

Daily Paper: 'Ons merk moet sterker zijn dan de doelgroep'

16-06-2022 05:50



Een weblog over hip-hop, mode en design. Zo begon het Amsterdamse Daily Paper in 2012. Inmiddels is het

uitgegroeid tot een hip kledingmerk dat over de hele wereld wordt gedragen. En zeker niet alleen meer door jongeren. Ceo Rodney Lam: “De doelgroep van het eerste uur verbonden houden met het merk, dát is onze uitdaging.”

Henrico Pit