

PRAXISLEITFADEN / AUSGABE 2026

Acht Entscheidungen, bevor es ein Briefing gibt

Zweck, Freigabe, Standbild oder Bewegung, echter Kontext, was exakt stimmen muss, Ausgabeformate, Rechte, Modelleigentum: geklärt, bevor Sie den ersten Anbieter anschreiben.

Dim Kuzmenko
Mitgründer, Maverick Frame Studio

maverickframe.com

AUSGANGSPUNKT

Das Briefing ist nicht der erste Schritt

Die meisten Projekte beginnen mit einer Anfrage und enden mit der Erkenntnis, dass die eigentlichen Entscheidungen nie getroffen wurden, sondern unterwegs von jemandem übernommen wurden, der sie nicht treffen sollte. Diese acht Punkte gehören vor das Briefing. Sie kosten einen Nachmittag, und sie sind der Unterschied zwischen einem Angebot und einer Verhandlung.

> *Der häufigste Fehler, den wir sehen, ist nicht die falsche Studiowahl. Es ist der Zeitpunkt. Gesucht wird erst, wenn der erste Anbieter schon gescheitert ist und der Termin brennt.*
>
> DIM KUZMENKO, MITGRÜNDER, MAVERICK FRAME STUDIO

Diese acht Antworten sind auch der Grund, warum das funktioniert: Wer sie einmal aufgeschrieben hat, kann innerhalb einer Stunde anfragen, statt zwei Wochen lang intern zu klären, was eigentlich gewollt ist.

Was ohne diese Klärung passiert

- Das Bild ist schön und beantwortet die falsche Frage
- Die Freigabe zieht sich, weil niemand sie erteilen darf
- Die Auflösung reicht nicht für den Bauzaun
- Die Rechte decken den Vertriebspartner nicht ab
- Ein Jahr später beginnt alles wieder bei null

Was danach möglich ist

- Eine Anfrage, die in jedem Studio gleich verstanden wird
- Angebote, die sich Zeile für Zeile vergleichen lassen
- Eine Person, die freigibt, und ein Weg dorthin
- Dateien, die in drei Kanälen funktionieren
- Ein Modell, das den zweiten Auftrag billig macht



Maverick Frame Produktionsrendering.

ENTSCHEIDUNGEN 01 – 04

Zweck, Freigabe, Form und Kontext

01 Wofür sind die Bilder, in einem Satz

Nicht „für das Marketing“. Sondern: Wer sieht das Bild, in welcher Situation, und was soll diese Person danach tun. Ein Bild für den Bauausschuss und ein Bild für Instagram sind verschiedene Aufträge, auch wenn dasselbe Gebäude darauf steht. Alles Weitere in dieser Liste folgt aus diesem einen Satz.

02 Wer gibt frei, und wer darf nur kommentieren

Schreiben Sie die Namen auf. Eine Person entscheidet, alle anderen liefern Anmerkungen, und die Anmerkungen werden vor dem Versand zu einer Liste zusammengeführt. Widersprüchliche Kommentare aus vier Richtungen sind der teuerste und häufigste Grund, warum Projekte aus dem Zeitplan laufen. Klären Sie das vor der Anfrage, nicht nach der ersten Runde.

03 Standbild oder Bewegung, und ehrlich warum

Bewegung zeigt Zusammenhang, Weg und Maßstab. Ein Standbild zeigt ein Motiv und bleibt jahrelang verwendbar, in jedem Kanal, ohne Abspielumgebung. Wenn Sie Bewegung wollen, weil Wettbewerber Bewegung haben, ist das ein Grund, aber kein Briefing. Der bessere Grund: Ihre Interessenten verstehen die Anordnung nicht.

04 Wie viel echter Kontext

Vom freigestellten Objekt über die angedeutete Nachbarschaft bis zur vollständig modellierten Straße. Das ist die Entscheidung mit dem größten Preiseinfluss im Außenbild — und in innerstädtischen Lagen zugleich die, die Glaubwürdigkeit erzeugt. Ein Neubau ohne Umgebung sieht immer nach Prospekt aus.

Diese vier gehören zusammen. Wenn Sie den ersten Punkt sauber beantworten, beantworten sich der dritte und der vierte fast von selbst.

ENTSCHEIDUNGEN 05 – 08

Genauigkeit, Formate, Rechte, Eigentum

05 Was muss exakt stimmen, und was darf interpretiert werden

Listen Sie auf, was nachprüfbar richtig sein muss: Geschosshöhen, Fensterteilungen, Fassadenraster, Achsmaße, Farbtöne nach Systemnummer. Und sagen Sie ausdrücklich, was frei gestaltet werden darf: Bepflanzung, Himmel, Möblierung, Menschen. Wo diese Grenze nicht gezogen ist, zieht sie jemand anderes.

06 Welche Ausgabegrößen und Seitenverhältnisse

Website, Exposé im Druck, Anzeige, Messewand, Bauzaun, Hochformat für Social. Jedes Format ist eine eigene Bildkomposition, wenn es gut sein soll, und ein Beschnitt, wenn es nachträglich verlangt wird. Fragen Sie die aktuellen Maße bei der jeweiligen Plattform oder Druckerei ab und geben Sie sie weiter, statt sie aus einer älteren Liste zu übernehmen.

07 Welche Rechte Sie brauchen, und wer sie mitnutzt

Zweck, Gebiet, Dauer, und vor allem: Dürfen Makler, Vertriebspartner, Generalunternehmer und Presse die Bilder verwenden. Das ist die Frage, die am spätesten gestellt und am teuersten nachverhandelt wird. Regeln Sie sie im Angebot, nicht im Nachtrag.

08 Wem gehört das Modell danach

Die Bilder sind das Ergebnis, das Modell ist der Vermögenswert. Entweder Sie erhalten es, oder das Studio verwahrt es mit schriftlich zugesichertem Zugriff und einem vereinbarten Satz für spätere Arbeit daraus. Beides ist vertretbar. Nicht vertretbar ist, es erst dann herauszufinden, wenn Sie in achtzehn Monaten eine neue Ansicht brauchen.

Eine neunte, die sich in Deutschland lohnt

Vereinbaren Sie eine Freigabestufe am texturlosen Modell, bevor Material und Licht dazukommen. Wenn am Ende ein Architekt oder ein planungserfahrener Entwickler das Bild gegen den Plansatz hält, fällt dort auf, was auffallen muss: Proportion, Achsen, Öffnungen, Höhen. Dazu eine kurze Liste der Annahmen, die das Studio dort treffen musste, wo der Plan offen war. Das wirkt umständlich, bis es die erste späte Korrekturschleife verhindert.

SCHRITT 03

Das Entscheidungsblatt

Ausfüllen, ausdrucken, der Anfrage beilegen. Mehr Briefing braucht ein normales Projekt nicht.

01 ZWECK IN EINEM SATZ — WER SIEHT ES, WO, UND WAS SOLL DANACH GESCHEHEN

02 FREIGABE DURCH (EINE PERSON) / KOMMENTIEREN DÜRFEN

03 STANDBILD / BEWEGUNG / BEIDES — UND WARUM

04 KONTEXTUMFANG: FREIGESTELLT / ANGEDEUTET / VOLLSTÄNDIG

05 MUSS EXAKT STIMMEN

05B DARF FREI INTERPRETIERT WERDEN

06 AUSGABEGRÖSSEN UND SEITENVERHÄLTNISSE

07 RECHTE: ZWECK, GEBIET, DAUER, MITNUTZENDE PARTNER

08 MODELL: ÜBERGABE AN UNS / VERWAHRUNG MIT ZUGRIFF

Kurz halten

Dieses Blatt, die Pläne wie sie sind, ein paar Referenzbilder für Stimmung und Licht, und ein Satz zum Zweck. Einen kleinen Auftrag zu einem fünfzigseitigen Leistungsverzeichnis aufzublasen geht nach hinten los: wörtlich genommen wird das Ergebnis steif, und es führt die Ausführenden in die Irre.

Was Sie damit gewonnen haben

Drei Anbieter, die dieselbe Aufgabe kalkulieren. Eine Freigabekette, die an einem Namen hängt. Und die Möglichkeit, Studios jetzt zu prüfen, bevor ein Termin brennt — was nach aller Erfahrung der eigentliche Unterschied zwischen einem ruhigen und einem teuren Projekt ist.

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.