



PRAXISLEITFADEN / AUSGABE 2026

Fünfzehn Sekunden Film sind 360 Einzelbilder. Jedes hat **seinen Preis.**

Erklärfilm, Hero-Spot oder Loop: drei Produktfilme zu drei Preisen, die Kanalfassungen, die jeder braucht, und wie aus einem Briefing über \$20.850 ein Launch für \$7.500 wurde.

HIER BEGINNEN

Niemand bestellt Frames. Jedes Angebot zählt sie.

Ein Produktfilm wird im Briefing in Sekunden bepreist und im Studio in Frames. Bei 24 Bildern pro Sekunde hat ein Spot von 15 Sekunden 360 Bilder, jedes davon beleuchtet, gerendert und geprüft wie ein Standbild. Deshalb kann ein Satz, der in einer E-Mail harmlos aussieht, ein Angebot verdoppeln.

Die meisten Briefings für Produktfilme verlangen drei Filme auf einmal, ohne es zu sagen: einen, der das Produkt erklärt, einen, der es verkauft, und einen, der auf der Produktseite in Schleife läuft. Jeder ist ein anderer Auftrag mit anderer Länge und eigener Liste an Schnittfassungen. Bewusst gewählt, reicht für einen Launch meist einer davon.

WAS IM BRIEFING STEHT

WAS ES IN FRAMES BEDEUTET

01	Ein Film über 60 Sekunden	1.440 Frames. Viermal der Hero-Spot und für einen Launch meist der falsche Film.
02	Zusätzlich eine Hochformat-Version	Die Kamera wird neu kadriert und die Einstellung neu gerendert. Ein Ausschnitt aus dem Querformat verliert das Produkt.
03	Bitte in Zeitlupe	Doppelt so viele Frames für dieselben Sekunden und doppelte Renderzeit.
04	In jeder Farbvariante	Weitere 360 Frames pro Farbe, wo ein Farbwechsel von zwei Sekunden dasselbe sagen würde.

Die Länge ist der Preis. Erst den Film wählen, dann die Sekunden.

Erklärfilm, Hero-Spot und Loop sind drei Produkte, nicht drei Längen desselben. Legen Sie fest, welche Aufgabe der Film hat und wo er läuft, dann ergeben sich Länge, Frame-Zahl und die meisten Schnittfassungen von selbst.



Maverick Frame Produktionsrendering.

DIE RECHNUNG

Ein Launch-Briefing, wörtlich genommen

Unten steht ein Komposit aus den Briefings für Produktanimation, die wir dieses Jahr erhalten haben, bepreist zu mittleren Studiosätzen. Jede Zeile stand in einem Briefing für einen einzigen Produktlaunch, meist in einem Absatz und meist mit einem vierstelligen Budget.

POSITION	BASIS	ZU STUDIOSÄTZEN
01 Produktmodell neu aufgebaut für Animation	Neuaufbau	\$1.200
02 Storyboard und Animatic	Board	\$600
03 Erklärfilm über 60 Sekunden, 1.440 Frames	1 min	\$4.500
04 Hero-Spot über 15 Sekunden, 360 Frames, Staubsimulation	0,25 min + Sim.	\$3.500
05 Drei Loops à 6 Sekunden für Produktseiten	3 x \$450	\$1.350
06 Hero neu kadriert für 9:16 und 1:1	2 x \$700	\$1.400
07 Bumper-Schnitte über 6 und 10 Sekunden	2 x \$300	\$600
08 Alles in 4K gemastert	Neu-Rendering	\$1.800
09 Der Hero in drei weiteren Farbvarianten	3 x \$1.000	\$3.000
10 Sounddesign und lizenzierte Musik	Audio	\$900
Zwischensumme		\$18.850
Hero-Einstellung in 48 fps für Zeitlupe		+ \$2.000
Was das Briefing verlangt		\$20.850
Was der Launch braucht		\$7.500

\$13.350 davon sind Arbeit, die der Launch nie gebraucht hat.

Der Launch braucht das Modell (\$1.200), ein Storyboard (\$600), den Hero über 15 Sekunden mit Staub (\$3.500), eine Hochformat-Kadrierung (\$700), zwei Loops à 6 Sekunden aus der Hero-Szene (\$600) und Sound (\$900). Der Erklärfilm kann folgen, wenn der Hero gelaufen ist.

DEN FILM WÄHLEN

Erklärfilm, Hero-Spot oder Loop

DER FILM	LÄNGE BEI 24 FPS	WAS ER LEISTET	PREIS
Erklärfilm	45-90 Sek., 1.080-2.160 Frames	Zeigt Schritt für Schritt, wie es funktioniert. Produktseiten, Sales-Decks, Messestände.	Rund \$4.500 pro Minute
Hero-Spot	15-30 Sek., 360-720 Frames	Verkauft das Gefühl. Launch, Paid Social, große Screens.	\$1.500-2.000 pro 15 Sek., plus Simulation
Loop	6-10 Sek., 144-240 Frames, nahtlos	Ersetzt ein Standbild auf Produktseite oder Listing.	\$300-450 pro Stück, weniger aus vorhandener Szene

IM BRIEFING	WAS SIE STATTDESSEN SCHREIBEN
01 Ein Film von 60 bis 90 Sekunden	Schreiben Sie, was der Film leisten soll. Die meisten Launches brauchen einen Hero-Spot; ein Erklärfilm verdient seine Länge nur, wo nach dem Lesen gekauft wird.
02 Fassungen für jeden Kanal	Nennen Sie die zwei Kanäle, die zählen. Jedes neue Format ist eine neue Kamera und ein neues Rendering, kein Export.
03 4K-Master von allem	4K für den Hero, wenn er auf großen Screens läuft. Web und Social laufen in HD, und HD rendert in einem Bruchteil der Zeit.
04 Zeitlupe	Nennen Sie die eine Einstellung, die sie braucht. Zeitlupe verdoppelt die Frames jeder Sekunde, die sie abdeckt.
05 Jede Farbvariante animiert	Animieren Sie die Hero-Farbe. Den Rest zeigen Standbilder oder ein kurzer Farbwechsel am Ende.
06 Bumper und Teaser	Bestellen Sie sie mit dem Film. Aus bereits gerenderten Frames geschnitten, kosten sie einen Bruchteil einer neuen Einstellung.

DIE EINE SEITE

Was Marken uns wirklich schicken

Die Kunden, deren Logos auf unseren Leistungsseiten stehen, schicken keine Shotlisten. Für eine Produktanimation schicken sie etwas sehr Ähnliches wie das hier, meist direkt im Text einer E-Mail, und das reicht für ein Angebot und den Start des Storyboards.

01	Das Produkt	Eine Zeile, dazu CAD oder ein vorhandenes Rendermodell. Sagen Sie, was sich bewegt.
02	Das echte Objekt	Ein Muster oder Fotos bei neutralem Licht aus mehreren Winkeln.
03	Der Film	Erklärfilm, Hero-Spot oder Loop. Einer davon.
04	Die Länge	In Sekunden. Wenn unsicher, sagen Sie, wo er läuft, und wir schlagen eine vor.
05	Das eine, das er zeigen muss	Die Funktion, die Oberfläche oder der Moment, der das Produkt verkauft.
06	Wo er läuft	Die Kanäle und ihre Formate. Daraus ergeben sich die Schnittfassungen.
07	Ein Referenzfilm	Ein Link und eine Zeile dazu, was Ihnen gefällt: Tempo, Licht, Kamera.
08	Sound	Ein Marken-Track, ein Lizenzbudget oder Stille.
09	Wann Sie ihn brauchen	Der echte Termin. Ein Film bis zu einer Minute dauert vier bis sechs Wochen, Storyboard zuerst.
10	Das Budget	Eine Zahl oder eine Spanne. Sie entscheidet den Film schneller als jede Shotliste.

Absicht statt Kamerafahrten

Sagen Sie uns, was der Zuschauer fühlen und behalten soll. Kamerawege, Timing und Licht sind unser Tagesgeschäft, und ein Film, der aus der Absicht entwickelt wird, wird besser als einer, der Einstellung für Einstellung diktiert ist.

Lassen Sie das Animatic streiten

Anmerkungen sind am Storyboard billig und an gerenderten Frames teuer. In den zwei Runden der Entwurfsphase wird der Film entschieden; danach wird jede Änderung neu gerendert.

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 das Produkt und die Kanalliste

CAD oder ein vorhandenes Rendermodell, ein Muster oder Fotos, einen Referenzfilm und die Liste der Kanäle, auf denen der Film laufen soll, in welchem Zustand auch immer. Sie bekommen den Film, den wir machen würden, einen Preis und die Fragen, auf die es ankommt, als schriftliche Antwort, nicht als Verkaufsgespräch.

Das Kontaktformular	maverickframe.com/contacts/
Produktanimation	maverickframe.com/de/leistungen/3d-produktanimation/
Oder einfach	auf die E-Mail antworten, mit der dieser Leitfaden kam.

Geschrieben von denen, die diese Briefings lesen

Dim Kuzmenko ist Gründer von Maverick Frame Studio. Die Zahlen in diesem Leitfaden stammen aus unserem eigenen Posteingang und unserer eigenen Preisliste, nicht aus einer Branchenumfrage.