

## SwissFundraising

# «Noch nie hatten Spender so einfach überall und jederzeit Zugang zu konkreten Projekten von vertrauenswürdigen Hilfswerken»

Letshelp.ch ist die Mitte 2016 gestartete, gemeinsame Spendenplattform von Swisscom, Stiftung Zewo und Swissfundraising. Das führende Schweizer Telekommunikationsunternehmen liefert aber auch die Technologie hinter anderen Finanzierungsportalen gemeinnütziger und profitorientierter Art und sucht und entwickelt laufend Anwendungen für Fintech und Sharing Economy. Andreas Pages ist Teil der Digital Business Unit von Swisscom.

Text: **Andreas Cueni** Bild: **zVg**

## **Andreas Pages, kurz vor den Sommerferien startete letshelp.ch. Was macht das Angebot einmalig?**

Wer heute in der Schweiz spenden will, hat oft Mühe, sich schnell und einfach eine Übersicht über die zahlreichen Spendenprojekte verschiedener Hilfswerke zu verschaffen. Letshelp.ch möchte Transparenz schaffen und konkrete Projekte darstellen. Auf der anderen Seite ist der Unterhalt von Onlineplattformen für Hilfsorganisationen aufwendig und teuer. Darum ist es eine offene, aber kontrollierte Plattform für Schweizer Hilfsorganisationen. Zewo, Swissfundraising und Swisscom arbeiten hier zusammen. Noch nie hatten Spenderinnen und Spender so einfach überall und jederzeit Zugang zu konkreten Projekten von vertrauenswürdigen Hilfswerken.

## **Wie kommt letshelp.ch an?**

Wir sind vor wenigen Monaten gestartet. Dabei haben wir ein grosses Interesse bei den Hilfswerken wecken können. Wir müssen aber auch das Interesse beziehungsweise die Bekanntheit bei den Spendern weiter steigern. Darauf fokussieren wir uns jetzt.

## **Ist eine Weiterentwicklung geplant?**

Momentan müssen wir uns auf ein Wachstum konzentrieren. Dieses wollen wir gemeinsam mit den Hilfswerken und unseren Partnern erreichen.

## **Engagiert sich Swisscom hier selbst gemeinnützig, oder sehen Sie hier durchaus rentable Geschäftsmodelle?**

Letshelp.ch ist für Swisscom maximal ein kos-

tendeckendes Produkt. Wir sehen hier unsere Rolle als Enabler und Begleiter in der Digitalisierung. In anderen Ausprägungen des Crowdfunding wie im Bereich KMU-Lending sind solche Geschäftsmodelle sehr erfolgreich und rentabel. Die Technologie schafft Effizienz und Transparenz, die es ermöglicht, bisher weniger oder nicht bediente Elemente aus der Wirtschaft zu besetzen. Wenn wir von Crowdfunding sprechen, dürfen wir nicht vergessen, dass die Finanzierung einen Teil ausmacht. Der zweite grosse Teil sind das Marketing und die Kommunikation. Und auch hier erschliessen sich rentable Modelle, die ebenfalls einen grossen Nutzen bringen.

## **Crowdfunding umfasst, wie Sie andeuten, Aktivitäten im Non-Profit-Bereich, aber auch Firmenfinanzierungen oder die Kreditvergabe an Private. Ist hier Swisscom überall dabei?**

Letshelp.ch basiert auf der Crowdfunding-Technologie. Diese bietet Swisscom mit weiteren Ausprägungen wie zum Beispiel der Kreditvergabe über eine Crowd speziell an Banken an. Swisscom entwickelt und betreibt diese Technologie. Das Thema Sharing Economy, zu dem das Crowdfunding zählt, ist für Swisscom sehr interessant. So bieten wir mit Swisscom Friends unseren Kunden einen crowdbasierten Support-Service an. Der Sektor Sharing Economy hat Unternehmen wie Uber und Airbnb hervorgebracht, völlig neue Geschäftsmodelle, ohne eigene Assets.

## **Welche anderen Branchen stehen für Sie im Fokus?**

Für mich speziell steht die Finanzbranche im

---

## **Andreas Pages**

---

Andreas Pages wurde in Deutschland und Grossbritannien ausgebildet. Er verfügt über langjährige Erfahrung im Management-Consulting, Business-Development sowie Strategy-Consulting und arbeitete international in mehreren Industriebetrieben. Derzeit ist er bei Swisscom tätig. Sein Fokus liegt dabei im Bereich Fintech und Venture-Capital-Investments.

---

Fokus, also Banken und Versicherungen. Diese befindet sich im Umbruch – infolge der Digitalisierung. Hier entstehen neue Produkte und Services. Swisscom entwickelt diese gemeinsam mit Partnern und Kunden. Aber auch andere Branchen, zum Beispiel das Rechtswesen, sind von den technologischen Entwicklungen betroffen.

## **Welche technischen Entwicklungen kommen auf uns zu?**

Als ehemaliger Berater müsste ich antworten: Es kommt darauf an. Generell verändern Megatrends die technische Entwicklung und den Umgang mit der Technologie. Zu diesen Trends zählen: demographic shift, tomorrows workplace, security, networking, digitization, globalization, mobility, communication, knowledge culture, sustainability und urbanization.

## **Vor welchen Herausforderungen sehen Sie insbesondere die Non-Profit-Organisationen und deren Mittelbeschaffung?**

Digitalisierung und Kommunikation. Digita-



Andreas Pages ist bei Swisscom im Digital Business Unit tätig.

lisierung hat den Anspruch, dass alle Services und Dienste auch digital verfügbar sind. Das bedeutet auch, dass der Spendenbrief digital wird. Wie genau das aussieht, wird die Entwicklung zeigen. Aber Digitalisierung bedeutet auch Transparenz über Services und Projekte. Weltweit können wir beobachten, dass die Anzahl der Spender rückläufig ist. Menschen sind aber dennoch nicht weniger bereit, zu helfen oder zu spenden. Aber sie möchten einbezogen werden, mitgenommen werden, und direkt bei der Lösung eines konkreten Problems helfen. Eine direkte Ansprache ist über ein Smartphone sehr gut

möglich. Aber das Einbeziehen sollte eine Interaktion erlauben. Die meisten von uns verwenden WhatsApp zur privaten Kommunikation.

**Was hält Swisscom an Angeboten bereit, um den Herausforderungen zu begegnen?**

Swisscom beschäftigt sich sehr intensiv mit den sich ständig ändernden Anforderungen und Herausforderungen am Markt. Dabei geht Swisscom sehr erfolgreich neue Wege. Swisscom verbindet bereits heute Start-ups und etablierte Unternehmen, um neue digitale Angebote zu ermöglichen. Swisscom för-

dert Start-ups aber auch im Rahmen des KickStart Accelerator von DigitalZurich2025 oder der Swisscom StartUp Challenge. Zudem betreibt Swisscom Outposts für die Entdeckung neuer Entwicklungen im Ausland. Das alles ist wichtig, um auf die veränderten Anforderungen an ein Telekommunikationsunternehmen und diejenigen unserer Kunden einzugehen. So sehen unsere Produkte heute deutlich anders aus, als dies vor zehn Jahren der Fall war. Vergleicht man dies nun mit den Angeboten einer Bank damals und heute, wird die Dramatik in der Entwicklung deutlich. 