



PRAXISLEITFADEN / AUSGABE 2026

# Sechs Bilder verkaufen ein Haus vor Baubeginn. **Neun** sieht keiner an.

Die Bestellung über fünfzehn Bilder, die ein Bauträger meist aufgibt, Zeile für Zeile bepreist, und die sechs Bilder, die den Verkauf tragen, bevor das Fundament gegossen ist.

HIER BEGINNEN

# Niemand kann es besichtigen. Sechs Bilder übernehmen das.

Ein Haus, das vor Baubeginn verkauft wird, ist verkauft, bevor jemand darin stehen kann. Die Bilder übernehmen also die Aufgabe einer Besichtigung. Eine Besichtigung folgt einem Weg: die Straße, die Haustür, die Küche, der Garten, das Elternschlafzimmer. Die Bilder, die verkaufen, liegen auf diesem Weg. Alles andere ist Dokumentation.

Bauträger bestellen oft nach dem Plansatz: eine Ansicht pro Fassade, eine pro Raum. Das fühlt sich gründlich an und sieht in den Genehmigungsunterlagen gut aus. Aber ein Immobilienportal zeigt das erste Bild groß und den Rest als Galerie, und eine Broschüre doppelte Seite fasst drei. Die Bestellung wächst, und die zusätzlichen Bilder warten in einem Ordner.

NACH DEN PLÄNEN BESTELLT

NACH DER BESICHTIGUNG BESTELLT

|    |                                             |                                                                                                               |
|----|---------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 01 | Eine Ansicht pro Fassade                    | Die Straßenseite und der Garten. Eine Seitenansicht verkauft nichts.                                          |
| 02 | Jedes Schlafzimmer                          | Das Elternschlafzimmer. Die anderen sind derselbe Raum mit einem anderen Bett.                                |
| 03 | Hauswirtschaftsraum, Flur und Arbeitszimmer | Nichts. Ein Grundriss zeigt, dass es sie gibt, und ein Grundriss kostet einen Bruchteil einer Visualisierung. |
| 04 | Ein Luftbild „der Vollständigkeit halber“   | Ein Luftbild nur, wenn Grundstück oder Nachbarschaft das Verkaufsargument sind.                               |

## Über das Inserat entscheidet das erste Bild.

Im Portal ist das Titelbild das einzige, das in voller Größe erscheint, bevor ein Käufer klickt. Es verdient das Budget, eine Dämmerungsversion und die größte Sorgfalt. Ein drittes Schlafzimmer nicht.



Maverick Frame Produktionsrendering.

DIE RECHNUNG

# Fünfzehn Bilder bestellt. Sechs haben verkauft.

Unten steht ein Komposit einer typischen Bestellung für ein freistehendes Haus mit vier Schlafzimmern, verkauft vor Baubeginn, bepreist zu mittleren Studiosätzen. Jedes Bild darauf ist ein vernünftiger Wunsch. Die zweite Spalte hält fest, ob es ins Inserat und in die Broschüre kam.

| BILD                                          | IM INSERAT | ZU STUDIOSÄTZEN |
|-----------------------------------------------|------------|-----------------|
| 01    Straßenseite bei Tag                    | verkauft   | \$500           |
| 02    Straßenseite in der Dämmerung, Licht an | verkauft   | \$500           |
| 03    Garten und Terrasse                     | verkauft   | \$450           |
| 04    Offene Küche mit Wohnbereich            | verkauft   | \$550           |
| 05    Elternschlafzimmer                      | verkauft   | \$450           |
| 06    Hauptbad                                | verkauft   | \$450           |
| 07    Seitenansicht                           | ungenutzt  | \$400           |
| 08    Zweiter Blick von der Straße            | ungenutzt  | \$450           |
| 09    Zufahrt und Garage                      | ungenutzt  | \$400           |
| 10    Eingangsflur                            | ungenutzt  | \$400           |
| 11    Zweites Schlafzimmer                    | ungenutzt  | \$400           |
| 12    Drittes Schlafzimmer                    | ungenutzt  | \$400           |
| 13    Hauswirtschaftsraum                     | ungenutzt  | \$350           |
| 14    Arbeitszimmer                           | ungenutzt  | \$400           |
| 15    Luftbild des Grundstücks                | ungenutzt  | \$600           |
| Sechs Bilder, die verkauft haben              |            | \$2.900         |
| Neun Bilder, die niemand angesehen hat        |            | \$3.800         |
| Was die fünfzehn kosteten                     |            | \$6.700         |
| Was die sechs kosteten                        |            | \$2.900         |

\$3.800 sind der nächste Haustyp, schon visualisiert.

Die neun ungenutzten Bilder wurden mit derselben Sorgfalt gemacht wie die sechs. Für die sechs eines zweiten Haustyps ausgegeben oder für einen kurzen Film über Küche und Garten, arbeitet dasselbe Geld für den Verkauf statt fürs Archiv.

ZEILE FÜR ZEILE

# Die sechs, die verkaufen, und wie Sie sie briefen

Briefen Sie diese sechs sorgfältig, und der Rest des Satzes wird optional. Die letzten drei Zeilen sagen, was Sie mit dem frei gewordenen Budget tun.

| DAS BILD                                | WAS INS BRIEFING GEHÖRT                                                                                                                                                                 |
|-----------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 01 <b>Straßenseite bei Tag</b>          | Kamera auf Augenhöhe eines Menschen auf dem Gehweg, keine Drohne. Nennen Sie Klinker, Fassadenverkleidung und Dachziegel; genau das vergleicht ein Käufer mit dem Musterhaus.           |
| 02 <b>Straßenseite in der Dämmerung</b> | Dieselbe Kamera, innen Licht an. Oft das stärkste Titelbild im Portal, also verlangen Sie einen breiten und einen quadratischen Ausschnitt aus demselben Rendering.                     |
| 03 <b>Garten und Terrasse</b>           | Zeigen Sie den Garten so, wie er übergeben wird, und sagen Sie dann, ob eingewachsene Bepflanzung gewünscht ist. Ein Garten, den der Käufer nicht bekommt, wird später zur Reklamation. |
| 04 <b>Küche und Wohnbereich</b>         | Der Raum, den Menschen kaufen. Legen Sie Arbeitsplatte, Frontoberfläche und Boden vor der Modellierung fest; diese Ansicht ändert sich in Korrekturen am meisten.                       |
| 05 <b>Elternschlafzimmer</b>            | Das Fenster, die Bettwand und der Ausblick. Sagen Sie, ob der Ausblick echt sein muss; das Nachbargrundstück ist vielleicht noch nicht bebaut.                                          |
| 06 <b>Hauptbad</b>                      | Fliese, Armatur und Licht. Es ist eine nahe Ansicht, spezifizierte Produkte sind also sichtbar: nennen Sie sie oder akzeptieren Sie Bibliotheksäquivalente.                             |
| 07 <b>Die neun anderen</b>              | Ersetzen Sie sie durch einen möblierten Grundriss. Er zeigt, wo Hauswirtschaftsraum und Arbeitszimmer liegen, für einen Bruchteil einer Visualisierung.                                 |
| 08 <b>Weitere Haustypen</b>             | Bei einem Neubauprojekt visualisieren Sie die sechs für jeden Haustyp statt fünfzehn für den ersten. Käufer vergleichen Typen, nicht Räume.                                             |
| 09 <b>Die Reihenfolge</b>               | Beauftragen Sie zuerst die Straßenseite, geben Sie sie frei, dann den Rest. Materialien und Licht werden an einem Bild geklärt, und die anderen folgen schneller.                       |

## DIE EINE SEITE

# Was Bauträger uns wirklich schicken

Die Kunden, deren Logos auf unseren Leistungsseiten stehen, schicken keine Bildliste Raum für Raum. 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 Haus            | Typ, Anzahl der Grundstücke und Pläne. Sagen Sie, welcher Plansatz aktuell ist.    |
| 02 | Wo es verkauft wird | Portal, Broschüre, Bauschild, Musterhaus. Das legt Ausschnitte und Auflösung fest. |
| 03 | Die sechs Ansichten | Oder Ihre Version davon, mit benanntem Titelbild.                                  |
| 04 | Außenmaterialien    | Klinker, Verkleidung, Dach und Fenster, als konkrete Produkte, wo Sie sie haben.   |
| 05 | Küche und Bad       | Die Oberflächen, oder „Bibliothek, ähnlich“, wo nichts feststeht.                  |
| 06 | Der Garten          | Wie übergeben oder mit eingewachsener Bepflanzung. Sagen Sie, welches.             |
| 07 | Kontext             | Ein Foto vom Grundstück, die echten Nachbarn oder eine generische Straße.          |
| 08 | Tageszeit           | Tageslicht für den Satz, Dämmerung für das Titelbild.                              |
| 09 | Der Vertriebsstart  | Der echte Termin, an dem das Inserat online geht.                                  |
| 10 | Das Budget          | Eine Zahl oder eine Spanne. Der schnellste Weg zum passenden Bildsatz.             |

## Sechs jetzt, mehr zum Vertriebsstart

Bestellen Sie die sechs vor dem Start und ergänzen Sie Bilder, sobald Sie wissen, welcher Haustyp sich am langsamsten verkauft. Das Modell ist dann schon gebaut, zusätzliche Ansichten kommen schnell dazu.

## Visualisieren Sie, was Sie übergeben

Käufer vergleichen das fertige Haus mit der Broschüre. Das Bild, das einen eingewachsenen Garten oder eine später eingesparte Oberfläche versprochen hat, bringen sie zur Übergabe mit.

## 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          |
|-------------------------------------|-----------------|-----------------|
| <b>Außenvisualisierung, einzeln</b> | \$100 - 300     | \$250 - 600     |
| <b>Innenvisualisierung, einzeln</b> | \$120 - 350     | \$300 - 700     |
| <b>Paket, 5 - 8 Ansichten</b>       | \$600 - 1.500   | \$1.500 - 4.000 |
| <b>Animation, pro Minute</b>        | \$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                                       |
|---------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------|
| <b>Erster Entwurf eines Standbilds</b>      | 3 bis 5 Arbeitstage ab vollständigem Briefing                     |
| <b>Fertige Standbilder, Paket mit 5 - 8</b> | 2 bis 3 Wochen, Entwürfe inbegriffen                              |
| <b>Animation bis zu einer Minute</b>        | 4 bis 6 Wochen, zuerst Storyboard und Vorschau                    |
| <b>Enthaltene Korrekturrunden</b>           | Zwei in der Entwurfsphase, eine am finalen Bild                   |
| <b>Was als Runde zählt</b>                  | Eine zusammengeführte Liste von Anmerkungen, auf einmal geschickt |
| <b>Eilauftrag</b>                           | 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.

|                                  |                                                                                                                                             |
|----------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Das Kontaktformular</b>       | <a href="https://maverickframe.com/contacts/">maverickframe.com/contacts/</a>                                                               |
| <b>Immobilien-Visualisierung</b> | <a href="https://maverickframe.com/de/leistungen/immobilien-visualisierung/">maverickframe.com/de/leistungen/immobilien-visualisierung/</a> |
| <b>Oder einfach</b>              | 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.