

### **CIVD räumt beim mediaV-Award zwei Preise ab**

Branchenverband doppelt für Caravaning-Imagekampagne ausgezeichnet

Köln / Frankfurt am Main, 1. September 2021

**Der Caravaning Industrie Verband (CIVD) darf sich über gleich zwei mediaV-Awards freuen. Der Verbändereport, das führende Fachmagazin in der Verbandswelt, prämierte die Imagekampagne „Caravaning. Es ist Deine Zeit.“ nicht nur in der Kategorie „Beste Bewegtbildkommunikation“. Der CIVD erhielt auch einen Sonderpreis für „Herausragende Kreativität im Bereich Kampagne“.**

Doppelter Grund zu jubeln für den Caravaning Industrie Verband: Der CIVD konnte gleich zwei der begehrten mediaV-Awards für seine Imagekampagne „Caravaning. Es ist Deine Zeit“. gewinnen. Nicht nur in der Kategorie „Beste Bewegtbild Kommunikation“ setzte sich der Branchenverband durch, er erhielt zudem den Sonderpreis für „Herausragende Kreativität im Bereich Kampagne“. Verliehen wird die Auszeichnung vom Verbändereport, dem führenden Fachmagazin in der Verbandswelt. Der Award gilt als der Medienpreis für Verbände schlechthin, über 65 Organisationen hatten ihre Projekte eingereicht. Die Jury aus Verbandsexperten und Medienprofis kürte die CIVD-Kampagne „unter vielen, vielen guten Video-Einsendungen“. Bei der Auswahl habe man sich an Kriterien wie Zielgruppenansprache, Botschaft, Storytelling, hohe Video-Qualität, Emotionen und Spannungsbögen orientiert. „Der CIVD hat eine sehr professionelle Kampagne produziert. Qualität und Story Telling sind erstklassig, die Emotionen werden generationsübergreifend angeregt. Die Kampagne ist auch strategisch durchdacht und unterstützt perfekt die Mitgliedsunternehmen“, hieß es in der Laudatio. Die Ehrung der Kampagne mit dem Sonderpreis begründete die Jury unter anderem damit, dass der Verband die Corona-Situation positiv für seine Kommunikation genutzt habe: „Zum Timing kommt ein so gutes, emotionales Storytelling, das es schafft, das Gefühl von Urlaub in den Mittelpunkt zu stellen und dieses Urlaubsgefühl mit einem Wohnmobil oder Wohnwagen zu verbinden. Nicht die Marke eines Herstellers, sondern der Wunsch mit (irgend)einem Wohnmobil Emotionen zu erleben, steht im Mittelpunkt.“

Die Kampagne bleibt im Gedächtnis, weil sie eine Unverwechselbarkeit in Bezug auf Inhalt, Design und Bildsprache aufweist.“ Das Fazit der Jury lautet: „Das Thema ist modern, kreativ und mit wichtigen Sehnsüchten umgesetzt worden, die gerade in der Corona-Zeit einen Nerv treffen.“ Die Preise nahm Marc Dreckmeier, Leiter Marketing & PR beim CIVD, auf der feierlichen Preisverleihung im Kölner Musical Dome entgegen: „Dass Caravaning einen positiven Imagewandel erfahren hat und stetig neue Kunden für sich gewinnt, liegt nicht zuletzt an unserer Imagekampagne. Wir sind stolz, dass unsere Arbeit mit diesen beiden tollen Preisen honoriert wird“.

### **Kampagne zeigt Einzigartigkeit und Facettenreichtum von Caravaning**

Mit der Imagekampagne stärkt die Caravaningbranche die positive Wahrnehmung der Urlaubsform und animiert noch mehr Menschen, Urlaub mit Reisemobil und Caravan für sich zu entdecken. Der CIVD-Fachausschuss für Öffentlichkeitsarbeit erarbeitete 2018 ein Kampagnenbriefing, das stark auf Emotionalität und Authentizität setzte. Beim Pitch überzeugte dann das Konzept der Frankfurter Kreativagentur Huth + Wenzel am meisten. Hauptwerbemittel ist Bewegtbild, das die Zuschauer auf eine individuelle Reise durch beeindruckende Landschaften mitnimmt. Sympathische und unverstellte Darsteller erleben unvergessliche Momente – von Abenteuer bis Entspannung –, die nur mit einem Freizeitfahrzeug möglich sind. So wird der Facettenreichtum der Urlaubsform eingefangen. „Den Urlaub flexibel und selbstbestimmt gestalten zu können, war noch nie so relevant wie im letzten Jahr. Das Kampagnen-Motto „Du kannst alles. Musst du aber nicht.“ fasst das Caravaning-Alleinstellungsmerkmal super zusammen. Wir freuen uns sehr, dass die starke Wirkung, die von der Kampagne auf die Branche und den Verband ausgeht, mit gleich zwei Awards gewürdigt wurde“, sagt Andreas Liehr, Geschäftsführer von Huth + Wenzel.

### **TV sorgt für Reichweite, junge Zielgruppen werden digital angesprochen**

Fernsehen ist das Medium der Wahl, um die größtmögliche Reichweite bei Caravaning-affinen Zielgruppen zu erzielen. Ausgestrahlt werden die TV-Spots in Premium-Umfeldern auf den öffentlichen-rechtlichen Sendern und in hochwertigen Formaten bei

den Privatsendern. Auch auf Facebook, Youtube und Instagram wird die Kampagne aufmerksamkeitsstark und authentisch inszeniert. Newsletter und Online-Werbung, die insbesondere Jüngere anspricht, runden die Digitalkommunikation ab. Alle Werbemaßnahmen führen auf das Info-Portal [caravaning-info.de](http://caravaning-info.de). Es bietet mit spannenden Videos Urlaubsinspiration und umfangreiche Tipps für Neueinsteiger. Wer Caravaning ausprobieren möchte, findet Händler und Vermieter in seiner Nähe sowie alle Infos zu Caravaning-Messen. Alle digitalen Maßnahmen werden von der Frankfurter Digitalagentur Herren der Schöpfung verantwortet.

### **Erfolgreiche Zusammenarbeit in der Branche – neue Kampagne gestartet**

Die beiden mediaV-Awards reißen sich in die bereits gut gefüllte Titelsammlung des CIVDs ein. Die Kampagne hatte im vergangenen Jahr den renommierten German Brand Award gewonnen, vorherige Kampagnen waren ebenfalls mehrfach ausgezeichnet worden. Dass die erfolgreiche Zusammenarbeit in der Caravaningbranche keinesfalls selbstverständlich ist, betont CIVD-Geschäftsführer Daniel Onggowinarso: „Unsere über 180 Mitgliedsunternehmen sind oftmals Wettbewerber mit teils unterschiedlichen Interessen und Vorstellungen. Dennoch gelingt es uns bei vielen Themen konstruktiv zusammenzuarbeiten. Das hebt uns von vielen Verbänden ab und ist ein Garant für die Erfolgswelle, auf der unsere Branche schwimmt“. Zudem lobt Onggowinarso die Arbeit des „Frankfurter Trios“ aus Verband und Agenturen: „Großer Dank an unsere Agenturen, die Produktionsfirma, Regisseur Felipe Ascacibar, Cast und Crew für ihre strategische, kreative und operative Stärke.“ Der CIVD setzt auch künftig auf das eingespielte Team. Eine neue Kampagne ist Anfang August gestartet, denn „auch die beste Werbung braucht regelmäßig frische Impulse“, so der Verbandsgeschäftsführer.



Gewinner  
**Beste Bewegtvisuellkommunikation 2021**



Sonderpreis der Jury 2021  
**Herausragende Kreativität**



Marc Dreckmeier, Leiter Marketing & PR beim Caravaning Industrie Verband (CIVD), und Dominique Weil und Anamaria Corcaci von der Werbeagentur Huth + Wenzel nahmen am vergangenen Montag auf der feierlichen Preisverleihung im Kölner Musical Dome zwei media-V Awards entgegen. (Copyright: SWernz)

**Weitere Informationen zum Thema Caravaning finden Sie unter:**

[www.civd.de](http://www.civd.de) (hier steht auch Bildmaterial zum Download bereit) und [caravaning-info.de](http://caravaning-info.de)

**Pressekontakt:**

Marc Dreckmeier  
 Leiter Marketing & PR  
 Caravaning Industrie Verband e.V. (CIVD)  
 Hamburger Allee 14  
 60486 Frankfurt am Main  
 Tel: +49 69 704039-18  
[marc.dreckmeier@civd.de](mailto:marc.dreckmeier@civd.de)

**Pressekontakt:**

Daniel Rätz  
 Pressereferent  
 Caravaning Industrie Verband e.V. (CIVD)  
 Hamburger Allee 14  
 60486 Frankfurt am Main  
 Tel: +49 69 704039-28  
[daniel.raetz@civd.de](mailto:daniel.raetz@civd.de)

**Caravaning Industrie Verband e. V. (CIVD)**

Der Caravaning Industrie Verband ist die Interessenvertretung des industriellen Zweigs der deutschen Caravaningbranche. Zu seinen Mitgliedern zählen neben deutschen und europäischen Herstellern von Caravans und Reisemobilen auch zahlreiche Unternehmen der Zulieferindustrie, Dienstleister sowie öffentliche Institutionen und Verbände. Der 1962 gegründete Verband vertritt alle Belange der deutschen Caravaningindustrie gegenüber der nationalen und europäischen Politik und ihren Behörden und Institutionen. Darüber hinaus ist der CIVD ideeller Träger der weltweit größten Messe für Freizeitfahrzeuge – des Caravan Salons – und sorgt damit für wichtige Impulse für die Caravaningbranche in Europa.