



PRAXISLEITFADEN / AUSGABE 2026

Die Messe öffnet vor den Mustern. Das Shooting: **34.900 \$.**

Eine neue Kollektion, für einen Termin auf zwei Wegen bepreist: ein Studioshooting mit Mustern, die es noch nicht gibt, oder ein Modellsatz für Katalog, Website, Händler und Raumszenen für 18.700 \$.

HIER BEGINNEN

Der Messetermin steht. Die Muster nicht.

Eine neue Kollektion hat meist einen Termin, der sich nicht bewegt: den Messestand, den Drucktermin des Katalogs oder den Händler-Launch. Alles im Launch wird von diesem Datum aus rückwärts geplant, nur die Muster nicht. Sie kommen, wenn die Fabrik sie fertig hat, und die Fabrik arbeitet auf denselben Termin hin.

Der übliche Plan wartet auf die Muster, schickt sie in ein Fotostudio, baut Raumszenen auf und fotografiert Katalog, Websitebilder und Händlermaterial in wenigen intensiven Tagen. Das geht gut, wenn die Muster früh kommen. Kommen sie spät, frisst das Shooting die Wochen, die Druckerei und Webteam gebraucht hätten, und jede Oberfläche, die sich nach der Messe ändert, kostet einen weiteren Studiotag.

UM DIE MUSTER GEPLANT

UM DIE MODELLE GEPLANT

01	Das Shooting beginnt, wenn das letzte Stück fertig ist	Die Modellierung beginnt mit Werkszeichnungen und Oberflächenliste, während die Stücke noch in Produktion sind.
02	Katalog, Website und Händlerpaket als drei Aufträge	Ein Modellsatz. Jede Ausgabe ist eine Kamera, ein Zuschnitt und ein Export, keine neue Produktion.
03	Raumszenen in zwei Tagen gebaut, dekoriert und abgebaut	Raumszenen einmal in 3D gebaut und wiederverwendet für Website, Händler und die nächste Saison.
04	Eine Oberfläche ändert sich nach der Messe: Nachshooting	Material tauschen und die Bilder neu rendern, in denen es vorkommt. Nichts wird verschickt, aufgebaut oder neu beleuchtet.

Das Shooting wartet auf die Fabrik. Die Modelle nicht.

Zeichnungen gibt es Wochen, oft Monate, bevor ein fertiges Muster existiert. Wer mit ihnen beginnt, nimmt die Bildproduktion aus dem kritischen Pfad der Fabrik, und der Messetermin hängt nicht mehr am letzten Stück vom Band.



Maverick Frame Produktionsrendering.

DIE RECHNUNG

Ein Modellsatz, vier Ausgaben, bepreist

Unten steht ein Komposit eines Launches mit zwölf Stücken aus Sitzmöbeln, Tischen, Stauraum, einer Tür und Leuchten, bepreist zu mittleren Studiosätzen. Die zweite Spalte zeigt, wo jede Zeile landet. Jedes Bild darauf stammt aus denselben zwölf Modellen und derselben Materialbibliothek.

	POSITION	GENUTZT FÜR	ZU STUDIOSÄTZEN
01	Zwölf Stücke nach Werkszeichnung modelliert, 12 x 300 \$	alles	3.600 \$
02	Materialbibliothek nach Mustern: 14 Stoffe, Furniere, Metalle	alles	1.400 \$
03	Zwölf Freisteller auf Weiß, 12 x 300 \$	Katalog, Web	3.600 \$
04	Vier Raumszenen, je eine Hauptansicht, 4 x 600 \$	Katalog, Messe	2.400 \$
05	Zwei weitere Blickwinkel je Raumszene, 8 x 350 \$	Web, Händler	2.800 \$
06	Acht Details: Verbindungen, Nähte, Maserung, 8 x 300 \$	Katalog	2.400 \$
07	Haupt-Raumszene neu gerendert für 3 m Standdruck	Messestand	400 \$
08	360-Grad-Spins von vier Hauptstücken, 4 x 400 \$	Website	1.600 \$
09	Händlerpaket: Freisteller, Zuschnitte, Druckdaten	Händler	500 \$
	Einmal gebaut: zwölf Modelle und die Materialbibliothek		5.000 \$
	Daraus gerendert: 32 Standbilder, ein Standdruck, 4 Spins, das Händlerpaket		13.700 \$
	Ein Modellsatz, vier Ausgaben		18.700 \$
	Dieselbe Liste aus einem Studioshooting		34.900 \$

12

MODELLE, EINMAL GEBAUT

32

STANDBILDER, EIN DRUCK UND 4 SPINS DARAUS

10 Wochen

VON DEN ZEICHNUNGEN ZUR MESSE, SEITE 04

34.900 \$, und es wartet trotzdem auf die Muster.

Der Fotoweg für dieselbe Liste zu üblichen Sätzen: vier Studiotage mit Fotograf und Team (12.000 \$), vier Raumszenen auf- und abgebaut (8.000 \$), Stylist und Requisiten (4.000 \$), Fracht für zwölf Muster (2.000 \$), Retusche von 32 Bildern (2.400 \$), vier fotografierte Spins (2.000 \$) und ein Nachshooting-Tag, als sich eine Oberfläche änderte (4.500 \$). Nichts davon kann beginnen, bevor das letzte Muster existiert.

DER KALENDER

Rückwärts gerechnet vom Messetermin

Zehn Wochen sind ein entspannter Vorlauf für zwölf Stücke. Jede Zeile ist eine Entscheidung, und jede, die sich verschiebt, schiebt alle Zeilen darunter mit. Wenn Sie weniger Zeit haben, halbieren die Eilkonditionen auf Seite 06 sie für rund 40% Aufpreis.

	WOCHEN VOR DEM TERMIN	WAS ENTSCIEDEN SEIN MUSS
01	Zehn: die Stückliste	Welche Stücke jetzt starten und welche später folgen. Ein spät hinzugefügtes Stück ist schnell modelliert und schwer in ein fertiges Kataloglayout einzupassen.
02	Neun: Zeichnungen und Oberflächen	Werkszeichnungen oder CAD, je nachdem, was aktuell ist, und eine Zeile pro Oberfläche mit Lieferantencode. Werkstattskizzen mit Maßen reichen für den Start.
03	Acht: Muster in der Post	Stoffe, Furniere, Metalle. Ein echtes Muster klärt Farbe und Haptik mit einem Blick; ein Bildschirm nie.
04	Sieben: Modelle freigegeben	Schlichte graue Renderings jedes Stücks, vom Designer auf Proportion, Beine, Nähte und Griffe geprüft. Der günstigste Moment, etwas zu korrigieren.
05	Sechs: die Raumszenen	Wie viele, die Stimmung, Wände und Boden, welche Stücke zusammenstehen und welche Ansicht Cover und Standdruck wird.
06	Fünf: das Layout	Seitenformat und wo der Text steht. Renderings werden für das Layout kadriert, nicht nachträglich aus einer Vermutung beschnitten.
07	Vier: Entwürfe	Erste Entwürfe der Standbilder, dann zwei Korrekturrunden, jede eine zusammengeführte Liste von Anmerkungen.
08	Drei: Finale an die Druckerei	Katalogdaten an die Druckerei, der Standdruck in voller Auflösung.
09	Zwei: Website und Händler	Spins, Freisteller und Zuschnitte, exportiert aus denselben Renderings, nicht neu produziert.
10	Nach der Messe	Eine Oberfläche ändert sich oder ein Stück fällt weg: Material tauschen, betroffene Bilder neu rendern.

Geben Sie eine Raumszene vor allen anderen frei

Rendern Sie zuerst die Haupt-Raumszene und legen Sie Materialien, Licht und Styling an diesem einen Bild fest. Jede weitere Ansicht ist dann schneller abgestimmt, und die zwei Korrekturrunden gehen in Details statt in die Richtung.

DIE EINE SEITE

Das kurze Briefing für eine neue Kollektion

Für den Start brauchen Sie weder ein Lastenheft noch ein fertiges Muster. Für eine Kollektion mit einem Termin reicht das hier für ein Angebot und den Beginn der Modellierung, und es passt meist in den Text einer E-Mail mit den Zeichnungen im Anhang.

01	Die Kollektion	Die Stückliste mit Namen und Hauptmaßen. Markieren Sie, was jetzt startet und was folgt.
02	Die Zeichnungen	Werkszeichnungen, CAD oder bemaßte Skizzen. Sagen Sie, welcher Stand gilt, wenn sie sich unterscheiden.
03	Oberflächen	Eine Zeile pro Stoff, Furnier oder Metall, mit Lieferantencodes. Muster per Post, wenn möglich.
04	Der Termin	Die Messe, der Drucktermin oder der Händler-Launch. Der echte, nicht der bequeme.
05	Die Ausgaben	Katalog, Website, Händlerpaket, Stand. Kreuzen Sie an, was zutrifft; es entscheidet Blickwinkel und Auflösung.
06	Die Raumszenen	Wie viele, und die Stimmung in einer Zeile oder ein paar Referenzbildern.
07	Das Hauptbild	Das eine Bild, das auf das Cover und an den Stand kommt.
08	Was sich noch ändert	Oberflächen oder Details, die noch nicht final sind. Wir modellieren drumherum und tauschen sie später ein.
09	Wo es läuft	Druckformate, Web, Händlerplattformen. Das legt Auflösung und Rechte fest.
10	Das Budget	Eine Zahl oder eine Spanne. Der schnellste Weg zum passenden Umfang.

Schicken Sie es, bevor die Muster existieren

Zeichnungen und eine Oberflächenliste reichen für den Anfang. Wer mit dem Briefing auf den Prototyp wartet, verbraucht die Wochen, die der Termin gebraucht hätte, und nichts an den Modellen hängt davon ab.

Nennen Sie die Ausgaben, nicht die Blickwinkel

Kamerahöhen, Objektive und Licht sind unsere Arbeit. Was wir nicht erraten können, ist, wo jedes Bild eingesetzt wird. Eine Zeile dazu spart eine Korrekturrunde.

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 Zeichnungen, nicht die Muster

Werkszeichnungen oder CAD, eine Oberflächenliste, Stoff- und Materialmuster oder Fotos davon und den Termin, der sich nicht verschieben lässt, in welchem Zustand auch immer. Sie bekommen einen Zeitplan, einen Preis und die Fragen, die ihn entscheiden, als schriftliche Antwort, nicht als Verkaufsgespräch.

Das Kontaktformular	maverickframe.com/contacts/
Möbelvisualisierung	maverickframe.com/de/leistungen/moebel-visualisierung/
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.