



Team Wirecard AG

Marktstudie, Wettbewerbsanalyse und Ableitung von Handlungsempfehlungen im B2B-Prepaid-Segment

Die Wirecard AG ist ein globales Technologie- und Finanzdienstleistungsunternehmen. Kürzlich hat das Unternehmen ein neues B2B-Auszahlungsprodukt gelauncht: Die „Payout Card“ ist eine Prepaid-Masterkarte, die an Mitarbeiter ausgegeben und in Sekundenschnelle geladen werden kann. Sie findet bei der Auszahlung von Gehältern, Provisionen und Spesen Anwendung. Des Weiteren bietet die Payout Card einem Unternehmen entscheidende Vorteile: Bargeldersatz, Budgetkontrolle, reduzierte Aufwände und Kostenvorteile.

Zur Einschätzung der IST-Situation sollte zunächst eine Wettbewerbsanalyse durchgeführt werden, um die Position der Wirecard AG auf dem Markt zu identifizieren. Auch sollten Zielbranchen für die vorhandenen B2B-Lösungen analysiert und Marktpotenziale abgeschätzt werden. Ziel des Projektes war es, Handlungsmöglichkeiten für den Vertrieb und die Vermarktung des Produktes abzuleiten.

Im ersten Arbeitsschritt wurde eine Wettbewerbsanalyse durchgeführt. Mit Hilfe von Internetrecherche und Fachliteratur hat das Studierendenteam 15 Anbieter im B2B-Prepaid-Sektor ermittelt und kontaktiert, die vor allem auf dem amerikanischen und britischen Markt agieren. Diese wurden anhand eines Fragebogens telefonisch interviewt, um wichtige Informationen wie Produkteigenschaften und Preise zu erfassen.

Im zweiten Schritt wurde mittels zahlreicher Fachgespräche mit erfahrenen Mitarbeitern der Wirecard AG und Partnern des Unternehmens sowie Recherchen nach potenziellen Einsatzmärkten für die Payout Card gesucht. In Telefonaten mit Unter-

nehmen der jeweiligen Branchen wurde unter anderem die Prozesse von Auszahlungen an Mitarbeiter und Geschäftspartner erfragt.

Zusätzlich hat das Team entsprechende Verbände interviewt, da diese mit der Branchenstruktur und eventuellen Problematik vertraut sind.

Das Projektteam konnte umfassende Informationen über Wettbewerber im B2B-Prepaid-Sektor beziehen. Fünf von 15 Anbietern wurden als direkte Konkurrenz identifiziert. Somit wurden wichtige Anhaltspunkte für das Pricing und die Produktoptimierung geliefert.

Mit Hilfe der Marktanalyse konnte eine Priorisierung der potenziellen Märkte herausgearbeitet werden. Entscheidungskriterien hierfür waren Unternehmensgröße, rechtliche Rahmenbedingungen und Unzufriedenheit mit den herkömmlichen Auszahlungslösungen. Das größte Potenzial wurde in der Saisonkräfte- und Zeitarbeitsbranche erkannt. Mittleres Potenzial stellte das Team beispielsweise in den Märkten Reedereien, Speditionen und Gebäudereinigungen fest. Andere Branchen wie Versicherungen und Nachrichtenagenturen konnten ausgeschlossen werden.

Das Team hat aus der Wettbewerbs- und Marktanalyse eine umfassende Handlungsempfehlung für Marketing, PR und Vertrieb abgeleitet, die Wirecard bei der Durchdringung dieser Märkte unterstützen werden.