



PRAKTISCHE GIDS / EDITIE 2026

Winkel goedgekeurd vóór de inrichting, met **elf beelden.**

De beelden die een winkelconcept laten tekenen door verhuurder, merk en franchisenemer, regel voor regel geprijsd, met de briefing van één pagina die ze laat maken.

[START HIER](#)

Drie mensen tekenen. Elk ziet een andere winkel.

Een winkelconcept heeft drie keer ja nodig voordat iemand een winkelinrichter bestelt: van de verhuurder, voor de pui en de unit; van het merk, voor het concept; en van de franchisenemer of exploitant, die de inrichting betaalt.

Retailmerken betalen te veel door één prachtig hoofdbeeld te bestellen en daarna voor elke goedkeuring een nieuwe set. En ze benutten renders te weinig door te stoppen bij het concept, terwijl hetzelfde model het uitrolhandboek en het verhuurpakket voor de volgende unit kan dragen.

WIE TEKENT	WAT ZE MOETEN ZIEN
01 De verhuurder of centrummanager	De pui in de straat of het winkelcentrum, de signing en hoe de unit tussen de burens staat, volgens de richtlijnen van het centrum.
02 Het merkteam	De klantreis op volgorde: entree, hoofdvloer, paskamers of toonbank, kassa.
03 De franchisenemer of exploitant	Inrichting, capaciteit en voorraad. Een bovenaanzicht van de indeling telt meer dan sfeer.
04 Het verhuurteam, later	Een strak winkelbeeld dat het format aan de volgende verhuurder verkoopt.

Eén model, drie goedkeuringen.

Eén keer gebouwd uit de concepttekeningen, geeft het winkelmodel elke ondertekenaar de beelden die hij nodig heeft. Drie keer gebouwd door drie leveranciers geeft het drie verschillende winkels en drie discussies.



Maverick Frame productierendering.

DE BEELDENLIJST

De conceptset, geprijsd

Een samengesteld voorbeeld van de retailsets die we prijzen, tegen gangbare studiotarieven, voor een flagshipconcept van ongeveer 250 vierkante meter dat wordt uitgerold naar kleinere units. Elf stills, één panorama en één korte film, allemaal uit hetzelfde model.

	ONDERDEEL	BASIS	TEGEN STUDIOTARIEF
01	Winkelmodel uit de concept- en inrichtingstekeningen	opbouw	\$2.400
02	Pui in straat of winkelcentrum, dag en avond	2 x \$550	\$1.100
03	Entree en hoofdvloer, hoofdbeeld en tegenbeeld	2 x \$550	\$1.100
04	Kernzones: blikvangerwand, paskamers, kassa	3 x \$450	\$1.350
05	Close-ups van inrichting, aangekleed met product	2 x \$400	\$800
06	Axonometrisch bovenaanzicht van de indeling	1 x \$500	\$500
07	Compact uitrolformat, entreebeeld	1 x \$450	\$450
08	360-panorama van de hoofdvloer	1 x \$600	\$600
09	Walkthrough van 45 seconden voor franchisepresentaties	0,75 min	\$4.125
	Model en elf stills, 01-07		\$7.700
	360 en film, 08-09		\$4.725
	De volledige conceptset		\$12.425
	Goedkeuring verhuurder en merk, regels 01-04		\$5.950

Het axonometrische beeld is het beeld van de exploitant.

Franchisenemers vallen zelden voor een hoofdbeeld. Ze tekenen als ze de meubels kunnen tellen en zien waar de voorraad staat, en daarom verdient één bovenaanzicht meer dan een tweede sfeerbeeld.

FOUTEN VAN UW KANT VAN DE TAFEL

Wat retailbriefings zeggen, en wat u beter schrijft

Zes zinnen die we in bijna elke briefing voor een winkelconcept lezen. Elk vermenigvuldigt het aantal beelden of stuurt het model terug om opnieuw te bouwen.

IN DE BRIEFING	WAT U BETER SCHRIJFT
01 Premium, uitnodigend, on-brand	Stuur het merkboek en twee bestaande winkels die u goed vindt. De bijvoeglijke naamwoorden staan in elke briefing; de referenties zijn waar we op bouwen.
02 Vol met klanten	Zeg hoeveel mensen per beeld en wat ze doen. Een paar shoppers tonen schaal; een menigte verbergt de inrichting waarvoor de franchisenemer betaalt.
03 Gevuld met product	Zeg hoeveel koopwaar echt en herkenbaar moet zijn. Echt product wordt stuk voor stuk gemodelleerd; generieke voorraad is aankleding uit de bibliotheek.
04 Concept kan nog veranderen	Markeer wat vastligt en wat open is. Een wand verplaatsen nadat het model staat, is opnieuw bouwen; een kleur wijzigen niet.
05 Voor al onze markten	Noem de eerste markt en het unittype. Lokale signing, talen en unitmaten zijn varianten om te bestellen als het concept is goedgekeurd.
06 Volg de richtlijnen van het centrum	Voeg de ontwerprichtlijnen van het centrum en de unittekening toe. Verhuurders keuren goed op hun eigen document, en dat moeten wij ook doen.

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 retailmerken ons werkelijk sturen

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

01	Het concept	Het merk, het format en de grootte van de unit. Eén regel.
02	De unit	De tekening, het adres en de ontwerprichtlijnen van het centrum.
03	De tekeningen	Conceptplattegronden, inrichtingstekeningen, de afwerkstaat.
04	Wie tekent	Verhuurder, merk, franchisenemer, en in welke volgorde.
05	Welke beelden	Pui, entree, kernzones, een bovenaanzicht van de indeling.
06	Product en inrichting	Wat echt en herkenbaar moet zijn, en wat generiek mag.
07	Mensen	Hoeveel per beeld, als die er zijn.
08	De uitrol	Of er kleinere formats of andere markten volgen.
09	De datum	De indieningsdatum van de verhuurder, die zelden schuift.
10	Het budget	Een bedrag of een bandbreedte. Het is de snelste weg naar een passende scope.

Stuur eerst de deadline van de verhuurder

Goedkeuringsdata van winkelcentra schuiven zelden. Geef ons de indieningsdatum en we plannen eerst de pui en daarna het interieur.

Bewaar het model voor de uitrol

Een goed gebouwd winkelmodel wordt de basis voor elke nieuwe unit. Zeg of er een uitrol gepland is, dan bouwen we het vanaf het begin voor hergebruik.

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 gebriefd, 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 van winkelinterieurs	maverickframe.com/nl/diensten/interieur-visualisatie/
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.