

KAHLA Artvertising verstärkt sein Verkaufsteam

Kahla, September 2019 – Seit September 2019 verstärkt Tanja Damrath als Area Sales Manager den Werbeartikelbereich Artvertising der KAHLA/Thüringen Porzellan GmbH.

Die neue Gebietsverkaufsleiterin für die deutschen Postleitzahlgebiete 2/3/4/5 und die Benelux-Länder ist eine langjährige Kennerin der Branche und konnte zuvor unter anderem Erfahrung im Verlags- und Messebereich sowie im Außendienst eines namhaften Textilunternehmens sammeln. Tanja Damrath steht für die Vertretung hochwertiger Marken. "Wir freuen uns, mit Frau Damrath einen Profi des Werbeartikelmarkts für unser Team gewonnen zu haben", so André Lauterbach, Vertriebsleiter bei KAHLA Artvertising.



Der Geschäftsbereich KAHLA Artvertising stellt individuelles Porzellan für Firmenkunden her und ist offen für die kreativen Ideen seiner Auftraggeber. KAHLA berät bei der Sortimentsgestaltung, liefert Designvorschläge und fertigt nach strengen ökologischen und sozialen Grundsätzen. Die Möglichkeiten reichen von der Dekoration und Individualisierung bereits bestehender Porzellanserien bis hin zur gemeinsamen Entwicklung eigener Formen und Dekore. Konzepte mit Alleinstellungsmerkmal wie das Samtporzellan touch!, das beschreibbare Porzellan Notes oder das nachhaltige Mehrwegbecherkonzept cupit prägen die innovative Produktwelt des Familienunternehmens.

[1.373 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 250 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.