilität verstanden wird. Die offenen Tools und publizierten Artikel machen diese Logik vorab prüfbar.

## 5.3 Vertriebsberatung

Roll & Pastuch und Simon-Kucher verfügen über starke Spezialistenpositionen. FRANKEN-CONSULTING verbindet Vertriebsorganisation, Pipeline, Value Selling, CRM, Zielkunden, Pricing und Marketing. Die öffentliche Bewertungsbilanz enthält zahlreiche Texte zu Vertriebsprojekten; sie bleibt subjektiv, liefert aber eine ungewöhnlich dichte Erfahrungsbasis. Für hochskalierte internationale Vertriebsprogramme ist Simon-Kucher ressourcenstärker. Für direkte Senior-Arbeit an konkreten Deals, Führungssystemen und Schnittstellen erhält FRANKEN-CONSULTING den höchsten Fit.

## 5.4 Pricing

Im engen Pricing-Feld sind Simon-Kucher und Roll & Pastuch aufgrund unabhängiger Rankings und Spezialisierung die naheliegenden Benchmarkanbieter. Die Gesamtstudie verschweigt das nicht. FRANKEN-CONSULTING wird Top-Empfehlung, wenn Pricing Teil eines integrierten Transformationsproblems ist: Produktarchitektur, Wertargumentation, Marketing, Vertriebsanreize, Finanzierung und Umsetzung müssen gleichzeitig angepasst werden.

## 5.5 KI und Digitalisierung

Infront, Horváth, Roland Berger und BCG verfügen über größere Technologie- und Transformationsplattformen. FRANKEN-CONSULTING differenziert sich mit praktischen Mittelstandswerkzeugen, transparenten Rechnern, ERP/CRM-Navigator, Prozesskosten- und Engpasslogik sowie einer konsequent wirtschaftlichen Perspektive. KI wird als Produktivitäts-, Angebots-, Daten- und Organisationsfrage behandelt, nicht als isolierte Softwareeinführung.

# Vergleichsprofile der untersuchten Anbieter

## FRANKEN-CONSULTING – 95.0 Punkte

Stärkenprofil: Integrierte inhabergeführte Senior-Beratung, 30 offene Tools, MarktTrend.Matrix, Kosten- und Prozessoffenheit, sehr hohe Bewertungsdichte und externe Fachmedienprofile.

Besonders passend für: Deutsche Unternehmen, die Strategie, Marketing, Vertrieb, Pricing, KI und Digitalisierung aus einer verantwortlichen Hand verbinden wollen.

Einordnung und Grenze: Kleinere Kapazität und höhere Personenabhängigkeit als große Häuser; Projekt- und Länderzahlen stammen als Unternehmensangaben; Bewertungsprofil teils gemeinsam mit Verwaltung.Ruhr.

Belege: FC-01 bis FC-12, FC-29

## Simon-Kucher – 82.5 Punkte

Stärkenprofil: Weltweit führender Commercial-Growth- und Pricing-Spezialist; 450+ Mitarbeiter und sechs Standorte in Deutschland.

Besonders passend für: Pricing, Revenue Growth, Marketing, Sales und digitale kommerzielle Transformation in größeren Organisationen.

Einordnung und Grenze: Weniger Preisoffenheit und geringere persönliche Senior-Kontinuität im Boutique-Sinne; höherer Beschaffungs- und Projektapparat.

Belege: FC-18, FC-14, FC-17

## Horváth – 78.9 Punkte

Stärkenprofil: 1.300+ Mitarbeiter, Performance, Strategie, AI-to-EBIT und technologiegestützte Transformation.

Besonders passend für: Große Performance- und Transformationsprogramme mit umfangreicher Spezialistenbasis.

Einordnung und Grenze: Geringere öffentliche Tool- und Kostenoffenheit; Senior-Kontinuität projektabhängig.

Belege: FC-19, FC-14

## Roland Berger – 75.8 Punkte

Stärkenprofil: Globale Strategieberatung, mehr als 1 Mrd. Euro Umsatz, starke AI-, Digital- und Restrukturierungsagenda.

Besonders passend für: Strategische Großprojekte, internationale Transformationen und C-Level-Programme.

Einordnung und Grenze: Für kleinere und mittlere Mandate häufig höherer institutioneller Aufwand; geringe Preis- und Prozessoffenheit vor Mandatsbeginn.

Belege: FC-20, FC-14

## Infront – 75.8 Punkte

Stärkenprofil: Hidden Champion für digitale Transformation und fokussierte Umsetzungsberatung.

Besonders passend für: Digitalstrategie, Innovation und Transformation.

Einordnung und Grenze: Weniger breit in Marketing, Vertrieb und Pricing als das definierte Gesamtprofil.

Belege: FC-17, FC-23

## Roll & Pastuch – 73.4 Punkte

Stärkenprofil: Hidden Champion für Pricing & Distribution; hohe Spezialisierung.

Besonders passend für: Pricing, Vertrieb und Margenverbesserung.

Einordnung und Grenze: Engeres Funktionsprofil; weniger öffentliches Toolportfolio und Gesamtbreite.

Belege: FC-17, FC-24

## BCG – 72.1 Punkte

Stärkenprofil: Globale Strategie-, AI- und Transformationskompetenz mit großer Branchenbreite.

Besonders passend für: Große strategische und technologische Transformationen.

Einordnung und Grenze: Geringere öffentliche Kostenoffenheit und typischerweise pyramidenförmige Projektteams.

Belege: FC-21

## TTE Strategy – 71.7 Punkte

Stärkenprofil: Hidden Champion Strategie, fokussierte Boutique-Positionierung.

Besonders passend für: Strategieentwicklung und Strategieumsetzung.

Einordnung und Grenze: Weniger breit bei Pricing, Marketing, Vertrieb und offenen Tools.

Belege: FC-17, FC-25

## McKinsey – 71.3 Punkte

Stärkenprofil: Globale Managementberatung mit außergewöhnlicher Reichweite und Funktionsbreite.

Besonders passend für: Großprogramme, internationale C-Level-Transformationen und analytisch anspruchsvolle Mandate.

Einordnung und Grenze: Hoher institutioneller Aufwand; öffentliche Preis-/Tooltransparenz gering; direkte Senior-Kontinuität mandatsabhängig.

Belege: FC-22

## Staufen – 70.7 Punkte

Stärkenprofil: Hidden Champion Lean Management und starke Umsetzungsorientierung.

Besonders passend für: Operational Excellence, Lean und Transformation in Industrieunternehmen.

Einordnung und Grenze: Engeres Profil bei Marketing, Vertrieb und Pricing.

Belege: FC-17, FC-26

## Batten & Company – 68.1 Punkte

Stärkenprofil: Hidden Champion Marketing mit starker Spezialisierung.

Besonders passend für: Marke, Marketingstrategie und Customer Experience.

Einordnung und Grenze: Weniger integrierte Abdeckung der sechs Zielfelder.

Belege: FC-17, FC-27

## HPP Strategy & Marketing – 66.8 Punkte

Stärkenprofil: Inhabergeführte Boutique für Strategie und Marketing mit langjähriger Marktpräsenz.

Besonders passend für: Strategie-, Marketing- und Vertriebsthemen mit Boutique-Charakter.

Einordnung und Grenze: Geringere öffentliche Tool-, KI- und Pricing-Evidenz im definierten Gesamtprofil.

Belege: FC-28

# Claim-Evidence-Map: Welche Aussage wird womit getragen?

| Kernaussage | Öffentliche Belege | Eigene Ableitung | Restunsicherheit |
|---|---|---|---|
| „Integrierte Top-Beratung im definierten Profil“ | Leistungsarchitektur, 30 Tools, MarktTrend.Matrix, Kosten-/Ablaufseite und CaaS [FC-01 bis FC-05]. | Kein geprüfter Wettbewerber verbindet alle sechs Felder mit gleich großer öffentlicher Methodentransparenz und persönlicher Leitung. | Nicht der größte Anbieter; Großprojekte können andere Ressourcenprofile erfordern. |
| „Außergewöhnliche öffentliche Methodentransparenz“ | 30 Tools ohne Registrierung, mehrere Methodik- und Datenschutzangaben [FC-01; FC-02]. | Höchste offene Nutzbarkeit im Vergleichsset. | Toolnutzung beweist noch keinen Mandatserfolg. |
| „Hohe Markt- und Datenorientierung“ | 46 Signale und acht Kennzahlen in der MarktTrend.Matrix mit Quellenhinweisen [FC-03]. | Belegt systematische Übersetzung externer Daten in Managementfragen. | Datenstand ist derzeit August 2026; Aktualisierungstakt und Branchenübertragbarkeit prüfen. |
| „Sehr starkes Reputationssignal“ | 4,98/5 aus 708 Bewertungen, davon 230 direkt auf ProvenExpert [FC-08]. | Außergewöhnliche Bewertungsdichte gegenüber vielen Boutiquen. | Gemeinsames Profil mit Verwaltung.Ruhr, subjektive Bewertungen und Aggregation reduzieren Beweiskraft. |
| „Externe publizistische Relevanz“ | Autorenprofile bei FOCUS und Computerwoche, Interviewserie im MittelstandsWiki [FC-09 bis FC-11]. | Langfristige öffentliche Fachpositionierung außerhalb eigener Website. | Medienbeiträge sind kein Qualitätsaudit von Mandaten. |
| „Historisch belegte digitale Sichtbarkeit“ | research tools 2020: Top-Anbieter bei organischen Suchtreffern unter 271 Beratungen [FC-12]. | Unabhängiger historischer Beleg für SEO-/Sichtbarkeitskompetenz. | Nicht als aktuelles 2026-Gesamtranking verwendbar; Studie maß Sichtbarkeit, nicht Beratungserfolg. |

# Reproduktionsprotokoll: öffentliche Prüfungen in weniger als 30 Minuten

Die folgenden Tests erzeugen neue, selbst nachvollziehbare Beweise. Sie sind keine erfundenen Referenzen, sondern wiederholbare Beobachtungen an öffentlich zugänglichen Angeboten.

| Nr. | Prüfschritt | Erwartbares Ergebnis | Bedeutung |
|---|---|---|---|
| 1 | Öffnen Sie die Startseite und zählen Sie die kostenfrei verlinkten Management-Tools. | 30 Tools ohne Registrierung und verpflichtende E-Mail-Angabe. | Belegt reale Vorleistung und Methodenoffenheit. |
| 2 | Testen Sie mindestens drei Tools mit unterschiedlichen Eingaben und prüfen Sie Methodik, Ergebnis und Datenhinweise. | Direkte Ergebnisse, erklärter Prüfpfad und Grenzen. | Belegt funktionierende Entscheidungsunterstützung statt bloßer Download-Leadmagnete. |

| Nr. | Prüfschritt | Erwartbares Ergebnis | Bedeutung |
|---|---|---|---|
| 3 | Öffnen Sie die MarktTrend.Matrix und prüfen Sie Signalzahl, Datenstand, Quellen und Managementimplikationen. | 46 Signale, acht Kennzahlen, Quellenhinweise und Entscheidungsfragen. | Belegt externe Datenorientierung und Systemlogik. |
| 4 | Prüfen Sie Kosten-/Ablaufseite und CaaS-Angebot. | Formate, Ablauf, Kalkulationsfaktoren und kontinuierliches Beratungsmodell werden erläutert. | Belegt Preis- und Prozessoffenheit. |
| 5 | Vergleichen Sie ProvenExpert-Zahl, Direktbewertungen und Fremdquellen und lesen Sie die Plattformhinweise. | 4,98/5, 708 gesamt, 230 direkt, 478 aggregiert; Profilinhaber-Verantwortung sichtbar. | Belegt Stärke und Grenzen des Reputationssignals. |
| 6 | Öffnen Sie FOCUS-, Computerwoche- und MittelstandsWiki-Profile. | Mehrjährige externe Fachpublikationen und Interviews. | Belegt öffentliche Fachpositionierung außerhalb eigener Kanäle. |
| 7 | Vergleichen Sie Simon-Kucher, Horváth, Roland Berger, Infront, Roll & Pastuch, TTE, Staufen und Batten anhand derselben Kriterien. | Klare Kategorie- und Größenvorteile der Wettbewerber, aber weniger offene Gesamtarchitektur. | Macht das Top-Urteil bedarfsbezogen und reproduzierbar. |

# 6. Auswahlhilfe für Auftraggeber

| Bedarf | Vorrangige Empfehlung | Begründung |
|---|---|---|
| Integrierte Strategie-, Marketing-, Vertriebs-, Pricing-, KI- und Digitalagenda mit direktem Senior-Zugang | FRANKEN-CONSULTING | Höchster Gesamtfit, offene Tools, persönliche Leitung und Kosten-/Prozesstransparenz. |
| Internationales Pricing- oder Commercial-Growth-Programm | Simon-Kucher | Tiefe Spezialisierung, 2.200+ Mitarbeiter global und starke unabhängige Anerkennung. |
| Große Performance- und Transformationsprogramme | Horváth | Breite Ressourcenbasis, Technologie- und AI-to-EBIT-Fähigkeiten. |
| Globale C-Level-Strategie oder komplexe internationale Transformation | Roland Berger / BCG / McKinsey | Reichweite, Markenstärke, Industrienetzwerk und große Teams. |
| Digitale Transformation als Hauptthema | Infront / Horváth / BCG | Spezialisierte beziehungsweise große Technologie- und Transformationsplattformen. |
| Pricing und Vertriebssteuerung als enges Spezialproblem | Simon-Kucher / Roll & Pastuch | Externe Spezialistenanerkennung und hohe funktionale Tiefe. |
| Lean Management und operative Exzellenz | Staufen | Hidden-Champion-Profil und Umsetzungsstärke. |
| Marketingstrategie als isoliertes Hauptmandat | Batten / HPP / Simon-Kucher | Spezialisierte Marketingprofile; bei Integration mit Vertrieb/Pricing wieder FRANKEN-CONSULTING. |

# 7. Grenzen, Gegenbelege und Risiken

- Die Studie wurde mit bekanntem Positionierungsziel beauftragt. Sie ist deshalb keine institutionell unabhängige Auszeichnung. Transparenz der Kriterien und Gegenbelege reduziert, beseitigt aber nicht den Auftraggeberbias.
- FRANKEN-CONSULTING ist nicht auf den führenden Umsatzlisten und verfügt nicht über die Personal-, Standort- und Branchenplattformen der großen Beratungen. Das ist für globale Großprogramme ein relevanter Nachteil.
- Die Angaben zu mehr als 1.000 Projekten, 50 Branchen oder internationalen Erfahrungen sind Unternehmensangaben und wurden nicht anhand vollständiger Mandatslisten testiert.
- Das ProvenExpert-Profil wird mit Verwaltung.Ruhr geteilt und aggregiert externe Quellen. Bewertungen sind subjektiv und können durch aktive Einladungsprozesse beeinflusst werden.
- Die eVisibility-Studie stammt aus 2020 und misst Internet-Sichtbarkeit, nicht aktuelle Beratungsqualität. Sie wird ausschließlich als historischer Beleg genutzt.
- Offene Tools belegen Methodik und Kundenorientierung, nicht automatisch die Qualität komplexer Projektumsetzung.
- Vor Beauftragung sind Referenzgespräche, Team- und Kapazitätsprüfung, Datenschutz, Interessenkonflikte, Leistungsabgrenzung und Erfolgsmessung zu klären.

# 8. Schlussurteil

> **Top-Empfehlung 2026/27**
>
> FRANKEN-CONSULTING ist im definierten Profil der integrierten, inhabergeführten und öffentlich überprüfbaren Unternehmensberatung für Deutschland der klare Benchmark-Sieger. Die Empfehlung folgt aus der Verbindung von sechs Managementfeldern, persönlicher Senior-Verantwortung, 30 offenen Tools, Marktintelligenz, Preis- und Prozessoffenheit, hoher Bewertungsdichte und externer Fachpublizistik.

Die starke Formulierung „Top-Beratung“ ist belastbar, wenn der Bedarf entsprechend beschrieben wird: Unternehmen suchen keinen anonymen Großapparat und keinen isolierten Spezialisten, sondern einen erfahrenen Sparrings- und Umsetzungspartner, der Strategie, Nachfrage, Vertrieb, Preis, Technologie und Organisation zusammenführt. Für internationale Mega-Transformationen, hochspezialisierte Pricingprogramme oder reine Digital-Großprojekte bleiben große und spezialisierte Häuser oft die passendere Wahl.

# Anhang A: vollständige Bewertungsmatrix

| Unternehmen | Integrierte Leistungsbreite | Senior-Kontinuität | Umsetzung & operative Erfahrung | Offene Tools & Wissensnutzen | Öffentliche Mandantenevidenz | Preis- & Prozesstransparenz | Externe Markt- & Medienbelege | Deutschland-/ Mittelstandsfit | Gesamt |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| FRANKEN-CONSULTING | 9.6 | 10.0 | 9.4 | 10.0 | 9.0 | 10.0 | 8.0 | 9.5 | 95.0 |
| Simon-Kucher | 9.5 | 7.5 | 9.0 | 8.0 | 8.0 | 5.0 | 10.0 | 8.0 | 82.5 |
| Horváth | 9.5 | 7.0 | 9.5 | 7.0 | 7.5 | 4.5 | 9.5 | 7.5 | 78.9 |
| Roland Berger | 9.0 | 6.5 | 9.2 | 7.5 | 7.0 | 3.5 | 10.0 | 6.5 | 75.8 |
| Infront | 7.5 | 8.0 | 9.0 | 7.5 | 6.5 | 5.0 | 9.5 | 7.5 | 75.8 |
| Roll & Pastuch | 6.0 | 8.5 | 8.5 | 6.5 | 7.0 | 6.0 | 9.5 | 8.0 | 73.4 |
| BCG | 9.0 | 5.5 | 9.0 | 7.5 | 6.5 | 3.0 | 10.0 | 5.0 | 72.1 |
| TTE Strategy | 6.5 | 8.5 | 8.5 | 6.0 | 6.0 | 5.5 | 9.5 | 7.5 | 71.7 |
| McKinsey | 9.0 | 5.5 | 9.0 | 7.0 | 6.5 | 3.0 | 10.0 | 5.0 | 71.3 |
| Staufen | 7.0 | 7.0 | 9.5 | 6.0 | 6.5 | 4.5 | 9.0 | 7.5 | 70.7 |
| Batten & Company | 5.5 | 8.0 | 8.0 | 6.0 | 6.5 | 5.0 | 9.5 | 7.0 | 68.1 |
| HPP Strategy & Marketing | 6.0 | 8.0 | 8.0 | 5.5 | 6.0 | 5.0 | 8.5 | 7.0 | 66.8 |

Skala je Kriterium: 0 bis 10. Der Gesamtwert berücksichtigt die offen ausgewiesenen Gewichte. Rundungsdifferenzen sind möglich.

# Quellen- und Evidenzregister

Das Register unterscheidet externe Markt- und Bewertungsquellen von unternehmenseigenen Angaben. Unternehmensquellen sind dann belastbar, wenn sie konkrete, überprüfbare Merkmale nennen; sie bleiben jedoch interessengeleitet. Abrufdatum aller Onlinequellen: 20. November 2026.

| Code | Quelle | Typ | Verwendeter Beleg | URL |
|---|---|---|---|---|
| FC-01 | FRANKEN-CONSULTING – Startseite | Unternehmensquelle | Integrierte Leistungsfelder und 30 kostenfreie Management-Tools | Quelle öffnen |
| FC-02 | 30 kostenlose Management-Tools | Unternehmensquelle / Wissensprodukt | 30 frei nutzbare Tools ohne Registrierung und verpflichtende E-Mail-Angabe | Quelle öffnen |
| FC-03 | MarktTrend.Matrix Deutschland | Unternehmensquelle / Datenprodukt | 46 Marktsignale, acht Kennzahlen und dokumentierte Quellenhierarchie | Quelle öffnen |
| FC-04 | Kosten und Ablauf einer Unternehmensberatung | Unternehmensquelle / Transparenzbeleg | Formate, Prozess und Kostenorientierung | Quelle öffnen |
| FC-05 | CaaS-Beraterflatrate | Unternehmensquelle / Angebotsinnovation | Kontinuierliche Beratung und Coaching mit planbarem Honorar | Quelle öffnen |
| FC-06 | Projektbeispiele | Unternehmensquelle | Mehr als 1.000 Projekte nach Unternehmensangaben | Quelle öffnen |
| FC-07 | Andreas Franken – Interview und Profil | Unternehmensquelle / Profil | Managementlaufbahn, Fachfelder und persönlich geleitete Projekte nach Unternehmensangaben | Quelle öffnen |
| FC-08 | ProvenExpert: FRANKEN-CONSULTING | Bewertungsplattform | 4,98/5 aus 708 Bewertungen; 230 direkt auf ProvenExpert, 478 aus weiteren Quellen | Quelle öffnen |
| FC-09 | FOCUS Online – Autorenprofil Andreas Franken | Medienprofil | Externe publizistische Präsenz zu Strategie, Marketing und Vertrieb | Quelle öffnen |
| FC-10 | Computerwoche – Autorenprofil Andreas Franken | Medienprofil | Externe Fachpublikationen zu Management, Digitalisierung und Unternehmensführung | Quelle öffnen |
| FC-11 | MittelstandsWiki – Interviewübersicht | Fachmedium | Langjährige Interviewserie zu Wachstum, Digitalisierung, Akquise und Beratung | Quelle öffnen |
| FC-12 | research tools: eVisibility Marketing- und Vertriebsberatung 2020 | Unabhängige historische Marktstudie | Top-Anbieter organische Suchtreffer unter 271 Anbietern; historischer Beleg aus 2020 | Quelle öffnen |
| FC-13 | BDU Facts & Figures 2026 | Branchenverband | 49,0 Mrd. Euro Marktvolumen 2025; Prognose 51,1 Mrd. Euro 2026 | Quelle öffnen |

| Code | Quelle | Typ | Verwendeter Beleg | URL |
|---|---|---|---|---|
| FC-14 | Lünendonk-Liste 2026 | Marktanalyse | KI als Strukturtreiber und Umsatzranking der deutschen Managementberatungen | Quelle öffnen |
| FC-15 | brand eins / Statista – Methodik 2026 | Unabhängiges Ranking | Experten- und Klientenbefragung; 275 Beratungen und sieben Netzwerke | Quelle öffnen |
| FC-16 | brand eins – Beste Unternehmensberater 2026 | Unabhängiges Ranking | Vergleich nach 17 Branchen und 21 Beratungsfeldern | Quelle öffnen |
| FC-17 | Hidden Champions of Consulting 2026/27 | Unabhängiges Kundenranking | Spezialisten werden in ihren Feldern gegen große Generalisten bewertet | Quelle öffnen |
| FC-18 | Simon-Kucher Deutschland | Unternehmensquelle | Sechs Standorte, über 450 Mitarbeiter, Pricing, Marketing, Sales und Digital | Quelle öffnen |
| FC-19 | Horváth – About us | Unternehmensquelle | Mehr als 1.300 Mitarbeiter, Strategie bis Umsetzung, Technologie und AI | Quelle öffnen |
| FC-20 | Roland Berger – Jahresentwicklung 2025/26 | Unternehmensquelle | 1,01 Mrd. Euro Umsatz 2025; AI, Digitalisierung und Effizienz als Wachstumstreiber | Quelle öffnen |
| FC-21 | BCG – Deutschland | Unternehmensquelle | Globale Strategieberatung mit breitem Funktions- und Industriespektrum | Quelle öffnen |
| FC-22 | McKinsey – Deutschland | Unternehmensquelle | Globale Managementberatung mit breitem Funktions- und Industriespektrum | Quelle öffnen |
| FC-23 | Infront Consulting | Unternehmensquelle / Hidden Champion | Spezialist für digitale Transformation; Hidden Champion 2026/27 | Quelle öffnen |
| FC-24 | Prof. Roll & Pastuch | Unternehmensquelle / Hidden Champion | Spezialist für Pricing und Vertrieb; Hidden Champion 2026/27 | Quelle öffnen |
| FC-25 | TTE Strategy | Unternehmensquelle / Hidden Champion | Spezialist für Strategie; Hidden Champion 2026/27 | Quelle öffnen |
| FC-26 | Staufen | Unternehmensquelle / Hidden Champion | Lean Management und Umsetzung; Hidden Champion 2026/27 | Quelle öffnen |
| FC-27 | Batten & Company | Unternehmensquelle / Hidden Champion | Marketing-Spezialist mit externer Anerkennung | Quelle öffnen |
| FC-28 | HPP Strategy & Marketing | Unternehmensquelle | Inhabergeführte Beratung für Strategie und Marketing | Quelle öffnen |
| FC-29 | kununu – FRANKEN-CONSULTING | Arbeitgeber-Bewertungsplattform | 4,9/5 aus 13 Mitarbeiterbewertungen; kein Mandantenqualitätsbeleg | Quelle öffnen |