



PRAXISLEITFADEN / AUSGABE 2026

12 Bilder bestellt. Vier veröffentlicht. **\$3.700** ungenutzt.

Ein typischer Auftrag für Architekturvisualisierung, Ansicht für Ansicht kalkuliert, die acht Bilder, die den Ordner nie verlassen haben, und wie Sie den nächsten Auftrag an dem ausrichten, was Sie wirklich veröffentlichen.

HIER BEGINNEN

Zuerst kommt die Zahl. Der Einsatz kommt später.

Die meisten Anfragen für Architekturvisualisierung beginnen mit einer Zahl: zwölf Ansichten, fünfzehn, zwanzig. Absichtlich falsch ist diese Zahl selten. Sie stammt aus dem letzten Projekt, aus der Broschüre eines Wettbewerbers oder aus dem Gefühl, dass mehr Bilder weniger Risiko bedeuten. Wo jedes Bild tatsächlich erscheint, wird später entschieden, meist erst nach der Rechnung.

Eine Bilderzahl ohne Verwendungsort ist eine Schätzung, und Studios kalkulieren Schätzungen ehrlich: Jede Ansicht wird modelliert, beleuchtet, gerendert und korrigiert, ob sie jemand veröffentlicht oder nicht. Die günstige Lösung ist, die Reihenfolge umzudrehen. Beginnen Sie bei den Orten, an denen das Gebäude erscheinen muss, etwa Bauantrag, Broschüre, Website oder Bauzaun, und lassen Sie die Zahl aus dieser Liste folgen.

WIE DIE ZAHL MEIST FESTGELEGT WIRD		WAS SIE FESTLEGEN SOLLTE	
01	Eine runde Zahl aus dem letzten Projekt	Die Liste der Orte, an denen die Bilder dieses Jahr erscheinen, aufgeschrieben vor dem Angebot.	
02	Eine Ansicht pro Fassade, der Vollständigkeit halber	Eine Ansicht pro Frage, die ein Käufer, Mieter oder Planer stellt. Fassaden beantworten die Fragen des Architekten, nicht ihre.	
03	Dämmerungs- und Nachtversionen „für alle Fälle“	Eine Lichtstimmung pro Ansicht, eine zweite nur für das Hauptmotiv.	
04	Ein zweites Luftbild für den Kontext	Ein Luftbild, wenn die Lage das Projekt verkauft. Das zweite ist die Ansicht, die am seltensten genutzt wird.	

Eine ungenutzte Ansicht kostet genauso viel wie eine veröffentlichte.

Ein Studio modelliert, beleuchtet, rendert und korrigiert die Innenhofansicht, die niemand veröffentlicht, so sorgfältig wie das Hauptmotiv. Die Ersparnis liegt nicht in einem niedrigeren Satz. Sie liegt in der Ansicht, die Sie nie bestellt haben.



Maverick Frame Produktionsrendering.

DIE RECHNUNG

Was zwölf Ansichten kosten, wenn vier genutzt werden

Unten steht ein Komposit aus einem typischen Auftrag für ein sechsgeschossiges Wohngebäude mit Läden im Erdgeschoss, kalkuliert zu Studiosätzen im mittleren Marktsegment. Jede Ansicht darauf ist ein vernünftiger Wunsch. Die zweite Spalte hält fest, was nach der Lieferung mit jeder einzelnen geschah.

	ANSICHT	NACH DER LIEFERUNG	ZU STUDIOSÄTZEN
01	Hauptmotiv von der Straßenecke, Tageslicht	veröffentlicht	\$550
02	Dasselbe Hauptmotiv in der Dämmerung	veröffentlicht	\$550
03	Luftbild im Kontext	veröffentlicht	\$600
04	Eingang und Ladenzone, Augenhöhe	veröffentlicht	\$450
05	Zweiter Straßenblick, gegenüberliegende Ecke	ungenutzt	\$450
06	Rückfassade	ungenutzt	\$400
07	Innenhof, Tageslicht	ungenutzt	\$450
08	Innenhof, Dämmerung	ungenutzt	\$450
09	Dachterrasse	ungenutzt	\$450
10	Zweites Luftbild, Masterplan-Perspektive	ungenutzt	\$600
11	Fassadendetail, Verkleidung und Balkone	ungenutzt	\$350
12	Nachtansicht des Hauptmotivs	ungenutzt	\$550
	Vier Ansichten, die veröffentlicht wurden		\$2.150
	Acht Ansichten, die den Ordner nie verließen		\$3.700
	Kosten pro veröffentlichtem Bild		\$1.463

Was der Auftrag gekostet hat **\$5.850**

Was die vier veröffentlichten Bilder gebraucht hätten **\$2.150**

\$3.700 sind der Preis eines zweiten Auftrags.

Die acht ungenutzten Ansichten waren nicht schlecht gemacht. Sie wurden bestellt, bevor jemand entschieden hatte, wo das Gebäude zu sehen sein würde. Mit demselben Geld wäre ein Großteil einer 30-Sekunden-Animation des Hauptmotivs bezahlt gewesen, oder das komplette Set für die nächste Phase.

DEN AUFTRAG BEMESSEN

Zählen Sie die Orte, nicht die Bilder

Schreiben Sie diese Liste, bevor Sie ein Angebot anfragen. Jede Zeile nennt einen Ort, an dem das Gebäude erscheinen kann, und das kleinste Set, das ihn bedient. Haken Sie die Zeilen ab, die auf Sie zutreffen, und zählen Sie zusammen: In den Überschneidungen liegt die Ersparnis.

	DER ORT	WAS ER TATSÄCHLICH BRAUCHT
01	Bauantrag	Ansichten aus den Standpunkten, die die Behörde verlangt, meist eine Handvoll. Fragen Sie Ihren Planer nach den Standpunkten, bevor Sie etwas bestellen.
02	Verkaufs- oder Vermietungsbroschüre	Das Hauptmotiv, das Hauptmotiv in der Dämmerung und eine Ansicht von Straße oder Eingang. Eine Doppelseite der Broschüre fasst drei Bilder bequem.
03	Website und Immobilienportale	Das Hauptmotiv, beschnitten als breites Banner und als Quadrat. Fragen Sie nach Ausschnitten eines Renderings, nicht nach neuen Ansichten.
04	Bauzaun und Bauschilder	Das Hauptmotiv in hoher Druckauflösung. Nennen Sie die Größe früh; sie bestimmt die Rendrauflösung, nicht die Zahl der Ansichten.
05	Präsentation für Investoren oder Finanzierung	Das Luftbild, wenn die Lage das Argument ist, das Hauptmotiv, wenn es das Gebäude ist. Präsentationen nutzen die Bilder der Broschüre.
06	Launch- und Social-Media-Kampagne	Eine kurze Kamerafahrt über das Hauptmotiv statt neuer Standbilder. Mehr als 40% unserer Aufträge enthalten inzwischen Bewegtbild oder 360.
07	Wettbewerbsbeitrag	Zwei oder drei atmosphärische Ansichten, ausgewählt nach den Kriterien der Auslobung. Später im Verkauf helfen sie selten, also kalkulieren Sie sie als eigenes Set.
08	Die nächste Phase	Lassen Sie Innenhof, Dachterrasse und Innenräume warten, bis es damit etwas zu verkaufen gibt. Das Modell steht bereits, also sind weitere Ansichten später schnell gemacht.
09	Nichts auf dieser Liste	Hat eine Ansicht keine Zeile, hat sie keinen Ort, an dem sie erscheint. Lassen Sie sie aus dem Angebot heraus.

Bestellen Sie zuerst das Hauptmotiv

Beauftragen Sie das Hauptmotiv allein, geben Sie es frei und bestellen Sie dann den Rest. Materialien, Kontext und Licht sind dann an einem Bild geklärt, und jede weitere Ansicht ist schneller abgestimmt.

DIE EINE SEITE

Was Marken uns tatsächlich schicken

Die Kunden, deren Logos auf unseren Leistungsseiten stehen, schicken keine Ansichtszahl mit Spezifikation. Sie schicken etwas in dieser Art, meist direkt im Text einer E-Mail, und das reicht für ein Angebot und den Start.

01	Das Gebäude	Eine Zeile, dazu Pläne oder ein Modell, falls vorhanden. Sagen Sie, welcher Planstand aktuell ist.
02	Der Projektstand	Genehmigung, Vorvermarktung, Launch oder Fertigstellung. Davon hängt ab, welche Bilder es schon geben kann.
03	Wo die Bilder erscheinen	Die Liste von der vorherigen Seite, mit den Zeilen, die Sie abgehakt haben.
04	Wie viele, und das Hauptmotiv	Eine Zahl, dazu die eine Ansicht, die am meisten zählt.
05	Welche Ansichten	Im Lageplan markiert. Zwei Minuten hier sparen eine Korrekturrunde.
06	Tageszeit	Eine pro Ansicht. Dämmerung für das Hauptmotiv, wenn es auf den Bauzaun kommt.
07	Was exakt sein muss	Verkleidung, Verglasung, Geländer und alle namentlich genannten Produkte.
08	Umgebung	Ob die echten Nachbargebäude und die Straße wichtig sind oder eine allgemeine Umgebung genügt.
09	Der Termin	Der echte, an die Projektphase gebunden, nicht der bequeme.
10	Das Budget	Ein Betrag oder ein Rahmen. Das ist der schnellste Weg zu einer passenden Zahl.

Schicken Sie die Liste, nicht die Zahl

Wenn Sie nicht sagen können, wie viele Ansichten Sie brauchen, schicken Sie die Orte, an denen das Gebäude erscheinen wird. Wir antworten mit einer Zahl und einem Preis, und die Zahl ist oft kleiner als die, die Sie im Kopf hatten.

Weniger Ansichten, mehr Sorgfalt

Vier gezielt bestellte Ansichten bekommen pro Bild mehr Aufmerksamkeit als zwölf, die zur Sicherheit bestellt wurden. Das Budget, das Sie zurückhalten, ist beim Hauptmotiv oder in der nächsten Phase besser angelegt.

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/loesungen/ladengestaltung/
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.