



PRAXISLEITFADEN / AUSGABE 2026

Eine Leuchte verkauft sich über ihr Licht. Nicht über die Form.

Die Produkt- und Lichtszenen, die ein Leuchtenhersteller für Kataloge, Planer und Web braucht, bei Tag und bei Nacht, Zeile für Zeile bepreist, mit dem einseitigen Briefing zum Versenden.

HIER ANFANGEN

Das Produktbild lässt das Produkt weg

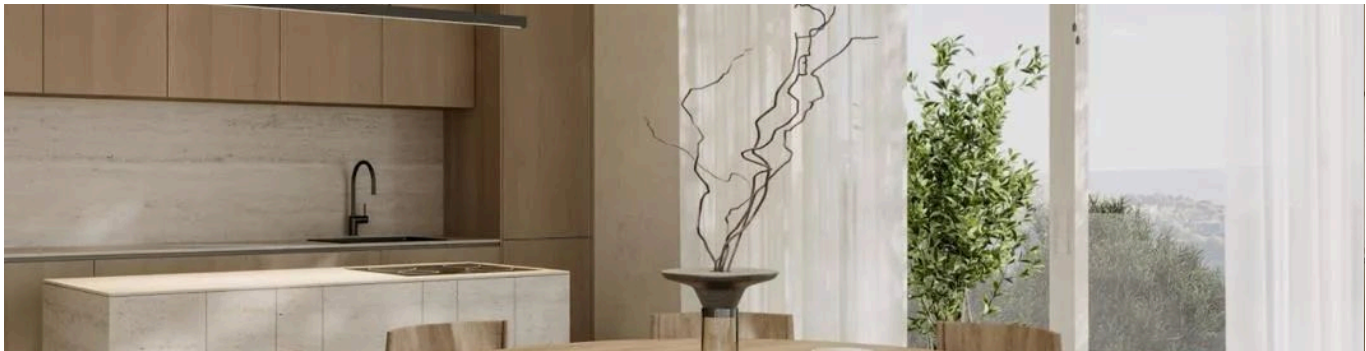
Ein Leuchtenhersteller verkauft Licht, und eine Leuchte, ausgeschaltet auf Weiß fotografiert, zeigt nichts davon. Lichtplaner und Innenarchitekten wollen den Lichtkegel auf dem Tisch sehen, das Streiflicht an der Wand, das Leuchten durch den Schirm und das Fehlen von Blendung.

Hersteller zahlen zu viel, wenn sie jede Leuchte in einem echten Raum inszenieren, also den Raum mieten, und nutzen Renderings zu wenig, wenn sie Innenräume bei Tag bestellen, in denen die Leuchte aus ist. Das ist ein Bild von Möbeln mit einer Lampe darin.

WAS BESTELLT WIRD		WAS DIE LEUCHTE VERKAUFT
01	Ansichten auf Weiß, ausgeschaltet	Dieselben Ansichten eingeschaltet, mit leuchtendem Diffusor. Zwei Bilder je Leuchte, und das zweite verkauft.
02	Innenräume bei Tag, Leuchte als Dekoration	Dieselbe Szene in der Dämmerung, mit der Leuchte als Hauptlichtquelle. Nachts arbeitet das Produkt.
03	Jede Oberfläche in einem Raum inszeniert	Eine Lichtszene je Leuchte, weitere Oberflächen auf Weiß, wo Käufer sie direkt vergleichen.
04	Schönes Licht, frei erfunden	Licht, das den photometrischen Daten folgt, damit ein Planer dem Bild trauen kann.

Schicken Sie die IES-Datei.

Photometrische Daten beschreiben genau, wie die Leuchte Licht abgibt. Ins Rendering eingebaut, machen sie aus einem hübschen Bild eines, mit dem ein Lichtplaner arbeiten kann, und meist stehen sie schon auf Ihrer Website.



Maverick Frame Produktionsrendering.

DIE BILDLISTE

Der Kollektionssatz, bepreist

Ein Komposit der Leuchtensätze, die wir bepreisen, zu mittleren Studiosätzen, für eine Familie aus vier Leuchten, Pendel-, Wand-, Steh- und Tischleuchte, in je zwei Oberflächen. Jedes Bild zeigt das Produkt, das Licht oder beides.

	POSITION	BASIS	ZU STUDIOSÄTZEN
01	Produktmodelle aus CAD, vier Leuchten	4 x \$350	\$1.400
02	Ansichten auf Weiß, ausgeschaltet	4 x \$150	\$600
03	Ansichten auf Weiß, eingeschaltet, Diffusor leuchtend	4 x \$200	\$800
04	Zweite Oberfläche jeder Leuchte, an und aus, auf Weiß	8 x \$100	\$800
05	Beleuchtete Innenszenen in der Dämmerung, eine je Leuchte	4 x \$550	\$2.200
06	Dieselben vier Szenen bei Tag	4 x \$300	\$1.200
07	Nahaufnahmen: Diffusor, Gelenk, Schalter, Baldachin	4 x \$200	\$800
08	Projektszene für Planer, die Familie zusammen	1 x \$650	\$650
09	Lichtstudien aus den IES-Daten	2 x \$400	\$800
10	15-Sekunden-Dimm-Loops für Web und Social	2 x \$1.200	\$2.400
	Modelle und Standbilder, 01-09		\$9.250
	Bewegtbild, 10		\$2.400
	Der volle Kollektionssatz		\$11.650
	Nacht zuerst: Zeilen 01, 03 und 05		\$4.400

Zeile 06 ist günstig, weil es Zeile 05 gibt.

Die Tagesversion einer Lichtszene ist eine Neubeleuchtung einer Szene, die schon gebaut und freigegeben ist. Bestellen Sie zuerst die Dämmerung und ergänzen Sie den Tag als Neubeleuchtung, eine Tagesszene allein zeigt Ihr Produkt ausgeschaltet.

FEHLER AUF IHRER SEITE DES TISCHES

Was in Leuchten-Briefings steht, und was stattdessen

Sechs Zeilen, die wir in fast jedem Leuchten-Briefing lesen. Jede überlässt das Licht unserem Raten oder vervielfacht die Bildzahl.

IM BRIEFING

WAS SIE STATTDESSEN SCHREIBEN

01	Das Licht schön zeigen	Schicken Sie die IES-Dateien und sagen Sie, welcher Effekt zählt: der Lichtkegel nach unten, das Streiflicht an der Wand, das Leuchten durch den Schirm. Sonst ist das Licht unsere Vermutung.
02	Ein luxuriöser Innenraum	Nennen Sie die Projekte, in die Sie verkaufen: Hotellerie, Wohnen, Büro, Handel. Eine Pendelleuchte über einer Hotelbar und über einem Familientisch sind verschiedene Szenen.
03	Alle Oberflächen in allen Szenen	Eine Oberfläche je Szene, der Rest auf Weiß. Katalogleser vergleichen Oberflächen nebeneinander, nicht über Räume hinweg.
04	Farbtemperatur wie in echt	Nennen Sie sie in Kelvin und ob Tageslicht einfallen darf. Warmes Licht vor einem kühlen Fenster ist eine echte Entscheidung mit echten Folgen.
05	Andere Leuchten drumherum	Sagen Sie, ob weitere Leuchten Ihres Sortiments erscheinen dürfen. Sonst bekommt der Raum neutrale, verdeckte Lichtquellen und Ihr Produkt trägt das Licht.
06	Katalog rechtzeitig zur Messe	Nennen Sie den Drucktermin des Katalogs, nicht den Messetermin. Kataloge gehen Wochen vor der Standeröffnung in Druck.

Auf Papier klären, nicht in einer Korrekturrunde.

Jede Zeile oben ist vor Arbeitsbeginn in wenigen Minuten beantwortet und nach dem ersten Entwurf nur mit einer ganzen Korrekturrunde zu reparieren. Heben Sie die zwei Entwurfsrunden für die Bilder auf, nicht für das Briefing.

DIE EINE SEITE

Was Leuchtenhersteller uns tatsächlich schicken

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

01	Die Leuchten	Die Familie, die Typen und ihre Größen. Eine Zeile.
02	Die Dateien	CAD, IES-Dateien und Oberflächenmuster. Sagen Sie, welche final sind.
03	Der Effekt	Was das Licht tun soll: Kegel, Streiflicht, Leuchten, Akzent.
04	Farbtemperatur	In Kelvin, und ob die Leuchte dimmbar oder regelbar ist.
05	Die Umgebungen	Hotellerie, Wohnen, Büro oder Handel, eine je Leuchte.
06	Tag und Nacht	Welche Szenen beides brauchen und welche nur die Dämmerung.
07	Oberflächen	Welche in den Szenen führt, welche nur auf Weiß erscheinen.
08	Wo es erscheint	Katalog, Website, Planerportal, Händler, Social Media.
09	Der Termin	Der Tag, an dem der Katalog in Druck geht.
10	Das Budget	Eine Zahl oder eine Spanne. Der schnellste Weg zum passenden Umfang.

Schicken Sie, wenn möglich, ein Muster

Eine Leuchte auf unserem Tisch zeigt, wie der Diffusor wirklich leuchtet. Die photometrische Datei liefert die Zahlen, das Muster den Charakter.

Halbiert sich das Budget, bleibt die Nacht

Behalten Sie die Dämmerungsszenen und die eingeschalteten Ansichten. Das sind die Bilder, die sonst niemand von Ihrem Produkt machen kann, und die, mit denen sich ein Foto am schwersten tut.

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 das CAD und die IES-Dateien

CAD-Modelle, IES-Dateien, Oberflächenmuster, ein 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/
----------------------------	---

Leuchten-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.