

ZIN OM SAMEN
TE **WERKEN?**

thibosanders@gmail.com

@bolt_and_brush

THIBO SANDERS — GRAFISCH VORMGEVER

ONTWERP
DAT
INSLAAT.

Portfolio 2026. Merken, verpakkingen en campagnes met een eigen smoel, van het eerste idee tot het ding in de winkel.

BRANDING

PACKAGING

CAMPAGNE

EDITORIAL

FOTOGRAFIE

OVER MIJ

HOI, IK BEN THIBO.

Grafisch vormgever uit Lokeren, 23 jaar. Ik teken graag zelf, sta even graag achter de camera en ben pas tevreden als een project klopt tot in het laatste bestand dat naar de drukker gaat.

MIJN TRAJECT

2023	HOWEST, BRUGGE Graduaat Digitale Vormgeving, online en offline graphic design
2025	HAYS, ANTWERPEN Stagiair, daarna jobstudent graphic design
2025	CREATIVE DESIGNER BE Visuele communicatie voor de Belgische markt
2026	MARKETINGBUREAU, ANTWERPEN Graphic designer, foto en video, projectmanager



WAAR IK IN WERK

InDesign	Illustrator
Photoshop	Premiere Pro
After Effects	Figma

HOE IK WERK

- ### 01

LEF, MET EEN REDEN

Een ontwerp mag opvallen, zolang het iets vertelt over het merk erachter.
- ### 02

HET MOET KLOPPEN

Tot in het laatste drukbestand: afloop, kleur en een logo dat ook op twee centimeter werkt.
- ### 03

VAN IDEE TOT OPLEVERING

Ik denk mee vanaf de briefing en blijf tot het ding in de winkel ligt of online staat.

AL HET WERK.

Zestien projecten in vijf thema's. Bij elk project zie je de vraag, het idee, het proces en het resultaat. Klik op een project om ernaartoe te gaan.



MIGHTY COFFEE 08
Branding & identiteit



SOWL 18
Branding & identiteit



BOLT & BRUSH 26
Branding & identiteit



MIXIFAI 34
Branding & identiteit



SLAP JUICE 40
Packaging



BLOEMENHONING 48
Packaging



REIN 54
Packaging



PLOT 64
Campagne & event



BALANCE 72
Campagne & event



PRINTPOWER 80
Editorial & illustratie



LIFE OF... 84
Editorial & illustratie



ANIMAL 90
Editorial & illustratie



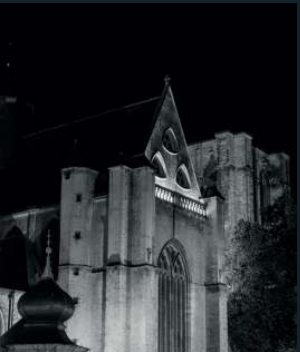
PRODUCT 96
Fotografie



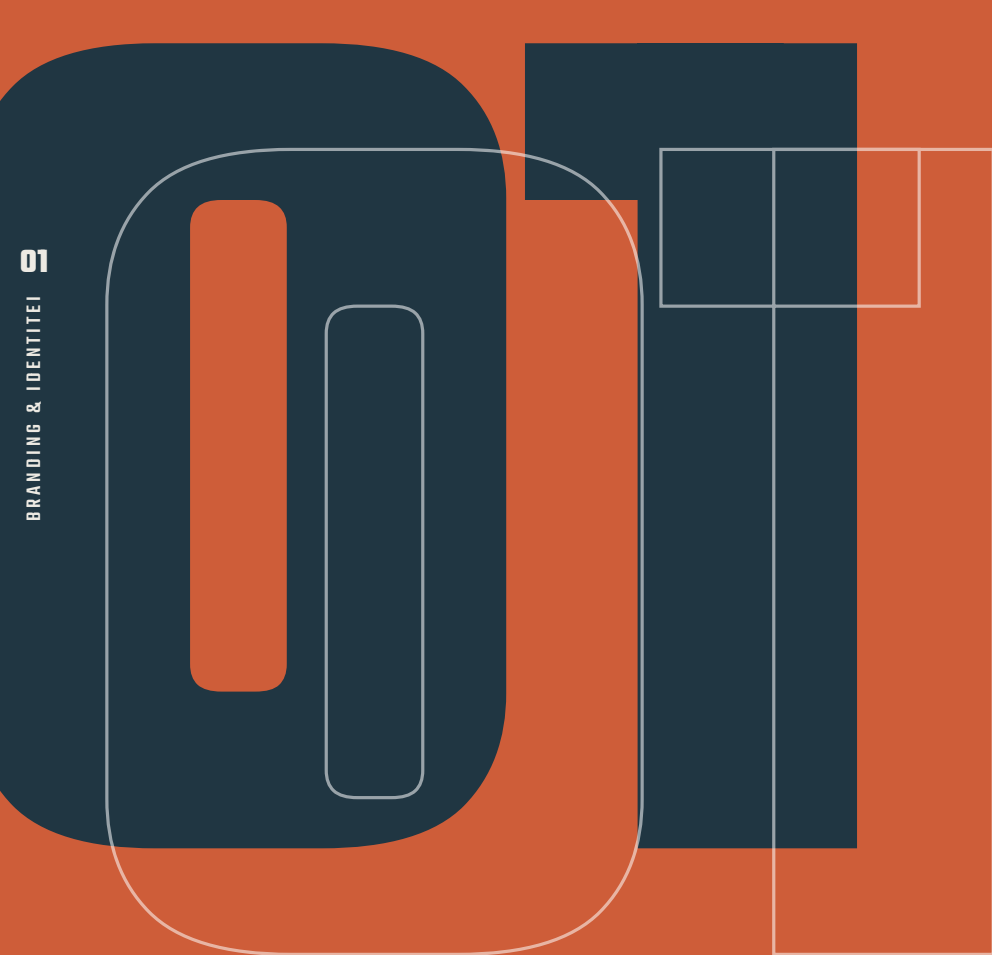
LINES 100
Fotografie



CITY AWAKES 104
Fotografie



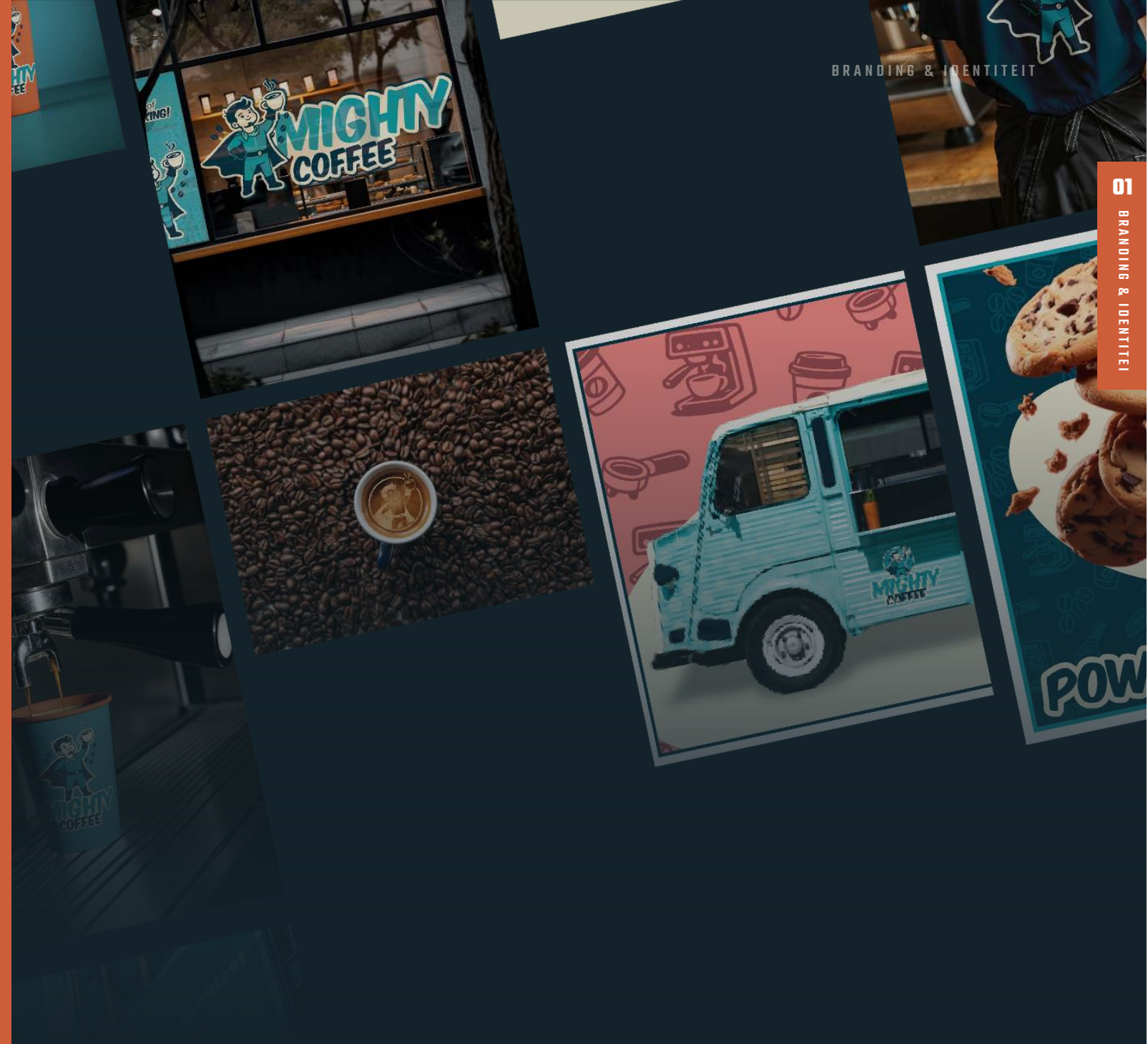
POETRY OF LIGHT 110
Fotografie



HOOFDSTUK 01

BRANDING & IDENTITEIT

Merken van nul opbouwen of opnieuw scherp zetten: logo, kleur, beker, flyer en post.



01	MIGHTY COFFEE	P. 8
02	SOWL	P. 18
03	BOLT&BRUSH	P. 26
04	MIXIFAI	P. 34

MIGHTY COFFEE

“THE HEROES OF COFFEE MAKING!”

- BRANDING
- ILLUSTRATIE
- PACKAGING

A DE VRAAG

Een koffiebar die zich niet wil verstoppen tussen de zoveelste minimalistische zaak met een dun lijntje als logo. Mighty Coffee zocht een merk met humor en karakter, dat je herkent nog voor je de naam gelezen hebt.

B HET IDEE

Koffie als superkracht. Ik gaf het merk een eigen held: een retro stripfiguur met cape die je overal tegenkomt, van de beker tot de stempelkaart. Dikke lijnen, rasterpunten en een warm palet halen de sfeer van oude comics naar de toog.

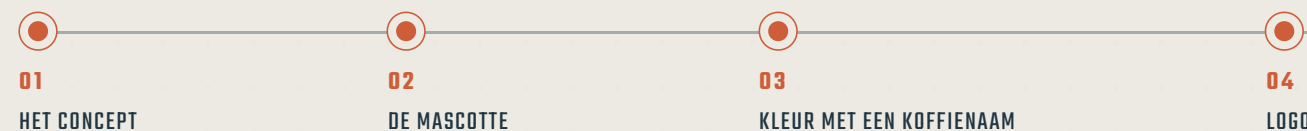
PROJECT	JAAR	ROL	OPLEVERING
Koffiebar Mighty Coffee	2024	Branding, illustratie, packaging	Logo, mascotte, bekers, merch, social



FIG. 00 MIGHTY COFFEE, HOOFDBEELD

VAN IDEE NAAR RESULTAAT

HET PROCES



01 / 04

HET CONCEPT

Hoe ziet een held eruit die koffie zet? Het moodboard draaide rond vintage comics, diners en oude reclameborden. Daaruit kwam de baseline, en die zette de toon voor alles.



02 / 04

DE MASCOTTE

Een vriendelijke kop, een opgeheven tas en een cape die net niet te serieus is. Dikke contouren, zodat hij ook op een beker van acht centimeter overeind blijft.

03



03 / 04

KLEUR MET EEN KOFFIENAAM

Zes kleuren met de naam van iets uit de koffiobar, zodat het team achter de toog het systeem meteen snapt. Aero draagt het merk, Caramel en Guava zorgen voor de knal.

04



04 / 04

LOGO

Een schuin woordbeeld dat naar boven loopt, als de titel op een stripcover. Breed en zwaar, zodat het ook op een deksel of stempel leesbaar blijft.

SOCIAL MEDIA

INSTAGRAM-CARROUSEL

Zeven slides die naadloos in elkaar overlopen. Het logo loopt over de eerste twee, de foodtruck over de vierde en vijfde, zodat je blijft swipen tot de stempelkaart.





FIG. 01 GEVEL EN RAAM

HET RESULTAAT

FIG. 01 GEVEL EN RAAM

FIG. 02 STEMPELKAART

FIG. 03 TEAMSHIRT

FIG. 04 BEKER IN ACTIE

FIG. 05 MIGHTY COFFEE

FIG. 06 FOODTRUCK

FIG. 07 POSTER



FIG. 02 STEMPELKAART



FIG. 03 TEAMSHIRT



FIG. 04 BEKER IN ACTIE



FIG. 05 MIGHTY COFFEE



FIG. 06 FOODTRUCK



FIG. 07 POSTER



VOLGEND PROJECT — 02

SOWL →

SOWL

“OUR FUNKIEST DESIGN YET”

KEYVISUAL

DRUKWERK

WEB

A DE VRAAG

SOWL maakt sneakers uit gerecycleerde materialen. Voor de lancering van hun nieuwste model wilden ze niet klinken als het zoveelste brave duurzame merk.

B HET IDEE

Laat de schoen ontploffen. Uit de sneaker spat verf in de merkkleuren, alsof het ontwerp niet in zijn eigen vorm past. Die ene beeldtaal draagt het billboard, de flyer en de website.

PROJECT	JAAR	ROL	OPLEVERING
Lancering sneakermerk SOWL	2024	Keyvisual, drukwerk, web	Billboard, flyers, website



FIG. 00 SOWL, HOOFDBEELD

VAN IDEE NAAR RESULTAAT

HET PROCES



01

HET KEYVISUAL



02

KLEUR UIT DE VERF



03

TYPOGRAFIE



04

DE FLYER

01



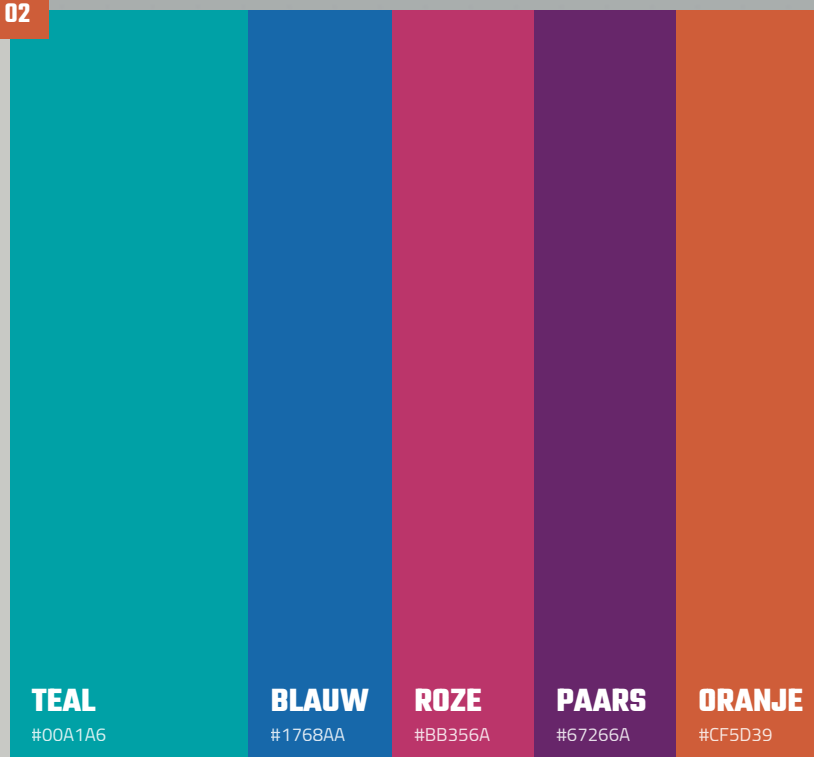
Our **funkiest**
design yet

01 / 04

HET KEYVISUAL

Een productfoto van de sneaker, aangevuld met getekende verfstromen en scherven. Alles met de hand getekend in Illustrator, zodat het beeld rauw blijft en niet gepolijst.

02



TEAL

#00A1A6

BLAUW

#1768AA

ROZE

#BB356A

PAARS

#67266A

ORANJE

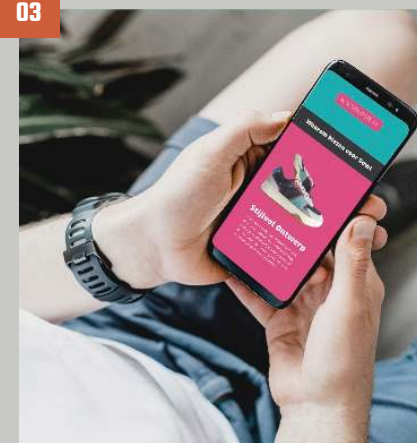
#CF5D39

02 / 04

KLEUR UIT DE VERF

Teal draagt alles. De andere vier kleuren komen rechtstreeks uit de verf in het keyvisual, zodat elke flyer en elke knop op de site uit hetzelfde beeld lijkt te komen.

03



HvDTrial Brevia

HvDTrial Brevia: Black
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890!@#\$%^&*()_+{}|~`~?`

Proxima Nova

Proxima Nova: Regular
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890!@#\$%^&*()_+{}|~`~?`

03 / 04

TYPOGRAFIE

HvD Brevia voor de koppen, rond en zwaar. Proxima Nova voor alles wat gelezen moet worden.

04



04 / 04

DE FLYER

Op de flyer staat alles wat je nodig hebt: de lanceringsdatum, 15% korting en een QR-code naar de site.

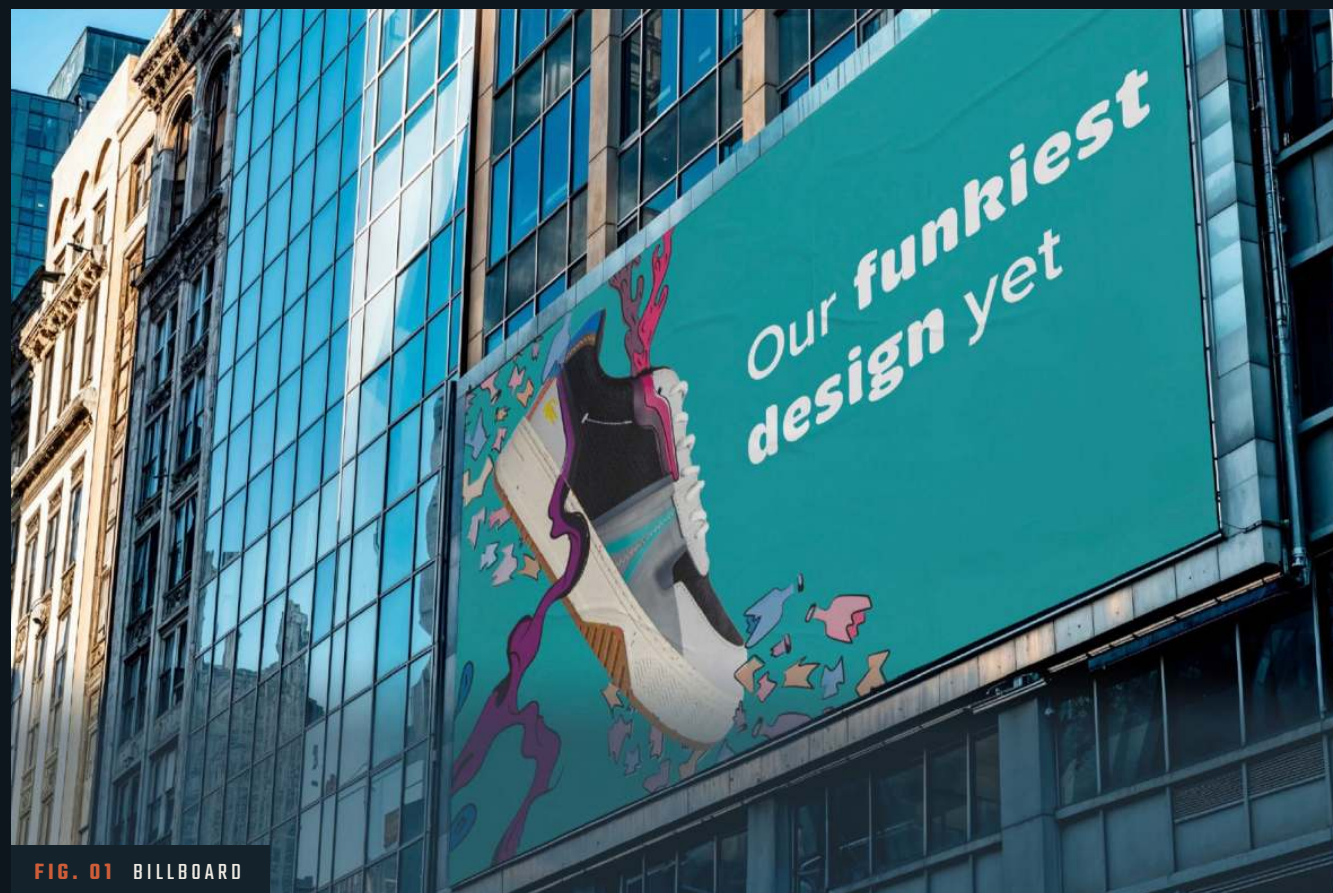


FIG. 01 BILLBOARD



FIG. 02 FLYER



FIG. 03 ACHTERKANT FLYER

HET
RESULTAAT

FIG. 01 BILLBOARD

FIG. 02 FLYER

FIG. 03 ACHTERKANT FLYER

FIG. 04 WEBSITE

FIG. 05 FLYERS

FIG. 06 SOWL

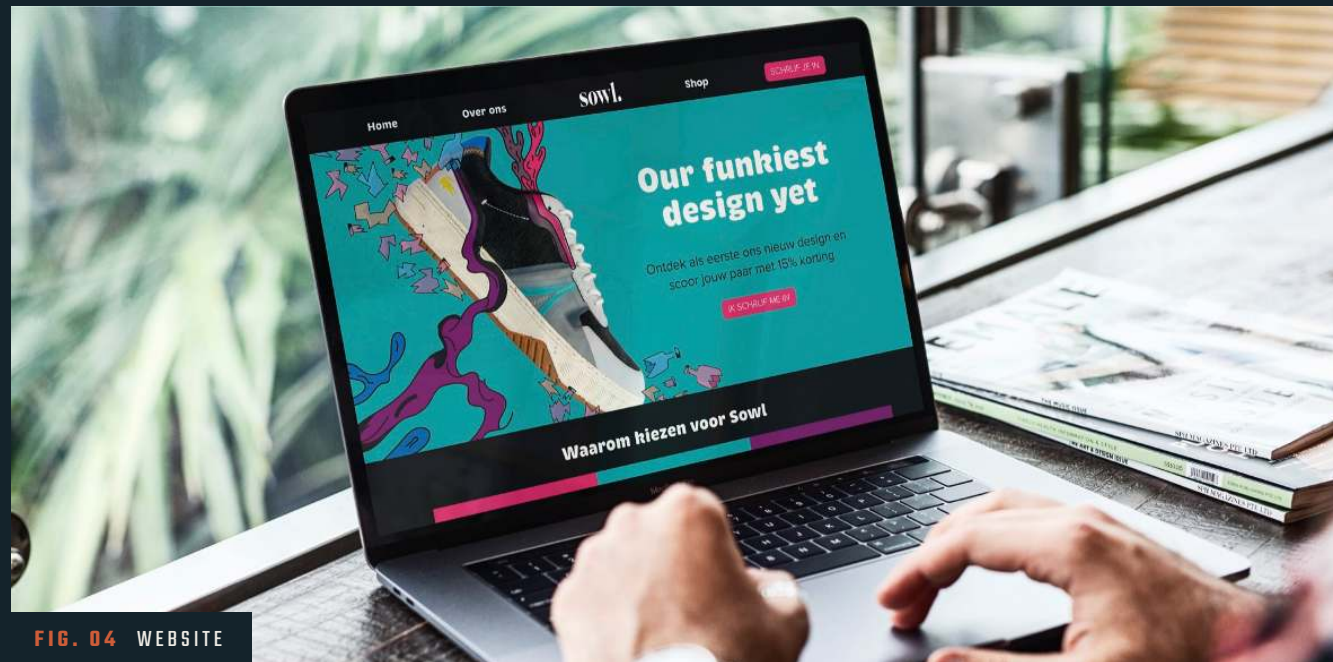


FIG. 04 WEBSITE

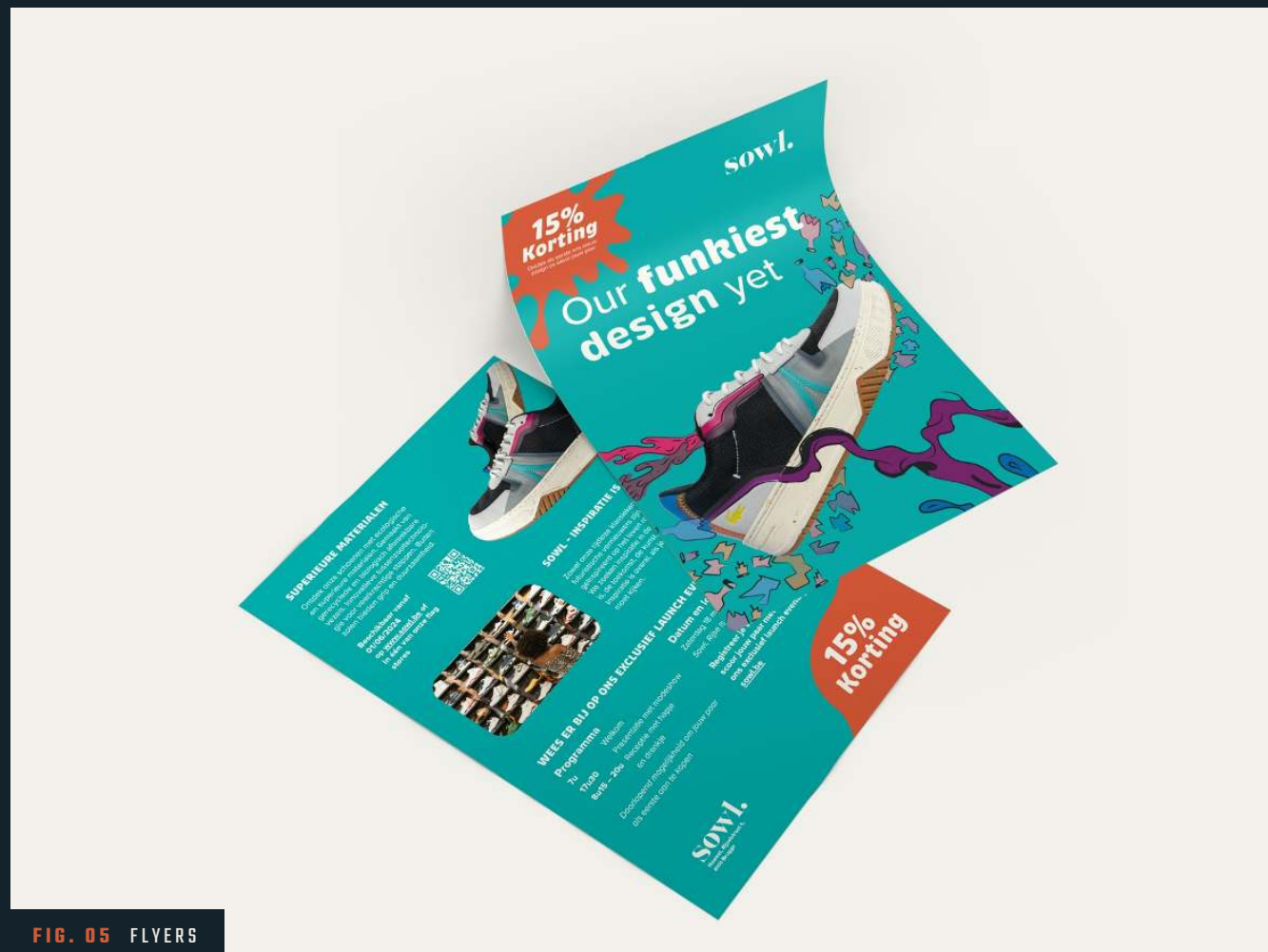


FIG. 05 FLYERS



FIG. 06 SOWL



VOLGEND PROJECT — 03

BOLT&BRUSH →

BOLT&BRUSH

“ONTWERP **DAT INSLAAT.**”

- LOGO
- HUISSTIJL
- DRUKWERK

A DE VRAAG

Ik wilde een merk dat laat zien wie ik als ontwerper ben: stoer, eerlijk en met een tikje rebellie. Geen braaf logo, maar iets dat je onthoudt.

B HET IDEE

Een vuist die een penseel vasthoudt, met een bliksemschicht erdoor. Kracht en ambacht in één beeld. Daarrond bouwde ik een huisstijl in gunmetal, bone en een felle cinnamon.

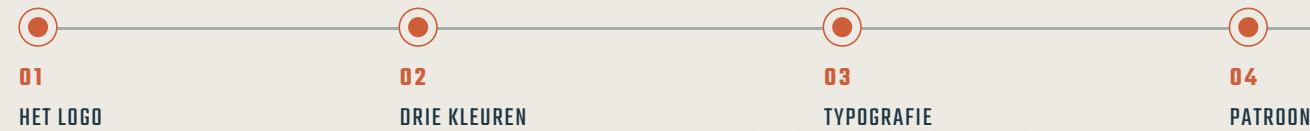
PROJECT	JAAR	ROL	OPLEVERING
Eigen merk	2025	Logo, huisstijl, drukwerk	Logo, huisstijlgids, visitekaartjes, merch, website



FIG. 00 BOLT&BRUSH, HOOFDBEELD

VAN IDEE NAAR RESULTAAT

HET PROCES



01 / 04

HET LOGO

De vuist staat voor durf, het penseel voor het ambacht en de bliksem voor de energie waarmee een ontwerp moet inslaan. Opgebouwd uit hoekige vlakken, zodat het ook klein en in één kleur werkt.



02 / 04

DRIE KLEUREN

Gunmetal is de basis, bone geeft rust en cinnamon komt enkel als accent, zodat het blijft opvallen.



03 / 04

TYPGRAFIE

Teko voor de koppen, hoog en krachtig. Titillium Web voor de lopende tekst, technisch maar vriendelijk.



04 / 04

PATROON

De bliksem als herhalend motief, voor achtergronden, verpakking en de binnenkant van de visitekaartjes.



FIG. 01 VISITEKAARTJES



FIG. 02 MERCH

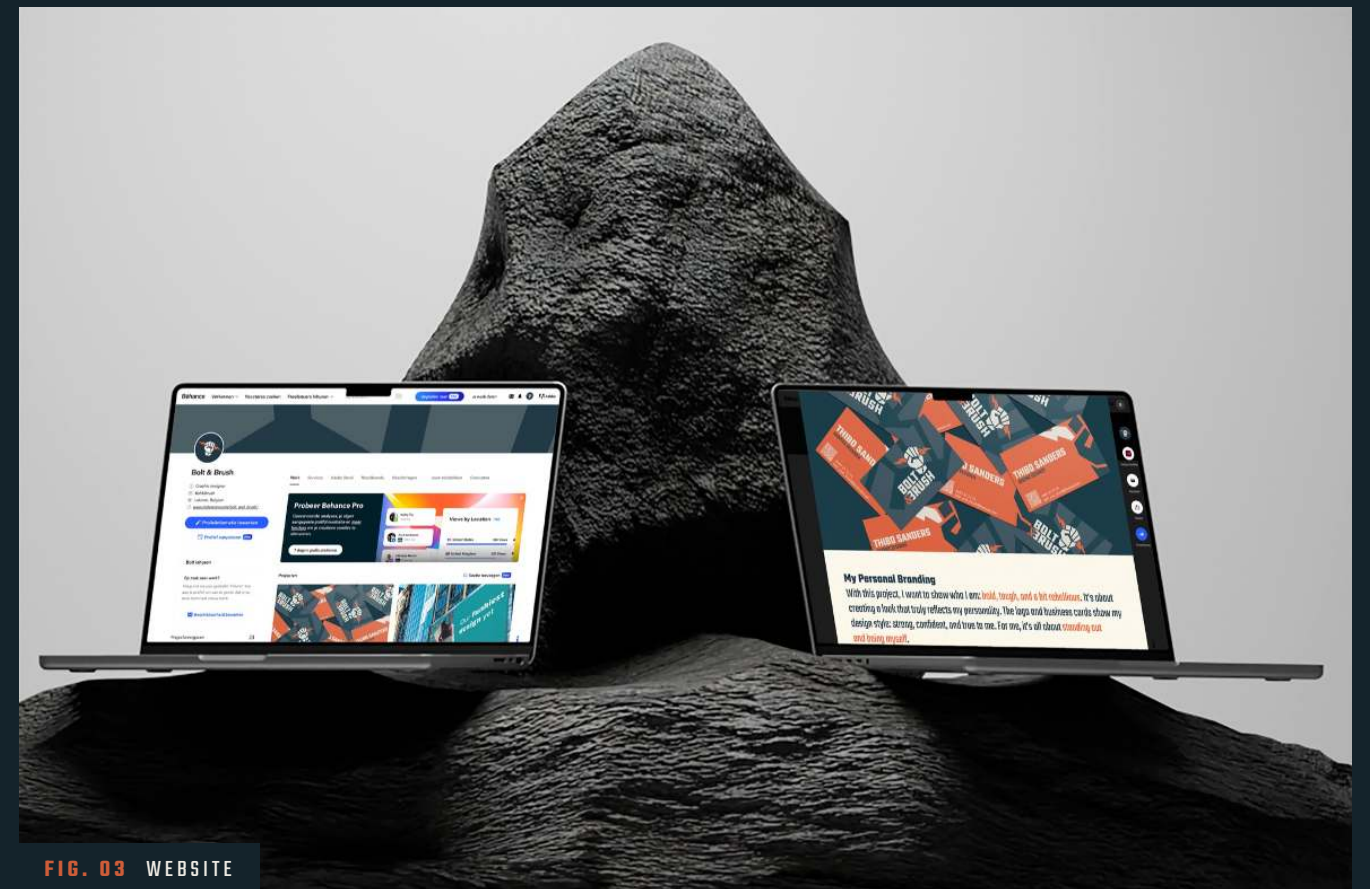


FIG. 03 WEBSITE

HET RESULTAAT

FIG. 01 VISITEKAARTJES

FIG. 02 MERCH

FIG. 03 WEBSITE

FIG. 04 BOLT&BRUSH

FIG. 05 T-SHIRTS

FIG. 06 STICKER



FIG. 04 BOLT&BRUSH



FIG. 05 T-SHIRTS



FIG. 06 STICKER



VOLGEND PROJECT — 04
MIXIFAI →

MIXIFAI

LOGO

DRUKWERK

A DE VRAAG

Een cocktailbar die een merk nodig had voor alles wat op de toog ligt, van het logo tot de shirts van het barteam.

B HET IDEE

Een eenvoudig woordmerk met een shaker als icoon, en een set lijnillustraties van glazen en tools die terugkomen op de menukaart en de shirts.

PROJECT

Cocktailbar

JAAR

2025

ROL

Logo, drukwerk

OPLEVERING

Onderleggers, menukaart, shirts



FIG. 00 MIXIFAI, HOOFDBEELD



FIG. 01 ONDERLEGGER



FIG. 02 BARTENDER



FIG. 03 MENUKAART



VOLGEND PROJECT — 05

SLAP JUICE →

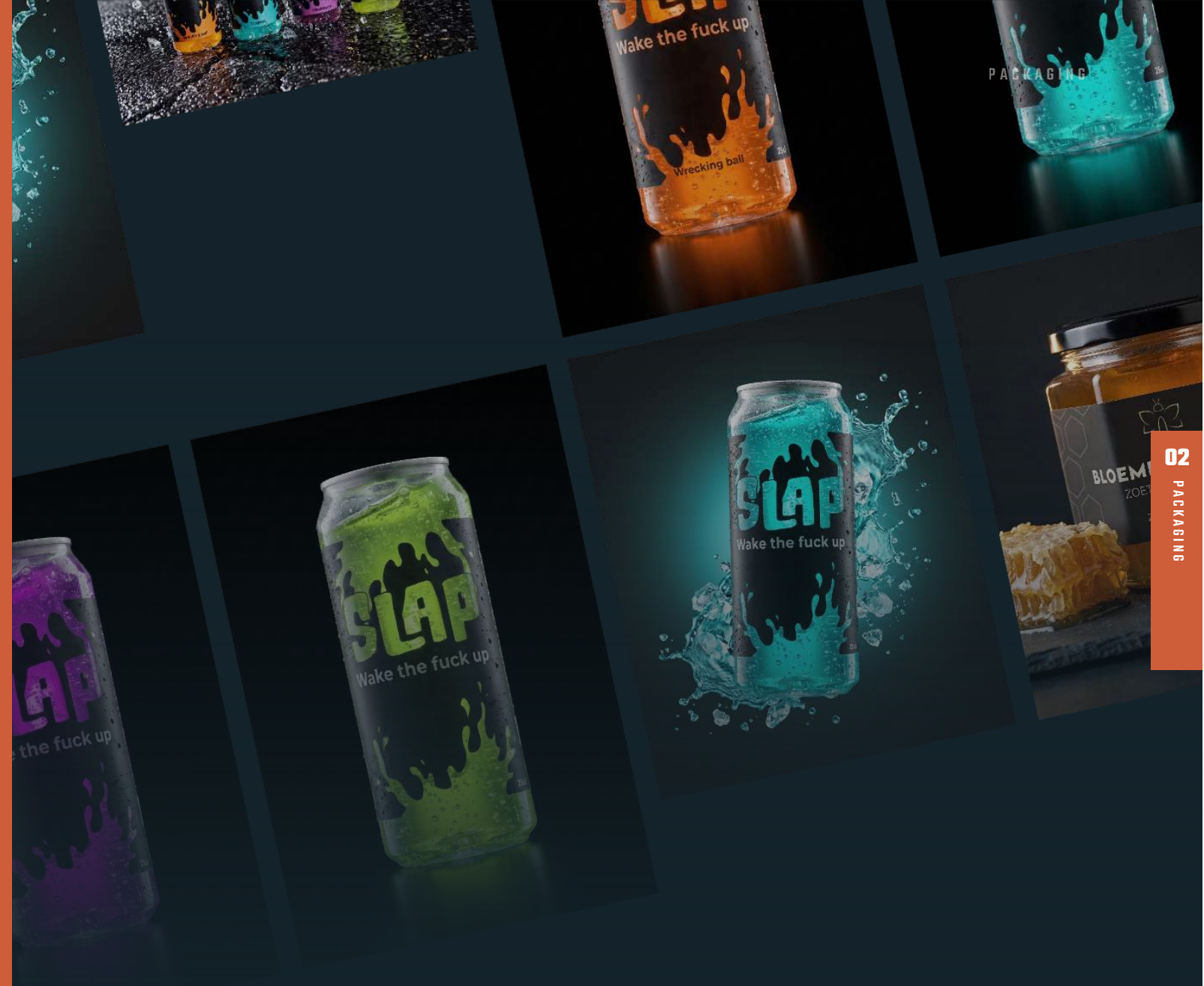
02

02
PACKAGING

HOOFDSTUK 02

PACKAGING

Verpakking die in het rek opvalt en in je hand klopt.



02
PACKAGING

05	SLAP JUICE	P. 40
06	BLOEMENHONING	P. 48
07	REIN	P. 54

SLAP JUICE

“WAKE THE **FUCK UP**”

LOGO

LABEL

PACKAGING

A DE VRAAG

Een energiedrank voor gamers, studenten en designers die een boost willen zonder crash. Plantaardig en weinig calorieën, maar met een smoel die daar niets van laat merken.

B HET IDEE

Een blik dat je wakker slaat. Het label is zwart, met verfspatten en een dik handgetekend logo. Die vlekken zijn niet bedrukt: het blik is van plexiglas, dus de kleur van de drank zelf schijnt erdoor.

PROJECT

Energiedrank Slap Juice

JAAR

2024

ROL

Logo, label, packaging

OPLEVERING

Vier labels en een blikconcept



FIG. 00 SLAP JUICE, HOOFDBEELD

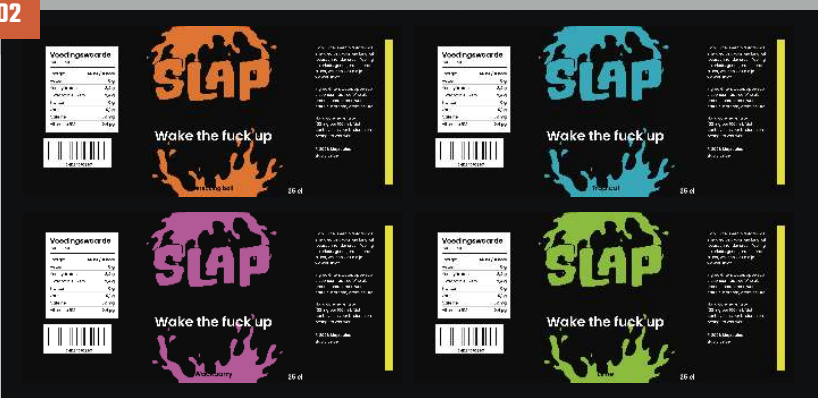
VAN IDEE NAAR RESULTAAT

HET PROCES



01 / 03
HET LOGO

Een dik, scheef woordbeeld dat eruitziet alsof het net tegen de muur is gesmeten. Het moet ook leesbaar blijven als je het blik snel uit de koelkast grijpt.



02 / 03
VIER SMAKEN

Wrecking ball, Tropical, Wackbarry en een limoenversie. Elke smaak krijgt zijn eigen kleur, de rest van het label blijft identiek zodat de reeks in het rek één blok vormt.



03 / 03
DOORZICHTIG BLIK

Omdat het blik van plexiglas is, wordt de drank zelf het tweede kleurvlak. Hoe voller het blik, hoe feller het label. Een leeg blik is meteen ook een herkenbaar object.

“WAKE THE
FUCK UP”



FIG. 01 DE VIER SMAKEN



FIG. 02 WRECKING BALL



FIG. 03 TROPICAL

HET RESULTAAT

FIG. 01 DE VIER SMAKEN

FIG. 02 WRECKING BALL

FIG. 03 TROPICAL

FIG. 04 WACKBARRY

FIG. 05 LIME

FIG. 06 TROPICAL



FIG. 04 WACKBERRY



FIG. 05 LIME



FIG. 06 TROPICAL



VOLGEND PROJECT — 06
BLOEMENHONING



PACKAGING — 2024

BLOEMENHONING

“ZOET VAN BIJ ONS”

LOGO

LABEL

A DE VRAAG

Een label voor de bloemenhoning van een lokale imker. Het moest eerlijk en ambachtelijk aanvoelen, maar ook net dat tikje chiquer dan de gemiddelde pot op de markt.

B HET IDEE

Zwart en goud, met een bij die uit één doorlopende lijn bestaat. Een raster van zeshoeken verwijst naar de raat, zonder dat het een kinderlijk honingpatroon wordt.

PROJECT

Bloemenhoning Zoetemondje

JAAR

2024

ROL

Logo, label

OPLEVERING

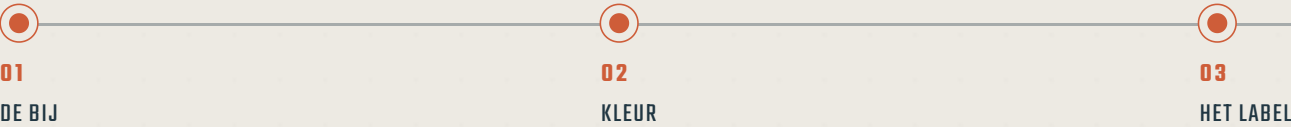
Label voor een pot van 350 g



FIG. 00 BLOEMENHONING, HOOFDBEELD

VAN IDEE NAAR RESULTAAT

HET PROCES



01 / 03 DE BIJ

Eén lijn, geen opvulling. Zo blijft het beeldmerk licht en elegant, en werkt het ook in goudfolie op een klein label.



02 / 03 KLEUR

Zwart geeft rust en laat de honing in de pot zelf de kleur zijn. Goud verbindt het label met wat erin zit.

03



03 / 03 HET LABEL

Bovenaan het merk, in het midden de soort en de belofte, onderaan de naam Zoetemondje en het gewicht. De zeshoeken lopen tot over de rand, zodat ze rond de pot doorlopen.

“ZOET VAN BIJ ONS”



FIG. 01 OP LEISTEEN



FIG. 02 AAN HET ONTBIJT



REIN

07

“EEN GEUR, EEN KLEUR.”

BRANDING

VERPAKKING

A DE VRAAG

Rein maakt shampoobars op maat voor jonge creatievelingen. Het merk moest fris, zacht en uitnodigend aanvoelen, ver weg van klinische cosmetica.

B HET IDEE

Golvende papierlagen in de kleur van elke geur, alsof je door de verpakking heen kijkt. Elke variant krijgt zijn eigen kleurwereld.

PROJECT

Shampoobars op maat

JAAR

2024

ROL

Branding, verpakking

OPLEVERING

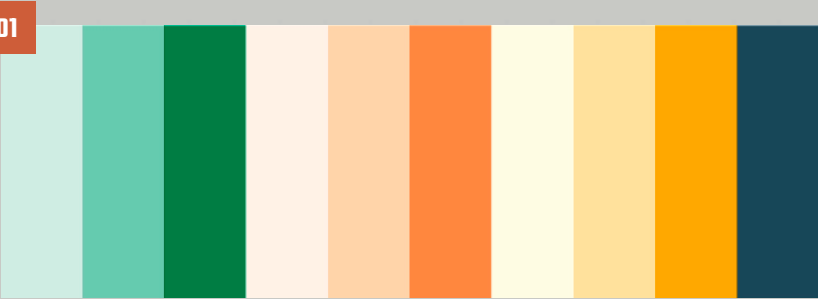
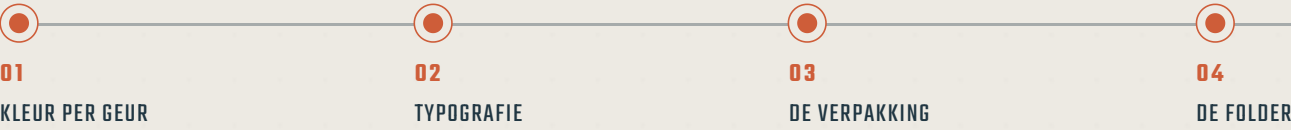
Verpakking, labels, folder, social



FIG. 00 REIN, HOOFDBEELD

VAN IDEE NAAR RESULTAAT

HET PROCES



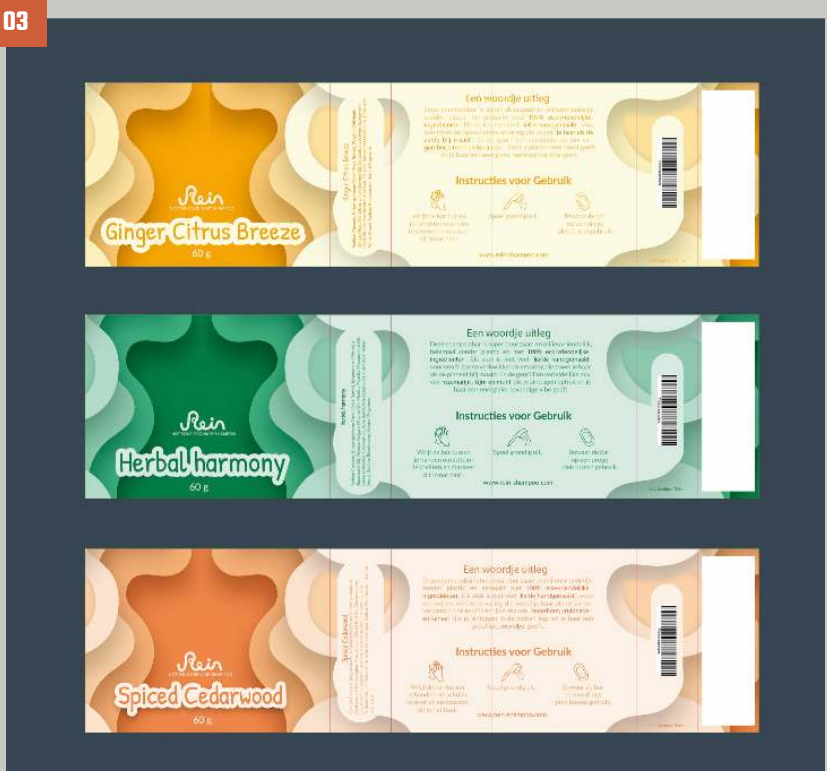
01 / 04 KLEUR PER GEUR

Drie kleurwerelden, elk opgebouwd uit vier tinten van licht naar donker. Zo kan je de golven in lagen stapelen.



02 / 04 TYPOGRAFIE

Patrick Hand voor de naam, met een handgeschreven gevoel. Lato voor alle informatie op de verpakking.



03 / 04 DE VERPAKKING

Een wikkel rond de bar, met de golven aan de voorkant en de ingrediënten en het gebruik op de achterkant.



04 / 04 DE FOLDER

Een folder die uitlegt hoe Rein werkt en welke bar bij welk haar past.



FIG. 01 SPICED CEDARWOOD



FIG. 02 GINGER CITRUS BREEZE



FIG. 03 HERBAL HARMONY

HET RESULTAAT

FIG. 01 SPICED CEDARWOOD

FIG. 02 GINGER CITRUS BREEZE

FIG. 03 HERBAL HARMONY

FIG. 04 DE REEKS

FIG. 05 SOCIAL



FIG. 04 DE REEKS

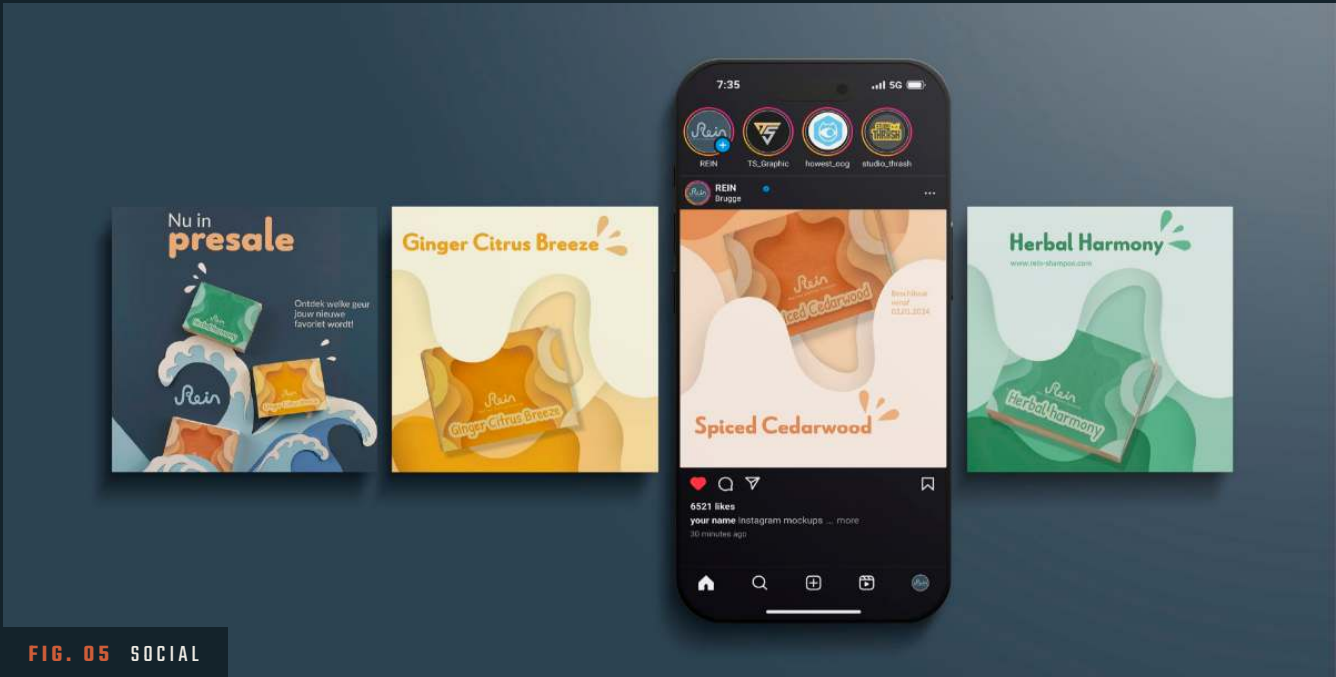


FIG. 05 SOCIAL



VOLGEND PROJECT — 08

PLOT →

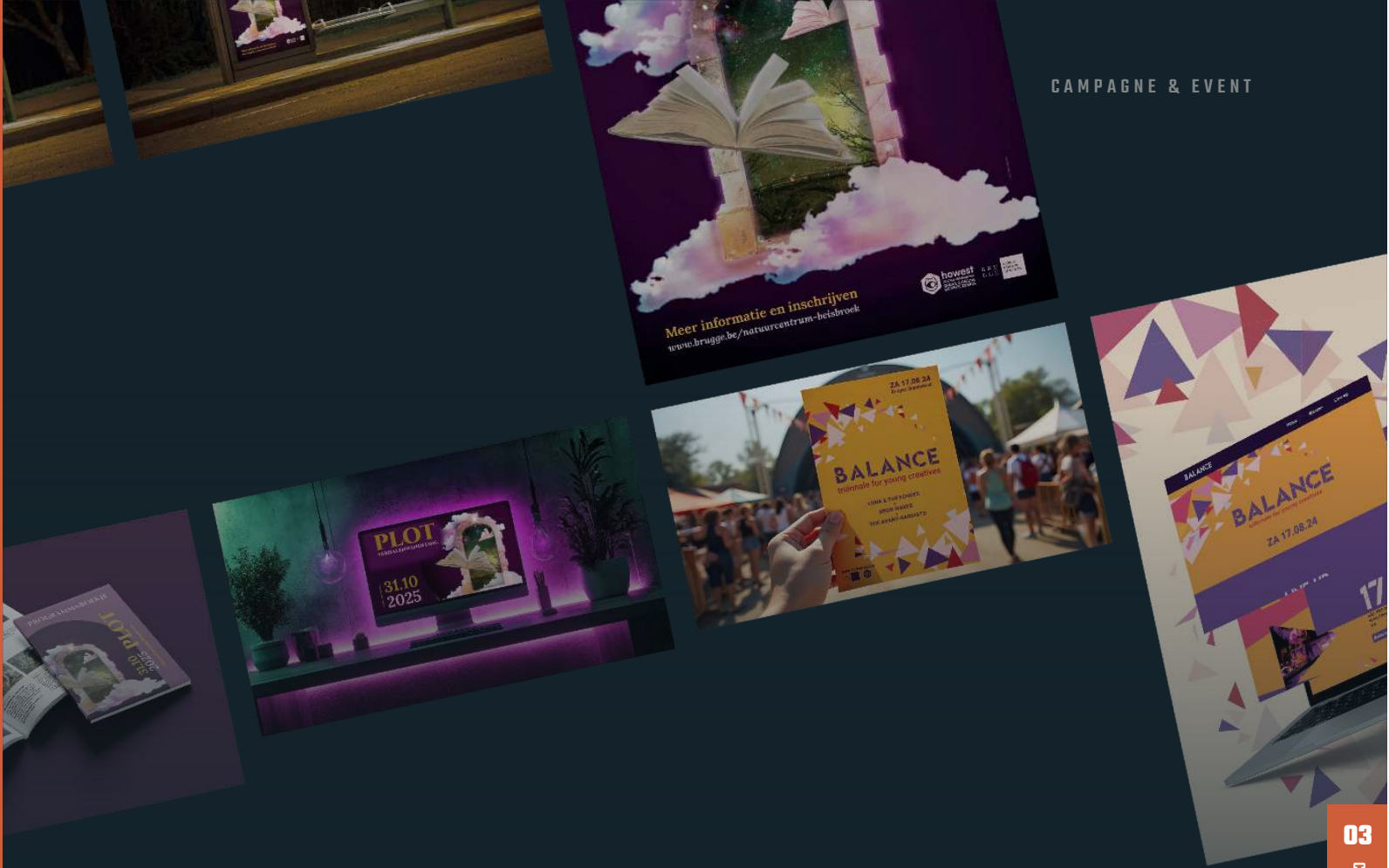
03

03
CAMPAGNE & EVENT

HOOFDSTUK 03

CAMPAGNE & EVENT

Eén sterk beeld dat werkt op affiche, abri, wagen en scherm.



CAMPAGNE & EVENT

03
CAMPAGNE & EVENT

08	PLOT	P. 64
09	BALANCE	P. 72

CAMPAGNE & EVENT — 2025

PLOT08

“VOLG HET LICHT. HET VERHAAL BEGINT.”

- KEYVISUAL
- AFFICHE
- MAGAZINE

A DE VRAAG

Natuurcentrum Beisbroek organiseert een verhalenwandeling bij nacht. De campagne moest jong en oud nieuwsgierig maken naar een avond vol verhalen in het donker.

B HET IDEE

Een poort in het bos die toegang geeft tot een andere wereld. Boeken vliegen eruit, wolken drijven ervoor en het licht komt van ergens achter de boog. Het beeld zegt meteen: hier begint een verhaal.

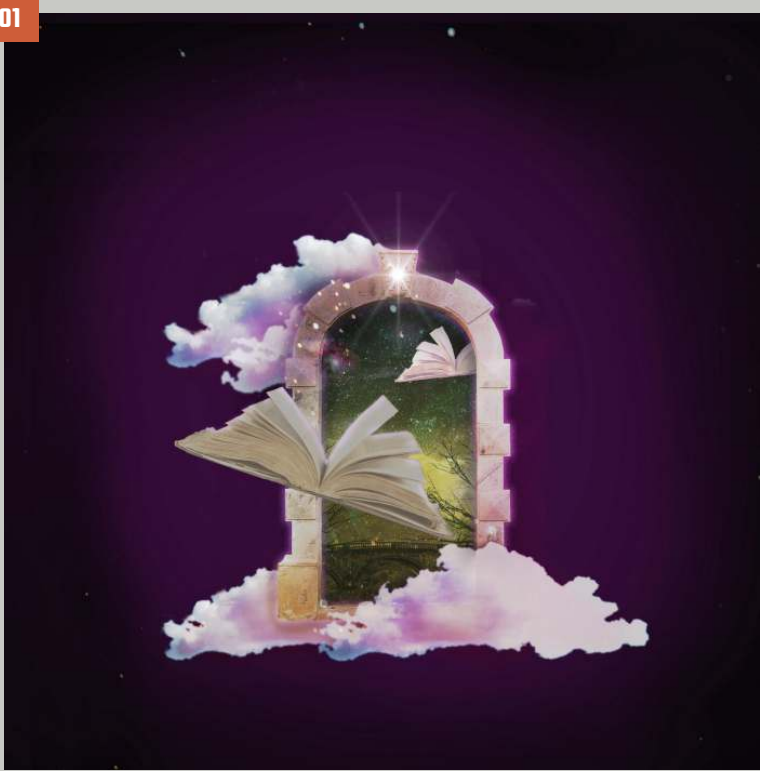
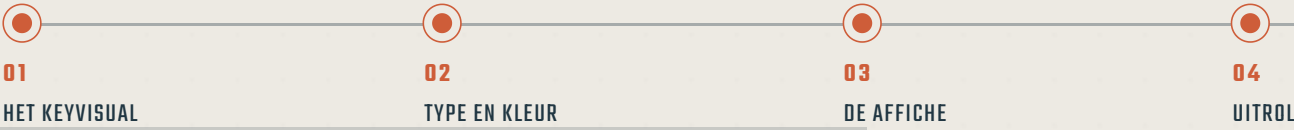
PROJECT	JAAR	ROL	OPLEVERING
Natuurcentrum Beisbroek, Brugge	2025	Keyvisual, affiche, magazine	Affiche, abri, programmaboekje, scherm



FIG. 00 PLOT, HOOFDBEELD

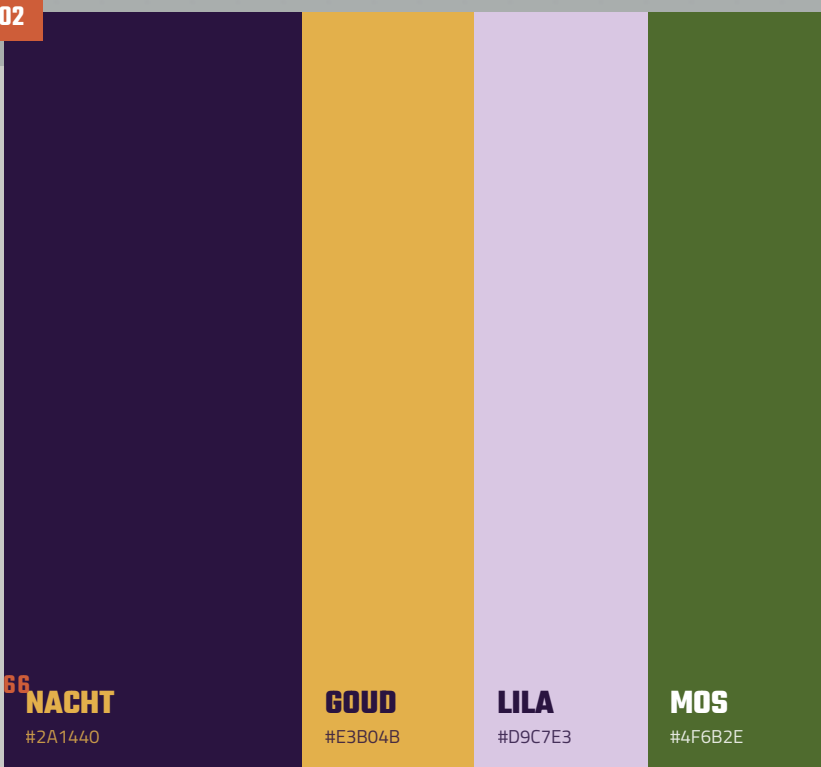
VAN IDEE NAAR RESULTAAT

HET PROCES



01 / 04 HET KEYVISUAL

Opgebouwd in Photoshop uit losse foto's: een stenen boog, een nachtelijk bos, oude boeken en wolken. Alles kreeg dezelfde paarse nachtgloed, zodat het één wereld wordt.



02 / 04 TYPE EN KLEUR

Een klassieke serif in goud geeft het een sprookjesgevoel. De datum staat groot, zodat je hem ook vanop de fiets leest.



03 / 04 DE AFFICHE

Alle praktische info zit onderaan, zodat het beeld bovenaan alle ruimte krijgt. Het logo van Howest, Brugge en het natuurcentrum staan klein maar duidelijk.



04 / 04 UITROL

Hetzelfde beeld werkt op een abri, in het programmaboekje en op het scherm in de inkomhal.



FIG. 01 ABRI

HET
RESULTAAT

FIG. 01 ABRI

FIG. 02 AFFICHE

FIG. 03 IN DE STRAAT

FIG. 04 PROGRAMMABOEKJE

FIG. 05 SCHERM INKOMHAL



FIG. 02 AFFICHE



FIG. 03 IN DE STRAAT



FIG. 04 PROGRAMMABOEKJE



FIG. 05 SCHERM INKOMHAL



VOLGEND PROJECT — 09
BALANCE →

CAMPAGNE & EVENT — 2024

BALANCE

“VAN KUNSTWERK TOT FESTIVAL.”

AFFICHE

WEBSITE

AUTOBELETTERING

03

CAMPAGNE & EVENT

A DE VRAAG

Balance is een festival voor jonge creatieven, geïnspireerd op een kunstwerk van de Triënnale Brugge. De energie van die installatie moest een eigen beeldtaal krijgen.

B HET IDEE

Driehoeken in paars, geel en roze die als confetti over elke drager vallen. Het ritme van het kunstwerk wordt het ritme van het festival.

PROJECT

Festival Balance

JAAR

2024

ROL

Affiche, website,
autobelettering

OPLEVERING

Affiche, flyer, website, wagen



BALANCE — CAMPAGNE & EVENT — 2024

03

CAMPAGNE & EVENT

FIG. 00 BALANCE, HOOFDBEELD



VAN IDEE NAAR RESULTAAT

HET PROCES



01 / 03 INSPIRATIE EN TYPE

Het vertrekpunt was een installatie van de Triënnale. Quantum voor de titel, rond en ritmisch, en Roboto voor de info.



02 / 03 KLEUR

Paars en geel als basis, met roze tinten die de driehoeken diepte geven.



03 / 03 BELETTERING

De driehoeken lopen rond de bestelwagen, zodat hij van elke kant herkenbaar is als hij door de stad rijdt.

“VAN KUNSTWERK TOT FESTIVAL.”



FIG. 01 WEBSITE



FIG. 02 DE WAGEN



FIG. 03 AFFICHE EN WAGEN



FIG. 04 BELETTERING





HOOFDSTUK 04

EDITORIAL & ILLUSTRATIE

Magazines, beeldverhalen en illustratie met ritme en verhaal.



10	PRINTPOWER	P. 80
11	LIFE OF...	P. 84
12	ANIMAL	P. 90

EDITORIAL & ILLUSTRATIE — 2024

PRINTPOWER

EDITORIAL DESIGN

OVER DIT PROJECT

Printpower is een gids doorheen druktechnieken, van traditioneel tot de nieuwste methodes. Een strak, ritmisch magazine met een duidelijke hiërarchie, zodat technische kennis toegankelijk wordt. Paars en fluo roze houden het levendig, het grid houdt het leesbaar.

PROJECT	JAAR	ROL	OPLEVERING
Magazine	2024	Editorial design	Magazine van 24 pagina's



FIG. 00 PRINTPOWER, HOOFDBEELD

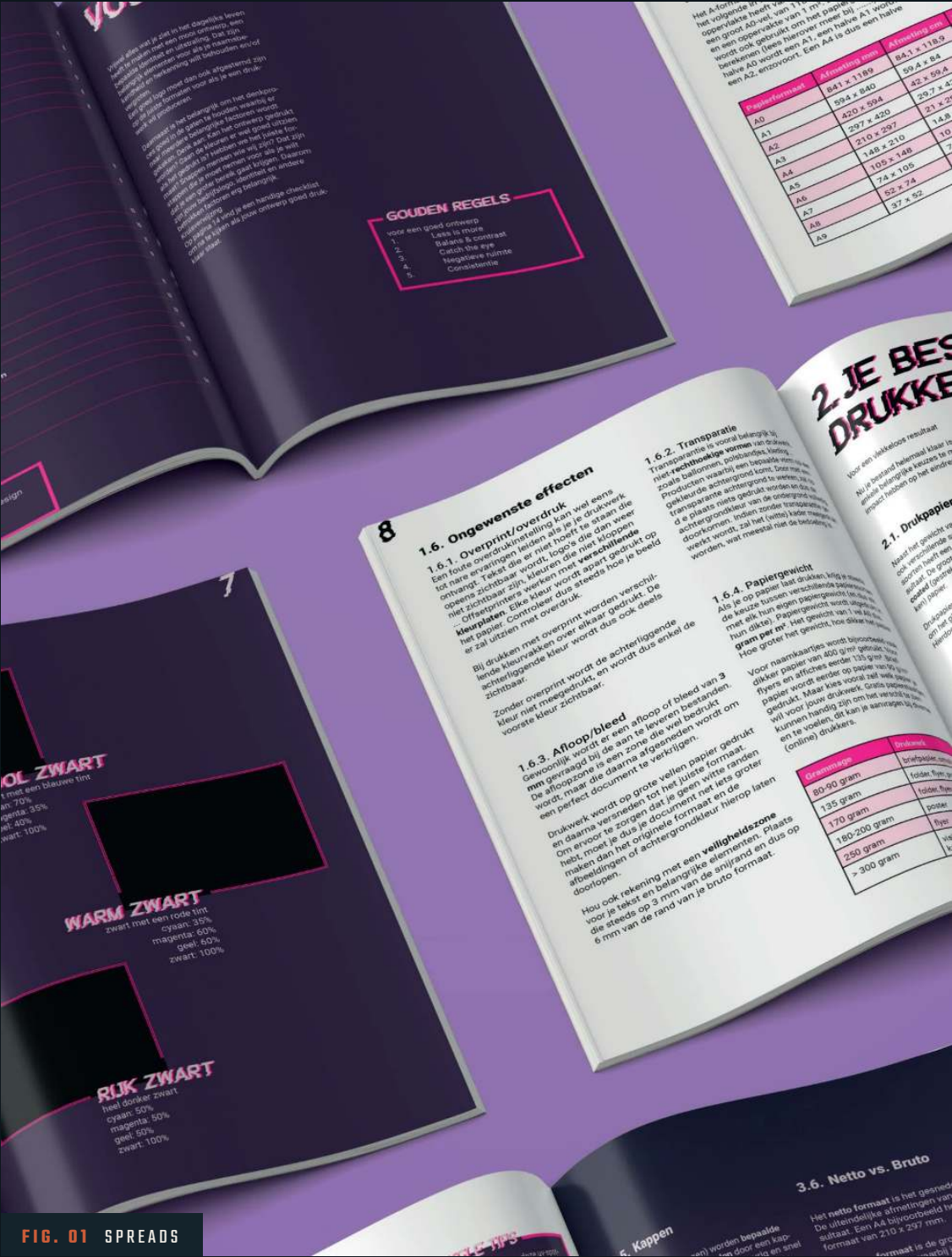


FIG. 01 SPREADS



FIG. 02 PRINTPOWER



FIG. 03 IN DE HAND



FIG. 04 PRINTPOWER

EDITORIAL & ILLUSTRATIE — 2024

LIFE OF...

ILLUSTRATIE

STORYTELLING

OVER DIT PROJECT

Ga mee op zoek naar de Steen van Geluk van de legendarische Gouden Slang. Een avontuur vol obstakels, geheimen en spanning, verteld in een reeks samenhangende illustraties. Het groene licht van de steen is het enige felle punt in een wereld van nachtblauw.

PROJECT	JAAR	ROL	OPLEVERING
Illustratie en verhaal	2024	Illustratie, storytelling	Reeks beelden



FIG. 00 LIFE OF..., HOOFDBEELD



FIG. 01 HET VERTREK



FIG. 02 DE STEEN

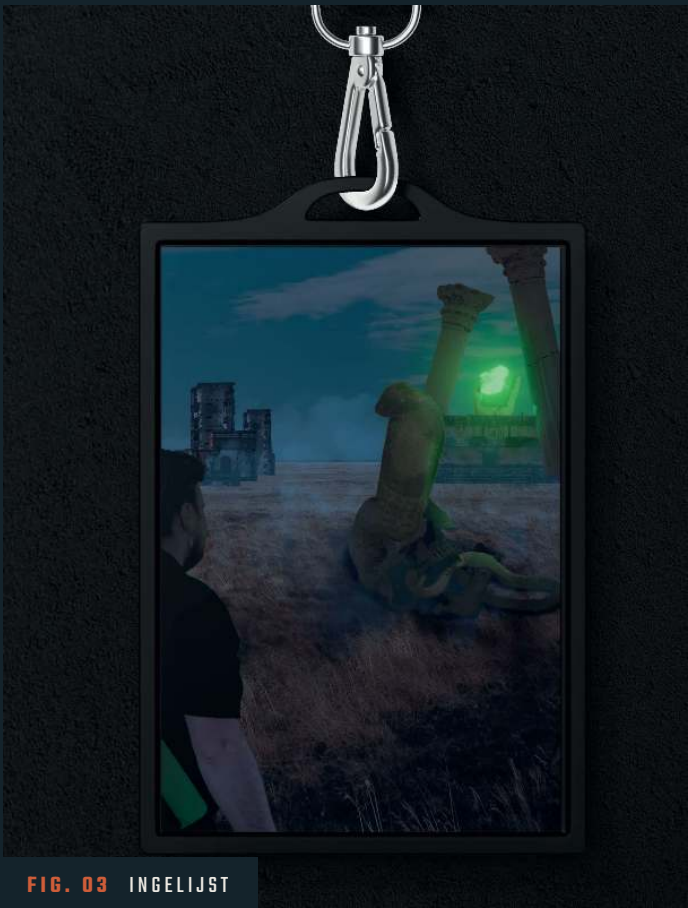


FIG. 03 INGELIJST

DE BEELDEN

- FIG. 01 HET VERTREK
- FIG. 02 DE STEEN
- FIG. 03 INGELIJST

- FIG. 04 IN HET STATION
- FIG. 05 ALS KAART



FIG. 04 IN HET STATION



FIG. 05 ALS KAART



VOLGEND PROJECT — 12

ANIMAL →

EDITORIAL & ILLUSTRATIE — 2024

ANIMAL

ILLUSTRATIE

OVER DIT PROJECT

De Koedoe-poster brengt rust en kleur in elke ruimte. Symmetrische vormen en een gebalanceerd palet van oranje, salie en petrol maken van een woonkamer of slaapkamer meteen een plek met karakter.

PROJECT	JAAR	ROL	OPLEVERING
Wandposter	2024	Illustratie	Poster



FIG. 00 ANIMAL, HOOFDBEELD



FIG. 01 ALS MUURSCHILDING



FIG. 02 IN DE RUIMTE



FIG. 03 INGELIJST



FIG. 04 ALS PRINT

DE BEELDEN

FIG. 01 ALS MUURSCHILDING

FIG. 03 INGELIJST

FIG. 02 IN DE RUIMTE

FIG. 04 ALS PRINT



VOLGEND PROJECT — 13
PRODUCT →



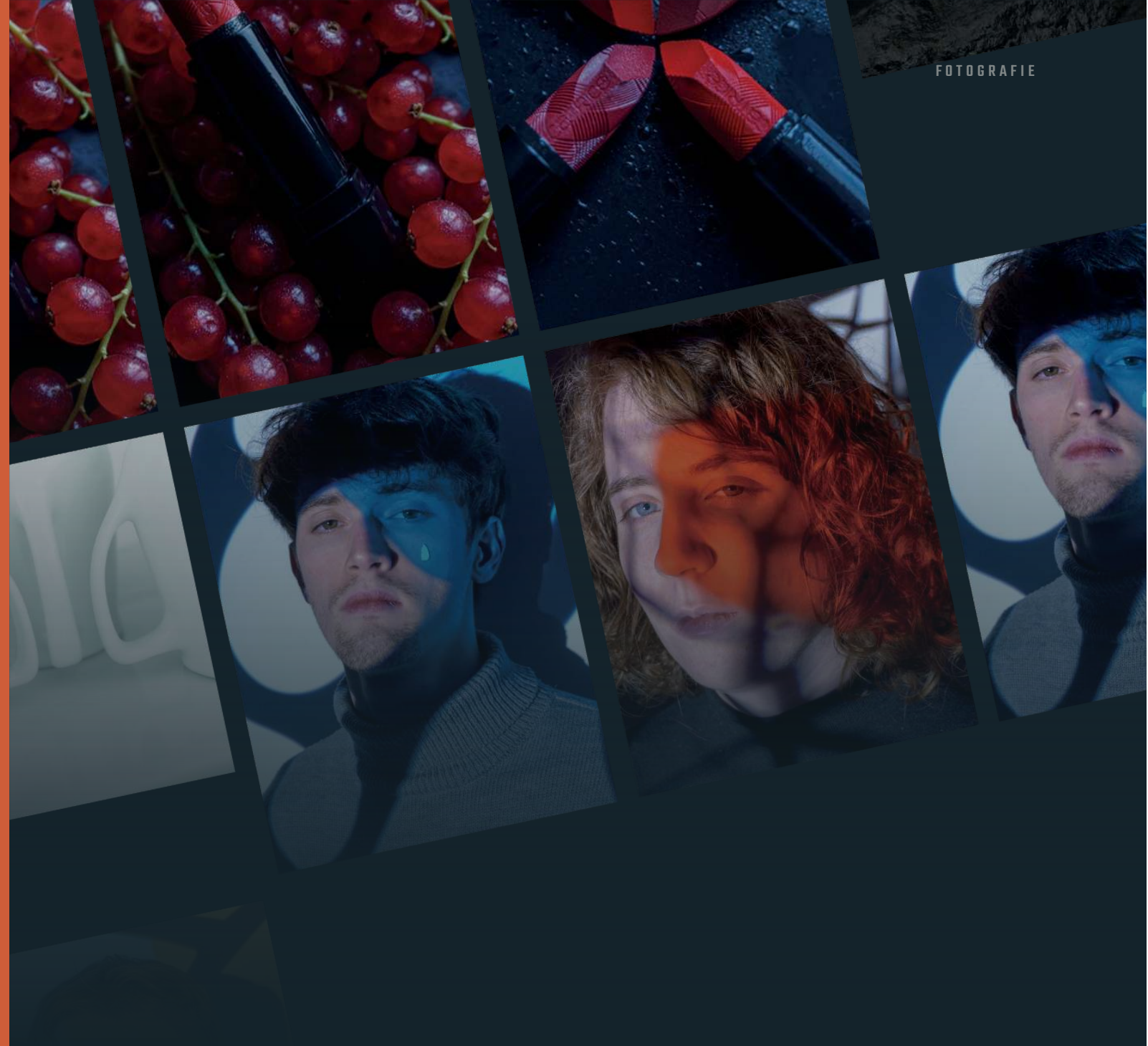
05

FOTOGRAFIE

HOOFDSTUK 05

FOTOGRAFIE

Product, portret en de stad bij nacht. Licht als materiaal.



FOTOGRAFIE

13 PRODUCT

P. 96

14 LINES

P. 100

15 CITY AWAKES

P. 104

16 POETRY OF LIGHT

P. 110

05

FOTOGRAFIE

FOTOGRAFIE — 2024

PRODUCT

FOTOGRAFIE

OVER DIT PROJECT

Productfotografie waarin ik telkens het detail, de textuur en het karakter van het product zoek. Elke foto is opgebouwd met gecontroleerd licht en een strakke compositie.

PROJECT	JAAR	ROL	OPLEVERING
Productfotografie	2024	Fotografie	Reeks



FIG. 00 PRODUCT, HOOFDBEELD



FIG. 01 LIPPENSTIFT



FIG. 02 PRODUCT



FIG. 03 PARFUM



FIG. 04 PORSELEIN



VOLGEND PROJECT — 14

LINES →

DE BEELDEN

FIG. 01 LIPPENSTIFT

FIG. 03 PARFUM

FIG. 02 PRODUCT

FIG. 04 PORSELEIN

FOTOGRAFIE — 2024

LINES



FOTOGRAFIE

OVER DIT PROJECT

Emoties gevangen met projectiefotografie. Een gekleurd patroon van licht en schaduw valt over het gezicht en legt iets bloot van wat iemand voelt.

PROJECT	JAAR	ROL	OPLEVERING
Portretreeks	2024	Fotografie	Reeks



LINES — FOTOGRAFIE — 2024

FIG. 00 LINES, HOOFDBEELD



FIG. 01 LINES



FIG. 02 LINES



FIG. 03 LINES



FIG. 04 LINES



VOLGEND PROJECT — 15

CITY AWAKES



DE BEELDEN

FIG. 01 LINES

FIG. 02 LINES

FIG. 03 LINES

FIG. 04 LINES

FOTOGRAFIE — 2024

CITY AWAKES

FOTOGRAFIE

OVER DIT PROJECT

L okeren in de vroege ochtend: zachte tinten, kleine details en een stad die langzaam wakker wordt. Elk beeld vangt het moment waarop de stilte breekt.

PROJECT	JAAR	ROL	OPLEVERING
Fotoreeks Lokeren	2024	Fotografie	Reeks



FIG. 00 CITY AWAKES, HOOFDBEELD



FIG. 01 CITY AWAKES



FIG. 02 CITY AWAKES



FIG. 03 CITY AWAKES

DE BEELDEN

- FIG. 01 CITY AWAKES
- FIG. 02 CITY AWAKES
- FIG. 03 CITY AWAKES

- FIG. 04 CITY AWAKES
- FIG. 05 CITY AWAKES
- FIG. 06 CITY AWAKES



FIG. 04 CITY AWAKES



FIG. 05 CITY AWAKES



CITY AWAKES

VOLGEND PROJECT — 16

POETRY OF LIGHT



FOTOGRAFIE — 2024

POETRY OF LIGHT

FOTOGRAFIE

OVER DIT PROJECT

Gent bij nacht, waar het licht niet alleen de straten verlicht maar ook de verhalen erin. Een reeks in zwart-wit over de stad na zonsondergang.

PROJECT	JAAR	ROL	OPLEVERING
Fotoreeks Gent	2024	Fotografie	Reeks in zwart-wit



FIG. 00 POETRY OF LIGHT, HOOFDBEELD



FIG. 01 GRASLEI



FIG. 02 POETRY OF LIGHT

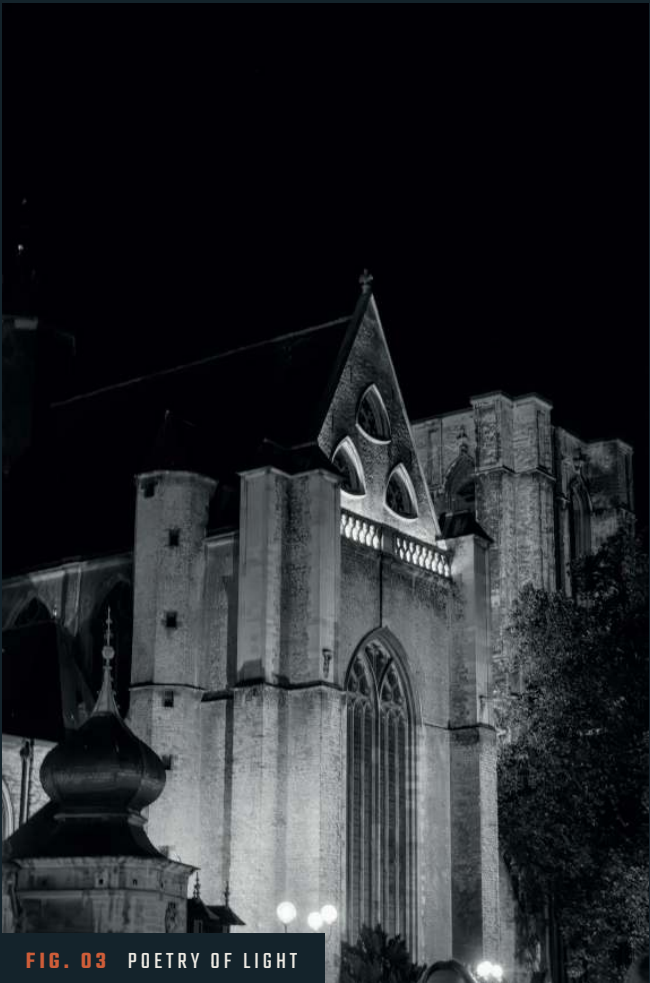


FIG. 03 POETRY OF LIGHT

DE BEELDEN

FIG. 01 GRASLEI

FIG. 02 POETRY OF LIGHT

FIG. 03 POETRY OF LIGHT

FIG. 04 POETRY OF LIGHT

FIG. 05 POETRY OF LIGHT



FIG. 04 POETRY OF LIGHT



FIG. 05 POETRY OF LIGHT

EINDE

BEDANKT →