



PRAXISLEITFADEN / AUSGABE 2026

Ein Modell, ein Counter, ein Regal, eine Kampagne: vierzig Bilder.

Der Renderplan für einen Kosmetik-Launch über E-Commerce, Handel und Social Media, Zeile für Zeile bepreist aus einem Satz Verpackungsmodelle, mit dem einseitigen Briefing dazu.

HIER ANFANGEN

Der Launch entsteht dreimal

Ein Kosmetik-Launch kauft seine Bilder meist an drei Stellen: bei einem Packshot-Studio für E-Commerce, bei einem Fotografen für die Kampagne und bei der Retail-Design-Agentur für den Counter. Drei Budgets, drei Versionen derselben Flasche und drei leicht verschiedene Farben desselben Lippenstifts.

Marken zahlen zu viel, wenn das Produkt für jeden Kanal neu entsteht. Und sie nutzen Renderings zu wenig, wenn sie sie als Packshots auf Weiß behandeln, obwohl dasselbe Modell den Counter bestücken, das Regal füllen und die Kampagne tragen kann.

GETRENNT EINGEKAUFT	AUS EINEM MODELL
01 Packshots für jede Nuance neu fotografiert	Ein Modell je Verpackung, Nuancen und Größen als Materialtausch zu einem Bruchteil eines neuen Bildes.
02 Eine Kampagne mit Vorserienmustern fotografiert	Kampagnenszenen aus den finalen Stanzkonturen gebaut, damit die Verpackung in der Anzeige die im Regal ist.
03 Counter-Zeichnungen der Retail-Agentur	Der Counter im Ladenumfeld gerendert, für Einkäuferpräsentationen und die Freigabe durch den Handel.
04 Social Content aus dem, was übrig bleibt	Ausschnitte und kurze Loops im ersten Briefing geplant, von Anfang an für 1:1 und 9:16 kadriert.

Die Farbe muss zur Tube passen.

Die teuerste Korrektur in der Kosmetik ist die Farbtreue. Schicken Sie physische Muster und Farbreferenzen mit den Dateien und legen Sie vor dem ersten Entwurf fest, welcher Bildschirm oder welcher Druckproof entscheidet.



Maverick Frame Produktionsrendering.

DIE BILDLISTE

Der Launch-Satz, bepreist

Ein Komposit der Launch-Sätze, die wir bepreisen, zu mittleren Studiosätzen, für drei SKUs, ein Serum, eine Creme und einen Reiniger, über E-Commerce, Handel und Social Media. Vierzig Standbilder und drei Loops, alle aus denselben drei Modellen.

	POSITION	BASIS	ZU STUDIOSÄTZEN
01	Verpackungsmodelle aus Stanzkonturen und Lieferanten-CAD, drei SKUs	3 x \$450	\$1.350
02	Haupt-Packshots auf Weiß, einer je SKU	3 x \$350	\$1.050
03	Nuancen- und Größenvarianten auf Weiß	14 x \$120	\$1.680
04	Textur- und Swatch-Nahaufnahmen: Creme, Gel, Öl	5 x \$300	\$1.500
05	Kampagnenszenen, gestylte Sets	3 x \$600	\$1.800
06	Kampagnenszenen neu kadriert für 1:1 und 9:16	8 x \$80	\$640
07	Counter im Kaufhausumfeld	2 x \$550	\$1.100
08	Regal- und Gondelansichten mit dem Sortiment	3 x \$400	\$1.200
09	Shop-in-Shop oder Pop-up-Fläche	2 x \$600	\$1.200
10	10-Sekunden-Produktloops für Social Media	3 x \$900	\$2.700
	Modelle und vierzig Standbilder, 01-09		\$11.520
	Bewegtbild, 10		\$2.700
	Der volle Launch-Satz		\$14.220
	E-Commerce zuerst, Zeilen 01-04		\$5.580

In Zeile 03 steckt die Ersparnis.

Vierzehn Nuancen- und Größenvarianten kosten weniger als die drei Kampagnenszenen, weil das Modell schon existiert. Je früher jede Variante aufgelistet ist, desto günstiger wird jede einzelne.

FEHLER AUF IHRER SEITE DES TISCHES

Was in Beauty-Briefings steht, und was stattdessen

Sieben Zeilen, die wir in fast jedem Kosmetik-Briefing lesen. Jede vervielfacht entweder die Bildzahl oder wird zu einer späten Runde Farbänderungen.

IM BRIEFING	WAS SIE STATTDessen SCHREIBEN
01 Fotorealistisch, wie ein Foto	Sagen Sie, welches Foto: Schicken Sie zwei Referenzen für Licht und Hintergrund, die Ihnen schon gefallen. Das Wort beschreibt jedes Rendering, das wir liefern, und entscheidet keines davon.
02 Passend zu den Markenfarben	Schicken Sie physische Muster und die Farbreferenzen für jede Nuance und nennen Sie den Proof, der entscheidet.
03 Alle Nuancen, alle Größen	Listen Sie SKUs und Nuancen als Tabelle. Eine Variantentabelle macht aus vierzig Bildern Routine statt vierzig Fragen.
04 Luxuriös, clean, minimalistisch	Nennen Sie den Counter oder das Regal, neben dem es steht, und den Preispunkt. „Clean“ in der Apotheke und am Kaufhaus-Counter sind verschiedene Bilder.
05 Texturaufnahmen der Formel	Sagen Sie, welche Texturen zählen: Creme, Gel, Puder, Öl. Jede wird einzeln simuliert und je Textur bepreist.
06 Verpackung wird noch finalisiert	Schicken Sie die neueste Stanzkontur und markieren Sie, was sich noch ändern kann. Etikettentext kann sich spät ändern, die Flaschenform nicht ohne neues Modell.
07 Content für alle Kanäle	Listen Sie die Kanäle und ihre Formate. Breit, quadratisch und vertikal gleichzeitig zu kadrieren ist günstiger als nachträglich neu zu kadrieren.

Eine Tabelle schlägt vierzig E-Mails.

Eine Tabelle mit SKU, Nuance, Größe und Farbreferenz, mit dem Briefing geschickt, ist der nützlichste Anhang in der Kosmetikarbeit. Sie legt Bildzahl, Preis und den Namen jeder Datei fest, die wir liefern.

DIE EINE SEITE

Was Beauty-Marken 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, während eine Kiste Muster unterwegs ist.

01	Der Launch	Die Linie, die Zahl der SKUs und der Launchtermin. Eine Zeile.
02	Die Dateien	Stanzkonturen und CAD vom Verpackungslieferanten. Sagen Sie, welche final sind.
03	Muster	Physische Verpackungen, auch Vorserie, mit dem Briefing verschickt.
04	Nuancen und Größen	Eine Tabelle: SKU, Nuance, Größe, Farbreferenz.
05	Texturen	Welche Formeln einen Swatch oder eine Nahaufnahme brauchen, falls überhaupt.
06	Wofür	E-Commerce, Einkäufer im Handel, der Counter, die Kampagne, Social Media.
07	Das Ladenumfeld	Wo es steht: Apotheke, Kaufhaus, eigener Store.
08	Formate	Wo jedes Bild erscheint und in welchen Ausschnitten.
09	Der Termin	Der Tag, an dem Listings oder Counter live gehen, nicht die Launch-Party.
10	Das Budget	Eine Zahl oder eine Spanne. Der schnellste Weg zum passenden Umfang.

Die Muster am ersten Tag schicken

Eine physische Verpackung auf unserem Tisch klärt mehr Farb- und Oberflächenfragen als jede Datei. Muster da, Modell startet.

Den nächsten Launch hier mitplanen

Kommt eine Linienenerweiterung oder eine Saisonedition, sagen Sie es. Ein Modell, das für Varianten gebaut ist, macht den nächsten Launch zum größten Teil zu Neurenderings.

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 die Stanzkonturen und ein Muster

Stanzkonturen, CAD von Ihrem Verpackungslieferanten, physische Muster oder einen Briefing-Entwurf, 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/
Retail- und Produktszenen	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.