

# Google vs. Amazon SEO 2026: Wo Musikinstrument-Händler investieren

Direkter Vergleich: Welche Plattform bringt mehr organischen Traffic für Dein Musikgeschäft

Sandra Kreutz · 19.08.2026

---

## Die Realität beim Suchen nach Gitarren und Keyboards

Letzte Woche saß mir in der Unterrichtsstunde ein Schüler gegenüber - Marco, Mitte 30, kauft gerade seine erste eigene Akustikgitarre. Ich fragte ihn, wie er sich informiert. Ohne zu zögern: "Ich google das, schau mir Reviews an, vergleiche Preise auf Amazon." Das ist die typische Customer Journey, die ich im Moment ständig beobachte. Niemand sucht mehr nur auf einer Plattform. Aber hier liegt genau die Falle für viele Musikinstrument-Händler: Sie investieren ihre SEO-Budgets nicht strategisch, sondern überall gleichzeitig.

Die Frage, die sich jeder Shopbetreiber stellt, ist berechtigt: Soll ich meine Kraft in Google-Ranking stecken oder mich lieber auf Amazon konzentrieren? 2026 ist diese Entscheidung kritischer denn je, weil die Algorithmen auf beiden Plattformen deutlich anspruchsvoller geworden sind. Wer falsch wählt, verschwendet Zeit und Geld.

In diesem Artikel vergleiche ich beide Systeme nicht theoretisch, sondern aus der Perspektive eines Händlers, der konkrete Verkäufe braucht. Ich zeige Dir, welche Plattform für Dein Musikgeschäft realistisch mehr Traffic bringt und wo Du Dein Budget sinnvoller einsetzt.

## Google SEO: Das Vertrauen der Entdecker

### Wie Google-Suche für Musikinstrumente funktioniert

Google ist immer noch der erste Ort, wo Menschen etwas Neues entdecken. Wenn jemand "beste Anfänger-Akustikgitarre unter 300 Euro" googelt, hat er noch keine Kaufentscheidung getroffen. Er recherchiert. Das ist die Stärke von Google: Hier passiert die Inspiration und die Informationsbeschaffung.

Für Musikinstrument-Shops bedeutet das konkret: Ein gut optimierter Artikel über "Welche Gitarre passt zu mir" oder "Keyboard vs. Synthesizer" kann Dir monatlich 500 bis 2000 Besucher bringen - Menschen, die Google vertrauen und auf Deine Website klicken, weil sie Dein Ranking verdient haben. Die Conversion-Rate ist oft niedriger (3-8 %), aber dafür ist die Besucherzahl potenziell unbegrenzt.

Das Problem: Google-SEO ist langfristig. Mein Erfahrung zeigt, dass es 4-8 Wochen dauert, bis ein neuer Artikel bei relevanten Keywords auftaucht. Für ein junges Musikgeschäft ist das eine Geduldsprobe.

## Ranking-Chancen und Wettbewerb

Der Wettbewerb auf Google ist hart. Große Musikmagazine wie Thomann oder Sweetwater

dominieren viele Keywords. Aber es gibt Nischen. Lokale Begriffe funktionieren hervorragend: "Gitarrenunterricht Berlin Mitte" oder "Keyboard-Shop Hamburg" haben weniger Konkurrenz und konvertieren besser, weil sie lokale Kaufabsicht zeigen.

Meine Empfehlung: Starte mit Long-Tail-Keywords, die 100-500 monatliche Suchanfragen haben. "Beste Anfänger-Akustikgitarre" ist zu breit. "Anfänger-Akustikgitarre für kleine Hände unter 250 Euro" ist Dein Spielfeld. Dort kannst Du in 3-4 Monaten auf Position 1-3 rankern.

## **Traffic-Qualität und Besucherdauer**

Google-Besucher haben Zeit. Sie lesen Deine Artikel, vergleichen, denken nach. Das ist gut für Content-Marketing, aber die Kaufentscheidung findet oft noch nicht statt. Viele Besucher landen auf Deiner Website, lesen Deinen Vergleich von Keyboards und kaufen dann... auf Amazon.

Das ist frustrierend, aber es ist die Realität. Google-Traffic ist wertvoll für Markenaufbau und Sichtbarkeit. Für direkte Verkäufe ist es weniger zuverlässig. Hier zeigt sich: Google-SEO ist eine langfristige Investition in Deine Autorität, nicht ein schneller Umsatzhebel.

## **Amazon SEO: Die Plattform der Käufer**

### **Wie Amazon-Suche für Musikinstrumente funktioniert**

Amazon ist anders. Wenn jemand dort sucht, hat er bereits eine Kaufabsicht. Er tippt "Yamaha Akustikgitarre" oder "MIDI Keyboard 88 Tasten" ein - und er will kaufen, nicht recherchieren. Das ist der entscheidende Unterschied zu Google.

Der Amazon-Algorithmus (A9) berücksichtigt vor allem Verkaufsgeschwindigkeit, Reviews, Preis und Relevanz. Wenn Dein Produkt die letzten 7 Tage 50 Verkäufe gemacht hat und gute Reviews hat, rankt es höher. Das ist brutal einfach und gleichzeitig brutal effektiv.

Konkret: Ein Keyboard mit 4,5 Sternen und 200 Reviews wird fast automatisch auf Seite 1 rankern, wenn der Preis konkurrenzfähig ist. Du brauchst keine langen Artikel oder kreative Texte. Du brauchst Verkäufe.

## **Ranking-Chancen auf Amazon**

Hier ist die gute Nachricht für neue Händler: Amazon ist demokratischer als Google. Du brauchst keine Domain-Autorität. Ein brandneues Keyboard-Angebot kann morgen Platz 3 bei "Keyboard Anfänger" rankern, wenn es gut konvertiert.

Das schlechte: Der Wettbewerb ist intensiver. Nicht nur Deine Konkurrenten aus dem lokalen Musikgeschäft spielen mit. Große Distributoren, Markenhersteller, Dropshipper - alle sind auf Amazon. Die Margen sind oft kleiner, weil Amazon 15 % Provision nimmt und der Preisdruck größer ist.

Meine Beobachtung: Auf Amazon funktionieren Best-Seller und Klassiker am besten. Wenn Du eine Yamaha C40 Anfänger-Gitarre anbietest, wirst Du ranken. Wenn Du ein unbekanntes Keyboard von einem chinesischen Hersteller verkaufen willst, wirst Du

Probleme haben.

## **Traffic-Qualität und Konversionsrate**

Amazon-Besucher sind Käufer. Die Konversionsrate ist 10-25 % - deutlich höher als bei Google. Das Problem: Es ist nicht Dein Besucher. Es ist Amazons Besucher, der auf Deinem Angebot landet, weil Amazon ihn dorthin geschickt hat.

Das bedeutet: Der Traffic ist zwar qualitativ hochwertig, aber Du hast wenig Kontrolle und wenig Daten. Du weißt nicht, wer Dich gekauft hat, warum er gekauft hat, ob er wieder kommt. Amazon behält diese Informationen.

## **Direkter Vergleich: Die wichtigsten Faktoren**

### **Welche Plattform für welche Situation?**

#### **Google SEO ist die richtige Wahl, wenn...**

Du ein Musikgeschäft mit eigener Marke aufbauen möchtest. Wenn "Dein Name" Vertrauen bedeuten soll, nicht nur "Amazon-Verkäufer XYZ". Google-SEO schafft diesen Vertrauensvorteil über Zeit.

Du lokale Kunden erreichen willst. Ein Musikgeschäft in München kann mit "Gitarrenunterricht München" oder "Keyboard-Reparatur München" Google dominieren. Amazon ist hier nutzlos.

Du Content-Marketing betreiben kannst. Wenn Du regelmäßig Artikel über Gitarren-Tipps, Keyboard-Tricks oder Studioteknik schreiben kannst, schaffst Du echten Wert. Das funktioniert bei Google, nicht auf Amazon.

Du Geduld hast. Google ist kein Sprint. Aber nach 6-12 Monaten hast Du einen Asset, der Dir Jahre lang Traffic bringt - kostenlos.

#### **Amazon SEO ist die richtige Wahl, wenn...**

Du schnell Umsatz brauchst. Amazon bringt in 4-8 Wochen messbare Verkäufe. Das ist psychologisch wichtig für neue Shops.

Du Standard-Produkte verkaufst. Gitarren, Keyboards, Mikrofone - Produkte, die Amazon-Nutzer aktiv suchen. Nischen funktionieren hier weniger gut.

Du keine Website-Infrastruktur aufbauen möchtest. Amazon ist ein vollständiges System: Payment, Logistik, Kundenservice. Du brauchst nur Produkte und gute Angebote.

Du mit kleinerem Budget startest. Du brauchst keine teuren SEO-Tools oder Content-Agenturen. Ein gutes Produktfoto, eine optimierte Beschreibung und etwas Amazon-Advertising - fertig.

## **Meine persönliche Empfehlung für 2026**

Aus meiner Erfahrung im Unterricht und beim Kauf von Gebrauchtinstrumenten sehe ich, wie Menschen wirklich einkaufen: Sie googeln zuerst, um sich zu informieren. Dann gehen sie zu Amazon, um zu kaufen. Das ist die Realität.

Meine Empfehlung ist deswegen eine Kombination, aber mit klarer Priorität:

Phase 1 (Monate 1-3): Starte auf Amazon. Baue 10-20 Produkte auf, optimiere Titel und Beschreibungen, sammle erste Reviews und Verkäufe. Das gibt Dir schnelle Validierung und Cashflow.

Phase 2 (Monate 3-6): Parallel starte Google-SEO mit 2-3 strategischen Artikeln pro Monat. Konzentriere Dich auf Long-Tail-Keywords, die zu Deinen Amazon-Produkten passen. Ein Artikel über "Anfänger-Keyboards unter 300 Euro" kann Traffic zu Deinen Amazon-Listings bringen.

Phase 3 (Monate 6+): Baue Deine eigene Website auf. Nutze Google-SEO, um Autorität zu schaffen. Verlinke zu Deinen Amazon-Listings. Das ist kein Widerspruch - es ist Strategie. Du bist nicht abhängig von einer Plattform.

Das konkrete Beispiel: Ein Keyboard-Shop in Berlin könnte mit "Yamaha PSR-E373 Anfänger-Keyboard" auf Amazon starten (hohe Konversion). Parallel schreibt er einen Google-Artikel über "Welches Keyboard für Anfänger - Kaufguide 2026" (hoher Traffic). In diesem Artikel empfiehlt er sein Amazon-Angebot. Nach 6 Monaten rankt er bei Google und hat eine stabile Amazon-Präsenz. Das ist Synergie.

Die Wahrheit ist: 2026 brauchst Du beide Plattformen. Aber nicht gleichzeitig mit gleicher Intensität. Starte mit Amazon für schnelle Wins. Investiere parallel in Google für langfristiges Wachstum. Und baue gleichzeitig Deine eigene Marke auf - das ist das einzige, das Dir wirklich gehört.