



PRAXISLEITFADEN / AUSGABE 2026

Ein Launch braucht 33 Assets. Das Shooting kam auf **27.670 \$.**

Ein Produkt in drei Varianten und 33 Launch-Assets, einmal per Fotoshooting und einmal aus einem 3D-Modell bepreist, und was sich einmal zu bauen und immer wieder zu nutzen lohnt.

HIER BEGINNEN

Kein Shooting, sondern eine Liste mit 33 Assets

Früher hieß Produktlaunch: Fotoshooting. Heute heißt es: eine Liste. Packshots in der Vorlage jedes Händlers, Lifestyle-Bilder für Website und Anzeigen, Nahaufnahmen von Textur und Inhaltsstoffen, ein 360-Grad-Spin für die Produktseite und ein kurzer Film, geschnitten für jeden Kanal. Ehrlich gezählt kommt ein Produkt in drei Varianten auf gut dreißig Assets, und die meisten davon werden gebraucht, bevor die Serienproduktion existiert.

Ein Shooting bepreist diese Liste nach Tagen. Jeder Tag braucht fertige Muster, jede Variante muss wieder unter die Lampen, und eine Etikettenänderung nach dem Shooting bedeutet ein zweites Shooting. Ein 3D-Modell bepreist sie einmal: Das Produkt wird aus Stanzkontur oder CAD gebaut, und jedes Asset danach ist eine Kamera, ein Licht und ein Rendering. Das ist der ganze Unterschied, und er entscheidet, welcher Weg für welchen Teil der Liste günstiger ist.

WAS DAS SHOOTING BRAUCHT		WAS EIN MODELL BRAUCHT
01	Fertige Muster jeder Variante, Wochen vor dem Launch	Stanzkonturen, CAD oder ein Muster, dazu die Etiketten als Dateien.
02	Einen neuen Aufbau für jede Variante und jeden Winkel	Ein Modell. Eine Variante ist ein Material- und Etikettentausch bei denselben Kameras.
03	Ein zweites Shooting, wenn sich Etikett oder Farbe ändern	Eine neue Artwork-Datei und ein Neu-Rendering der betroffenen Bilder.
04	Einen Drehtag für den Film und einen Drehteller für den Spin	Dasselbe Modell, animiert. Spin und Film teilen sich den Aufbau.

Jeder Tag am Set ist bezahlt, bevor ein einziges Bild existiert.

Ein Shooting gibt den Großteil seines Budgets für Tage aus: Studio, Crew, Location, Muster. Ein Modell gibt es einmal aus, für den Aufbau, und jedes Asset danach kostet weniger als das vorherige. Auf einer Produktseite fragt niemand, auf welchem Weg ein Bild entstanden ist.



Maverick Frame Produktionsrendering.

DIE RECHNUNG

33 Assets, auf beiden Wegen bepreist

Unten steht ein Komposit eines Launches für ein Produkt in drei Varianten, eine Nahrungsergänzungsdose in drei Geschmacksrichtungen oder ein Serum in drei Nuancen, bepreist zu mittleren Marktsätzen für beide Wege. Die Shooting-Spalte geht von einem soliden Studio und einem Lifestyle-Tag on location aus, die CGI-Spalte von einem Modell, gebaut aus den Verpackungsdateien.

ASSET	FOTOSHOOTING	CGI, EIN MODELL
01Muster für das Set oder Mastermodell und zwei Varianten	1.200 \$	1.500 \$
0218 E-Commerce-Packshots, sechs Winkel pro Variante	5.480 \$	2.580 \$
034 Lifestyle-Szenen für Website und Anzeigen	6.980 \$	2.200 \$
044 Nahaufnahmen von Textur und Inhaltsstoffen	1.880 \$	1.400 \$
053 Spins über 360 Grad, einer pro Variante	1.350 \$	1.300 \$
06Ein Hero-Film über 15 Sekunden	6.300 \$	1.800 \$
073 Kanalfassungen: 9:16, 1:1 und ein 6-Sekunden-Schnitt	1.200 \$	450 \$
08Die Etikettenänderungen nach der ersten Charge	3.280 \$	600 \$
Gelieferte Assets, auf beiden Wegen		33
Kosten pro Asset, Fotoshooting		838 \$
Kosten pro Asset, ein Modell		358 \$
Der Weg über das Fotoshooting		27.670 \$
Dieselben 33 Assets aus einem Modell		11.830 \$

WIE DIE ZEILEN ENTSTEHEN	FOTOSHOOTING	CGI, EIN MODELL
Packshots	2 Studiotage x 2.200 \$, Retusche 18 x 60 \$	6 Winkel x 250 \$, 12 Variantenrenderings x 90 \$
Lifestyle und Textur	Location-Tag 6.500 \$, Makro-Halbtage 1.400 \$, Retusche 8 x 120 \$	4 Szenen x 550 \$, 4 Nahaufnahmen x 350 \$
Etikettenänderung	Nachshooting-Tag 2.200 \$, Retusche 18 x 60 \$	Artwork-Tausch, Neu-Rendering

15.840 \$ Unterschied, und das meiste davon sind Tage.

Studiotage, ein Location-Tag, ein Drehtag und ein Nachshooting-Tag. Keiner davon erzeugt für sich ein Bild, und jeder wird neu gebucht, wenn sich eine Variante oder ein Etikett ändert. Das Modell wird einmal bezahlt, in der ersten Zeile.

EINMAL BAUEN

Was Sie einmal bauen und was es Ihnen spart

Die Ersparnis auf dem CGI-Weg entsteht durch eine Entscheidung: das Produkt einmal richtig zu bauen, mit allem, was die späteren Assets brauchen. Das sind die Teile, für die es sich lohnt, am Anfang zu zahlen, und wofür jedes davon über den Launch und das Sortiment hinweg wiederverwendet wird.

EINMAL BAUEN		WOFÜR ES WIEDERVERWENDET WIRD
01	Das Mastermodell, produktionsgenau	Jeder Packshot, jede Lifestyle-Szene, jeder Spin und Film. Bauen Sie es aus Stanzkontur oder CAD, nicht aus Fotos eines Prototyps.
02	Etiketten als eigene Artwork-Dateien	Geschmacksrichtungen, Nuancen, Größen, regionale Packungen und die nächste Etikettenänderung. Jede ist ein Dateitausch, kein neues Modell.
03	Materialien, abgeglichen mit einem echten Muster	Glas, satinierter Kunststoff, Folie, Soft-Touch-Lack. Einmal am Muster abgeglichen, freigegeben und dann für das Sortiment fixiert.
04	Ein Kamera-Set für Packshots	Dieselben sechs Winkel für jede Variante und das nächste Produkt, damit das Händlerraster einheitlich bleibt.
05	Ein Licht-Set für die Marke	Ein Studiolicht und ein Tageslicht-Set. Lifestyle-Szenen und Film übernehmen es, und der Launch wirkt wie eine Kampagne.
06	Eine Lifestyle-Szene, gebaut als Set	Neu dekoriert für Saisons, Händler und neue Varianten, ohne einen neuen Raum zu bauen.
07	Eine Bibliothek für Texturen und Inhaltsstoffe	Cremeschlieren, Pulver, Kapseln, Botanicals. Wiederverwendet im ganzen Sortiment und in jedem Film.
08	Das Animations-Rig	Deckel, die aufgehen, Kappen, die sich drehen, der Spin. Film, Schnittfassungen und der Film des nächsten Launches teilen es.

1	3	33	600 \$
MODELL, EINMAL GEBAUT	VARIANTEN ALS TAUSCH	ASSETS DARAUS	FÜR EINE ETIKETTENÄNDERUNG

Wann ein Shooting trotzdem richtig ist

Wenn das Produkt getragen oder in der Hand gezeigt wird und Haut, Haar oder Stoff der Kern des Bildes sind, oder wenn das fertige Produkt schon existiert und sich vor dem Launch nichts mehr ändert. Viele Launches mischen beides: Menschen aus dem Shooting, das Produkt aus dem Modell.

DIE EINE SEITE

Was Sie uns für einen solchen Launch schicken

Ein Briefing für einen Produktlaunch muss kein Lastenheft sein. Eine halbe Seite reicht für ein Angebot und den Start der Arbeit, meist direkt im Text einer E-Mail. Sagen Sie, was der Launch leisten soll, und überlassen Sie die Details den Leuten, die jeden Tag Produkte in 3D bauen.

01	Das Produkt	Eine Zeile, und wie viele Varianten: Geschmacksrichtungen, Nuancen, Größen, Farben.
02	Verpackungsdateien	Stanzkonturen und Etiketten, auch unfertig. CAD dazu, wenn das Produkt einen Körper hat und nicht nur eine Schachtel.
03	Ein Muster, falls vorhanden	Auch ein Vorserienmuster. Es klärt Materialien schneller als jede Beschreibung.
04	Der Launchtermin	Und der Termin, an dem die Assets bei den Händlern sein müssen, meist Wochen früher.
05	Wo es verkauft wird	Eigener Shop, Marktplätze, Händler. Jeder hat eine Packshot-Vorlage; nennen Sie sie.
06	Die Asset-Liste	Packshots, Lifestyle, Textur, Spin, Film. Kreuzen Sie an, was Sie brauchen; eine Zahl pro Zeile genügt.
07	Das Hero-Asset	Das eine Bild oder der eine Film, mit dem der Launch verkauft wird.
08	Was sich noch ändert	Etiketten, Claims, Farben. Sagen Sie es jetzt; es entscheidet, was als Tausch gebaut wird.
09	Die nächsten Produkte	Ob das Sortiment wachsen wird. Das entscheidet, wie Modell, Kameras und Szenen angelegt werden.
10	Das Budget	Eine Zahl oder eine Spanne. Der schnellste Weg zu einer Asset-Liste, die passt.

Schicken Sie es, bevor das Etikett final ist

Das Modell kann mit Stanzkontur und Etikettenentwurf starten. Das freigegebene Artwork wird am Ende getauscht, und die Launch-Assets warten nicht auf die letzte Runde juristischer Anmerkungen.

Bauen Sie für das Sortiment, nicht für den Launch

Wenn ein zweites Produkt kommt, sagen Sie es. Kameras, Licht und Szenen, die für den ersten Launch angelegt werden, machen den nächsten schneller und günstiger, und das Sortiment wirkt im Regal einheitlich.

Hängen Sie an, was Sie haben, in welchem Zustand auch immer: Stanzkonturen als PDF oder AI, einen STEP- oder nativen CAD-Export, Etiketten, Oberflächen- oder Pantone-Referenzen und Fotos eines Musters. Fehlende Dateien kommen als Frage zurück, nicht als Verzögerung.

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 Stanzkontur, auch roh

Stanzkonturen, Etikettendateien, CAD, ein Muster oder Fotos eines Prototyps, in welchem Zustand auch immer. Sie bekommen eine Asset-Liste, einen Preis und die Fragen, die ihn entscheiden, als schriftliche Antwort, nicht als Verkaufsgespräch.

Das Kontaktformular	maverickframe.com/contacts/
3D-Produktvisualisierung	maverickframe.com/de/leistungen/3d-produktvisualisierung/
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.