



PRAXISLEITFADEN / AUSGABE 2026

Ab der dritten Farbe rechnet sich das Shooting nicht mehr.

Ein Katalog mit 12 Produkten in 51 Farbvarianten, zweimal kalkuliert: fotografiert \$27.450, in CGI \$22.005. Zeile für Zeile, pro SKU, mit der Farbe, ab der CGI günstiger wird.

HIER BEGINNEN

Kalkuliert pro Produkt. Bezahlt pro SKU.

Ein Onlineshop verkauft keine Produkte. Er verkauft SKUs, und jede davon braucht ihr eigenes Hauptbild, ihre eigenen Ansichten und eine Nahaufnahme der Oberfläche. Zwölf Produkte in vier Farben sind nicht zwölf Fotos. Es sind achtundvierzig Listings mit je sechs Bildern, dazu eine Lifestyle-Szene pro Produkt.

Angebote werden meist pro Produkt verglichen, weil das Briefing so geschrieben ist. Die Rechnung kommt pro SKU, weil so gearbeitet wird. Eine Kamera braucht jede Farbvariante physisch im Raum. Ein 3D-Modell braucht jede Farbvariante als Material, und ein neues Material ist ein Nachmittag, kein Studiotermin.

	FOTOGRAFIERT	IN CGI GERENDERT
01	Braucht ein fertiges Muster jeder Farbvariante, bevor der Studiotag steht	Startet mit CAD und einem Farbmuster, bevor die Farbvarianten produziert sind
02	Jede Farbvariante wird als sechs neue Bilder fotografiert und freigestellt	Jede Farbvariante ist ein Materialtausch und sechs neue Renderings fester Kameras
03	Eine Farbe nach dem Launch heißt neues Muster und ein halber Studiotag	Eine Farbe nach dem Launch sind drei Stunden Arbeit
04	Lifestyle-Szenen sind ein Locationtag mit Stylist	Lifestyle-Szenen werden einmal gebaut und in der nächsten Saison wiederverwendet
05	360°-Ansichten und AR-Dateien sind ein eigener Auftrag	360°-Ansichten und GLB- oder USDZ-Dateien kommen aus demselben Modell

Die Kosten stecken in den Farbvarianten.

Bei einem Produkt in einer Farbe ist ein guter Produktfotograf meist günstiger als ein Rendering. Bei der dritten Farbvariante kreuzen sich die Linien, und jede weitere Farbe vergrößert den Abstand. Das ist das ganze Argument dieses Leitfadens, in Zahlen.



Maverick Frame Produktionsrendering.

DIE RECHNUNG

Ein Katalog, auf beide Wege kalkuliert

Ein zusammengesetztes Beispiel aus den Katalogen, die Onlinemarken zu uns bringen: 12 Produkte, je 4 Farbvarianten, 6 Bilder auf Weiß pro SKU, eine Lifestyle-Szene pro Produkt und 3 Farbvarianten, die nach dem Launch dazukommen. Die Fotozeilen sind zu mittleren Preisen von E-Commerce-Fotostudios kalkuliert, die CGI-Zeilen mit unserem eigenen Stundensatz von \$45. Infografik-Layouts kosten auf beiden Wegen gleich viel und fehlen hier.

	POSITION	BASIS	KOSTEN
01	Foto: Muster jeder Farbvariante, Fracht und Handling	48 x \$40	\$1.920
02	Foto: 6 Bilder auf Weiß pro SKU, freigestellt und retuschiert	288 x \$35	\$10.080
03	Foto: Lifestyle-Tage mit Set, Requisiten und Stylist	2 x \$4.800	\$9.600
04	Foto: Lifestyle-Retusche, eine Szene pro Produkt	12 x \$150	\$1.800
05	Foto: 3 Farben nach dem Launch, Muster, halber Tag, 6 Bilder	3 x \$1.350	\$4.050
06	CGI: Produktmodelle und Materialien aus CAD	12 x 12 h	\$6.480
07	CGI: 6 feste Kameras auf Weiß, erste Farbvariante	12 x 9 h	\$4.860
08	CGI: 36 weitere Farbvarianten, Materialtausch und 6 neue Renderings	36 x 3 h	\$4.860
09	CGI: Lifestyle-Szenen in 3D gebaut, eine pro Produkt	12 x 10 h	\$5.400
10	CGI: 3 Farben nach dem Launch	3 x 3 h	\$405
	Fotografiert, pro SKU (51 SKUs)		\$538
	In CGI gerendert, pro SKU (51 SKUs)		\$431
	In CGI gerendert, Zeilen 6 bis 10		\$22.005
	Fotografiert, Zeilen 1 bis 5		\$27.450

\$5.445 in der ersten Saison. Mehr in der zweiten.

In der nächsten Saison liegen die Modelle schon vor. Zwölf neue Lifestyle-Szenen und acht neue Farbvarianten kosten in CGI etwa \$5.400 und fotografiert etwa \$13.400, weil die Kamera wieder bei den Mustern anfängt.

DIE GEWINNSCHWELLE

Wo sich die Linien kreuzen, Produkt für Produkt

Dieselben Sätze für ein Produkt mit sechs Bildern auf Weiß pro Farbvariante und einer Lifestyle-Szene. Wenden Sie die Tabelle auf Ihr eigenes Sortiment an: Zählen Sie die Farbvarianten, nicht die Produkte.

FARBVARIANTEN	FOTOGRAFIERT	IN CGI GERENDERT	GÜNSTIGER
1	\$1.200	\$1.395	Foto, um \$195
2	\$1.450	\$1.530	Foto, um \$80
3	\$1.700	\$1.665	CGI, um \$35
4	\$1.950	\$1.800	CGI, um \$150
8	\$2.950	\$2.340	CGI, um \$610
12	\$3.950	\$2.880	CGI, um \$1.070

Wo die Kamera noch gewinnt

Ein Angebot, laut dem CGI immer günstiger ist, will verkaufen. Behalten Sie die Kamera, ganz oder teilweise, wenn:

- ☐ das Sortiment aus ein oder zwei Farbvarianten eines fertigen Produkts besteht, das schon auf Lager ist.
- ☐ ein echter Mensch das Produkt trägt oder hält und sein Gesicht das Bild trägt.
- ☐ es um Lebensmittel, Getränke oder alles geht, was frisch zubereitet aussehen muss.
- ☐ Stoff oder Oberfläche das ganze Verkaufsargument sind und ein Muster auf Ihrem Tisch liegt: Wir gleichen das Rendering daran ab, aber das Muster bleibt die Referenz.

Regeln fürs Hauptbild, die in jedes Briefing gehören

- ☐ Reinweißer Hintergrund, RGB 255, 255, 255, für das Hauptbild bei Amazon.
- ☐ Das Produkt füllt etwa 85% des Bildes, sonst ist nichts darauf.
- ☐ Mindestens 1.000 px an der längsten Seite, damit der Zoom funktioniert.
- ☐ Ein Licht- und Kamerastandard für das ganze Sortiment, festgelegt an der ersten SKU.



Maverick Frame Produktionsrendering.

DIE EINE SEITE

Was Onlinemarken uns tatsächlich schicken

Die Marken, deren Logos auf unseren Seiten stehen, schicken keine Lastenhefte. Sie schicken etwas in dieser Art, meist im Text einer E-Mail mit der CAD-Datei im Anhang, und das reicht, um einen ganzen Katalog zu kalkulieren und mit der Arbeit zu beginnen.

01	Die Produkte	CAD- oder STEP-Dateien. Ein Muster oder Handfotos davon, falls es schon existiert.
02	Die Farbvarianten	Namen und Referenzen: Pantone, RAL oder ein Foto des Farbmusters. Sagen Sie, welche final sind.
03	Der Bildsatz pro SKU	Wie viele Bilder auf Weiß, welche Ansichten, welche Nahaufnahmen.
04	Der aktuelle Shop-Stil	Zwei oder drei Listings, die Ihnen gefallen, eigene oder fremde.
05	Wo verkauft wird	Eigener Shop, Amazon, andere Marktplätze, Handelspartner. Das bestimmt Formate und Hintergründe.
06	Die Lifestyle-Szenen	Wo jedes Produkt lebt: eine Küche, ein Badregal, ein Schreibtisch. Eine Zeile pro Szene.
07	360° und AR	Ob Sie Drehansichten oder GLB- und USDZ-Dateien brauchen, und für welche Produkte.
08	Wer freigibt	Eine Person auf Ihrer Seite, damit jede Runde als eine Liste bei uns ankommt.
09	Der Starttermin	Der echte, und welche SKUs zuerst live sein müssen.
10	Das Budget	Ein Betrag oder eine Spanne pro SKU. Der schnellste Weg zu einem passenden Umfang.

Mit einer SKU beginnen

Schicken Sie zuerst ein Produkt in einer Farbvariante. Wir legen Kameras und Licht daran fest, Sie geben den Look frei, und jede weitere SKU folgt demselben Standard.

Behalten Sie gute Fotos

Ist ein Teil des Sortiments schon fotografiert, gleichen wir die Renderings an Ihre vorhandenen Bilder an, sodass gerenderte und fotografierte SKUs im Shop nebeneinander bestehen.

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 CAD und die Farbliste

CAD- oder STEP-Dateien, ein Muster oder Fotos davon, die Liste der Farbvarianten, den aktuellen Bildstil Ihres Shops und den Starttermin, in welchem Zustand auch immer. Sie bekommen Leistungsumfang, Preis pro SKU und die Fragen, auf die es ankommt, als schriftliche Antwort, nicht als Verkaufsgespräch.

Das Kontaktformular	maverickframe.com/contacts/
E-Commerce-Produktbilder	maverickframe.com/de/loesungen/e-commerce/
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.