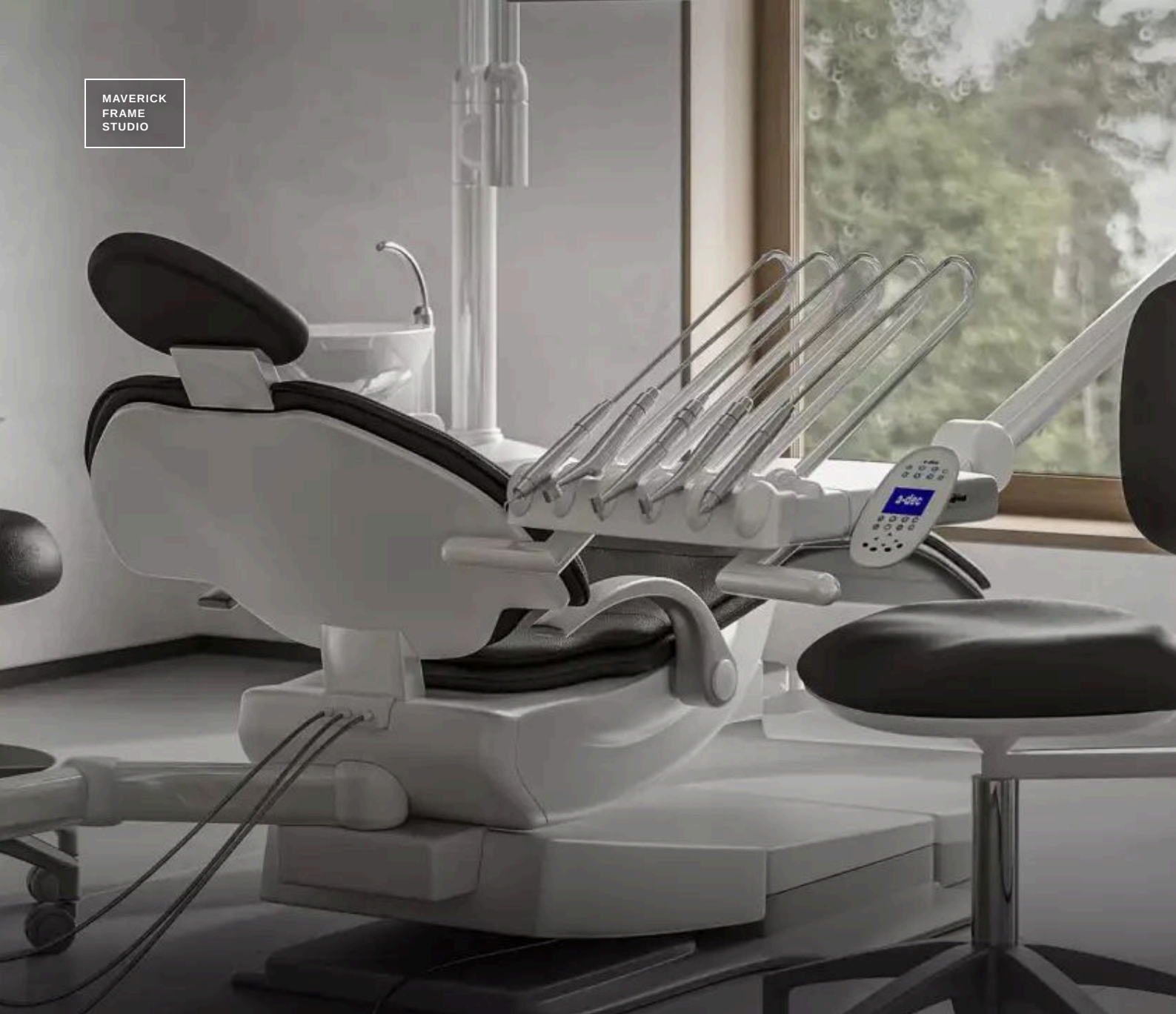




PRAXISLEITFADEN / AUSGABE 2026

Keine Klinik zu leihen. Keine Patienten im Bild. Stattdessen **neun Szenen.**

Die klinischen Szenen im Einsatzumfeld, die ein Medizintechnikhersteller für Vertrieb, Ausschreibungen und Messen braucht, Zeile für Zeile bepreist, mit dem einseitigen Briefing dazu.

HIER ANFANGEN

Eine Klinik zu fotografieren ist der harte Weg

Ein Gerät auf weißem Hintergrund überlässt dem Einkäufer die Vorstellungskraft. Klinikeinkäufer, Ärzte und Vergabegremien wollen das Gerät dort sehen, wo es stehen wird: Stellfläche, Abstände, das Personal daneben und den Raum drumherum.

Das in einer laufenden Klinik zu fotografieren heißt, einen Raum für einen Tag zu leihen, um Patienten und Datenschutz herum zu arbeiten und die Geräte anderer Hersteller aus dem Bild zu räumen. Also bleiben die meisten Hersteller beim Produktbild, genau dem Bild, aus dem ein Vergabegremium am wenigsten lernt.

DAS FOTOSHOOTING	DIE GERENDERTE SZENE
01 Ein geliehener Raum, ein Tag, ein Layout	Die Räume, in die Sie verkaufen: Station, Ambulanz, Eingriffsraum, in den Layouts, die Einkäufer wirklich haben.
02 Geräte anderer Hersteller im Bild	Nur Ihr Gerät, umgeben von neutralen, generischen Möbeln und Einbauten.
03 Echte Patienten und echtes Personal im Bild	Figuren nur dort, wo sie den Ablauf erklären, und nirgends echte Patienten.
04 Eine Konfiguration des Geräts	Jede Konfiguration und Option als Variante derselben Szene.

Die Stellfläche verkaufen, nicht die Oberfläche.

Klinische Einkäufer entscheiden über Platz, Zugang und Ablauf. Eine Szene, die den Freiraum um das Gerät und den Standort des Personals zeigt, beantwortet die Frage, die ein glänzendes Produktbild nie beantwortet.



Maverick Frame Produktionsrendering.

DIE BILDLISTE

Der Klinik-Satz, bepreist

Ein Komposit der Gerätesätze, die wir bepreisen, zu mittleren Studiosätzen, für ein Bildgebungs- oder Therapiegerät mit zwei Konfigurationen, verkauft an Kliniken und Privatpraxen und einmal im Jahr auf einer Messe gezeigt. Neun Szenen im Einsatzumfeld tragen den Satz.

	POSITION	BASIS	ZU STUDIOSÄTZEN
01	Gerätemodell aus Konstruktions-CAD, vereinfacht und texturiert	Aufbau	\$1.800
02	Ansichten auf Weiß: vorne, Dreiviertel, hinten	3 x \$300	\$900
03	Szenen im Krankenzimmer, Gerät in Arbeitsposition	3 x \$550	\$1.650
04	Szenen in Privatklinik oder Ambulanz	3 x \$500	\$1.500
05	Szenen im Eingriffsraum oder OP	3 x \$600	\$1.800
06	Zweite Konfiguration, in fünf der Szenen neu gerendert	5 x \$250	\$1.250
07	Draufsicht mit Abständen, für Ausschreibungsunterlagen	1 x \$400	\$400
08	Nahaufnahmen der Bedienoberfläche und Kernkomponenten	4 x \$250	\$1.000
09	60-Sekunden-Animation: Aufbau und klinischer Ablauf	1 Min.	\$6.000
10	Drei Szenen im Großformat für die Messegrafik	3 x \$150	\$450
	Modell und Standbilder, 01-08		\$10.300
	Animation und Messeausgabe, 09-10		\$6.450
	Der volle Klinik-Satz		\$16.750
	Der ausschreibungsreife Kern, Zeilen 01-05 und 07		\$8.050

Vergabegremien lesen Pläne. Menschen lesen Szenen.

Die Draufsicht mit Abständen ist eine der günstigsten Zeilen hier und oft die, die ein Vergabegremium am längsten studiert. Bestellen Sie sie mit den ersten Szenen, nicht als Nachgedanken, wenn die Ausschreibung fällig ist.

FEHLER AUF IHRER SEITE DES TISCHES

Was in Geräte-Briefings steht, und was stattdessen

Sechs Zeilen, die wir in fast jedem Medizintechnik-Briefing lesen. Jede vervielfacht entweder die Arbeit oder wird zu einer späten Änderungsrunde Ihres Regulatory-Teams.

IM BRIEFING	WAS SIE STATTDESSEN SCHREIBEN
01 Eine moderne Klinikumgebung	Nennen Sie das Umfeld, in das Sie verkaufen: Station eines öffentlichen Krankenhauses, Privatklinik, Zahnarztpraxis, Tierarztpraxis. Jedes hat eigene Möbel, eigenes Licht und eigene Wandoberflächen.
02 Nutzen Sie unsere CAD-Dateien	Schicken Sie einen vereinfachten Export ohne Innenteile. Eine volle Konstruktionsbaugruppe trägt Tausende Teile, die niemand sieht, und bremst jeden Schritt.
03 Alle Funktionen zeigen	Wählen Sie die drei Funktionen, nach denen Einkäufer am Stand fragen. Der Rest gehört in Nahaufnahmen oder ins Datenblatt.
04 Ärzte und Patienten einbeziehen	Sagen Sie, wer im Bild sein soll und was er tut. Eine Fachkraft in Arbeitsposition erklärt mehr als ein voller Raum.
05 Muss den Vorschriften entsprechen	Sagen Sie uns, was Ihr Regulatory-Team in Marketingbildern prüft: Indikationen, Kennzeichnung, Bildschirminhalte. Diese Liste, zuerst geschickt, verhindert eine späte Änderungsrunde.
06 Benötigt für die Messe	Nennen Sie den Termin, an dem die Messegrafik in Druck geht, und die Druckformate. Die Großformatausgabe wird am Anfang entschieden, nicht in der Woche davor.

Auf Papier klären, nicht in einer Korrekturrunde.

Jede Zeile oben ist vor Arbeitsbeginn in wenigen Minuten beantwortet und nach dem ersten Entwurf nur mit einer ganzen Korrekturrunde zu reparieren. Heben Sie die zwei Entwurfsrunden für die Bilder auf, nicht für das Briefing.

DIE EINE SEITE

Was Gerätehersteller uns tatsächlich schicken

Die Kunden, deren Logos auf unseren Leistungsseiten stehen, schicken keine Lastenhefte. Für ein Gerät schicken sie etwas in dieser Art, meist im Text einer E-Mail, und das reicht für ein Angebot und den Arbeitsbeginn.

01	Das Gerät	Was es ist, was es tut und wie groß es ist. Eine Zeile.
02	Die Dateien	Ein vereinfachter CAD-Export, das Datenblatt und Fotos eines Geräts.
03	Konfigurationen	Welche Optionen das Aussehen des Geräts verändern.
04	Wo es eingesetzt wird	Station, Klinik, Eingriffsraum, Praxis. Die Märkte, in die Sie verkaufen.
05	Welche Szenen	Die Räume und der Moment im Ablauf, den jeder zeigt.
06	Wer im Bild ist	Fachkräfte, Patienten oder niemand, und in welcher Position.
07	Was exakt sein muss	Bildschirme der Bedienoberfläche, Etiketten, Farben, die Teile, die Käufer berühren.
08	Was Regulatory prüft	Die Regeln, die Ihr Team auf Marketingbilder anwendet.
09	Wo es erscheint	Ausschreibungen, Vertriebspräsentationen, Website, Messegrafik und Formate.
10	Termin und Budget	Der Drucktermin für die Messe und eine Zahl oder eine Spanne.

Bildschirme sind Inhalt

Schicken Sie die echten Bildschirme der Bedienoberfläche als Bilder. Was wir erfinden, prüft Ihr Regulatory-Team und ersetzt es ohnehin.

Ein Raum, das ganze Sortiment

Teilen sich mehrere Geräte ein Umfeld, sagen Sie es. Ein gut gebauter klinischer Raum kann den Rest des Sortiments in späteren Aufträgen aufnehmen.

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 CAD und das Datenblatt

Einen CAD-Export, das Datenblatt, Fotos des Geräts oder einen Briefing-Entwurf, in welchem Zustand auch immer. Sie bekommen Leistungsumfang, Preis und die Fragen, auf die es ankommt, als schriftliche Antwort, nicht als Verkaufsgespräch.

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

Visualisierung klinischer Räume	maverickframe.com/de/leistungen/innenraumvisualisierung/
--	---

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.