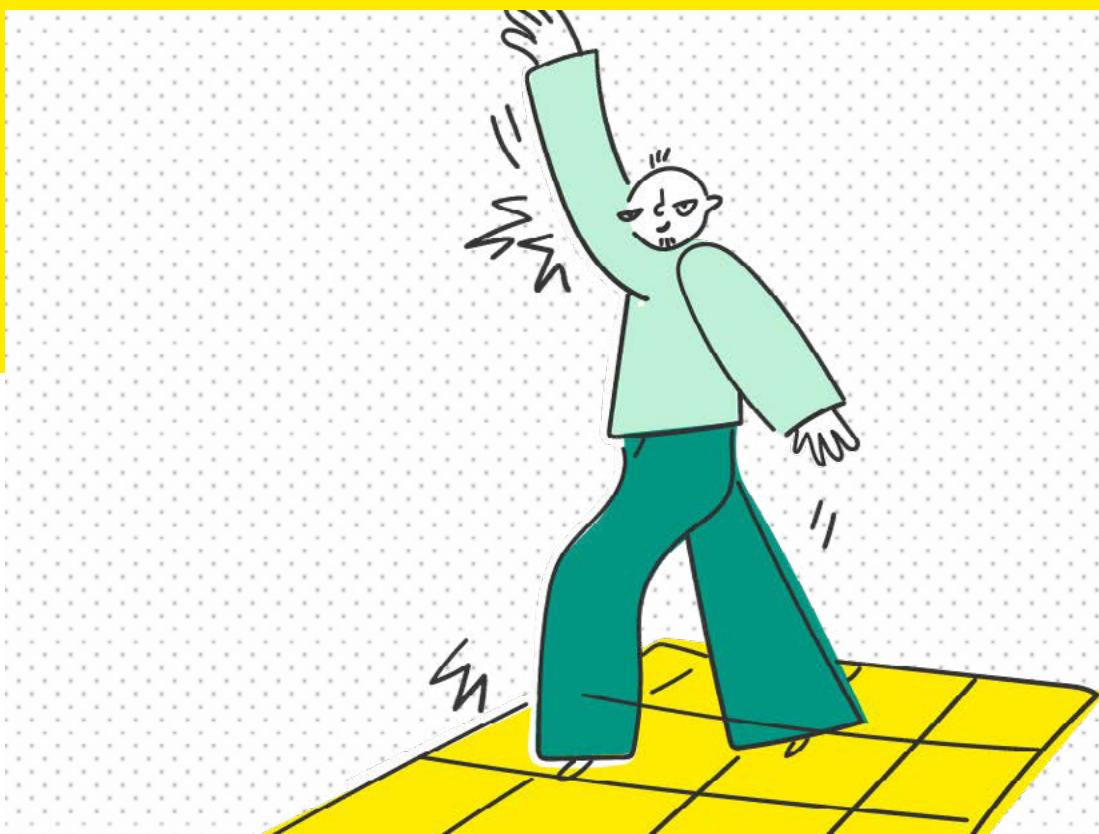


#D

Kund*innen und Geschäftspartner*innen

- D1 Ethische Kund*innenbeziehungen
- D2 Kooperation und Solidarität mit Mitunternehmen
- D3 Ökologische Auswirkung durch Nutzung und Entsorgung von Produkten und Dienstleistungen
- D4 Kund*innen-Mitwirkung und Produkttransparenz



#D1

Ethische Kund*-innenbeziehungen

34/49 **Punkte**

86

D1.1 Menschenwürdige Kommunikation mit Kund*innen

Kund*innen-Nutzen und -Betreuung

Im Mobilfunk werden mangelnder Service und schlechte Vertragsbedingungen von vielen Kund*innen beklagt. Zum Selbstverständnis von WEtell gehört es, eine Dienstleistung anzubieten, die die Kund*innen und ihre Bedürfnisse in den Fokus stellt. Wir setzen voll auf Kund*innenbindung aufgrund von Zufriedenheit und nicht aufgrund von vertraglicher Verpflichtung. Daher sind alle unsere Tarife monatlich kündbar.

Weitere zentrale Maßnahmen, die wir dafür durchführen:

- Wir halten Zahl der angebotenen Tarife gering, um Verwirrung vorzubeugen.
- Es gibt weder versteckte Kosten noch Lockangebote.
- Wenn der Netzanbieter Tarifupgrades anbietet, geben wir diese auch an unserer Bestandskund*innen weiter, anstatt sie nur Neukund*innen vorzubehalten, wie es in der Branche üblich ist.

Auch unser Kund*innenservice ist ganz auf die Interessen der Kund*innen ausgelegt:

- Unser Serviceteam ist nicht in ein Callcenter ausgelagert, sondern befindet sich direkt bei uns. Dadurch bekommen die Mitarbeitenden

alle Entwicklungen mit und bauen eine entsprechend Expertise auf.

- Schnelle Erreichbarkeit: Im Schnitt warten unsere Kund*innen 1 Minute, bis jemand ans Telefon geht.
- Außerhalb der Geschäftszeiten oder nach 5 Minuten in der Warteschleife haben Kund*innen die Möglichkeit, uns auf den Anrufbeantworter zu sprechen. Wir rufen sie am selben oder spätestens am nächsten (Werk-)Tag zurück.
- Qualität statt Quantität: Die Service-Mitarbeitenden müssen keine Quote an bearbeiteten Anfragen erfüllen und können sich ausführlich den Anliegen der Kund*innen widmen.
- Menschlichkeit: Kommunikation auf Augenhöhe, in der wir uns als Menschen begegnen, ist uns sehr wichtig. Um eine vertrauensvolle Atmosphäre ohne Hierarchien zu schaffen, Duzen wir grundsätzlich. Wir gehen individuell auf Menschen ein. Meldet sich bspw. ein*e Kund*in wegen Zahlungsschwierigkeit bei uns, suchen wir gemeinsam nach Lösungen wie Ratenzahlung oder Stundung.

Ein Großteil der Kund*innen sieht in WEtell die Möglichkeit, die Themen Nachhaltigkeit, Datenschutz, Transparenz und Fairness in einer neuen Branche zu etablieren. Wie in der Einleitung dargestellt, will WEtell mit der eigenen erfolgreichen Etablierung am Markt ein Beispiel setzen, dass es möglich ist, diese Werte in einem ansonsten ganz normal wirtschaftenden Unternehmen zu verfolgen. Das Umsatzinteresse von WEtell steht also auch in dieser Hinsicht im Einklang mit dem Kund*innennutzen. Dies wird durch den Übergang von WEtell in Verantwortungseigentum nochmals unterstrichen: Es gibt keine Renditeinteressen bei WEtell. Das Ziel ist die nachhaltige Wirtschaftstransformation im Sinne der Kund*innen.

Kund*innen-Gewinnung

Bei Werbung und im Verkaufsprozess setzen wir auf ehrliche, transparente Kommunikation. Bei uns gibt es keine Lockangebote und die Interessent*innen erfahren genau, was sie bei WEtell erwarten. Unethische Praktiken, wie Cold Calls, Werbemails mit gekauften Adresslisten oder ähnliches kommen für uns nicht in Frage.

Auch im Geschäftskund*innenbereich verzichten wir komplett auf Cold Calls. Statt blind Massenmails zu versenden setzen wir in der Akquise auf gezielte Ansprache von Unternehmen, für die unser Angebot interessant sein könnte.

Einer der wichtigsten Marketingkanäle sind Partnerunternehmen wie Ecosia, Shift, Prokon oder Green Planet Energy. Alle diese Unternehmen sind im Bereich Nachhaltigkeit aktiv und gemeinsame Kampagnen dienen nicht nur der Bekanntheit von WEtell, sondern der generellen Verbreitung des Themas „nachhaltiger Konsum“.

Gleiches gilt für finanzielle Mittel, die zur Bekanntmachung von WEtell an diese Unternehmen sowie die Beileger-Partner oder den Podcast „Lage

der Nation“ fließen. Für WEtell ist es eine große Errungenschaft, dass dieser Mittelfluss zum größten Teil weg von z.B. Facebook und Google hin zu Partnern mit gemeinsamer Wertebasis verschoben werden konnte.

Generell haben öffentliche Auftritte von WEtell immer auch einen Bildungscharakter, da das Thema Nachhaltigkeit im Dienstleistungssektor bisher wenig Beachtung findet. Das gilt für Messen, Konferenzen, Nachhaltigkeit-orientierte Musik- und Filmfestivals, Demonstrationen oder andere Veranstaltungen. WEtell Marketing ist an vielen Stellen Kampagnenarbeit für das Thema Nachhaltigkeit. Die eingesetzten finanziellen Mittel sind daher unmittelbar im Interesse der Kund*innen.

Wir haben eine Art „Kund*innen werben Kund*innen“-Aktion, die wir jedoch für den guten Zweck erweitert haben: Statt eines finanziellen Vorteils können Neukund*innen wählen, dass wir weitere 40 Euro in den Bau von Solarmodulen investieren.

Auf Anfrage von Kund*innen und Interessent*innen beraten wir diese ehrlich und empfehlen ihnen den Tarif, der am besten zu ihren Bedürfnissen passt, und nicht den, der uns am meisten Geld bringt. Das spiegelt sich auch in den Vermittlungsprovisionen wider, die wir Untertriebspartnerunternehmen anbieten. Diese sind für alle Tarife gleich und motivieren so nicht den Verkauf von möglichst teuren Tarifen.

Wir kontaktieren Kund*innen digital grundsätzlich nicht von uns aus, so lange kein zwingender Grund vorliegt oder sie sich für unseren Newsletter angemeldet haben. Weder so noch im Newsletter kommunizieren wir mit ihnen zu gezielten Werbezwecken, d.h. um ihnen bspw. neue Tarif- oder Upgrade-Angebote zu machen. Wir werten Daten zur Nutzung unserer Homepage aus, jedoch anonymisiert.

Feedback und Reklamationen

Wünsche und Feedback von der Community und von Kund*innenseite sind bei uns sehr willkommen, da wir sie als Chance sehen, unser Produkt und unseren Service stetig zu verbessern. Daher nehmen wir uns ausführlich Zeit, auf diese Rückmeldungen zu reagieren und die Anregungen in das Unternehmen weiterzutragen.

Beispiele für die Integration von Kund*innenfeedback sind die Anzeige von Freiminuten- und Frei-SMS im Login-Bereich, die Entwicklung einer App, das Thema Geschlechterneutralität in der Ansprache oder die Passwortestellungen für den persönlichen Login-Bereich.

Aus der Community kam vielfach der Wunsch nach attraktiven „kleinen“ Tarifen, sprich: Tarifen, die nur wenig Datenvolumen haben und weniger kosten. Diesen Wunsch konnten wir mit unserem Tarifupdate im Dezember 2024 umsetzen. Dabei haben wir wieder alle Kund*innen automatisch in die neuen, besseren Tarifversionen überführt und zudem auf Wunsch auch in kleinere Tarife heruntergestuft. Um dies umsetzen zu können, mussten wir einiges an Hartnäckigkeit und Verhandlungsgeschick gegenüber dem Netzanbieter aufbringen, da sowohl die Überführung in die neuen Tarife als auch die so genannten „Downgrades“ in der Branche nicht

vorgesehen sind. Gleichzeitig bedeutet dies, dass wir freiwillig auf Mehrgewinn zugunsten des Kund*innennutzens verzichten.

Auf Reklamationen reagieren wir schnell und mit großer Kulanz. Uns ist es wichtig, bei diesen Vorgängen immer die Sicht der*des Kund*in einzunehmen. Da wir alle selbst umfangreiche Erfahrungen als Mobilfunkkund*innen haben, fällt dies in der Regel auch nicht schwer. Mit von uns verursachten Fehlern gehen wir transparent um und kommunizieren diese umgehend und proaktiv.

Verifizierungsindikatoren

Übersicht Budgets für Marketing, Verkauf, Werbung: Ausgaben für Maßnahmen bzw. Kampagnen

Die Marketingkosten sind in A1.1 als Teil der Lieferkette aufgeschlüsselt.

Fixe Bestandteile der Bezahlung von Verkaufsmitarbeitenden

2024:
100 %

2023:
100 %

Umsatzabhängige Bestandteile der Bezahlung von Verkaufsmitarbeitenden

2024:
0 %

2023:
0 %

Interne Umsatzvorgaben von Seiten des Unternehmens: ja/ nein?

2024:
Nein

2023:
Nein

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

- Datensparsame Tarife neu eingeführt bzw. verbessert
- Allen Kund*innen automatisch die verbesserten Tarifoptionen ermöglicht.
- Kund*innen im großen Stil das Downgrade auf einen kleineren Tarif ermöglicht.

D1.2 Barrierefreiheit

Komplexität ist eine Barriere, die wir vermeiden wollen. Das betrifft z.B. die Darstellung des Tarifangebots. Wir bieten bewusst eine sehr limitierte Anzahl von Tarifen an, ohne viel „Schnickschnack“ und mit einheitlichen Bedingungen hinsichtlich Laufzeitlänge oder weiterer Optionen.

In der Darstellung aller wichtigen Informationen verzichten wir, soweit es geht, auf Kleingedrucktes und Fußnoten. Auf unserer Webseite stellen wir ein ausführliches FAQ zur Verfügung, das wir in verständlicher Sprache halten.

Daneben kann man sich per E-Mail oder Telefon an unser Serviceteam wenden. Ohne lange Warteschleifen werden Kund*innen und Interessent*innen hier freundlich, ehrlich und ausführlich beraten. Wer keinen Onlinezugriff hat oder nicht geübt mit dem Internet ist, kann seinen Vertrag zudem auch telefonisch bei uns abschließen.

Mit diesen Maßnahmen möchten wir es Menschen ermöglichen, sich umfassend zu informieren und alles rund um ihren Vertrag zu regeln, auch wenn sie sich nicht mit Mobilfunk auskennen oder nicht gut im Internet zurechtfinden. Das betrifft oft – wenn auch nicht ausschließlich – ältere Menschen. Aber auch Menschen, die Deutsch als Zweitsprache sprechen, profitieren von diesen Maßnahmen.

Das Wechseln eines Mobilfunkvertrags stellt für viele Menschen eine Hürde dar. Die scheinbare Komplexität des Wechsels und die Angst, die gewohnte Rufnummer zu verlieren oder für ein paar Tage lang nicht erreichbar zu sein, schreckt viele Menschen ab. Dazu kommt, dass viele Mobilfunkanbieter es ihren Kund*innen sehr schwer machen, zu kündigen. WEtell hat daher einen Wechselservice entwickelt: Verbraucher*innen klicken sich durch einen Fragebogen und erhalten zu Abschluss eine Checkliste, die ihnen genau sagt, was sie in welcher Reihenfolge tun müssen, um reibungslos wechseln zu können. Gleichzeitig bieten wir einen Kündigungsservice an, mit dem wir sie bei der Beendigung ihres alten Vertrages unterstützen. Das geht ganz mühelos über unsere Bestellseite.

Um finanziell bzw. sozial benachteiligten Menschen die Möglichkeit der Teilhabe bei WEtell zu ermöglichen, wurde im Berichtszeitraum die sogenannte „FAIRstärker“-Option eingeführt.

Kund*innen, die über ausreichend finanzielle Mittel verfügen, können bei der Bestellung ihres Tarifs freiwillig einen Zusatzbeitrag in Höhe von 1 €, 3 € oder 5 € pro Monat zu bezahlen. Kund*innen, die sich einen WEtell-Tarif ansonsten nicht leisten können, haben an gleicher Stelle die Möglichkeit, einen monatlichen Rabatt von 1 €, 3 € oder 5 € zu buchen. Dieser Rabatt ist einfach online wählbar. Wir verlangen keine Erklärung oder Nachweise. Es gibt lediglich ein Hinweisfeld mit der Information, dass der Rabatt für Menschen gemacht ist, die es sich sonst nicht leisten können und nur in diesem Fall gebucht werden soll.

Vor der Einführung der Option haben wir uns einige Gedanken gemacht, wie wir mit der Situation umgehen, wenn viele Menschen FAIRstärkt werden wollen, aber wenige FAIRstärken. Das Gegenteil ist der Fall gewesen: Es haben sich direkt so viele Menschen als FAIRstärker eingetragen, dass wir die Möglichkeit, sich FAIRstärken zu lassen, noch deutlicher kommunizieren konnten.

Aktuell nehmen rund 1.200 Menschen die Tarifvergünstigung in Anspruch, rund 2.500 zahlen freiwillig mehr, um das Ganze möglich zu machen. Die WEtell Community unterstützt sich also in einem funktionierenden System gegenseitig. Gleichzeitig ermöglicht das Konzept den von Anfang an gehegten Wunsch, dass nachhaltiger Mobilfunk mit WEtell kein Privileg einer bessergestellten Oberschicht ist, sondern auch für Menschen nutzbar sein soll, deren finanzielle Möglichkeiten eingeschränkt sind.

Für unsere Geschäftstarife gelten grundsätzlich dieselben Bedingungen wie für die Privattarife auch. Ab 25 Tarifen gibt es eine Rabattstaffel, da wir feststellen mussten, dass wir um diesen Standard im Mobilfunk nicht herumkommen. Diese ist jedoch transparent und gilt für alle Unternehmen gleichermaßen. Auch hier verzichten wir auf Lockangebote und unnötige Konsumanreize wie bspw. die Subventionierung von Hardware.

Seit 2023 können kirchliche Einrichtungen dank unserer Kooperation mit der Wirtschaftsgesellschaft der Kirchen in Deutschland mbH (WGKD) unsere Tarife mit 10 % Rabatt erhalten.

Seit 2024 bieten wir zudem in Kooperation mit dem „Haus des Stiftens“ gemeinnützigen Organisationen unsere Mobilfunktarife günstiger an. Über das IT-Portal „Stifter helfen“ können die Organisationen unsere Tarife mit momentan 12,5 % Rabatt pro Tarif buchen. Je mehr Nutzer*innen dieses Portals zu WEtell wechseln, desto mehr Rabatt erhalten alle Tarife.

Verifizierungsindikatoren

Umsatzanteil in % des Produktportfolios, das von benachteiligten Kund*innengruppen gekauft wird

2024:

10 %

2023:

10 %

Da wir inzwischen mehr Geschäftskund*innen haben, ist die Prozentzahl im Vergleich zur letzten Bilanz leicht zurückgegangen.

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

- Tarif-Rabatt für gemeinnützige Organisationen in Kooperation mit dem Haus des Stiftens eingeführt
- Tarif-Rabatt für kirchliche Organisationen in Kooperation mit der WGKD eingeführt

D1.3 Negativ-Aspekt: Unethische Werbemaßnahmen

Wir verzichten bewusst auf jegliche Art von unethischen Werbe- oder Verkaufsmaßnahmen und lehnen prinzipiell die nicht anonymisierte Auswertung und Monetarisierung von Kund*innendaten ab.

Bei allen Werbemaßnahmen setzen wir auf Transparenz und verzichten komplett auf Lockangebote.

Wir nutzen zwar Instagram und Facebook von Meta für Werbung, jedoch so datensparsam wie möglich und verzichten bspw. bewusst auf Meta-Pixel.

Verifizierungsindikatoren

Anteil der Werbeausgaben, die auf ethische Kampagnen entfallen

2024:
100 %

2023:
100 %

Anteil der Werbeausgaben, die auf unethische Kampagnen entfallen

2024:
0 %

2023:
0 %

#D2

Kooperation und Solidarität mit Mitunternehmen

20/49 **Punkte**

93

Vollbilanz Gemeinwohl Ökonomie WEtell GmbH

D2.1 Kooperation mit Mitunternehmen

Auf unserem Weg, den Mobilfunk nachhaltiger zu gestalten, ist für uns das Aufbauen von Netzwerken und das gegenseitige Unterstützen im Bereich nachhaltiger Unternehmen essenziell.

Auch sind wir uns unserer Vorreiterrolle im Bereich des nachhaltigen Mobilfunks bewusst und möchten diese gerne zur Vorbildrolle entwickeln und unser Wissen entsprechend weitergeben.

Mit unserem Mobilfunkpartner STROTH stehen wir in engem und persönlichen Austausch, um gegenseitig voneinander zu lernen. Während wir von seiner langjährigen Erfahrung als Mobilfunkanbieter profitieren können, geben wir im Gegenzug neue Impulse für eine Stärkung nachhaltiger Themen. Diese Kooperation wurde im Berichtszeitraum deutlich ausgebaut. U.a. wurde ein GWÖ-Workshop durchgeführt, in dem wir gemeinsam mit der gesamten Geschäftsführung der STROTH alle Themenbereiche der GWÖ durchgegangen und die Situation der STROTH in diesen Bereichen diskutiert haben.

Im Bereich Klimaschutz plante die STROTH schon vor der Kooperation mit WEtell weitere Schritte. WEtell hat diesen Prozess eng begleitet und unterstützt. Ein besonderes Ergebnis ist, dass STROTH seine CO₂-Emissionen quantifizieren und komplett kompensiert haben. Auch bei der Planung einer neuen Marke, die Tele2 ablöst und mittlerweile als Amiva

am Markt ist, konnte WEtell eigene Gedanken beisteuern. Es läuft eine kontinuierliche gegenseitige Unterstützung, z.B. bezüglich Erfahrungen aus Marketingkampagnen und strategischer Ausrichtung der Marken.

Auch gegenüber den Netzbetreibern, insbesondere Vodafone und Telefónica, bieten wir unser Know-How und die Erfahrungen aus dem Nachhaltigkeitsbereich an und sind in konkretem Austausch. Dies kann natürlich zur Folge haben, dass der Mobilfunk insgesamt nachhaltiger und die Abgrenzungsmöglichkeiten für WEtell geringer werden. Der eigentlichen Mission einer nachhaltigen Wirtschaftstransformation kommt WEtell damit aber einen großen Schritt näher.

Außerhalb der Mobilfunkbranche kooperieren wir weiterhin mit SHIFT und Ecosia, zusätzlich nun auch mit Memo, Fairphone und Recable, um ökologisch wertvolles Mobilfunkverhalten zu fördern. Mit dem „Impactphone“ kann seit 2020 ein ethisch korrektes und auf Langlebigkeit ausgelegtes Shiftphone gemeinsam mit einem nachhaltigen WEtell-Mobilfunktarif und der Bäume pflanzenden Suchmaschine von Ecosia erworben werden.

2023 haben wir mit Fairphone, Memo und Recable kooperiert: Unser nachhaltiger Mobilfunk konnte im vergünstigten Paket gemeinsam mit einem nachhaltigen Fairphone und einem nachhaltigem Ladekabel von Recable über den nachhaltigen Online-Shop Memo erworben werden.

Ebenfalls 2023 haben wir unser Angebot „Tarif mit Handy“ ins Leben gerufen. Auf der einen Seite stand der Wunsch von Kund*innen, zu unserem Mobilfunk auch passende Hardware anzubieten, auf der anderen Seite wollten wir kein Lockangebot oder zusätzliche Kaufanreize bieten. Herausgekommen sind Kooperationen mit gleich mehreren nachhaltigen Smartphone-Anbietern. Zu unserem Mobilfunk kann man wählen zwischen:

- Dem Mieten eines Shift- oder Fairphones über Commown
- Dem Kauf eines Shift- oder Fairphones über den Onlinehandel Vireo
- Dem Kauf eines gebrauchten Smartphones über den Refurbisher Janado
- Dem Kauf eines datenschützenden Smartphones bei Murena

Für Kund*innen gibt es eine einmalige Gutschrift von 40 Euro, wenn sie dieses Angebot wählen. Auf die Finanzierung des Geräts über den Mobilfunkvertrag verzichten wir bewusst und vermeiden damit: 1. die Notwendigkeit, Kund*innen in langen Verträgen zu binden, 2. den Anreiz, sich unnötig ein neues Smartphone zu holen. Tatsächlich werben wir für dieses Angebot immer mit dem Hinweis: „Das nachhaltigste Handy ist das, das du bereits besitzt. Also liebe es, pflege es, repariere es.«

Wir sind beständig dabei, unser Netzwerk auch gezielt im Bereich der Infrastrukturdienstleister auszubauen und kooperieren so bspw. auch mit den Bürgerwerken, Green Planet Energy, Polarstern und enway.

Seit mittlerweile 4 Jahren sind wir auch Teil des FairTEC Konsortiums (Fairphone, e-Foundation, Commowns und alternative Mobilfunkanbieter aus weiteren europäischen Ländern), das sich für einen datensicheren und nachhaltigen Einsatz digitaler Kommunikations-Technologie einsetzt.

Eine wesentliche Unterstützung nachhaltiger Unternehmen bei der Umstellung ihrer Lieferkette ist die Mitentwicklung von Green Companion, die in Abschnitt E3 beschrieben ist.

Mit unseren Kooperationspartnern aus dem Bereich nachhaltige Smartphones wie Shift oder Commown sind wir immer wieder gemeinsam auf Messen, um gemeinsam für eine rundum nachhaltige Smartphone-Nutzung zu werben.

In unserer Verbandsarbeit im Bundesverband Nachhaltige Wirtschaft, dem Social Entrepreneurship Netzwerk Deutschland, der Initiative Fair-TEC kooperieren wir mit vielen weiteren Unternehmen. In zahlreichen Podcasts, auf Kongressen, Messen und anderen Veranstaltungen teilen wir unser Wissen durch Vorträge und Workshops.

2023 waren das u.a.:

- Panelteilnahme auf dem Sustainable Economy Summit zum Thema Verantwortungseigentum
- Impuls beim SiNN Kongress zum Thema „Gründen gegen den Turbo-kapitalismus: Wir können die Wirtschaft von innen heraus nachhaltig transformieren.“
- Keynote beim TEDx Freiburg zu „Unternehmer*innentum als ultimative Form des Aktivismus“
- Keynote beim RENN Süd zu „Wie kann eine gemeinwohlorientierte Gründung funktionieren?“

2024 waren das u.a.:

- Impuls zu Verantwortungseigentum und Teilnahme an Podiumsdiskussion beim GWÖ Rheinland Summit
- Podiumsgespräch bei der 50-Jahr-Feier der GLS Bank zu „Regenerative Wirtschaft“
- Vortrag beim Female Finance Kongress von Start-up BW zu „Nachhaltiger Finanzierung für Start-ups“
- Impuls auf der Biofach Messe gemeinsam mit Voelkel zum neuen ECOOnGOOD Label der GWÖ

Das ist nur ein kleiner Auszug aller Aktivitäten.

Natürlich teilen wir auch informell eine Menge Wissen. So erreichen uns immer mal wieder Anfragen von Start-ups und anderen Unternehmen, die sich bei uns nach unseren Erfahrungen und Tipps zu Themen wie Klimaneutralität, Verantwortungseigentum oder Gemeinwohl-Ökonomie erkundigen. Dafür nehmen wir uns immer gerne Zeit. Gemäß unserer eigenen Anspruchs an Transparenz teilen wir dabei auch Interna wie Verkaufszahlen, wenn es unseren Partnern weiterhilft.

Bewertung durch unsere Kooperationspartner*innen

Für diese Bilanz haben wir uns erstmalig ein kleines Feedback von unseren engsten Kooperationspartnern geholt. Diese sind insgesamt sehr positiv ausgefallen.

So hebt unsere Steuerberater bspw. die „werteorientierte Zusammenarbeit: Menschlichkeit im Vordergrund und Fokus auf ökologische Standards“ hervor, unser Partner Prokon die „Kooperation auf Augenhöhe“ oder unser Partner Adtraction die „Exzellente Kommunikation & Support – Schnelle Reaktionszeiten auf Fragen und Anliegen, offene und transparente Kommunikation auf Augenhöhe“. Der oben genannte Kooperations-

partner Shift, der sich sowohl in der nachhaltig orientierten Unternehmenswelt als auch im Mobilfunk gut auskennt nennt folgende Kriterien als die Wichtigsten zur Beschreibung der Partnerschaft: „Fairness – entgegen der sonst in der Brache üblichen Standards ist WEtell fair: u.a. monatlich kündbar, keine Benachteiligung von Bestandskundschaft. Transparenz – u.a. Gemeinwohlbilanz, Nachhaltig u.a. Purpose Unternehmen, Investitionen in Erneuerbare Energien.“

Verifizierungsindikatoren

Wie hoch ist der investierte Aufwand für Produkte oder Dienstleistungen, die in Kooperation erstellt werden, im Verhältnis zum gesamten Zeitaufwand für die Erstellung der Produkte und Dienstleistungen des Unternehmens – in Stunden/ Jahr?

2024:

10.000 Stunden

2023:

10.000 Stunden

Überschlag: C.a. ein Viertel der Gesamtarbeitszeit im Jahr

Wie hoch ist der investierte Aufwand für Produkte oder Dienstleistungen, die in Kooperation erstellt werden, im Verhältnis zum gesamten Zeitaufwand für die Erstellung der Produkte und Dienstleistungen des Unternehmens – als %-Anteil?

2024:

25 %

2023:

25 %

Wie viel Prozent von Zeit/ Umsatz werden durch Kooperationen mit folgenden Unternehmen aufgewendet/ erzielt?

2024:

Unternehmenskategorie	Aufgewendete Zeit (in Stunden)	Erzielter Umsatz (in €)
Unternehmen, die die gleiche Zielgruppe ansprechen (auch regional)	9.900	
Unternehmen der gleichen Branche, die regional eine andere Zielgruppe ansprechen	100	
Unternehmen der gleichen Branche in der gleichen Region, mit anderer Zielgruppe		

2023:

Unternehmenskategorie	Aufgewendete Zeit (in Stunden)	Erzielter Umsatz (in €)
Unternehmen, die die gleiche Zielgruppe ansprechen (auch regional)	9.900	
Unternehmen der gleichen Branche, die regional eine andere Zielgruppe ansprechen	100	
Unternehmen der gleichen Branche in der gleichen Region, mit anderer Zielgruppe		

Gerundeter Schätzwert. Wir kooperieren grundsätzlich mit Unternehmen, die die gleiche Zielgruppe ansprechen. Darüber hinaus gibt es Kooperationen mit ausländischen Mobilfunkanbietern über die internationale Initiative FairTEC.

Den Umsatz dieser Kooperationen können wir nicht nachvollziehen, da es meistens dauerhafte und nicht allein auf Verkauf ausgerichtete Partnerschaften sind.

In welchen der folgenden Bereiche engagiert sich das Unternehmen?

2024:

Kooperation mit zivilgesellschaftlichen Initiativen zur Erhöhung der ökologischen/ sozialen/ qualitativen Branchenstandards

Ja

Aktiver Beitrag zur Erhöhung gesetzlicher Standards innerhalb der Branche (Responsible Lobbying)

Ja

Mitarbeit bei Initiativen zur Erhöhung der ökologischen/ sozialen/ qualitativen Branchenstandards

Ja

2023:

Kooperation mit zivilgesellschaftlichen Initiativen zur Erhöhung der ökologischen/ sozialen/ qualitativen Branchenstandards

Ja

Aktiver Beitrag zur Erhöhung gesetzlicher Standards innerhalb der Branche (Responsible Lobbying)

Ja

Mitarbeit bei Initiativen zur Erhöhung der ökologischen/ sozialen/ qualitativen Branchenstandards

Ja

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

- Nachhaltiges Hardware-Angebot in Kooperation eingeführt

D2.2 Solidarität mit Mitunternehmen

Ein relevantes Beispiel ist das Jungunternehmen „Perspective Daily“. Das Unternehmen betreibt Journalismus, bei dem zu jedem behandelten Thema nicht nur eine Beschreibung der Situation geschildert wird, sondern ein großer Fokus auf den möglichen Perspektiven und konkreten Ansatzpunkten liegt. Als Perspective Daily einen digitalen Hilferuf startete, haben wir über unsere Kanäle (Blogbeitrag und Newsletter) ihr Unterstützungsgesuch mit unserer Community geteilt.

WEtell unterstützt andere Unternehmen und Organisationen vor allem durch Wissensweitergabe, Erfahrungsaustausch und zur Verfügung stellen der eigenen Öffentlichkeit. Weiterhin unterstützen wir über die Maßen die Wissenschaft durch Umfragen unter (sozial-ökologischen) Unternehmen, durch Vorträge bei Workshops, durch Interviews von Student*innen-Gruppen und durch die Beteiligung an Seminaren und Master-Arbeiten. Das steigende Interesse an Themen wie der GWÖ oder Purpose-Economy bei gleichzeitig begrenzter Zahl an Unternehmen, die

diese Konzepte umsetzen, macht in Teilen das Finden von Interviewpartnern schwierig. WEtell beteiligt sich nach Möglichkeit sehr häufig.

Verifizierungsindikatoren

Wie viele Arbeitskräfte bzw. Mitarbeitendenstunden wurden an Unternehmen in folgenden Kategorien weitergegeben, um kurzfristig die Mitunternehmen zu unterstützen?

2024:

Unternehmenskategorie	Anzahl der Arbeitskräfte	Mitarbeitendenstunden
Weitergegeben an Unternehmen anderer Branchen	0	0
Weitergegeben an Unternehmen der gleichen Branche	0	0

2023:

Unternehmenskategorie	Anzahl der Arbeitskräfte	Mitarbeitendenstunden
Weitergegeben an Unternehmen anderer Branchen	0	0
Weitergegeben an Unternehmen der gleichen Branche	0	0

Wie viele Aufträge wurden an Mitunternehmen in folgenden Kategorien weitergegeben, um kurzfristig die Mitunternehmen zu unterstützen?

2024:

Unternehmenskategorie	Anteil im Verhältnis zur Anzahl der Gesamtaufträge (in %)
Weitergegeben an Unternehmen anderer Branchen	0
Weitergegeben an Unternehmen der gleichen Branche	0

2023:

Unternehmenskategorie	Anteil im Verhältnis zur Anzahl der Gesamtaufträge (in %)
Weitergegeben an Unternehmen anderer Branchen	0
Weitergegeben an Unternehmen der gleichen Branche	0

Wie hoch ist die Summe an Finanzmitteln, die an Unternehmen in folgenden Kategorien weitergegeben wurden, um kurzfristig die Mitunternehmen zu unterstützen?

2024:

Unternehmenskategorie	Summe an Finanzmitteln (in €)	Anteil vom Umsatz (in %)	Anteil vom Gewinn (in %)
Weitergegeben an Unternehmen anderer Branchen	0		
Weitergegeben an Unternehmen der gleichen Branche	0		

2023:

Unternehmenskategorie	Summe an Finanzmitteln (in €)	Anteil vom Umsatz (in %)	Anteil vom Gewinn (in %)
Weitergegeben an Unternehmen anderer Branchen	0		
Weitergegeben an Unternehmen der gleichen Branche	0		

100

D2.3 Negativ-Aspekt: Missbrauch der Marktmacht gegenüber Mitunternehmen

WEtell geht es darum, Klimaschutz, Datenschutz und Fairness im Mobilfunk zu verankern, nicht um Profitmaximierung oder die Marktführerschaft. Daher begrüßen wir jedes Mitunternehmen, das uns ernsthaft auf unserem Weg folgt, egal ob Start-Up oder Großkonzern.

Mitunter prangern wir Missstände in der Branche oder Gesamtwirtschaft an, jedoch nie einzelne Unternehmen.

Unser Serviceprovider STROTH hat mit seiner Marke Amiva eine uns recht ähnliche Dienstleitung auf den Markt gebracht. Trotzdem - oder gerade deswegen - stehen wir in regelmäßiger wertschätzendem Austausch und teilen Erfahrungen und Learnings miteinander.

Auch zum gemeinwohlorientierten Mobilfunkanbieter Goood standen wir immer in gutem Verhältnis. So gut, dass sie seit Anfang 2023 sogar mit uns kooperieren (siehe D2).

Verifizierungsindikatoren

Findet ein wertender Vergleich (besser/ schlechter bzw. im USP) mit der Leistung und den Angeboten von Mitunternehmen in der Kommunikation statt?

2024:

Nein

2023:

Nein

Wird zumindest bei einem Produkt bzw. einer Dienstleistung eine Dumpingpreisstrategie verfolgt?

2024:

Nein

2023:

Nein

Werden geheime/ verdeckte Preisabsprachen mit anderen Unternehmen getroffen?

2024:

Nein

2023:

Nein

Ist die Maximierung der Marktanteile auf Kosten von Mitunternehmen, Kund*innen oder Produzent*innen in der Unternehmensstrategie verankert?

2024:

Nein

2023:

Nein

Werden für eigene Produktideen zahlreiche Patente erwirkt, die selbst nicht weiterverfolgt oder genutzt werden und die andere Unternehmen bei der Weiterentwicklung/ Forschung/ Innovation blockieren könnten bzw. sollen?

2024:

Nein

2023:

Nein

#D3

Ökologische Auswirkung durch Nutzung und Ent- sorgung von Produkten und Dienstleistungen

34/49 Punkte

102

D3.1 Ökologisches Kosten-Nutzen-Verhältnis von Produkten und Dienstleistungen (Effizienz und Konsistenz)

Mobilfunk benötigt Energie und verursacht CO₂-Emissionen. Überall wo Server und Rechenzentren im Hintergrund laufen oder Unternehmen Sendeinfrastruktur betreiben, wird in signifikantem Umfang Strom benötigt, der in aller Regel CO₂-Emissionen verursacht. Die großen Netzbetreiber kündigen Scope 3-Klimaneutralität frühestens für das Jahr 2040 an. Mobilfunk ist aktuell also in aller Regel nicht klimaneutral.

Wir haben nicht „nur“ den Anspruch vollständig klimaneutral zu arbeiten, sondern ein regeneratives Unternehmen zu sein, konsequent klimapositiven Mobilfunk anzubieten, der das Klima schützt und aktiv die Energiewende vorantreibt. Dabei stützen wir uns auf drei Säulen:

1. Bilanzielle Klimaneutralität
2. Förderung der Energiewende
3. Lobby für den Klimaschutz (siehe E 2.2)

1. Bilanzielle Klimaneutralität

Vermeidung von Treibhausgasemissionen

Im eigenen Geschäftsbetrieb vermeiden wir soweit möglich alle CO₂-Emissionen, indem wir wo immer möglich ökologische Alternativen nutzen: Unsere Server und Homepage werden klimaneutral von Windcloud und Biohost betrieben, wir nutzen für Dienstreisen ausschließlich die Bahn, haben unsere Büros in einem Co-Working Space, der die gemeinschaftliche Nutzung von Infrastruktur wie Meetingräumen ermöglicht, beziehen Ökostrom, und vieles mehr.

Kompensation des unvermeidbaren CO₂-Ausstoßes der gesamten Dienstleistung inkl. der Lieferkette (Scope 1-3):

Wir quantifizieren alle nicht vermeidbaren Emissionen. Die Quantifizierung beruht auf dem Greenhouse Gas Protocol. Für den eigenen Geschäftsbetrieb (Scope 1 und 2) wurden die Emissionen über das Online-Tool von myclimate für Unternehmen berechnet¹. Die Emissionen der Lieferkette (Scope 3) sind für das Mobilfunk-Angebot allerdings entscheidender, da hier die Herstellung, Errichtung und der Betrieb der Mobilfunkinfrastruktur durch den Netzbetreiber enthalten sind.

Für die Berichtsjahre 2023 und 2024 wurden die entsprechenden Emissionen basierend auf wissenschaftlichen Veröffentlichungen berechnet (siehe E3) und anschließend die entsprechende Menge durch Investitionen in Pflanzenkohle-Projekte in Zentraleuropa als langfristige Kohlenstoffsenke kompensiert. Die Kohle wird z.B. aus Forstreststoffen hergestellt, wobei der Atmosphäre CO₂ entzogen und dauerhaft gebunden wird. Die Pflanzenkohle wird u.a. als Düngezusatz genutzt, der wiederum zur Bodenqualität beiträgt. Mit dieser Kompensation ist rechnerisch die Klimaneutralität erreicht. Der Vorteil dieser Art der Kompensation ist, dass sie CO₂ unmittelbar bindet und es nicht zu Doppelanrechnung kommt.

Auf diese Weise wurden bei WEtell für die unvermeidbaren Scope 1-3 Emissionen, seit Beginn der Geschäftstätigkeiten bis Ende 2024 bereits über 825 t CO₂ ausgeglichen. Das entspricht den jährlichen pro-Kopf-Emissionen von ca. 80 Personen in Deutschland.²

2. Förderung der Energiewende:

Klimaneutralität alleine reicht uns nicht. Der zentrale Faktor für eine gelingende Energiewende in Deutschland, aber auch weltweit, ist der Ausbau von erneuerbaren Energien. Aus diesem Grund treiben wir gemeinsam mit unseren Partner*innen den Ausbau der Erneuerbaren Energien und damit die Energiewende voran.

Gemeinsam mit Ecosia, der GLS Bank und Naturstrom haben wir 2020 in den Bau von Solaranlagen investiert, mit denen wir anteilig für ca. 500 MWh Ökostrom pro Jahr sorgen. Aktuell wird der erzeugte Grünstrom aus diesen Anlagen über Naturstrom vermarktet, dadurch rechnet sich die*der Endkunde*in die CO₂-Reduktion berechtigterweise privat an. Um eine Doppelberechnung zu verhindern, finanzieren wir zwar die Anlagen, rechnen uns diese aber nicht für unserer Klimaneutralität an.

Ein zentraler Teil des Konzepts ist, dass die Gewinne aus diesen Solaranlagen wieder in den Bau weiterer Anlagen investiert werden. Auf diese Weise entsteht ein sich selbst beschleunigendes System, bei dem immer mehr in die Energiewende investiert werden kann.

Und so haben wir 2024 gemeinsam mit unserem Kooperationspartner Prokon in eine Windkraftanlage investiert, die anteilig ca. 645 MWh pro

Jahr für uns produziert.

Im selben Jahr haben wir unter unseren Kund*innen 50 Balkonsolarkraftwerke mit je 640 Wp verlost. Unser Ziel dahinter: Die Energiewende auch für Privatpersonen greifbarer zu machen. In einem zweiten Lauf haben wir noch einmal 10 Balkonkraftwerke mit je 300 Wp in unserer Community verlost, die wir in der Crowdfundingkampagne von Zueihorn Energy erstanden hatten, um auch diese Unternehmung zu unterstützen.

Da uns die finanzielle Hilfe anderer Unternehmen in unserer Startphase geholfen hat, haben wir zudem beschlossen, ebenfalls in klimafreundliche Start-ups zu investieren. So haben wir 2024 in Carbonsate investiert, ein Start-up, das sich auf die CO₂-Speicherung über Biomasse in Böden spezialisiert hat.

1 co2.myclimate.org/de/company_calculators/new

2 www.bmuv.de/media/kohlenstoffdioxid-fussabdruck-pro-kopf-in-deutschland

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

- Investition in Windkraftanlage mit Prokon
- Investition in Start-up Carbonsate
- Verlosung von 60 Balkonsolarkraftwerken in unserer Community

104

D3.2 Maßvolle Nutzung von Produkten und Dienstleistungen (Suffizienz)

Mobilfunk wird heutzutage viel mehr wegen der mobilen Daten als für das eigentliche Telefonieren genutzt. Je mehr mobile Daten genutzt werden, desto mehr CO₂-Emissionen entstehen (auch im Vergleich zur Nutzung von DSL oder Glasfaser¹). Zugleich bringt der exzessive Gebrauch des Smartphones individuelle und gesellschaftliche Probleme mit sich.

Deswegen beraten wir Interessent*innen und Kund*innen offen und ehrlich dazu, welcher Tarif zu ihnen passt - auch wenn wir mit diesem weniger Geld verdienen. Wir begrüßen jede Person, die datensparsam unterwegs sein möchte, und haben daher 2024 gezielt unser Angebot hinsichtlich Tarifen mit kleinem Datenvolumen angepasst und es allen, die wollten, ermöglicht, in einen kleineren Tarif zu wechseln. Der Standard in der Mobilfunkbranche ist es, Tarife mit möglichst großen Datenvolumen zu verkaufen und die Kund*innen darin zu halten, da hier die Gewinnmarke größer ist.

Zugleich ist Mobilfunk auch eng mit materiellem Konsum verknüpft. Durch die rasante Entwicklung in der Smartphone- und Tabletbranche und der Bedeutung dieser Geräte als Statussymbole werden diese nicht selten bereits nach einem oder zwei Jahren ausgetauscht. WEtell möchte diesem Trend des kurzfristigen und unnötigen Konsums entgegenwirken und zu nachhaltigem Konsum motivieren.

Wir wollen die Wegwerfmentalität und Fokussierung auf das „neueste technische Gadget“ nicht fördern und gehen daher einen anderen Weg. Aus dem gleichen Grund bieten wir unseren Kund*innen Mobilfunktarife, ohne ihnen unnötige Extras aufzuzwingen oder sie zu unnötigem Konsum zu verleiten. Bei uns gibt daher z.B. keine Abos von Streaming-Dienstleistern, die mit dem ursprünglichen Produkt wenig zu tun haben.

Stattdessen kooperieren wir mit nachhaltigen Smartphone-Herstellern. Darunter Shift und Fairphone, die in ihrer Smartphone-Produktion auf Langlebigkeit, Reparierbarkeit und Upgradebarkeit setzen, Janado, die gebrauchte und wiederaufbereitete Geräte verkaufen, Commonw, bei denen man Geräte mieten kann und Murena, die eine besonderes datensicherer Alternative zu den gängigen Smartphone-Betriebssystemen anbieten.

Dabei rufen wir zu nachhaltigem, gemäßigtem Konsum auf. So bspw. in unserer Marketingkampagne rund um unser Angebot „Tarif mit Handy“ (siehe D2.1). Unter dem Slogan: „Kauf uns das nicht ab!“ kommunizieren wir: „Das nachhaltigste Handy ist das, das du bereits besitzt. Also liebe es, pflege es, repariere es. Und wenn's doch mal ein neues Phone braucht, haben wir hier super nachhaltige Angebote für dich.“ Das Angebot selbst bieten wir nicht, wie sonst üblich, mit einer Gerätefinanzierung über den Mobilfunktarif an. Dadurch wollen wir unnötige Kaufanreize vermeiden.

Zugleich sensibilisieren wir Verbraucher*innen und Kund*innen für eine maßvolle Mobilfunknutzung und einen schonenden, verantwortungsvollen Umgang mit ihren Smartphones. Zum einen durch Blogartikel, in unserem Newsletter und auf Social Media. Dazu haben wir ein Whitepaper zum Thema „Nachhaltige Smartphone Nutzung“ herausgebracht, das man auf unserer Webseite kostenfrei herunterladen kann. Und haben 2021 die nachhaltigen Handyhersteller Fairphone, SHIFT und rephone in einem Webinar zum Thema „Nachhaltigen Smartphones“ zusammengebracht.

1 www.umweltbundesamt.de/sites/default/files/medien/2546/dokumente/factsheet_klimawirkung_video-streaming.pdf

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

- Kampagne „Kauf uns das nicht ab“
- Datensparsame Tarife neu eingeführt bzw. verbessert
- Kund*innen im großen Stil das Downgrade auf einen kleineren Tarif ermöglicht.

D3.3 Negativ-Aspekt: Bewusste Inkaufnahme unverhältnismäßiger, ökologischer Auswirkungen

Die Förderung von übermäßiger Nutzung widerspricht unserem grundle-

genden Wert der Nachhaltigkeit und kommt für uns daher nicht in Frage.

Soweit wir dies nachvollziehen können, wird bei gleichbleibender Nutzung des Mobilfunks keine globale Belastungsgrenze überschritten. Der zunehmende mobile Datenverkehr und der damit einhergehende Energieverbrauch sowie die anfallenden Emissionen können auf lange Sicht aber problematisch sein. Wir setzen uns daher aktiv für einen maßvollen Umgang und die Nutzung erneuerbarer Energien ein, um dem entgegenzuwirken.



#D4

Kund*innen-Mitwirkung und Produkttransparenz

27/49 Punkte

107

Vollbilanz Gemeinwohl Ökonomie WEtell GmbH

D4.1 Kund*innen-Mitwirkung, gemeinsame Produktentwicklung und Marktforschung

Wünsche und Anregungen (potenzieller) Kund*innen werden gerne integriert und auch aktiv eingefordert. Menschen können jederzeit mit uns über unser Servicetelefon, per E-Mail oder in den sozialen Medien in Kontakt treten und uns Feedback und Weiterentwicklungsvorschläge übermitteln. Dabei gehen wir in den Dialog und fordern auch aktiv Anregungen ein, bspw. über unseren Newsletter oder die sozialen Medien. Im direkten Gespräch sagen wir häufig explizit, dass wir offen sind für Anregungen und es kommen daraufhin tatsächlich auch häufig Vorschläge. Alle diese Themen werden bei uns in der Kund*innen-Service-Software so kategorisiert, dass wir einen Überblick über Wünsche und Ideen inkl. deren Häufigkeit bekommen.

Je nach Komplexität und Umsetzbarkeit übernehmen wir diese Anregungen in unsere aktuellen Prozess- und Produktentwicklungen. So ist bspw. jede Menge Kund*innen-Feedback in die aktuelle Überarbeitung unseres Online-Kund*innen-Portals geflossen. Auch haben wir auf Rückmeldung von Kund*innen hin ein übersichtlicheres Layout für unsere Rechnungen erstellt.

Uns erreichen aber auch Anfragen, die wir in unserer momentanen Größe ganz einfach nicht umsetzen können, wie bspw. der Wunsch nach spezifischen Auslandstarifen oder zusätzlichen Festnetz- und DSL-Angeboten. Wir nehmen diese jedoch auf, um sie zum gegebenen Zeitpunkt auf die Agenda setzen zu können.

Über unseren Newsletter führen wir Kund*innenbefragungen durch und verwenden diese Ergebnisse für die Weiterentwicklung unserer Produkte und Leistungen. Ein Ergebnis dieser Befragungen: Viele Menschen haben sich kleine, daten- und kostensparsame Tarife gewünscht. Entgegen des allgemeinen Trends hin zu immer größeren Tarifen haben wir uns daher dafür eingesetzt, kleinere Tarife anbieten zu können. Es hat lange gedauert, da wir in unserer Tarifgestaltung von unserem Netzanbieter abhängig sind. Aber wir haben es geschafft und bieten seit Dezember 2024 verbesserte, datensparsame Tarife an - obwohl diese für uns weniger wirtschaftlich sind. Besonders herauszustellen ist an dieser Stelle, dass wir die neuen Tarife zum wiederholten Mal nicht nur für Neukund*innen anbieten, sondern in einem recht aufwändigen Prozess auch dem gesamten Bestand angeboten haben. Dieses Vorgehen widerspricht diametral der sonst häufig gelebten Wettbewerbshaltung, Kund*innen lange auf teuren Tarifen sitzen zu lassen, die nicht mehr dem aktuellen Marktpreis entsprechen.

Da WEtell grundsätzlich auf Nachhaltigkeit ausgerichtet ist, erzielt dabei jede Weiterentwicklung eine direkte oder indirekte Nachhaltigkeitswirkung.

Verifizierungsindikatoren

Anteil der Produkt- und Dienstleistungsinnovationen, die mit der Beteiligung von Kund*innen entstanden sind

2024:
40 %

2023:
25 %

Die 40 % 2024 beziehen sich auf die neuen, datensparsamen Tarife.

Anzahl der Produkt- und Dienstleistungsinnovationen mit sozial-ökologischer Verbesserung, die durch die Mitwirkung von Kund*innen entstanden sind

2024:
40

2023:
25

siehe oben

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

- Datensparsame Tarife neu eingeführt bzw. verbessert

D4.2 Produkttransparenz

Wie in D1 beschrieben, stellen wir auf unserer Website umfassend Informationen zu unseren Mobilfunkprodukten und uns als Unternehmen zur Verfügung.

Den detailliertesten Einblick gewährt sicherlich unser Gemeinwohl-Bericht, der in diesem Zug bereits zum zweiten mal aktualisiert wird.

Dieser gibt auf über 100 Seiten ausführlich Auskunft über unser Produkt, unsere internen Prozesse, die Lieferkette und wie sich alles auf das Gemeinwohl auswirkt. Der Bericht kann einfach und kostenfrei auf unserer Webseite heruntergeladen werden.

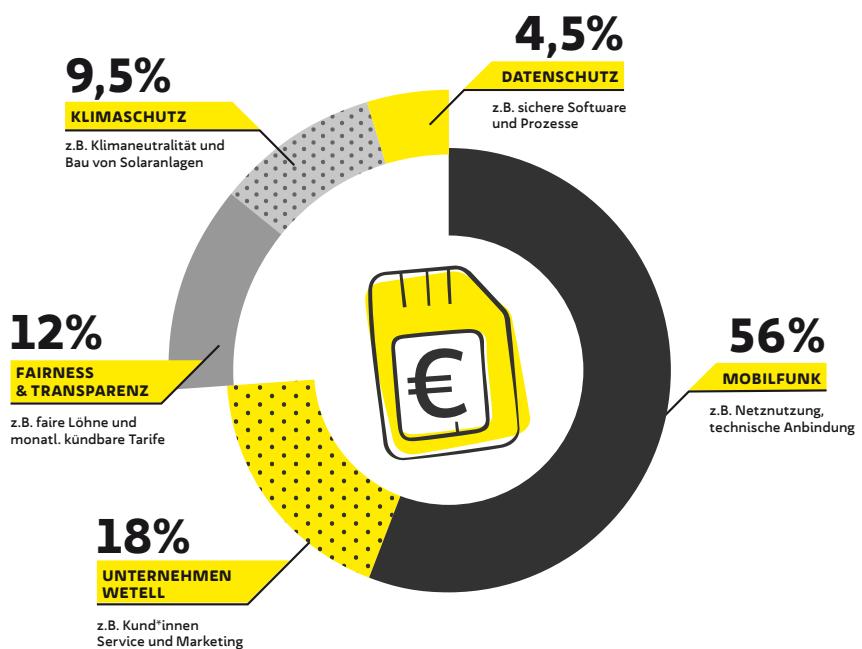
Die öko-soziale Wertigkeit unseres Angebots veröffentlichen wir ebenfalls auf der Website. Dort erläutern wir in Kurztexten alle unsere Werte und Maßnahmen und veröffentlichen im Bereich Klimaschutz Zahlen zu CO₂-Ausgleich und unseren Investitionen in Erneuerbare Energien.¹

Datenschutz ist im Mobilfunk von großer Relevanz. Zur Produkttransparenz gehört unserer Meinung nach daher auch, zu wissen, welche Kund*innen-daten bei uns wie lange gespeichert werden. Auf unserer Website machen wir die Speicherfristen sämtlicher uns vorliegender Daten transparent.²

Weiterhin gibt es eine Preistransparenzübersicht. Diese gibt auf unserer Website Auskunft darüber, zu welchem Anteil das Geld, das Kund*innen für einen Mobilfunkvertrag an uns zahlen, im Durchschnitt in unsere Werte investiert wird und wie viel jeweils in unser Unternehmen und die Mobilfunkbereitstellung fließt.³

Bei uns erhältst du volle Transparenz.

Daher legen wir auch offen, wie sich dein Tarif zusammensetzt:



- 1 www.wetell.de/warum-wetell/mobilfunk-neu-denken/#aktiv_fuers_klima
- 2 www.wetell.de/warum-wetell/mobilfunk-neu-denken/#fairness_fuer_alle
- 3 www.wetell.de/mobilfunk/#preistransparenz

Verifizierungsindikatoren

Anteil der Produkte mit ausgewiesenen Inhaltsstoffen (in % des Umsatzes)

2024:
100 %

2023:
100 %

Anteil der Produkte und Dienstleistungen mit veröffentlichten Preisbestandteilen (in % des Umsatzes)

2024:
100 %

2023:
100 %

Ausmaß der externalisierten Kosten von Produkten und Dienstleistungen

2024:

Externalisierte Kosten, wie etwa die durch das Mobilfunknetz entstehenden CO₂-Emissionen, kommunizieren wir transparent und gleichen sie vollständig aus.

2023:

Externalisierte Kosten, wie etwa die durch das Mobilfunknetz entstehenden CO₂-Emissionen, kommunizieren wir transparent und gleichen sie vollständig aus.

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

- Veröffentlichung unseres Gemeinwohlberichts
- Regelmäßige Aktualisierung unserer Website

D4.3 Negativ-Aspekt: Kein Ausweis von Gefahrenstoffen

Über mögliche Gesundheitsschäden durch Mobilfunkstrahlung wird viel diskutiert. Wir vertrauen in diesem Fall auf die Forschungen und Kontrolle durch staatliche und nicht-staatliche Instanzen wie das Bundesamt für Strahlenschutz, die Strahlenschutzkommission oder die International Commission on Non-Ionizing Radiation Protection (ICNIRP).

Wir haben Anfang 2022 den ersten 5G-Tarif in unser Angebot aufgenommen. Dazu haben wir uns ausführlich mit der Technologie und dem aktuellen Stand der Wissenschaft dazu auseinandergesetzt und die Ergebnisse für unsere Kund*innen in einem Blogartikel zusammengefasst. Positiv ist zu werten, dass die Frequenzen, die für 5G genutzt werden, alle schon einmal in Gebrauch waren und daher schon erforscht sind. Dazu kommt eine neue Antennentechnik, die Personen, die den Mobilfunk nutzen, direkter anfunkt, so dass Menschen, die gerade nicht den Mobilfunk nutzen, weniger Strahlung abbekommen. Zugleich erfordert diese Technik aber auch das Aufstellen von mehr Sendemasten, was insgesamt für mehr Strahlungsdichte sorgt.

Es ist komplex und wir verfolgen weiter die neusten Forschungsergebnisse. Für den Moment gehen wir davon aus, dass die Gesundheit der Kund*innen durch unser Produkt nicht beeinträchtigt wird, sofern z.B. über Kopfhörer mit Mikrofon ein ausreichender Abstand zum Smartphone eingehalten und eine Dauerbelastung mit Strahlung im absoluten Nahbereich des Kopfes vermieden wird (mehr Details dazu in Abschnitt E1).

Wegen der besonderen Bedeutung des Themas 5G für viele Menschen ist es uns wichtig transparent und offensiv in der Kommunikation zu sein. So gab es einen Newsletter mit diesem Schwerpunkt, Blogartikel und diverse Einträge im FAQ dazu. Die Zahl der Rückmeldungen war deutlich geringer also im Vorhinein angenommen. Das führen wir u.a. darauf zurück, dass wir so viele Informationen zur Verfügung stellen.

Verifizierungsindikatoren

Anteil der Produkte mit Gefahrenstoffen oder Gebruchsrisiken, die nicht transparent öffentlich deklariert werden (in % des Umsatzes)

2024:
0 %
2023:
0 %