



PRAXISLEITFADEN / AUSGABE 2026

Zwölf Fragen, bevor der Ausbau Ihre Praxis festschreibt.

Stellen Sie sie, bevor Sie ein Studio für Zahnarztpraxis- oder Praxisdesign beauftragen. Ein gutes Studio beantwortet alle zwölf in einer E-Mail. Das falsche verstummt bei der Frage, wessen Geräte das Layout bestimmt haben.

HIER BEGINNEN

Jeder Fehler war absehbar, bevor Sie unterschrieben

Projekte für Zahnarzt- und Arztpraxen scheitern selten am Portfolio. Ein ruhiges Behandlungszimmer und einen leuchtenden Empfangstresen hat jedes Studio. Sie scheitern an den fünf Punkten unten, und jeder davon wäre in der ersten E-Mail erkennbar gewesen, hätte jemand gefragt.

WAS IM VERKAUFGESPRÄCH VERSPROCHEN WURDE

WAS SIE NACH DER UNTERSCHRIFT MERKEN

- | | | |
|----|--|--|
| 01 | „Schicken Sie uns das Design, wir rendern es“ | Sie haben gemietete Räume, kein Design. Niemand im Team verantwortet das Konzept, also warten die Renderings auf Entscheidungen, die keiner trifft. |
| 02 | „Schöne Bilder für den Businessplan“ | Die Bank fragt, wie viele Behandlungszimmer hineinpassen, wie sich Patienten bewegen und warum die Praxis zum Standort passt. Die Bilder zeigen eine Stimmung, keine Praxis. |
| 03 | „Das Depot hat ein Gratis-Layout gemacht“ | Das Layout ist um die Behandlungseinheiten und Möbel einer einzigen Marke gebaut. Patientenwege, Aufbereitung und die Räume, die Sie brauchen, kommen erst danach. |
| 04 | „Der Vermieter wird die Pläne schon verstehen“ | Vermieter, Ausbaufirma und Eigentümer lesen jeweils eine andere Zeichnung, und jeder findet ein anderes Problem mit dem Ausbau. |
| 05 | „Wir fotografieren die Praxis zur Eröffnung“ | Patienten suchen eine neue Praxis online, Monate vor dem ersten Termin. Es gibt nichts zu fotografieren, und die Website startet mit Stockfotos. |

Sie wählen kein Portfolio. Sie wählen, wer über das Design entscheidet.

Genau das testen die zwölf Fragen auf den nächsten beiden Seiten. Jede gehört zu einem der Fehler oben, und auf jede gibt es eine Antwort, die Sie nachprüfen können.



Praxis-Renderings von Maverick Frame: ein Wartezimmer und ein Behandlungszimmer einer Zahnarztpraxis.

DER TEST, TEIL EINS

Fragen 1 bis 6: Design und Layout

Schicken Sie die Fragen so, wie sie sind. Sie suchen keine Begeisterung, sondern Namen, Dateien und Arbeitstage. Vage Antworten sind auch eine Antwort.

FRAGEN SIE DAS	EINE GUTE ANTWORT KLINGT SO	GEHEN SIE, WENN
1. Ich habe Räume und ein Budget, aber kein Design. Wer entwickelt das Konzept?	„Wir“: Layout, Behandlungszimmer, Materialien und ein erster Blick auf die Praxis, mit Ihnen abgestimmt vor jedem finalen Rendering.	„Schicken Sie uns die Pläne Ihres Designers.“
2. Wie planen Sie Patientenwege und Behandlungszimmer?	Stühle, Aufbereitung, Röntgen und Empfang auf Ihrer Fläche platziert, als 3D-Grundriss, durch den Sie gehen können.	„Wir setzen die Räume dahin, wo sie gut aussehen.“
3. Wessen Geräte stehen im Layout?	Standardmäßig unabhängig, oder die Stühle und Möbel Ihrer Wahl nach den Spezifikationen des Depots.	Nur eine Marke, ohne Begründung.
4. Gestalten Sie auch Wartezimmer und Beratungsraum?	Empfang, Warte- und Beratungsbereich zusammen mit den Behandlungszimmern gestaltet, im selben Modell.	„Patienten sehen nur den Stuhl.“
5. Was brauchen Sie von meinem Architekten, und was machen Sie nicht?	Eine klare Trennung: Wir gestalten und visualisieren, Ihr Architekt und Ihre Fachplaner erstellen Ausführungs-, Sanitär- und Genehmigungspläne.	„Wir machen alles“, inklusive Bauvorlagen.
6. Wie viele Designrunden gibt es vor den finalen Renderings?	Eine Zahl, was als eine Runde zählt und ab wann Änderungen extra kosten.	„Unbegrenzt“ oder gar keine Zahl.

Die Fragen 1 und 3 entscheiden die meisten Projekte

Wenn niemand das Konzept verantwortet, wartet jedes Rendering auf eine Entscheidung. Gehört das Layout einem Depot, kaufen Sie dessen Geräte, bevor Sie sie ausgewählt haben. Lassen Sie sich beide Antworten schriftlich geben.



Praxis-Renderings von Maverick Frame: ein zahnärztliches Behandlungszimmer und eine Patientenlounge.

DER TEST, TEIL ZWEI

Fragen 7 bis 12: Geld, Eröffnung, Team

FRAGEN SIE DAS

EINE GUTE ANTWORT KLINGT SO

GEHEN SIE, WENN

7. Welche Ansichten kommen in den Businessplan und den Kreditantrag?

Empfang, ein Behandlungszimmer und der Grundriss: die Ansichten, die den Plan für eine Bank glaubwürdig machen.

„Was am besten aussieht.“

8. Was bekommen Vermieter und Ausbaufirma?

Grundriss, Außenansicht und Ansichten der Oberflächen aus demselben Modell, klar genug, damit die Ausbaufirma den Ausbau kalkulieren kann.

Schöne Bilder ohne Plan dahinter.

9. Können wir mit dem Marketing starten, bevor die Praxis gebaut ist?

Website-Bilder, Social-Formate, die Eröffnungsankündigung und ein kurzer Rundgang, erstellt aus dem Designmodell.

„Warten Sie auf das Fotoshooting.“

10. Wann sehe ich das erste Layout und das erste Rendering, gerechnet ab vollständigem Briefing?

Eine Zahl an Arbeitstagen für beides, und was „vollständig“ heißt.

„So schnell wie möglich“ oder gar keine Zahl.

11. Was passiert, wenn sich das Design nach der Freigabe ändert?

Das Modell wird angepasst, nicht neu gebaut, und Sie kennen den Preis einer Änderung, bevor sie gemacht wird.

„Wir bauen die Szene neu auf.“

12. Wer genau arbeitet an meiner Praxis, und wird etwas weitergegeben?

Benannte Rollen im eigenen Team des Studios oder ein ehrliches „ja, die Animation“ mit Begründung.

„Unser Netzwerk“, eine Pause oder Schweigen.

10 - 12

GUTE ANTWORTEN: BEAUFTRAGEN UND DEN LAYOUT-TERMIN SCHRIFTLICH FESTHALTEN

7 - 9

EINE BEZAHLTE KONZEPTANSICHT ANFRAGEN, BEVOR SIE DAS GANZE PAKET VERGEBEN

0 - 6

GEHEN, EGAL WIE STARK DAS PORTFOLIO IST

Die Frage, der Studios am häufigsten ausweichen, ist Nummer 12

Arbeit weiterzugeben ist üblich und nicht immer schlecht. Das Problem ist das Verschweigen: Ein Layout, das Ihr Vermieter abgelehnt hat, kann niemand mit einem Team korrigieren, mit dem Sie nicht sprechen dürfen. Fragen Sie direkt und achten Sie darauf, wie lange die Antwort dauert.



Praxis-Renderings von Maverick Frame: ein Untersuchungsraum und ein ästhetischer Behandlungsraum.

ABSCHICKEN

Eine E-Mail, drei Studios, ein Tag

Für den Test brauchen Sie kein Gespräch. Kopieren Sie die E-Mail unten, hängen Sie an, was Sie schon haben, und schicken Sie sie gleichzeitig an die drei Studios auf Ihrer Shortlist. Die Antworten kommen innerhalb eines Arbeitstags, und der Unterschied ist meist schon im zweiten Absatz deutlich.

DIE E-MAIL ZUM VERSENDEN

01	Betreff	Zahnarztpraxis-Design und Visualisierung für [Name oder Adresse der Praxis], Angebot und zwölf Fragen
02	Zeile 1	Wir eröffnen [eine Zahnarztpraxis / eine Arztpraxis / ein Medical Spa] mit etwa [Fläche] in [Stadt] und brauchen [ein Konzept und Layout / Renderings / ein Eröffnungspaket] bis [Datum].
03	Zeile 2	Anbei: der Grundriss der Fläche, Fotos, die Zahl der Behandlungszimmer oder Räume, ein vorhandenes Geräteangebot und Referenzen, die uns gefallen.
04	Zeile 3	Bitte beantworten Sie die zwölf Fragen unten mit Namen und Arbeitstagen, nicht mit Spannen.
05	Zeile 4	Fragen 1 bis 12 von den Seiten 03 und 04 einfügen.
06	Zeile 5	Wir entscheiden innerhalb einer Woche, nachdem alle drei Antworten da sind.

Was gute Antworten gemeinsam haben

Sie sind kurz. Sie antworten in Arbeitstagen, sagen, wer das Konzept entwickelt, und stellen Ihnen ein oder zwei Rückfragen zu Ihren Patienten, Ihrem Budget und Ihrem Eröffnungstermin.

Was wir antworten würden

Unsere eigenen Zahlen stehen auf der nächsten Seite, im selben Format, damit Sie uns mit demselben Test bewerten können.



Praxis-Renderings von Maverick Frame: ein Untersuchungsraum und ein Behandlungsraum in einem Medical Spa.

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 Räume und Idee

Ein Grundriss, Fotos der leeren Fläche, ein Businessplan-Entwurf oder nur ein paar Zeilen zu der Praxis, die Sie eröffnen möchten, egal in welchem Zustand. Wir antworten mit Umfang, Preis und den Fragen, die beides bestimmen, schriftlich und ohne Verkaufsgespräch.

Das Kontaktformularmaverickframe.com/contacts/**Design für Zahnarzt- und Arztpraxen**maverickframe.com/de/loesungen/zahnarztpraxis-design/**Oder einfach**

auf die E-Mail antworten, mit der dieser Leitfaden kam.

Geschrieben von denen, die diese Briefings lesen

Dim Kuzmenko ist Mitgründer von Maverick Frame Studio. Die Zahlen in diesem Leitfaden stammen aus unserem eigenen Posteingang und unserer eigenen Preisliste, nicht aus einer Branchenumfrage.