



PRAXISLEITFADEN / AUSGABE 2026

Ein Modell, vom Pitch bis Always-on. **\$7.200 weniger.**

Welche CGI Sie vom Pitch bis zum Always-on-Flow bestellen, was das Produktmodell in jede nächste Phase mitnimmt, und ein Launch, kalkuliert gegen den Neustart in jeder Phase.

HIER ANFANGEN

Ein Produkt, fünf Anbieter, fünfmal neu gebaut

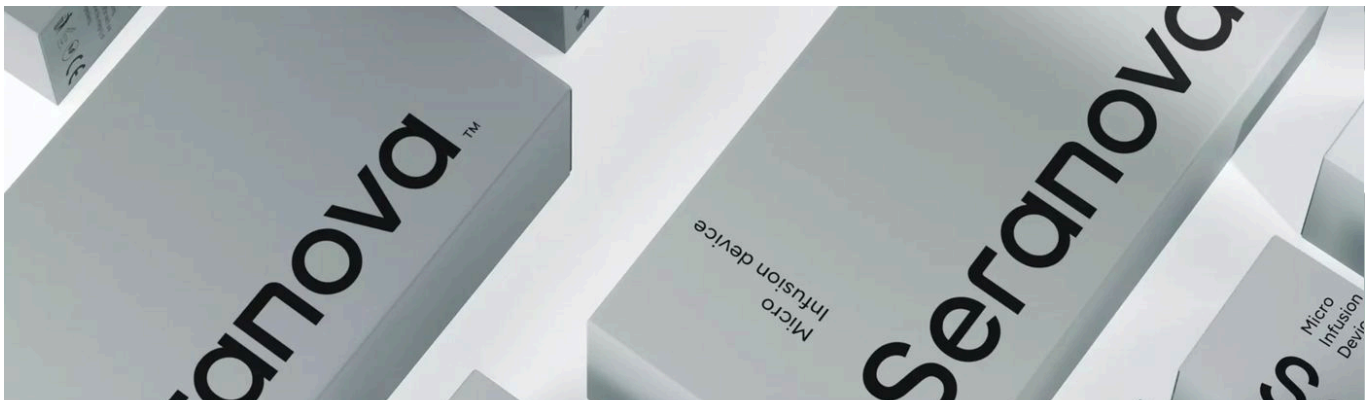
Eine Launchkampagne rendert dasselbe Produkt viele Male zwischen dem Pitch und dem letzten Always-on-Creative: Mood-Frames, um den Etat zu gewinnen, Styleframes für die Freigabe Ihres Kunden, Hero-Stills und Filme zum Kampagnenstart, jeden Schnitt, den der Mediaplan listet, dann einen monatlichen Strom neuer Anzeigen. Das Produkt ändert sich kaum. Das Modell wird meist bei jedem Schritt neu gebaut.

Der Grund ist banal. Die Pitch-Frames macht, wer in der Woche gerade frei war, die Freigabe-Visuals ein Freelancer, die Produktion das Studio, das den Etat gewonnen hat, die Cutdowns ein Adaptionsteam und die Always-on-Anzeigen der Dienstleister der Performance-Agentur. Jeder modelliert das Produkt aus CAD, gleicht Etikett und Farbe neu ab und leuchtet es neu aus. Und die Placements, die zum Marktstart gebraucht werden, bestellt man meist erst, wenn das Hero abgenommen ist.

	PHASE FÜR PHASE EINGEKAUFT	ALS EINE ROADMAP GEPLANT
01	Pitch-Modell nach dem Pitch weggeworfen	Pitch-Modell in Produktionsgenauigkeit gebaut und archiviert
02	Etikett und Farbe von jedem Anbieter neu abgeglichen	Ein Genauigkeitscheck, abgenommen in der Freigabe
03	Formate nach der Freigabe aus einem Master beschnitten	Safe Areas für jedes Placement in der Szene angelegt
04	Always-on-Anzeigen als neue Projekte gebrieft	Monatliche Creatives aus denselben Szenen gerendert

Das Modell ist das Asset. Zahlen Sie es einmal.

Das Produkt zu modellieren und an CAD, Etikett und Farben anzugleichen, ist der langsamste Teil von Kampagnen-CGI. Behalten Sie das Modell, dann zahlt jede spätere Phase für Kameras, Licht und Formate, nicht noch einmal für das Produkt.



Maverick Frame Produktionsrendering.

DER FAHRPLAN

Welche CGI Sie bestellen, Phase für Phase

Fünf Phasen, vom Pitch bis zum Always-on-Flow. Die letzte Spalte zeigt, was das Studio weitergeben sollte, damit die nächste Phase mit einem abgenommenen, ausgeleuchteten Produkt beginnt statt mit einem neuen Modell.

PHASE	DIESE VISUALS BESTELLEN	WER SIE NUTZT	GEHT WEITER
Pitch	Mood-Frames und ein oder zwei Proof-of-Concept-Visuals	Ihr Kreativteam, die Pitch-Jury	Produktmodell, erster Look und Licht
Freigabe	Vorschauen, Genauigkeitschecks und Styleframes	Marken- und Produktteams Ihres Kunden	Abgenommenes Modell, Etikett und Farbvarianten
Produktion	Hero-Stills, Filme, FOOH-Spots und Packshots	Die Kampagne, zum Kampagnenstart	Hero-Szenen, Kameras und Look-Dev
Marktstart	Jeder Cutdown, Beschnitt und jedes Format für OOH, Paid Social, Marktplätze, Presse und Handel	Mediaeinkäufer, Händler, Presse	Format-Setups und Safe Areas
Always-on	Neue Szenen, saisonale Varianten und frische Anzeigenmotive	Performance- und Social-Teams	Die ganze Bibliothek, für die nächste Kampagne

Fangen Sie dort an, wo Sie stehen

Sind Sie in der Produktion, bestellen Sie jetzt Hero-Stills und Filme und verlangen Sie zwei Dinge: Jedes Placement aus dem Mediaplan wird vor dem Rendern in der Szene angelegt, und die Szenendateien werden aufbewahrt. Die Schnitte zum Marktstart und die Always-on-Creatives beginnen dann mit ausgeleuchteten, abgenommenen Szenen, nicht mit einem neuen Modell.



Maverick Frame Produktionsrendering.

WAS ES KOSTET

Eine Launchkampagne, zweimal kalkuliert

Ein Komposit für ein verpacktes Produkt, gelauncht über OOH, Paid Social und Marktplätze, zu mittleren Studiosätzen des Marktes. Stückpreise in beiden Summen identisch.

POSITION		BASIS	ZU STUDIOSÄTZEN
01	Pitch: Produktmodell aus CAD, in Produktionsgenauigkeit	einmal	\$1.800
02	Pitch: drei Mood-Frames, zwei Proof-of-Concept-Visuals	3 x \$300 + 2 x \$450	\$1.800
03	Freigabe: Etikett, Farbe und Genauigkeitscheck	Modell aus Pitch	\$650
04	Freigabe: drei Vorschauen und vier Styleframes	3 x \$250 + 4 x \$400	\$2.350
05	Produktion: Hero-Look-Dev und Umgebungen	Szene aus Freigabe	\$1.400
06	Produktion: sechs Hero-Stills	6 x \$500	\$3.000
07	Produktion: Hero-Film, 30 s	0,5 min x \$7.000	\$3.500
08	Produktion: FOOH-Spot auf einer Stadt-Plate, 15 s	0,25 min x \$8.000	\$2.000
09	Marktstart: Format-Setups und Safe Areas	Szenen aus Produktion	\$1.000
10	Marktstart: acht Film-Cutdowns, 20 Still-Renderings	8 x \$300 + 20 x \$60	\$3.600
11	Marktstart: acht Marktplatz-Packshots	8 x \$250	\$2.000
12	Always-on: saisonale Sets und neue Hintergründe	Szenen aus Marktstart	\$900
13	Always-on: zwölf frische Anzeigenmotive	12 x \$300	\$3.600
14	Always-on: sechs Social-Loops, je 6 s	0,6 min x \$4.000	\$2.400
Phase Pitch			\$3.600
Phase Freigabe			\$3.000
Phase Produktion			\$9.900
Phase Marktstart			\$6.600
Phase Always-on			\$6.900

Als eine Roadmap geplant \$30.000

Dieselben Visuals Phase für Phase, jeweils von null \$37.200

Von null modelliert in jeder Phase ein neuer Anbieter das Produkt wieder aus CAD, zu denselben \$1.800 wie im Pitch, plus die Szenenarbeit zum selben Preis. Als eine Roadmap wird das Modell einmal gebaut: \$7.200 weniger.



DIE EINE SEITE

Was Sie uns in jeder Phase schicken

Die Kunden, deren Logos auf unseren Seiten stehen, schicken für Kampagnen-CGI keine Spezifikationen. Agenturen schicken ein Briefing in beliebigem Format, die Produktdateien und eine Zeile dazu, wo die Arbeit laufen wird. In jeder Phase reicht das für ein Angebot.

01	Pitch: die Idee	Das Konzept, das Produkt und ein oder zwei Referenzen. Ein Deck oder ein paar Zeilen in einer E-Mail genügen.
02	Pitch: der Termin	Wann Sie pitchen, damit die Frames mit einem Tag Puffer für Ihre eigene Abstimmung ankommen.
03	Freigabe: das Produkt	CAD, Stanzkonturen oder Fotos eines Musters, mit Etikett und Druckdaten.
04	Freigabe: die Farben	Eine Pantone-Referenz oder ein physisches Farbmuster für jede Farbvariante, die Ihr Kunde verkauft.
05	Produktion: die Shotlist	Die Stills, Filme und FOOH-Plates, die Sie brauchen, mit Längen und den Märkten, in denen sie laufen.
06	Produktion: der Starttermin	Der erste Kampagnenstart. Eine Minute Film dauert 4 bis 6 Wochen.
07	Marktstart: der Mediaplan	Jedes Placement mit Größe, Format und Längenvorgaben, bevor das Rendern beginnt.
08	Always-on: der Kalender	Die Saisons, Märkte und das monatliche Volumen an Creatives, das Sie erwarten.
09	Jede Phase: das NDA	Ihr NDA und wie Dateien ohne Studio-Branding für Ihren Kunden benannt werden sollen.

Phase wechseln, Szene behalten

Bitten Sie uns, Modell, Materialien, Kameras und Format-Setups zu behalten, wenn eine Phase geliefert ist. Kommt die nächste Phase oder Saison, schicken Sie die Änderungen, und wir kalkulieren nur die neuen Szenen, Shots und Schnitte.

Preise und Konditionen umseitig

Spannen für Freelancer und Studios, unsere Produktionszeiten und was eine Korrekturrunde umfasst, stehen auf der nächsten Seite. So prüfen Sie die Sätze hinter diesem Komposit.



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.