

# BELLEN VOOR HET GOEDE DOEL



ONNO HESSELINK (ELLO MOBILE) |

"Al onze winst schenken we weg. We willen niet concurreren met scherpe prijzen."

**V**anaf nu kunt u bellen voor het goede doel. De nieuwe gsm-operator Ello Mobile geeft zijn winst volledig aan sociale projecten. Gsm-operator Ello Mobile verkoopt belkrediet uitsluitend via een website, om de kosten te drukken. Maar dat betekent niet dat de tarieven lager zijn. "Zo kunnen we meer winst maken," zegt Onno Hesselink, medeoprichter van het bedrijf. "Ons verkoopargument is dat je belt voor het goede doel tegen een correct tarief. Al onze winst schenken we weg. We willen niet concurreren met scherpe prijzen." Particulieren kunnen bellen voor 0,29 euro per minuut en 0,12 euro per sms. Later volgt nog een aanbod voor bedrijven.

Samen met Serge Van de Zande en Luc Robijns dacht Hesselink er al lang aan om zich in te zetten voor het goede doel. De drie richtten samen af het marketingadviesbureau Luon op. "Zoals elk bedrijf gaven we geld weg voor sociale projecten," zegt Hesselink. "Maar dat vonden we te passief."

Luon werkte voor verschillende bedrijven in de telecomsector, zoals Mobistar en Sony Ericsson. De ervaring die ze opbouwden, hielp hen bij dit project. Zo kregen ze van softwarebedrijf Microsoft gratis reclameruimte. En van gsm-operator Base kochten ze belminuten, waarbij United Telecom optreedt als tussenpartij. Een medewerker van Luon is er fulltime mee bezig en het bedrijf heeft een eigen manager, Joeri Uyttendaele.

Openheid is belangrijk voor Ello Mobile, want het bepaalt de geloofwaardigheid bij zijn klanten. Het businessplan bijvoorbeeld staat op de website. "We willen er ook onze jaarverslagen publiceren," vertelt Hesselink, die een derde van de aandelen in handen heeft, zoals de andere twee oprichters. "Klanten zullen we bovendien via e-mail op de hoogte houden van wat er met hun geld gebeurt."

Ello Mobile mikt op een marktaandeel van 1,15% in 2009. Dat komt overeen met zo'n 100.000 bellers en 8,1 miljoen euro winst. De klanten van Ello Mobile zullen kunnen kiezen uit twaalf projecten waar ze hun geld aan willen wegschenken. De stichters van het merk selecteerden er samen met de Koning Boudewijnstichting al zes en binnenkort volgt de rest. Er is bijvoorbeeld een project voor chronisch zieke kinderen in België en een voor straatkinderen in Zuid-Amerika.