



PRAXISLEITFADEN / AUSGABE 2026

Käufer entscheiden nach acht Bildern. Sie zahlten **zweiundzwanzig.**

Eine typische Bestellung für die Vorvermarktung eines Wohnprojekts, Bild für Bild bepreist, und das Vertriebsset aus acht Bildern, gestaffelt vom Launch bis zum Bau, für 6.800 \$.

HIER BEGINNEN

Zweiundzwanzig Bilder. Acht davon verkaufen.

Wer vom Plan kauft, reserviert eine Wohnung, durch die er nicht gehen kann. Entschieden wird anhand einer kurzen Bildfolge: das Gebäude, seine Lage, der Raum, in dem man wohnen würde, und der Blick hinaus. Alles andere im Exposé ist Beruhigung.

Die meisten Bestellungen für die Vorvermarktung entstehen andersherum. Die Pläne des Architekten zeigen jede Ansicht, jeden Wohnungstyp und jede Gemeinschaftsfläche, also tut es die Bestellung auch, und alles wird vor dem Launch auf einmal beauftragt. Zwanzig und mehr Bilder kommen zusammen an, die meisten verlassen nie den Ordner, und die zwei, nach denen ein Käufer fragt, sobald der Preis auf dem Tisch liegt, sind oft nicht dabei.

WURDE DIE BESTELLUNG GEBAUT IST	WAS DER KÄUFER ENTSCHIEDET
01 Jede Ansicht jedes Gebäudes	Ob das wie ein Ort aussieht, an den man gern nach Hause kommt. Ein Hauptbild, bei Tag und in der Dämmerung.
02 Jeder Wohnungstyp, möbliert	Die Wohnung, die er reserviert. Der bestverkaufte Typ trägt die Innenansichten; der Rest kann warten.
03 Jede Gemeinschaftsfläche aus dem Exposé	Die eine Ausstattung, die den Quadratmeterpreis rechtfertigt.
04 Ein Launchfilm, mit den Standbildern bestellt	Der Blick von seinem Balkon und der Weg von der Straße bis zur Wohnungstür.

Der Käufer kauft nicht die Architektur. Er kauft einen Morgen in der Wohnung.

Die Ansichten beantworten die Fragen der Baubehörde. Wohnzimmer, Schlafzimmer und Balkon beantworten die des Käufers, und genau zu diesen Bildern greift das Vertriebsteam an jedem Tag der Kampagne.



Maverick Frame Produktionsrendering.

DIE RECHNUNG

Was Bauträger bestellen und was verkauft

Unten steht ein Komposit der Bestellungen, die wir für die Vorvermarktung eines Projekts mit rund 120 Wohnungen in drei Gebäuden sehen, bepreist zu mittleren Studiosätzen. Jede Zeile ist eine vernünftige Anfrage. Die zweite Spalte hält fest, was jedes Bild leistete, als die Kampagne lief.

	VOR DEM LAUNCH BESTELT	IN DER KAMPAGNE	ZU STUDIOSÄTZEN
01	Hauptansicht außen, Tag und Dämmerung (2)	verkauft	1.100 \$
02	Luftbild mit Lage (1)	verkauft	600 \$
03	Ankunft und Lobby, Poolhof (2)	verkauft	1.050 \$
04	Wohnzimmer, bestverkaufter Wohnungstyp (1)	verkauft	550 \$
05	Vier weitere Außenperspektiven, je Fassade eine	ungenutzt	1.800 \$
06	Nachtversionen von zwei Außenansichten	ungenutzt	900 \$
07	Wohnzimmer von vier weiteren Wohnungstypen	einmal genutzt	2.000 \$
08	Küchen und Bäder, drei Ansichten	ungenutzt	1.200 \$
09	Fitnessraum und Co-Working-Lounge	ungenutzt	900 \$
10	Zweites Luftbild, Masterplan-Perspektive	ungenutzt	600 \$
11	Ein Überflug über 90 Sekunden	nach dem Launch	7.500 \$
12	Sechs 360-Grad-Panoramen einer Wohnung	zu früh	3.000 \$
	Sechs Bilder, die den Launch verkauft haben		3.300 \$
	Sechzehn Bilder, ungenutzt oder einmal genutzt		7.400 \$
	Film und Panoramen, gekauft, bevor es eine Musterwohnung gab		10.500 \$
	Zwei der acht Verkaufsbilder fehlten, später zu Eilsätzen bestellt		+ 1.400 \$

Was der Bauträger bezahlt hat22.600 \$

Das Vertriebsset aus acht Bildern, mit kurzem Film6.800 \$

22.600 \$ kauften sechs der acht Bilder, die verkaufen.
Die zwei fehlenden waren der Blick von einem Balkon und das Schlafzimmer des bestverkauften Wohnungstyps. Sie wurden in Eile bestellt, als die Reservierungen schon liefen, zu Eilsätzen, aus einem Modell, das bereits für zweiundzwanzig andere Ansichten gebaut war.

DAS VERTRIEBSSET

Acht Bilder, bestellt in der Reihenfolge des Verkaufs

Beauftragen Sie das Set in Stufen entlang des Vertriebsplans, nicht in einer Bestellung vor dem Launch. Das Modell wird einmal für das Hauptbild gebaut, sodass jedes spätere Bild schnell und ohne neue Modellierung daraus entsteht.

PHASE	BILD UND SEINE AUFGABE	KOSTEN
Vor dem Launch	Hauptansicht außen, Tag. Bauzaun, Portalbanner und Exposé-Cover. Bestellen Sie es zuerst und allein.	550 \$
Vor dem Launch	Hauptansicht in der Dämmerung. Dieselbe Kamera, beleuchtet. Sie verkauft den Abend und trägt auf dem Bauzaun.	550 \$
Vor dem Launch	Luftbild mit Lage. Park, Bahnhof, Meer: was die Adresse wert ist.	600 \$
Reservierung	Wohnzimmer des bestverkauften Typs. Der Raum, den sich ein Käufer zuerst vorstellt.	550 \$
Reservierung	Schlafzimmer, dieselbe Wohnung. Die zweite Frage, sobald der Preis bekannt ist.	500 \$
Reservierung	Der Blick von einem Balkon in typischer Höhe. Wofür der Etagenaufschlag bezahlt wird.	500 \$
Reservierung	Ankunft und Lobby. Der Weg von der Straße bis zur Haustür.	500 \$
Reservierung	Die Ausstattung, die den Preis setzt. Pool, Innenhof oder Dachterrasse. Eine davon.	550 \$
Bauphase	Ein Film über 30 Sekunden aus demselben Modell. Hält die Kampagne in Bewegung, solange die Baustelle nur einen Kran zeigt.	2.500 \$
Später, bei Bedarf	Ein zweiter Wohnungstyp. Erst wenn ein Typ schleppend verkauft, nie vorher.	500 \$ pro Bild

Acht Standbilder: 4.300 \$. Mit Film: 6.800 \$.

Bezahlt entlang des Zeitplans statt vor dem Launch. Hat das Verkaufsbüro einen Bildschirm, können drei 360-Grad-Panoramen der Musterwohnung (rund 1.500 \$) in der Bauphase den Film ersetzen. Wählen Sie ein bewegtes Format, nicht beide.



Maverick Frame Produktionsrendering.

DIE EINE SEITE

Das Briefing für einen Projektlaunch

Für den Start brauchen Sie kein Lastenheft. Eine halbe Seite wie diese, oft direkt im Text einer E-Mail, reicht uns, um das Vertriebsset anzubieten und mit dem Hauptbild zu beginnen. Sagen Sie, was Sie verkaufen und wann; die Kameraarbeit überlassen Sie den Leuten, die sie jeden Tag einrichten.

01	Das Projekt	Eine Zeile: Gebäude, Zahl der Wohnungen, Lage. Hängen Sie Pläne oder das Architektenmodell an und sagen Sie, welcher Stand gilt.
02	Der Vertriebsplan	Launch, Reservierungen, Baubeginn, Übergabe. Wir staffeln die Bestellung entlang dieser Termine.
03	Der Käufer	Erstkäufer, Familien, Verkleinerer oder Kapitalanleger. Das entscheidet Wohnung und Licht.
04	Die Wohnung, die verkauft	Der Typ, der sich voraussichtlich am besten verkauft oder am dringendsten verkaufen muss. Er bekommt die Innenansichten.
05	Die Hauptansicht	Im Lageplan markiert. Zwei Minuten hier sparen eine Korrekturrunde.
06	Der Balkon	Aus welcher Etage und Richtung ein typischer Käufer blickt. Ein Drohnenfoto in dieser Höhe hilft.
07	Die Ausstattung	Die eine, die den Preis rechtfertigt: Pool, Innenhof oder Dachterrasse.
08	Die Ausstattungslinie	Die Baubeschreibung oder das Moodboard der Musterwohnung, auch unfertig.
09	Wo es läuft	Größe des Bauzauns, Portale, Exposé, Bildschirm im Verkaufsbüro.
10	Das Budget	Eine Zahl oder eine Spanne. Der schnellste Weg zu einem Set, das passt.

Hängen Sie an, was schon existiert

- ☐ Die Pläne oder das Modell des Architekten und den Wohnungsmix mit Flächen
- ☐ Die Baubeschreibung oder das Moodboard der Musterwohnung
- ☐ Drohnen- oder Grundstücksfotos, auch mit dem Smartphone aufgenommen
- ☐ Projektname, Logo und Exposé-Layout, falls die Agentur eines hat

Nennen Sie die Absicht, nicht die Details

Sagen Sie uns, wer kauft und wann Sie starten. Ein Briefing, das jedes Objektiv und jede Kamerahöhe festlegt, wird wörtlich genommen, und das sieht man den Bildern an.

Binden Sie uns vor dem Bauzauntermin ein

Die teuersten Aufträge kommen, nachdem ein erster Dienstleister den Launch verpasst hat. Briefen Sie uns, solange der Launch noch ein Termin im Kalender ist.

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, was Sie schon haben

Pläne, ein Modell, Fotos 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/
Immobilien-Visualisierung	maverickframe.com/de/leistungen/immobilien-visualisierung/
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.