

Freitag: 'Als merk moet je een beetje schuren om te blijven hangen'

03-10-2019 13:00



Tegendraads, eigenzinnig en duidelijk herkenbaar. Zo kun je Freitag wel typeren. Sinds de oprichting in 1993 veranderde het Zwitserse merk talloze vrachtwagenzeilen en binnenbanden in tassen, en heeft het vooral onder fietsende stedelingen een cultstatus bereikt. Creative director Oliver Brunschwiler vertelt over de impact van schaarste, het bewaken van de purpose en hoe een gerecyclede tas kan uitgroeien tot nationaal icoon, terwijl duurzaamheid lange tijd heel veel was – behalve sexy.

Reinilde van Ekris Beeld: Roland Tännler, Joël Tettamanti