Amazon A+ Content für Instrumente: Schritt-für-Schritt Aufbau

Wie du deine Produktseiten mit Rich Content optimierst und Käufer überzeugt

Sandra Kreutz · 02.11.2026

Vor zwei Jahren stand ich in meinem Unterrichtszimmer und ein Schüler fragte mich, warum er ein Keyboard bei einem Amazon-Verkäufer gekauft hat, obwohl er mein Angebot kannte. Seine Antwort: "Die Produktseite sah professioneller aus. Ich konnte genau sehen, wie die Tasten aussehen, wo die Anschlüsse sind." Das war der Moment, in dem ich verstand, dass es nicht nur um das Produkt geht - es geht um die Geschichte, die du auf Amazon erzählst.

Amazon A+ Content ist dein Werkzeug, um diese Geschichte zu erzählen. Es ist das Upgrade deiner Produktseite, das Standard-Fotos und langweilige Bulletpoints in einen visuellen Verkaufsraum verwandelt. Wenn du Instrumente oder Audiotechnik auf Amazon verkaufst, ist A+ Content nicht optional - es ist dein Wettbewerbsvorteil.

1. Verstehe, wer A+ Content nutzen darf und wie du Zugang bekommst

Nicht jeder Amazon-Verkäufer kann A+ Content erstellen. Du brauchst entweder ein Brand-Registry-Konto oder du musst ein anerkannter Großhändler sein. Für Musikinstrumente ist das wichtig zu wissen: Wenn du Markenprodukte verkaufst - Yamaha, Roland, Fender - brauchst du die Genehmigung der Marke oder du musst dein eigenes Markenprodukt registrieren.

Der Zugang funktioniert so: Du gehst in dein Seller Central, navigierst zu "Advertising" oder "Brand Content Manager" und beantragst Zugang. Bei Amazon dauert die Genehmigung normalerweise 5-10 Werktage. Ich habe das bei meinen Gebraucht-Keyboards gemacht - Amazon hat mich als Verkäufer der Marke "Sandra's Keyboards" registriert, und danach konnte ich A+ Content erstellen.

Ein wichtiger Punkt: A+ Content ist kostenlos. Du zahlst keine zusätzliche Gebühr bei Amazon für die Erstellung oder das Hosting. Das ist anders als bezahlte Anzeigen oder Sponsored Products. Du brauchst nur Zeit und die richtigen Module.

2. Wähle die richtigen A+ Module für Instrumente aus

Amazon bietet dir verschiedene Module an. Nicht alle sind für Instrumente sinnvoll. Hier sind die Module, die ich regelmäßig nutze:

- Text + Bild (oben): Das erste Modul nach der Standard-Produktbeschreibung. Hier stellst du das Instrument vor - was es ist, wer es nutzt. Für ein Anfänger-Keyboard schreibe ich hier: "Perfekt für Einsteiger: 61 gewichtete Tasten, 800 Sounds, USB-Anschluss für Musiksoftware." Das Bild zeigt das Keyboard von vorne, klar und hell fotografiert.
- Vergleich (4er-Grid): Vier Bilder nebeneinander mit kurzer Beschreibung. Perfekt, um verschiedene Farben, Größen oder Ausstattungsvarianten zu zeigen. Ich nutze das, um zu zeigen: "Größe mit Ständer vs. ohne Ständer" oder "Keyboard vs. E-Piano".

- Specifications (Tabelle): Hier listest du technische Daten auf. Bei Instrumenten ist das Gold wert. Gewicht, Abmessungen, Anzahl Tasten, Polyphonie, Anzahl Sounds - das wollen deine Käufer wissen.
- Text + Bild (unten): Ein weiteres Modul für zusätzliche Informationen. Ich nutze das für "Was ist im Lieferumfang enthalten?" oder "Für wen ist dieses Instrument geeignet?"
- Video + Text: Wenn du ein Video hast - und du solltest eins haben - nutze dieses Modul. Ein 30-Sekunden-Video, das zeigt, wie das Keyboard klingt, ist unbezahlbar. Dein Video muss auf Amazon gehostet sein, nicht auf YouTube.

Was ich nicht nutze: Carousel-Module mit zu vielen Elementen. Das lenkt ab. Bleib fokussiert - maximal 5-6 Module pro Produktseite.

3. Baue dein erstes Modul auf: Die Überschrift und der Hook

Das erste A+ Modul ist entscheidend. Du hast etwa 3 Sekunden, um einen Käufer zu fesseln. Hier sind meine Regeln:

Schreib keine generische Überschrift wie "Über dieses Produkt"." Das ignoriert jeder. Stattdessen: "Warum Gitarristen dieses Keyboard lieben: Realistische Pianoqualität + 800 Sounds."

Das Bild muss hochwertig sein. Nicht die Amazon-Standard-Produktfotos - die sind grau und langweilig. Ich nutze ein Foto, auf dem das Instrument in Aktion gezeigt wird. Ein Keyboard mit Händen auf den Tasten. Eine Gitarre, die jemand hält. Das schafft Kontext.

Der Text unter dem Bild sollte 2-3 Sätze sein, nicht mehr. Zum Beispiel: "Dieses 61-Tasten-Keyboard hat gewichtete Tasten, die sich wie ein echtes Klavier anfühlen. Mit 800 Sounds, USB-MIDI und Kopfhörerausgang. Perfekt für Anfänger und Fortgeschrittene."

4. Nutze die Specifications-Tabelle richtig

Bei Instrumenten ist die Spezifikations-Tabelle nicht optional. Käufer wollen wissen:

Die Tabelle sollte nicht länger als 8-10 Zeilen sein. Mehr ist Überload. Konzentriere dich auf das, was deinen Produkttyp definiert. Bei einer Gitarre sind das: Holzart, Saitenzahl, Mensur, Gewicht, Kopfplatte-Typ. Bei Audio-Interfaces: Eingänge, Ausgänge, Latenz, Kompatibilität.

5. Erstelle ein Video-Modul, das konvertiert

Video ist der Game-Changer. Ich sehe das in meinen Verkaufszahlen: Produkte mit A+ Video konvertieren 20-30% besser als ohne. Das ist nicht meine Vermutung - das sind echte Zahlen aus meinen Seller-Reports.

Dein Video sollte 15-45 Sekunden lang sein. Länger ist zu lang, kürzer ist zu kurz. Der Inhalt:

- Erste 3 Sekunden: Das Instrument in Aktion. Hände spielen darauf, es wird benutzt.
- Nächste 10 Sekunden: Nahaufnahmen von wichtigen Features. Tasten, Anschlüsse,

Display, Regler.
- Nächste 10 Sekunden: Der Sound. Wenn es ein Instrument ist, muss man es hören. Ein kurzer Akkord, eine Melodie, ein Drum-Pattern.
- Letzte 5 Sekunden: Die Marke, der Preis, ein Call-to-Action. "Jetzt kaufen" oder "Mehr erfahren".

Das Video muss auf Amazon gehostet sein. Du kannst es nicht von YouTube einbetten. Du uploadest es direkt im Brand Content Manager. Die Dateigröße sollte unter 500 MB sein, das Format MP4.

Wichtig: Kein Background-Musik-Chaos. Ich nutze entweder Original-Ton (das Instrument spielen) oder subtile, lizenzfreie Musik. Keine Dubstep, keine lauten Jingles. Das wirkt unprofessionell.

6. Schreibe Copy, die verkauft - nicht nur beschreibt

Der Unterschied zwischen guter und schlechter A+ Content ist die Copy. Viele Verkäufer schreiben wie ein Lehrbuch: "Dieses Produkt hat die Eigenschaft X, Y und Z." Das ist langweilig.

Stattdessen: Schreib für den Käufer, nicht für das Produkt. Beispiel:

Siehst du den Unterschied? Die rechte Version spricht ein Problem an ("Ich will produzieren"), zeigt die Lösung ("800 Sounds + MIDI") und entfernt ein Hindernis ("Keine teuren Zusatzgeräte").

Nutze auch Zahlen und Vergleiche. "Gewichtete Tasten wie ein 5.000-Euro-Klavier, aber für 499 Euro." Das ist konkret und überzeugend.

7. Nutze Social Proof und Zertifizierungen richtig

Wenn dein Instrument eine Zertifizierung hat - CE, RoHS, oder eine Auszeichnung von einer Musikzeitschrift - zeige das in der A+ Content. Nicht in den Bulletpoints, sondern in einem separaten Modul mit Bildern.

Ich habe das bei meinen Keyboards gemacht: Ein Modul mit dem Titel "Warum Musikschulen dieses Keyboard wählen" mit Logos von drei Schulen, die meine Keyboards nutzen. Das ist Social Proof, und es funktioniert.

Aber: Fälsche keine Zertifizierungen. Amazon prüft das und sperrt dein Konto, wenn du lügst.

8. Optimiere für Mobile - das ist 60% deines Traffics

Die meisten Amazon-Käufer sind auf dem Handy. Dein A+ Content muss auf einem 5-Zoll-Bildschirm funktionieren. Das bedeutet:

- Bilder müssen hochauflösend sein (mindestens 1000x1000 Pixel, besser 1500x1500).
- Text muss groß genug sein - mindestens 14pt, besser 16pt.
- Keine Wand-von-Text-Module. Kurze Absätze, viel Whitespace.
- Videos sollten vertikal oder quadratisch sein, nicht im Breitbildformat.

Ich teste meine A+ Content immer auf meinem iPhone, bevor ich sie live schalte. Wenn ich auf dem Handy scrollen muss, um den Text zu lesen, ist das Modul zu groß.

9. Vermeide die Top-Fehler, die deine Conversion zerstören

Nach acht Jahren Unterricht und vier Jahren Amazon-Verkauf kenne ich die Fehler, die immer wieder passieren:

Fehler 1: Zu viele Module. Ich sehe Produktseiten mit 10+ A+ Modulen. Das ist Überload. Käufer scrollen sich zu Tode und kaufen nicht. Meine Regel: Maximal 6 Module, idealerweise 4-5.

Fehler 2: Schlechte Bildqualität. Ein unscharfes Foto oder ein Foto mit schlechtem Licht zerstört deine Glaubwürdigkeit. Investiere in einen guten Fotografen oder lerne, selbst zu fotografieren. Ein billiges Ringlight kostet 30 Euro und macht einen riesigen Unterschied.

Fehler 3: Zu viel Verkaufssprache. "Kaufe jetzt!" in jedem Modul wirkt aufdringlich. Erzähl eine Geschichte, und der Verkauf kommt von selbst.

Fehler 4: Keine Größenvergleiche. Bei Instrumenten ist Größe wichtig. Ein Modul, das zeigt, wie groß das Keyboard neben einer Tasse Kaffee ist, oder wie ein 61-Tasten-Keyboard neben einem 88-Tasten-Keyboard aussieht, ist unbezahlbar.

Fehler 5: Keine Antwort auf häufige Fragen. Wenn dein Produkt USB-Anschluss hat, aber 50% deiner Fragen sind "Hat es USB?", dann beantworte die Frage in der A+ Content. Nicht in den Bulletpoints, sondern prominent in einem Modul.

10. Messe deine Ergebnisse und iteriere

A+ Content ist nicht "set and forget". Du musst messen, was funktioniert.

Seller Central zeigt dir, wie viele Käufer deine A+ Content sehen ("Impressions") und wie viele klicken oder kaufen ("Conversion Rate"). Wenn deine Conversion Rate unter 3% liegt, ist etwas falsch. Die Durchschnitt liegt bei 5-8% für Instrumente.

Ich überarbeite meine A+ Content alle 3 Monate. Wenn ein Modul nicht performt, entferne ich es. Wenn ein Video gut läuft, erstelle ich mehr Videos. Das ist kontinuierliche Optimierung, und das ist der Unterschied zwischen Anfängern und professionellen Verkäufern.

Ein konkretes Beispiel: Mein erstes Keyboard-Listing hatte ein Modul mit "Alle 800 Sounds aufgelistet". Das war ein Fehler - niemand scrollt durch 800 Sounds. Ich habe das Modul gelöscht und durch "Top 10 Sounds für Anfänger" ersetzt. Die Conversion ist um 15% gestiegen.

11. Arbeite mit Designern oder Tools, wenn du unsicher bist

Nicht jeder ist ein Designer. Wenn du dich nicht wohl fühlst mit A+ Content, gibt es Alternativen:

- Amazon-Vorlagen: Amazon bietet dir vorgefertigte Templates im Brand Content Manager. Die sind nicht kreativ, aber sie funktionieren.
- Freelancer: Auf Fiverr oder Upwork findest du A+ Content Designer für 100-300 Euro pro Produktseite. Das ist eine Investition, aber wenn du 50 Produkte hast, lohnt sich das.

- Agenturen: Es gibt spezialisierte Amazon-Agenturen, die A+ Content erstellen. Das kostet mehr (500-2000 Euro), aber die Qualität ist höher.

Ich habe beide Wege gegangen. Meine ersten Keyboards habe ich selbst gemacht. Jetzt, wo ich mehr Produkte habe, arbeite ich mit einem Freelancer zusammen, der meine Bilder und Videos in A+ Module umwandelt. Das spart mir Zeit und die Qualität ist besser.

12. Integriere A+ Content mit deiner SEO-Strategie

A+ Content ist nicht nur für Konversion. Es hilft auch bei der Amazon-SEO. Wenn du Keywords in deinen A+ Überschriften und Texten nutzt, rankt dein Produkt besser.

Beispiel: Wenn du ein Anfänger-Keyboard verkaufst und das Keyword "Keyboard für Anfänger" ist wichtig für dich, dann nutze das Keyword in deinem ersten A+ Modul: "Das beste Keyboard für Anfänger: Realistische Tasten, 800 Sounds, USB-MIDI."

Aber: Keyword-Stuffing funktioniert nicht. Amazon ist schlau genug, um das zu erkennen. Nutze Keywords natürlich, nicht erzwungen.

13. Teste verschiedene Layouts und Reihenfolgen

Die Reihenfolge deiner Module ist wichtig. Ich nutze diese Struktur:

- Modul 1: Hook + Bild ("Warum dieses Keyboard?")
- Modul 2: Video (Sound + Features)
- Modul 3: Specifications (Tabelle)
- Modul 4: Größenvergleiche oder Farboptionen
- Modul 5: "Was ist im Lieferumfang enthalten?"
- Modul 6: "Für wen ist dieses Keyboard geeignet?" (Anfänger, Fortgeschrittene, Schulen)

Diese Reihenfolge funktioniert, weil sie eine Geschichte erzählt: Was ist das? Wie klingt/sieht es aus? Was kann es technisch? Wie groß ist es? Was bekomme ich? Für wen ist es?

Aber: Jedes Produkt ist anders. Teste verschiedene Reihenfolgen und schau, welche die beste Conversion hat.

14. Nutze A+ Content auch für Wettbewerbsvorteil

Wenn deine Konkurrenten keine A+ Content haben, hast du einen großen Vorteil. Das ist die Realität: Viele Amazon-Verkäufer nutzen A+ Content nicht, weil sie nicht wissen, dass es existiert oder wie man es macht.

Ich sehe das regelmäßig: Ich verkaufe das gleiche Keyboard wie drei andere Verkäufer. Aber meine Seite hat A+ Content mit Video und Spezifikationen. Meine Conversion ist 3x höher als die der Konkurrenz. Das ist kein Zufall.

Wenn du gerade anfängst, mit A+ Content, hast du einen 6-Monats-Fenster, bevor deine Konkurrenz das auch macht. Nutze diese Zeit, um deine Conversion zu maximieren und deine Rankings zu verbessern.

15. Aktualisiere deine A+ Content regelmäßig - besonders bei neuen Modellen

Instrumente ändern sich. Neue Modelle kommen, alte werden diskontinuiert. Deine A+ Content muss aktuell sein.

Ich überarbeite meine Keyboard-Listings, wenn ein neues Modell rauskommt. Ich aktualisiere die Sounds-Liste, die Farben, die Verpackung. Ein veraltetes Foto oder eine falsche Spezifikation zerstört dein Vertrauen bei Käufern.

Außerdem: Wenn du ein Produkt überarbeitest, nutze die Gelegenheit, um die A+ Content zu optimieren. Vielleicht hast du jetzt ein besseres Video oder bessere Fotos. Nutze das.

Bonus-Tipp: Die psychologische Kraft von Vorher-Nachher-Modulen

Ein Modul, das ich oft unterschätze sehe, ist das "Vorher-Nachher"-Modul. Das funktioniert bei Audio-Interfaces, Mikrofonen und Mixing-Geräten besonders gut.

Beispiel: Du verkaufst ein Audio-Interface. Modul zeigt zwei Setups nebeneinander: Links ein Setup ohne Interface (Laptop + Mikrofon direkt), rechts das Setup mit deinem Interface. Mit kurzen Texten: "Ohne Interface: Hintergrundgeräusche, schlechte Latenz, unprofessioneller Sound. Mit unserem Interface: Kristallklarer Sound, professionelle Aufnahmequalität, niedrige Latenz."

Das ist nicht manipulativ - es ist ehrlich und hilft dem Käufer zu verstehen, warum er dein Produkt braucht. Und es konvertiert extrem gut. Meine Audio-Interface-Listings mit diesem Modul haben eine Conversion-Rate von 12%, während meine Keyboard-Listings ohne dieses Modul bei 7% liegen.

Fazit: A+ Content ist dein Verkaufsraum auf Amazon

Amazon A+ Content ist nicht optional, wenn du Instrumente und Audiotechnik verkaufst. Es ist dein Verkaufsraum, deine Chance, eine Geschichte zu erzählen und Vertrauen aufzubauen.

Die Investition ist klein - ein paar Stunden deiner Zeit oder 200-300 Euro für einen Designer. Der Return ist groß: 20-30% höhere Conversion, bessere Rankings, zufriedenere Käufer.

Starte mit 4-5 Modulen. Nutze ein Hook-Modul, ein Video-Modul, eine Spezifikations-Tabelle und zwei weitere Module für Details. Messe deine Ergebnisse. Optimiere. Wiederhole.

Das ist nicht kompliziert. Es ist nur eine andere Art, dein Produkt zu präsentieren. Und wenn du es richtig machst, werden deine Käufer es lieben - genau wie mein Schüler, der das Keyboard bei Amazon gekauft hat, weil die Seite professioneller aussah.