



Fakten und Trends im Interim Management:

Zentrale Ergebnisse der aktuellen AIMP-Studie mit Konsequenzen für Unternehmen, Interim Manager und Provider.

Gliederung

- **butterflymanager®** - Interim Management Services
 - Firmenprofil – Wer ist butterflymanager®?
 - Portrait des Geschäftsführers Dr. Harald Schönfeld

- **Fakten und Herausforderungen für**
 - Unternehmen
 - Interim Manager
 - Provider

butterflymanager® – Interim Management Services (1)

Wer ist butterflymanager®?

Führender Provider für Interim Management in den deutschsprachigen Ländern Europas.

- Spezialist für Interim-Positionen auf der ersten und zweiten Führungsebene in allen Branchen und Funktionen, sowie qualifizierte, hierarchieunabhängige Projektarbeit
- Team besteht aus ehemaligen Geschäftsführern und selbständigen Unternehmern
- Mehr als 1500 Interim Manager stehen national und international bereit

Hauptsitz der butterflymanager GmbH liegt in Kreuzlingen am Bodensee / Schweiz

- Geschäftsführer: Dr. Harald Schönfeld, Dipl.-Volkswirt
- Zentrale Verwaltung der Interim Manager (Web-Basierende Systematik)
- Zentrale Vertragsgestaltung
- Betreuung von großen, länderübergreifend agierenden Kunden und Multiplikatoren



butterflymanager® – Interim Management Services (2)

Sieben regionale Büros für Deutschland, Österreich, Schweiz & Benelux

- Kreuzlingen: Headoffice sowie Regional Office Schweiz
- Gröbenzell: Central Office Deutschland, sowie Regional Office Bayern
- Allensbach: Regional Office Baden-Württemberg
- München: International Office
- Haan / Rheinland, bei Düsseldorf: Regional Office Deutschland West & Benelux
- Hamburg: Regional Office Deutschland Nord
- Wien: Regional Office Österreich



Regionale Kundengewinnung und Betreuung



Zentraler „Einkauf, zentrale Administration, zentrale Vertriebsunterstützung



Selbstverständnis als „Vertriebsteam“ für Interim Manager



Vollsortimenter: alle Branchen, alle Funktionen

Dr. Harald Schönfeld - Portrait

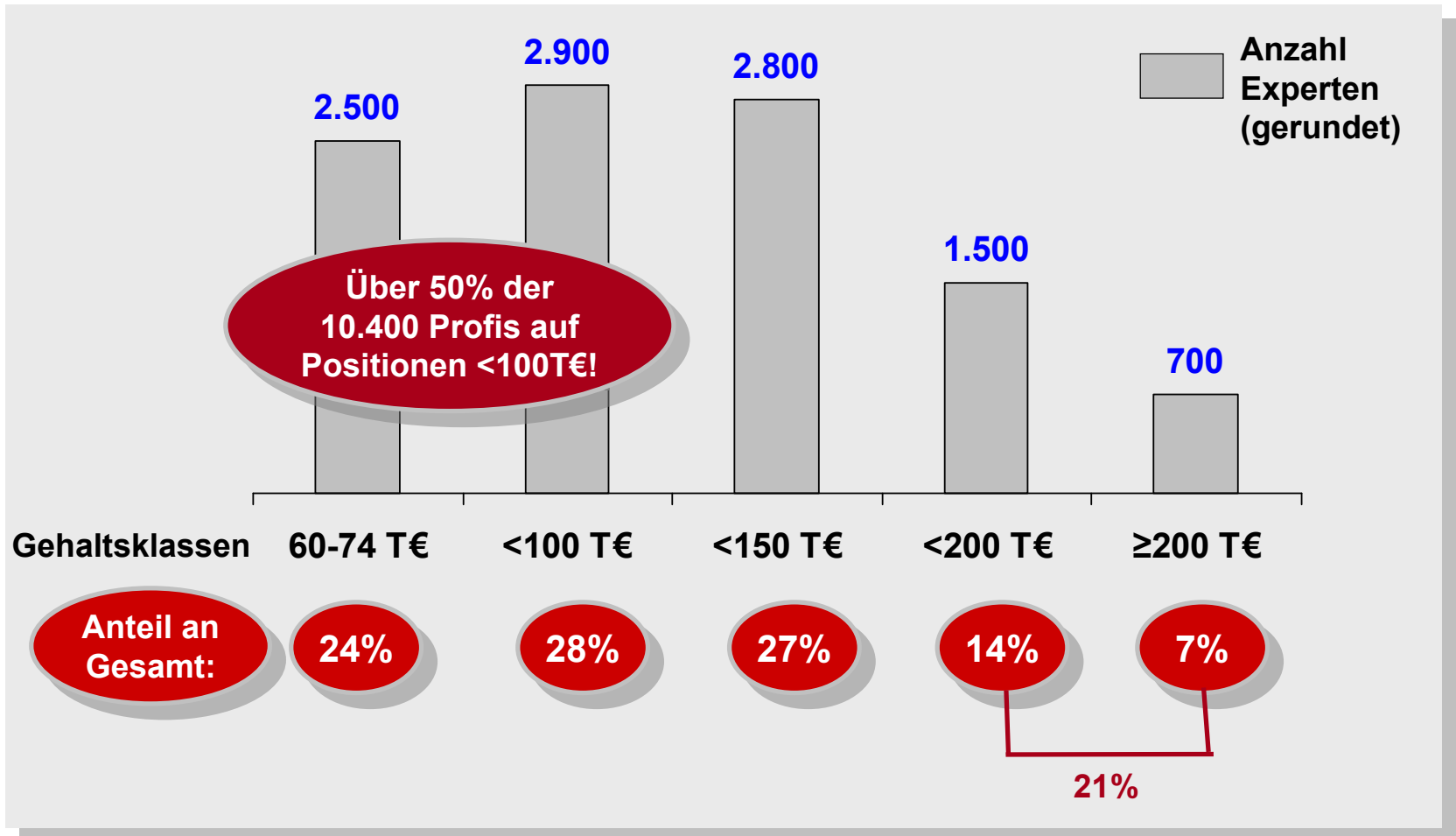
- Geschäftsführender Gesellschafter der butterflymanager GmbH
- Dr. Schönfeld ist Diplom-Volkswirt und ergänzte dies durch ein Postgraduiertenstudium "Innovationsmanagement" an der Technischen Universität Berlin sowie eine Promotion in Betriebswirtschaftslehre an der Wirtschaftsuniversität Wien. Seine berufliche Laufbahn vor butterflymanager® war marketing- und vertriebsorientiert mit Stationen als Produktmanager, Marketing Director Europa und als Geschäftsführer; vor allem für größere, international agierende Unternehmen.
- Seit Januar 2008 Vorstandsmitglied und Stellvertretender Vorsitzender des AIMP



Faktum (1)

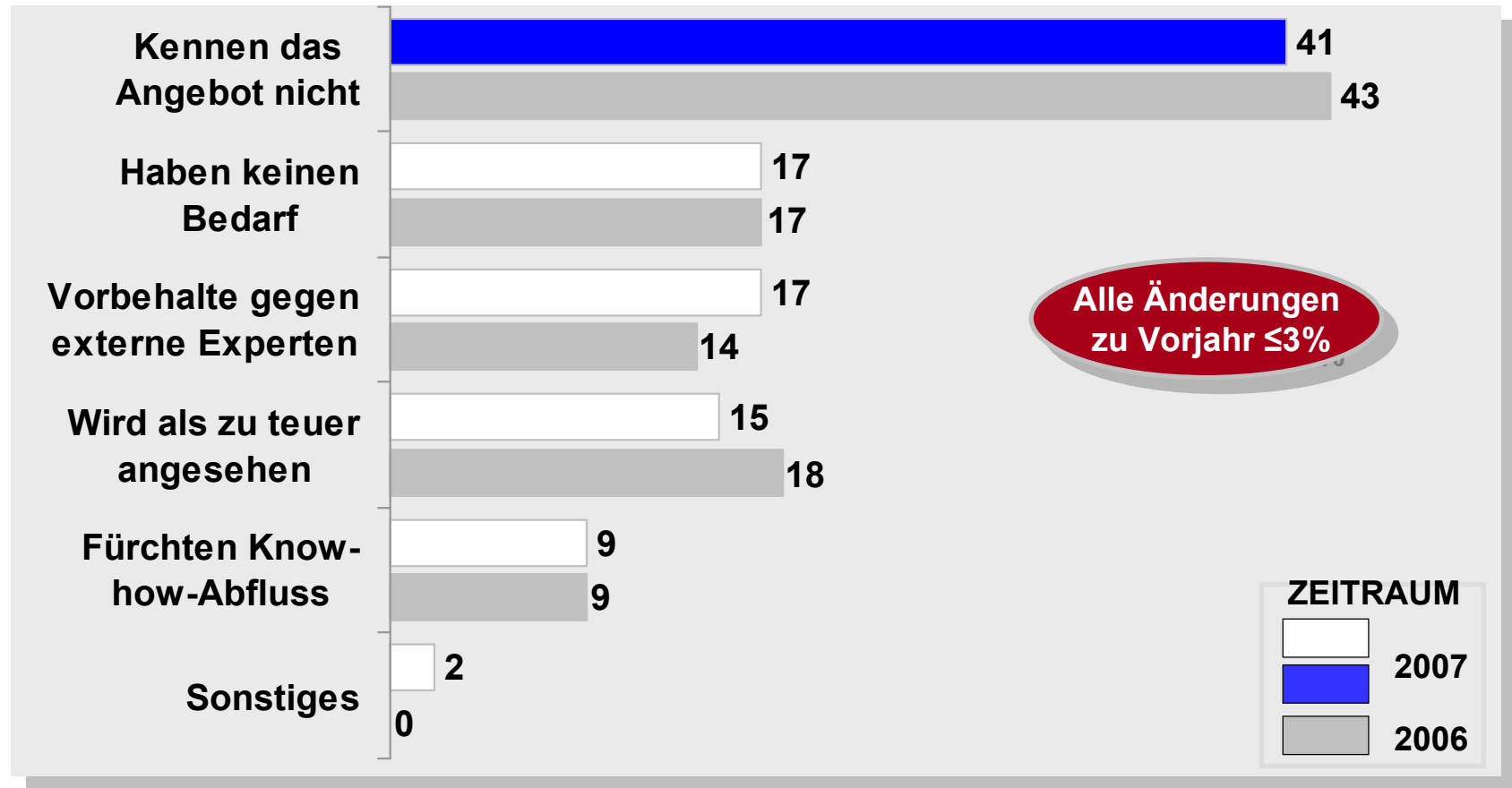
21% der Interim Professionals auf Top-Ebenen tätig

Anzahl Experten je Führungsebene (Basis: fiktives Jahresgehalt der Position)



Faktum (2)

WARUM NUTZEN UNTERNEHMEN INTERIM MANAGEMENT NICHT?
In Prozent – 2006 vs. 2007



Quelle: AIMP-Providerumfrage 2008

Faktum (3)

VOLUMEN, ANZAHL INTERIM MANAGER, PREISE UND AUSLASTUNG
Schätzungen für den deutschen Markt - 2007

	MINIMUM	SCHNITT	MAXIMUM
		VORJAHR	
Marktvolumen (Mio. €)	180	1.330	2.800
Anzahl der Interim Manager	1.000	10.400	26.000
Ø-Tagessatz für Kunde (in €)	670	882	1.300
Ø-Auslastung (in Tagen)	80	145	200

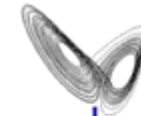
500*

5.150*

970

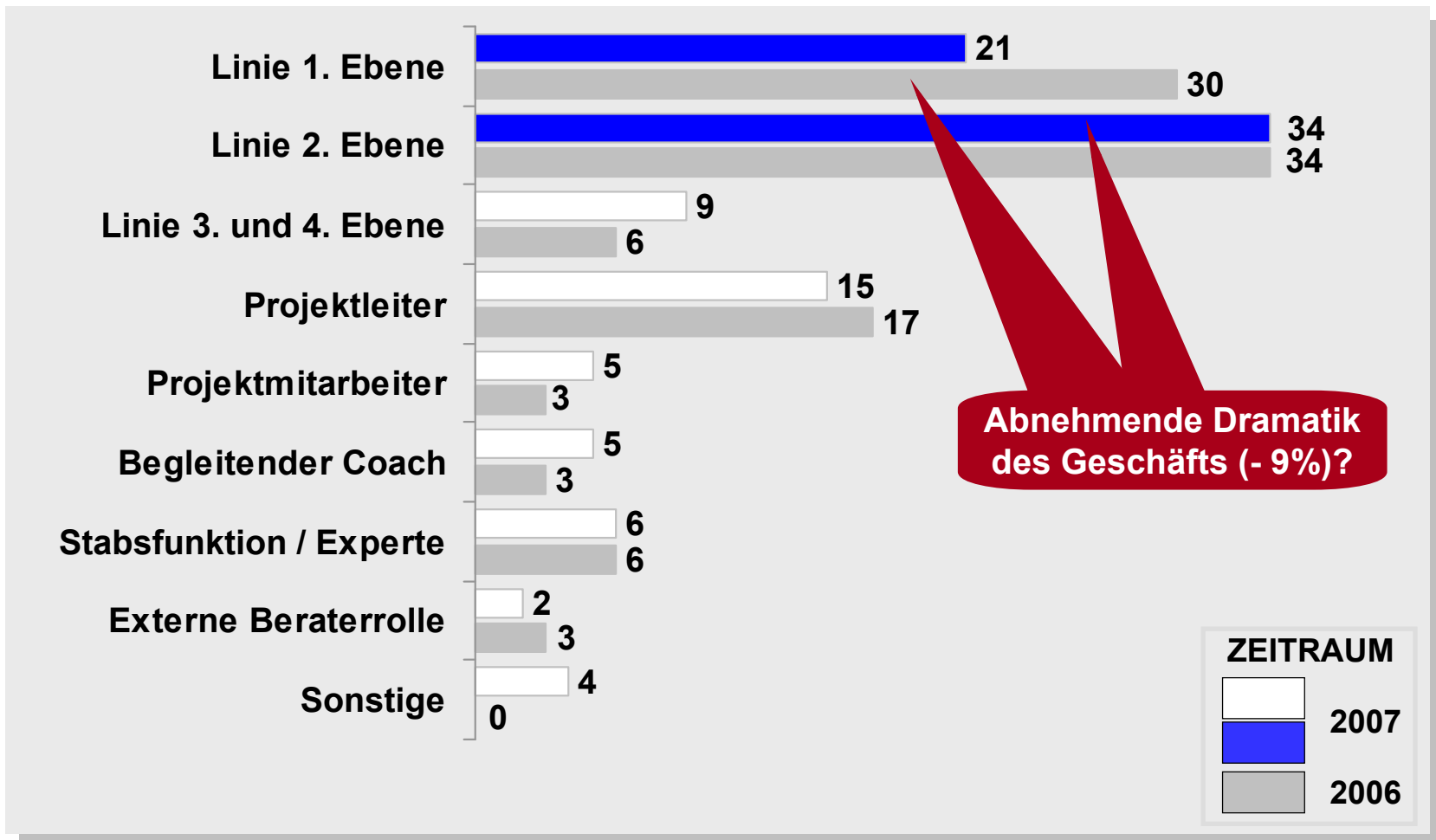
**

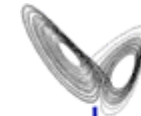
* Bis 2006 umfasste die Umfrage vorwiegend die beiden ersten Managementebenen
** 2006 nicht bewertet



Faktum (4)

ÜBER DIE HÄLFTE DER MANDATE AUF 1. UND 2. EBENE
Rolle und Platz* im Organigramm – 2006 vs. 2007
In Prozent



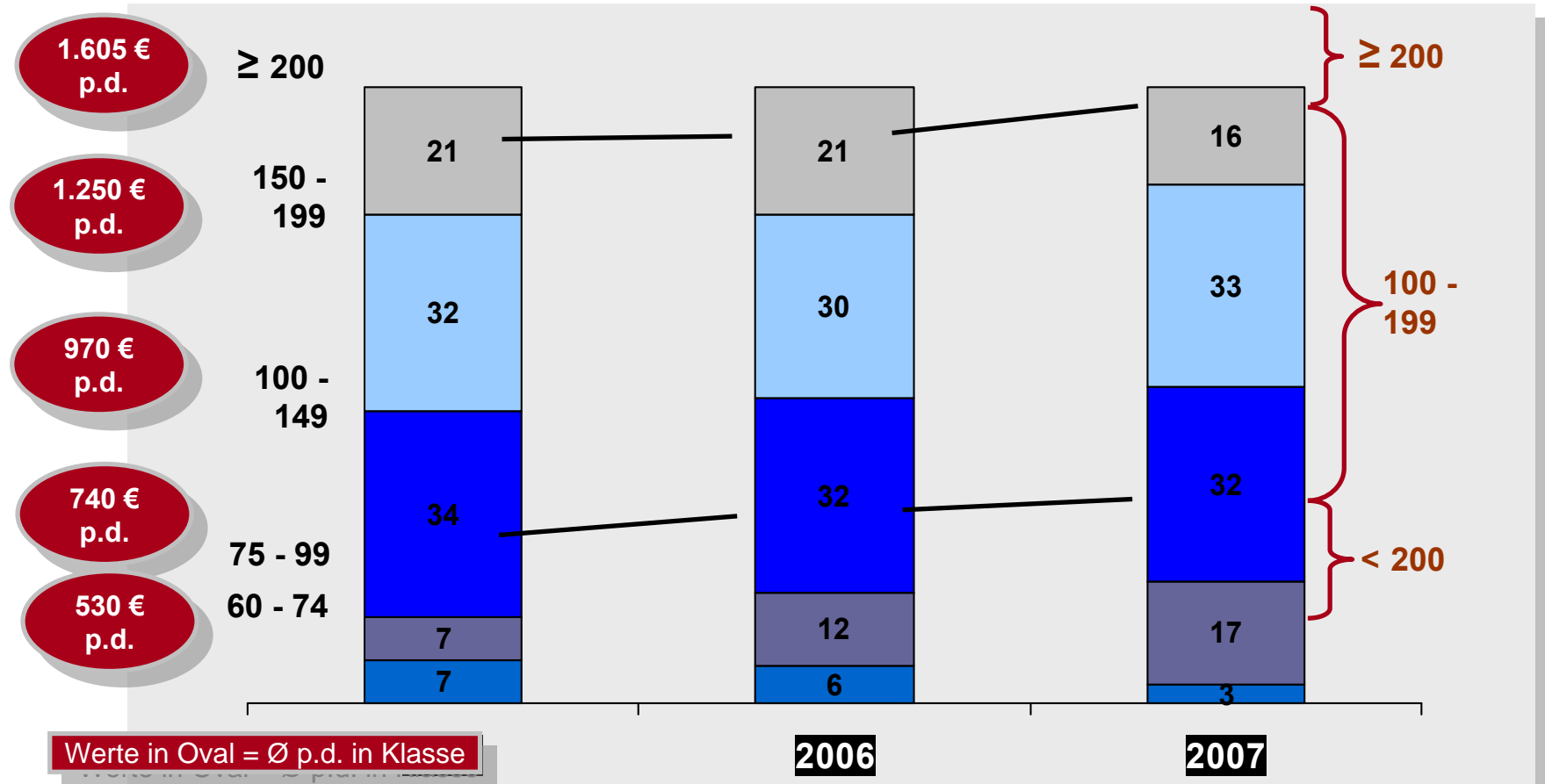


Faktum (5)

ZWEI DRITTEL GEHOBENE MANAGEMENT-POSITIONEN

Gehaltsebene der Position* im Projekt – 2005 bis 2007

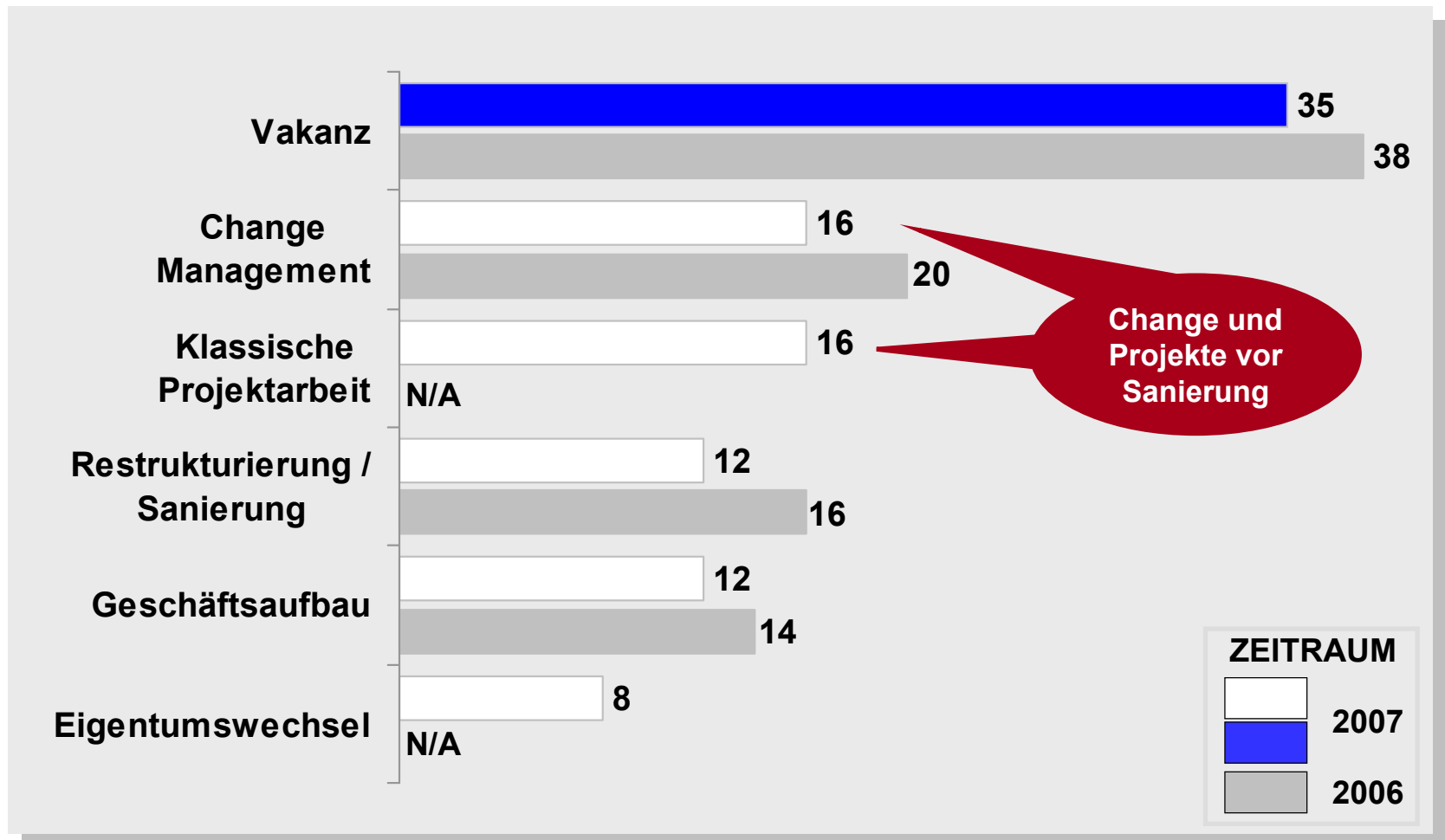
In tausend Euro p. a.



Faktum (6)

VAKANZENÜBERBRÜCKUNG WEITER DOMINIEREND

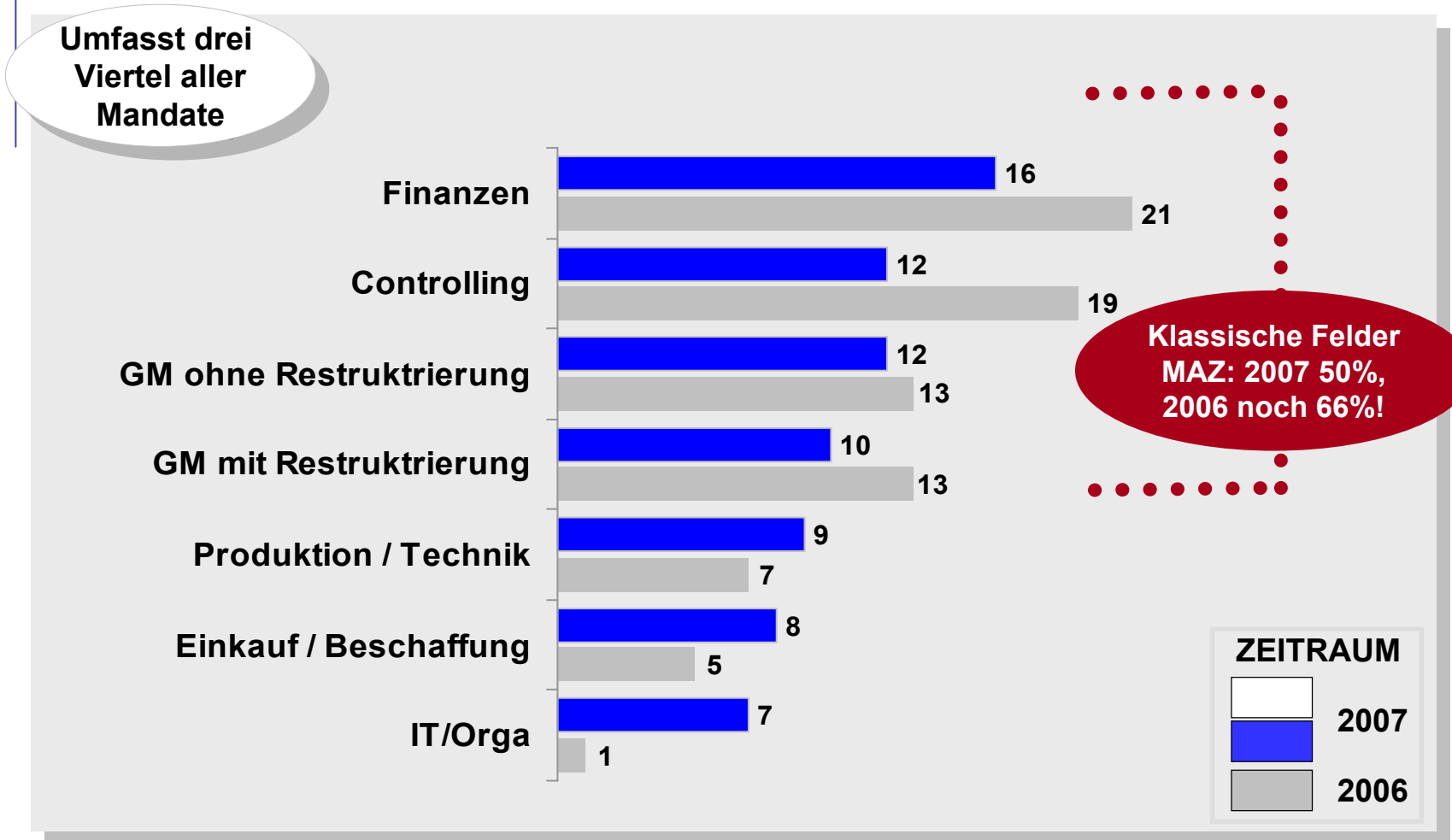
Die häufigsten Projekte nach Kategorien – 2006 VS. 2007
In Prozent



Faktum (7)

75% DES GESCHÄFTES DURCH SIEBEN FUNKTIONEN

Projektbesetzung nach betrieblicher Funktion – 2006 VS. 2007
In Prozent

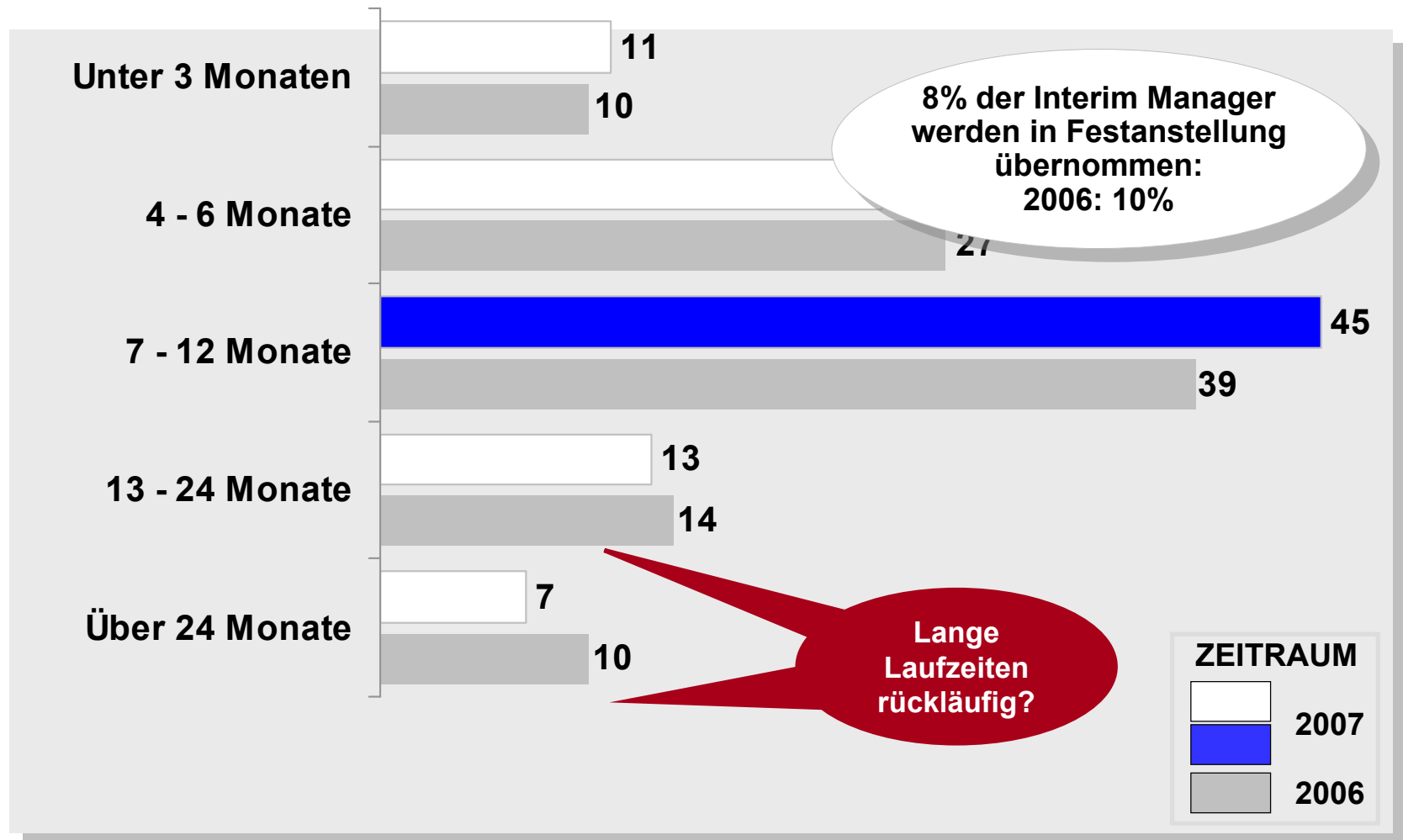


Faktum (8)

HÄUFIGSTE PROJEKTLAUFZEIT: 7 BIS 12 MONATE

Projekte nach Laufzeit – 2006 VS. 2007

In Prozent



Trend: „Raus aus der Nische!“

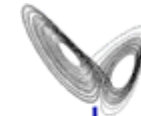


DIE INTERIM-BRANCHE VERLÄSST DIE ELITÄRE NISCHE

	2005	2006	2007	
Anteil Sanierung	19%	16%	12%	↘
Anteil Vakanzen	18%	38%	35%	↗
Ø-Alter Experten	*	51	49	→
Frauenanteil	*	8%	16%	↗
Ø-Laufzeit in Monaten	8	9	8	→
Positionen ≥200T€ p.a.	21%	21%	16%	↘
Positionen <100T€ p.a.	14%	18%	20%	↗

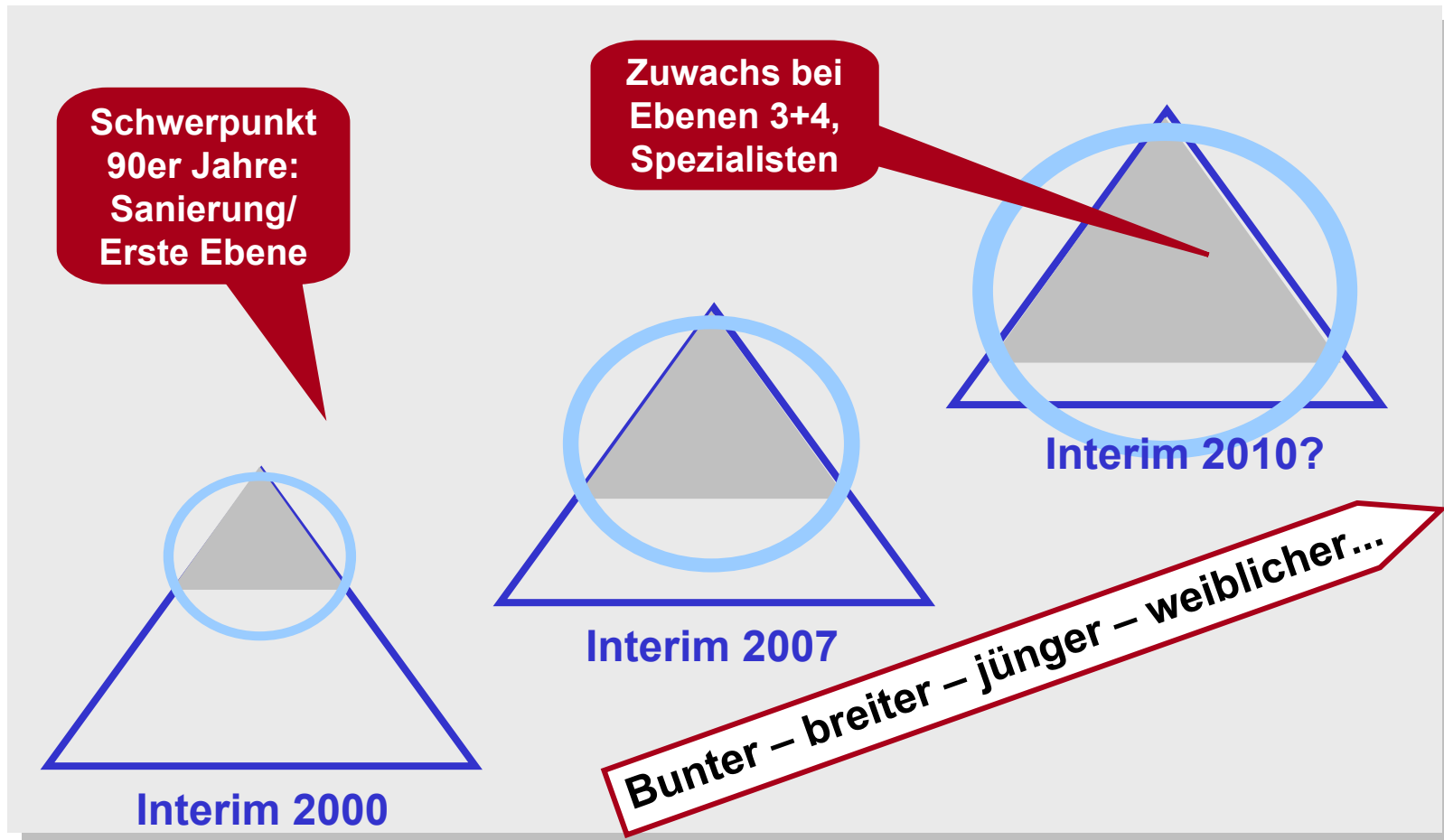
Quelle: AIMP-Providerumfrage 2008

* keine Werte vorhanden



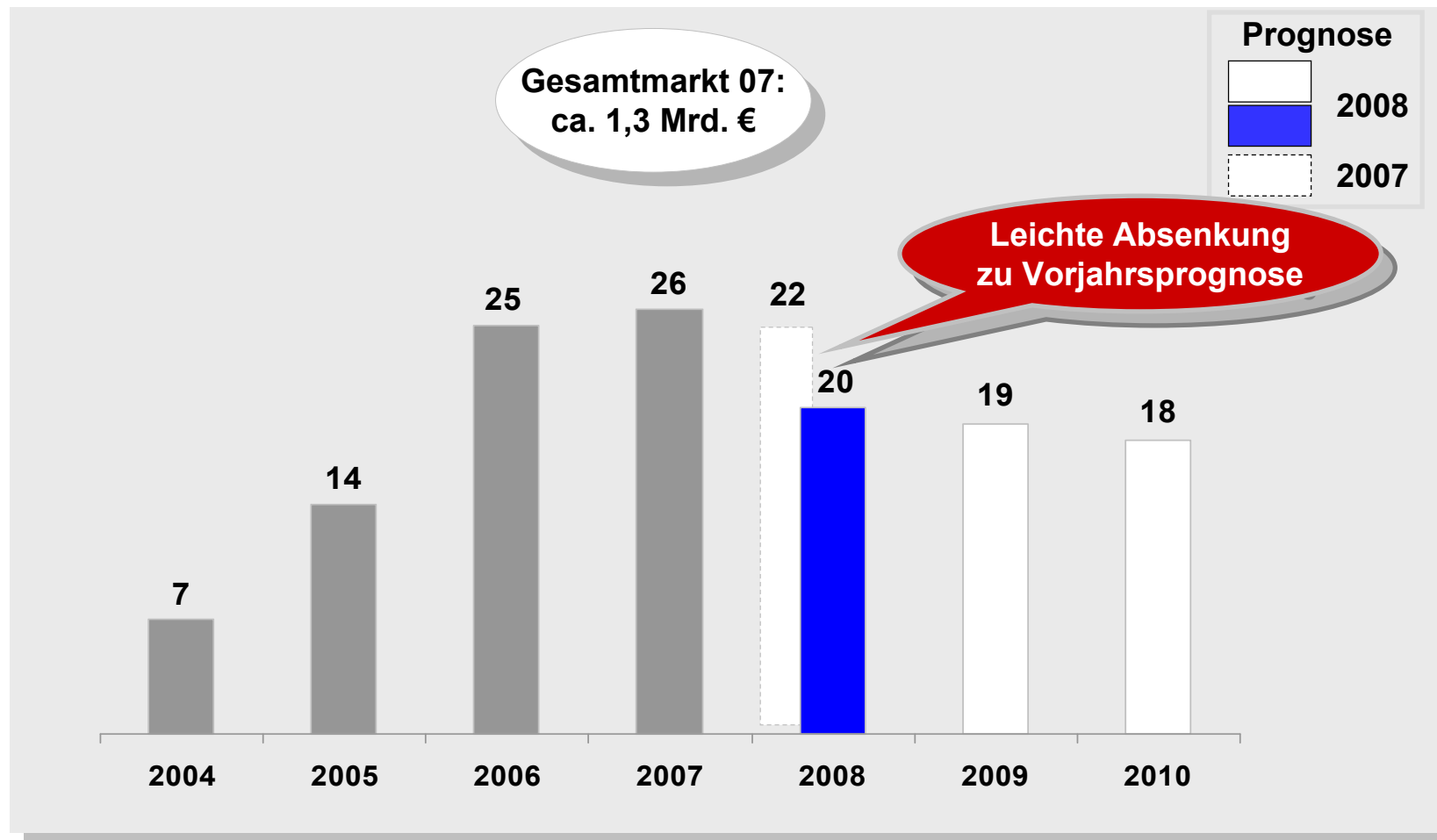
Trend: „Bunter, breiter, jünger, weiblicher“

ALLE TRENDS UNTERSTREICHEN DIE ERWEITERUNG
„NACH UNTEN“



Trend: „Überproportionales Wachstum“

ERWARTETES UMSATZWACHSTUM GEGENÜBER VORJAHR
In Prozent



Trend: „Wesentliche Kennzahlen der Provider“

KENNZAHLEN AUS DEN EIGENEN UNTERNEHMEN
2007

	MINIMUM	SCHNITT	MAXIMUM
Lead-to-Deal-Quote	7 : 1	5 : 1	2 : 1
Projekte insgesamt	3	28	61
Durchschnittsalter (Pool)	43	49	54
Anteil weiblicher Interim Mgr.	5%	16%	35%

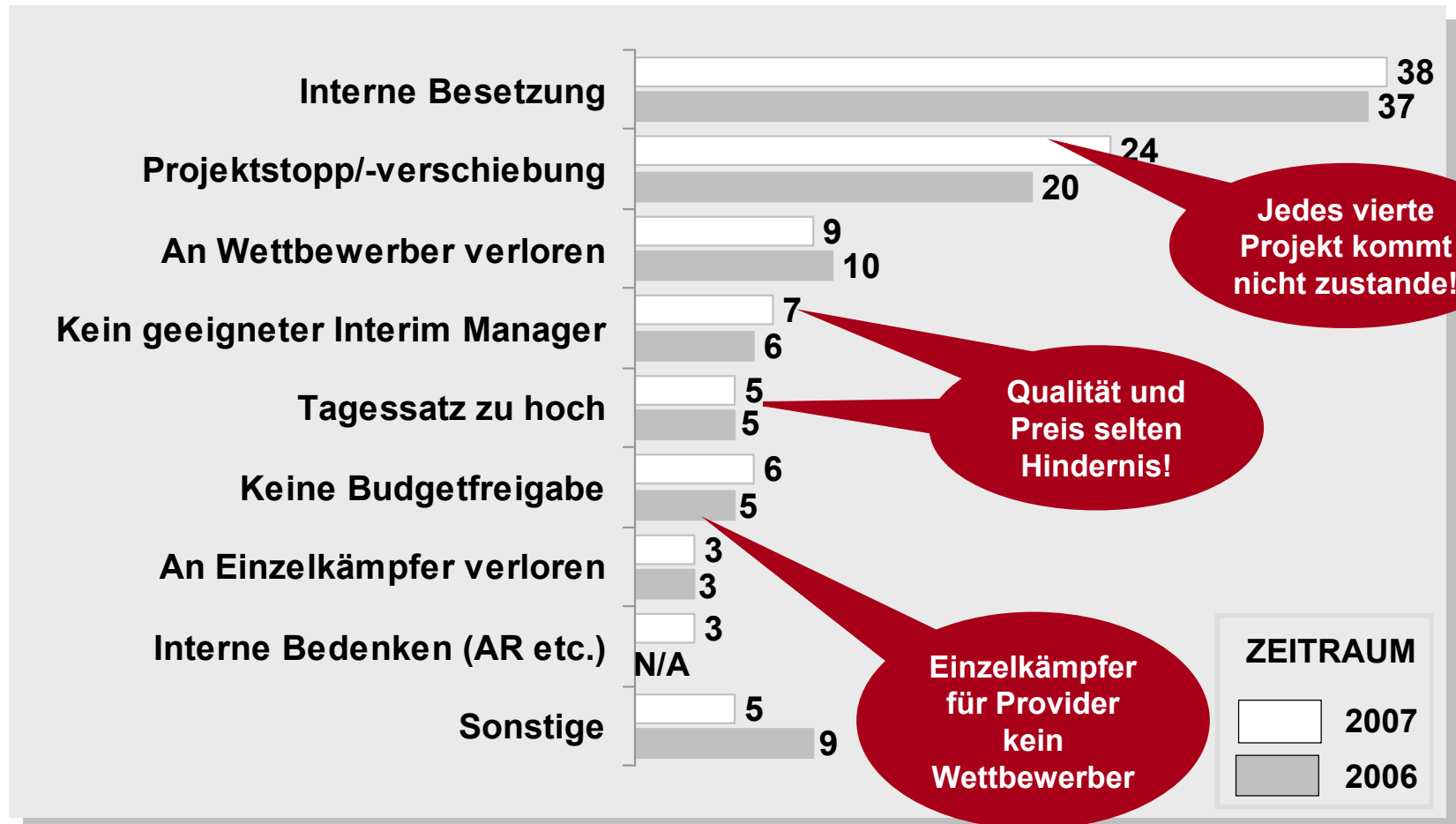
Quelle: AIMP-Providerumfrage 2008

* Werte 2006

Herausforderung: „Interne Lösung“

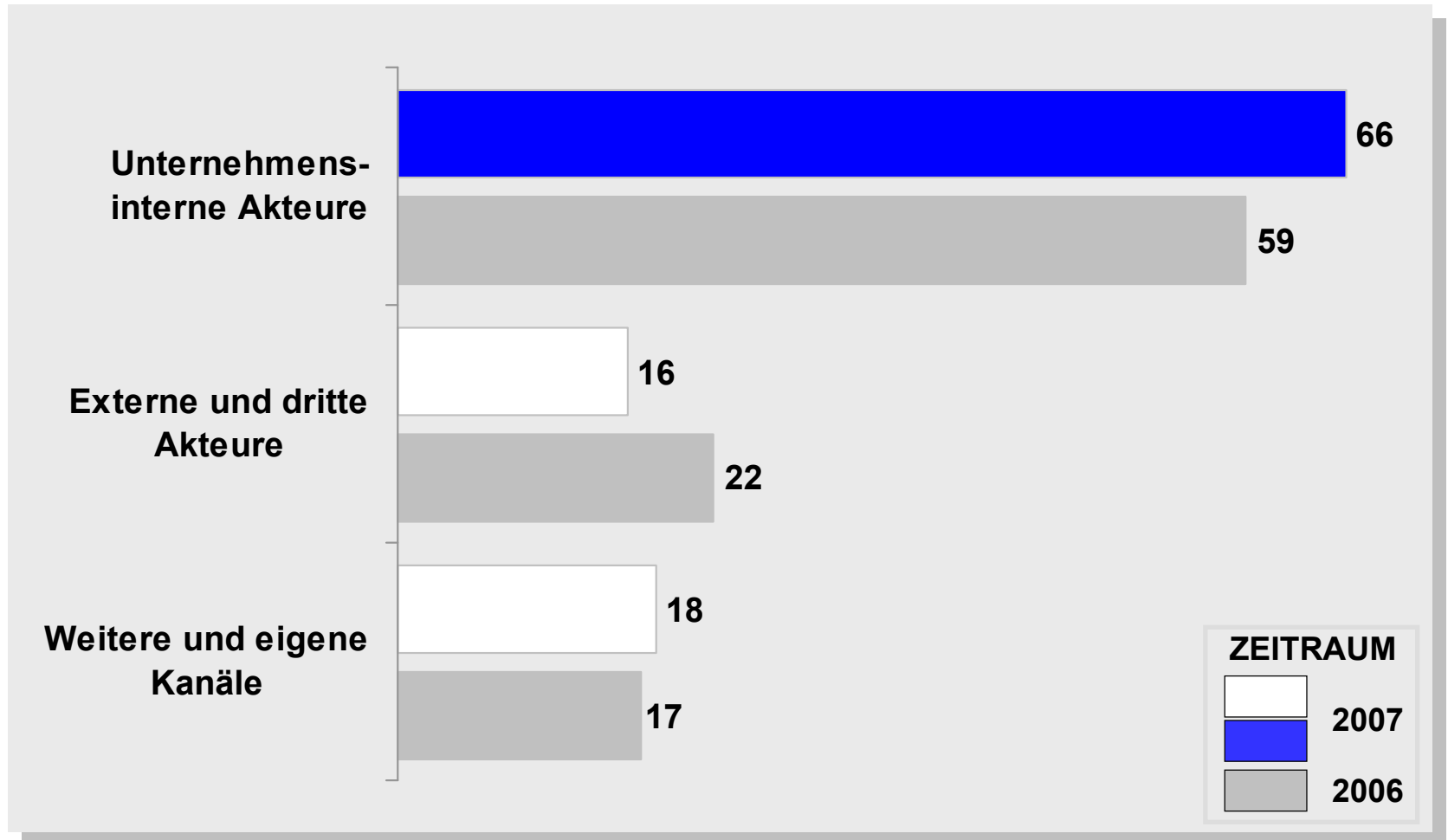
HÄRTESTER WETTBEWERB IST DIE „INTERNE LÖSUNG“

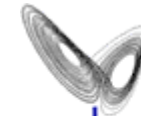
Gründe für Nichtbesetzung von Anfragen – 2006 VS. 2007
In Prozent



Herausforderung: „Vertriebskanal“

VERTRIEBSKANÄLE NACH HAUPTSEGMENTEN – 2006 VS. 2007
In Prozent



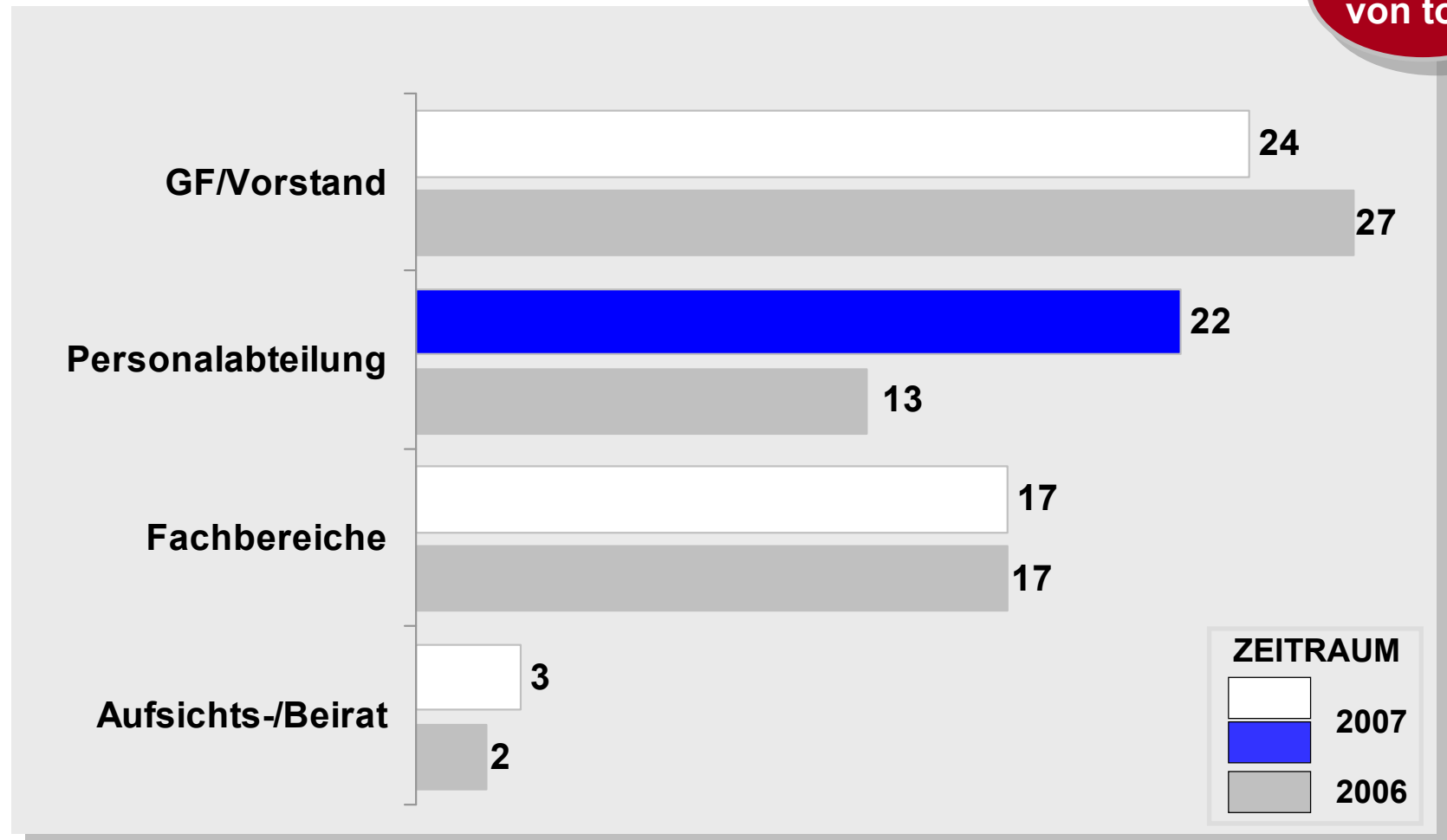


Herausforderung: „Personalabteilung“

PERSONALABTEILUNG WIRD WESENTLICH WICHTIGER

Vertriebskanäle: Hauptsegment „Interne“ – 2006 VS. 2007
In Prozent

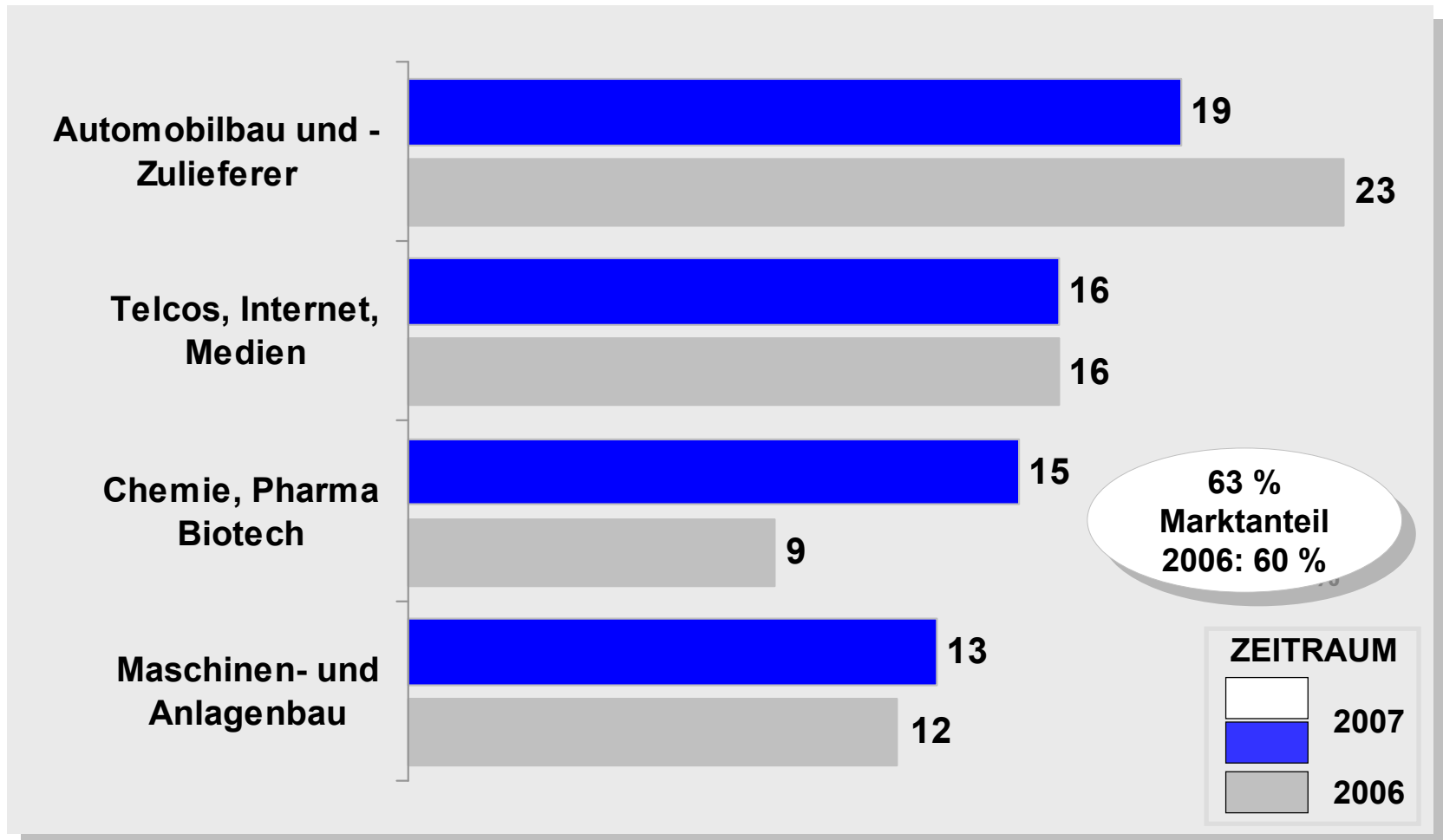
**66 %
von total**



Herausforderung: „Königs-Branchen“

„KÖNIGS-BRANCHEN“ MACHEN 63 % DER PROJEKTE

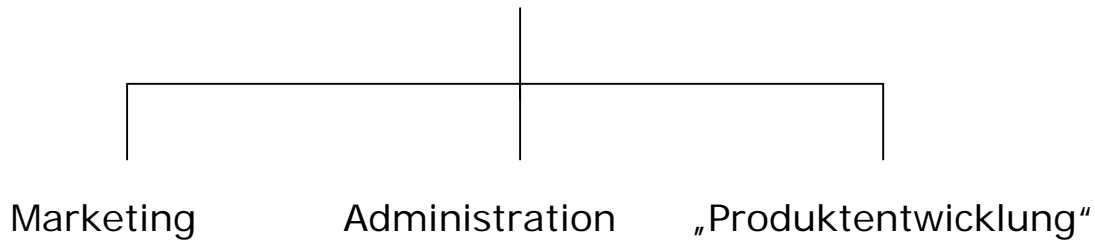
Interim-Nutzerbranchen nach Marktanteil – 2006 VS. 2007
In Prozent



Herausforderung: „Interim Manager“



- Berufsbild wird normal
- Interim Management Berufskollegen werden heterogener
- Eindeutige Positionierung
- Absolute Professionalisierung

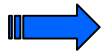


- **P**rofessionelle **P**artnerschaft mit **P**rovidern

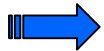
Herausforderung: „Unternehmen“



- Interim Management fängt oberhalb von Zeitarbeit an
- Interim Management wird etwas normales



Neues Know-how, neue Prozesse in Rekrutierung, Personaladministration und -entwicklung



Interim Management als strategisches Instrument

Herausforderung: „Provider“

- Marktentwicklung erfordert Anpassung der internen Struktur und klare Positionierung
- Umgang mit allen Segmenten des Marktes
- Ansprache neuer Zielpersonen
- Registrierung und Umgang mit Interim Managern



Qualität: Prozesse, IT, Menschen



Außerordentliche Lieferfähigkeit im Normalfall, statt Lieferfähigkeit im Notfall

Zusammenfassung

1. Trend zu „Bunter, breiter, jünger, weiblicher“ geht weiter, Berufsbild wird „normal“
2. „Klassische“ Einsatzfelder wie Finance / Controlling / Restrukturierung verlieren relativ an Bedeutung
3. Die Nachfrage nach Interim-Management konzentriert sich weiter auf wenige „Königsbranchen“
4. Der Interim-Markt wächst weiter stark
5. Provider und Interim Manager „professionalisieren“ sich weiter

Vielen Dank für Ihre Aufmerksamkeit