

Framer Pricing: Klare Fakten für smarte Entscheider

Category: Online-Marketing

geschrieben von Tobias Hager | 9. Februar 2026



Framer Pricing: Klare Fakten für smarte Entscheider

Du willst mit Framer durchstarten, aber die Preisstruktur wirkt wie ein UX-Test, den du nie bestehen wirst? Willkommen im Club. Die Wahrheit ist: Framer ist großartig, aber die Preismatrix ist so verwirrend wie ein JS-Framework aus der Hölle. In diesem Artikel zerpfücken wir die Framer Pricing-Strategie bis auf die Knochen – und zeigen dir, was du wirklich brauchst, was du dir

sparen kannst und wo du garantiert draufzahlst. Keine Marketingschwurbelei. Nur harte Zahlen, klare Empfehlungen und ein tiefer Blick unter die Haube.

- Was Framer wirklich ist – und warum es mehr als ein Design-Tool ist
- Die Framer Preisstruktur im Detail: Free, Mini, Basic, Pro, Enterprise
- Was du in jedem Plan bekommst – und was du besser nicht erwartest
- Welche Features wirklich relevant für Projekte, Teams und Agenturen sind
- Versteckte Kosten: Domains, Hosting, Bandbreite – alles, was dich später überrascht
- Vergleich mit Alternativen: Webflow, WordPress, Editor X & Co.
- Wann sich Framer lohnt – und wann du besser die Finger davon lässt
- Strategien für smarte Entscheider: Wie du das Maximum rausholst
- Best Practices für Skalierung und Team-Nutzung
- Fazit: Wer Framer Pricing versteht, spart bares Geld und Nerven

Was ist Framer und warum ist Pricing hier kein Nebenthema

Framer ist längst nicht mehr das kleine Prototyping-Tool für Designer mit MacBook-Fetisch. Es ist ein vollwertiger Website-Builder mit React-basiertem Unterbau, eingebautem CMS, Hosting, SEO-Funktionalitäten und einem Page-Builder, der Design direkt in Code übersetzt. Klingt nach einer eierlegenden Wollmilchsau? Ist es auch – aber nur, wenn du verstehst, was du da eigentlich buchst.

Framer positioniert sich zwischen No-Code und High-End-Entwicklung. Es zielt auf Designer, Marketer, Start-ups und kleine bis mittelgroße Unternehmen, die ohne Entwicklerteam moderne Websites bauen wollen. Klingt gut? Ja. Aber: Die Pricing-Strategie ist alles andere als transparent. Es gibt fünf Pläne, jeder mit eigenen Limits, und keiner ist auf den ersten Blick vollständig verständlich. Willkommen in der Framer-Matrix.

Hier kommt Pricing ins Spiel. Denn Framer ist technisch brillant – aber nicht billig. Und wer die falsche Stufe bucht, zahlt entweder zu viel oder bekommt nicht das, was er braucht. Deshalb ist ein detaillierter Blick auf die Framer Preisstruktur kein Luxus, sondern Pflichtprogramm für alle, die ernsthaft mit dem Tool arbeiten wollen.

Ob du Solo-Designer, Agentur oder SaaS-Startup bist – deine Anforderungen sind unterschiedlich. Und genau deshalb ist dieser Artikel nicht nur ein Preisvergleich, sondern eine strategische Entscheidungshilfe auf technischer Ebene.

Framer Pricing im Detail: Von

Gratis bis Enterprise

Framer bietet fünf Preismodelle: Free, Mini, Basic, Pro und Enterprise. Jedes davon hat seine Daseinsberechtigung – aber auch klare Grenzen. Hier die nackten Zahlen und Features der einzelnen Pläne:

- Free: 0 € / Monat – Ideal für Spielkinder, nicht für Profis. Keine eigene Domain, Framer Branding, stark eingeschränkter CMS-Zugang.
- Mini: 5 € / Monat – 1 Website, eigene Domain, aber kein CMS. Nur statische Seiten. Für Landingpages ok, für Content-getriebene Seiten unbrauchbar.
- Basic: 15 € / Monat – 1 Website, CMS inklusive, keine Teamfunktionen. Für Freelancer ein guter Startpunkt.
- Pro: 25 € / Monat – 3 Websites, CMS, Versionierung, Zugriffskontrolle. Der Sweet Spot für ambitionierte Projekte oder kleine Agenturen.
- Enterprise: Custom Pricing – SAML, SLA, dedizierter Support, Custom Hosting. Nur für Großkunden mit tiefen Taschen.

Wichtig: Alle Preise gelten pro Website. Wenn du mehrere Projekte hast, multiplizieren sich die Kosten schnell. Und das ist der erste Fallstrick, in den viele reinlaufen. Denn anders als bei klassischen CMS wie WordPress oder modularen Systemen wie Webflow zahlst du hier nicht pro Account, sondern pro Projekt.

Die große Frage ist also: Was bekommst du für dein Geld? Und was fehlt dir, wenn du zu billig buchst? Genau das schauen wir uns jetzt an – Feature für Feature, Limit für Limit.

Feature Breakdown: Was du wirklich brauchst – und was überflüssig ist

Framer lockt mit einer beeindruckenden Feature-Suite: CMS, Forms, Hosting, SSL, SEO-Tools, Versionierung, Collaboration, Animationen, Custom Code, API-Zugriff. Klingt nach Developer-Himmel? Fast. Denn vieles davon ist nur in höheren Plänen verfügbar – oder so limitiert, dass es kaum praxistauglich ist.

Hier der Überblick über die wichtigsten Features, die du kennen (und einordnen) musst:

- CMS: Ab Basic verfügbar. Du bekommst Collections, dynamische Seiten und ein rudimentäres Content Management. Aber: Kein Vergleich zu WordPress oder Webflow in Sachen Flexibilität.
- Custom Code: Nur in Pro und Enterprise. Wenn du Snippets einfügen willst – etwa für Analytics, Tag Manager, Tracking, externe Widgets – brauchst du mindestens den Pro-Plan.

- Forms: In allen Plänen enthalten, aber nur mit eingeschränkter Integration. Wer echte Automatisierung will, braucht externe Tools wie Zapier oder Make – und das geht nur mit Custom Code.
- SEO-Funktionen: Meta-Tags, Open Graph, Sitemap – alles vorhanden. Aber nur in Pro kannst du etwa Canonicals und Custom Head Tags voll kontrollieren.
- Team-Funktionen: Nur in Pro und Enterprise. Ohne diese kein Rollenmanagement, kein kollaboratives Arbeiten, kein Versionsvergleich.

Fazit: Der Mini-Plan ist Spielerei, Basic ist brauchbar, aber limitiert – und Pro ist der erste echte Business-Plan. Wer mehr als ein digitales Schaufenster will, kommt an Pro nicht vorbei. Und wer glaubt, er könne mit dem Free-Plan ernsthaft SEO betreiben oder Kundenprojekte umsetzen, hat Framer nicht verstanden.

Versteckte Kosten: Was Framer dir nicht auf der Startseite sagt

Framer Pricing ist nicht nur das, was auf dem Preisschild steht. Es gibt eine ganze Reihe von Nebenkosten, die du erst bemerkst, wenn du mitten im Projekt steckst. Hier die häufigsten Fallen – und wie du sie vermeidest:

- Domains: Nicht inklusive. Du musst deine eigene Domain bei einem Registrar kaufen (GoDaddy, Cloudflare, etc.). Das sind jährlich ca. 10–20 € on top.
- Bandbreite und Hosting: Die Limits sind hoch, aber nicht unendlich. Bei massivem Traffic kann Framer throtten – oder dich auf einen höheren Plan drängen.
- Integrationen: Viele Tools (z. B. Google Analytics, Hubspot, Mailchimp) brauchen Custom Code – also Pro-Plan. Ohne das: keine Integration.
- Team-Accounts: Jeder Account ist individuell. Du kannst nicht einfach mit mehreren Leuten an einem kostenlosen Projekt arbeiten – außer du teilst Passwörter (bitte nicht).
- Externe Tools: Vieles, was in anderen Systemen nativ geht, brauchst du bei Framer als Drittanbieter-Integration: Cookie-Consent-Tools, erweitertes CMS, Form-Handling, etc.

Rechne also realistisch: Ein scheinbar günstiger 15-Euro-Plan kann dich am Ende des Monats 50+ Euro kosten – wenn du alle Tools und Dienste zusammenzählst, die du brauchst, um professionell zu arbeiten. Wer das nicht einplant, erlebt spätestens beim dritten Kundenprojekt eine böse Überraschung.

Framer vs. Webflow, WordPress & Co.: Wer hat das bessere Pricing?

Framer ist nicht allein auf dem Platz. Die großen Alternativen heißen Webflow, WordPress (mit Elementor oder Bricks), Editor X und Wix Studio. Und alle haben ihre eigene Preisstruktur – mit ähnlichen Stolpersteinen.

Der direkte Vergleich zeigt: Framer ist günstiger als Webflow – aber nur auf den ersten Blick. Webflow bietet mehr CMS-Funktionen, bessere Skalierung und eine größere Community. WordPress ist günstiger bei mehreren Projekten, aber du brauchst technisches Know-how und eigenes Hosting. Wix und Editor X sind günstiger, aber deutlich weniger flexibel.

Framer punktet mit Geschwindigkeit, modernem UI und Developer-freien Workflows. Aber: Sobald du skalieren, integrieren oder automatisieren willst, wird es teuer – weil dir viele Funktionen fehlen, die du separat einkaufen musst.

Am Ende entscheidet dein Use Case. Für One-Pager, Startups und MVPs ist Framer super. Für komplexe Plattformen, E-Commerce oder SEO-getriebene Seiten eher nicht. Wer skaliert, braucht entweder Framer Pro mit Add-ons – oder wechselt gleich zur Konkurrenz.

Fazit: Framer Pricing nur für Leute mit Plan

Framer ist kein Schnäppchen – aber auch kein überteuertes Spielzeug. Es ist ein modernes Tool mit klarer Zielgruppe: Designer, Marketer, Startups, die schnell launchen wollen. Aber wer glaubt, mit dem Free- oder Mini-Plan langfristig professionell arbeiten zu können, wird scheitern. Die Preisstruktur ist fair, aber gnadenlos – du bekommst exakt das, was du bezahlst. Nicht mehr, nicht weniger.

Unser Rat: Schau dir deinen Anwendungsfall genau an. Plane mit echten Zahlen. Kalkuliere Integrationen, Domains und Teamarbeit von Anfang an mit ein. Und buche nicht blind “das, was gerade reicht”. Wer Framer Pricing versteht, spart nicht nur Geld – sondern auch Zeit, Nerven und peinliche Projektabbrüche. Willkommen in der Realität. Willkommen bei 404.