



PRAXISLEITFADEN / AUSGABE 2026

Ihr FOOH-Spot ging viral. Der Recut sollte kein neues Asset kosten.

Welche Visuals Sie vom Pitch bis zum Recut bestellen, was das CGI-Asset mitnimmt und wie sich das Budget auf die Phasen verteilt, zu mittleren Studiopreisen.

HIER ANFANGEN

Das Asset ist das Budget. Die meisten kaufen es zweimal

Bei FOOH ist nicht das Video das Teure. Teuer ist das CGI-Objekt: das übergroße Produkt, modelliert, texturiert und so eingerichtet, dass es sich bewegt und mit einer echten Straße interagiert. Alles andere in der Kampagne baut auf diesem Asset auf.

Budgets versickern, wenn jede Phase es als neuen Auftrag behandelt. Das Pitch-Team skizziert seine eigene Version, das Produktionsstudio modelliert es für den Launch neu, und wenn der Post funktioniert und die Marke drei weitere Städte will, beginnt ein drittes Team bei den Packshots. Das zweite Leck ist das Timing: Die Plates werden gedreht, bevor jemand geprüft hat, was das CGI braucht, und das Compositing muss gegen das Material ankämpfen.

PHASE FÜR PHASE EINGEKAUFT		ALS EIN FAHRPLAN GEPLANT	
01	In jeder Phase modelliert ein neues Team das Produkt	Ein CGI-Asset, bei der Freigabe gebaut und archiviert	
02	Plates ohne Kamera- und Lichtdaten gedreht	Tracking, Objektivdaten und HDRI am Drehtag erfasst	
03	Launch in einem Format geschnitten, später teuer umformatiert	So weit gerendert, dass hochkant, quadratisch und quer möglich sind	
04	Der Recut für eine neue Stadt als neue Kampagne angeboten	Neue Städte und Saisons auf Basis des vorhandenen Assets	

Planen Sie den zweiten Post, bevor der erste rausgeht.

Ein FOOH-Video, das funktioniert, wird wieder angefragt, in einer anderen Stadt oder für ein anderes Produkt. Bleiben Asset, Rig und Look-Dev bei einem Studio, ist das Follow-up eine neue Plate und ein neues Compositing, keine neue Produktion.



Maverick Frame Produktionsrendering.

DER FAHRPLAN

Was Sie in jeder Phase bestellen, was bleibt

Die fünf Phasen unten sind die von unserer FOOH-Seite. Zu jeder: was Sie bestellen, wer es ansieht und was die nächste Phase übernimmt, statt es noch einmal zu bezahlen.

PHASE	DIESE VISUALS BESTELLEN	WER SIE NUTZT	WAS BLEIBT
Pitch	Konzeptframes und ein grobes Animatic	Marke und Agentur	Die Idee und die grobe Kamerafahrt
Genehmigen	Styleframes und eine Previs des CGI-Objekts am echten Ort	Freigabe durch den Kunden	Das fertige CGI-Asset, Look und Animations-Rig
Dreh	Location-Plates, Kameratracking, HDRI und Lichtreferenz	Drehteam, Compositing	Getrackte Kameras und Lichtdaten pro Location
Launch	Das Hero-FOOH-Video in hochkant, quadratisch und quer	Social Media, Paid Media, PR	Das Asset, Simulations-Setup und Grading
Recut	Neue Städte, Produkte oder saisonale Versionen auf demselben Asset	Folge-Posts, neue Märkte	Eine wachsende Bibliothek von Locations und Versionen

Fangen Sie dort an, wo Sie stehen

Ist die Idee freigegeben und der Dreh steht bevor, planen Sie die Plates rund um das CGI: Lassen Sie sich vom Studio eine Shotlist mit Kamerahöhen, Objektiv und Referenzbedarf geben, und lassen Sie Tracking und HDRI am Drehtag erfassen. Lassen Sie Asset und Rig archivieren, damit die Launch-Cuts und jeder Recut sie wiederverwenden.



Maverick Frame Produktionsrendering.

WAS ES KOSTET

Ein CGI-Asset, fünf Phasen, Posten für Posten

Ein zusammengesetztes Beispiel einer FOOH-Kampagne an einer Location mit Follow-up in zwei Städten, zu mittleren Studiopreisen. Das Asset entsteht einmal, bei der Freigabe. Die als wiederverwendet markierten Posten kosten weniger, weil das Produkt nicht neu modelliert werden muss.

	POSTEN	GRUNDLAGE	ZU STUDIOPREISEN
01	Pitch: Konzeptframes	3 x \$400	\$1.200
02	Pitch: grobes Animatic	Entwurf	\$1.300
03	Genehmigen: CGI-Produktasset, modelliert und geriggt	Aufbau, einmalig	\$3.700
04	Genehmigen: Styleframes am echten Ort	3 x \$500	\$1.500
05	Genehmigen: Previs der Bewegung	Entwurf	\$1.800
06	Dreh: Tracking, HDRI und Lichtreferenz	1 Location	\$2.000
07	Launch: Hero-FOOH-Film, 30 Sekunden	0,5 Min. x \$8.000, Asset aus Genehmigen wiederverwendet	\$4.000
08	Launch: Simulation und Compositing in die Plate	pro Shot	\$2.800
09	Launch: Cuts hochkant, quadratisch und quer	3 x \$400	\$1.200
10	Recut: zwei neue Städte, dasselbe Asset	2 x \$2.150, Asset aus Genehmigen wiederverwendet	\$4.300
11	Recut: saisonale Produktversion	Asset wiederverwendet, neu texturiert	\$1.200
	Zwischensumme Pitch		\$2.500
	Zwischensumme Genehmigen		\$7.000
	Zwischensumme Dreh		\$2.000
	Zwischensumme Launch		\$8.000
	Zwischensumme Recut		\$5.500
	Als ein Fahrplan geplant		\$25.000
	Dieselben Visuals Phase für Phase, jedes Mal von vorn		\$32.400



Von vorn heißt: dieselben Posten plus \$7.400, nämlich das CGI-Asset für \$3.700, von einem neuen Team erneut im Launch und noch einmal im Recut gebaut. Die Anteile oben beziehen sich auf die geplanten \$25.000.

DIE EINE SEITE

Was Sie uns in jeder Phase schicken

Die Teams, deren Logos auf unseren Leistungsseiten stehen, schicken keine langen Lastenhefte. In jeder Phase senden sie ein paar Dinge wie diese, meist direkt im Text einer E-Mail, und das reicht für ein Angebot und für den Start.

01	Pitch: die Idee	Ein Absatz oder eine Skizze: was wo erscheint und was es tut.
02	Pitch: die Marke	Das Produkt, seine Packshots und die Tonalität der Marke. Links genügen.
03	Genehmigen: das Produkt	CAD, Stanzkonturen der Verpackung oder das physische Produkt als Referenz.
04	Genehmigen: der Ort	Die Straße, das Gebäude oder das Wahrzeichen, mit Fotos, falls vorhanden.
05	Dreh: der Plan	Drehtag, Kamera und Objektiv und wer am Set ist. Wir schicken eine CGI-Shotlist zurück.
06	Dreh: die Plates	Rohmaterial, eventuelle Tracking-Marker und HDRI oder Chromkugel-Referenz.
07	Launch: die Kanäle	Wo es läuft, organisch, bezahlt oder PR, und die Länge pro Kanal.
08	Launch: die Formate	Hochkant, quadratisch und quer, und welches führt.
09	Recut: die Versionen	Neue Städte, Produkte oder Seasons und welche Plates es dafür gibt.
10	Jede Phase: das Budget	Eine Zahl oder eine Spanne pro Phase. So kommen wir am schnellsten zu einem passenden Umfang, und es ist keine Schwäche.

Phase wechseln, Szene behalten

Haben wir Ihr CGI-Asset für eine frühere Phase gebaut, beginnt ein Recut mit einer E-Mail: die neue Stadt oder das neue Produkt, die vorhandenen Plates und die Termine. Asset, Rig und Look-Dev sind archiviert, das Angebot beginnt also beim Compositing, nicht beim Modellieren.

Unsere Konditionen stehen auf der nächsten Seite

Marktpreise, Fristen und was als Korrekturrunde zählt, finden Sie auf Seite 06. Das Beispiel auf Seite 04 ist zu denselben mittleren Studiopreisen kalkuliert.

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/
FOOH- und CGI-Werbung	maverickframe.com/de/leistungen/fooh-cgi-werbung/
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.