

Evergreen-Inhalte vs. aktuelle Themen

Langfristiger Trend:
Hybride Strategien



Hybride Content-Strategien: Laut einer Studie von HubSpot berichten 64 % der Unternehmen, die sowohl Evergreen- als auch aktuelle Themen verwenden, von einer deutlichen Verbesserung ihrer Sichtbarkeit und des Engagements.

Diese Unternehmen kombinieren beispielsweise langlebige Leitfäden mit regelmäßigen Updates zu aktuellen Branchentrends

Langfristiges Wachstum: Eine Untersuchung von Semrush zeigt, dass Blogs, die Evergreen-Content mit regelmäßigen Updates und neuen Trends ergänzen, 50 % mehr organischen Traffic generieren als Blogs, die sich nur auf einen der beiden Ansätze konzentrieren.

SEO

SEO-Vorteile: Evergreen-Inhalte sind besonders gut für die Suchmaschinenoptimierung (SEO) geeignet. Eine Studie von Ahrefs zeigt, dass 90 % des Traffics langfristig durch Inhalte generiert wird, die eine stabile und beständige Nachfrage bedienen.

ROI

Kosten-Nutzen-Effizienz: Unternehmen berichten, dass Evergreen-Inhalte in der Regel einen höheren Return on Investment (ROI) erzielen, da sie einmal erstellt werden und über Jahre hinweg Traffic und Leads generieren können.

Engagement

Kurzfristiges Engagement: Eine Studie von BuzzSumo zeigt, dass aktuelle Themen und Inhalte oft eine 2–3-mal höhere kurzfristige Engagement-Rate haben, insbesondere in sozialen Netzwerken.

Positionierung

Schnelle Positionierung als Branchenführer: Laut Content Marketing Institute nutzen 62 % der Unternehmen aktuelle Themen, um sich als Experten zu positionieren und kurzfristig große Aufmerksamkeit zu erlangen



Die Zukunft der Content-Strategie liegt in einer intelligenten Mischung aus Evergreen-Inhalten und aktuellen Themen. Unternehmen, die auf diese hybride Strategie setzen und ihre Inhalte kontinuierlich aktualisieren und anpassen, werden langfristig die besten Ergebnisse erzielen. Dabei wird der Einsatz von KI eine immer größere Rolle spielen, um diese Strategien effizient und automatisiert umzusetzen.

Trends und Echtzeit-Content



Kurzfristiger Traffic durch aktuelle Inhalte: Laut BuzzSumo haben aktuelle Themen das Potenzial, den kurzfristigen Traffic um das Zwei- bis Dreifache zu steigern, vor allem durch Social-Media und virale Effekte.

Live-Inhalte und Echtzeit-Marketing: Mit dem Wachstum von Plattformen wie TikTok und Instagram Live wird Echtzeit-Content eine zunehmend zentrale Rolle spielen. Eine Studie von Wyzowl prognostiziert, dass Video-Content, insbesondere Live-Videos, in den kommenden Jahren 82 % des gesamten Internetverkehrs ausmachen werden.