



PRAXISLEITFADEN / AUSGABE 2026

Wir haben Ihr ChatGPT-Briefing durchgerechnet. Ergebnis: **\$67.467.**

Zehn Anforderungen, die niemand braucht, Zeile für Zeile zu Marktpreisen bepreist, und die Version auf einer Seite, mit der dasselbe Gebäude für \$3.400 visualisiert wird.

HIER BEGINNEN

Es ist nicht Ihr Briefing. Es ist das des Modells.

Fast jede Anfrage, die uns heute erreicht, kommt mit einem Lastenheft, das ein Sprachmodell geschrieben hat. Diese Texte sind lang, selbstsicher und gut gegliedert, und sie nennen ein Budget, das nicht einmal ein Zehntel dessen deckt, was sie verlangen. Der Kunde ist nicht unvernünftig. Er hat um ein gründliches Briefing gebeten und genau das bekommen.

Ein Sprachmodell optimiert auf Vollständigkeit, denn Vollständigkeit liest sich wie eine gute Antwort. Es weiß nicht, dass vier dieser Zeilen den Großteil der Kosten tragen, und es musste nie eine davon anbieten. Also schreibt es alles auf, was ein Visualisierungsprojekt theoretisch enthalten kann, und heraus kommt ein Dokument, das vollständig, in sich schlüssig und unbezahlbar ist.

	WORAUF DAS MODELL OPTIMIERT	WAS IHREN PREIS WIRKLICH BESTIMMT
01	Jede Möglichkeit abdecken	Vier oder fünf Entscheidungen. Der Rest ist Rundung.
02	Konkret klingen	Die Produkte nennen, die wirklich modelliert werden müssen, und zugeben, welche aus einer Bibliothek kommen dürfen.
03	Jedes Lieferformat auflisten	Welche Formate Sie tatsächlich veröffentlichen. Panoramen und VR sind eigene Produkte, keine kostenlosen Exporte.
04	Sie mit starken Formulierungen absichern	„Unbegrenzte Korrekturen“ und „unbefristete weltweite Rechte“ sind die zwei teuersten Sätze im Dokument.

Das Briefing beschreibt das Projekt nicht. Es entscheidet es.

Schicken Sie dasselbe Lastenheft an vier Studios, und Sie bekommen vier verschiedene Angebote, alle ehrlich. Sie bepreisen nicht Ihr Gebäude. Sie bepreisen das Dokument, und das Dokument verlangt elf Dinge, die Sie nie veröffentlichen werden.



Maverick Frame Produktionsrendering.

DIE RECHNUNG

Was es kostet, wenn wir es wörtlich nehmen

Unten steht ein Komposit aus den Lastenheften, die wir dieses Jahr erhalten haben, bepreist zu mittleren Studiosätzen. Nichts ist aufgebläht und nichts erfunden: Jede Zeile stand in einem Briefing, das uns jemand mit einem fünfstelligen Budget geschickt hat.

	POSITION	BASIS	ZU STUDIOSÄTZEN
01	Zwölf Außenansichten bei Tag	12 x \$425	\$5.100
02	Dieselben zwölf Ansichten in der Dämmerung und bei Nacht	24 x \$425	\$10.200
03	Vier Jahreszeitenvarianten der Hauptansicht	3 x \$425	\$1.275
04	Sechs Luft- und Lageplanansichten	6 x \$550	\$3.300
05	Acht Innenansichten „für den Kontext“	8 x \$500	\$4.000
06	Ein animierter Überflug über 60 Sekunden	1 min	\$5.500
07	Sechs 360-Grad-Panoramen	6 x \$600	\$3.600
08	Ein VR-fähiger interaktiver Rundgang	Aufbau	\$6.000
09	Jedes genannte Produkt nach Herstellerzeichnung modelliert	keine Bibliothek	\$7.500
10	Vermessene Nachbarbebauung und echte Bepflanzung	Kontext	\$3.500
	Zwischensumme		\$49.975
	„Unbegrenzte Korrekturen bis zur vollen Zufriedenheit“		+ \$12.494
	Unbefristete weltweite Rechte, Partner inklusive		+ \$4.998
	Was das Briefing verlangt		\$67.467
	Was dasselbe Gebäude braucht		\$3.400

\$67.467 sind ein gebrauchtes einmotoriges Flugzeug.

Das ist der ehrliche Preis des Dokuments, keine Schreckzahl. Die Differenz ist kein Verhandlungsspielraum und kein Rabatt, der nur erfragt werden muss. Es sind zehn Leistungen, die nie gebraucht wurden, in einem Briefing, das niemand redigiert hat.

ZEILE FÜR ZEILE

Die neun Zeilen, die das Geld tragen

Streichen oder formulieren Sie diese neun neu, und die Summe sinkt um rund neunzig Prozent, ohne dass ein einziges Bild fehlt, das Sie veröffentlicht hätten.

IM BRIEFING	WAS SIE STATTDESSEN SCHREIBEN
01 Tag, Dämmerung und Nacht für jede Ansicht	Eine Lichtstimmung pro Ansicht und zwei Dämmerungsbilder für die Hauptansicht. Eine Szene neu zu beleuchten ist ein neues Bild zum vollen Satz, kein Schalter.
02 Vier Jahreszeiten	Wählen Sie die Jahreszeit, in der Sie verkaufen. Jahreszeitenvarianten sind ein zweiter Auftrag, am besten bestellt, wenn sich der erste Satz bewährt hat.
03 Innenansichten „für den Kontext“	Sagen Sie, ob Sie den Innenraum verkaufen. Wenn nicht, streichen Sie sie ganz; sie sind eine eigene Disziplin mit eigenem Preis.
04 Panoramen, VR und Animation neben den Standbildern	Nennen Sie das eine bewegte Format, das Sie wirklich veröffentlichen, und wo es läuft. Jedes ist ein eigenes Produkt mit eigenen Anforderungen an das Modell.
05 Jedes Produkt exakt modelliert	Listen Sie die Objekte auf, die ein Käufer beim Namen erkennen würde. Alles andere kann Bibliotheksausstattung sein, und niemand wird es je merken.
06 Vermessener Kontext und echte Bepflanzung	Sagen Sie, ob die Nachbarn für den Verkauf zählen. Echter vermessener Kontext kostet ein Vielfaches einer generischen Umgebung.
07 „Unbegrenzte Korrekturen bis zur vollen Zufriedenheit“	Verlangen Sie eine feste Zahl von Runden und definieren Sie, was eine Runde ist: eine zusammengeführte Liste von Anmerkungen, nicht jede Anmerkung einzeln.
08 Unbefristete weltweite Rechte, Partner inklusive	Nennen Sie, wo und wie lange Sie veröffentlichen. Den Rest kaufen Sie später, falls ein Partner je danach fragt.
09 Eine Budgetzahl ohne Leistungsumfang	Nennen Sie das Budget und lassen Sie das Studio sagen, was hineinpasst. Dieser eine Satz ersetzt den Großteil des Dokuments.

DIE EINE SEITE

Was Marken uns wirklich schicken

Die Kunden, deren Logos auf unseren Leistungsseiten stehen, schicken keine Lastenhefte. Sie schicken etwas sehr Ähnliches wie das hier, meist direkt im Text einer E-Mail, und das reicht für ein Angebot und den Start der Arbeit.

01	Das Gebäude	Eine Zeile, dazu Pläne oder ein Modell, falls vorhanden. Sagen Sie, was verbindlich ist.
02	Wofür es ist	Vertrieb, Bauantrag, Investorenpräsentation, Wettbewerb. Das entscheidet die Blickwinkel.
03	Wie viele Bilder	Eine Zahl. Wenn Sie unsicher sind, sagen Sie, was Sie wo veröffentlichen.
04	Welche Ansichten zählen	Markieren Sie sie im Plan. Zwei Minuten hier sparen eine Korrekturrunde.
05	Tageszeit	Eine pro Ansicht. Nennen Sie das Hauptbild, falls es eines gibt.
06	Was exakt sein muss	Die Produkte, Oberflächen oder Ausstattungen, die ein Käufer beim Namen erkennen würde.
07	Kontext	Ob die Nachbarbebauung und echte Bepflanzung zählen oder eine generische Umgebung genügt.
08	Wo es veröffentlicht wird	Druck, Web, Bauzaun, Immobilienportal. Das legt Auflösung und Rechte fest.
09	Wann Sie es brauchen	Der echte Termin, nicht der bequeme.
10	Das Budget	Eine Zahl oder eine Spanne. Das ist keine Schwäche, sondern der schnellste Weg zum passenden Umfang.

Schicken Sie es unfertig

Ein Briefing mit drei beantworteten Punkten schlägt ein vollständiges aus einem Sprachmodell. Die fehlenden Antworten kommen als vier Fragen zurück, und diese vier Fragen sind das Gespräch, das den Preis entscheidet.

Heben Sie das Modell für die Antwort auf

Sprachmodelle sind gut darin, ein Angebot zu lesen und Ihnen zu sagen, was darin fehlt. Das ist die Hälfte der Arbeit, die es wert ist, sie ihnen zu überlassen.

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/
Architekturvisualisierung	maverickframe.com/de/leistungen/architekturvisualisierung/
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.