

PRAXISLEITFADEN / AUSGABE 2026

Zwölf Farben. Drei Küchen. Ein Modell.

Der Lifestyle-Renderplan für einen Geräte-Launch: welche Küchen, welche Winkel, welche Farben, und was der ganze handelsfertige Satz zu Studiosätzen kostet.

Dim Kuzmenko
Mitgründer, Maverick Frame Studio

maverickframe.com

HIER ANFANGEN

Das Produkt ist fertig. Die Küche nicht.

Ein Geräte-Launch hat meist ein fertiges Produkt und keine fertigen Bilder. Die Werksmuster kommen spät, die Farben existieren als Chips auf einer Tafel, und jeder Händler will zum selben Termin seinen eigenen Bildsatz in seinem eigenen Format.

Die meisten Marken antworten darauf mit einem Fotoshooting je Markt und stellen dann fest, dass das Shooting zwei Farben, eine Küche und keinen der Händler-Ausschnitte abgedeckt hat. Rendering dreht das Problem um: Das Produkt wird einmal aus CAD gebaut, und jede Küche, jede Farbe und jedes Format danach ist eine Variante bereits erledigter Arbeit.

	WAS EIN LAUNCH MIT SHOOTING ANNIMMT	WAS EIN LAUNCH MIT RENDERING TUT
01	**Jede Farbe braucht ein Muster**	Farben entstehen aus Oberflächencodes und einem physischen Chip. Das Muster dient der Kontrolle, nicht dem Fotografieren.
02	**Eine Küche dient jedem Markt**	Drei Küchen, einmal gebaut, decken eine kompakte Wohnung, ein Familienhaus und ein Premiumsegment ab.
03	**Händlerformate werden später beschnitten**	Ausschnitte werden in die Kamera geplant, damit nichts Wichtiges aus einem Quadrat oder Banner fällt.
04	**Bewegtbild ist eine eigene Kampagne**	Ein kurzer Loop entsteht aus demselben Modell und derselben Szene, zu einem Bruchteil einer neuen Produktion.

Den Satz um die Farben planen, nicht um die Küchen.

Die Küchen sind der teure Teil, und Sie brauchen wenige davon. Die Farben sind günstig, sobald die Leitküche existiert, also lautet die erste Frage: Welche eine Szene trägt alle zwölf?



Maverick Frame Produktionsrendering.

DIE BILDLISTE

Der Launch-Satz, Zeile für Zeile bepreist

Ein Komposit der Geräte-Launches, die wir anbieten, bepreist zu mittleren Studiosätzen. Angenommen sind ein Produkt in zwölf Farben, drei Märkte und vier Händler. Skalieren Sie die Zeilen auf Ihr Sortiment, die Logik bleibt gleich.

	POSITION	BASIS	ZU STUDIOSÄTZEN
01	Produktmodell aus Ihrem CAD, Oberflächen nach Mustern abgeglichen	Aufbau	**$1.200**
02	Drei Hauptküchen, eine je Markt oder Preissegment	3 x $650	**$1.950**
03	Zwei weitere Winkel in jeder Küche	6 x $400	**$2.400**
04	Zwölf Farben in die Leitküche getauscht	12 x $90	**$1.080**
05	Zwölf Farb-Freisteller auf Weiß für den Handel	12 x $110	**$1.320**
06	Nahaufnahmen: Bedienung, Display, Griff, Scharnierlinie	6 x $220	**$1.320**
07	Tür offen, Innenraum mit Lebensmitteln und Geschirr gestylt	2 x $450	**$900**
08	Ein 15-Sekunden-Feature-Loop für Produktseiten	15 Sek.	**$1.500**
09	Ausschnitte und Formate nach vier Händlervorgaben	pauschal	**$400**
	Einmal gebaut: das Produktmodell		$1.200
	41 Bilder, ein Loop und Händlerformate		$10.870
	Der Launch-Satz, als Komposit bepreist		**$12.070**
	Jede später ergänzte Farbe		**$200**

Die dreizehnte Farbe kostet $200.

Genau darum geht es, wenn Modell und Leitküche einmal sauber gebaut werden. Jede Oberfläche nach dem Launch, eine Saisonfarbe oder ein Händler-Exklusivmodell, ist ein Tausch in eine bestehende Szene, keine neue Produktion.

FEHLER AUF IHRER SEITE DES TISCHES

Sechs Zeilen, die Gerätemarken Geld kosten

Sie stammen aus Briefings für Hausgeräte und Elektronik, die wir erhalten. Jede ist für sich vernünftig, zusammen verdoppeln sie das Angebot oder lassen die Händler ohne das, was sie verlangt haben.

	WAS SIE TYPISCHERWEISE SCHREIBEN	WAS SIE STATTDESSEN SCHREIBEN
01	**Jede Farbe in jeder Küche**	Nennen Sie eine Leitküche für die ganze Farbpalette. Die anderen Küchen tragen die zwei oder drei Farben, die sich in diesem Markt tatsächlich verkaufen.
02	**Fotorealistisch, wie eine echte Küche**	Schicken Sie drei Referenzküchen, die Ihnen gefallen, und sagen Sie, wer das Produkt kauft. Realismus ist Standard, die Welt des Käufers ist das, was wir wissen müssen.
03	**Das Produkt muss exakt sein**	Sagen Sie, welche Teile millimetergenau dem CAD entsprechen müssen, meist Front, Bedienung und Logo, und welche innen vereinfacht werden dürfen.
04	**Alle Bilder für alle Kanäle**	Listen Sie die Händler auf und fügen Sie deren Bildvorgaben ein. In die Kamera geplante Ausschnitte kosten nichts, nachträglich erzwungene kosten ein Neurendern.
05	**Ein Video wie der TV-Spot**	Verlangen Sie einen Loop von 10 bis 20 Sekunden aus derselben Szene für Produktseiten. Ein Film mit Handlung ist ein eigenes Projekt mit eigenem Briefing.
06	**Farben folgen, wenn Muster da sind**	Schicken Sie jetzt Oberflächencodes und einen physischen Chip. Die Farben lassen sich am Modell abstimmen, während das Werk aufholt.

Das Display ist ein eigenes Asset.

Hat Ihr Produkt einen Bildschirm oder ein beleuchtetes Bedienfeld, schicken Sie die Oberflächengrafik als flache Datei. Wir setzen sie aufs Modell, das Foto eines Prototyp-Bildschirms liest sich im Rendering nie sauber.

DIE EINE SEITE

Was Gerätemarken uns tatsächlich schicken

Die Kunden, deren Logos auf unseren Leistungsseiten stehen, schicken keine Lastenhefte. Für einen Launch schicken sie etwas in dieser Art, meist im Text einer E-Mail, und das reicht für ein Angebot.

01	**Das Produkt**	Modellname, CAD- oder STEP-Datei und welche Teile exakt sein müssen.
02	**Die Farben**	Oberflächencodes oder eine Liste, dazu die Leitfarbe des Launches.
03	**Die Küchen**	Wie viele, für welche Märkte, mit je zwei oder drei Referenzen.
04	**Winkel je Küche**	Eine Zahl. Markieren Sie die Hauptansicht, wenn Sie sie schon kennen.
05	**Bedarf des Handels**	Namen und deren Bildvorgaben, so eingefügt, wie sie sind.
06	**Nahaufnahmen**	Die Funktionen, auf die ein Verkäufer zeigt: Bedienung, Display, Fassungsvermögen.
07	**Bewegtbild**	Ob Sie einen kurzen Loop brauchen und wo er läuft.
08	**Der Launchtermin**	Der echte, und der Termin davor, zu dem der Handel die Assets braucht.
09	**Das Budget**	Eine Zahl oder eine Spanne, damit der Satz passend geformt werden kann.

Mit einer Farbe beginnen

Geben Sie zuerst Modell und Leitküche in einer Oberfläche frei. Sobald dieses Bild stimmt, folgen die anderen elf in Tagen, nicht Wochen.

Die Szenendateien im Spiel halten

Bitten Sie darum, die Küchen zu archivieren. Das Modell der nächsten Saison fügt sich in denselben Raum, und der Satz bleibt über Jahre einheitlich.

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 CAD, Muster und Farbproben

CAD- oder STEP-Dateien, ein physisches Muster, wenn die Oberfläche schwer zu lesen ist, Farbproben oder Oberflächencodes und das Briefing, das Sie haben, in welchem Zustand auch immer. Sie bekommen Leistungsumfang, Preis und die Fragen, auf die es ankommt, als schriftliche Antwort, nicht als Verkaufsgespräch.

Das Kontaktformular	maverickframe.com/contacts/
Szenen für Hausgeräte und Elektronik	maverickframe.com/de/leistungen/innenraumvisualisierung/
Oder einfach	auf die E-Mail antworten, mit der dieser Leitfaden kam.

Geschrieben von denen, die diese Briefings lesen

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