



PRAXISLEITFADEN / AUSGABE 2026

Die meisten FOOH-Ideen sterben an der Plate. **Eine Plate, 8 Sekunden.**

Das Briefing, das entscheidet, ob ein Fake-Out-of-Home-Spot echt wirkt: eine Plate, eine Idee, acht Sekunden. Posten für Posten gegen die Version mit drei Ideen für \$23.100.

DER ANFANG

Es wirkt falsch, bevor das Objekt auftaucht.

Ein FOOH-Spot funktioniert aus einem Grund: Für eine Sekunde glaubt der Zuschauer, es sei auf einer echten Straße passiert. Diesen Glauben entscheidet das Drehmaterial, nicht das CGI. Wirkt ein Spot unecht, ist selten das Objekt schuld. Die Plate, in die es gesetzt wurde, konnte es nie tragen.

Die meisten FOOH-Briefings beschreiben die Idee im Detail und das Drehmaterial in einer Zeile, oft 'Stock oder was eben passt'. Also wird die Plate spät gewählt, nach der Konzeptfreigabe, und sie kommt verwackelt, flach ausgeleuchtet, aus falscher Höhe oder schon überfüllt. Alles danach ist der Versuch, eine Einstellung zu retten, die nie Platz für die Idee hatte.

	WOMIT DAS BRIEFING MEIST BEGINNT	WAS ENTSCHIEDET, OB ES ECHT WIRKT
01	Drei Ideen, falls eine funktioniert	Eine Idee, die zu einem Ort passt. Jede Idee braucht eigene Plate, eigenes Objekt, eigene Simulation.
02	Eine Geschichte in 30 Sekunden	Acht bis zehn Sekunden mit einer Enthüllung. Das wird geschaut und geteilt.
03	'Stock-Footage reicht'	Eine Plate, gedreht für das Objekt: ruhig, auf Augenhöhe, mit Platz im Bild und passendem Licht.
04	Jede Plattform, jedes Format	Zuerst für den höchsten Schnitt drehen. Ein breites 16:9 aus 9:16-Material überlebt selten.

Die Plate ist das Briefing.

Legen Sie fest, wo die Idee passiert, und drehen Sie diesen Ort ordentlich, bevor irgendjemand etwas modelliert. Eine gute Plate macht ein gewöhnliches Objekt glaubwürdig, eine schlechte lässt ein perfektes aufgeklebt aussehen.



Maverick Frame Produktionsrendering.

DIE RECHNUNG

Drei Ideen, 30 Sekunden, kalkuliert wie gebrieft

Unten steht ein Komposit aus FOOH-Briefings, die wir dieses Jahr kalkuliert haben, zu mittleren Studiopreisen. Minutenpreise für Animation beschreiben diese Arbeit schlecht: Die meisten Kosten stecken in Objekt, Simulation und Anpassung an die Plate, nicht in der Länge.

	POSITION	BASIS	ZU STUDIOPREISEN
01	Drei Stock-Plates, lizenziert, getrackt und bereinigt	3 x \$900	\$2.700
02	Drei Hero-Objekte im Straßenmaßstab modelliert	3 x \$1.200	\$3.600
03	Eine Simulation je Idee: Stoff, Flüssigkeit, Glas	3 x \$1.500	\$4.500
04	30 Sekunden beleuchtet und gerendert, 720 Frames	\$200 / s	\$6.000
05	Compositing: Schatten, Reflexionen, Korn	30 s	\$3.400
06	Fünf Plattformschnitte	5 x \$300	\$1.500
07	Neue Plate und neues Tracking nach dem ersten Fehlschlag	Rettung	\$1.400
	Plates, Objekte und Simulationen für drei Ideen		\$10.800
	Länge, Compositing und Schnitte		+ \$10.900
	Die Rettung		+ \$1.400
	Drei Ideen, 30 Sekunden		\$23.100
	Eine Plate, eine Idee, acht Sekunden		\$7.000

\$7.000 kostet der Spot, den Leute wirklich teilen.

Eine getrackte Plate \$900, ein Objekt \$1.200, eine Simulation \$1.500, acht Sekunden gerendert \$1.600, Compositing \$900 und drei Schnitte \$900. Das ist nicht die Sparversion des langen Briefings. Es ist die Version, die überhaupt eine Chance hat, dass man ihr glaubt.

ZEILE FÜR ZEILE

Was Sie statt des langen Briefings schreiben

Schreiben Sie diese neun Zeilen um, und der Spot wird zugleich kürzer, günstiger und überzeugender. Keine davon ist ein kreativer Kompromiss, es sind die Bedingungen, unter denen der Trick funktioniert.

IM BRIEFING	WAS SIE STATTDESSEN SCHREIBEN
01 Drei Konzepte zur Auswahl	Vor der Produktion wählen. Ideen als Skizze über einem Standbild der Straße testen, das kostet in dieser Phase fast nichts.
02 Eine Geschichte in 30 Sekunden	Eine Enthüllung in acht bis zehn Sekunden, dazu ein Standbild für Plakat und Thumbnail.
03 'Stock oder was eben passt'	Nennen Sie den Ort. Muss es Stock sein, schicken Sie uns den Clip vor der Lizenzierung, nicht danach.
04 Keine Drehhinweise	Ruhige Kamera oder langsame Fahrt, Augen- oder Handyhöhe, 4K oder mehr, der Platz des Objekts im Bild frei.
05 Keine Lichtreferenz	Ein paar Sekunden mit Grau- und Chromkugel oder Fotos des Ortes zur selben Tageszeit.
06 Das Objekt als Logo	Die Produktdatei oder ein physisches Muster. Echte Etiketten, echte Proportionen, echte Materialien.
07 'Soll viral gehen'	Sagen Sie, was das Objekt tut: landet, wächst, schmilzt, umhüllt, kracht. Ein Verb ist ein Briefing.
08 Jede Plattform	Die Leitplattform und ihr Format, dann welche Schnitte folgen. Für den höchsten drehen.
09 Launch nächste Woche	Das echte Datum. Tracking und Simulation brauchen ihre Tage, Eile heißt halbe Zeit für rund 40% mehr.

DIE EINE SEITE

Was Marken uns für FOOH wirklich schicken

Die Marken, deren Logos auf unseren Leistungsseiten stehen, schicken keine Konzept-Decks. Sie schicken etwas wie das hier, meist im Text einer E-Mail mit einem Clip im Anhang, und das genügt für ein Angebot und den Arbeitsbeginn.

01	Die Idee	Ein Satz und ein Verb: was erscheint und was es tut.
02	Der Ort	Eine Straße, eine Fassade, ein Wahrzeichen, eine Plakatwand. Nennen oder beschreiben.
03	Die Plate	Drehmaterial, wenn vorhanden, sonst ein Handyclick. Wir sagen, ob er die Idee trägt.
04	Das Produkt	Eine 3D-Datei, Verpackungsgrafik oder ein Muster.
05	Die Länge	Acht bis zehn Sekunden sind Standard. Sagen Sie, wenn Sie mehr brauchen.
06	Die Leitplattform	Wo es startet und in welchem Format.
07	Die weiteren Schnitte	Formate und Längen, die der Leitversion folgen.
08	Ton	Ob Sie ihn liefern oder wir.
09	Der Termin	Das Launchdatum, nicht das bequeme.
10	Das Budget	Eine Zahl oder eine Spanne. Der schnellste Weg zum passenden Umfang.

Zuerst den Handyclick schicken

Zehn Sekunden, mit dem Handy am echten Ort gefilmt, sagen uns mehr als ein Moodboard. Meist können wir binnen eines Tages sagen, ob der Ort die Idee trägt, bevor jemand ein Team bucht.

Die zweite Idee aufheben

Eine gestrichene Idee ist nicht verloren. Ist der erste Spot draußen und Sie wissen, wie er lief, startet der zweite mit einer bewährten Plate und einem Studio, das Ihr Produkt kennt.

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 die Plate und die Idee

Drehmaterial vom Ort, einen Handyclip der Straße, eine Produktdatei oder eine Idee in einem Satz, in welchem Zustand auch immer. Sie bekommen Leistungsumfang, Preis und die entscheidenden Fragen als schriftliche Antwort, nicht als Verkaufsgespräch.

Das Kontaktformular	maverickframe.com/contacts/
FOOH-Projekte	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.