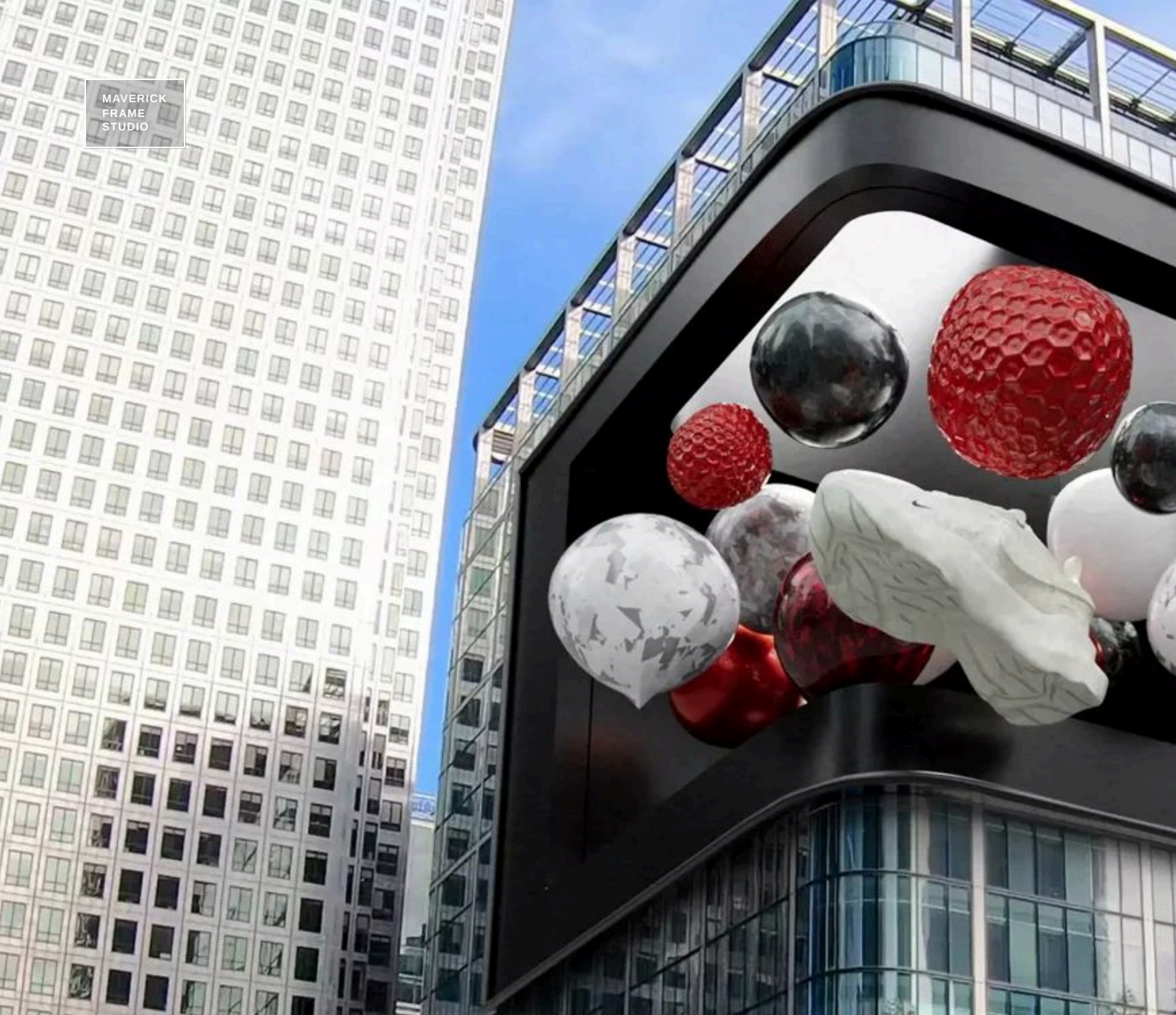




PRAXISLEITFADEN / AUSGABE 2026

Zwölf Fragen, bevor Ihr Kunde das Rendering sieht.

Stellen Sie sie, bevor Sie eine Kundenkampagne an ein CGI-Studio geben. Ein Partner, der Ihre Marge wert ist, beantwortet alle zwölf in einer E-Mail. Der falsche verstummt bei Frage vier.

HIER ANFANGEN

Jeder Fehler war sichtbar, bevor das Briefing rausging

Agentur-CGI scheitert selten am Showreel. Jedes Studio hat ein gutes. Es scheitert an den fünf Punkten unten, meist in der Woche vor dem Kampagnenstart, und jeder davon wäre schon in der ersten E-Mail zu erkennen gewesen, hätte jemand gefragt.

WAS IM VERKAUFGESPRÄCH VERSPROCHEN WURDE

WAS SIE IN WOCHEN DREI MERKEN

01	„Wir fangen Ihre Spitzen ab“	Die Kapazität ist erschöpft, die Pipeline noch voll. Drei Kampagnen landen im selben Monat. Ihre wartet hinter einem größeren Kunden, und das Pitch-Visual kommt nach dem Pitch.
02	„Schicken Sie uns einfach die Muster“	Das Produkt ist für das Shooting nicht bereit. Die Muster kommen spät und in der falschen Farbe. Das Studio wartet auf das Produkt, der Launchtermin bewegt sich nicht.
03	„Korrekturen sind inklusive“	Kundenfeedback kommt spät und oft. Die dritte Runde Ihres Kunden zur Farbvariante öffnet die Szene neu, und jede Runde nach der zweiten kostet eine Gebühr, die niemand angeboten hat.
04	„Unsere KI-Pipeline ist schnell“	KI- und Stock-Visuals fallen bei der Abnahme durch. Das Key Visual wirkt weich, die Etikettschrift ist verzerrt, der Deckel hat die falsche Form, und das Markenteam lehnt es ab.
05	„Wir liefern einen Master, Sie beschneiden“	Jeder Kanal braucht ein anderes Format. Das 9:16-Placement schneidet das Produkt ab, das Billboard braucht mehr Himmel, und die Marktplatzformate wurden nie gerendert.

Sie wählen kein Showreel. Sie wählen einen Prozess.

Die zwölf Fragen auf den nächsten zwei Seiten prüfen den Prozess. Jede gehört zu einem der Fehler oben, und jede hat eine Antwort, die Sie prüfen können, bevor Ihr Kunde einen einzigen Frame sieht.



Maverick Frame Produktionsrendering.

DER TEST, TEIL EINS

Fragen 1 bis 6: Kapazität und Produkt

Schicken Sie sie so, wie sie sind. Sie suchen keine Begeisterung, sondern Zahlen, Namen und Termine. Vage Antworten sind auch eine Antwort.

FRAGEN SIE	EINE GUTE ANTWORT KLINGT SO	FINGER WEG, WENN
1. Wenn drei unserer Kampagnen im selben Monat landen, wer arbeitet daran?	Festangestellte Teams des Studios, die parallel arbeiten, und ein benannter Projektmanager für Ihre Agentur.	Ein Freelancer, „unser Netzwerk“ oder Schweigen.
2. Geben Sie Arbeit an andere Firmen weiter, und wessen Name steht auf den Dateien?	„Nein“ oder ein ehrliches Ja mit Grund. Standardmäßig White-Label, Ihr NDA unterschrieben, kein Kontakt zu Ihrem Kunden.	Das Studiologo auf den Dateien oder der Wunsch, Ihrem Kunden selbst zu präsentieren.
3. Wann sehe ich den ersten Entwurf, und was, wenn der Starttermin vorrückt?	3 bis 5 Arbeitstage für ein Still ab vollständigem Briefing und ein bepreister Eilauftrag: etwa halbe Zeit für rund 40% mehr.	„So schnell wie möglich“ oder ein Eilauftrag ohne Preis.
4. Können Sie das Produkt bauen, bevor es ein Muster gibt, und woraus?	Ja, aus CAD, Stanzkonturen oder klaren Fotos, mit einer Liste dessen, was fehlt, und einem Abgleich, sobald das Muster da ist.	„Schicken Sie uns zuerst das physische Produkt.“
5. Wie prüfen Sie das Modell gegen das echte Produkt?	Ein Genauigkeitscheck: Maße aus CAD, Etikett aus den Druckdaten, Farbe nach Farbmuster, dazu eine Vorschau zur Freigabe.	„Das wird schon richtig aussehen.“
6. Was bräuchten Sie von uns, um diese Woche zu starten?	Eine kurze Liste: das Briefing in beliebigem Format, Referenzen, Produkdateien, die Placements und den Starttermin.	Ein dreißigseitiger Fragebogen vor dem Angebot.

Warum Frage 2 Ihre Marge schützt

White-Label ist keine Gefälligkeit. Steht der Name des Studios auf den Dateien oder sitzt es in den Calls Ihres Kunden, gehören Beziehung und Preis nicht mehr Ihnen. Ein guter Partner rechnet nur mit Ihrer Agentur ab: Sie bestimmen den Preis für den Kunden, und Ihre Marge bleibt privat.



Maverick Frame Produktionsrendering.

DER TEST, TEIL ZWEI

Fragen 7 bis 12: Abnahme, Qualität, Formate

FRAGEN SIE

EINE GUTE ANTWORT KLINGT SO

FINGER WEG, WENN

7. Wie viele Korrekturrunden sind enthalten, und was zählt als eine?

Eine feste Zahl, typischerweise zwei beim Entwurf und eine am Finale, und eine Runde ist eine zusammengeführte Liste.

„Unbegrenzte Korrekturen“. Das heißt, niemand hat sie kalkuliert.

8. Was kostet eine neue Farbvariante oder Perspektive, wenn die Szene steht?

Spürbar weniger als die erste Ansicht, weil Modell, Materialien und Licht schon existieren.

Jede Farbvariante wird als neues Rendering bepreist.

9. Wo setzen Sie KI ein, und wo entscheidet ein Mensch?

Eine klare Antwort: KI, wo sie Zeit spart, das Produkt selbst modelliert und ausgeleuchtet, und ein Art Director prüft jeden Frame.

Keine Antwort oder ein Key Visual, das komplett generiert ist.

10. Kann ich einen Work-in-Progress-Frame neben dem Finale sehen?

Ein Clay-Rendering, Wireframe oder Lichtdurchgang aus einem aktuellen Projekt, unter NDA geteilt.

Nur fertige Showreel-Bilder, nichts dazwischen.

11. Welche Formate rendern Sie, und wann legen wir sie fest?

Jedes Placement aus dem Mediaplan zu Beginn gelistet, mit Safe Areas für 16:9, 9:16, 4:5 und 1:1 in der Szene.

Ein Master-Bild und „das können Sie selbst beschneiden“.

12. Wer behält die Szenendateien, und kann später ein neues Placement daraus entstehen?

Das Studio archiviert die Arbeitsszenen und rendert daraus neue Schnitte für den nächsten Flight.

Nach der Lieferung existieren nur die finalen JPEGs.

10 - 12

GUTE ANTWORTEN: BEAUFTRAGEN UND DEN TERMIN DES ERSTEN ENTWURFS SCHRIFTLICH GEBEN LASSEN

7 - 9

EINEN TESTRENDER AN EINEM ECHTEN BRIEFING VOR DER KAMPAGNE ANFRAGEN

0 - 6

FINGER WEG, SO STARK DAS SHOWREEL AUCH AUSSIEHT

Frage 9 weichen Studios am häufigsten aus

KI einzusetzen ist nicht das Problem. Es zu verschweigen schon, denn dann findet das Markenteam Ihres Kunden das verzerrte Etikett oder die falsche Proportion, nicht das Studio. Fragen Sie, wo ein Mensch jeden Frame freigibt, und hören Sie, wie konkret die Antwort ist.



Maverick Frame Produktionsrendering.

ABSCHICKEN

Eine E-Mail, drei Studios, ein Tag

Für den Test brauchen Sie kein Telefonat. Kopieren Sie die E-Mail unten, hängen Sie an, was Sie schon haben, und schicken Sie sie gleichzeitig an die drei Studios auf Ihrer Shortlist. Die Antworten kommen innerhalb eines Arbeitstags, und der Unterschied zeigt sich meist schon im zweiten Absatz.

DIE E-MAIL ZUM VERSENDEN

01	Betreff	CGI für eine Kampagne [Produktkategorie]: Angebot und zwölf Fragen
02	Zeile 1	Wir brauchen [Anzahl] Stills und [Anzahl] Filme von [Produkt] für [Pitch / Launch / Always-on], erster Kampagnenstart am [Datum].
03	Zeile 2	Anbei: CAD oder Stanzkonturen, Referenzen für die Oberflächen und der Mediaplan mit allen Placements.
04	Zeile 3	Die Arbeit läuft White-Label unter dem Namen unserer Agentur. Unser NDA liegt bei; bitte antworten Sie mit Zahlen und Namen.
05	Zeile 4	Hier die Fragen 1 bis 12 von den Seiten 03 und 04 einfügen.
06	Zeile 5	Wir entscheiden innerhalb von [Anzahl] Arbeitstagen, nachdem alle drei Antworten vorliegen.

Was gute Antworten gemeinsam haben

Sie sind kurz. Sie antworten in Arbeitstagen und Dollar, nennen die Menschen und stellen Ihnen ein oder zwei Rückfragen zu den Placements und zum Starttermin.

Was wir antworten würden

Unsere eigenen Zahlen stehen auf der nächsten Seite, im selben Format, damit Sie uns mit demselben Test bewerten können.



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, was Sie schon haben

Pläne, ein Modell, Fotos oder einen Briefing-Entwurf, 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/
CGI für Agenturen	maverickframe.com/de/loesungen/marketing-agenturen/
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.