

Case Study

Augmented Reality Agenturen im Online- Marketing-Vergleich

**Eine Studie von DaniSchenker.com
08/2025**

Zusammenfassung

In diesem Bericht wird untersucht, wie erfolgreich fünf der führenden **Augmented-Reality-Agenturen (AR)** in **Europa** im digitalen Marketing sind: Dabei werden *The Spatial Studio* (Deutschland), *3D Creation* (Frankreich), *byAR* (Portugal), *VRMax* (Spanien) und *Netminds* (Italien) untersucht.

Das Ziel bestand darin, zu vergleichen, wie diese Agenturen in wichtigen Bereichen der Online-Sichtbarkeit abschneiden. Dazu gehören SEO, Social Media, Online-Reputation, Presseberichterstattung, Content-Strategie und Website-Performance. Mithilfe eines strukturierten Bewertungssystems wurden die Agenturen anhand öffentlich zugänglicher Daten analysiert und miteinander verglichen.

Wichtigste Ergebnisse

- **The Spatial Studio liegt insgesamt an der Spitze.** Dies ist auf eine starke SEO-Sichtbarkeit, ein robustes Backlink-Profil und eine konsistente Veröffentlichung von Inhalten zurückzuführen.
- **3D Creation schneidet technisch gut ab**, vor allem bei Backlinks und Autorität. Es mangelt jedoch an Präsenz in Presse und Medien.
- **byAR zeichnet sich durch Kreativität und Markenidentität aus**, obwohl die digitalen Grundlagen (SEO und Presseberichterstattung) schwächer sind.
- **VRMax zeigt Stärke bei der Sichtbarkeit in der Presse und der Medienberichterstattung** und gleicht damit die schwächere SEO-Leistung aus.
- **Netminds verfügt über viel digitale Expertise**, seine AR-spezifische Autorität ist im Vergleich zu spezialisierten Agenturen jedoch weniger ausgeprägt.

Einleitung

Die Augmented-Reality-Branche (AR) wächst in Europa rasant. Agenturen bieten spezielle Lösungen für Branchen wie den Einzelhandel, die Immobilienwirtschaft, die Automobilindustrie und die Fertigung an. Diese Unternehmen sind zwar technologisch sehr innovativ, ihr Erfolg hängt jedoch auch davon ab, wie effektiv sie sich online vermarkten. Dabei spielen die Sichtbarkeit in Suchmaschinen, die Präsenz in sozialen Medien, die Online-Reputation und die Berichterstattung in der Presse eine entscheidende Rolle bei der Gewinnung neuer Kunden und beim Aufbau von Vertrauen.

Ziel dieser Studie ist es, zu bewerten, wie fünf führende AR-Agenturen in Europa in diesen Bereichen des digitalen Marketings abschneiden. Durch die Analyse ihrer jeweiligen Stärken und Schwächen wollen wir ermitteln, welche Agentur den Maßstab für Online-Sichtbarkeit setzt und welche Lehren andere Unternehmen bei der Auswahl eines AR-Partners daraus ziehen können.

Warum digitale Sichtbarkeit für AR-Agenturen wichtig ist

Für AR-Agenturen ist digitale Sichtbarkeit mehr als nur Branding: Sie wirkt sich direkt auf die Lead-Generierung und die Glaubwürdigkeit aus. Kunden, die nach AR-Lösungen suchen, verlassen sich bei ihrer Entscheidung oft auf Suchergebnisse, Bewertungen und Presseberichte. Agenturen mit einer starken Online-Präsenz erhalten nicht nur mehr Anfragen, sondern positionieren sich auch als Vordenker in einem wettbewerbsintensiven Markt.

Methodik im Überblick

In diesem Bericht werden fünf europäische AR-Agenturen bewertet.

- The Spatial Studio (Deutschland)
- 3D Creation (Frankreich)
- byAR (Portugal)
- VRMax (Spanien)
- Netminds (Italien)

Die Bewertung basierte auf wichtigen Kennzahlen des digitalen Marketings, darunter:

- SEO-Leistung (Traffic, Keywords, Backlinks)
- Präsenz in sozialen Medien (Kanäle, Engagement, Wachstum)
- Online-Reputation (Bewertungen, Ratings, Kundenbranchen)
- Presse- und Medienberichterstattung
- Content-Marketing-Aktivitäten
- Website-Leistung und UX

Die Ergebnisse basieren auf öffentlich zugänglichen Daten, branchenüblichen Tools und qualitativen Beobachtungen.

Analysierte Agenturen

In dieser Studie werden fünf Augmented-Reality-Agenturen aus ganz Europa untersucht, von denen jede ihre eigenen Stärken und ihre eigene Marktpositionierung hat.

The Spatial Studio (Deutschland)

Das Unternehmen mit Sitz in Kiel und Hamburg ist auf industrielle AR-Lösungen und innovative Produktpräsentationen spezialisiert. Das Unternehmen ist bekannt für seinen Fokus auf B2B-Kunden und verbindet technisches Know-how mit einem starken Schwerpunkt auf digitaler Sichtbarkeit und Vordenkerrolle.

3D Creation (Frankreich)

3D Creation ist eine französische Agentur mit Erfahrung in 3D-Visualisierung und AR-Anwendungen. Sie bietet Dienstleistungen für Branchen wie Architektur, Immobilien und Einzelhandel an. Sie positioniert sich als technisch starker Partner mit Fokus auf immersiven Produkterlebnissen.

byAR (Portugal)

byAR bietet kreative AR- und VR-Storytelling-Erlebnisse, insbesondere für Branding- und Marketingkampagnen. Die Agentur legt Wert auf Design und Innovation und ist damit die erste Wahl für Kunden, die nach hochgradig ansprechenden, kreativen AR-Lösungen suchen.

VRMax (Spanien)

VRMax ist eine spanische Agentur, die sich auf virtuelle und erweiterte Realität für Schulungen, Marketing und Veranstaltungen spezialisiert hat. Durch Presseberichte und Partnerschaften hat sie Aufmerksamkeit erregt und sich als sichtbarer Akteur in der iberischen AR/VR-Szene positioniert.

Netminds (Italien)

Netminds kombiniert AR, VR und umfassendere digitale Marketingdienstleistungen und ist somit eine Generalistenagentur. Zwar deckt sie ein breites Spektrum an digitalen Lösungen ab, ihre AR-spezifische Kompetenz ist jedoch im Vergleich zu spezialisierteren Agenturen weniger ausgeprägt.

Bewertungsrahmen

Um einen fairen und strukturierten Vergleich zu ermöglichen, haben wir einen Bewertungsrahmen entwickelt, mit dem wir jede Agentur in mehreren Bereichen des digitalen Marketings prüfen. Jeder Bereich zeigt einen wichtigen Aspekt der Online-Sichtbarkeit und Glaubwürdigkeit von auf B2B fokussierten Augmented-Reality-Agenturen.

Bewertungsansatz

Skala: Jede Kennzahl wurde auf einer Skala von 1 bis 5 bewertet, wobei 1 für eine schwache und 5 für eine starke Leistung steht.

Datenquellen: Die Bewertungen basieren auf öffentlich zugänglichen Informationen, branchenüblichen Tools und qualitativen Beobachtungen. Zu den verwendeten Tools gehören SEMrush, Ahrefs, SimilarWeb, BuzzSumo, Social Blade und Google PageSpeed Insights.

Bewertete Kennzahlen

SEO-Leistung

- Sichtbarkeit des organischen Traffics
- Keyword-Rankings
- Backlink-Autorität

Präsenz in sozialen Medien

- Aktive Kanäle und Häufigkeit der Beiträge
- Engagement-Level (Likes, Shares, Kommentare)
- Follower-Basis und Wachstum

Online-Reputation

- Bewertungen auf Plattformen wie Clutch, Sortlist und Google
- Kundenreferenzen und -bewertungen
- Anerkennung in der Branche

Presse- und Medienberichterstattung

- Erwähnungen in der Branchen- und Fachpresse
- Medienpartnerschaften
- Sichtbarkeit als Vordenker

Content-Marketing und Vordenkerrolle

- Häufigkeit und Qualität von Blogbeiträgen
- Sichtbarkeit von Artikeln und Fallstudien
- Kennzahlen zum Teilen/zur Viralität von Inhalten

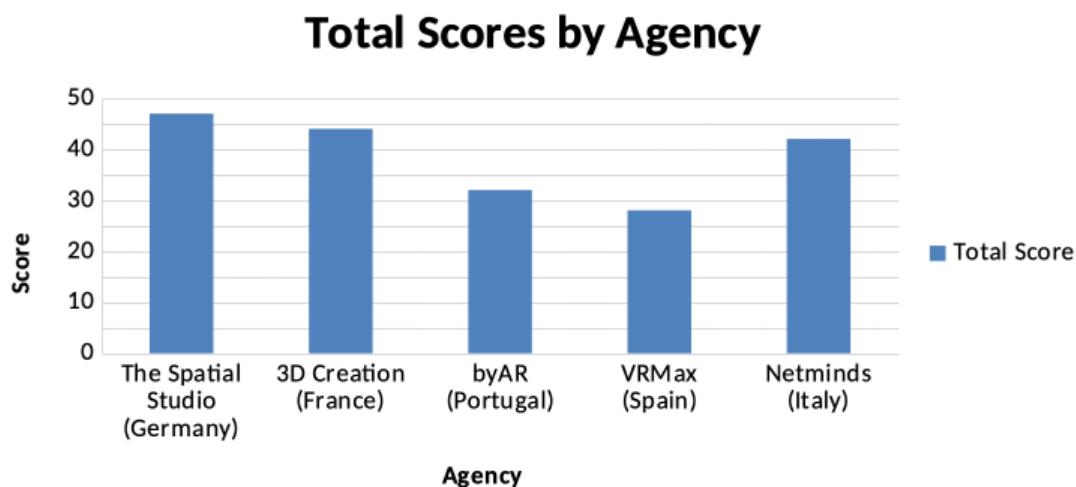
Website-Performance und UX

- Seitengeschwindigkeit (Desktop & Mobilgeräte)
- Reaktionsfähigkeit auf Mobilgeräten
- Benutzererfahrung und Übersichtlichkeit der Navigation

Ergebnisübersicht

Der Vergleich von fünf europäischen AR-Agenturen zeigt große Unterschiede in der Herangehensweise an das digitale Marketing. Obwohl alle Agenturen in ihren Projektportfolios innovativ sind, unterscheiden sie sich stark in Bezug auf ihre Online-Sichtbarkeit und ihre Marketingstrategien.

- 1. The Spatial Studio (Deutschland)**
- 2. 3D Creation (Frankreich)**
- 3. VRMax (Spanien)**
- 4. byAR (Portugal)**
- 5. Netminds (Italien)**



Wichtige Beobachtungen

- **The Spatial Studio liegt mit deutlichem Vorsprung an der Spitze**, vor allem dank starker SEO-Leistung und Backlinks.
- **3D Creation sichert sich den zweiten Platz mit guter technischer SEO-Leistung**, hinkt jedoch in puncto Sichtbarkeit in den Medien hinterher.
- **VRMax nutzt die Medienberichterstattung**, um seine schwächeren SEO-Grundlagen auszugleichen.
- **Der kreative Fokus von byAR ist offensichtlich**, wird jedoch durch schwächere digitale Grundlagen gebremst.
- **Netminds erzielt insgesamt die niedrigste Punktzahl**, was seinen breiteren digitalen Umfang, aber auch seine schwächere AR-spezifische Sichtbarkeit widerspiegelt.

SEO-Performance

Suchmaschinenoptimierung (SEO) ist der entscheidende Faktor für langfristige digitale Sichtbarkeit. Eine starke SEO-Präsenz sorgt bei AR-Agenturen für eine konsistente Lead-Generierung, positioniert sie als Vordenker und hebt sie in einem wettbewerbsintensiven Markt von der Konkurrenz ab.

Organischer Traffic

Die Analyse des geschätzten organischen Traffics zeigt, dass The Spatial Studio klar die Nase vorn hat und bei relevanten Keywords eine konstante Sichtbarkeit aufweist. Diese Agentur profitiert von regelmäßigen Blog-Veröffentlichungen und optimierten Landingpages. 3D Creation liegt mit einem bescheidenen, aber stabilen Traffic-Aufkommen an zweiter Stelle, während VRMax, byAR und Netminds deutlich weniger organischen Traffic verzeichnen.

Keyword-Rankings

- The Spatial Studio rangiert für eine größere Bandbreite an AR- und XR-bezogenen Keywords, insbesondere für Long-Tail-Begriffe im Zusammenhang mit industriellen Anwendungen.
- 3D Creation rangiert für technische Begriffe auf den französischen Märkten, es fehlt jedoch an internationaler Keyword-Vielfalt.
- byAR und VRMax zeigen eine begrenzte Suchpräsenz mit nur einer Handvoll Marken- und Nischen-Keywords.
- Netminds hat Rankings, die sich über digitale Marketingbegriffe verteilen, jedoch eine schwächere Sichtbarkeit bei AR-spezifischen Keywords.

Backlink-Profil

Backlinks sind nach wie vor ein wichtiges Signal für die Autorität:

- The Spatial Studio weist ein robustes Backlink-Profil mit Links aus Branchenblogs und Fachpublikationen auf.
- Auch 3D Creation schneidet hier gut ab, wobei die Backlinks die Autorität des Unternehmens auf dem französischen Markt untermauern.
- VRMax profitiert von Erwähnungen in der Presse, verfügt jedoch nicht über konsistente Backlinks mit hoher Autorität.
- byAR und Netminds haben eine geringere Backlink-Präsenz, was ihre Wettbewerbsfähigkeit in organischen Rankings einschränkt.

Wichtige Erkenntnisse

- The Spatial Studio setzt im Bereich SEO Maßstäbe und kombiniert starken Traffic, Keyword-Vielfalt und Backlinks.
- 3D Creation liegt an zweiter Stelle, verfügt jedoch nur über eine begrenzte Reichweite über den lokalen Markt hinaus.
- VRMax und byAR hinken in puncto organischer Auffindbarkeit hinterher und setzen stattdessen auf kreative Sichtbarkeit oder Pressepräsenz.
- Netminds läuft Gefahr, bei AR-spezifischen Suchanfragen übersehen zu werden – trotz seiner breiteren digitalen Relevanz.

Präsenz in den sozialen Medien

Eine starke Präsenz in den sozialen Medien ist eine wichtige Ergänzung zur Suchmaschinenoptimierung (SEO). Sie bietet Agenturen die Möglichkeit, eine Community aufzubauen, ihre kreativen Arbeiten zu präsentieren und ihre Vordenkerrolle zu stärken. Für AR-Agenturen sind Plattformen wie LinkedIn, Instagram und YouTube besonders wichtig, um B2B-Zielgruppen zu erreichen und ihnen immersive Erlebnisse zu bieten.

Kanäle und Aktivitäten

- The Spatial Studio nutzt LinkedIn aktiv, um Fallstudien, Beiträge zur Vordenkerrolle und Branchenkenntnisse zu veröffentlichen. Die Beiträge erscheinen regelmäßig und werden vor allem von Fachleuten angesehen.
- 3D Creation ist auf Facebook und LinkedIn präsent, die Beiträge erscheinen jedoch unregelmäßig und das Engagement bleibt bescheiden.
- byAR ist stark auf Instagram präsent und präsentiert dort kreative AR/VR-Storytelling-Projekte visuell. Allerdings ist das Unternehmen auf LinkedIn weniger aktiv, was das B2B-Engagement einschränkt.
- VRMax nutzt YouTube und LinkedIn, um AR/VR-Demos und Veranstaltungsinhalte hervorzuheben. Die Beiträge erscheinen relativ häufig, aber die Follower-Zahlen bleiben moderat.
- Netminds: Breite soziale Präsenz auf mehreren Plattformen, die Aktivitäten wirken jedoch verstreut und AR-spezifische Inhalte sind schwerer zu finden.

Engagement-Level

- The Spatial Studio erzielt überdurchschnittliches Engagement auf LinkedIn, insbesondere bei Beiträgen, die sich auf Anwendungsfälle in der Branche beziehen.
- byAR: Das Engagement ist am stärksten bei Instagram-Bildern, die sich jedoch nicht immer in B2B-Leads umwandeln lassen.
- VRMax erreicht Aufmerksamkeit mit Demo-Videos, vor allem mit kurzen Veranstaltungshighlights.
- 3D Creation: Insgesamt geringere Interaktion, was auf den weniger konsistenten Posting-Zeitplan zurückzuführen ist.
- Netminds: Die Interaktion verteilt sich auf verschiedene Themen, da die Inhalte mehrere Bereiche des digitalen Marketings abdecken.

Follower-Basis

- The Spatial Studio fokussiert sich auf LinkedIn und unterstreicht damit seine B2B-Positionierung.
- byAR zieht auf Instagram ein kreatives Publikum an, allerdings gibt es nur eine begrenzte Überschneidung mit Entscheidungsträgern.
- VRMax hat sich bei Technikbegeisterten und Branchenfolgern einen Namen gemacht.
- 3D Creation und Netminds haben eine kleinere Follower-Basis, was ihre Reichweite einschränkt.

Wichtige Erkenntnisse

- The Spatial Studio nutzt soziale Medien strategisch und konzentriert sich dabei auf B2B-relevante Inhalte.
- byAR überzeugt visuell, riskiert jedoch eine geringe Konversionsrate, wenn das Unternehmen sich nicht auf LinkedIn konzentriert.
- VRMax nutzt Demo-Videos gut und stärkt so seinen Ruf in der Presse.
- 3D Creation und Netminds benötigen konsistentere Aktivitäten und gezieltere Botschaften.

Online-Reputation und Bewertungen

Für B2B-Agenturen ist die Online-Reputation ein wichtiger Vertrauensfaktor. Potenzielle Kunden informieren sich häufig auf Plattformen wie Clutch, Sortlist oder Google über Bewertungen sowie auf den Websites der Agenturen über Fallstudien und Referenzen. Eine gute Reputation zeigt nicht nur, dass man vertrauenswürdig ist, sondern verkürzt auch den Verkaufsprozess, da das Risiko als geringer empfunden wird.

Bewertungsplattformen

- The Spatial Studio ist auf professionellen Verzeichnissen und Bewertungsplattformen präsent und kann positive Referenzen vorweisen, die die Expertise im Bereich industrieller AR-Lösungen hervorheben. Es wird ein starker Fokus auf Zuverlässigkeit und Innovation gelegt.
- 3D Creation ist nur begrenzt auf internationalen Plattformen präsent, der Ruf wurde hauptsächlich auf dem französischen Markt aufgebaut. Die Referenzen beziehen sich meist auf bestimmte Projekte und weniger auf laufende Partnerschaften.
- byAR: Es gibt nur wenige verifizierte Bewertungen auf öffentlichen Plattformen. Der Ruf basiert stattdessen stark auf kreativen Showcases und Projektpräsentationen.
- VRMax gewinnt durch Erwähnungen in den Medien und Partnerschaften an Glaubwürdigkeit, hat aber weniger formelle Kundenbewertungen auf Plattformen wie Clutch.
- Netminds: Es gibt zwar umfassendere Bewertungen zum digitalen Marketing, diese beziehen sich jedoch nicht speziell auf AR, wodurch die Glaubwürdigkeit in dieser Nische geschwächt werden kann.

Referenzen und Fallstudien

- The Spatial Studio: Veröffentlicht detaillierte Fallstudien auf seiner Website, wobei der Schwerpunkt auf messbaren Geschäftsergebnissen liegt.
- 3D Creation: Es gibt Kundenreferenzen, aber oft fehlen Details zu ROI oder KPIs.
- byAR: Portfolio-orientiert; die Fallstudien konzentrieren sich eher auf Kreativität und Innovation als auf Geschäftsergebnisse.
- VRMax: Es werden starke Partnerschaften hervorgehoben, allerdings gibt es nur wenige strukturierte Fallstudien.
- Netminds: Die Referenzen decken allgemeines digitales Marketing ab, mit weniger Fokus auf AR-Projektergebnissen.

Branchenankennung

- The Spatial Studio: Positioniert sich durch Blog-Inhalte und B2B-Aktivitäten als Vordenker.
- VRMax: Erreicht durch die Teilnahme an Veranstaltungen und eine starke Medienpräsenz Aufmerksamkeit in der Branche.
- 3D Creation, byAR und Netminds: Erhalten weniger Anerkennung in der Branche als ihre Mitbewerber.

Wichtigste Erkenntnisse

- The Spatial Studio ist führend in Sachen Online-Reputation, was durch strukturierte Fallstudien, positive Bewertungen und die Vordenkerrolle untermauert wird.
- VRMax profitiert von der Sichtbarkeit durch Presse und Veranstaltungen, obwohl es an strukturierten Kundenbewertungsdaten mangelt.
- 3D Creation und byAR verlassen sich mehr auf Projektpräsentationen als auf formelle Bewertungen, was das Vertrauen neuer Interessenten schwächt.
- Netminds genießt zwar allgemeine Glaubwürdigkeit, es fehlen jedoch AR-spezifische Empfehlungen.

Presse- und Medienberichterstattung

Eine gute Sichtbarkeit in der Presse ist wichtig, um Autorität und Reichweite aufzubauen. Erwähnungen in Branchenmedien, Tech-Publikationen und Wirtschaftsmedien helfen dabei, eine gute Reputation aufzubauen, und liefern wertvolle Backlinks, die die Suchmaschinenoptimierung (SEO) unterstützen. Für AR-Agenturen sind Presseberichte ein Zeichen für Glaubwürdigkeit und Innovationsführerschaft.

Erwähnungen in den Medien

- VRMax (Spanien): Der stärkste Akteur in Sachen Pressesichtbarkeit, der oft in Technologie- und Innovationsmedien vorkommt – vor allem im Zusammenhang mit Veranstaltungen, VR/AR-Präsentationen und Schulungslösungen.
- The Spatial Studio (Deutschland): Er erhält branchenspezifische Erwähnungen in AR/XR-Blogs und Fachmedien. Die Berichterstattung steht oft im Zusammenhang mit industriellen AR-Anwendungen und Fallstudien.
- 3D Creation (Frankreich): Es gibt eine begrenzte Presseberichterstattung außerhalb des lokalen Marktes und die Bekanntheit ist vor allem in Nischenmedien für 3D/Visualisierung vorhanden.
- byAR (Portugal): Es gibt wenige Erwähnungen in der Presse, die Sichtbarkeit resultiert hauptsächlich aus Portfolio-Präsentationen und weniger aus Medienberichten Dritter.
- Netminds (Italien): Es gibt eine breitere Berichterstattung im Kontext des digitalen Marketings, jedoch wenig, was das Unternehmen speziell als AR-Marktführer positioniert.

Artikel zur Vordenkerrolle

- The Spatial Studio: Veröffentlicht einen eigenen Blog und Insights-Inhalte, die immer wieder in Artikeln von Drittanbietern erwähnt werden, wodurch seine Rolle als Vordenker gestärkt wird.
- VRMax erlangt eine Vordenkerrolle indirekt durch Veranstaltungspräsentationen, über die in der Presse berichtet wird.
- 3D Creation, byAR und Netminds: Es gibt nur wenige externe Veröffentlichungen oder Kommentare zu AR-Trends.

PR-Aktivitäten und Partnerschaften

- VRMax nutzt Veranstaltungen und Partnerschaften, um in der Presse präsent zu sein, und verfolgt damit eine proaktive PR-Strategie.
- The Spatial Studio baut seine Autorität eher durch inhaltsorientierte PR als durch intensive Medienarbeit auf.
- Die anderen zeigen weniger strukturierte PR-Aktivitäten, was zu weniger Erwähnungen führt.

Wichtige Erkenntnisse

- VRMax ist führend in der Presseberichterstattung und nutzt Veranstaltungen und Medienpartnerschaften, um seine Sichtbarkeit zu erhöhen.
- The Spatial Studio behält eine stabile Nischenautorität und konzentriert sich auf Erwähnungen in der Presse für AR in der Industrie.
- 3D Creation und Netminds erreichen lokale oder allgemeine Presseresonanz, jedoch fehlt es ihnen an internationaler AR-Präsenz.
- byAR riskiert die Unsichtbarkeit, wenn das Unternehmen nicht stärker in PR investiert.

Content-Marketing und Vordenkerrolle

Für PR-Agenturen ist Content-Marketing eine der besten Möglichkeiten, um ihre Expertise zu zeigen, organischen Traffic zu generieren und das Vertrauen der Kunden zu stärken. Agenturen, die regelmäßig Fallstudien, Blogbeiträge und Artikel zur Vordenkerrolle veröffentlichen, etablieren sich als Experten und werden langfristig besser gefunden.

Veröffentlichung von Blogs und Artikeln

- The Spatial Studio (Deutschland): Veröffentlicht regelmäßig ausführliche Blogbeiträge zu AR-Anwendungsfällen, SEO-freundliche Leitfäden und Branchen-Insights. Die Inhalte sind darauf ausgelegt, B2B-Traffic zu generieren und die Agentur als Vordenker zu positionieren.
- 3D Creation (Frankreich): Begrenzte Blog-Aktivität. Die Inhalte sind oft projektbezogen und lassen eine für SEO-Vorteile notwendige Tiefe vermissen.
- byAR (Portugal): Es werden portfolio-orientierte Inhalte veröffentlicht, die den Schwerpunkt auf visuelle Präsentationen und kreative AR-Demos legen. Es werden jedoch weniger informative oder branchenbezogene Artikel produziert.
- VRMax (Spanien): Es ist aktiv beim Teilen von Veranstaltungsrückblicken und Demos, aber weniger konsequent bei der Produktion strukturierter, zeitloser schriftlicher Inhalte.
- Netminds (Italien): Es gibt zwar umfassendere Inhalte zum digitalen Marketing, AR-spezifische Inhalte sind jedoch rar, wodurch die Nischenautorität gemindert wird.

Fallstudien und Einblicke

- The Spatial Studio: Veröffentlicht detaillierte Fallstudien mit messbaren Ergebnissen, die AR-Implementierungen direkt mit Geschäftsergebnissen verknüpfen.
- 3D Creation hebt Projekte mit visuellen Beispielen hervor, es fehlen jedoch strukturierte Fallstudien mit KPIs oder Einblicken in den ROI.
- byAR konzentriert sich mehr auf das Storytelling und den kreativen Aspekt von Projekten als auf messbare Ergebnisse.
- VRMax: Es gibt Fallstudien, die jedoch oft mit Veranstaltungen oder Partnerschaften verbunden sind und keine detaillierte ROI-Analyse enthalten.
- Netminds: Die Fallstudien sind hauptsächlich mit allgemeinen Marketingprojekten verbunden und nicht mit AR-spezifischen Implementierungen.

Präsenz als Vordenker

- The Spatial Studio: Trägt regelmäßig durch Blog-Inhalte und LinkedIn zu AR/XR-Diskussionen bei und stärkt so seine Autorität.
- VRMax: Erlangt indirekt durch Presseberichte über Veranstaltungen Sichtbarkeit als Vordenker.
- Andere: Sie sind weniger aktiv bei der Veröffentlichung von Meinungsbeiträgen, Trendanalysen oder Materialien für Vordenker.

Wichtige Erkenntnisse

- The Spatial Studio ist der beständigste Produzent von Inhalten und nutzt Blogs und Fallstudien als SEO- und Autoritätsfaktoren.
- VRMax nutzt Veranstaltungen, um Inhalte sichtbar zu machen, verfügt jedoch nicht über Evergreen-Inhalte, um eine langfristige Reichweite zu erzielen.
- byAR und 3D Creation stützen sich stark auf Portfolios und verpassen dadurch das SEO- und Bildungspotenzial strukturierter Inhalte.
- Netminds verwässert seine Marke, indem es seine Inhalte zu breit über das digitale Marketing streut, anstatt sich auf sein AR-Fachwissen zu konzentrieren.

Website-Performance und UX

Eine gut optimierte Website ist sehr wichtig, um Traffic in Leads umzuwandeln. Neben dem Design beeinflussen auch die Ladezeit, die mobile Optimierung und die Benutzerfreundlichkeit direkt die Benutzererfahrung und das Ranking in Suchmaschinen. Für Agenturen, die im sehr visuellen Bereich der AR konkurrieren, ist es besonders wichtig, ein Gleichgewicht zwischen kreativem Design und Performance zu finden.

Seitengeschwindigkeit

- The Spatial Studio (Deutschland): Schafft es gut bei Google PageSpeed Insights mit schnell ladenden Seiten trotz visueller Inhalte. Die Optimierung für Mobilgeräte ist stark.
- 3D Creation (Frankreich): Aufgrund umfangreicher 3D-Elemente und Grafiken sind die Ladezeiten langsamer. Die Leistung auf dem Desktop ist in Ordnung, die Geschwindigkeit auf Mobilgeräten jedoch unterdurchschnittlich.
- byAR (Portugal): Die Website ist visuell kreativ, leidet jedoch unter längeren Ladezeiten, insbesondere auf Mobilgeräten.
- VRMax (Spanien): Mittlere Leistung; ereignisgesteuerte Grafiken und Videos beeinträchtigen die Geschwindigkeit.
- Netminds (Italien): Die Geschwindigkeit ist ausgewogen, wenn auch nicht stark optimiert. Die Leistung ist solide, aber nicht außergewöhnlich.

Mobile Reaktionsfähigkeit

- The Spatial Studio: Die mobile Erfahrung ist flüssig mit reaktionsschnellen Layouts und klarer Navigation.
- 3D Creation: Die mobilen Layouts wirken manchmal überladen, was die Übersichtlichkeit beeinträchtigt.
- byAR: Die Designs sind optisch ansprechend, allerdings kann die Navigation auf kleineren Bildschirmen inkonsistent sein.
- VRMax: Die mobile Reaktionsfähigkeit ist solide, allerdings können videolastige Seiten langsam laden.
- Netminds funktioniert auf allen Geräten, im Vergleich zu anderen Anbietern fehlt es jedoch an Feinschliff und Designkonsistenz.

Benutzererfahrung und Navigation

- The Spatial Studio: Klare Struktur mit gut definierten Serviceseiten, Fallstudien und Blog-Inhalten. Für B2B-Kunden ist es einfach, relevante Informationen zu finden.
- 3D Creation: Optisch ansprechend, aber das Design ist wichtiger als die Übersichtlichkeit, was die Navigation weniger intuitiv macht.
- byAR: Es gibt ein starkes kreatives Storytelling, aber die Navigation ist weniger geschäftsorientiert (z. B. wenig Fokus auf Conversion-Pfade).
- VRMax konzentriert sich auf Demos und Visualisierungen, die Navigation kann jedoch etwas unübersichtlich sein.
- Netminds bietet viele digitale Dienste, aber AR-Inhalte sind schwerer zu finden, wodurch der Fokus für AR-spezifische Kunden sinkt.

Wichtigste Erkenntnisse

- The Spatial Studio bietet die beste Gesamt-UX und schafft einen guten Ausgleich zwischen Geschwindigkeit, Design und Übersichtlichkeit.
- 3D Creation und byAR legen Wert auf visuelle Elemente und opfern dafür Geschwindigkeit und Übersichtlichkeit der Navigation.
- VRMax bietet eine gute Erfahrung, allerdings beeinträchtigen videolastige Seiten die Ladezeiten.
- Netminds bietet eine funktionale UX, der fehlende Fokus auf AR schwächt jedoch die User Journey für Nischenkunden.

Tiefgehende Analyse der wichtigsten Kennzahlen

Um besser zu verstehen, wie jede Agentur in den einzelnen Faktoren abschneidet, haben wir zwei Radardiagramme erstellt: eines, das alle bewerteten Kennzahlen zeigt, und ein anderes, das sich nur auf die drei wichtigsten Kategorien – SEO-Traffic, Backlink-Profil und Erwähnungen in der Presse – konzentriert.

Vollständiges Radardiagramm (alle Kennzahlen)

Es bietet einen ganzheitlichen Überblick über die Leistung jeder Agentur in den Bereichen SEO, Social Media, Online-Reputation, Presseberichterstattung, Content-Marketing und Website-UX.

- The Spatial Studio (Deutschland): Durchweg stark in fast allen Kategorien, vor allem bei SEO und Content-Marketing.
- 3D Creation (Frankreich): Spitzenwerte bei Backlinks und technischem SEO, jedoch Schwächen bei der Sichtbarkeit in der Presse und der Content-Aktivität.
- byAR (Portugal): stark im kreativen Ausdruck, aber unterdurchschnittlich bei SEO und Presseberichterstattung.
- VRMax (Spanien): Schafft es gut bei Medienpräsenz und Social Engagement, hinkt aber bei SEO hinterher.
- Netminds (Italien): Die allgemeinen digitalen Fähigkeiten sind ausgewogen, es gibt jedoch Schwächen bei den AR-bezogenen Kennzahlen.

Fokussiertes Radardiagramm (SEO, Backlinks, Presse)

Das zweite Radardiagramm zeigt die drei wichtigsten Kennzahlen für Sichtbarkeit und Autorität:

- SEO-Traffic: The Spatial Studio ist klar führend, gefolgt von 3D Creation.
- Backlink-Profil: The Spatial Studio und 3D Creation zeigen Dominanz und beweisen damit eine stärkere Autorität.
- Erwähnungen in der Presse: VRMax ist führend in der Medienberichterstattung, was die schwächere SEO-Leistung ausgleicht.

Wichtige Erkenntnisse aus den Kennzahlen

- SEO bildet nach wie vor die Grundlage: Aufgrund seiner starken organischen Präsenz ist The Spatial Studio führend.
- Autorität wird durch Backlinks gestärkt: 3D Creation zeigt, dass technische Autorität die Glaubwürdigkeit unterstützt, auch ohne starkes Content-Marketing.
- Presseberichte sind wichtig für die Sichtbarkeit: VRMax zeigt, wie Medienpräsenz die Reputation steigert, auch wenn die SEO-Leistung schwächer ist.
- Kreativität allein reicht nicht aus: Die innovative Arbeit von byAR führt ohne stärkere Grundlagen nicht zu Online-Sichtbarkeit.
- Generalisten verlieren in Nischen: Die breitere digitale Expertise von Netminds wird verwässert, wodurch das Unternehmen bei AR-spezifischen Suchanfragen weniger wettbewerbsfähig ist.

Vergleichende Einblicke

Der Vergleich zeigt, wie sich unterschiedliche digitale Strategien auf die Sichtbarkeit und Glaubwürdigkeit der einzelnen Agenturen auswirken. Obwohl alle fünf Agenturen einzigartige Stärken in den AR-Markt einbringen, gibt es große Unterschiede in der Umsetzung ihres digitalen Marketings.

The Spatial Studio (Deutschland)

- **Stärken:** SEO-Sichtbarkeit, Backlink-Autorität, konsistentes Content-Marketing, klare Benutzererfahrung.
- **Schwächen:** Begrenzte internationale Medienpräsenz.
- **Erkenntnis:** Kombiniert digitale Grundlagen mit Vordenkerrolle und ist damit der ausgewogenste und nachhaltigste Akteur.

3D Creation (Frankreich)

- **Stärken:** Technisches SEO, Backlinks, Autorität auf dem lokalen Markt.
- **Schwächen:** Geringe Presseberichterstattung, schwache Content-Produktion.
- **Erkenntnis:** Starkes Fundament, benötigt jedoch PR und Content, um über Frankreich hinaus wettbewerbsfähig zu sein.

byAR (Portugal)

- **Stärken:** Kreativität, Storytelling, visuelles Portfolio.
- **Schwächen:** Geringer SEO-Traffic, schwache Pressevorstellung, begrenzte B2B-Inhalte.
- **Einblick:** Steht kreativ im Vordergrund, hat aber Schwierigkeiten, dies in messbare Sichtbarkeit umzusetzen.

VRMax (Spanien)

- **Stärken:** Presseberichterstattung, Medienpräsenz, ereignisorientierte Bekanntheit.
- **Schwächen:** Schwacher SEO-Traffic und Backlinks, inkonsistente Evergreen-Inhalte.
- **Erkenntnis:** Erreicht kurzfristige Aufmerksamkeit, aber es fehlt an langfristiger organischer Auffindbarkeit.

Netminds (Italien)

- **Stärken:** Breites Fachwissen im digitalen Marketing, ordentliche Gesamtleistung.
- **Schwächen:** AR-spezifische Autorität und Sichtbarkeit sind unterentwickelt.
- **Erkenntnis:** Vielseitig, aber weniger wettbewerbsfähig in der spezialisierten AR-Nische.

Agenturübergreifende Erkenntnisse

1. SEO ist unverzichtbar: Agenturen ohne starke SEO-Grundlagen laufen Gefahr, für B2B-Käufer unsichtbar zu sein.
2. Presseberichterstattung verstärkt SEO, ersetzt es aber nicht: VRMax zeigt die Macht der PR, doch die langfristige Auffindbarkeit hängt weiterhin von der Sichtbarkeit in Suchmaschinen ab.
3. Content-Marketing schafft Vertrauen. Agenturen, die strukturierte Fallstudien und Thought-Leadership-Inhalte veröffentlichen (wie The Spatial Studio), haben bessere Chancen, Unternehmenskunden zu gewinnen.
4. Spezialisierung schlägt Generalisierung: Netminds zeigt, wie ein breiteres Marketing-Know-how die Autorität in einem Nischenbereich wie AR verwässern kann.

Fazit

Diese Fallstudie zeigt, dass alle europäischen AR-Agenturen ihre eigenen Stärken haben. The Spatial Studio (Deutschland) sticht jedoch als klarer Spitzenreiter heraus. Die gute Sichtbarkeit in Suchmaschinen, das starke Backlink-Profil und die konsequente Content-Strategie bilden eine solide Basis für langfristige digitale Autorität.

3D Creation (Frankreich) ist eine technisch solide Agentur, jedoch verhindern die fehlende Berichterstattung in den Medien und die begrenzte Content-Produktion eine breitere Anerkennung. VRMax (Spanien) profitiert von einer starken Sichtbarkeit in der Presse und einer ereignisorientierten Präsenz. Ohne SEO-Stärke besteht jedoch die Gefahr, dass seine Auffindbarkeit nur von kurzer Dauer ist.

byAR (Portugal) beeindruckt mit kreativem Storytelling, hat jedoch Schwierigkeiten, dies in messbare Online-Sichtbarkeit umzuwandeln. Netminds (Italien) zeigt umfassende digitale Kompetenz, ist aufgrund seines generalistischen Ansatzes in der spezialisierten AR-Nische jedoch weniger wettbewerbsfähig.

Die wichtigste Erkenntnis für Unternehmen ist klar:

- SEO und Backlinks sind die Basis für digitale Sichtbarkeit.
- Presseberichterstattung und Kreativität sind wertvolle Verstärker, können eine konsistente organische Auffindbarkeit aber nicht ersetzen.
- Eine Vordenkerrolle und Fallstudien sind entscheidend für den Aufbau von Vertrauen in B2B-Märkten.

Für Kunden, die einen AR-Partner suchen, sind Agenturen die zuverlässigste Option, die technische Kompetenz, Pressesichtbarkeit und Content-Marketing in Einklang bringen. Basierend auf dieser Analyse setzt The Spatial Studio den Maßstab für die Kombination dieser Elemente zu einer starken, nachhaltigen digitalen Präsenz.

Über diesen Bericht

Methodik

Dieser Bericht basiert auf einer unabhängigen Analyse von fünf europäischen Augmented-Reality-Agenturen: The Spatial Studio (Deutschland), 3D Creation (Frankreich), byAR (Portugal), VRMax (Spanien) und Netminds (Italien).

Die Bewertung umfasste sechs Schlüsselbereiche der digitalen Marketingleistung:

- SEO-Leistung (Traffic, Keywords, Backlinks),
- Präsenz in sozialen Medien (Kanäle, Aktivität, Engagement),
- Online-Reputation (Bewertungen, Erfahrungsberichte, Auszeichnungen)
- Presse- und Medienberichterstattung.
- Content-Marketing und Vordenkerrolle.
- Website-Performance und Benutzererfahrung

Die Daten wurden aus öffentlich zugänglichen Quellen sowie aus branchenüblichen Tools wie SEMrush, Ahrefs, SimilarWeb, BuzzSumo, Social Blade und Google PageSpeed Insights gesammelt. Die Bewertungen wurden pro Kategorie auf einer Skala von 1 bis 5 vergeben, wobei der Fokus eher auf der beobachtbaren Leistung als auf selbst gemeldeten Ergebnissen lag.

Haftungsausschluss

Die Ergebnisse spiegeln eine Momentaufnahme wider, die auf zugänglichen Daten basiert. Die Strategien und die Sichtbarkeit der Agenturen können sich ändern, wenn neue Kampagnen, Technologien und Projekte gestartet werden. Dieser Bericht ist als vergleichender Maßstab im Bereich Online-Marketing gedacht und nicht als umfassende Prüfung der gesamten Fähigkeiten jedes Unternehmens.

Über uns

Dieser Bericht wurde von **Dani Schenker**, einem Anbieter für digitales Marketing, mit Spezialisierung auf SEO, Online-Sichtbarkeit und Reputationsmanagement, erstellt. Ich helfe Technologieunternehmen, darunter auch solche aus den Bereichen AR, VR und XR, dabei, ihre Online-Präsenz zu verbessern, qualifizierte Leads zu gewinnen und eine dauerhafte Autorität in wettbewerbsintensiven Märkten aufzubauen.

Um mehr über meine Dienstleistungen zu erfahren oder zu besprechen, wie ich deinem Unternehmen zum Wachstum verhelfen kann, besuche meine Website:

danischenke.com

Dani Schenker

