

Snackification

KAHLA und BRIGITTE launchen multifunktionale Snack Sets

#Minimalismus #Snackification #ColorBlocking #Mobilität #Urbanität #togo #Mehrweg #Nachhaltigkeit

Frankfurt, Februar 2020

BRIGITTE ist Deutschlands führendes Frauenmagazin und mit einer Reichweite von 2,45 Millionen Lesern die meistgelesene klassische Frauenzeitschrift. Das Magazin hält eine breite redaktionelle Vielfalt bereit: Die weibliche Zielgruppe kann sich zu den Themen Mode, Beauty, Kultur, Reisen, Kochen, Gesundheit und Wohnen inspirieren lassen.

Das KAHLA-Designteam und die BRIGITTE-Redaktion analysierten gemeinsam, welche Porzellanprodukte mit einer Zielgruppe aus aktiven, mobilen, gesundheits- und umweltbewussten Frauen und mit aktuellen Esskultur- und Lifestylereisen harmonieren.

Es entstand ein multifunktionales Snack Set aus einer Platte, einer Schale und einem umweltfreundlichen to-go-Becher aus dem beliebten **cupit**-Programm. Die Objekte aus den preisgekrönten Porzellanserien der Designerinnen Barbara Schmidt und Lisa Keller erfüllen alle Bedürfnisse einer modernen Snackkultur und einer flexiblen Arbeits- und Lebenswelt.

Ob zuhause, in Uni, Büro oder Atelier, ob Smoothie oder Poké Bowl, Suppe, Salat oder knuspriges Brot: Das minimalistische Snack Set BRIGITTE Selection in den Farbvarianten „greens & beans“, „cherry & berry“ und „lagoon @ noon“ lädt zu einem gesunden Frühstück, leckeren Lunchsnack und leichten Abendbrot ein.

Das auflagenstarke Frauenmagazin wird umfangreich über die innovative BRIGITTE Selection berichten.

[1.527 Zeichen inkl. Leerzeichen]

Die Marke KAHLA steht für multifunktionales Porzellan „Made in Germany“, das mit über 100 renommierten Designpreisen ausgezeichnet wurde. Vom Firmensitz in Kahla, Thüringen, exportiert das 250 Mitarbeiter starke Familienunternehmen seine multifunktionalen Produkte für Privathaushalte, Gastronomie und Werbekunden in über 60 Länder der Welt. Dabei orientiert sich das innovative Produktdesign konsequent an den Wünschen, Wohn- und Lebensgewohnheiten der modernen Gesellschaft und globalen Megatrends. Ihren internationalen Ruf und wirtschaftlichen Erfolg verdankt die Marke ihrem Mut zu ständiger Innovation – von unkonventionellen Gestaltungsideen über die Nachhaltigkeitsstrategie „KAHLA pro Öko“ bis hin zum Einsatz immer neuer Patente und progressiver Technologien.

Pressekontakt:

KAHLA/Thüringen Porzellan GmbH
Nicole Eckert
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