

BUBBLE-COCKPIT

Anwenderdokumentation

Alle Funktionen, die Kontakt-Karte und jeder Bereich der Navigation

Mehr als ein CRM: Kontakte pflegen, Beiträge beobachten, eigene Sichtbarkeit planen.

Stand 22.Oktober 2026

Inhaltsverzeichnis

1 Mehr als ein CRM	4
1.1 Was das Cockpit zusätzlich leistet	4
1.2 Die fünf Säulen.....	4
1.3 Ihre Daten bleiben bei Ihnen	5
2 Erste Schritte.....	6
2.1 Start und Datenordner.....	6
2.2 Light und Pro.....	6
2.3 Die Oberfläche	6
2.4 Ein typischer Arbeitstag	6
3 Die Kontakt-Karte.....	7
3.1 LinkedIn.....	7
3.2 Zuordnung: Bubbles, Produkte & Dienste	7
3.3 Ziel & Strategie.....	8
3.4 Branding.....	8
3.5 Kontaktplanung.....	8
3.6 Profil.....	9
3.7 Einordnung und weitere Kanäle	10
3.8 Anlässe, Aufgaben, Notiz und Verlauf	10
3.9 Stufen und Kennzeichen im Überblick.....	10
4 Die Bereiche der Navigation.....	11
4.1 Dashboard.....	11
4.2 Heute dran	11
4.3 Demnächst	12
4.4 Kontakte.....	12
4.5 Zu sichten	12
4.6 Topic Watch	12
4.7 Meine Postings.....	13
4.8 Bubbles	15
4.9 Aufgaben.....	15
4.10 Geblockt.....	15
4.11 Workflows.....	15
4.12 Kampagnen	16
4.13 Vertriebs-Anlässe	17
4.14 Text-Library.....	17
4.15 Produkte & Dienste.....	17
4.16 Ziele.....	18
4.17 Strategie.....	18
4.18 Branding.....	18
4.19 Verlauf.....	18
4.20 Statistik	18
4.21 Dokumentation & Hilfe.....	18
4.22 Einstellungen.....	19
5 So greifen die Bereiche ineinander	20

5.1 Vom Beitrag zum Kontakt	20
5.2 Vom eigenen Beitrag zur Beziehungspflege	20
5.3 Vom Anlass zum Auftrag	20
5.4 Von der Zielgruppe zur Kampagne	20
6 Datensicherung und Datenschutz	21
6.1 Sicherung, Papierkorb und Export	21
6.2 Datenschutz	21
7 Lizenz, Geräte und Hilfe	22
7.1 Lizenz aktivieren	22
7.2 Ablauf und Verlängerung	22
7.3 Kontakt zum Anbieter	22
Register	23

1 Mehr als ein CRM

Wer „Kontaktverwaltung“ hört, denkt an ein CRM: Adressen, Notizen, vielleicht eine Pipeline. Das Bubble-Cockpit enthält all das, aber es ist auf eine andere Frage gebaut: Wie bleibe ich bei den richtigen Kontakten sichtbar und im Gedächtnis, ohne dass es im Alltag untergeht?

Ein klassisches CRM wartet darauf, dass Sie Daten eintragen. Das Bubble-Cockpit arbeitet in die andere Richtung: Es sagt Ihnen jeden Tag, wen Sie heute ansehen, kommentieren oder ansprechen sollten, und hält fest, was daraus geworden ist.

1.1 Was das Cockpit zusätzlich leistet

Aspekt	Klassisches CRM	Bubble-Cockpit
Ausgangspunkt	Datensatz mit Stammdaten	Beziehung mit Ziel, Rhythmus und nächstem Termin
Tagesarbeit	Suche und Filter	Liste „Heute dran“ mit festem Tagespensum
Gruppen	Segmente und Listen	Bubbles: Zielgruppen, die Sie bewusst aufbauen
Eigene Inhalte	Meist nicht enthalten	Meine Postings: Redaktionsplan mit Auswertung
Fremde Inhalte	Nicht enthalten	Topic Watch: Beiträge und Diskussionen beobachten
Ansprache	E-Mail-Vorlagen	Text-Library, Workflows, Kampagnen mit Target-List
Wirkung	Pipeline-Berichte	Statistik, Tagesziele, Arbeitszeit, Verlauf
Daten	Beim Anbieter in der Cloud	In Ihrem eigenen Ordner auf Ihrem Rechner

1.2 Die fünf Säulen

- **Sichten:** Statt einen Feed zu scrollen, rufen Sie gezielt die Beiträge Ihrer Kontakte auf. Der Beitragsfeed eines Kontakts zeigt, was er zuletzt gepostet hat, ohne dass er einen Profilbesuch bemerkt.
- **Wiedervorlage:** Jeder Kontakt hat einen Rhythmus. Nach jedem Vermerk berechnet das Cockpit den nächsten Termin und verteilt die Last auf freie Arbeitstage.
- **Bubbles:** Kontakte lassen sich zu Zielgruppen bündeln: Wunschkunden, Multiplikatoren, Presse, Partner. Eine Bubble zeigt, wo Sie sichtbar sind und wo noch Lücken sind.
- **Eigene Sichtbarkeit:** In „Meine Postings“ planen Sie eigene Beiträge, ordnen sie Themen, Bubbles und Produkten zu, informieren erwähnte Kontakte und werten die Ergebnisse aus.
- **Beobachten:** In „Topic Watch“ halten Sie fremde Beiträge, Diskussionen, Events und Anlässe fest und kommen zum richtigen Zeitpunkt darauf zurück.

1.3 Ihre Daten bleiben bei Ihnen

Das Cockpit läuft im Browser (Chrome oder Edge) und speichert alle Kontaktdaten in einem Ordner, den Sie selbst wählen. Es gibt keinen Server, an den Kontakt- oder Beitragsdaten übertragen werden. Nur die Lizenzdaten (Schlüssel, Geräteerkennung, Bestelldaten) werden online geprüft. Mehr dazu in Kapitel 6.

2 Erste Schritte

2.1 Start und Datenordner

Öffnen Sie das Cockpit in Chrome oder Edge. Beim ersten Start wählen Sie einen Datenordner. Dort legt das Cockpit für jeden Kontakt eine eigene Datei an, außerdem Unterordner für Topic Watch, Meine Postings, Kampagnen und Bilder. Sie können den Ordner jederzeit wechseln („Einstellungen › Datenordner“).

Ohne Ordner läuft das Cockpit im Demo-Modus mit Beispieldaten. So lässt sich alles ausprobieren, ohne etwas zu speichern. Mit „Demo beenden“ wechseln Sie zum echten Arbeiten.

2.2 Light und Pro

Die Light-Version enthält alle Funktionen, ist aber auf 10 Kontakte, 10 Einträge in Topic Watch und 10 eigene Postings begrenzt. Die Pro-Lizenz hebt diese Grenzen auf (zwei Geräte, ein Jahr Laufzeit). Der Knopf „Light · Upgrade auf Pro“ in der linken Leiste zeigt den Stand und öffnet die Lizenz.

2.3 Die Oberfläche

Links steht die Navigation, rechts der jeweilige Bereich. Hinter den Bereichen stehen kleine Zahlen: offene Sichtungen, fällige Aufgaben, Wiedervorlagen. Rot hinterlegte Zahlen bedeuten „heute fällig oder überfällig“.

- Mit „Reihenfolge anpassen“ unter der Navigation ziehen Sie Bereiche an die gewünschte Stelle oder verschieben sie mit den Pfeiltasten.
- Das Info-Symbol neben den Feldern der Kontakt-Karte erklärt das Feld, sobald Sie mit der Maus darüberfahren oder es anklicken.
- Unter „Dokumentation & Hilfe“ hinterlegen Sie eigene Anleitungen als Links und finden die Feldhilfe sowie eine Datenschutz-Checkliste.
- Das Erscheinungsbild (hell, dunkel oder automatisch) stellen Sie in den Einstellungen ein.

2.4 Ein typischer Arbeitstag

- Dashboard öffnen: Tagesziele, Aufgaben, Vorschläge und Wiedervorlagen auf einen Blick.
- „Heute dran“ abarbeiten: Beiträge der fälligen Kontakte lesen, kommentieren, Kontakt vermerken.
- Neue Kontakte in „Zu sichten“ einordnen und mit „Fertig“ in den Rhythmus geben.
- In Topic Watch Wiedervorlagen prüfen, in Meine Postings den nächsten Beitrag vorbereiten.
- Am Ende zeigt die Statistik Arbeitszeit und Tagesziel.

3 Die Kontakt-Karte

Die Kontakt-Karte öffnet sich, wenn Sie in einer Liste auf einen Kontakt klicken oder einen neuen anlegen. Sie ist in Gruppen gegliedert. Jedes Feld hat ein Info-Symbol mit Kurzhilfe. Die Karte zeigt außerdem Kennzeichen neben dem Namen: Verbindungsebene, Geschäftsbeziehung und ob Sie dem Kontakt nur folgen.

3.1 LinkedIn

Feld	Bedeutung
Profil-Link	Link zum LinkedIn-Profil (linkedin.com/in/...). Daraus werden Beitragsfeed, Reaktionen-Feed, Name und Land vorgeschlagen. Ein Profilaufruf ist für den Kontakt sichtbar. Zum Sichten ist der Beitragsfeed besser geeignet.
Beitragsfeed	Seite mit den Beiträgen des Kontakts. Sie wird beim Sichten geöffnet und zeigt, was der Kontakt zuletzt gepostet hat.
Reaktionen-Feed	Zeigt, worauf der Kontakt reagiert hat. Gut, um Themen und Umfeld des Kontakts zu erkennen.
Follower	Anzahl der Follower laut Profil. Das Datum wird automatisch gesetzt, jede Änderung kommt in den Verlauf. So sehen Sie das Wachstum seit dem ersten und dem letzten Eintrag.
LinkedIn-Nutzung	Ihre Einschätzung, wie aktiv der Kontakt ist: Null, Gering, Mittel oder Hoch. Sie hilft zu entscheiden, ob Kommentare und Nachrichten dort ankommen. In der Kontaktliste filterbar.
Verbunden seit	Datum der Vernetzung. Wird automatisch gesetzt, wenn Sie unter „Zurück kam“ auf „Vernetzungsanfrage“ klicken, und beim CSV-Import aus der Spalte „Verbunden seit“ übernommen.

3.2 Zuordnung: Bubbles, Produkte & Dienste

Feld	Bedeutung
Bubbles	Die Gruppen, zu denen der Kontakt gehört. Mehrere sind möglich. Überschneidungen zeigt der Bereich Bubbles.
Produkte & Dienste	Welche Ihrer Angebote zu diesem Kontakt passen. Kampagnen schlagen Kontakte für die Target-List danach vor.

3.3 Ziel & Strategie

Feld	Bedeutung
Ziel	Was Sie mit diesem Kontakt erreichen wollen. Vor der Vernetzung z. B. Wahrnehmung oder Vernetzung, danach z. B. „Top of Mind“, Kennenlerngespräch oder Auftrag. Unabhängig von der Vernetzung: „Themenquelle“, also ein Kontakt, der interessante Themen setzt. Die Ziel-Arten legen Sie im Bereich Ziele fest.
Ziel bis	Optionalster Termin, bis wann das Ziel erreicht sein soll.
Ziel konkret	Das Ziel in einem Satz greifbar machen, z. B. „Workshop KI-Recherche im Frühjahr“.
Strategie	Die feste Vorgehensweise, mit der Sie an den Kontakt herankommen wollen. Strategien legen Sie im Bereich Strategie an, ihre Schritte erscheinen dann hier. Ein leeres Ziel und ein leeres Branding-Bild werden aus der Strategie übernommen.

3.4 Branding

Feld	Bedeutung
Vorlage übernehmen	Vorlagen aus dem Bereich Branding. Ein Klick übernimmt den Text ins Branding-Bild, Platzhalter wie {Firma} werden mit den Daten des Kontakts gefüllt.
Branding-Bild	Wie Sie bei diesem Kontakt erscheinen wollen und was dabei das Ziel ist. Steht auf den Karten und in Kampagnen als Erinnerung vor jedem Kontakt.

3.5 Kontaktplanung

Feld	Bedeutung
Workflow	Startet einen Ablauf für diesen Kontakt, z. B. nach einer angenommenen Vernetzung, und führt Schritt für Schritt durch.
Verbindung	Ebene der Verbindung: digital vernetzt, telefoniert bzw. per Call gesprochen oder persönlich getroffen. Ein Call oder Treffen ist ein neues Level und erscheint als Kennzeichen neben dem Namen.
Geschäft	Die Geschäftsbeziehung: Lead, Interessent (Anfrage liegt vor), Kunde, ehemaliger Kunde, Kunde beim Wettbewerb (Ablöse-Kandidat), Kooperation / Partner, Presse / Medien, Lieferant, Wettbewerb, Persönliches Umfeld oder „Kein Kontakt erwünscht“. Letztere erscheinen nicht in der Kampagnen-Auswahl und in Vernetzungsvorschlägen.
Stufe	Wie weit die Beziehung ist: beobachtet, interagiert, wahrgenommen, vernetzt, im Gespräch oder geblockt. Die Stufe steigt automatisch, wenn Sie Kontakte vermerken.

Feld	Bedeutung
Priorität	Hoch, Mittel oder Niedrig. Bestimmt mit, in welcher Reihenfolge der Kontakt in „Heute dran“ erscheint.
Rhythmus	Wie oft Sie den Kontakt sichten oder ansprechen wollen. Nach jedem vermerkten Kontakt wird der nächste Termin daraus berechnet.
Nächster Kontakt	Wann der Kontakt wieder in „Heute dran“ erscheint. Termine werden automatisch auf freie Arbeitstage verteilt. „Heute“ holt den Kontakt direkt in die heutige Sichtung. Sonntage bleiben frei, außer Sie lassen in den Einstellungen von Hand eingeplante Sonntage zu.
Ich folge (Follower)	Einschalten, wenn Sie dem Kontakt folgen, ohne vernetzt zu sein. Die Karte zeigt dann „Follower“.
Zielkontakt	Zentrum einer Bubble: ein Kontakt, über den Sie die ganze Gruppe erreichen wollen. In „Heute dran“ lässt sich danach filtern.
Aktiv	Ausschalten pausiert den Kontakt. Er erscheint nicht mehr in „Heute dran“, bleibt aber gespeichert.

3.6 Profil

Feld	Bedeutung
Info-Feld	Text aus dem Abschnitt „Info“ des LinkedIn-Profiles. Zugeklappt zeigt es die ersten Sätze. Die Suche findet den Inhalt.
Name	Vor- und Nachname. In Texten der Text-Library stehen {Vorname}, {Nachname} und {Name} als Platzhalter bereit.
Position	Aktuelle Rolle des Kontakts. Platzhalter {Position}.
Firma	Unternehmen des Kontakts. Platzhalter {Firma}, auch in Branding-Vorlagen.
Sprache	Sprache für Kommentare und Nachrichten. Passende Texte aus der Text-Library werden zuerst angeboten.
Land	Wird aus dem Profil-Link vorgeschlagen. Für Filter und Übersichten.
E-Mail	E-Mail-Adresse, z. B. für Kampagnen über den Kanal E-Mail.
Telefon	Telefonnummer für Anrufe aus Kampagnen oder Workflows.
Adresse	Postanschrift, frei formuliert.
Stadt	Die Stadt als eigenes Feld, zum Filtern in „Heute dran“ und in der Kontaktliste, z. B. vor einem Termin vor Ort. Steht in der Adresse „PLZ Ort“, wird die Stadt vorgeschlagen.
Bundesland / Kanton	Bundesland (Deutschland, Österreich) oder Kanton (Schweiz). Passt zum gewählten Land und setzt es bei Bedarf mit.

3.7 Einordnung und weitere Kanäle

Feld	Bedeutung
Branche	Freie Angabe. Bereits verwendete Branchen werden vorgeschlagen.
Themen	Worüber der Kontakt schreibt, mit Komma getrennt. Kampagnen gleichen ihr Thema damit ab.
Webseite	Erscheint als Symbol auf der Karte.
Instagram	@name oder Link. Erscheint als farbiger Knopf in „Heute dran“.
YouTube	@kanal oder Link. Erscheint als farbiger Knopf in „Heute dran“.

3.8 Anlässe, Aufgaben, Notiz und Verlauf

Feld	Bedeutung
Vertriebs-Anlässe	Beobachtete Ereignisse bei diesem Kontakt, z. B. eine gepostete Markenmeldung, mit Belegen, Phasen und Wiedervorlage. Siehe Abschnitt 4.13.
Aufgaben	Aufgaben mit Termin zu diesem Kontakt. Alle offenen Aufgaben stehen in der Liste „Aufgaben“.
Notiz & Kontaktverlauf	Freie Notiz, z. B. „postet meist dienstags“. Darunter steht der Kontaktverlauf: jede Ansprache mit Datum und Art. Erwähnungen aus eigenen Postings sind als „Mein Posting“ markiert.
Topic Watch (n)	Alle Beiträge aus Topic Watch, die mit diesem Kontakt verknüpft sind, z. B. als Autor oder Kommentator.
Meine Postings (n)	Eigene Beiträge, in denen der Kontakt erwähnt oder informiert wird.
Kampagnen (n)	Kampagnen, in deren Target-List der Kontakt steht.

3.9 Stufen und Kennzeichen im Überblick

Begriff	Bedeutung
Stufen	beobachtet → interagiert → wahrgenommen → vernetzt → im Gespräch; „geblockt“ steht für Kontakte, die Sie nur über einen zweiten Account ansehen.
Verbindung	Vernetzt (digital), Call / Telefon, Persönlich.
Kontaktarten im Verlauf	Nachricht, InMail, Erwähnung (im Beitrag markiert), Kommentar, E-Mail, Anruf.
Resonanz	Eine Rückmeldung des Kontakts, z. B. Antwort oder Vernetzungsanfrage. Die Statistik zählt sie getrennt.

4 Die Bereiche der Navigation

Dieses Kapitel folgt der Reihenfolge in der linken Leiste. Sie lässt sich über „Reihenfolge anpassen“ ändern, die Nummerierung hier bleibt gleich.

4.1 Dashboard

Die Startseite zeigt Kacheln für alles, was heute zählt. Welche Kacheln erscheinen und in welcher Reihenfolge, stellen Sie mit „Anpassen“ am Seitenende ein. Dort legen Sie auch die Startseite fest (Dashboard oder „Heute dran“), die Anzahl der Einträge je Kachel und die Tagesmengen.

Kachel	Inhalt
Tagesziele	Fortschritt gegenüber den festgelegten Tageszielen.
Heute dran	Die ersten fälligen Kontakte.
Aufgaben	Fällige und überfällige Aufgaben.
Vorschläge: Vernetzungsanfragen	Kontakte, bei denen sich eine Anfrage lohnt.
Zielvorschläge	Wer noch nicht vernetzt ist, mit wem Sie aber schon länger über Kommentare und Likes im Austausch sind.
Zu sichten – Tagespensum	Stand der täglichen Sichtung neuer Kontakte.
Topic Watch – sichten	Fällige Wiedervorlagen aus Topic Watch.
Meine Postings	Wochenziel, Beiträge der nächsten 7 Tage und Hinweis auf fehlende Zahlen.
Anstehende Events	Events aus Topic Watch mit Termin.
Vertriebs-Anlässe	Offene und fällige Anlässe.
Kampagnen	Noch anzusprechende Kontakte je Kampagne.

4.2 Heute dran

Die wichtigste Arbeitsliste. Oben stehen drei Zahlen: heute fällig, heute erledigt und die Kontakte der nächsten 7 Tage. Darunter folgen Wiedervorlagen aus Aufgaben, Topic Watch und Kampagnen und dann die fälligen Kontakte als Karten.

- Jede Karte zeigt Name, Position, Firma, Bubbles, Fälligkeit und die Links zum Beitragsfeed und zu weiteren Kanälen.
- Ein Vermerk (Kommentar, Nachricht, Erwähnung, E-Mail, Anruf, Like) setzt den nächsten Termin nach dem Rhythmus des Kontakts und hebt die Stufe an.
- „Abarbeiten“ führt Kontakt für Kontakt durch die Liste, bis alles erledigt ist.
- „Ansicht anpassen“ legt Filter, Reihenfolge und eine kompakte Darstellung fest, z. B. nach Bubble, Land, Stadt, Bundesland, Zielkontakt oder Verbindung.
- Die Sortierung folgt der Priorität. Wer überfällig ist, steht weit oben und trägt den Hinweis „Seit n Tagen fällig“.

4.3 Demnächst

Vorschau auf die nächsten 7, 14 oder 30 Tage mit allen geplanten Kontakten, nach Tag gruppiert. Filter nach Bubble und Land. Ein Balkendiagramm „Auslastung“ zeigt die Sichtungen je Tag im Vergleich zur Kapazität. Ist der durchschnittliche Bedarf höher als die Kapazität, erscheint der Hinweis „zu hoch“. Dann helfen weniger Kontakte, längere Rhythmen oder „Jetzt ausgleichen“ in den Einstellungen.

4.4 Kontakte

Die vollständige Liste aller Kontakte mit Suche und Filtern.

- **Neu anlegen:** Einzeln über die Karte, oder mit „Mehrere erfassen“ viele Namen oder Profil-Links auf einmal einfügen.
- **CSV importieren:** Der LinkedIn-Export lässt sich einlesen. Das Cockpit zeigt vorab, wie viele Kontakte neu angelegt und welche ergänzt werden.
- **Dubletten prüfen:** Findet mögliche Paare. Beim Zusammenführen bleiben Kontaktverlauf, Bubbles, Postings und Foto erhalten, leere Felder werden aufgefüllt. „Keine Dublette“ merkt sich Ihre Entscheidung.
- **Filter:** Stufe, Geschäft, Verbindung, Bubble, Produkt, Land, Sprache, LinkedIn-Nutzung und mehr.

4.5 Zu sichten

Neue und noch nicht eingeordnete Kontakte landen zuerst hier. Ordnen Sie bei Bedarf Bubbles und Produkte zu (beides ist kein Muss) und schließen Sie mit „Fertig“ ab. Erst dann wird der Kontakt mit der Lastverteilung eingeplant und erscheint in „Heute dran“. „Nicht relevant“ nimmt den Kontakt aus der Planung.

- Die „Zufallsauswahl heute“ legt jeden Tag eine feste Auswahl fest, so viele wie Ihr Tagespensum vorsieht.
- Das Tagespensum legen Sie in den Tageszielen fest (Standard: 20).
- In den Einstellungen lässt sich „Zu sichten“ abschalten. Dann werden alle Kontakte sofort eingeplant.

4.6 Topic Watch

Topic Watch ist Ihr Beobachtungsposten für fremde Beiträge. Sie erfassen einen Beitrag mit Link, halten fest, warum er wichtig ist, und lassen sich zur richtigen Zeit daran erinnern. Der Bereich hieß früher „Postings“.

Schnellerfassung

Oben in der Liste tragen Sie Link, Titel, Art und Bubble ein und klicken auf „Erfassen“. Mit „Mit Details ...“ öffnet sich die vollständige Karte. Ist ein Beitrag schon erfasst, springt das Cockpit zum vorhandenen Eintrag.

Die Arten eines Eintrags

Art	Zweck
Bubble-Analyse	Beitrag aus einer Bubble ansehen und beurteilen: Wer kommentiert, welche Themen laufen?
Noch kommentieren	Beitrag, den Sie noch kommentieren wollen.
Mitdiskutieren – dranbleiben	Laufende Diskussion. Nach „Gesehen“ kommt der Eintrag nach 2 Tagen wieder.
Eigener Beitrag – Kommentare verfolgen	Ihr eigener Beitrag. Das Cockpit erinnert nach 2 Tagen, damit Sie Kommentare beantworten und neue Kontakte entdecken. Entsteht auf Wunsch automatisch aus „Meine Postings“.
Verfolgen – virale Diskussion / Sachverhalt	Beitrag mit großer Dynamik. Wiedervorlage nach 3 Tagen.
Benchmark / Inspiration	Gute Beispiele zum Lernen.
Event – Bubble beobachten / besetzen	Veranstaltung mit Termin (auch mehrtägig) und Themenfeld. „Beobachten“ heißt: Wer ist da, wer redet mit wem. „Besetzen“ heißt: selbst sichtbar werden und das Thema prägen. Ohne eigene Wiedervorlage kommt das Event am Termin in „Heute dran“.
Vertriebs-Anlass	Ereignis wie eine gepostete Markenmeldung. Daraus entsteht ein Vertriebs-Anlass beim Kontakt (siehe 4.13).
Sonstiges	Alles andere.

Felder und Status

Feld	Bedeutung
Link, Titel	Adresse und Name des Beitrags.
Autor	Wer hat es gepostet? Bekannte Kontakte werden automatisch verknüpft.
Wiedervorlage am	Datum, an dem der Eintrag wieder in „Heute dran“ erscheint. Dazu „Was ist zu tun?“ als Gedächtnisstütze.
Bubbles	Mehrere möglich. Vor allem für die Bubble-Analyse, bei Events die Bubble, die Sie beobachten oder besetzen wollen.
Status	Neu, In Bearbeitung, Kommentiert, Erledigt, Verworfen.
Kommentatoren	Die Kontakte, die den Beitrag kommentiert haben. Wer noch nicht angelegt ist, lässt sich direkt als Kontakt aufnehmen.
Notiz	Freitext, z. B. „viele aus der KI-Szene“.

Die Liste filtern Sie nach Status (u. a. „Wiedervorlage fällig“ und „Offen“), Art, Bubble und Text. Sortiert wird nach neu, alt, Wiedervorlage, Event-Termin, Status oder Autor.

4.7 Meine Postings

Der Redaktionsplan für Ihre eigenen Beiträge auf LinkedIn (bis 3.000 Zeichen), Instagram (2.200) und YouTube (5.000). Jeder Beitrag ist eine Datei im Datenordner, Bilder liegen im Ordner „bilder“.

Die vier Ansichten

Ansicht	Was sie zeigt
Liste	Alle Beiträge mit Status-Chips (Idee, In Arbeit, Geplant, Veröffentlicht, „Zahlen fehlen“), Filtern nach Kanal, Sprache, Thema, Bubble, Produkt und Branding sowie Suche. Überfällige Termine sind markiert.
Kalender	Monatsraster von Montag bis Sonntag. Beiträge per Drag & Drop auf einen anderen Tag ziehen, mit „+“ einen neuen anlegen. Unter „Ohne Termin“ liegen Beiträge ohne Datum. Wird eine Idee auf einen Tag gezogen, wird sie „Geplant“. Fällt das Datum weg, wird aus „Geplant“ wieder „In Arbeit“.
Auswertung	Kennzahlen für 30, 90, 365 Tage oder alles: veröffentlichte Beiträge, Reichweite, durchschnittliche Interaktionsrate ((Likes + Kommentare) / Reichweite), geplante Beiträge und Ideen. Dazu ein Bubble-Diagramm der besetzten Felder, Reichweite nach Wochentag, die Top 5 und die Lernlisten „Was hat funktioniert?“ und „Was hat nicht funktioniert?“.
Themen	Ober- und Unterthemen mit Anzahl der Beiträge. Anlegen, umbenennen und löschen. Löschen nimmt nur die Zuordnung weg, die Beiträge bleiben.

Der Editor

Feld	Bedeutung
Titel, Text	Der Titel dient nur dem Plan. Ein Zeichenzähler warnt bei Überschreitung des Kanal-Limits. Texte gibt es in Deutsch und Englisch.
Baustein einfügen	Fügt Textbausteine (Signatur, Hashtags) aus der Text-Library ein. Auf Wunsch werden sie automatisch angehängt und beim Wechsel von Kanal oder Sprache getauscht.
Text kopieren	Legt den Text in die Zwischenablage, zum Einfügen in LinkedIn.
Bild	Per Drag & Drop, Strg+V oder Dateiauswahl. Das Bild wird auf höchstens 2.000 Pixel verkleinert.
Planung	Status, Datum, Uhrzeit und Link zum veröffentlichten Beitrag. „Mein Beitragsfeed“ führt direkt zu Ihren Beiträgen.
Kommentare verfolgen	Bei Status „Veröffentlicht“ mit Link legt das Cockpit einen Eintrag „Eigener Beitrag“ in Topic Watch an. Erste Wiedervorlage am nächsten Tag, danach alle zwei Tage.
Reichweite & Erfahrung	Abrufe, Likes, Kommentare mit Stand-Datum sowie „Was hat funktioniert?“ und „Was hat nicht funktioniert?“. Der Block erscheint bei „Veröffentlicht“.

Feld	Bedeutung
Einordnung	Ober- und Unterthema, Bubbles, Produkte und Branding-Vorlage. Neue Bubbles und Produkte lassen sich hier anlegen.
Kontakte informieren	Kontakt suchen und per Markieren oder E-Mail informieren („@Name kopieren“, „Mail schreiben“). Mit dem Haken „erledigt“ wird beim Speichern ein Eintrag „Erwähnung“ oder „E-Mail“ im Kontaktverlauf angelegt. Die Stufe steigt mindestens auf „interagiert“.
Für anderen Kanal übernehmen	Erzeugt eine Kopie für LinkedIn, Instagram oder YouTube mit Text, Bild, Einordnung und Kontakten, aber ohne Datum, Link und Zahlen.
Löschen	Der Beitrag liegt 30 Tage im Papierkorb.

Profil und Ziele

Unter „Einstellungen › Mein Profil“ hinterlegen Sie Name, LinkedIn-Profil, Instagram, YouTube, Webseite und ein Profilbild. Daraus entstehen die Links „Mein Beitragsfeed“. Als Tagesziel gibt es „Eigene Postings veröffentlicht“, das Dashboard zeigt das Wochenziel an.

4.8 Bubbles

Bubbles sind Gruppen rund um einen Zielkontakt, ein Thema oder eine Branche. Jede Bubble zeigt Name, Priorität, die Zahl der Kontakte, offene Einträge in Topic Watch und das Ziel der Gruppe.

- „Kontakte anzeigen“ öffnet die Liste der Mitglieder.
- Neue Bubbles legen Sie hier an oder direkt in der Kontakt-Karte, im Editor von Meine Postings und in Topic Watch.
- Kontakte können in mehreren Bubbles sein. Die Überschneidungen sind sichtbar.
- Das Bubble-Diagramm in „Meine Postings › Auswertung“ zeigt, welche Bubbles Sie in Ihren Beiträgen schon bedient haben.

4.9 Aufgaben

Aufgaben mit Termin, entweder hier angelegt oder direkt in der Kontakt-Karte, etwa „Studie schicken“. Filter nach Status, gruppiert nach Fälligkeit, erledigte Aufgaben stehen darunter. Fällige Aufgaben erscheinen in „Heute dran“ und im Dashboard, überfällige färben die Zahl in der Navigation rot.

4.10 Geblockt

Für Kontakte, die Sie nur über einen zweiten Account ansehen dürfen oder wollen. Sie haben die Stufe „geblockt“ und zählen nicht zur Tageskapazität. Die Liste zeigt, wer heute dran ist, und „Link kopieren“ legt den Link zum Öffnen im zweiten Account in die Zwischenablage. Darunter steht der Blick auf die nächsten 7 Tage.

4.11 Workflows

Abläufe führen Schritt für Schritt durch wiederkehrende Situationen, zum Beispiel nach einer angenommenen Vernetzung. Das Cockpit bringt Standard-Abläufe mit. Mit dem Editor passen Sie sie an, duplizieren sie oder legen neue an.

Schritt	Wirkung
Link erfassen	Profil-Link einfügen, Kontakt anlegen oder finden, optional Stufe und „Verbunden seit“ setzen.
InMail / Nachricht	Text aus der Text-Library kopieren und senden. Kanal: InMail, LinkedIn-Nachricht oder E-Mail.
Bubbles & Produkte	Kontakt einordnen.
Ziel & Rhythmus	Ziel, Rhythmus, Priorität und Branding-Bild festlegen.
Folgeaufgaben	Aufgaben mit Abstand in Tagen anlegen, z. B. einen Beitrag kommentieren (nach 7 Tagen) und eine Mehrwert-Information senden (nach 21 Tagen).
Notiz	Kurze Notiz zum Kontakt.

Unterbrochene Abläufe stehen in der Liste mit „Fortsetzen“ oder „verwerfen“.

4.12 Kampagnen

Eine Kampagne verbindet ein Vertriebs- oder Content-Ziel, etwa einen eigenen Beitrag, der bestimmte Kontakte erreichen soll, mit einer handverlesenen Target-List. Jede Ansprache landet als Vermerk im Kontaktverlauf.

Feld	Bedeutung
Anlegen	Name, Ziel, Produkte & Dienste, Themen (mit Komma getrennt), Start, Ende und Notiz.
Kontakte auswählen	Auswahl mit Filtern nach Bubble, Stufe, Produkt, Thema, Land und Sprache. Passende Kontakte stehen oben. Geblockte Kontakte und „Kein Kontakt erwünscht“ sind ausgenommen.
Target-List	Höchstens so viele Kontakte, wie in den Einstellungen festgelegt. Je Kontakt wählen Sie den Kanal: LinkedIn-Nachricht, InMail, im Beitrag markieren, beim Kontakt kommentieren, E-Mail oder Telefon. Der Knopf „Angesprochen“ vermerkt die Ansprache, „Nochmals“ erlaubt eine weitere.
Markieren	Für Beiträge: „Alle Namen kopieren“. In LinkedIn „@“ tippen, den Namen eingeben und den Vorschlag anklicken, denn eingefügter Text wird nicht von selbst zur Markierung.
Kontaktsperre	Warnt bei der Auswahl, wenn ein Kontakt innerhalb der eingestellten Tage schon direkt angesprochen wurde (Nachricht, Markierung, E-Mail, Anruf, Kampagne). Likes und normale Kommentare zählen nicht.
Abschluss	Abgeschlossene Kampagnen stehen in einem eigenen Abschnitt.

4.13 Vertriebs-Anlässe

Ein Anlass ist ein beobachtetes Ereignis bei einem Kontakt, z. B. eine gepostete Markenmeldung. Er entsteht meist aus einem Eintrag der Art „Vertriebs-Anlass“ in Topic Watch, steht im Profil des Kontakts und läuft durch Phasen bis zum Ergebnis.

Feld	Bedeutung
Arten	Mitgeliefert: Markenmeldung gepostet, Anfrage eingegangen, Jobwechsel / neue Position, Firmengründung. Jede Art hat eigene Belege, Phasen, passende Produkte, einen Textvorschlag und eine Wiedervorlage in Tagen.
Phasen	Z. B. Kommentiert, Diskussion läuft, Angebot platziert, Vernetzung (auch Telefonat).
Ergebnis	Auftrag, Kein Bedarf oder Später wieder.
Wirkung auf den Kontakt	„Anfrage eingegangen“ setzt den Kontakt auf „Interessent“, das Ergebnis „Auftrag“ macht ihn zum Kunden.
Löschen	Wird der zugehörige Eintrag in Topic Watch gelöscht, bleibt der Anlass im Profil stehen und lässt sich dort von Hand löschen.

4.14 Text-Library

Texte für InMails, Nachrichten nach der Vernetzung, Vernetzungsanfragen, Postings und Kommentare. „Kopieren“ legt den Text in die Zwischenablage. Platzhalter wie {Vorname}, {Nachname}, {Name}, {Position} und {Firma} werden ersetzt, wenn Sie den Text bei einem Kontakt kopieren.

Kategorie	Einsatz
Nach der Vernetzung	Erste Nachricht nach angenommener Anfrage.
Vernetzungsanfrage	Begleittext zur Anfrage (höchstens 300 Zeichen).
InMail, Nachricht	Ansprache ohne Längenbegrenzung.
Posting	Entwürfe für Beiträge (bis 3.000 Zeichen).
Kommentar	Kommentarvorlagen (bis 1.250 Zeichen).
Textbaustein	Signatur und Hashtags für „Meine Postings“, auf Wunsch automatisch angehängt.
Sonstiges	Alles andere.

4.15 Produkte & Dienste

Ihre Angebote. Jedes hat Name, Kurzbeschreibung, optional einen Link und eine Notiz („Für wen passt das? Typische Einstiegsfrage?“). Ordnen Sie Produkte Kontakten zu, damit Kampagnen passende Kontakte oben anzeigen. In Meine Postings lassen sich Produkte einem Beitrag zuordnen.

4.16 Ziele

Hier legen Sie die Ziel-Arten fest, aus denen Sie in der Kontakt-Karte wählen: „Noch nicht vernetzt“ (Sichtbarkeit), „Vernetzt“ (im Gedächtnis bleiben, ins Geschäft kommen) und „Unabhängig von der Vernetzung“ (z. B. Themenquelle). Zu jedem Ziel sehen Sie, wie viele Kontakte es verfolgen.

Zusätzlich:

- Hinweise auf Kontakte, die schon vernetzt sind, aber noch ein Ziel vor der Vernetzung haben, und auf Kontakte im Austausch, die noch nicht vernetzt sind.
- Die Verbindungsebenen (vernetzt, Call, persönlich) mit der Zahl der Kontakte je Ebene.
- Die Tagesziele: was Sie täglich oder wöchentlich fest erreichen wollen, z. B. 3 Kommentare und 5 Vernetzungsanfragen. Zählbar sind Kommentare, Likes, Anfragen, Nachrichten, Kontakte aus „Heute dran“, eingeordnete Kontakte, Topic-Watch-Einträge, eigene Postings, erledigte Aufgaben und Kontakte insgesamt.

4.17 Strategie

Strategien sind feste Vorgehensweisen für bestimmte Kontakte. In der Kontakt-Karte wählen Sie unter „Ziel“ eine Strategie, ihre Schritte stehen dann beim Kontakt. Ein leeres Ziel oder Branding-Bild wird aus der Strategie übernommen.

4.18 Branding

Vorlagen für das Branding-Bild: Wie wollen Sie bei bestimmten Kontakten erscheinen, und was ist dabei das Ziel? In der Kontakt-Karte übernehmen Sie eine Vorlage mit einem Klick und passen sie an. Platzhalter wie {Firma} werden gefüllt. In Meine Postings dient eine Vorlage als Branding eines Beitrags.

4.19 Verlauf

Das Protokoll aller Ansprachen, nach Tag gruppiert (die letzten 150 Einträge). Oben stehen die Zahlen der letzten 7 Tage je Art und die erhaltene Resonanz. Ein Klick auf den Namen öffnet die Kontakt-Karte. Ansprachen aus Kampagnen tragen den Kampagnennamen.

4.20 Statistik

Zeigt, wie viel Zeit Sie im Cockpit arbeiten und was dabei herauskommt.

- Kacheln für heute, diese Woche und diesen Monat: Arbeitszeit, Zahl der Kontakte und Minuten pro Kontakt.
- Tagesziele und Aktivität im Vergleich zum Ziel.
- Balkendiagramm der Arbeitszeit über 14 Tage, 12 Wochen oder 12 Monate. Gezählt wird aktive Zeit. Nach 5 Minuten ohne Aktivität hält der Zähler an.
- Auslastung: Bedarf pro Tag im Vergleich zur Kapazität.

- Tabelle je Zeitraum mit Arbeitszeit, Sitzungen, Kontakten, Arten, Resonanz, neuen Kontakten und Postings.

4.21 Dokumentation & Hilfe

Sammlung eigener Anleitungen als Links (Google Docs, Videos, PDF, Webseiten), die sich in einem neuen Tab öffnen. Dazu die Erklärung aller Felder der Kontakt-Karte und eine Datenschutz-Checkliste (Rechtsgrundlage, Information der Betroffenen, Datensparsamkeit, besondere Daten).

4.22 Einstellungen

Bereich	Funktion
Mein Profil	Name, LinkedIn, Instagram, YouTube, Webseite und Profilbild. Daraus entstehen die Links „Mein Beitragsfeed“.
Darstellung	Hell, dunkel oder automatisch.
Planung & Lastverteilung	Höchstzahl der Sichtungen und neuen Kontakte pro Tag, von Hand eingeplante Sonntage, „Jetzt ausgleichen“ verteilt Termine neu, „Dubletten prüfen“.
Kampagnen	Höchstzahl Kontakte pro Target-List und Kontaktsperre in Tagen.
Tagesmengen	Zielvorschläge pro Tag, Tagesmengen für Topic Watch und Bubble-Postings sowie die Schwellen für Zielvorschläge: Mindestzahl an Kommentaren und Likes und wie lange der erste Kontakt zurückliegt.
Tagesziele & Aktivität	Tagesmengen, Ziele und Verlauf.
Datenordner	Ordner wählen, wechseln, neu einlesen, Demo beenden.
Sicherung	Siehe Kapitel 6.
Impressum	Angaben des Anbieters mit Links zu Nutzungsbedingungen und Datenschutzhinweisen.

5 So greifen die Bereiche ineinander

5.1 Vom Beitrag zum Kontakt

- In Topic Watch erfassen Sie einen Beitrag mit Kommentatoren, die als Kontakte angelegt werden.
- Neue Kontakte erscheinen in „Zu sichten“. Dort ordnen Sie Bubble und Produkt zu und geben sie mit „Fertig“ in den Rhythmus.
- Ab dann erscheinen sie in „Heute dran“, mit Ziel, Branding und passenden Texten aus der Text-Library.

5.2 Vom eigenen Beitrag zur Beziehungspflege

- In Meine Postings planen Sie einen Beitrag und ordnen Thema, Bubble und Produkt zu.
- Sie informieren erwähnte Kontakte. Die Erwähnung erscheint im Verlauf des Kontakts, die Stufe steigt, der nächste Termin richtet sich nach dem Rhythmus.
- Nach der Veröffentlichung läuft der Beitrag als „Eigener Beitrag“ in Topic Watch weiter. Kommentare beantworten Sie, neue Kommentatoren werden Kontakte.
- Die Auswertung zeigt, welche Themen und Bubbles Reichweite bringen.

5.3 Vom Anlass zum Auftrag

- Ein Beitrag der Art „Vertriebs-Anlass“ erzeugt einen Anlass beim Kontakt.
- Der Anlass führt durch die Phasen (kommentieren, diskutieren, Angebot platzieren). Die Wiedervorlage bringt Sie zur richtigen Zeit zurück.
- „Anfrage eingegangen“ macht den Kontakt zum Interessenten, „Auftrag“ zum Kunden.

5.4 Von der Zielgruppe zur Kampagne

- Bubbles und Produkte bündeln Kontakte nach Zielgruppe und Angebot.
- Eine Kampagne schlägt passende Kontakte vor. Sie stellen die Target-List zusammen und vermerken jede Ansprache.
- Die Kontaktsperre schützt vor doppelter Ansprache, der Verlauf dokumentiert alles.

6 Datensicherung und Datenschutz

6.1 Sicherung, Papierkorb und Export

Feld	Bedeutung
Tägliche Sicherung	Beim ersten Öffnen am Tag legt das Cockpit eine ZIP-Sicherung im Datenordner an. Aufbewahrt werden die letzten 14 Tage sowie je Woche und je Monat die neueste Sicherung.
Sicherung außerhalb	Das Cockpit erinnert regelmäßig (Standard: 14 Tage) daran, eine Sicherung außerhalb des Datenordners abzulegen. Ein Ausrufezeichen an „Einstellungen“ zeigt, dass sie fällig ist.
Papierkorb	Gelöschte Kontakte, Einträge und Beiträge bleiben 30 Tage im Papierkorb und lassen sich zurückholen.
Wiederherstellen	Aus einer Sicherung lassen sich ganze Bestände oder einzelne Einträge zurückholen.
Export	Excel- oder CSV-Datei mit sieben Blättern: Kontakte, Topic Watch, Meine Postings, Kontaktverlauf, Kampagnen, Aufgaben und Vertriebs-Anlässe.

6.2 Datenschutz

Ihre Daten liegen in Ihrem Ordner. Das Cockpit überträgt keine Kontakt- oder Beitragsdaten an einen Server. Damit sind Sie für die Verarbeitung der Daten Dritter selbst verantwortlich. Beachten Sie:

- **Rechtsgrundlage:** Berufliche Kontaktpflege stützt sich meist auf das berechtigte Interesse (Art. 6 Abs. 1 lit. f DSGVO). Dokumentieren Sie kurz Ihre Abwägung.
- **Information:** Bei Daten, die Sie nicht beim Betroffenen erheben, gilt Art. 14 DSGVO. Nehmen Sie die Verarbeitung in Ihre Datenschutzerklärung auf.
- **Datensparsamkeit:** Erfassen Sie nur, was Sie brauchen, und halten Sie Notizen sachlich.
- **Besondere Daten:** Keine Angaben zu Gesundheit, Religion, politischer Meinung oder Ähnlichem.

Nutzungsbedingungen und Datenschutzhinweise des Anbieters finden Sie auf den Seiten zum Bubble-Cockpit. Diese Hinweise ersetzen keine Rechtsberatung.

7 Lizenz, Geräte und Hilfe

7.1 Lizenz aktivieren

- Knopf „Light · Upgrade auf Pro“ in der linken Leiste anklicken.
- Lizenzschlüssel eingeben und aktivieren. Der Schlüssel gilt für zwei Geräte, etwa PC und Notebook.
- Der Knopf zeigt danach „Pro bis ...“. Über denselben Dialog melden Sie ein Gerät wieder ab.

7.2 Ablauf und Verlängerung

Bei abgelaufener oder gesperrter Lizenz gilt wieder die Light-Version. Alle Daten bleiben erhalten, nur das Anlegen neuer Datensätze über die Grenzen hinaus ist nicht möglich. Die Verlängerung erfolgt ohne neuen Schlüssel.

7.3 Kontakt zum Anbieter

Fragen zum Bubble-Cockpit beantwortet die Datenbank Informationsdienst, Michael Klems, Hindelanger Str. 35, 87527 Sonthofen (Allgäu), Telefon 08321-780.77.99, E-Mail info@infobroker.de.

Register

Die Seitenzahlen verweisen auf die Stelle, an der der Begriff erklärt wird. Ein Klick auf die Zahl springt dorthin.

A

Abarbeiten	11
Aktiv (Kontakt pausieren)	8
Anlass	17, 12
Arbeitszeit	18
Aufgaben	15, 10
Auslastung	12, 18
Auswertung (Meine Postings)	13

B

Beitragsfeed	7, 4
Benchmark	12
Bild (Meine Postings)	13
Branding	8, 18
Bubble-Analyse	12
Bubble-Diagramm	13
Bubbles	7, 15

C

CSV-Import	12
------------------	----

D

Dashboard	11
Datenordner	6, 19
Datenschutz	21, 18
Demo-Modus	6
Dubletten	12, 19

E

E-Mail (Kontaktfeld)	9
Editor (Meine Postings)	13
Events	12, 11
Export	21

F

Feldhilfe	6, 18
Firma	9
Follower	7, 8

G

Geblockt	15, 10
----------------	--------

Geschäftsbeziehung	8
H	
Heute dran	11
I	
Interessant	8, 17
K	
Kalender (Meine Postings)	13
Kampagnen	16
Kanal (Ansprache)	16, 10
Kommentatoren.....	12
Kontakt-Karte.....	7
Kontakte informieren.....	13
Kontaktsperre	16, 19
Kontaktverlauf	10, 18
Kunde	8, 17
L	
Light-Version	6, 22
Lizenz.....	6, 22
M	
Mein Profil.....	13, 19
Meine Postings.....	13
N	
Nächster Kontakt	8
Navigation	6, 11
P	
Papierkorb.....	21
Platzhalter	17
Priorität	8
Pro-Lizenz	6, 22
Produkte & Dienste.....	7, 17
R	
Redaktionsplan	13
Resonanz	10, 18
Rhythmus	8, 4
S	
Sicherung	21
Stadt	9
Statistik	18

Status (Topic Watch).....	12
Strategie.....	8, 18
Stufe	8, 10

T

Tagesziele.....	11, 18, 19
Target-List	16
Text-Library	17
Textbausteine	13, 17
Themen (Meine Postings)	13
Topic Watch	12

V

Verbindung.....	8, 18
Verlauf.....	18
Vertriebs-Anlässe	17

W

Wiedervorlage.....	12, 4
Workflows	15

Z

Ziel.....	8, 18
Zielkontakt	8
Zu sichten	12
Zufallsauswahl.....	12