

MAVERICK
FRAME
STUDIO

PRAXISLEITFADEN / AUSGABE 2026

Die Bilder, die ein Vertriebsstart braucht

Teaser, Registrierung, Launch, Vertrieb, Übergabe: welches Asset jede Stufe trägt, was es zeigen muss, und warum alle aus einem einzigen Modell kommen sollten.

Dim Kuzmenko
Mitgründer, Maverick Frame Studio

maverickframe.com

AUSGANGSPUNKT

Fünf Stufen, fünf Aufgaben, ein einziges Modell

Ein Vertriebsstart besteht nicht aus einer Kampagne, sondern aus fünf aufeinanderfolgenden Situationen, in denen jeweils eine andere Person etwas anderes wissen will. Die meisten Projekte beauftragen Bilder für eine davon — meistens für den Launch — und improvisieren die übrigen vier mit Zuschnitten und Notlösungen.

Das fällt auf. Ein Ausschnitt aus dem Hauptbild als Teaser sieht aus wie ein Ausschnitt aus dem Hauptbild. Und wenn die Übergabe naht, ist niemand mehr da, der das Modell öffnen kann.

Stückweise beauftragt

- Jede Stufe eine neue Anfrage, ein neues Angebot
- Unterschiedliche Bildsprache zwischen den Stufen
- Das Modell wird mehrfach bezahlt oder ist verschwunden
- Späte Stufen haben kein Budget mehr

Einmal beauftragt, gestaffelt abgerufen

- Ein Modell, ein Materialstand, eine Bildsprache
- Jede Stufe zieht daraus, was sie braucht
- Neue Formate sind Ausgabe, nicht Neuproduktion
- Das Budget ist von Anfang an vollständig sichtbar

Sie müssen nicht alles am ersten Tag bezahlen. Sie müssen es am ersten Tag **planen**, damit das Modell so gebaut wird, dass die späteren Stufen daraus entstehen können statt neu zu beginnen.

SCHRITT 01

Die Stufen, und was jede leisten muss

STUFE	WER SCHAUT	DAS ASSET	WAS ES ZEIGEN MUSS
Teaser	Niemand, der das Projekt kennt. Nachbarschaft, Branche, Makler.	Ein einziges starkes Motiv, dazu ein Hochformat und ein Ausschnitt für Social.	Lage und Charakter, nicht den Grundriss. Es darf mehr andeuten als erklären, muss aber später standhalten.
Registrierung	Leute, die Interesse haben und eine Adresse hergeben sollen.	Drei bis vier Ansichten plus ein 3D-Grundriss je Wohnungstyp.	Genug, um eine Erwartung aufzubauen: Außenansicht, ein Innenraum, der Ausblick, der Zuschnitt.
Launch	Presse, Portale, Makler, die ersten echten Käufer.	Die vollständige Bildserie, ein 3D-Grundriss je Typ, optional eine kurze Animation.	Alles, was eine Kaufentscheidung braucht, in Druckauflösung und in Portalformaten.
Vertrieb	Einzelne Interessenten im Gespräch, oft am Bildschirm.	Varianten: Ausstattungslinien, Möblierungsvorschläge, 360-Panoramen der Musterwohnung.	Antworten auf individuelle Fragen. Hier entscheidet sich, ob das Modell trennbar angelegt wurde.
Übergabe	Käufer, Presse, Ihre nächste Akquise.	Der Abgleich Bild gegen Bau, Referenzseite, Pressemappe.	Dass das Versprechen gehalten wurde. Und das Material, mit dem Sie das nächste Projekt gewinnen.

Zu Terminen steht hier bewusst nichts. Die Reihenfolge ist stabil, die Abstände sind es nicht — sie hängen an Genehmigung, Finanzierung und Baufortschritt. Wer Ihnen eine Zeitleiste in Wochen verkauft, verkauft eine Vermutung.

SCHRITT 02

Was Sie sofort brauchen, und was warten kann

Die praktische Frage ist nicht, was ein Launch insgesamt braucht, sondern was davon in die erste Beauftragung gehört, damit der Rest später billig bleibt.

In die erste Beauftragung

- Das Modell, gebaut für alle fünf Stufen
- Die Materialliste, abgestimmt und schriftlich
- Die Kamerastandpunkte, benannt und gespeichert
- Die Lichtstimmung, einmal festgelegt
- Das Teasermotiv und die Kernansichten
- Rechte für alle Stufen und alle Partner

Kann später abgerufen werden

- Weitere Innenräume und Wohnungstypen
- Ausstattungsvarianten und Möblierungslinien
- 360-Panoramen der Musterwohnung
- Animation für Messe oder Investoren
- Zusätzliche Formate und Zuschnitte
- Nachtstimmung derselben Ansichten

Die vier Positionen, die den Unterschied machen

01	**Gespeicherte Kameras**	Dieselbe Ansicht in Stufe 05 wie in Stufe 01. Nur so funktioniert der Vorher-Nachher-Abgleich bei der Übergabe, und der ist Ihr bestes Akquisematerial.
02	**Getrennte Materialien**	Eine zweite Ausstattungslinie ist dann ein Tausch statt eines neuen Bildes. Ohne das ist jede Variante ein neuer Auftrag.
03	**Freigestellte Ausgabe**	Bilder mit transparentem Hintergrund plus Hintergrund als eigene Ebene. Kostet in der Produktion fast nichts und erspart zwei Jahre lang Rückfragen bei jedem neuen Format.
04	**Rechte für die ganze Kette**	Makler, Portale, Generalunternehmer, Presse. Am günstigsten im ersten Angebot, am teuersten im Nachtrag kurz vor dem Launch.



Maverick Frame Produktionsrendering.

SCHRITT 03

Das Planungsblatt

Eine Seite, die Sie mit Marketing, Vertrieb und Projektleitung gemeinsam ausfüllen. Danach ist die Anfrage an ein Studio eine Formsache.

```
PROJEKT _____________________  EINHEITEN ____  TYPEN ____

STUFE          ASSET                    ANZAHL   AUSLÖSER
Teaser         _________________________  ______  ____________
Registrierung  _________________________  ______  ____________
Launch         _________________________  ______  ____________
Vertrieb       _________________________  ______  ____________
Übergabe       _________________________  ______  ____________

AUSLÖSER = das Ereignis, nach dem die Stufe startet, nicht ein Datum

GEMEINSAME GRUNDLAGE
Modell gebaut für alle Stufen         j/n
Kameras benannt und gespeichert       j/n
Materialien getrennt angelegt         j/n
Freigestellte Ausgabe vereinbart      j/n
Rechte: Makler ___ Portale ___ Presse ___ GU ___
Modell nach Projektende bei _____________________
```

Warum in der Spalte ein Auslöser steht und kein Datum

Weil Termine in Bauprojekten rutschen und Kalender dann falsch sind statt hilfreich. Ein Auslöser — Baugenehmigung erteilt, Musterwohnung fertig, erste Abnahme — rutscht mit und bleibt richtig. Ihr Studio kann damit besser planen als mit einem Datum, das dreimal verschoben wird.

Die Stufe, die fast immer fehlt

Die Übergabe. Wenn das Gebäude steht, wird fotografiert, und niemand denkt daran, aus denselben gespeicherten Kamerastandpunkten die Gegenüberstellung zu bauen. Das ist das überzeugendste Material, das ein Entwickler besitzen kann, und es entsteht nur, wenn die Kameras Jahre vorher benannt wurden.

ZUSAMMENARBEIT MIT EINEM STUDIO

Kosten, und wie Sie richtig briefen

Die beiden Fragen, die uns vor allen anderen gestellt werden. Beide Antworten sind kurz.

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

Marktübliche Spannen, die wir zu veröffentlichen bereit sind, in US-Dollar. Bearbeitungszeiten und die Zahl der Korrekturrunden stehen bewusst nicht in dieser Tabelle: unsere schwanken je nach Projektart zu stark, um sie als Richtwert anzugeben, und eine erfundene Zahl wäre hier schlechter als gar keine.

Wie Sie briefen — kürzer ist besser

Das ist das Gegenteil dessen, was die meisten annehmen. Vier Dinge:

- Was Sie brauchen — **wie viele Bilder, wovon**
- Die Pläne und Ansichten, so wie sie sind
- Ein paar Referenzbilder für Stimmung und Licht
- Ein klarer Satz dazu, *wofür* die Bilder sind

Einen kleinen Auftrag zu einem fünfzigseitigen Leistungsverzeichnis aufzublasen geht nach hinten los: wörtlich genommen wird das Ergebnis hässlich, und es führt die Ausführenden in die Irre. Nennen Sie die Absicht und überlassen Sie das Detail dem Team, das das täglich macht.

Der Fehler, der am meisten kostet

Der häufigste Fehler ist nicht die falsche Studiowahl. Es ist der **Zeitpunkt**. Gesucht wird erst, wenn der erste Dienstleister bereits gescheitert ist und der Termin brennt — und dann wird unter Druck entschieden.

Prüfen und binden Sie Visualisierungspartner, **bevor** Sie einen brauchen. Einen, besser mehrere, gebrieft und arbeitsbereit. Das kostet einen Nachmittag und rettet später ein Projekt.

10+
JAHRE RENDERING UND VISUELLES ERZÄHLEN

350+
MARKEN UND AGENTUREN WELTWEIT BETREUT

95%
KUNDENZUFRIEDENHEITS-QUOTE

40%+
UNSERER AUFTRÄGE ENTHALTEN HEUTE BEWEGUNG ODER 360

MAVERICK
FRAME
STUDIO

Wenn das Bild standhalten muss, sprechen Sie mit uns

Wir sind ein CGI-Studio: Architektur- und Produktvisualisierung, 3D-Modellierung, Animation, 360-Touren und VR. Zehn Jahre, über 350 Marken und Agenturen, und die Art von Arbeit, die auch dann stimmt, wenn jemand die Fenster nachzählt.

Schicken Sie uns die Pläne und einen Satz dazu, wofür die Bilder sind. Sie bekommen Leistungsumfang und Preis, ohne Verpflichtung, beides zu nutzen.

HIER STARTEN

maverickframe.com/contacts

ARBEITEN ANSEHEN

maverickframe.com/gallery

VERFASST VON

Dim Kuzmenko
Mitgründer



Maverick Frame Produktionsrendering. · Die Spannen sind Marktwerte für 2026 und stellen kein Angebot dar.