

Csaba Anna Mária a Marx Károly Közgazdaságtudományi Egyetemen szerzett diplomát, első munkahelye a Budapesti Harisnyagyár volt. Elvégezte a kétéves piacszervező szakközgazdász képzést és egyetemi doktori címet is szerzett. Doktori munkájának címe „A vékonyzájú harisnya és harisnyanadrág piacának analízise”.

Néhány év kitérő után visszatért a könnyűiparba, 1979-ben a Magyar Divat Intézetnél (MDI) helyezkedett el. A Kutatási Főosztályon piackutatóként ruházati alapkutatásokban vett részt (piacszegmentálás, férfi alsóruházat, lakástextil fogyasztói szokások), tanulmányokat írt.

Az MDI kiadványaiban (Divattükör, Divatbarométer, Divatmarketing) és különböző szakfolyóiratokban rendszeresen publikált szakmai cikkeket. A Lakástextil Stúdió vezetője volt, később az MDI igazgatóhelyettese lett. Részt vett a Budapesti Divat Napok szakkiallítások szervezésében.



CSABA ANNA-MÁRIA DR.

A GTZ (Deutsche Gesellschaft für technische Zusammenarbeit) szervezetnél való közbenjárása révén támogatást szerzett magyar vállalatok exportmegjelenésének finanszírozására. Ennek keretében éveken át számos hazai gyártó cég és több iparművész jutott el kiállítóként a Heimtextil, az Interstoff, az IGEDO – CPD német szakvásárokra.

1994-ben a Magyar Divat Intézet – a Textil Wirtschaft című szaklap német kiadójával kötött licencmegállapodás megkötését követően – 1995 nyarán kiadta a DivatMarketing c. lapot, amelynek induláskor főszerkesztő-helyettese, 1996-tól főszerkesztője volt. Mindvégig ő volt a kapcsolattartó a német licenszpartnerrel, a Deutscher Fachverlaggal.

CSABA ANNA-MÁRIA DR.

2003 őszén, az MDI profilváltása miatt munkaviszonya közös megegyezéssel megszűnt.

Ekkor alapította meg a DivatMédia Kft.-t, azóta kiadója a DivatMarketing szaklapnak, amely jelenleg az egyedüli nyomtatott divatszakmai folyóirat Magyarországon.

Az offline megjelenés mellett a diatmarketing.hu weboldalra is rendszeresen tölt fel divat- és üzleti témájú szakmai cikkeket, továbbá készített egy online Divatlexikont. Nagy erőfeszítéssel tartja életben a lapot, egyszemélyes céggként, alvállalkozókat foglalkoztatva.

A főszerkesztői feladat mellett az értékesítési és az adminisztratív feladatokat is ellátja. Fő célkitűzése minőségi, tartalmas lap készítése.

Több DivatMarketing konferenciát szervezett:

Fókuszban a kereskedelem
(2012),

Információ–Innováció–Inspiráció
(2013),

Márka–Motiváció–(E)Marketing
(2014),

Koncepció–Kommunikáció–Kreativitás
(2016).

Konferenciáin a kezdetektől fogva bemutatkozási lehetőséget biztosított fiatal szakembereknek, tervezőknek.

A Textilipari Műszaki és Tudományos Egyesület tagja, az egyesülettel sikeres munkakapcsolatot tart fenn.