

WIRTSCHAFT / Neuerung „Schoolcard“

## InterCard definiert sich neu und entdeckt die Schulen

Chipkarten für die Ganztageseinrichtungen vorgestellt / Auf dem angestammten Gebiet der Universitäten gibt es noch Potenzial

Die Verhältnisse bei InterCard haben sich geklärt. Name und Firmensitz, auf der CeBIT 2005 noch unklar, stehen mittlerweile nicht mehr zu Diskussion. In Hannover zeigt das Unternehmen, dass man mittlerweile auch die Schulen als Kundschaft entdeckt hat.

**HANNOVER/SCHWENNINGEN ■** Die Zeit der Ungewissheit ist vorbei, die Neuorientierung ist gelungen. Davon zeigt sich Marco Baumgartner am Stand von InterCard überzeugt. Äußeres Zeichen dafür sei auch die Entscheidung, dass man nun für die 35 Mitarbeiter in der Schwenninger Marienstraße einen gemeinsamen Standort habe, nachdem der Großteil der Beschäftigten im letzten Jahr noch „Auf der Steig“ gearbeitet hatte.

Auch die Entscheidung für den Namen „InterCard“ zeigt, dass die Rahmenbedingungen nun klar sind. Vor Jahresfrist war noch nicht feststanden, ob die Geschäftsführer Gerson Riesle, Manfred Böisinger und Wolfgang Kühler beim Namen der zwischenzeitlich gegründeten Card3



Mit neuem Selbstvertrauen präsentiert sich der Kartenspezialist InterCard auf der CeBIT. Marco Baumgartner stellt dort in Halle 9 unter anderem die „Schoolcard“ vor, die einer jüngeren Klientel von Nutzen sein soll.

bleiben, oder unter dem alten Namen „InterCard“ firmieren. Bekanntlich war „InterCard“ an den israelischen Konzern OTI verkauft worden. Riesle,

Böisinger und Kühler hatten „InterCard“ dann wieder zurückgekauft. In den Mittelpunkt des Auftritts in Halle 9 rückt das Systemhaus für Karten-

technologien und Anwendungen die „Schoolcard“. Nachdem die Studenten schon lange zur Hauptzielgruppe des Schwenninger Unternehmens gehören, rücken nun auch die Schüler ins Blickfeld. Die Kartenspezialisten aus Schweningen können nun auf das Know how aufbauen, das sie sich bei den Universitäten über lange Jahre erworben haben. Die Einrichtung von Ganztagschulen hat InterCard dazu bewegt, die Entwicklungen in diese Richtung voranzutreiben.

InterCard geht davon aus, dass die Anforderungen an eine moderne Ganztagschule gekennzeichnet seien durch reduzierte Budgets und eine wachsende Erwartung der Schüler und Eltern an Lehrer, Dienstleistungen und vor allem die Versorgung der Schüler. Hier setzt die Schoolcard nun an. Damit die Kinder und Jugendlichen für die Bezahlung des Mittagessens oder von Getränken kein Bargeld in die Schule mitnehmen müssen, wird eine Chipkarte aufgeladen. „Eltern können bequem per Kontoüberweisung ihren Kindern Geld auf die Schoolcard überweisen“, sagt Baumgartner. Dies habe den großen Vorteil, dass das Geld von den Kindern nur zweckgebunden verwendet werden

kann. Wer seinem Filius also nicht traut, dass er mit dem Geld nicht Süßigkeiten oder Zigaretten kauft, ist mit dieser Lösung auf der sicheren Seite.

Gleichzeitig soll die multifunktionale Chipkarte auch als Schülerausweis dienen. Weitere Anwendungen sind möglich: Ob als Bibliotheksausweis oder als Karte für die Zeit- und Zutrittskontrolle. Auch können die Schüler mit der Karte bargeldlos kopieren oder drucken.

Im Bereich der Universitäten richtet InterCard seinen Blick zunehmend auch aufs Ausland. In Belgien und Österreich, sogar in Australien sind künftig Karten von InterCard im Einsatz. Doch auch im Inland ist der Markt noch nicht abgegrast, wie Baumgartner betonte: Von den insgesamt 400 deutschen Hochschulen greifen 110 auf Technologie aus Schweningen zurück. „Da gibt es auch noch Potenzial“, sagt Baumgartner.

Potenzial sieht man bei InterCard auch im Bereich des Umsatzes. Nachdem zuletzt 5,7 Millionen Euro umgesetzt wurden, hofft das Unternehmen 2006 auf eine zehnprozentige Steigerung. (mas)