




MARK
Everything in this
world changes
so should video.

PORTRETNET.NL




RIK
A good video
can make all
the difference.

PORTRETNET.NL





**STUDIO KLUIF
CASE 01**

**'ONZE BOODSCHAP
VERPAKT IN EEN
VERRASSEND
CONCEPT'**

Paul Roeters

STUDIO KLUIF



VETTE WORST IN HAPKLARE BROKKEN

Zonder het te weten, heb je dikwijls een Kluif te pakken. Studio Kluif is een multidisciplinair topontwerpbureau uit 's-Hertogenbosch met grote jongens als HEMA, SiSi, Intratuin en Oilily in het portfolio: merken van producten die je in daily life tegenkomt. Hoeveel dat er eigenlijk wel zijn, bracht Portretnet.nl pakkend, verrassend in beeld. De korte film bestaat uit 4 blokken, tesamen een etmaal waarin je ziet hoe vaak de producten van Kluif van hand tot hand gaan en als vette worst in de mond. Kluif staat voor creativiteit en commercieel denken. Gebruik van veel grafische elementen maakt de video een echte Kluifert.

CATEGORIE	promotievideo
OPDRACHT	korte film ter promotie van ontwerpburo Studio Kluif
CAMERA	Canon EOS 5D
DRAAIDAGEN	1,5
DUUR	01:20

 **BEKIJK HIER DE VIDEO VAN STUDIO KLUIF**

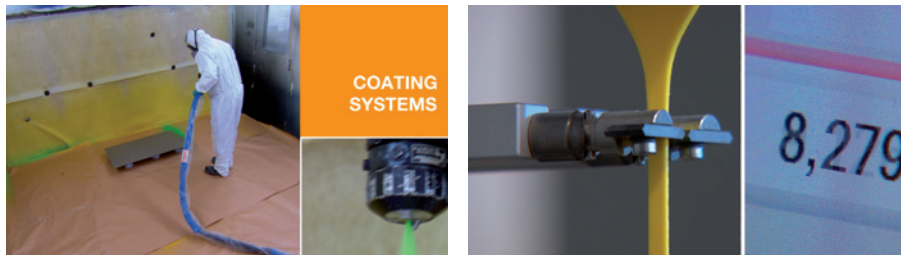


**BASF
CASE 02**

'THIS IS US'

Huib van der Kleij

BASF



PAKKENDE CHEMIE TUSSEN VORM EN INHOUD

Hoe beeld je chemie uit? Nee, niet die aantrekkingskracht tussen man en vrouw. Het gaat hier om halffabricaten voor producten als lijmsystemen, hardschuim en coatings. BASF Polyurethanes Benelux B.V. in Boxtel levert die halffabricaten aan de chemische sector. En wilde de wereld laten zien dat zijn hoogwaardige kennis, kunde en kwaliteit het bedrijf nummer 1 heeft gemaakt in zijn soort. De film is een moderne presentatie van de bedrijfsactiviteiten geworden, een pakkend beelddespektakel met even pakkende titels. Kleurrijk, snel, de verf druipt als het ware van het beeldscherm af. Je voelt gewoon de chemie tussen vorm en inhoud. Die samen een verhaal vertellen dat aansluit op de corporate identity. BASF creates chemistry; Portret.net.nl also does, met deze bedrijfspresentatie. BASF zet de film in bij sales, op internet en beurzen en voor social media.

CATEGORIE bedrijfsfilm
OPDRACHT presentatie van productie en faciliteiten
CAMERA Sony XD HD
DRAAIDAGEN 3
DUUR 02:47

 **BEKIJK HIER
DE VIDEO
VAN BASF**



**FOOD VALLEY
CASE 03**

**‘DE AWARD FILMS
ZIJN VOOR ONS
PARELTJES WAAR
WE ENORM TROTS
OP ZIJN’**

Roger van Hoesel

FOOD VALLEY



BIOSCOOPJE PAKKEN!

Zware, donkere stem. Epische, bijna bombastische muziek. Haarscherp beeld op een scherm van 180 vierkante meter: filmtrailers! Waarom zou je voor de vormkeuze niet gebruikmaken van de setting waarin je de video toont?

Nederland behoort tot de top in de agrifoodwereld. Vanuit Wageningen, hét kennishart van de Food Valley. Hier creëert stichting Food Valley een voedingsbodem voor verdere innovatie door kennis en ondernemerschap samen te brengen. Eenmaal per jaar bekroont deze stichting het meest onderscheidende project of initiatief op voedings(gerelateerd)gebied. Met de prestigieuze Food Valley Award, uitgereikt tijdens de Food Valley Expo. De stichting zocht een pakkende, indrukwekkende manier om de drie genomineerden aan het publiek voor te stellen. En zo geschiedde; vanaf het rode pluche van zo'n duizend bioscoopstoelen in een enorme bioscoopzaal. Hoe? Via onze 'filmtrailers'! And the winner is...

CATEGORIE product/event presentatie
OPDRACHT presentatie van genomineerden voor Food Valley Awards
CAMERA Sony XD HD
DRAAIDAGEN 3
DUUR 11:18



**BEKIJK HIER
DE VIDEO VAN
STICHTING FOOD VALLEY**

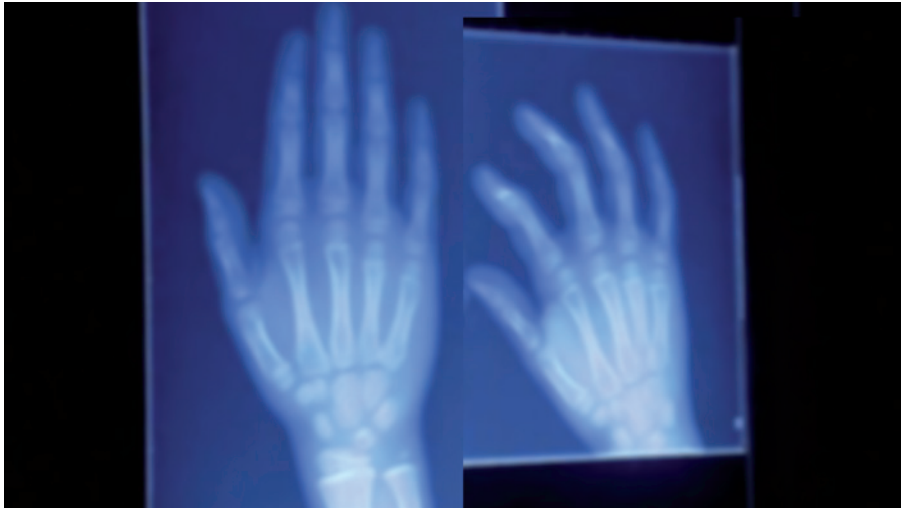


**INZGT
CASE 04**

**‘INZGT GAF ZOWEL
INTERN ALS EXTERN
EEN ENORME
POSITIEVE BOOST’**

Meindert Schmidt

INZGT



EEN NIET ALLEDAAGSE OPERATIE

Jawel, concurrentie speelt ook in de medische sector. Ziekenhuisgroep Twente (ZGT) - met ziekenhuizen in Almelo en Hengelo en 3.500 mensen in dienst - stelde daarover de volgende zelfdiagnose: onze naamsbekendheid moet beter. ZGT ging op consult bij Portretnet.nl. Wij schreven op basis van een origineel recept een niet alledaagse operatie voor. En voerde die zelf uit. Hoe? Met de twaalfdelige, medische televisieserie: INZGT (spreek uit als inzicht). De kijker kijkt mee over de schouder van medisch en niet-medisch personeel; van kok tot cardioloog. Een gevarieerde inkijk dus in de ZGT-wereld. INZGT was een groot succes met wekelijks ruim 800.000 kijkers, het best bekeken programma van RTV Oost. Belangrijker nog, naamsbekendheid ZGT (ver)beter(d). Operatie geslaagd zonder complicaties en met alleen maar positieve bijwerkingen.

CATEGORIE	televisieserie
OPDRACHT	36 portretten van eigen medewerkers
CAMERA	Sony digital betacam
DRAAIDAGEN	36
DUUR	18:00 per aflevering

 **BEKIJK HIER DE VIDEO VAN INZGT**



**HST GROEP
CASE 05**

**'DEZE FILM OPENT
DEUREN VOOR ONS'**

Gerard ter Brugge

HST GROEP



NAAMS- BEKENDHEID DIE VER REIKT

Hoe presenteert een groots logistiek bedrijf uit Nederland zich groots op een internationale transportbeurs in China? Dat was de uitdaging die we aangingen voor de divisies (int)transport, logistics en sea & airfreight van HST Groep Enschede. Deze specialist op logistiek gebied vervoert het allemaal: van een enkel pakket in eigen land tot enorme containers over de hele wereld. Maar tot hoe ver voert hun naamsbekendheid?

Een goed begin is het halve werk. Hoe voorkom je dat kijkers na drie seconden afhaken? Door meteen visueel uit te pakken. Dat is gelukt! We kozen voor een verrassende vorm. Daardoor kreeg de film de juiste smoel, passend bij de logistieke branche. De film deed zijn werk: HST versterkte haar positie in China en ging daar nieuwe relaties aan.

CATEGORIE bedrijfsfilm
OPDRACHT internationale presentatie van divisies (int) transport, sea & airfreight en logistics
CAMERA Sony digital betacam
DRAAIDAGEN 6
DUUR 08:22

 **BEKIJK HIER
DE VIDEO
VAN HST GROEP**

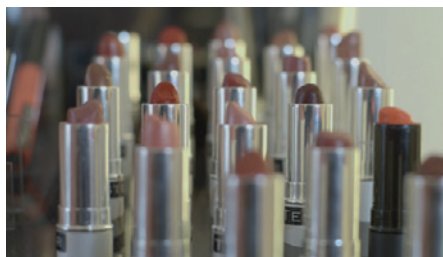


**PERSONAL
SHOPPER
CASE 06**

**'DEZE FILM
OVERTREFT
ONZE STOUTSTE
VERWACHTINGEN'**

Suzi Vasques Dias

PERSONAL SHOPPER



EEN VIDEO MET 'STYLE'

Suzi Vasques Dias is dé personal shopper van ons land. Zij verstaat de kunst mannen en vrouwen extra zelfvertrouwen te geven met een nieuwe, uiterlijke presentatie. Maar hé, Suzi moet er natuurlijk zelf ook goed op staan. In dit geval op haar eigen site, waar ze zichzelf en haar diensten met een personal video wil presenteren.

Persoonlijk. Dáár draait het om bij het werk van een personal shopper en dat was ook het uitgangspunt van onze aanpak. De outfit die wij nodig hadden voor een professionele, persoonlijke en warme uitstraling was de Canon C300. Dit is een videocamera met de beeldkwaliteit van een digitale spiegelreflexcamera. De cinematografische beeldkwaliteit en de beperkte scherptepte diepte geven een intieme sfeer en uitzonderlijke kwaliteit.

De uiteindelijke look? Uiterlijk en persoonlijkheid naadloos op elkaar afgestemd. Perfecte styling. 'Dit overtreft onze stoutste verwachtingen', was Suzi's eerste reactie na de montage.

CATEGORIE	promotievideo
OPDRACHT	4 korte films ter promotie van de personal shopper
CAMERA	Canon EOS C300
DRAAIDAGEN	2
DUUR	portret 02:43, zakelijk kledingadvies 02:02 persoonlijk kledingadvies 02:03 makeover 01:47



**BEKIJK HIER
DE VIDEO VAN
DE PERSONAL SHOPPER**



**RIK
DALHUISEN**
**'A GOOD VIDEO
CAN MAKE ALL
THE DIFFERENCE'**

RIK DALHUISEN (1975)

Na mijn opleiding tot audiovisueel programmamaker aan de Hogeschool Limburg lonkte de wereld van media en televisie. Sinds 2004 zag je camerawerk van mijn hand op landelijke en commerciële omroepen en in programma's als SBS Formule 1, Vara's Kassa, NOVA, TV-Makelaar, Netwerk, Studio Sport, Andere Tijden, Peter R. de Vries en vele andere titels. Daarna werkte ik als regisseur/samensteller; een functie die mij de kans bood om met behulp van beelden op een meer inhoudelijk niveau interessante, aangrijpende en boeiende verhalen te vertellen. Deze verhalen vertel ik sinds 2010 samen met Mark via Portretnet.nl.

HOEZO VIDEO?

Leuk weetje: mensen zijn wat betreft hun waarneming voor maar liefst 70% visueel ingesteld! Dus: mensen onthouden uw boodschap als ze die ZIEN. Daarmee helpen wij u! En niet zomaar, maar creatief en pakkend. Onze video's zijn zonder uitzondering als een goed zittend maatpak. Wij geven uw bedrijf een gezicht!

AANGENAAM, IK BEN RIK.





**MARK VAN
GEERSAEM**

**'EVERYTHING
IN THIS WORLD
CHANGES SO
SHOULD VIDEO'**

MARK VAN GEERSAEM (1970)

Ik kwam als regisseur/verslaggever -na mijn opleiding Audiovisuele Productie aan de Hogeschool Limburg- terecht in de wereld van de media. Veel opdrachtgevers passeerden sindsdien de revue: T36 Media, John de Mol Producties, Palm Plus, SNP Media, I Care Producties en Endemol. Ik werkte voor programma's als FOX Sport, Vinger aan de Pols, Gemma Glitter en Hart van Nederland. Twaalf jaar lang, elke dag in de weer met televisie maken. Mijn passie? Het portretten van mensen en bedrijven; ze zo sterk en herkenbaar mogelijk maken in beeld. Dat is een vak op zich. Vanuit deze passie is Portretnet.nl ontstaan.

HOEZO VIDEO?

We zijn onlosmakelijk verbonden met onze beeldschermen. Een dag zonder regelmatig checken van smartphone, tablet, computer en televisie is een dag niet geleefd. Steeds meer zijn het video's die deze dagelijkse behoefte aan inspiratie en communicatie voeden. Een videoboodschap op maat, een creatieve oplossing die uw verhaal vertelt, beeldend en sprekend gevat in een bedrijfsfilm, productpresentatie of viral. We doen het graag en met de grootst mogelijke zorg.

AANGENAAM, IK BEN MARK.



**WILT U OF UW
BEDRIJF OOK
IN DEZE BOX?
NEEM DAN
NU CONTACT
MET ONS OP!**



WWW.PORTRETNET.NL