

Erfolgsstory: KAHLA feiert Doppeljubiläum

Designmarke KAHLA blickt zurück auf 175 Jahre Porzellanproduktion am Standort und 25 Jahre seit der Neugründung nach der Wende.

Kahla, Februar 2019 – „Hoch die Tassen!“, heißt es dieser Tage beim Porzellanhersteller KAHLA: Seit einem Vierteljahrhundert gibt es das Unternehmen in seiner heutigen Form unter Führung der Familie Raithel. Gleichzeitig feiert die Marke 175 Jahre Porzellanproduktion am Thüringer Standort Kahla. Dazu sind im Jubiläumsjahr verschiedene Aktionen geplant: So tourt das ganze Jahr eine Wanderausstellung mit den neuesten Designkreationen aus dem von der Günther-Raithel-Stiftung initiierten Workshop KAHLA kreativ durch Deutschland. Erste Station ist vom 19. Januar bis 31. März 2019 das Porzellanikon in Selb. Im Rahmen des „Tages des Thüringer Porzellans“ am 6. und 7. April 2019 findet auf dem Firmengelände in Kahla ein großer Porzellanmarkt statt. Am Samstag, den 6. April und am 9. November 2019 öffnet das Unternehmen außerdem seine Pforten, um Besuchern Einblicke in die Porzellanproduktion zu geben.

Porzellanproduktion im Wandel der Zeit

Vor 175 Jahren begann Christian Eckardt in Kahla mit der Herstellung von Porzellan. Mit dem neuen Eigentümer Friedrich August Koch entwickelte sich die Produktionsstätte ab 1856 weiter und war 1888 im Strupp-Konzern zur Aktiengesellschaft geworden. Darunter stellte die Porzellanfabrik Kahla AG das größte Unternehmen der deutschen Porzellanindustrie dar. Im Laufe der Zeit gehörten zahlreiche weitere große deutsche Porzellanmarken zum Strupp-Konzern. Auch zu DDR-Zeiten blieb Kahla als Stammsitz des „VEB Kombinat Feinkeramik“ der Nabel der ostdeutschen Porzellanproduktion. Trotzdem ging der Betrieb kurz nach der Wende und Übernahme durch die Treuhand mit einem privaten Investor 1993 in Konkurs. Die Rettung kam durch den Ex-Rosenthal-Manager Günther Raithel, der das Unternehmen im Jahr 1994 als KAHLA/Thüringen Porzellan GmbH neu gründete. Er investierte in wegweisende Fertigungstechnologie und setzte auch in der Sortimentsgestaltung mit seiner Vision „Design oder Nichtsein“ auf konsequente Erneuerung. 2005 trat Holger Raithel als geschäftsführender Gesellschafter die Unternehmensnachfolge seines Vaters an. Heute gilt KAHLA als Erfolgsgeschichte im Osten Deutschlands. Während um sie herum der deutsche Porzellanmarkt immer mehr schrumpfte, schafften es die Porzelliner aus Kahla breite Zielgruppen im In- und Ausland zu erobern.

Neben dem Markt für klassisches Haushaltsporzellan bedient inzwischen der eigene Geschäftszweig KAHLA Professional die Hotellerie, Gastronomie und Gemeinschaftsverpflegung. Dritte Säule ist der Bereich KAHLA Artvertising, der sich an Unternehmens- und Werbekunden richtet.

Jung durch ständige Innovation

Für den heutigen Firmenchef Holger Raithel setzt sich das Erfolgsrezept aus vielen Einzelfaktoren zusammen. Der wichtigste aber lautet für ihn: „Wir sind unserem Innovationsanspruch stets treu geblieben.“ So hat KAHLA die Möglichkeiten des Materials revolutioniert: Mit dem Kuschel-Porzellan touch!, der beschreibbaren Oberfläche Notes und dem rutschfesten Magic Grip erschuf die Marke durch technologische Innovationen modernes Porzellan immer wieder neu. Zentrale Impulse gibt gleichzeitig das Design, dessen Markenzeichen sein konzeptionelles – und oft auch sinnliches – Überraschungsmoment ist. Gute Gestaltung steht im Hause KAHLA daneben für eine hohe (Multi-)Funktionalität, die sich konsequent an den Bedürfnissen seiner Zielgruppen ausrichtet. Über 100 Designpreise hat die Marke dank ihrer exzellenten Inhouse-Designer Barbara Schmidt und Lisa Keller bereits gewonnen. Frischen Wind erhält sie zudem immer wieder durch externe Gestalter.

Ökologisch vom Rohstoff bis zur Verpackung

Der jüngste Coup ist KAHLA mit seinem To-Go-Konzept cupit gelungen. Transportfreundliche Porzellanbecher mit Trink- oder geschlossenen Deckeln für Kaltes und Warmes setzen den Wegwerfbehältern der heutigen Snack-Kultur eine umweltfreundliche Alternative entgegen. Auch diese Mission ist typisch KAHLA, denn ökologische Ausrichtung und konsequente Produktion „Made in Germany“ wurzeln tief in der Firmenphilosophie „Design mit Mehrwert“. Dass vor dem Hintergrund des aktuellen Zeitgeistes immer mehr Kunden gerade diese Wertbeständigkeit suchen, ist hochwillkommen.

[4.314 Zeichen inkl. Leerzeichen]

Die Marke KAHLA steht für multifunktionales Porzellan „Made in Germany“, welches mit über 100 renommierten Designpreisen ausgezeichnet wurde. Vom Firmensitz in Kahla, Thüringen, exportiert das 300 Mitarbeiter starke Familienunternehmen seine Produkte für Privat-Haushalte, Gastronomie und Werbekunden in über 60 Länder der Welt. Dabei orientiert sich das innovative Produkt-Design konsequent an den Wünschen, Wohn- und Lebensgewohnheiten der modernen Gesellschaft. Ihren internationalen Ruf und wirtschaftlichen Erfolg verdankt die Marke ihrem Mut zu ständiger Innovation – von unkonventionellen Gestaltungsideen über die Nachhaltigkeits-Strategie „KAHLA pro Öko“ bis hin zum Einsatz immer neuer, progressiver Technologien.

Pressekontakt:

KAHLA/Thüringen Porzellan GmbH
Katja Töpel, Juliane Koppe
Christian-Eckardt-Straße 38
07768 Kahla/Germany

Telefon +49 (0) 3 64 24 • 79-228
Telefax +49 (0) 3 64 24 • 79-283
presse@kahlaporzellan.com
www.kahlaporzellan.com



Weitere Informationen

Zur Firmengeschichte www.kahlaporzellan.com/marke/meilensteine

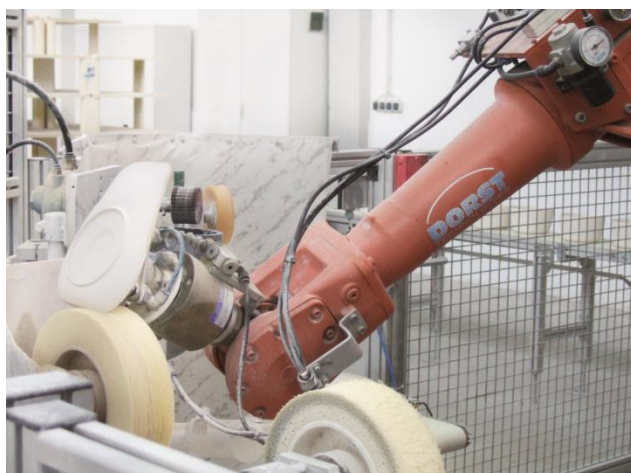
Zum Familienunternehmen www.kahlaporzellan.com/marke/familienunternehmen



KAHLA-Inhaberfamilie Raithel



1961 Bau einer neuen Produktionshalle



Isostatische Presse mit Putzroboter

Pressekontakt:

KAHLA/Thüringen Porzellan GmbH
Katja Töpel, Juliane Koppe
Christian-Eckardt-Straße 38
07768 Kahla/Germany

Telefon +49 (0) 3 64 24 • 79-228
Telefax +49 (0) 3 64 24 • 79-283
presse@kahlaporzellan.com
www.kahlaporzellan.com