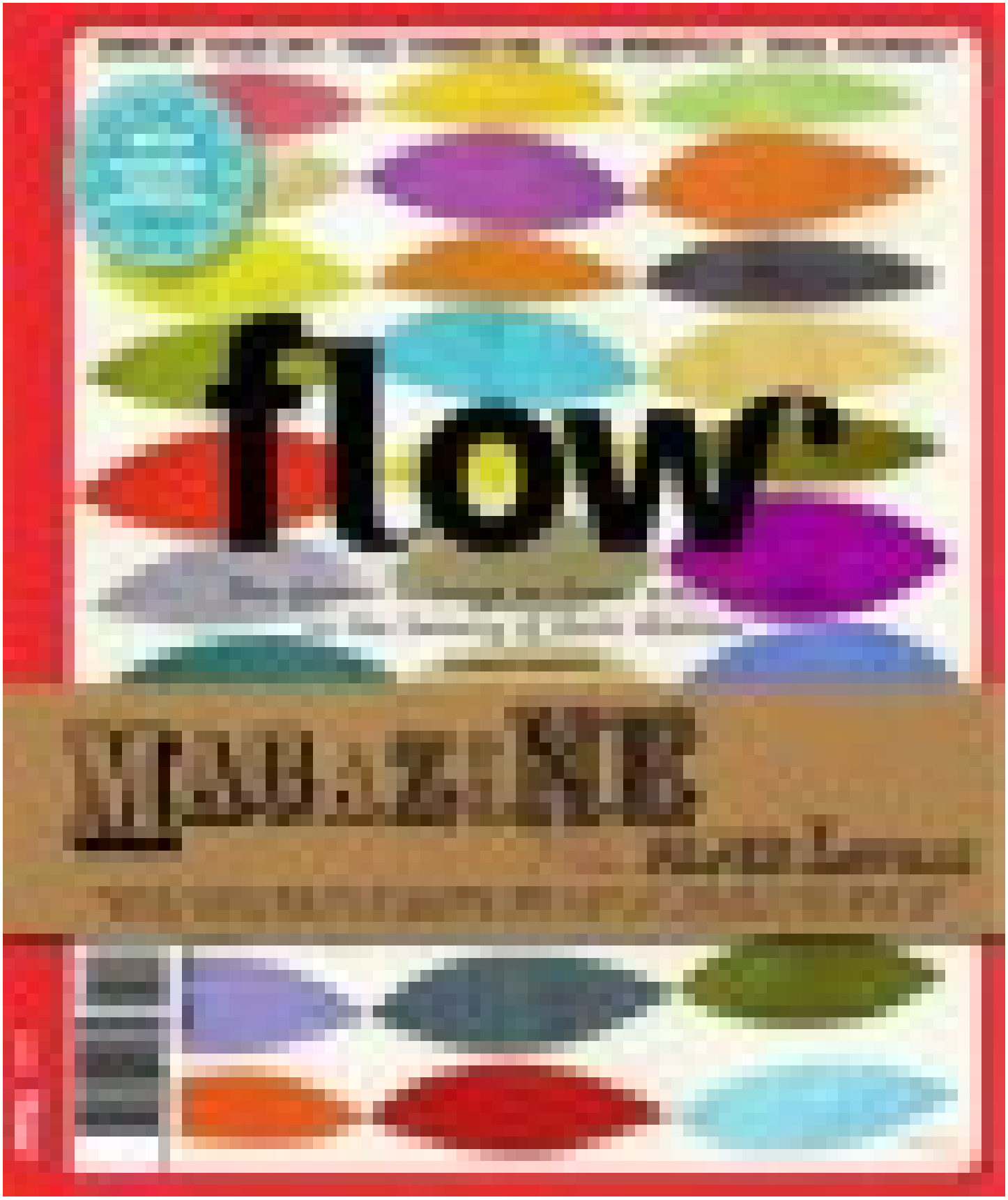
Flow gaat ook de grens over

29-10-2013 08:41



Het concept
Creative director Irene Smit: “Toen we het blad vijf jaar geleden bedachten vonden we het tijd dat er een blad

kwam dat over onszelf ging in plaats van over trends. We gooiden alle bestaande bladenmakerswetten omtrent ijkpersonen, lachende vrouwen op de cover, nieuws halen uit persberichten en persbijeenkomsten en schreeuwende coverteksten overboord. We zijn een blad gaan maken waarin mindfulness en positieve psychologie een belangrijke onderlaag vormen. We geven inspiratie en inzichten omtrent hoe je anders over het leven kunt nadenken." Astrid van der Hulst (ook creative director): "Ook hebben we de illustratie omarmd. Flow is afgelopen 5 jaar uitgegroeid tot een platform voor creatief talent. Illustratoren, knipkunstenaars, crafters. We doen inspiratie op op blogs, pinterest, instagram en bieden mensen van over de hele wereld een podium."

Flow internationaal
Brand director Joyce Nieuwenhuijs: "Het blad sprak internationaal zo tot de verbeelding dat we in 2013 hebben besloten zelf een Engelstalige editie in twintig landen wereldwijd te distribueren. Dit werd zo'n succes dat er voor 2014 al 4 Engelstalige edities zijn gepland. En nu we ook nog deze licentiedeal met Gruner + Jahr hebben gesloten, kunnen we Flow met recht een sterk groeiend internationaal merk noemen. Het is heel bijzonder dat het ons met zo'n klein team is gelukt midden in de recessie een sterk merk te bouwen rondom het blad. En het eind van de groei is nog niet in zicht. Er is interesse vanuit Japan, en ik zie nog volop andere kansen internationaal."

INSPIRATIE OPDOEN?!
Kom naar inct.spiratie: 10 topsprekers over uitgeven & ondernemen
www.inctspiratie.nl