



PRAXISLEITFADEN / AUSGABE 2026

Jede SKU im Shop. **Ohne Studiotag.** Das DTC-Render-Set.

Das Render-Set, das eine DTC-Supplement-Marke für jede Produktseite braucht: welche Bilder jede SKU bekommt, was ein Packungsmodell spart und was ein Shop mit sechs SKUs kostet, Zeile für Zeile.

DER EINSTIEG

Ein Shooting pro SKU: So veraltet ein Shop

DTC-Supplement-Marken zahlen selten für ein einzelnes Bild zu viel. Sie zahlen zu viel, weil sie bei jeder Änderung der Range ein Shooting buchen: eine neue Sorte, ein neuer Claim auf dem Etikett, ein Bundle für eine Aktion. Jedes Shooting wird um die Ware herum geplant, und die Ware kommt immer zuletzt.

Also gehen Produktseiten mit einem Mockup des Lieferanten live, und der Shop füllt sich mit Bildern von verschiedenen Tagen, in anderem Licht, von anderen Fotografen. Eine Packung, einmal aus der Stanzkontur modelliert, löst beides: Die Bilder existieren vor der Ware, und jede SKU ist gleich beleuchtet und gleich kadriert.

EIN SHOP, SHOOTING FÜR SHOOTING GEFÜLLT		EIN SHOP, AUS EINEM MODELL GEFÜLLT	
01	Produktseiten warten auf fertige Ware	Seiten gehen live, während die Etiketten noch in der Druckerei sind	
02	Jede SKU an einem anderen Tag fotografiert	Eine Master-Szene und eine Kamera pro Blickwinkel für die ganze Range	
03	Eine Etikettenänderung heißt neues Shooting	Eine Etikettenänderung heißt neue Druckdaten und neues Rendering	
04	Kapseln fotografiert, wie sie aus der Dose kamen	Darreichungsformen mit Transluzenz und Struktur gebaut, mit Mustern abgeglichen	
05	Lifestyle-Bilder aus der Bilddatenbank	Ihre Packung in Küche, Sporttasche oder auf dem Nachttisch, eigens dafür gebaut	

Erst die Produktseite planen, dann die Renderliste.

Legen Sie fest, was jedes Bild auf der Produktseite beantworten muss, der Reihe nach: was es ist, was drin ist, wie viel, wie es in den Tag passt. Die Shotliste ergibt sich aus diesen Fragen, nicht aus dem, was im Portfolio gut aussieht.



Maverick Frame Produktionsrendering.

DIE SHOTLISTE

Das DTC-Render-Set, Zeile für Zeile kalkuliert

Ein Beispiel aus typischen Aufträgen von DTC-Supplement-Marken, nicht das Budget eines Kunden. Angenommen sind sechs SKUs in einem Packungsformat, verkauft im eigenen Shop. Jede Zeile sind Stunden zu unserem Satz von \$45: eine Ansicht auf Weiß oder in Markenfarbe 4 Stunden, eine Lifestyle-Szene 6.

POSITION		GRUNDLAGE	BEI \$45 PRO STUNDE
01	Packungsmodell und Master-Szene aus der Stanzkontur	12 h x \$45	\$540
02	Kapsel- oder Softgel-Modell mit Transluzenz	8 h x \$45	\$360
03	Sechs SKU-Etiketten in Druckauflösung gemappt	6 x 2 h x \$45	\$540
04	Packshots auf Weiß: vorn, Dreiviertel, Rückenetikett	18 x \$180	\$3.240
05	Hero in Markenfarbe pro SKU für Kollektionsseiten	6 x \$180	\$1.080
06	Makros von Inhaltsstoffen und Kapseln	2 x \$180	\$360
07	Lifestyle-Szenen: Küche, Nachttisch, Sporttasche, Regal	4 x \$270	\$1.080
08	360°-Ansichten der zwei Bestseller	2 x 12 h x \$45	\$1.080
Einmal gebaut: Packung, Kapsel, sechs Etiketten			\$1.440
30 Bilder und zwei Drehansichten			\$6.840
Das DTC-Render-Set als Beispielrechnung			\$8.280
Jede spätere SKU: Etikett, drei Packshots, Hero			\$810

Die siebte SKU kostet \$810, komplett.

Ihr Etikett wird auf das bestehende Modell gemappt, dann entstehen drei Packshots auf Weiß und ein Hero in Markenfarbe in einer Szene, die schon existiert. Eine neue Packungsgröße kostet mehr, weil sich der Behälter ändert; eine neue Sorte ist vor allem Etikett.

BILD	WAS ES BEANTWORTET	WO ES WIRKT
Vorderseite auf Weiß	Was es ist, auf einen Blick	Produktseite, Warenkorb, Anzeigen
Rückenetikett	Was drin ist und wie viel	Produktseite, Kundenservice
Kapsel-Makro	Was ich tatsächlich schlucke	Produktseite, E-Mail
Lifestyle-Szene	Wo es in meinen Tag passt	Startseite, Social, E-Mail

FEHLER AUF IHRER SEITE DES TISCHES

Sechs Sätze, die DTC-Marken ein neues Shooting kosten

Sie stammen aus Briefings von DTC-Supplement-Marken, die wir bekommen. Jeder ist verständlich, und jeder verschenkt entweder ein Bild auf der Produktseite oder verdoppelt die Arbeit.

	WAS SIE TYPISCHERWEISE SCHREIBEN	WAS SIE BESSER SCHREIBEN
01	Es soll hochwertig wirken	Schicken Sie zwei Produktseiten, die Sie schätzen, und sagen Sie, was jedes Bild auf Ihrer beantworten muss. Hochwertig entsteht durch Licht und Zurückhaltung, nicht durch Requisiten.
02	Etikett folgt	Schicken Sie die Stanzkontur jetzt und das Etikett, wenn es final ist. Das Modell entsteht, während das Design fertig wird, und das Etikett sitzt in Stunden statt Tagen.
03	Alle SKUs in jede Lifestyle-Szene	Wählen Sie pro Szene eine Lead-SKU und zeigen Sie den Rest auf Weiß. Das Etikett in einer Szene zu tauschen ist eine eigene Position, lohnend für Bestseller.
04	Kapseln wie auf dem Foto auf unserer Website	Schicken Sie ein Muster oder Nahaufnahmen der echten Darreichungsform bei Tageslicht. Ein Rendering nach einem alten Foto kopiert dessen Fehler.
05	Claims setzen wir später als Text drauf	Schicken Sie die freigegebenen Claims jetzt, damit die Bilder Platz dafür lassen. Claims bleiben Text der Marke: Wir platzieren sie, wir schreiben sie nicht.
06	Wie beim letzten Mal	Hängen Sie die Dateien vom letzten Mal an und sagen Sie, was sich geändert hat: Sorte, Größe, Claim oder Veredelung. Den Rest deckt das archivierte Modell.

Behalten Sie das Modell, nicht nur die Bilder.

Lassen Sie Packungsmodell und Master-Szene archivieren. Ändert sich ein Claim, kommt eine Sorte oder wird der Shop neu gestaltet, beginnt das Update beim Rendering, nicht bei der Modellierung.



Maverick Frame Produktionsrendering.

DIE EINE SEITE

Was DTC-Marken uns tatsächlich schicken

Die Marken, deren Logos auf unseren Leistungsseiten stehen, schicken keine Spezifikationen. Für ein Shop-Set schicken sie etwas sehr Ähnliches wie das hier, meist direkt im Text einer E-Mail, und das reicht für ein Angebot.

01	Die Produkte	Die SKU-Liste, das Lead-Produkt markiert.
02	Die Packung	Stanzkontur und Maße des Behälters oder die Herstellerzeichnung.
03	Die Etiketten	Druckdaten, final oder fast final.
04	Die Darreichungsform	Ein Muster oder Tageslichtfotos von Kapsel, Softgel, Gummy oder Pulver.
05	Der Shop	Ein Link und die Bildplätze, die jede Produktseite hat.
06	Der Look	Weiß, Markenfarbe oder beides, mit zwei Referenzen.
07	Die Szenen	Wo das Produkt im Tag der Kunden vorkommt: Küche, Tasche, Nachttisch.
08	Der Termin	Wann die Seiten live gehen und ob eine Launch-Mail dahintersteht.
09	Das Budget	Pro SKU oder für die Range. Beides reicht für den Umfang.

Mit dem Bestseller anfangen

Geben Sie zuerst das komplette Set für eine SKU frei. Der Rest der Range folgt dieser Vorlage, und der Shop wirkt wie eine Marke.

Den Lifestyle-Platz testen

Probieren Sie zwei Lifestyle-Szenen am Bestseller und behalten Sie die, die verkauft. Ein Rendering lässt sich anpassen; ein Shooting muss man wiederholen.



Maverick Frame Produktionsrendering.

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 Stanzkontur und Etikett-Druckdaten

Die Stanzkontur, das Etikett als Druckdaten, die Maße des Behälters, ein Muster oder Fotos der Darreichungsform und Ihr Briefing, 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/
Supplement-Visualisierung	maverickframe.com/de/loesungen/visualisierung-nahrungsergaenzungsmittel/
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.