



PRAKTISCHE GIDS / EDITIE 2026

Uw huisstijl mist '3D'. **6 regels** houden elke render op merk

Het ontbrekende beeldhoofdstuk van uw huisstijl in zes regels, de beelden die een landingspagina nodig heeft, hoe u ruimte voor beeld al in het wireframe reserveert en een shotlijst om vóór elke 3D-animatie in te vullen.

HET PROBLEEM

Logo, kleur en letter liggen vast. Het licht niet

Een goed huisstijlhandboek regelt het logo tot op de millimeter, de kleuren in drie codes en de letter in vier gewichten. Maar zodra er een productbeeld, een interieurrender of een animatie wordt gemaakt, staat er niets meer. Dan kiest elke fotograaf, elk bureau en elke studio opnieuw: welk licht, welke hoek, welke achtergrond.

Het resultaat ziet u op de meeste websites: een hero in warm avondlicht, productfoto's op koel wit, een animatie in een donkere studio en een brochure die op geen van drie lijkt. Stuk voor stuk goede beelden, samen geen merk.

Merkidentiteit gaat over hoe u herkend wilt worden; de huisstijl is het gereedschap. Het beeldhoofdstuk is het stuk gereedschap dat bijna altijd ontbreekt.

Wat het handboek meestal regelt

- Logo, vrije ruimte en minimale maat
- Kleuren in Pantone, CMYK, RGB en hex
- Typografie en hiërarchie
- Soms een moodboard voor fotografie

Wat 3D nodig heeft en mist

- Lichtkarakter en kleurtemperatuur
- Camerahoogte en brandpuntsafstand
- Achtergrond en omgeving
- Materialen en afwerking, met monsters
- Wat er wel en niet in beeld mag

Een moodboard toont hoe het eruit moet zien. Een 3D-studio moet weten waarom het er zo uit ziet.

Voor wie producten verkoopt of ruimtes presenteert, weegt dit extra zwaar. In 3D is elke lichtsituatie en elke achtergrond mogelijk, dus wordt er ook elke keer iets anders gekozen als niemand het vastlegt. Een fotograaf wordt nog beperkt door de studio waarin hij staat; in 3D is die grens er niet.

Het hoofdstuk hoeft niet dik te zijn. Eén pagina met de zes regels van pagina 03, plus drie goedgekeurde referentiebeelden, houdt elke render en elke animatie op merk, ook als u later van studio wisselt.

HET BEELDHOOFDSTUK

Zes regels die in uw huisstijl horen

Schrijf elke regel als een keuze, niet als een bijvoeglijk naamwoord. 'Premium' en 'warm' zijn geen instructies; 'zacht zijlicht van links, geen harde schaduw' wel.

REGEL	WAT U VASTLEGT	WAAROM
Licht	Hard of zacht, richting, kleurtemperatuur, daglicht of studio	Licht is het eerste wat herkend wordt, lang vóór het logo
Camera	Ooghoogte of lager, brandpunt, frontaal of driekwart	Een lage camera maakt een product monumentaal, een hoge maakt het een catalogusitem
Achtergrond	Naadloos studioddecor, een vaste kleur, of een echte omgeving	Wisselende achtergronden breken een reeks sneller dan wisselend licht
Materialen	Afwerking van product en decor, met fysieke monsters	Mat, satijn of hoogglans bepaalt hoe een kleur in 3D overkomt
Kleurreferentie	Pantone of RAL plus een foto van het echte monster bij daglicht	Een hexcode op het scherm is iets anders dan lak op metaal of stof
Styling	Welke props, mensen of handen mogen erin, en welke nooit	Hier ontspoot een reeks het vaakst, omdat niemand het had vastgelegd

Kort is beter. Zeg hoeveel beelden u nodig heeft en van wat, stuur wat u heeft zoals het is, een paar referenties voor sfeer en licht, en één regel over waar de beelden voor zijn.

DIM KUZMENKO, MEDEOPRICHTER, MAVERICK FRAME STUDIO

LANDINGSPAGINA

De beelden die een landingspagina nodig heeft

Een landingspagina heeft één doel en één bezoeker. De beelden volgen de vragen die die bezoeker stelt, in de volgorde waarin hij scrolt. Reserveer ze al in het wireframe, met hun verhouding; dan hoeft niemand later een beeld in een verkeerd vak te persen.

01 Het hero-beeld

Het product of de ruimte in één oogopslag, met ruimte voor de kop. Kies de uitsnede voor desktop en mobiel tegelijk: een liggend beeld wordt op een telefoon vaak een smalle strook.

02 In gebruik of in context

Het product in de hand, op het aanrecht, in het interieur. Hier ziet de bezoeker zichzelf.

03 Het detail

Het materiaal, de naad, de knop, van dichtbij. Dit is het beeld dat 'kwaliteit' bewijst in plaats van het te beweren.

04 De varianten

Kleuren of uitvoeringen in dezelfde camera en hetzelfde licht, naast elkaar. Anders lijkt het één product met vijf verschillende foto's.

05 Hoe het werkt

Een opengewerkt beeld of een korte loop die de opbouw toont. In 3D is dat vaak eenvoudiger te maken dan met een camera.

06 Het slotbeeld bij de knop

Een rustig beeld dat de hero herhaalt of afsluit, naast de call-to-action. Geen nieuw verhaal op het laatste moment.

Wie de kosten van een website begroot, rekent vaak met ontwerp en bouw, en vergeet de beelden die de pagina moeten vullen. Neem ze op als aparte regel, met het aantal en de verhouding uit het wireframe.

VÓÓR DE ANIMATIE

Eerst een shotlijst, dan pas een 3D-animatie

Een storyboard voor 3D hoeft geen tekenwerk te zijn. Een shotlijst volstaat: per shot wat er in beeld is, hoe de camera beweegt en wat de kijker moet onthouden. Wie dat vooraf vastlegt, voorkomt een animatie die mooi is maar niets vertelt.

Shotlijst, per shot in te vullen

SHOT: WAT IS ER IN BEELD

CAMERA: STILSTAAND, RIJDEND, DRAAIEND, INZOOMEND

LICHT EN ACHTERGROND, VOLGENS HET BEELDHOOFDSTUK

WAT DE KIJKER NA DIT SHOT WEET

TEKST OF LOGO IN BEELD, JA OF NEE

Beweging groeit

In onze studio bevat inmiddels meer dan 40% van de opdrachten animatie, 360 of VR, naast of in plaats van stilstaande beelden, en dat aandeel groeit. Een shotlijst is daarom geen luxe meer maar het begin van de brief.



Maverick Frame productierendering.

WERKEN MET EEN STUDIO

Wat het kost, en hoe u het brieft

De twee vragen die ons vóór alle andere worden gesteld. Beide antwoorden zijn kort.

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

Marktranges die wij bereid zijn te publiceren, in dollars. Doorlooptijden en het aantal correctierondes staan er bewust niet bij: die van ons lopen per projecttype te ver uiteen om als richtlijn te dienen, en een verzonnen getal zou hier slechter zijn dan geen getal.

Hoe u brieft — korter is beter

Dit is het tegenovergestelde van wat de meeste mensen aannemen. Vier dingen:

- Wat u nodig heeft — **hoeveel beelden, en waarvan**
- De plattegronden en gevels, zoals ze zijn
- Een paar referentiebeelden voor sfeer en licht
- Eén heldere regel over waarvoor de beelden *dienen*

Een kleine opdracht opblazen tot een bestek van vijftig pagina's werkt averechts: letterlijk genomen wordt het resultaat lelijk, en het stuurt de uitvoerders de verkeerde kant op. Geef de intentie en laat het detail aan het team dat dit dagelijks doet.

De fout die het meest kost

De meest voorkomende misser is niet de verkeerde leverancier kiezen. Het is de **timing**. Men gaat pas zoeken als de eerste leverancier al is afgehaakt en de deadline brandt, en kiest dan in paniek.

Beoordeel en brief renderpartners **voordat** u er een nodig heeft. Eén, liever meerdere, klaar om werk aan te nemen. Het kost nu een middag en redt later een project.

10+

JAAR RENDERING EN
VISUEEL VERTELLEN

350+

MERKEN EN BUREAUS
WERELDWIJD BEDIEND

95%

KLANTTEVREDENHEIDS-
SCORE

40%+

VAN ONZE OPDRACHTEN
BEVAT NU BEWEGING OF 360

Als het beeld moet kloppen, praat dan met ons

Wij zijn een CGI-studio: architectuur- en productrendering, 3D-modellering, animatie, 360-tours en VR. Tien jaar, meer dan 350 merken en bureaus, en het soort werk dat nog klopt als iemand de ramen telt.

Stuur ons de tekeningen en één regel over waar de beelden voor zijn. U krijgt een scope en een prijs, zonder verplichting om beide te gebruiken.

BEGIN HIER

maverickframe.com/contacts

BEKIJK HET WERK

maverickframe.com/gallery

GESCHREVEN DOOR

Dim Kuzmenko

Medeoprichter



Maverick Frame productierendering. · De ranges zijn marktwaarden voor 2026 en vormen geen offerte.