

PRAXISLEITFADEN / AUSGABE 2026

Das Bad im Katalog gab es nie. Rendern Sie es einmal.

Wie ein Sanitärhersteller Badszenen, Oberflächen und Varianten für Katalog und Fachhandel plant, mit bepreister Bildliste und dem einseitigen Briefing zum Versenden.

Dim Kuzmenko
Mitgründer, Maverick Frame Studio

maverickframe.com

HIER ANFANGEN

Zwanzig Bäder aus einem Raum

Ein Sanitärkatalog braucht Bäder, die es nicht gibt: ein Familienbad, eine Hotelsuite, ein kompaktes En-suite-Bad, jedes in mehreren Fliesenkonzepten und jede Armatur in vier Oberflächen. Sie zu bauen und zu fotografieren ist der langsame Weg dorthin.

Das übliche Ergebnis ist ein gut fotografiertes Showroom-Set, das in jedem Kapitel des Katalogs landet. Der Fachhandel bemerkt es, und dessen Kunden auch. Ein gerendertes Bad wird einmal nach Ihren Plänen gebaut und dann neu gestylt: neue Fliesen, neues Licht, eine neue Oberfläche an den Armaturen, ohne ein einziges Objekt zu bewegen.

	WAS EIN SHOWROOM-SHOOTING LIEFERT	WAS EIN GERENDERTES BAD LIEFERT
01	**Ein Raum, auf eine Art beleuchtet**	Derselbe Raum, neu gestylt für jede Kollektion und jeden Markt, die Kamera exakt am selben Platz.
02	**Oberflächen begrenzt auf die Muster vor Ort**	Jede Oberfläche an jedem Produkt, nach Codes abgeglichen, auch die noch in Produktion.
03	**Glasur und Chrom im Kampf mit den Lampen**	Spiegelungen dort, wo sie die Form beschreiben, nicht dort, wo zufällig die Softbox stand.
04	**Verdeckte Teile unsichtbar**	Schnittansichten von Spülkästen und Vorwandelementen für Installateure und Planer.

Den Raum um das Produkt bauen, nicht umgekehrt.

Zwei Bäder, mit echten Maßen und echten Abständen gezeichnet, tragen einen ganzen Katalog. In den Neustylings zeigt sich das Sortiment, der Raum muss nur einmal stimmen.



Maverick Frame Produktionsrendering.

DIE BILDLISTE

Der Katalogsatz, Zeile für Zeile bepreist

Ein Komposit der Sanitärkataloge, die wir anbieten, bepreist zu mittleren Studiosätzen. Angenommen sind fünf Hauptprodukte, zwei Bäder und ein Händlerportal. Skalieren Sie die Zeilen auf Ihr Sortiment, die Struktur hält.

	POSITION	BASIS	ZU STUDIOSÄTZEN
01	Produkte aus CAD modelliert: Waschtisch, WC, Wanne, Armatur, Dusche	5 x $300	**$1.500**
02	Hauptansichten in zwei Bädern, Familie und Boutique-Hotel	4 x $600	**$2.400**
03	Neu gestylte Varianten der Hauptansichten: Fliese, Licht, Stimmung	20 x $180	**$3.600**
04	Oberflächen für Armatur und Dusche: Chrom, Schwarz, Messing, Gunmetal	16 x $80	**$1.280**
05	Nahaufnahmen: Auslauf, Glasur, Ablauf, Betätigungsplatte	8 x $200	**$1.600**
06	Freisteller auf Weiß für das Händlerportal	15 x $90	**$1.350**
07	Schnittansicht von Unterputz-Spülkasten und Vorwandelement	1 x $500	**$500**
08	Ein 20-Sekunden-Loop: fließendes Wasser, wanderndes Licht	20 Sek.	**$2.000**
09	Katalogausschnitte und Formate für das Händlerportal	pauschal	**$400**
	Einmal gebaut: fünf Produkte		$1.500
	64 Bilder, ein Loop und Händlerformate		$13.130
	Der Katalogsatz, als Komposit bepreist		**$14.630**
	Jedes Neustyling eines Bads nach dem Launch		**$180**

Das einundzwanzigste Bad kostet $180.

Sind zwei Räume einmal sauber gebaut, ist eine neue Fliesenkollektion, die Farbe eines Partners oder ein regionaler Katalog ein Neustyling einer bestehenden Ansicht. Die Kosten des Sortiments wandern in die Varianten, wo sie hingehören.

FEHLER AUF IHRER SEITE DES TISCHES

Sechs Zeilen, die Sanitärmarken Geld kosten

Sie stammen aus Sanitär-Briefings, die wir erhalten. Keine davon ist nachlässig. Jede bläht entweder das Angebot auf oder erzeugt Bilder, die der Fachhandel nicht nutzen kann.

	WAS SIE TYPISCHERWEISE SCHREIBEN	WAS SIE STATTDESSEN SCHREIBEN
01	**Ein Luxusbad, wie in den Referenzen**	Sagen Sie, wer kauft und wo: Ein Familienbad im Neubau liest sich ganz anders als ein Spa-Hotel. Schicken Sie drei Räume, nicht dreißig.
02	**Alle Produkte in jeder Szene**	Nennen Sie das Hauptprodukt jeder Ansicht. Ein Bad mit jedem Teil des Sortiments wirkt wie ein Showroom, nicht wie ein Zuhause.
03	**Chrom muss wie Chrom aussehen**	Schicken Sie ein physisches Muster jeder schwierigen Oberfläche. Gebürstetes Messing und Gunmetal werden mit dem Auge am echten Stück beurteilt, nicht an einem Code.
04	**Fliesen noch offen**	Nennen Sie die Fliesenkonzepte, auch vorläufig. Fliesen verändern das Licht im Raum, und eine späte Änderung ist ein Neurendern, kein Tausch.
05	**Die Technik zeigen**	Sagen Sie, welche technischen Teile für welche Zielgruppe zählen. Eine Schnittansicht für Installateure ist ein anderes Bild als eine Hauptansicht für Endkunden.
06	**Bilder für Katalog und Web**	Listen Sie die Seitenformate des Katalogs und die Vorgaben des Händlerportals auf. Hochformatige Doppelseiten und quadratische Kacheln müssen an der Kamera geplant werden.

Wasser ist eine bewusste Entscheidung.

Eine laufende Armatur oder eine gefüllte Wanne ist ein Effekt mit eigenen Kosten und eigener Wirkung. Verlangen Sie ihn in den Ansichten, in denen er das Produkt verkauft, nicht in jedem Bild.

DIE EINE SEITE

Was Sanitärmarken uns tatsächlich schicken

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

01	**Die Produkte**	Namen, CAD-Dateien und welche die Hauptprodukte dieses Katalogs sind.
02	**Die Oberflächen**	Codes für jede, dazu ein Muster der schwierigen.
03	**Die Bäder**	Wie viele, für wen, mit je zwei oder drei Referenzen.
04	**Ansichten je Bad**	Eine Zahl und das Hauptprodukt jeder Ansicht.
05	**Die Neustylings**	Fliesenkonzepte oder Kollektionen, in denen jede Ansicht gezeigt werden muss.
06	**Technische Bilder**	Schnitt- oder Montageansichten, und wer sie liest.
07	**Wo es erscheint**	Seitenformate des Katalogs, Händlerportal, Web.
08	**Der Termin**	Zuerst der Druckschluss, das Web kann folgen.
09	**Das Budget**	Eine Zahl oder eine Spanne. Sie bestimmt die Zahl der Neustylings.

Erst den Raum freigeben, dann das Sortiment

Geben Sie zuerst ein Bad in einer Oberfläche frei. Jedes Neustyling danach geht schnell, weil Kamera, Licht und Objekte schon abgestimmt sind.

Die Räume fürs nächste Jahr behalten

Bitten Sie darum, die Szenen zu archivieren. Die nächste Kollektion fügt sich in dieselben Bäder, und der Katalog bleibt 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/
Badszenen	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.