



dinsdag 13 juni 2006 | Bron: BELGA

Nieuw gsm-merk stort winst aan goed doel

BRUSSEL - Zich sociaal engageren kan voortaan ook per gsm. Het nieuwe mobiele telefoonmerk Ello Mobile, dat dinsdag werd gelanceerd, belooft de winsten die het genereert integraal te schenken aan sociale projecten. Tegen 2009 mikt Ello Mobile op 100.000 actieve gebruikers, wat gelijkstaat aan minimum 8,1 miljoen euro per jaar voor dergelijke projecten.

De projecten worden geselecteerd door de stichters van Ello Mobile of door de Koning Boudewijnstichting. Ze moeten steeds „een structurele maatschappelijke bijdrage leveren“. Het zijn echter de bellers zelf die kiezen naar welk van de initiatieven hun belgeld gaat, zo benadrukt Ello Mobile.

Momenteel zijn er zes binnen- en buitenlandse projecten gekozen, gaande van natuurprojecten in Averbode of in Sumatra, over duurzame toegang tot water en hygiëne in Guinee-Bissau, tot projecten rond kinderen in België, Zuid-Amerika of India. Binnenkort komen daar nog eens een zestal projecten bij.

Ello Mobile mikt in eerste instantie op particulieren „met een minimale sociale betrokkenheid“. Vanaf september worden ook ondernemingen aangesproken. Het merk wil in 2009 1,5 procent van de 8,6 miljoen Belgische gsm-gebruikers als klant hebben. „Dit betekent 100.000 actieve gebruikers, wat jaarlijks minimum 8,1 miljoen euro oplevert die meteen inzetbaar is voor sociale en non-profitprojecten“, aldus Ello Mobile.

Ello Mobile is geen fysiek bedrijf, maar werkt via een zogenaamd „web based business model“. Dat betekent dat je je kan inschrijven via de website en dat je ook via het internet je belkrediet kunt beheren en de projecten kunt kiezen. Volgens het nieuwe gsm-merk, dat gebruikmaakt van het Base-netwerk, „kunnen de tarieven de concurrentie aan met de andere providers in België“. Ello Mobile gaat uit van een vaste kost per belminuut (0,29 euro, tarief per seconde vanaf de tweede minuut) en per sms (0,12 euro).



rr

WLE