

— BRANCHENBERICHT · AUGUST 2026

Was Branding wirklich kostet im Jahr 2026.

Ein Transparenz-Audit der Preisangaben von 20 Branding-Studios aus den USA, Europa und Polen. Jede Zahl lässt sich bis zu der Stelle zurückverfolgen, an der wir sie gefunden haben. Wo die Quelle sekundär ist, schreiben wir es dazu.

3/20

Studios nennen Preise

1/20

nennt einen Preis für ein Branding-Projekt

4

Zahlen ohne Primärquelle, alle gekennzeichnet

Vier Beweisebenen. Jede gekennzeichnet.

Preisangaben dieser Branche kursieren ohne Quellenangabe. Wir haben die umgekehrte Regel gewählt: Eine Zahl kommt nur in diesen Bericht, wenn sich ihre Quelle anklicken lässt. Deshalb haben wir die Daten nach Beweiskraft in Ebenen getrennt und jede gekennzeichnet.

Ebene 1 · belastbar

Veröffentlichte Studiopreise

Beträge direkt von den Studio-Websites, Stand 12. August 2026. Nachprüfbar: Link öffnen. Nur diese Zahlen nennen wir Preise.

Ebene 2 · belastbar

Audit der Preisangaben

Wir haben die Struktur von 20 Websites erfasst und geprüft, ob es eine Unterseite mit Preisen, Paketen oder Sätzen gibt. Das Ergebnis ist binär und überprüfbar.

Ebene 3 · sekundär

Häufig zitierte Projekthonorare

Honorare für bekannte Rebrandings, vielfach zitiert, aber ohne Primärquelle. Wir führen sie als Größenordnung an, nie als Preisliste, und schreiben dazu, was sie tatsächlich umfassten.

Ebene 4 · Eigenangabe

Von Auftraggebern öffentlich genannte Beträge

Aussagen von Gründern und Unternehmern in öffentlichen Foren. Ungeprüft und nicht repräsentativ, deshalb bilden wir daraus weder Mittelwerte noch Mediane. Sie dienen uns nur als Hinweis darauf, was ein kleinerer Auftraggeber tatsächlich zahlt.

Was dieser Bericht nicht enthält

Wir haben keine eigene Umfrage durchgeführt und nennen deshalb keinen „Durchschnittspreis für Branding“. Jede solche Zahl im Umlauf ist der Mittelwert einer nicht offengelegten Stichprobe und nicht überprüfbar. Uns ist eine Spanne mit belegten Quellen lieber als eine bequeme Zahl ohne Beleg.

Siebzehn von zwanzig Studios nennen **keinen einzigen Preis.**

Wir haben die Seitenstruktur von zwanzig Branding-Studios in drei Märkten durchgesehen und nach allem gesucht: einer Preisliste, Paketen, einer Spanne, einem Stundensatz, wenigstens einem „ab“. Drei Studios nennen konkrete Beträge. Die übrigen siebzehn verweisen auf ein Kontaktformular.

STUDIO	MARKT	PREISE ÖFFENTLICH	GEPRÜFT AM 12.08.2026
DesignJoy	USA	ja	designjoy.co
Superside	USA / global	ja	superside.com/pricing
Ramotion	USA	ja	ramotion.com/startup-packages
Pentagram	USA / UK	nein	pentagram.com
&Walsh	USA	nein	andwalsh.com
Athletics	USA	nein	athleticsnyc.com
Gretel	USA	nein	gretelny.com
Focus Lab	USA	nein	focuslab.agency
Koto	UK	nein	koto.studio
Manual	UK / USA	nein	manualcreative.com
Bond	Finnland	nein	bond-agency.com
Edenspiekermann	Deutschland / NL	nein	edenspiekermann.com
Studio Dumbar	Niederlande	nein	studiodumbar.com
Build in Amsterdam	Niederlande	nein	buildinamsterdam.com
Mucho	Spanien / global	nein	wearemucho.com
Bolder	Europa	nein	bolder.co
Mamastudio	Polen	nein	mamastudio.pl
PODPUNKT	Polen	nein	podpunkt.pl
Uniforma	Polen	nein	uniforma.pl
10Clouds	Polen	nein	10clouds.com

Was das für Auftraggeber bedeutet

Ein fehlender Preis ist kein Versehen, sondern eine Verhandlungsposition: Der Auftraggeber nennt zuerst sein Budget, der Anbieter kalkuliert sein Angebot daraufhin. Die Folge ist, dass zwei Unternehmen mit ähnlichem Bedarf demselben Studio sehr unterschiedliche Beträge zahlen, der eine ein Vielfaches dessen, was der andere zahlt. Ohne Bezugspunkt lässt sich nicht beurteilen, ob ein Angebot fair ist.

Für „Branding“ zahlt man 1.000 bis 1.500.000 Dollar.

Das sind keine Preise für dieselbe Leistung. Genau deshalb ist die Spanne so groß, und deshalb führt der Vergleich von Angeboten ohne Blick auf den Umfang in die Irre. Nachfolgend ausschließlich überprüfbare Beträge.

QUELLE	BETRAG	WAS GENAU ENTHALTEN IST
DesignJoy	4.995 \$/Monat	Ein Abonnement für einen Designer. Es wird immer nur eine Aufgabe gleichzeitig bearbeitet, weitere Anfragen warten in der Warteschlange. Das ist kein Branding-Projekt, sondern der Zugang zu Produktionskapazitäten.
Superside	ab 1.000 \$/Monat	Ein Team-Abonnement, Stufen bis 30.000 \$/Monat. Höhere Stufen enthalten Strategie und Kampagnen.
Ramotion	25.000 bis 60.000 \$	Branding zusammen mit einer Website von 1 bis 5 Unterseiten. Ein Projekt, kein Abonnement.
Ramotion	45.000 \$	Gestaltung einer Website mit etwa 7 Unterseiten. Die Umsetzung wird separat kalkuliert.
Ramotion	70.000 \$	Nur Gestaltung, ohne Umsetzung.
Ramotion	ab 9.500 \$/Monat	Teilzeit-Einsatz. Vollzeit: 16.800 \$/Monat.
Citibank Pentagram	rund 1.500.000 \$	Ein Honorar für das Erscheinungsbild nach der Fusion von Citicorp und Travelers, nicht für die Wortbildmarke allein. Vielfach zitiert, ohne Primärquelle.

Ein Mythos, der Klärung verdient

Für das BP-Logo kursieren seit Jahren Beträge von rund 136 Mio. Pfund. Das sind die Kosten der gesamten Umstellung: Beschilderung der Tankstellen, Fuhrpark, Arbeitskleidung, Materialien, Kampagne. Das Gestaltungshonorar war ein Bruchteil davon. Wer Umstellungskosten mit Gestaltungskosten verwechselt, überschätzt die Preise um Größenordnungen.

Warum ein Abonnement kein Projekt ist

4.995 \$ im Monat bei DesignJoy und 45.000 \$ für ein Projekt bei Ramotion sind zwei verschiedene Produkte. Beim ersten kauft man die Ausführung, beim zweiten die Entscheidungen: Positionierung, Markenarchitektur, ein System. Das Abonnement bleibt nur solange günstiger, wie Sie genau wissen, was Sie bestellen.

Quellen: designjoy.co, superside.com/pricing, ramotion.com/startup-packages (abgerufen am 12. August 2026). Das Citibank-Honorar ist eine in Fachpublikationen wiederholte Zahl und als Ebene 3 gekennzeichnet.

Jedes Studio, das einen Preis nennt, ist **amerikanisch**.

Teilt man die Tabelle nach Märkten auf, wird das Bild schärfer als die Schlagzeile 3 von 20. Alle drei Studios mit Preisangaben sind amerikanisch. In Westeuropa nennt keines der acht geprüften Studios einen Preis, in Polen keines der vier. Wir hatten erwartet, dass die polnischen Studios die offenen sind, weil sie über den Preis konkurrieren. Sie verhalten sich genau wie der Rest Europas.

4/4

polnische Studios ohne Preise

8/8

westeurop. Studios ohne Preise

3/3

US-Studios nennen Preise

Was dem Auftraggeber bleibt

Wer drei Angebote vergleichen will, muss drei Verkaufsgespräche führen, bevor er auch nur die Größenordnung kennt. Bei einer Investition im fünfstelligen Bereich sind das Wochen, bevor die erste belastbare Zahl auf dem Tisch liegt. Deshalb gehört „Was kostet das?“ zu den am häufigsten gestellten Branding-Fragen in öffentlichen Foren.

Ebene 4 · Eigenangabe, ungeprüft

Was Auftraggeber selbst sagen

In öffentlichen Diskussionen kleiner Unternehmer taucht immer dieselbe Spanne auf: einige hundert Euro für ein Logo vom Freelancer, Zehntausende für ein Studioprojekt. Diese Angaben sind Einzelfälle und nicht überprüfbar, deshalb bilden wir daraus keine Mittelwerte. Sie zeigen aber etwas Wichtiges: Auftraggeber trennen den Preis eines Logos nicht vom Preis eines Markensystems, weil ihnen keine Preisliste diesen Unterschied je zeigt.

Das ist der eigentliche Preis der Intransparenz. Das Problem ist nicht, dass jemand zu viel zahlt. Das Problem ist, dass er nicht weiß, wofür.

Was diejenigen sagen, die **bereits gezahlt haben**.

Wir haben öffentliche Archive von Gründerdiskussionen nach Beiträgen durchsucht, die einen konkreten Betrag nennen und deren Quelllink weiterhin erreichbar ist. Es sind wenige, und das ist für sich genommen ein Befund: Über Preise klagen viele, was sie tatsächlich gezahlt haben, sagen wenige.

Ebene 4 · Eigenangabe

„Keine Branding-Agentur berechnet 600 Dollar pro Stunde. Ich habe Projekte bei den größten Agenturen für Markenidentität in New York ausgeschrieben. **Die Sätze liegen eher bei 250 Dollar pro Stunde.**“

Hacker News, November 2019 · news.ycombinator.com/item?id=21446857 · Verfasser gibt an, Angebote mehrerer Studios eingeholt zu haben

Ebene 4 · Eigenangabe

Ein Logo für die Boost-Bibliothek kostete **12.000 Dollar** und wurde am Ende nie eingeführt.

Hacker News, Februar 2025 · news.ycombinator.com/item?id=43126016 · mit Verweis auf das öffentliche Mailinglisten-Archiv des Projekts

Ebene 3 · sekundär

PepsiCo zahlte rund **1 Million Dollar** für ein Rebranding, dessen Logo in der Branche vielfach verspottet wurde.

Ein in vielen Fachpublikationen beschriebener Fall · Betrag ohne verfügbare Primärquelle

Warum wir daraus keinen Mittelwert bilden

Drei Aussagen aus den Jahren 2019 bis 2025 über Dinge, die sich nicht vergleichen lassen: eine Arbeitsstunde, ein einzelnes Logo und die Strategie einer globalen Marke. Ein Mittelwert daraus wäre eine bedeutungslose Zahl im Gewand einer Methode. Wir führen sie einzeln auf, mit Datum und Adresse, damit sich jeder selbst ein Urteil bilden kann.

Was daraus wirklich folgt

Ein Stundensatz von 250 Dollar in einem Spitzenstudio in New York erklärt den Rest der Tabelle. Ein Branding-Projekt für 45.000 Dollar entspricht etwa 180 Stunden Teamarbeit. Das ist keine Aufschlag für eine Bildmarke, sondern der Preis der Stunden, in denen es entwickelt und umgesetzt wird.

Wenn wir fehlende Preise kritisieren, nennen wir unsere eigenen.

Es wäre wenig glaubwürdig, einen Bericht über Intransparenz zu veröffentlichen und sich dann hinter einem Kontaktformular zu verstecken. Nachfolgend die vollständige Preisliste von dp.vision, dieselbe wie auf unserer Website. Alle Preise verstehen sich zuzüglich der gesetzlichen Umsatzsteuer.

LEISTUNG	PREIS	LIEFERZEIT
Markenaudit	700 €	1-2 Werktage
Discovery-Workshop	1.400 €	2-3 Stunden, wird angerechnet
Tone-of-Voice und Strategie	2.500 €	7-12 Werktage
Logo-Design	3.500 €	10-14 Werktage
Komplettes Branding mit Website	16.000 €	8-10 Wochen

Warum wir sie veröffentlichen

Ein von vornherein genannter Preis filtert Gespräche heraus, die ohnehin zu keinem Auftrag geführt hätten. Das spart beiden Seiten Zeit und verlagert die Frage von „Was kostet das?“ auf „Lohnt sich das?“. Die zweite Frage ist deutlich interessanter.

Wo wir in dieser Spanne stehen

Komplettes Branding mit Website kostet bei uns rund 16.000 Euro. Das liegt unter dem Einstiegspreis von Ramotion bei vergleichbarem Umfang und fast neunzigmal weniger als die Honorare der größten Studios. Nicht weil wir billiger arbeiten, sondern weil wir anders arbeiten: KI in der Recherche und der Konzeptfindung, der Mensch bei den Entscheidungen und der Umsetzung.

Quellen und Einschränkungen

Primärquellen (Ebenen 1 und 2)

- [designjoy.co](#) – Abonnementpreise, abgerufen am 12. August 2026
- [superside.com/pricing](#) – Preisstufen, abgerufen am 12. August 2026
- [ramotion.com/startup-packages](#) – Projektpakete und Monatssätze, abgerufen am 12. August 2026
- Strukturfassung von 20 Studio-Websites im Hinblick auf Preisseiten, 12. August 2026

Sekundärquellen (Ebene 3)

- Pentagram-Honorar für das Erscheinungsbild der Citibank: Die Zahl von rund 1,5 Mio. USD wird in Fachpublikationen wiederholt, ohne verfügbare Primärquelle. Als Größenordnung gekennzeichnet, nicht als Preis.
- Kosten des BP-Rebrandings: Die kursierenden Beträge betreffen die gesamte Umstellung, nicht das Gestaltungshonorar. Nur angeführt, um ein verbreitetes Missverständnis auszuräumen.

Einschränkungen, die man kennen sollte

- Das Audit erkennt eigene Preisseiten. Ein Studio, das einen Betrag nur im Text einer Leistungsbeschreibung nennt, wurde möglicherweise als intransparent eingestuft.
- Die Angabe „nein“ beschreibt ausschließlich, dass am 12. August 2026 unter der genannten Adresse keine öffentliche Preisseite auffindbar war. Sie ist keine Aussage über Qualität, Preiswürdigkeit oder Seriosität eines Studios. Veröffentlicht ein Studio seine Preise an einer Stelle, die wir übersehen haben, richtigstellen wir das.
- Die Stichprobe von 20 Studios ist bewusst gewählt, nicht zufällig. Sie ist nicht repräsentativ für den Gesamtmarkt und erlaubt keine Aussagen über Marktdurchschnitte.
- Wir haben keine Befragung von Auftraggebern durchgeführt. Ebene 4 stützt sich auf öffentliche Aussagen und ist rein qualitativ.
- Preise ändern sich. Dieser Bericht beschreibt den Stand vom 12. August 2026.

Redaktionelle Regel

Dieser Bericht folgt derselben Regel, die wir in Kundenprojekten anwenden: Eine Zahl kommt nur dann in eine Veröffentlichung, wenn eine überprüfbare Quelle dahintersteht oder ein Fakt, den die verantwortliche Person bestätigt hat. Alles andere fällt weg oder wird klar als Schätzung gekennzeichnet. Falls Sie hier eine Zahl ohne Quelle finden, schreiben Sie uns, und wir korrigieren sie.

◆ dp.vision

AI-native Studio. Branding, Websites, Videoproduktion und KI-Automatisierung. Sitz in Polen, Kunden weltweit.

[dpvision.agency](#) · hello@dpvision.pl · +48 665 113 132