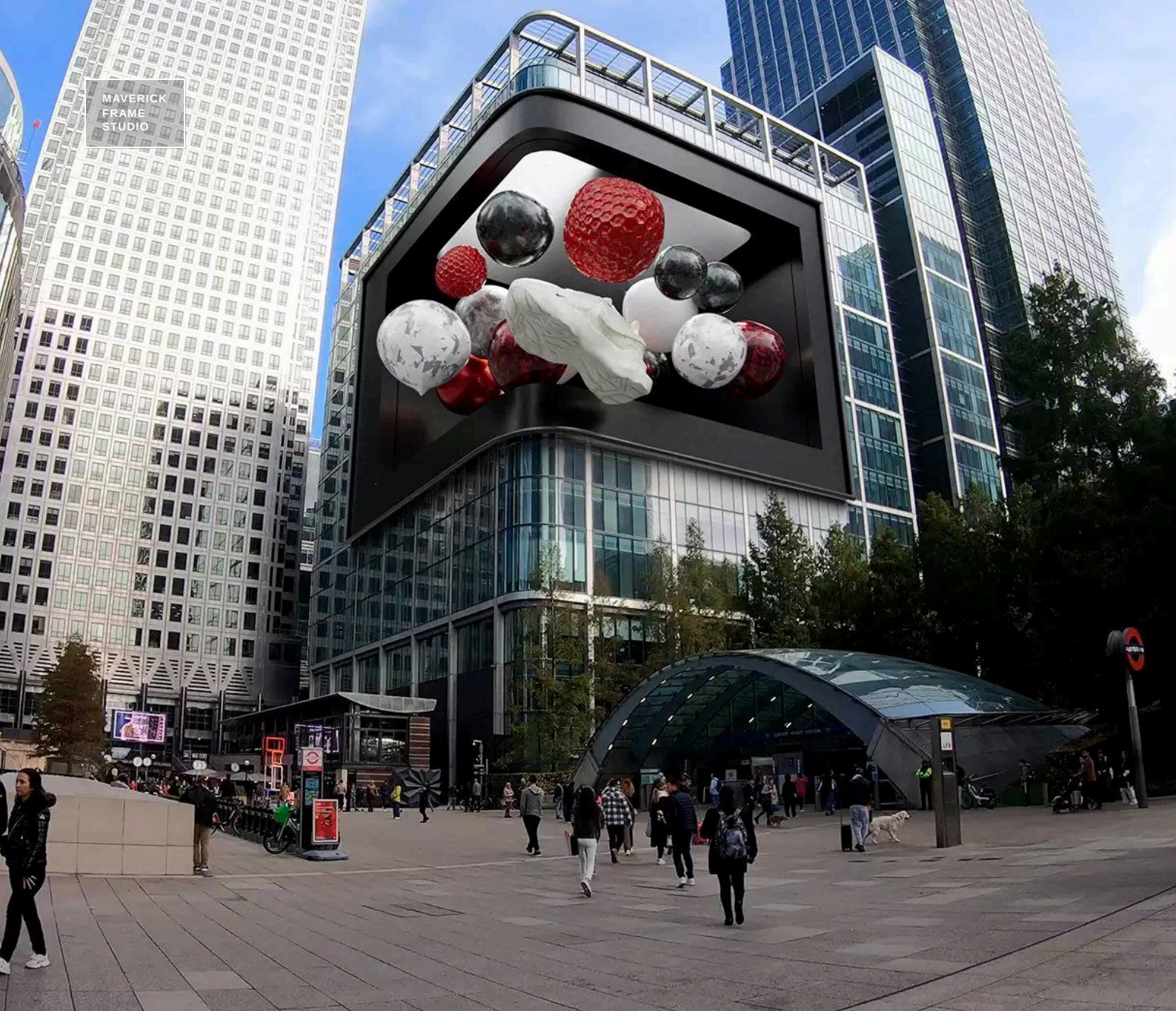




PRAKTISCHE GIDS / EDITIE 2026

Uw lancering vroeg om \$ 8.550 aan beelden. Besteld werd **\$ 20.910.**

Een typische lanceringsorder voor een app of AI-product, post voor post geprijsd: de vijf beelden die het werk deden en de vijf waar na de lanceringsdag niemand meer naar keek.

BEGIN HIER

Een lancering is vijf plekken, geen featurelijst

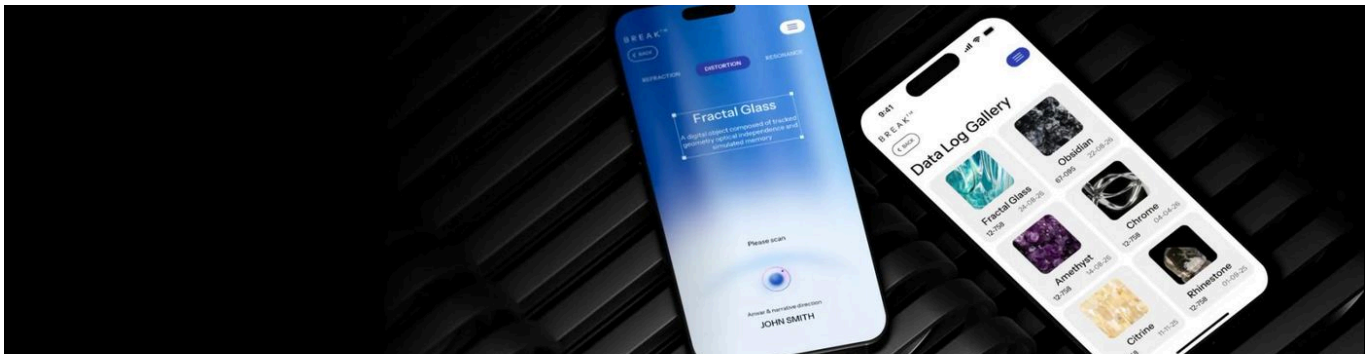
Als een app, een AI-product of een merkcampagne live gaat, worden de beelden meestal besteld vanuit de featurelijst: elk scherm, elk device, een scène per doelgroep en een film die alles uitlegt. Het productteam weet dat elke feature telt, dus elke feature krijgt een render. De order groeit voordat iemand vraagt waar de beelden te zien zullen zijn.

Een lancering is op een handvol plekken te zien: de storevermelding, het pitchdeck, de hero van de landingspagina, de social feed en één moment waar mensen over praten. Op elk van die plekken passen maar weinig beelden. Alles wat daarbuiten wordt besteld, wordt net zo zorgvuldig gemaakt, belicht, gerenderd en gecorrigeerd als de hero, en belandt daarna in een gedeelde map.

WAAR DE ORDER OP GEBOUWD IS		WAAR DE LANCERING ECHT TE ZIEN IS
01	Elk scherm van het product, elk in een device	Een storevermelding toont een korte rij screenshots. Bestel die rij, niet de hele app.
02	Elk device en elke kleur waarop het product draait	Eén device, het toestel dat uw koper vasthoudt, uitgesneden voor elke plaatsing.
03	Een lifestylescène per doelgroepsegment	Eén scène van het product in gebruik, die het deck, de site en de pers kunnen delen.
04	Een lange film die elke feature uitlegt	Korte cut-downs voor de feed en één stunt die het delen waard is. Features veranderen met de volgende release.

Een featurelijst is geen shotlijst.

Een beeld dat besteld wordt zonder plek om te draaien, kost precies evenveel als een beeld dat wel wordt gepubliceerd. De besparing zit niet in een lager tarief. Ze zit in de renders die u nooit bestelt, omdat niemand kon zeggen waar ze zouden verschijnen.



Maverick Frame productierendering.

DE FACTUUR

Wat de lancering bestelde, en wat ze gebruikte

Hieronder een samenstelling van een typische order voor een app-lancering met een financieringsronde ernaast, geprijsd tegen gemiddelde studiotarieven. Elke post is een redelijk verzoek. De tweede kolom laat zien wat er na de lanceringsdag met elke post gebeurde.

	POST	NA DE LANCERING	TEGEN STUDIOTARIEF
01	Hero-deviceshot, telefoon in de hand, lifestylescène	gebruikt	\$ 650
02	Drie pitchdeckbeelden, het product in gebruik (3 x \$ 450)	gebruikt	\$ 1.350
03	App-storeset, zes schermen in één devicescène	gebruikt	\$ 1.150
04	Social cut-downs van de hero, 9:16, 1:1 en 4:5 (3 x \$ 300)	gebruikt	\$ 900
05	Eén CGI-stunt: een FOOH-clip van tien seconden met platformversies	gebruikt	\$ 4.500
06	Alle andere schermen van de app in een device (18 x \$ 120)	ongebruikt	\$ 2.160
07	De hero in drie extra devicekleuren (3 x \$ 300)	ongebruikt	\$ 900
08	Tablet- en smartwatchversie van de hero (2 x \$ 450)	ongebruikt	\$ 900
09	Vier lifestylescènes, één per persona (4 x \$ 600)	ongebruikt	\$ 2.400
10	Een explainer van 90 seconden over elke feature	ongebruikt	\$ 6.000
	Vijf posten die gebruikt werden		\$ 8.550
	Vijf posten waar niemand naar keek		\$ 12.360
	Deel van het budget dat het werk deed		41%

Wat de lanceringsorder kostte \$ 20.910

Wat de gebruikte set kostte \$ 8.550

\$ 12.360 is bijna drie extra stunts.

De ongebruikte helft was niet slecht gemaakt. Ze werd besteld vanuit de featurelijst, voordat iemand had benoemd waar ze zou draaien. Van hetzelfde geld was de CGI-stunt bijna drie keer betaald, of de storeset en de cut-downs van de komende releases.

DE LANCERINGSSET

Vijf om te maken, vier om over te slaan

Schrijf deze lijst voordat u om een offerte vraagt. De eerste vijf posten dekken de plekken waar een lancering of financieringsronde werkelijk wordt gezien. De laatste vier zijn de gebruikelijke redenen waarom een order verdubbelt. Elk ervan is later de moeite waard, als er een echte plek voor opduikt.

DE POST	WAT ERVOOR NODIG IS
01 Hero-deviceshot	Eén scène, het device dat uw koper vasthoudt, en het ene scherm dat het product in één oogopslag uitlegt. De webbanner, de deckcover en de feature graphic voor de store zijn uitsneden ervan, geen nieuwe renders.
02 Pitchdeckbeelden	Drie: het probleem, het product in gebruik, het resultaat. Gerenderd in 16:9, zodat ze een slide vullen zonder bijsnijden. Decks voor een financieringsronde gebruiken ze maandenlang.
03 App-storeset	Eén devicescène waarin de schermen worden gewisseld, in de formaten die de store vraagt. Stuur definitieve schermen: een scherm dat na het renderen verandert, is een nieuwe render.
04 Social cut-downs	Elk een paar seconden, in 9:16, 1:1 en 4:5, gesneden uit de hero en de stunt. Noem de formaten in de briefing, zodat de camera ruimte laat voor elke uitsnede.
05 Eén CGI-stunt	Een FOOH-clip of een moment met het product in de echte wereld, acht tot vijftien seconden, één idee en één locatie. Dit is wat mensen delen, dus het krijgt het budget dat de extra's zouden opslokken.
06 Overslaan: elk scherm in een device	De storerij en het deck hebben er een handvol nodig. Andere schermen worden later in dezelfde scène gewisseld, als een release erom vraagt.
07 Overslaan: elk device en elke kleur	Eén device in één kleur draagt een lancering. Voeg de tablet toe zodra er een tabletversie bestaat.
08 Overslaan: een persona per segment	Eén scène van het product in gebruik bedient het deck, de site en de pers. Mensen in beeld komen uit een shoot, uit CGI of zijn een AI-gegenereerd model; beslis eerst welke.
09 Overslaan: de lange explainer	Features veranderen met de volgende release. Leg de uitleg in de storeschermen en een korte cut-down.

DE ENE PAGINA

De korte briefing voor een lanceringsset

Een lancering als het project dat u zojuist bekeek, begint niet bij een creatieve specificatie. Ze begint bij iets wat hier dicht bij komt, meestal gewoon in een e-mail met een link naar de schermen, en daarmee kunnen we de hele set offren en aan de hero beginnen.

01	Het product	Eén regel, plus schermexports, een Figma-link of een testbuild.
02	Het moment	Een storelancering, een financieringsronde, een rebrand of een nieuwe feature.
03	Waar het draait	Storevermelding, deck, landingspagina, social, betaalde media. Deze lijst is de shotlijst.
04	Het heroscherm	Het ene scherm dat het product in één oogopslag uitlegt.
05	Het device	Welke telefoon of laptop, in welke kleur. Hooguit één van elk.
06	Mensen in beeld	Geen, een echte shoot, een CGI-personage of een AI-gegenereerd model.
07	De stunt, als die er is	Eén idee en de stad of het soort locatie waar hij gezien moet worden.
08	Merkbestanden	Logo, typografie en kleuren, en welke schermen definitief zijn.
09	De datum	De echte: de storeinzending, het gesprek met investeerders, de lanceringspost.
10	Het budget	Een bedrag of een bandbreedte. Het is de snelste weg naar een passende set.

Bevries eerst de schermen

Renders worden gebouwd rond de schermen die u stuurt. Een scherm dat na het renderen verandert, is een nieuwe render. Leg dus het heroscherm en de storerij vast voordat we beginnen, en stuur de rest later als wissels.

Noem het moment, niet de specificatie

De meeste briefings die we nu krijgen, zijn door een taalmodel geschreven en vragen om alles. Vertel ons het moment en de plekken waar het gezien wordt, en laat de mensen die deze beelden elke dag maken de set voorstellen.

WAT HET KOST

Marktprijzen en onze voorwaarden, zodat u elke offerte kunt toetsen

Ranges die we in 2026 in de markt zien, van freelancer tot studio. Gebruik ze om elke offerte te toetsen, ook die van ons.

WERK IN OPDRACHT	FREELANCER	STUDIO
Exterieurbeeld, per stuk	\$ 100 - 300	\$ 250 - 600
Interieurbeeld, per stuk	\$ 120 - 350	\$ 300 - 700
Pakket, 5 - 8 aanzichten	\$ 600 - 1.500	\$ 1.500 - 4.000
Animatie, per minuut	\$ 1.000 - 3.000	\$ 3.000 - 8.000

Onze standaard doorlooptijden en correctievoorwaarden. Die offeren we, tenzij een project iets anders vraagt, en dat zeggen we voordat het werk begint.

FASE OF OPLEVERING	STANDAARD BIJ MAVERICK FRAME
Eerste concept van een still	3 tot 5 werkdagen na een volledige briefing
Definitieve stills, pakket van 5 - 8	2 tot 3 weken, concepten inbegrepen
Animatie tot één minuut	4 tot 6 weken, eerst storyboard en preview
Inbegrepen correctierondes	Twee in de conceptfase, één op het definitieve beeld
Wat telt als een ronde	Eén samengevoegde lijst met opmerkingen, in één keer gestuurd
Spoedlevering	De helft van de tijd voor ongeveer 40% meer, als de planning het toelaat

Kies een studio voordat de deadline brandt

De duurste projecten die we zien, zijn niet de slecht gebriefte. Het zijn de projecten die in paniek zijn gebriefd, nadat de eerste leverancier was afgehaakt en de lanceringsdatum niet opschoof. Beoordeel een of twee studio's zolang er niets dringt.

Over zelf doen: één 3D-artist heeft zo'n tien softwareabonnementen nodig, een workstation en een reeks aanverwante vaardigheden, van modelleren en belichting tot nabewerking en klantcontact. Dat loont alleen als die persoon elke dag vol aan het werk is. Daaronder pleit de rekensom vanzelf voor uitbesteden.

VOLGENDE STAP

Stuur ons de schermen en de datum

Schermeexports of een Figma-link, het deck waaraan u werkt, merkbestanden en de datum van de lancering of de afspraak, in welke staat ook. U krijgt van ons de set die wij zouden bestellen, een prijs en de vragen die daarover beslissen, als schriftelijk antwoord, niet als verkoopgesprek.

Het contactformulier	maverickframe.com/contacts/
Marketingbureaus	maverickframe.com/nl/oplossingen/marketingbureaus/
Of gewoon	antwoorden op de e-mail waarmee deze gids binnenkwam.

Geschreven door wie deze briefings leest

Dim Kuzmenko is medeoprichter van Maverick Frame Studio. De cijfers in deze gids komen uit onze eigen inbox en onze eigen tarieflijst, niet uit een brancheonderzoek.