

redRobin übernimmt PR-Mandat von iubel.de

FinTech, InsurTech, LegalTech: Das Multi-Branchen-Start-up iubel.de bietet innovativen Sofort-Rechtsschutz für Verbraucher und kleine Unternehmen. Gegründet 2018 von den Anwälten Jan und Niclas Stemplewski, geht das Team nun an den Markt, um das Rechtssystem für jeden Einzelnen spürbar zu verbessern.

Sofort-Rechtsschutz ohne Vertragsbindung, ohne Wartezeit und ohne Kosten? Das geht – mit dem neuen Angebot des Start-ups iubel.de, dem neuesten FinTech-Zugang auf der Kundenliste von redRobin. Die PR-Unit der Hamburger Agentur begleitet die Markteinführung des neuen Angebots mit strategischer Beratung und Public Relations mit Schwerpunkt auf die Verbraucher-, Anwalts- und Start-up-Presse.

Recht bekommen ohne Risiko ist der Kern der Kampagne, mit der die Brüder Dr. Jan Stemplewski und Dr. Niclas Stemplewski ihr Angebot nun der Öffentlichkeit vorstellen. Ihr Konzept: Wem zu Unrecht der Arbeitsplatz gekündigt wurde, wer eine Mietminderung beim Vermieter durchsetzen will oder von der Autoindustrie mit einem Schummel-Diesel betrogen wurde, muss klagen. Viele Verbraucher scheuen jedoch die Kosten, die mit dem Gang vor Gericht verbunden sind. Das Geld für die Anwältin, Gerichtsgebühren oder einen Gutachter muss der Kläger vorstrecken. Und geht der Fall verloren, bleibt man auf den Kosten sitzen.

„Ungerecht“, finden das die Gründer und Rechtsanwälte, weil viele Verbraucher sich nicht trauen, ihr Recht gegen Konzerne und große Organisationen durchzusetzen. Ihnen bietet das iubel-Team an, alle Kosten des Verfahrens zu übernehmen. Im Gegenzug gibt der Kunde einen prozentualen Anteil des erstrittenen Schadenersatzes an iubel.de ab. Ob iubel einen Fall finanziert, hängt von seinen Erfolgsaussichten ab. Das prüft ein selbstentwickelter Algorithmus, die Antwort gibt es innerhalb von 24 Stunden.

„Das Angebot von iubel.de bietet echten Verbrauchernutzen und hat sich in der Betaphase mit ersten Fällen schon bewährt. Dennoch ist die Kommunikation kein Selbstläufer“, sagt Susanne Wiesemann, geschäftsführende Gesellschafterin von redRobin. „Die Herausforderung in der Kommunikation für junge Unternehmen liegt vor allem darin, in der Menge der Start-ups sichtbar zu werden und bei den Zielgruppen Vertrauen in eine langfristige Marktpräsenz aufzubauen.“

Die PR-Kampagne setzt dafür vor allem auf Aufklärung zu prominenten juristischen Themen. Aktuell in Vorbereitung ist zum Beispiel eine Kampagne, die über die finanziellen Vorteile einer Einzelklage gegenüber der Beteiligung an einer Musterfeststellungsklage gegen VW informiert. „Selber klagen müssen die betrogenen Diesel-Fahrer in jedem Fall. Nur werden die Entschädigungen für alle Diesel-Besitzer deutlich geringer ausfallen, die auf den Ausgang der Musterklage warten müssen“, sagt Jan Stemplewski. „So verlieren VW-Diesel-Fahrer bares Geld.“ Auch hier kann iubel.de helfen.

Pressekontakt:

Susanne Wiesemann
redRobin Strategic Public Relations
Tel. 040/692 123-20

E-Mail: wiesemann@red-robin.de

Internet: www.red-robin.de