

## SO FUNKTIONIERT DIGITALES MARKETING

# Immergrüne Inhalte



Einmal arbeiten und dabei Inhalte generieren, die für immer Traffic generieren – das ist „Evergreen Content“.

Shutterstock



von  
Max Mangifesta\*

Im Online Marketing hat sich in den vergangenen Jahren ein Marketing-Begriff etabliert, der für zeitlose Inhalte steht: „Evergreen Content“. Doch was ist das, und können Inhalte im Netz wirklich ohne Anpassungen zum Traffic-Goldesel werden?

„Evergreen Content“ bezeichnet Inhalte im Netz, die nicht nur zeitlos sind, sondern für die jeweilige Zielgruppe einen außerordentlichen Mehrwert darstellen. Deshalb werden sie auch regelmäßig gelesen und geteilt, was wiederum dauerhafte Traffic-Ströme erzeugt. Grundsätzlich ist es wie bei einem Evergreen-Musikstück.

Von einem „Evergreen Content“ spricht man, wenn er 3 Eigenschaften aufweist: Er muss zeitlos sein und kein Trendthema behandeln, er hat eine hohe Relevanz für die Zielgruppe und er beschäftigt sich mit Problemlösungen der Zielgruppe. Wenn Inhalte diese 3 Eigenschaften aufweisen, dann haben sie das Potenzial zum Evergreen. Meist sind es Anleitungen, häufig gestellte Fragen (FAQs), Tutorials, Interviews, Produktberichte oder Ratgeber.

Eines der besten Beispiele stellt Wikipedia dar: Hier beruhen die Inhalte meist auf Fakten, die nicht nur dauerhaft gültig, sondern noch lange nach Veröffentlichung von Interesse für die Leser sind. Bestehende Einträge werden bei Bedarf sofort aktualisiert. Wenn beispielsweise eine in Wikipedia genannte Person stirbt, heiratet oder Kinder bekommt, wird das oft fast in Echtzeit angepasst, damit der Eintrag weiterhin der relevanteste bleibt. Das gleiche gilt für historische Geschehnisse, Anleitungen, Ratgeber und vieles mehr.

Das Gegenteil von zeitlos ist

topaktuell, trendy und vergänglich. Und genau hier liegt das Problem: Während saisonale Themen und Trends meist kurze Zeit nach Veröffentlichung abflauen und somit auch Traffic verlieren, halten Evergreens langfristig immer ein bestimmtes Level an Besucherzahlen.

## Vom Inhalt zum Evergreen Content

Und das hat wiederum positive Auswirkungen auf die Suchmaschinenoptimierung. Wenn Content-Marketing-Artikel permanenten Traffic-Fluss erzeugen, signalisiert das Google, dass diese Inhalte sehr relevant für die User sind und ein sehr gutes Suchergebnis darstellen. Das bedeutet wiederum, dass Google und andere Suchmaschinen die Internetseite besser bewerten und in den Suchergebnissen nach oben befördern, dass die Markenbekanntheit gesteigert wird und dass auch mehr Shares, Interaktionen und Links auf sozialen Ka-

nälen und Blogs generiert werden.

Wenn sich bestimmte Inhalte auf einer Webseite im Laufe der Zeit als Evergreens herauskristallisieren, also wenn über bestimmte Artikel regelmäßig Traffic generiert wird, dann ist Content-Pflege angesagt. Zwar gibt es Dauerbrenner, die ohne jegliches Zutun immer einen gewissen Traffic erzeugen. Um aber das Beste herauszuholen, sollten die Artikel von Zeit zu Zeit einem Check unterzogen werden. Denn auch zeitlose Themen können Staub ansammeln.

Dabei reicht es aber nicht, nur das Veröffentlichungsdatum zu aktualisieren. Sobald der Artikel dann auf dem neuesten Stand ist, sollte überprüft werden, ob alle SEO-relevanten Faktoren wie Keywords stimmen und auch das Snippet dementsprechend anpassen. Danach heißt es, den Traffic zu beobachten. Das ist wichtig, denn nur so kann entsprechend reagiert werden.

Im Grunde ist „Evergreen Con-

tent“ nur eine andere Bezeichnung für Inhalte, die dauerhaft Mehrwert für den User darstellen, also keine Trends aufgreifen und dadurch Traffic erzeugen. Ein großer Vorteil von zeitlosen Inhalten ist auch, dass sie in regelmäßigen Abständen wiederholt über Social Media geteilt werden können. Allerdings sollte auf den sozialen Medien nicht ganz auf Trendthemen verzichtet werden. Sie zeigen den Usern nämlich, dass man am Puls der Zeit ist und Ahnung von der Branche hat. Außerdem können mit etwas Aufwand auch Trendthemen zu dauerhaft relevanten Trafficbringern gemacht werden. Das Wichtigste dabei ist, dass sich zeitlose und zeitlich begrenzte Themen die Waage halten.

© Alle Rechte vorbehalten

\* Max Mangifesta ist Webmarketing-Berater bei Südtirol Online Marketing.

@ max.mangifesta@suedtirolonline.com

wenns um  
Verpackung geht

Tel. 0471 202 855 / info@canins.com



schöner schenken

Geschenkpapier, Schleifen  
und Accessoires für die  
schönste Zeit des Jahres.  
Verpackungen mit Herz.

IHR VERPACKUNGSSPEZIALIST SEIT 1963

CANINS