

AUSZEICHNUNG

German Brand Award in Gold für Agentur Sery* und emporia Telecom

Von **Horizont Redaktion** (mailto:red_horizont@manstein.at)

Freitag, 11. Juli 2025



Walter Deil (Unternehmenssprecher emporia), Angelika Sery-Froschauer (CEO SERY* Brand Communications), Eveline Pupeter (CEO emporia telecom), Marlene Hetzmanseder (Senior Brand Strategist bei SERY*) – v.l.

(/news/media/13/SREY-Emporia-Brand-Award-124693.jpeg)

Die Marken-Full-Service-Agentur Sery* wurde gemeinsam mit emporia Telecom mit dem German Brand Award in Gold in der Kategorie "Excellent Brands Consumer Electronics" ausgezeichnet.

Gewürdigt wurde mit der Auszeichnung die strategische wie kreative Neupositionierung der Marke emporia – eine Arbeit, die nicht nur prämiert wurde, sondern auch echte Wirkung zeigt. Der German Brand Award zählt zu einem der renommiertesten Awards in Europa, wenn es um Marken und ihre Macher geht.

Vom Spezialisten für Seniorenhandys zur digitalen Lifestyle-Marke

Die Herausforderung des Projekts: Eine etablierte Marke mit jahrzehntelanger Erfahrung im Bereich der einfachen Telekommunikationslösungen behutsam, aber konsequent weiterzuentwickeln. Ziel war es, emporia für eine neue, jüngere und digital kompetente Zielgruppe zu öffnen, ohne die bestehenden Werte aufzugeben. Im Zentrum stand dabei die Frage, wie man die Marke relevant für eine Generation macht, die selbstbestimmt, aktiv und digital lebt und dennoch Klarheit und Benutzerfreundlichkeit schätzt. 🔔

Einfachheit als bewusste Entscheidung

Sery* entwickelte gemeinsam mit emporia eine klare Markenzukunftsstrategie unter der Positionierung als „European Smartphone Company“ samt neuem Markenversprechen: "Einfachheit ist eine Entscheidung." Diese Haltung spricht nicht nur eine neue Zielgruppe an, sondern betont gleichzeitig das, wofür emporia seit jeher steht – reduziert auf das Wesentliche, mit maximaler Alltagstauglichkeit. Unter dem Konzept "Generation emporia (Gen-e)" wurde eine Kampagne entwickelt, die kulturelle Referenzen aus Musik, Film und Popkultur aufgreift – vertraut, emotional, selbstbewusst. Das Ergebnis: Eine Markenwelt, die generationenübergreifend Resonanz findet.

Im Fokus: das neue ME.6 Smartphone

Mit dem neuen ME.6 positionierte sich emporia auch technologisch neu. Der Rollout des Geräts – ausgestattet mit innovativen Funktionen wie dem physischen "No-Panic-Button" – erfolgte in über 30 Ländern und sorgte international für Aufmerksamkeit. Die Rückmeldungen aus Handel und Markt waren eindeutig: Die Marke ist spürbar jünger, klarer – und europäischer geworden.

„Diese Auszeichnung ist eine Bestätigung für mutige Markenarbeit. Gemeinsam mit emporia haben wir gezeigt, wie man mit Klarheit und Feingefühl eine Traditionsmarke verjüngen und gleichzeitig ihre Essenz bewahren kann.“

Angelika Sery-Froschauer, Geschäftsführerin Sery*

Angelika Sery-Froschauer, Geschäftsführerin Sery*, betont: "Diese Auszeichnung ist eine wunderbare Bestätigung für mutige Markenarbeit. Gemeinsam mit emporia haben wir gezeigt, wie man mit strategischer Klarheit und kulturellem Feingefühl eine Traditionsmarke verjüngen und gleichzeitig ihre Essenz bewahren kann. Die Generation emporia steht für ein neues Selbstverständnis im Umgang mit Technologie – einfach, bewusst und relevant."

Auch die Freude bei emporia war groß. Eveline Pupeter, CEO emporia telecom, erklärte bei der Preisverleihung: "Die Zusammenarbeit mit Sery* war nicht nur kreativ auf den Punkt, sondern strategisch richtungsweisend. Unsere Marke ist durch die Kampagne spürbar jünger, klarer und europäischer geworden."