



PRAKTISCHE GIDS / EDITIE 2026

Kamers verkocht vóór het gebouw er is: veertien beelden.

De beeldenset van een hotel voor investeerders, het merk, de pre-openingverkoop en boekingsplatforms, regel voor regel geprijsd, met de briefing van één pagina die hem laat maken.

START HIER

Vier doelgroepen, één budgetregel

Een hotel koopt vier keer renders in: voor de investeerders, voor het team dat de merkstandaarden bewaakt, voor het pre-openingverkoopteam en voor de boekingsplatforms. Meestal via verschillende mensen op verschillende momenten, en vaak bij verschillende leveranciers, zodat dezelfde lobby drie keer wordt gemodelleerd.

Daar gaat het geld heen. En de beelden die als eerste worden gemaakt, brede architectuurbeelden voor een investeerderspresentatie, doen bijna niets op een boekingspagina, waar een gast beslist op de kamer, de badkamer en het uitzicht vanuit bed.

WIE KIJKT	WAT ZE MOETEN ZIEN
01 Investeerders	Aankomst, de gevel bij schemer en één publieke ruimte die het concept draagt. Drie beelden, geen twaalf.
02 Goedkeuring door het merk	De standaardkamer en de lobby, gedetailleerd genoeg om te toetsen aan het standaardenhandboek van het merk.
03 Pre-openingverkoop	Kamers, de suite, de evenementenruimte en het restaurant: wat een groepsboekter of weddingplanner koopt.
04 Boekingsplatforms	Kamer, badkamer, uitzicht en voorziening, gekadreeerd voor galerij-uitsneden. De beelden die echt reserveringen binnenhalen.

Modelleer één keer, in de juiste volgorde.

Eén model van de lobby en de standaardkamer bedient alle vier de doelgroepen als het eerst voor de veeleisendste wordt gebouwd. De boekingsgalerij vraagt de meest precieze afwerking, dus begin het model daar en haal de investeerdersbeelden eruit.



Maverick Frame productierendering.

DE BEELDENLIJST

De pre-openingset, geprijsd

Een samengesteld voorbeeld van de hotelsets die we prijzen, tegen gangbare studiotarieven, voor een hotel met 120 kamers, een restaurant, een bar, één evenementenruimte en één kenmerkende voorziening. Elke regel heeft een taak en een plek waar hij verschijnt.

	ONDERDEEL	BASIS	TEGEN STUDIOTARIEF
01	Aankomst en gevel bij schemer, voor investeerders en het bouwboard	2 x \$550	\$1.100
02	Lobby en receptie, hoofdbeeld en tegenbeeld	2 x \$500	\$1.000
03	Standaardkamer: het bed, het bureau en het raam	2 x \$450	\$900
04	Suite: zithoek en slaapkamer	2 x \$500	\$1.000
05	Badkamers, standaardkamer en suite	2 x \$400	\$800
06	Restaurant overdag, bar in de avond	2 x \$500	\$1.000
07	Evenementenruimte, banketopstelling	1 x \$450	\$450
08	Spa, zwembad of dakterras, de voorziening waarmee u verkoopt	1 x \$500	\$500
09	Kamermeubilair gemodelleerd naar de FF&E-lijst	opbouw	\$1.800
10	360-panorama's van de standaardkamer en de suite	2 x \$600	\$1.200
11	Pre-openingfilm van 30 seconden uit hetzelfde model	0,5 min	\$2.750
	Veertien stills en het kamermodel, 01-09		\$8.550
	360 en film, 10-11		\$3.950
	De volledige pre-openingset		\$12.500
	De eerste fase, regels 01-05 en 09		\$6.600

De standaardkamer is het beeld dat verdient.

Gasten boeken de kamer die ze kunnen zien. Van alles op deze lijst zijn de standaardkamer en haar badkamer de beelden die lang na de opening nog werken op boekingsplatforms, dus die verdienen het meest precieze model en de meeste zorg.

FOUTEN VAN UW KANT VAN DE TAFEL

Wat hotelbriefings zeggen, en wat u beter schrijft

Zeven zinnen die we in bijna elke hotelbriefing lezen. Elk vermenigvuldigt het aantal beelden of stuurt het model terug om opnieuw te bouwen.

IN DE BRIEFING	WAT U BETER SCHRIJFT
01 Render alle kamertypes	Noem de standaardkamer en de suite. Andere types zijn variaties die zelden eigen beelden nodig hebben; hooguit één extra beeld per type.
02 Conform de merkstandaarden	Voeg het standaardenhandboek toe en markeer de pagina's die gelden. Het merkteam toetst er toch aan; laat ons het eerst lezen.
03 Afwerking volgt nog	Stuur de FF&E-lijst zoals hij nu is, ook als concept. Afwerking die verandert nadat het model staat, is de duurste correctie in hotelwerk.
04 Druk en vol leven	Zeg welke ruimtes mensen nodig hebben, en hoeveel. Een paar gasten aan de bar oogt gastvrij; een menigte in elk beeld oogt als stockfoto.
05 Voor website, investeerders en boekingssites	Noem de formaten: een breed hoofdbeeld, een galerij-uitsnede, een verticale story. Voor alle drie tegelijk kadreren is goedkoper dan later opnieuw renderen.
06 Het uitzicht uit het raam, wat het mooist is	Vertel ons het echte uitzicht vanaf de verdieping van de standaardkamer. Een zeezicht dat niet bestaat, is de snelste weg naar een klacht na de opening.
07 Nodig voor de opening	Nodig op de dag dat de verkoop start, en die ligt lang vóór de opening. De set moet live staan als het pre-openingteam de telefoon opneemt.

Beantwoord het op papier, niet in een correctieronde.

Elke regel hierboven kost een paar minuten om te beantwoorden voordat het werk begint, en een volle correctieronde om te herstellen na de eerste draft. Bewaar de twee drafrondes voor de beelden, niet voor de briefing.

DE ENE PAGINA

Wat hotelteams ons werkelijk sturen

De exploitanten en ontwikkelaars van wie de logo's op onze dienstenpagina's staan, sturen geen specificaties. Ze sturen iets als dit, meestal gewoon in een e-mail, en daarmee kunnen we offreren en aan de slag.

01	Het hotel	Kamers, merk of positionering, en waar het staat. Eén regel.
02	De tekeningen	Plattegronden, het ontwerpmodel als dat er is, en welke actueel is.
03	De FF&E-lijst	Zoals hij vandaag is, met gemarkeerd wat nog kan veranderen.
04	Wie het eerst ziet	Investeerders, het merk, verkoop of de boekingsplatforms. Dat bepaalt de volgorde.
05	Welke ruimtes	Standaardkamer, suite, lobby, restaurant, bar, evenementenruimte, voorziening.
06	Het uitzicht	Waar de standaardkamer echt op uitkijkt, en het seizoen waarin u verkoopt.
07	Mensen	Welke ruimtes gasten nodig hebben, en ongeveer hoeveel.
08	Formaten	Waar elk beeld verschijnt, en in welke uitsneden.
09	De datum	De dag dat de pre-openingverkoop start, niet de openingsdag.
10	Het budget	Een bedrag of een bandbreedte. Het is de snelste weg naar een passende scope.

Stuur de conceptlijst, niet de definitieve

We kunnen de architectuur bouwen terwijl de FF&E nog beweegt. Los meubilair en stoffen worden als laatste toegepast en zijn het makkelijkst te wijzigen.

Plan de tweede golf nu

Zodra het hotel open is, neemt fotografie de kamers over. Renders houden hun waarde voor ruimtes die nog worden ingericht en voor latere fases; zeg of die er zijn.

WAT HET KOST

Marktprijzen en onze voorwaarden, zodat u elke offerte kunt toetsen

Ranges die we in 2026 in de markt zien, van freelancer tot studio. Gebruik ze om elke offerte te toetsen, ook die van ons.

WERK IN OPDRACHT	FREELANCER	STUDIO
Exterieurbeeld, per stuk	\$100 - 300	\$250 - 600
Interieurbeeld, per stuk	\$120 - 350	\$300 - 700
Pakket, 5 - 8 aanzichten	\$600 - 1.500	\$1.500 - 4.000
Animatie, per minuut	\$1.000 - 3.000	\$3.000 - 8.000

Onze standaard doorlooptijden en correctievoorwaarden. Die offeren we, tenzij een project iets anders vraagt, en dat zeggen we voordat het werk begint.

FASE OF OPLEVERING	STANDAARD BIJ MAVERICK FRAME
Eerste concept van een still	3 tot 5 werkdagen na een volledige briefing
Definitieve stills, pakket van 5 - 8	2 tot 3 weken, concepten inbegrepen
Animatie tot één minuut	4 tot 6 weken, eerst storyboard en preview
Inbegrepen correctierondes	Twee in de conceptfase, één op het definitieve beeld
Wat telt als een ronde	Eén samengevoegde lijst met opmerkingen, in één keer gestuurd
Spoedlevering	De helft van de tijd voor ongeveer 40% meer, als de planning het toelaat

Kies een studio voordat de deadline brandt

De duurste projecten die we zien, zijn niet de slecht gebriefte. Het zijn de projecten die in paniek zijn gebrieft, nadat de eerste leverancier was afgehaakt en de lanceringsdatum niet opschoof. Beoordeel een of twee studio's zolang er niets dringt.

Over zelf doen: één 3D-artist heeft zo'n tien softwareabonnementen nodig, een workstation en een reeks aanverwante vaardigheden, van modelleren en belichting tot nabewerking en klantcontact. Dat loont alleen als die persoon elke dag vol aan het werk is. Daaronder pleit de rekensom vanzelf voor uitbesteden.

VOLGENDE STAP

Stuur ons wat u al heeft

Tekeningen, een model, foto's of een conceptbriefing, in welke staat ook. U krijgt van ons een scope, een prijs en de vragen die daarover beslissen, als schriftelijk antwoord, niet als verkoopgesprek.

Het contactformulier	maverickframe.com/contacts/
Visualisatie voor hotels	maverickframe.com/nl/diensten/artist-impressions/
Of gewoon	antwoorden op de e-mail waarmee deze gids binnenkwam.

Geschreven door wie deze briefings leest

Dim Kuzmenko is de oprichter van Maverick Frame Studio. De cijfers in deze gids komen uit onze eigen inbox en onze eigen tarieflijst, niet uit een brancheonderzoek.