

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 wissen, ob sich Framer lohnt, was der Spaß kostet und ob du gerade dabei bist, dein Budget in eine hübsche, aber nutzlose Spielwiese zu versenken? Willkommen bei der brutal ehrlichen Preis-Analyse von Framer – für alle, die nicht auf Marketing-Blabla, sondern auf harte Fakten stehen.

- Was Framer ist – und warum es (nicht) für jeden geeignet ist
- Die wichtigsten Preisstufen von Framer im Überblick
- Welches Framer-Paket sich für wen lohnt – und welches du dir sparen kannst
- Die versteckten Kosten in der Framer-Preisstruktur
- Vergleich mit Wettbewerbern wie Webflow, Wix und WordPress
- Die Rolle von Hosting, Domains, Team-Funktionen und CMS in der Preisgestaltung
- Wie sich die Framer-Pricing-Strategie auf Agenturen und Freelancer auswirkt
- Ein Blick auf die Zukunft: Wird Framer zum neuen Standard oder bleibt es ein Nischenprodukt?

Was ist Framer – und warum reden plötzlich alle darüber?

Framer ist ein visuelles Webdesign-Tool, das ursprünglich aus dem Prototyping-Bereich stammt und sich mittlerweile zu einer vollwertigen No-Code-Plattform für das Erstellen von Websites gemausert hat. Die Besonderheit? Framer kombiniert Designer-First-Workflow mit echten HTML/CSS/React-Ausgaben. Du arbeitest in einer Oberfläche, die stark an Figma erinnert – aber am Ende steht eine produktionsreife Website, keine Sketch-Datei.

Was Framer besonders macht: Es ist verdammt schnell. Nicht nur in der Nutzung, sondern auch bei der Umsetzung. Die Plattform ist Cloud-basiert, drag-and-drop-optimiert und mit cleveren Komponenten ausgestattet, die interaktive Elemente, CMS-Logik und Responsiveness mit wenigen Klicks ermöglichen. Klingt gut? Ist es auch – solange du weißt, was du tust.

Doch genau hier kommt das Thema Pricing ins Spiel. Denn während Framer sich visuell gibt wie ein Spielzeug, ist der Preis alles andere als kindisch. Wer nur basteln will, ist bei Framer falsch. Wer performant launchen will, muss zahlen – und zwar nicht wenig.

Framer hat sich bewusst gegen das klassische Open-Source- oder Freemium-Modell entschieden. Stattdessen setzt es auf eine aggressive Monetarisierungsstrategie, die sich an Pro-User, Agenturen und Unternehmen richtet. Doch lohnt sich das wirklich? Oder ist Framer nur ein weiteres überbezahltes Tool im SaaS-Zirkus?

Framer Pricing-Pläne im Detail: Free, Mini, Basic, Pro

und Team

Framer bietet fünf Hauptpläne an – jeder mit seinen eigenen Limits, Features und Preisfallen. Die offizielle Website stellt das alles natürlich super clean und aufgeräumt dar. Aber wie immer liegt der Teufel im Detail. Hier ist die schonungslose Analyse dessen, was du wirklich bekommst – und was nicht.

- Free Plan
Klingt gut, ist aber faktisch ein Demo-Modus. Keine eigene Domain, Framer-Branding auf der Seite, eingeschränkter Zugriff auf Funktionen. Nett zum Rumspielen, aber völlig unbrauchbar für ernsthafte Projekte.
- Mini Plan (ab ca. 5 USD/Monat)
Du bekommst eine eigene Domain – aber keine CMS-Funktionen, keine benutzerdefinierten Code-Einbindungen und nur minimale Design-Flexibilität. Ideal für digitale Visitenkarten, aber keine echte Website.
- Basic Plan (ca. 10–15 USD/Monat)
Der erste „brauchbare“ Plan. Du bekommst CMS-Zugriff, kannst eigene Komponenten nutzen und das Framer-Branding entfernen. Aber Achtung: Nur für eine Seite. Kein Multi-Page-Support, keine Teamfunktionen.
- Pro Plan (ca. 20–30 USD/Monat)
Jetzt wird's interessant. CMS, eigene Domains, Custom Code, Analytics, SEO-Funktionen – alles drin. Ideal für Freelancer und kleine Agenturen mit überschaubaren Anforderungen. Aber: Multi-Site-Projekte sind immer noch limitiert.
- Team Plan (ab ca. 40–60 USD/Monat pro Editor)
Projekte im Team, gemeinsames Editing, Rollen & Rechte, kollaboratives Arbeiten – alles verfügbar. Aber der Preis skaliert gnadenlos pro Editor. Das kann bei Agenturen schnell teuer werden.

Zusätzlich gibt es Add-ons für Hosting, Domain-Management oder externe Integrationen. Diese werden nicht immer transparent kommuniziert – und können dein Monatsbudget schnell sprengen, wenn du nicht aufpasst.

Was Framer wirklich kostet – und warum das viele unterschätzen

Der größte Irrglaube: „Framer ist günstiger als Entwicklerarbeit.“ Das klingt logisch – du brauchst keine Coder, kannst alles selbst machen, also sparst du Geld. Falsch. Denn Framer ist nur dann günstig, wenn du genau weißt, was du willst – und schnell bist. Je mehr du herumprobierst, desto schneller wächst dein Frustrations- und Kostenfaktor.

Hier ein realistischer Kostenüberblick für ein typisches Projekt mit Framer:

- Pro-Lizenz: ca. 25 USD/Monat

- Domain (z. B. über Framer): ca. 12–20 USD/Jahr
- Custom Code oder Integrationen (z. B. Zapier, Forms, Analytics): teilweise kostenpflichtig
- Designzeit (je nach Skillset): 10–40 Stunden

Was viele übersehen: Framer-Projekte sind Single-Site-zentriert. Willst du mehrere Websites betreiben, braucht jede ihre eigene Lizenz. Das macht Framer unattraktiv für Multi-Site-Strategien, wie sie z. B. bei Landingpages oder Microsites üblich sind.

Und dann ist da noch das Thema Team-Zugriff: Du willst mit einem Kollegen oder Kunden gemeinsam an der Seite arbeiten? Zack, brauchst du den Team-Plan, der pro Editor abgerechnet wird. Das ist kein Problem für große Budgets – aber für Freelancer schnell ein Dealbreaker.

Framer vs. Webflow, WordPress & Co: Preis-Leistung im Vergleich

Framer steht nicht allein da. Und wenn du 20–60 USD im Monat zahlst, solltest du zumindest wissen, was du dafür im Vergleich bekommst. Also schauen wir uns mal die Konkurrenz an:

- Webflow: Bietet mehr CMS-Funktionen, ist etablierter, aber deutlich technischer. Preislich ähnlich – aber mit mehr Skalierungsspielraum im Enterprise-Bereich.
- WordPress: Open Source, kostenlos nutzbar, aber mit Hosting-, Wartungs- und Sicherheitskosten verbunden. Ideal für technische Nutzer oder mit Agentur-Support.
- Wix/Squarespace: Günstiger Einstieg (~10–15 USD), aber mit massiv eingeschränkter Flexibilität. Für echte Markenauftritte kaum geeignet.

Framer positioniert sich bewusst in der Mitte: weniger komplex als Webflow, flexibler als Wix, moderner als WordPress (zumindest visuell). Aber eben auch mit einer Preisstruktur, die auf Upselling basiert. Wer skaliert, zahlt. Punkt.

Besonders tückisch: Der Framer-CMS-Ansatz ist proprietär. Du kannst deine Inhalte nicht einfach exportieren oder migrieren. Einmal drin, bleibst du drin – oder verlierst alles. Das macht Framer langfristig teuer, wenn du irgendwann wechseln willst.

Für wen lohnt sich Framer

wirklich – und wer sollte die Finger davon lassen?

Framer ist kein Allround-Tool. Es ist ein spezialisierter Baukasten für Designer mit Ambitionen – oder für Unternehmen, die schnell launchen wollen und dafür auch zahlen können. Hier eine pragmatische Einschätzung:

- Für Freelancer: Ja, wenn du viele Einzelprojekte machst, Design-first arbeitest und technikaffine Kunden hast. Nein, wenn du Multi-Site-Strategien oder API-Integrationen brauchst.
- Für Agenturen: Nur mit Team-Plan und klarer Projektstruktur. Sonst sind die Kosten pro Editor schnell absurd – vor allem, wenn mehrere Projekte gleichzeitig laufen.
- Für Start-ups: Ideal für MVPs, Landingpages und Pitch-Seiten. Aber langfristig nicht skalierbar, wenn du komplexere Systeme brauchst.
- Für Corporates: Nur als ergänzendes Tool für Marketing-Kampagnen. Nicht als CMS-Ersatz für große Websites oder Intranet-Projekte.

Wer Framer einsetzt, muss bewusst kalkulieren. Es ist nicht das billigste Tool – aber eines der schnellsten. Geschwindigkeit kostet. Und wer keine Zeit hat, spart mit Framer unter Umständen Geld. Aber nur dann.

Fazit: Framer Pricing ist klar – aber nicht billig

Framer ist kein Schnäppchen. Wer glaubt, hier eine kostenlose Weblösung zu finden, wird enttäuscht. Aber wer weiß, was er tut – und schnell umsetzt – bekommt ein extrem leistungsfähiges Tool, das Design, Interaktion und Deployment auf ein neues Level hebt. Die Preisstruktur ist fair, aber gnadenlos. Fehler werden teuer. Klarheit spart Budget.

Der entscheidende Punkt: Framer ist ein Tool für Entscheider, nicht für Bastler. Wer auf Basis von Fakten entscheidet, wird mit Framer effizient launchen. Wer sich vom bunten UI blenden lässt, zahlt Lehrgeld. Willst du performant, visuell stark und ohne Entwickler starten? Dann ist Framer eine echte Option – aber nur, wenn du das Pricing wirklich verstanden hast.