



PRAXISLEITFADEN / AUSGABE 2026

Behalten Sie das Hero. Geben Sie uns die **sechzig Bilder dahinter.**

Wie ein Inhouse-Markenteam ein externes Studio in der Launch-Spitze nutzt: was Sie behalten, was Sie abgeben, ein kalkuliertes Überlauf-Set und die Übergabe, die über Ihren Look entscheidet.

HIER ANFANGEN

Die Spitze kommt, bevor die Hilfe da ist

Ein Inhouse-Studio ist für den normalen Monat dimensioniert. Dann kommt ein Launch: neue Produkte, jede Farbvariante, Lifestyle-Szenen, Dateien für die Website und für Handelspartner, alles zum selben Termin. Das Team braucht keinen neuen Art Director. Es braucht mehr Hände hinter dem, den es hat.

Teams machen hier meist einen von zwei Fehlern. Sie suchen Hilfe erst, wenn die Spitze schon begonnen hat, und die erste Woche geht damit drauf, Leuten den Look zu erklären, die ihn nie gesehen haben. Oder sie geben den falschen Teil ab: Das Hero-Bild, das ihnen am wichtigsten ist, geht ans externe Studio, während das eigene Team den Launch mit Packshots und Farbvarianten verbringt, die am leichtesten abzugeben wären. Beides kostet Geld, und das Zweite kostet die beste Arbeit der Marke.

WAS IHR TEAM BEHÄLT	WAS SIE EINEM STUDIO GEBEN
01 Die Art Direction und das Hero-Bild	Die Range dahinter: Perspektiven, Farbvarianten, Details, Lifestyle-Frames.
02 Den Look, wie Ihr Team ihn definiert	Ein fertiges Rendering im Markenlook als Vorlage, und die Szenendatei, falls vorhanden.
03 Die finale Freigabe, im eigenen Review-Tool	Entwürfe direkt in dieses Tool geliefert, in Ihrer Benennung, in Ihren Größen.
04 Die Markenrichtlinien	Die Seiten, die für Produktbilder gelten, und die Regeln, die nie gebeugt werden.

Onboarden Sie zwischen den Spitzen, nicht mittendrin.

Die teuerste externe Hilfe ist die, die in Eile gefunden wird. Ein kleiner Auftrag in einem ruhigen Monat lehrt ein Studio Ihren Look, und der nächste Launch beginnt am ersten Tag statt in Woche zwei.



Maverick Frame Produktionsrendering.

DAS ÜBERLAUF-SET

Eine Launch-Spitze, Position für Position

Ein Komposit aus dem Launch-Überlauf, den Inhouse-Teams an uns geben: sechs neue Produkte, sechzig Bilder und eine 3D-Datei von jedem, kalkuliert zu unserem veröffentlichten Satz von \$45 pro Stunde. Ihr Team behält die Hero-Shots. Zeile 01 wird einmal bezahlt und dient jedem späteren Launch.

	POSITION	BASIS	BEI \$45 PRO STUNDE
01	Style-Match: eines Ihrer Renderings mit Ihrem Licht, Objektiv und Grading nachgebaut	12 h, einmal	\$540
02	Produktmodelle aus Ihrem CAD, sechs Produkte	6 x 8 h	\$2.160
03	Packshots auf Ihrem Hintergrund, je drei Perspektiven	18 x 3 h	\$2.430
04	Farbvarianten, zwei pro Produkt, frontal und Dreiviertel	24 x 0,5 h	\$540
05	Lifestyle-Frames in den Settings Ihrer Marke	6 x 10 h	\$2.700
06	Detail-Close-ups: Materialien, Verschlüsse, Texturen	12 x 2 h	\$1.080
07	3D-Dateien für Web- und AR-Viewer, GLB und USDZ	6 x 3 h	\$810
08	Lieferung nach Ihrer Dateispezifikation: Benennung, Größen, Farbprofil	8 h	\$360
	Style-Match, Zeile 01, einmal bezahlt		\$540
	Launch-Produktion, Zeilen 02-08, 224 Stunden		\$10.080
	Die Launch-Spitze, 236 Stunden zu \$45		\$10.620
	Dieselben 236 Stunden im Abo ab \$35		ab \$8.260

Wer was macht. Ihr Team behält die sechs Heroes. Die sechzig Bilder dahinter kommen zu uns.

BILDTYP	ANZAHL	WER ES MACHT
Hero-Bilder für den Launch	6	Ihr Team
Packshots, Farbvarianten und Close-ups	54	Das Studio, nach Ihrer Spezifikation
Lifestyle-Frames	6	Das Studio, nach Ihrer Art Direction

Zeile 01 ist die günstigste Versicherung im Set.

Zwölf Stunden, in denen eines Ihrer fertigen Renderings nachgebaut wird, bedeuten, dass schon der erste Entwurf nach Ihrer Marke aussieht. Ohne sie geht die erste Korrekturrunde auf den Look statt auf die Produkte.

FEHLER

Fehler auf Ihrer Seite des Tisches

Inhouse-Teams kennen ihre Marke besser als jede Agentur, und das sieht man ihren Briefings an. Was fehlt, ist die Übergabe: die Dateien, Tools und Regeln, die das Team jeden Tag nutzt, ohne sie je aufzuschreiben.

WAS INHOUSE-MARKENTEAMS SCHREIBEN	WAS SIE STATTDESSEN SCHREIBEN
01 „Treffen Sie unseren Markenlook“	Schicken Sie ein fertiges Rendering, das Sie für markengerecht halten, und seine Szenendatei, falls es sie gibt. Wir bauen es zuerst nach.
02 „Richtlinien anbei“ (das ganze Brandbook)	Die Seiten, die für Produktbilder gelten: Hintergründe, Schatten, Anschnitte, Farbe, was nie vorkommt.
03 „Lieferung wie immer“	Die Dateispezifikation: Formate, Pixelgrößen, Farbprofil, Benennung, Transparenz und wohin die Dateien hochgeladen werden.
04 „Feedback kommt vom Team“	Laden Sie uns in Ihr Review-Tool ein und nennen Sie die eine Person, deren Freigabe eine Runde schließt.
05 „Rund um den Launch brauchen wir Hilfe“	Buchen Sie die Termine jetzt und schicken Sie ein Produkt für ein Testrendering, solange nichts drängt.
06 „CAD kommt noch von der Entwicklung“	Schicken Sie, was heute existiert, und markieren Sie, was sich ändert: Form, Farbe, Etikett. Wir modellieren den aktuellen Stand und aktualisieren.
07 Nichts zu Quelldateien	Sagen Sie, ob Sie Modelle und Szenen zurückhaben wollen, und in welcher Software. Das ist eine Frage des Umfangs, kein Nachgedanke.

Ihre Art Direction, unsere Stunden.

Wir arbeiten hinter Ihrem Team, nicht daneben. Ihr Art Director setzt den Look und gibt frei; wir antworten dieser Person, in Ihrem Tool, nach Ihrem Zeitplan, und nichts trägt unseren Namen.



Maverick Frame Produktionsrendering.

DIE EINE SEITE

Was Inhouse-Teams uns tatsächlich schicken

Die Markenteams, deren Logos auf unseren Service-Seiten stehen, schicken keine Produktionsspezifikationen. Für eine Launch-Spitze schicken sie etwas in dieser Art, mit einem Ordnerlink, und das reicht für ein Angebot und um mit dem Style-Match zu beginnen.

01	Der Launch	Produkte, Anzahl der SKUs, Launchtermin.
02	Der Look	Ein markengerechtes Rendering, und seine Szenendatei, falls vorhanden.
03	Die Aufteilung	Was Ihr Team behält, was wir übernehmen.
04	Produktdateien	CAD, Muster oder Oberflächencodes, und was final ist.
05	Die Bildliste	Anzahl pro Typ: Packshots, Farbvarianten, Lifestyle.
06	Die Dateispezifikation	Formate, Größen, Farbprofil, Benennung.
07	Review	Ihr Review-Tool und die eine Person, die freigibt.
08	Markenregeln	Die Bildseiten der Richtlinien.
09	Die Termine	Erste Entwürfe, interne Abnahme, Launch.
10	Quelldateien	Ob Sie die Modelle zurückwollen, und in welchem Format.

Klein anfangen, in einem ruhigen Monat

Ein Produkt, ein Packshot, ein Lifestyle-Frame. Das testet Look, Dateispezifikation und Review-Schleife, bevor irgendetwas drängt.

Die nächste Spitze reservieren

Wenn Launches nach Kalender kommen, hält ein Abo ab \$35 pro Stunde Kapazität für die Wochen frei, von denen Sie schon wissen, dass sie voll werden.

WAS ES KOSTET

Marktpreise und Konditionen, mit denen Sie jedes Angebot prüfen

Spannen, wie wir sie 2026 im Markt sehen, vom Freiberufler bis zum Studio. Nutzen Sie sie, um jedes Angebot zu prüfen, auch unseres.

BEAUFTRAGTE ARBEIT	FREIBERUFLICH	STUDIO
Außenvisualisierung, einzeln	\$100 - 300	\$250 - 600
Innenvisualisierung, einzeln	\$120 - 350	\$300 - 700
Paket, 5 - 8 Ansichten	\$600 - 1.500	\$1.500 - 4.000
Animation, pro Minute	\$1.000 - 3.000	\$3.000 - 8.000

Unsere Standardfristen und Korrekturregeln. Sie gelten für jedes Angebot, sofern ein Projekt nichts anderes verlangt, und das sagen wir, bevor die Arbeit beginnt.

PHASE ODER LEISTUNG	STANDARD BEI MAVERICK FRAME
Erster Entwurf eines Standbilds	3 bis 5 Arbeitstage ab vollständigem Briefing
Fertige Standbilder, Paket mit 5 - 8	2 bis 3 Wochen, Entwürfe inbegriffen
Animation bis zu einer Minute	4 bis 6 Wochen, zuerst Storyboard und Vorschau
Enthaltene Korrekturrunden	Zwei in der Entwurfsphase, eine am finalen Bild
Was als Runde zählt	Eine zusammengeführte Liste von Anmerkungen, auf einmal geschickt
Eilauftrag	Halbe Zeit für rund 40 % Aufpreis, wenn der Zeitplan es zulässt

Binden Sie ein Studio, bevor der Termin brennt

Die teuersten Projekte, die wir sehen, sind nicht die schlecht gebrieften. Es sind die, die in Panik gebrieft wurden, nachdem der erste Dienstleister gescheitert war und der Starttermin sich nicht verschoben hat. Prüfen Sie ein oder zwei Studios, solange nichts drängt.

Ein Wort zu Inhouse: Ein einzelner 3D-Artist braucht rund zehn Software-Abonnements, eine Workstation und eine Reihe angrenzender Fähigkeiten, von Modellierung und Licht bis zu Postproduktion und Kundenkommunikation. Das rechnet sich nur, wenn diese Person jeden Tag ausgelastet ist. Darunter spricht die Rechnung von allein für das Outsourcing.

NÄCHSTER SCHRITT

Schicken Sie uns Ihr bestes Rendering

Ein fertiges Bild im Markenlook, das CAD dahinter, Ihre Dateispezifikation und das Launch-Briefing, das es schon gibt, in welchem Zustand auch immer. Sie bekommen Leistungsumfang, Preis und die Fragen, auf die es ankommt - als schriftliche Antwort, nicht als Verkaufsgespräch.

Das Kontaktformularmaverickframe.com/contacts/

CGI für Agenturenmaverickframe.com/de/loesungen/marketing-agenturen/

Oder einfach[auf die E-Mail antworten, mit der dieser Leitfaden kam.](#)

Geschrieben von denen, die diese Briefings lesen

Dim Kuzmenko ist Gründer von Maverick Frame Studio. Die Zahlen in diesem Leitfaden stammen aus unserem eigenen Posteingang und unserer eigenen Preisliste, nicht aus einer Branchenumfrage.