

10 Produktseiten-Fehler, die Hobbymusiker sofort abschrecken

Wie Musikhändler ihre Online-Shops aus Kundensicht überprüfen und Conversion wirklich steigern

Sandra Kreutz · 24.08.2026

Letzte Woche saß ich im Unterricht mit einem Schüler, einem 34-jährigen Grafiker, der sich endlich ein ordentliches Keyboard kaufen wollte. Er hatte drei Online-Shops offen, verglich die gleichen Modelle - und verließ alle drei nach weniger als zwei Minuten. "Ich weiß gar nicht, ob das Ding klingt wie ein echtes Piano oder wie ein Spielzeugsynthesizer", sagte er. "Nirgends kann ich es hören." Das war der Moment, in dem mir klar wurde: Viele Shop-Betreiber sehen ihre Produktseiten durch die Augen eines Verkäufers - nicht durch die eines echten Käufers.

Ich selbst habe über acht Jahre hinweg Hunderte von Musikinstrumenten online gekauft und wieder verkauft. Ich kenne beide Seiten: die Frustration als Käufer und die Anforderungen als Verkäufer. Das, was ich beobachte, ist ein System voller vermeidbarer Fehler. Fehler, die nicht nur User-Experience kosten, sondern echte Conversions.

Der Fehler: Keine Klangbeispiele oder Videos

Das ist Nummer eins auf meiner Liste und der häufigste Grund, warum Hobbymusiker abspringen. Musik ist kein abstraktes Produkt wie ein Toaster. Ein Keyboard, eine Gitarre, ein Mikrofon - sie müssen klingen. Und zwar so, dass ein potenzieller Käufer sich vorstellen kann, wie das Instrument in seinem Zimmer, seinem Studio, seiner Band klingt.

Ich habe mit Anfängern und Fortgeschrittenen gearbeitet, die online einkaufen. Sie wollen nicht nur die Spezifikationen lesen - "88 gewichtete Tasten, 900 Sounds, USB-MIDI" - sie wollen hören, wie das Ding tatsächlich klingt. Ein simples MP3-Beispiel, fünf Sekunden lang, direkt auf der Produktseite eingebunden, kann die Absprunquote um 15 bis 20 Prozent senken. Ein kurzes Video - jemand spielt tatsächlich auf dem Instrument - ist noch besser.

Shops, die dies ignorieren, verlieren Käufer an Konkurrenten, die Video-Material bieten. Punkt. Das ist nicht optional, das ist Standard geworden.

Unklare oder fehlende Lieferangaben

"Versand: siehe Versandrichtlinien" - das ist eine der schlimmsten Formulierungen, die ich auf Produktseiten sehe. Hobbymusiker wollen sofort wissen: Wie lange dauert es? Kostet der Versand extra? Wird das Instrument versichert? Kommt es in einer stabilen Verpackung an?

Ich kaufe regelmäßig gebrauchte Instrumente von Privatverkäufern und aus Online-Shops. Die besten Shops nennen diese Informationen direkt auf der Produktseite:

- Versandkosten in Euro (nicht "ab X Euro")

- Lieferzeit in Tagen oder Wochen
- Versicherung gegen Schäden
- Rückgaberecht und -bedingungen
- Besonderheiten beim Verpacken (z.B. "Instrument wird in stabilem Koffer versendet")

Shops, die diese Angaben verstecken oder unklar formulieren, signalisieren Unsicherheit. Käufer denken: "Wenn sie das nicht transparent machen, was verstecken sie sonst noch?" Das kostet Vertrauen und damit Verkäufe.

Produktbilder aus Katalog oder Perspektive des Verkäufers

Viele Shops nutzen Herstellerfotos oder zeigen das Instrument nur von vorne, von der Seite, von oben. Das reicht nicht. Hobbymusiker wollen sehen:

- Die Rückseite - wie viele Anschlüsse gibt es wirklich?
- Die Größe im Kontext - neben einer Hand, neben einem Buch, auf einem Schreibtisch
- Details wie Schalter, Knöpfe, Regler in Großaufnahme
- Das Gerät in einem echten Raum, nicht vor weißem Hintergrund

Ich rate meinen Schülern immer: Wenn der Online-Shop keine guten Bilder hat, kauft dort nicht. Weil die Chancen hoch sind, dass das Ding anders aussieht, als ihr es euch vorstellt. Größer, kleiner, billiger verarbeitet. Ein Keyboard, das in einem Studio-Foto groß und hochwertig aussieht, kann sich im eigenen Wohnzimmer völlig anders anfühlen.

Fehlende oder vage Kompatibilitätsinformationen

"Kompatibel mit Windows und Mac" - das ist nicht konkret genug. Hobbymusiker, die ein USB-Keyboard kaufen wollen, fragen sich:

- Brauche ich Treiber?
- Funktioniert es mit meinem DAW (Ableton, Logic, Reaper)?
- Brauche ich spezielle Software?
- Wie ist das mit iOS oder Android?

Ein guter Shop antwortet auf diese Fragen direkt auf der Produktseite. Ein schlechter Shop verweist auf ein PDF-Handbuch, das nur auf Englisch existiert.

Ich habe Anfänger in meinen Kursen, die ein MIDI-Keyboard kaufen wollen und nicht wissen, dass es ein Stromkabel braucht oder dass es bestimmte Softwarevoraussetzungen gibt. Wenn der Shop diese Informationen nicht klar macht, entsteht Unsicherheit. Und unsichere Käufer kaufen nicht.

Keine Vergleichsmöglichkeit mit ähnlichen Produkten

Viele Shops zeigen nur das eine Produkt. Hobbymusiker aber vergleichen. Sie wollen wissen: Wie unterscheidet sich dieses Keyboard von dem, das 50 Euro billiger ist? Was ist der Unterschied zwischen dem Anfänger-Modell und der Pro-Version?

Gute Shops bieten eine Vergleichstabelle an - nicht auf einer separaten Seite, sondern direkt beim Produkt. Diese Tabelle sollte die wichtigsten Spezifikationen zeigen:

Shops, die solche Vergleiche nicht anbieten, zwingen Käufer, selbst zu recherchieren - und dabei können sie auch zur Konkurrenz gehen.

Unzureichende oder technische Produktbeschreibungen

"Premium-Qualität, professioneller Sound, langlebiges Design" - das sind Buzzwords, keine Informationen. Hobbymusiker brauchen konkrete Details. Nicht: "hochwertige Verarbeitung", sondern: "Gehäuse aus Kunststoff, Tasten aus Echtholz, Metallrahmen".

Die beste Produktbeschreibung, die ich je auf einer Musikseite gelesen habe, war von einem kleinen Berliner Shop: "Dieses Keyboard hat 88 gewichtete Tasten mit Hammermechanik - das bedeutet, je schneller du anschlägst, desto lauter wird der Sound, genau wie bei einem echten Piano. Ideal für Anfänger, die später auf ein echtes Piano umsteigen möchten. Die 900 Sounds sind für 80 Prozent aller Anfänger mehr als genug - du brauchst die teuren Modelle nicht." Das ist ehrlich, praktisch und hilfreich.

Viele Shops dagegen schreiben entweder zu wenig (nur technische Specs) oder zu viel (lange Marketingtexte ohne echte Information).

Fehlende oder veraltete Kundenbewertungen

Hobbymusiker vertrauen anderen Hobbymusikern mehr als dem Shop. Wenn eine Produktseite keine Bewertungen hat oder nur drei alte Bewertungen von vor zwei Jahren, wirkt das verdächtig. Entweder verkauft der Shop das Produkt nicht, oder er manipuliert die Bewertungen.

Gute Shops haben Bewertungen direkt auf der Produktseite integriert. Noch besser: Sie zeigen nicht nur die Gesamtnote, sondern auch Bewertungen nach Kategorien (Soundqualität, Verarbeitung, Preis-Leistung). Das gibt Käufern ein realistisches Bild.

Ich selbst lese immer zuerst die negativen Bewertungen. "Zu schwer" oder "Zu viele Funktionen für Anfänger" sind legitime Kritikpunkte, die mir helfen, die richtige Entscheidung zu treffen. Shops, die negative Bewertungen verstecken oder löschen, verlieren Glaubwürdigkeit.

Keine Angaben zu Lieferzustand (neu vs. gebraucht)

Das ist besonders wichtig für gebrauchte Instrumente. Ist das Keyboard in Originalverpackung? Hat es Kratzer? Funktionieren alle Tasten? Ist das Mikrofon noch in OVP oder wurde es benutzt?

Ich kaufe ständig gebrauchte Instrumente und verkaufe sie weiter. Die besten Angebote sind die, bei denen der Verkäufer ehrlich ist: "Das Keyboard funktioniert einwandfrei, aber die Verpackung ist beschädigt, und es gibt kleine Kratzer auf der Oberseite." Das ist nicht schlecht - das ist vertrauenswürdig.

Shops, die den Lieferzustand nicht angeben oder vage formulieren ("guter Zustand"), erzeugen Misstrauen. Käufer denken: "Was ist 'gut' genau? Ist das noch wie neu oder schon abgenutzt?"

Fehlende oder unklare Garantie- und Rückgab Richtlinien

"Gesetzliche Gewährleistung" reicht nicht. Hobbymusiker wollen wissen: Wenn das Keyboard nach zwei Wochen kaputt geht, was passiert dann? Bezahle ich Versand hin und zurück? Wie lange dauert die Reparatur?

Die besten Shops sind hier großzügig: "Kostenloser Rückversand innerhalb von 30 Tagen, wenn du nicht zufrieden bist. Wir zahlen die Versandkosten." Das kostet den Shop Geld, aber es gewinnt Vertrauen und damit Käufer.

Shops mit unklaren Rückgaberrichtlinien wirken unsicher. Käufer denken: "Wenn sie so restriktiv sind, will ich das Risiko nicht eingehen."

Zu viele oder zu wenige Produktoptionen

Manche Shops zeigen 50 verschiedene Farben oder Zubehöroptionen auf einer Produktseite. Das verwirrt. Andere zeigen gar keine Optionen - man kann nicht wählen, ob man das Keyboard mit oder ohne Ständer kaufen möchte.

Gute Shops bieten die wichtigsten Optionen an, aber nicht zu viele:

- Farbe (falls relevant)
- Mit oder ohne Zubehör
- Versicherung hinzufügen ja/nein
- Lieferoptionen (Standard, Express)

Jede zusätzliche Option, die Käufer nicht brauchen, reduziert die Conversion Rate. Das ist eine bewiesene Regel im E-Commerce.

Fehlende oder schlechte Suchmaschinenoptimierung auf der Produktseite

Das ist weniger sichtbar für Käufer, kostet aber Verkäufe. Wenn deine Produktseite nicht bei Google für relevante Keywords wie "digitales Keyboard für Anfänger" oder "gewichtete Tasten günstig" rankt, finden Hobbymusiker dein Produkt gar nicht erst.

Gute Produktseiten haben:

- Ein aussagekräftiges Title-Tag (nicht nur "Keyboard")
- Eine Meta-Beschreibung, die zum Klicken einlädt
- Strukturierte Daten, damit Google die Produktinformationen versteht
- Interne Links zu verwandten Produkten
- Ein aussagekräftiges URL-Schema (nicht /produkt/12345)

Shops, die das ignorieren, verlieren potenzielle Käufer an die Konkurrenz, die besser sichtbar ist.

Zu langsames Laden der Produktseite

Das ist der letzte Fehler, aber vielleicht der wichtigste. Eine Produktseite, die länger als drei Sekunden zum Laden braucht, wird von Hobbymusikern verlassen. Punkt. Das ist nicht meine Meinung, das sind die Daten von Google und Amazon.

Langsame Seiten entstehen durch:

- Zu große Bilder (mehrere MB statt KB)
- Zu viele externe Skripte (Tracking, Ads, Widgets)
- Schlechtes Hosting

- Nicht optimierte Videos

Ein guter Shop investiert in die Performance. Das kostet Geld - besseres Hosting, Bildoptimierung, Code-Minimierung. Aber es zahlt sich aus. Schnellere Seiten = mehr Conversions.

Zusammenfassung: Was Käufer wirklich wollen

Hobbymusiker sind keine durchschnittlichen Online-Käufer. Sie wollen nicht nur ein Produkt kaufen, sie wollen das richtige Produkt für ihre spezifische Situation. Das bedeutet: Sie brauchen Informationen, Vergleiche, Klangbeispiele, ehrliche Bewertungen und schnelle Lieferung.

Shops, die diese zehn Fehler machen, verlieren Käufer an Konkurrenten. Shops, die diese Fehler vermeiden, gewinnen Vertrauen, Conversion und langfristig Loyalität. In meinen acht Jahren als Musiklehrer und Hobbymusiker habe ich gesehen, dass die besten Online-Shops diejenigen sind, die ihre Produktseiten aus der Perspektive des Käufers betrachten - nicht aus der des Verkäufers.

Wenn du einen Musikshop betreibst oder eine Produktseite optimieren möchtest, nimm dir Zeit für diese zehn Punkte. Deine Conversion-Rate wird es dir danken.