



PRAXISLEITFADEN / AUSGABE 2026

Das Hotel gibt es noch nicht. Neun Bilder müssen es **füllen.**

Das Bildset vor der Eröffnung eines Hotels oder Gastronomiebetriebs, bepreist mit 9.650 \$:
welche Bereiche Sie Investoren, dem Betreiber und den ersten Gästen zeigen und welche
Sie weglassen.

HIER BEGINNEN

Das Hotel ist nicht gebaut. Die Zimmer sind im Verkauf.

Ein Hotel wird dreimal verkauft, bevor der erste Gast eincheckt. Investoren und Banken kaufen die Idee, ein Betreiber oder eine Marke kauft die Passung zu den eigenen Standards, und die ersten Gäste kaufen ein Zimmer auf einer Buchungsplattform, die nur Renderings zeigen kann. Alle entscheiden anhand von Bildern, und jeder sucht darin etwas anderes.

Die meisten Briefings vor der Eröffnung ignorieren diese Reihenfolge. Sie listen jeden Bereich aus den Plänen des Architekten auf, vom Ballsaal bis zu den Behandlungsräumen, und verlangen alles auf einmal, meist mit einem langen Film dazu. Das Set, das funktioniert, ist kürzer und gestaffelt: erst die Bilder, die den Investment Case tragen, dann die, die der Betreiber freigeben muss, dann die, die die Buchungsmaschine füllen.

	WAS DAS BRIEFING MEIST AUFLISTET	WER ES BRAUCHT, UND WANN
01	Jeden Zimmertyp, möbliert	Gäste buchen das Standardzimmer und zahlen mehr für die Suite. Rendern Sie diese zwei Typen; der Rest folgt als Varianten.
02	Jedes Outlet: Restaurant, Bar, Café, Poolbar	Ein Outlet, das eine, das auch Menschen besuchen, die nicht im Haus wohnen.
03	Tagungsräume, Ballsaal, Fitnessraum	Das Factsheet des Betreibers, es sei denn, Events tragen den Umsatz.
04	Ein langer Launchfilm	Ein kurzer Film aus dem Modell der Standbilder oder 360s von zwei Zimmern. Nicht beides vor der Eröffnung.

Ein Investor kauft die Lage. Ein Gast kauft den Blick vom Bett.

Luftbild und Ankunft machen den Investment Case. Zimmer, Ausblick und Pool füllen die Buchungsplattform. Die Bilder dazwischen sind für den Betreiber, und es sind weniger, als das Briefing vermuten lässt.



Maverick Frame Produktionsrendering.

DIE RECHNUNG

Das Pre-Opening-Set, Bild für Bild bepreist

Unten steht ein Komposit des Bildsets vor der Eröffnung eines Resorthotels mit rund 90 Zimmern, einem Restaurant, einem Pool und einem Spa, bepreist zu mittleren Studiosätzen. Die zweite Spalte nennt das Publikum, das jedes Bild überzeugen soll. Für ein Café, einen Club oder eine Sportanlage ist das Set kürzer, die Logik dieselbe.

	BILD	ES ÜBERZEUGT	ZU STUDIOSÄTZEN
01	Luftbild mit Grundstück, Ufer und Zufahrt	Investoren	600 \$
02	Ankunft in der Dämmerung, von der Vorfahrt aus	alle drei	550 \$
03	Lobby und Rezeption, auf Augenhöhe	Betreiber	600 \$
04	Standardzimmer, der Typ, der das Hotel füllt	Gäste	550 \$
05	Suite oder Villa, der Typ, der die Rate hebt	Investoren	650 \$
06	Der Blick aus dem Zimmer, vom Balkon oder der Terrasse	Gäste	500 \$
07	Das Signature-Restaurant, in Betrieb	Betreiber	600 \$
08	Pool und Deck, mit Menschen	Gäste	550 \$
09	Die prägende Ausstattung: Spa, Padelplatz oder Beach Club	Gäste	550 \$
10	Ein Film über 45 Sekunden aus demselben Modell	alle drei	4.500 \$
	Neun Standbilder		5.150 \$
	Ein Film über 45 Sekunden		4.500 \$
	Statt des Films: 360-Panoramen von Standardzimmer und Suite		oder 1.200 \$
	Das Pre-Opening-Set		9.650 \$
	Dasselbe Hotel, gerendert wie im üblichen Briefing		29.050 \$

29.050 \$ ist das Briefing, das jeden Raum aus den Plänen rendert.

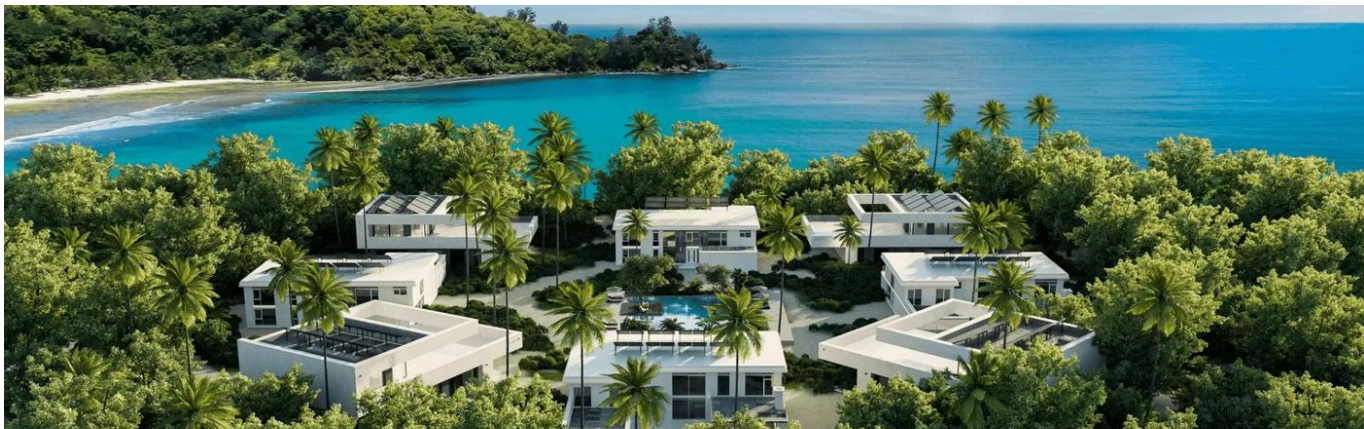
Achtundzwanzig Standbilder statt neun (jeder Zimmertyp und jedes Bad, drei weitere Outlets, Tagungsräume, Fitness- und Behandlungsraum, zwei weitere Luftbilder, Nachtversionen), ein Film über 90 Sekunden und acht Panoramen. Dreimal das Set oben, und keines der zusätzlichen Bilder ist das, das ein Zimmer füllt.

BEREICH FÜR BEREICH

Was Sie zeigen und was Sie weglassen

Gehen Sie die Pläne mit dieser Liste durch, bevor Sie ein Angebot anfragen. Jede Zeile nennt einen Bereich, die Art, ihn zu zeigen, und wann er warten kann.

DER BEREICH		SO ZEIGEN ODER WEGLASSEN
01	Ankunft	Das erste Bild, das Betreiber und Gast beurteilen. Eine Ansicht von der Vorfahrt in der Dämmerung, beleuchtet so, wie das Gebäude wirklich beleuchtet sein wird.
02	Zimmertypen	Der Typ, der das Hotel füllt, und der, der die Durchschnittsrate setzt. Weitere Typen sind Varianten desselben Modells, deutlich günstiger als eine neue Ansicht, und können folgen, sobald der Betreiber die Grundrisse freigibt.
03	Der Blick aus dem Zimmer	Oft der Grund zu buchen. Vom Bett oder der Terrasse aus kadriert, mit echter Ausrichtung und echtem Horizont.
04	Gastronomie	Ein Outlet, in Betrieb gezeigt, zu der Stunde, in der es verdient. Poolbar und Lobbycafé sind Zeilen im Factsheet.
05	Ausstattung	Die eine, von der die Rate abhängt: Pool, Spa, Padelplatz oder Strand. Ein Fitnessraum braucht selten ein eigenes Bild.
06	Luftbild	Eines, für Investoren und für die Geschichte der Lage, mit Zufahrt und allem, was in Reichweite liegt.
07	Film oder 360	Ein bewegtes Format vor der Eröffnung: ein kurzer Film für Deck und Social oder 360s von zwei Zimmern für die Buchungsplattform.
08	Tagungen und Back of House	Überlassen Sie sie dem technischen Paket des Betreibers, es sei denn, Events tragen den Umsatz.
09	Timing	Investorenbilder vor der Finanzierungsrunde, Betreiberbilder vor der Markenfreigabe, Gästebilder bevor die Buchungsmaschine öffnet.



Maverick Frame Produktionsrendering.

DIE EINE SEITE

Das Briefing für ein Hotel vor der Eröffnung

Für den Start brauchen Sie kein Lastenheft. Eine halbe Seite wie diese, oft direkt im Text einer E-Mail, reicht uns, um das Set anzubieten und mit der Ankunft zu beginnen. Sagen Sie, wer als Nächstes zustimmen muss und wann; die Kameraarbeit überlassen Sie den Leuten, die sie jeden Tag einrichten.

01	Das Projekt	Eine Zeile: Hotel, Resort, Café oder Club, Zimmerzahl, Outlets. Hängen Sie Pläne oder das Architektenmodell an.
02	Wer als Nächstes zustimmt	Investoren, eine Bank, ein Markenbetreiber oder die ersten Gäste. Das entscheidet, wo das Set beginnt.
03	Der Termin, der zählt	Das Finanzierungsmeeting, die Markenfreigabe oder der Tag, an dem Buchungen öffnen.
04	Die Positionierung	Die Betreibermarke oder der Gast, für den Sie bauen, und die Rate, die Sie erwarten.
05	Die zwei Zimmertypen	Der Typ, der das Hotel füllt, und der, der die Rate setzt.
06	Das Innenraumkonzept	Moodboards und FF&E-Liste des Designers, auch unfertig.
07	Die eine Ausstattung	Pool, Spa, Padelplatz oder Beach Club. Die, von der die Rate abhängt.
08	Gastronomie	Das Outlet, an das sich Gäste erinnern, und wann es am vollsten ist.
09	Bewegtes Format	Ein kurzer Film oder 360s, und wo es läuft.
10	Das Budget	Eine Zahl oder eine Spanne. Der schnellste Weg zu einem Set, das passt.

Hängen Sie an, was schon existiert

- ☐ Pläne oder das Architektenmodell und das Raumprogramm
- ☐ Moodboards und Materialien des Innenarchitekten
- ☐ Grundstücks- oder Drohnenfotos, auch mit dem Smartphone aufgenommen
- ☐ Die Markenrichtlinien des Betreibers, falls einer unterschrieben hat

Briefen Sie den Gast, nicht das Gebäude

Sagen Sie uns, wer hier wohnt und was er zahlt. Ein Briefing, das jedes Objektiv und jede Kamerahöhe festlegt, wird wörtlich genommen, und das sieht man den Bildern an.

Binden Sie uns vor dem Finanzierungstermin ein

Die teuersten Aufträge kommen, nachdem ein erster Dienstleister das Deck verpasst hat. Briefen Sie uns, solange das Meeting 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/
Gewerbeimmobilien-Visualisierung	maverickframe.com/de/leistungen/gewerbeimmobilien-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.