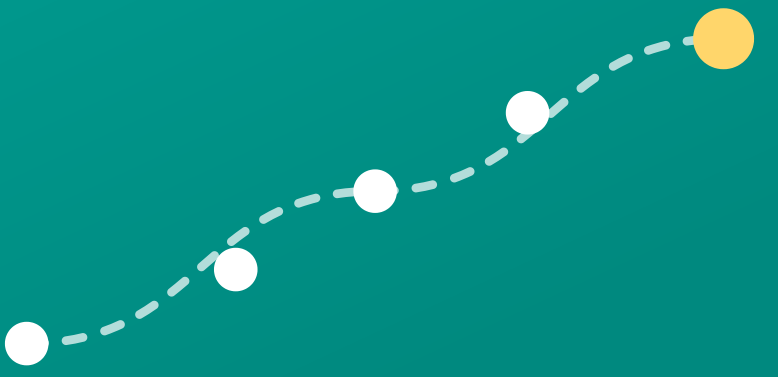
PLAYBOOK

Eine Wissensplattform aufbauen

Mit CAMPUS und INTERVIEWER: vom ersten Gedanken bis zum ersten Bericht an die Geschäftsleitung



Acht S · CAMPUS · INTERVIEWER

WORUM ES GEHT

Kein Handbuch. Ein Fahrplan.

Wissen, das in Köpfen und verstreuten Ordnern liegt, kostet jeden Tag Zeit. Dieses Playbook zeigt dir, wie daraus eine Wissensplattform wird, die dein Team wirklich nutzt: wie du dein Vorhaben planst, wen du dafür brauchst, mit welchen Inhalten du startest, wie der erste Go-Live gelingt und woran du und deine Vorgesetzten erkennen, dass es sich gelohnt hat.

Begleitet wirst du von Mara und Jonas aus dem erfundenen Unternehmen Butterfly Effect. Die beiden schaffen genau das in sechs Wochen, mit allen Umwegen, die dazugehören.

Danach weißt du,

- ✓ wie du dein Vorhaben planst und dein Team aufstellst
- ✓ welche Inhalte zuerst kommen und wie der Go-Live gelingt
- ✓ woran du Erfolg erkennst und wie du darüber berichtest

Inhalt

VORAB

0 Bevor du anfängst 5

ENTSCHEIDEN

1 Erkennen und entscheiden 9

2 Das Vorhaben planen 15

AUFBAUEN

3 Team und Rollen 22

4 Inhalte und Struktur 29

5 Pilot und erster Go-Live 35

BETREIBEN

6 Nach dem Go-Live 41

7 Erfolg messen und berichten 46

ÜBERSICHT

8 Auf einen Blick 51

VORWORT

Keine Premiere. Ein Anfang.

Vor acht Jahren haben wir für einen Konzern unsere erste Wissensplattform eingeführt. Damals war das noch etwas Besonderes und so sah es auch der Kunde: als Kampagne, nicht als etwas Dauerhaftes. Es gab 600 Plätze. Beworben haben sich 3.000 Führungskräfte. Die Themen standen fest, die Inhalte auch.

Es war ein Erfolg. Für eine Weile.

Dann flachte die erste Euphorie ab. Die Inhalte waren dieselben wie am ersten Tag und die Nutzung ging zurück. Wir mussten schnell neue Formate und neue Inhalte finden. Wir führten Live-Sessions ein, damals noch über WebEx, und nach und nach kamen immer mehr Medien dazu.

Dabei haben wir etwas gelernt, das uns seitdem begleitet: Der Go-Live einer Wissensplattform ist keine Kinopremiere. Ein Film ist nach der Premiere fertig. Eine Wissensplattform fängt am Tag des Go-Live erst richtig an. Ab dann geht es darum, immer neues Wissen aufzunehmen und es so zu verteilen, dass es bei den Menschen ankommt, die es brauchen.

Im Grunde war das die Geburtsstunde dieses Playbooks. Es enthält, was wir seitdem gelernt haben, auch auf unseren eigenen Umwegen. Es soll dir helfen, dein Vorhaben so anzulegen, dass es nach dem Go-Live erst richtig losgeht.

Jan Tenné
Gründer und Geschäftsführer, Acht S

0

VORAB

Bevor du anfängst

Was dieses Playbook ist, was es nicht ist und wie du in zehn Minuten den richtigen Einstieg findest.

Kein Handbuch. Ein Fahrplan.

Ein Handbuch erklärt dir, welchen Knopf du drückst. Dieses Playbook erklärt dir, warum du ihn drückst, wann und wer im Team das tun sollte.

Es geht um die Fragen, die vor und neben der Technik stehen: Wie plane ich mein Vorhaben? Wen brauche ich dafür? Mit welchen Inhalten fange ich an? Wie läuft der erste Go-Live? Was passiert danach? Und woran erkennen meine Vorgesetzten und ich, dass es sich gelohnt hat?

Wo es um konkrete Handgriffe geht, verweist das Playbook in die Handbücher von CAMPUS und INTERVIEWER. Du erkennst diese Verweise an kleinen Buch-Symbolen, zum Beispiel CAMPUS Was ist CAMPUS? So bleibt dieses Playbook kurz und du bekommst die Details genau dann, wenn du sie brauchst.

Für wen dieses Playbook ist

Für alle, die eine Wissensplattform nicht bedienen, sondern verantworten: die Person, die das Projekt führt, die Leitung eines Fachbereichs, die ihr Wissen sichern will, und die Teamleitung, deren Leute später damit arbeiten. Und für alle, die schon länger über das Thema nachdenken und einen Anfang suchen. Technisches Vorwissen brauchst du nicht.

Nicht jede Person muss alles lesen. Such dir deinen Lesepfad:

DU BIST …	LIES ZUERST	DANN BEI BEDARF
verantwortlich für das Projekt	alle Kapitel der Reihe nach	die Arbeitshilfen in jedem Kapitel
Geschäftsleitung oder Auftraggeber:in	Kapitel 1, 2 und 7	Kapitel 3 (wen das Projekt braucht) und 6 (was der Betrieb dauerhaft braucht)
Leitung eines Fachbereichs oder Teams	Kapitel 3, 4 und 6	Kapitel 5 (was beim Go-Live auf dein Team zukommt)
in der Redaktion	Kapitel 4, 5 und 6	die Handbuch-Verweise

Zwei Werkzeuge, ein Weg

In diesem Playbook arbeiten zwei Lösungen von Acht S zusammen. Jede hat ihre eigene Aufgabe:

AUSGANGSLAGE — **Wissen in Köpfen und Dokumenten**
Erfahrung, Gewohnheiten, PDFs, Ordner, Mails

INTERVIEWER — **Wissen erfassen**
Die KI führt ein Interview, fragt nach, wo etwas fehlt, und schreibt ein strukturiertes Dokument, das iDoc.

CAMPUS — **Wissen bereitstellen**
Aus iDocs und Dokumenten werden geprüfte Inhalte, geordnet und gezielt für die richtigen Menschen sichtbar.

ERGEBNIS — **Dein Team findet, lernt, fragt**
Über Suche, Navigation und, wenn gebucht, den KI-Assistenten Bryan.

Du kannst CAMPUS auch ohne INTERVIEWER einführen. INTERVIEWER spielt seine Stärke dort aus, wo das Wissen noch nicht aufgeschrieben ist, sondern in den Köpfen erfahrener Kolleg:innen steckt. Wie die beiden zusammenspielen, zeigt Kapitel 4.

So ist das Playbook aufgebaut

1. **Erkennen und entscheiden.** Ein Selbsttest: Brauchst du eine Wissensplattform? Und wenn ja, in welcher Größe?
2. **Das Vorhaben planen.** Ziel, Themen, rechtlicher Rahmen und ein realistischer Fahrplan.
3. **Team und Rollen.** Wer im Projekt was übernimmt und wie du Rechte klug verteilst.
4. **Inhalte und Struktur.** Womit du anfängst, woher das Wissen kommt und wie man es wiederfindet.
5. **Pilot und erster Go-Live.** Erst klein testen, dann alle einladen.
6. **Nach dem Go-Live.** Redaktionsplan, Pflege und die Frage, was als Nächstes kommt.
7. **Erfolg messen und berichten.** Kennzahlen, die etwas aussagen, und ein Bericht, der auf eine Seite passt.
8. **Auf einen Blick.** Die Gesamt-Checkliste, alle Arbeitshilfen und ein kleines Glossar.

Jedes Kapitel endet mit einem Kasten „Das nimmst du mit“. Wer wenig Zeit hat, liest nur diese Kästen und die Arbeitshilfen.

Eine Geschichte als roter Faden

Durch das Playbook begleitet dich ein erfundenes Unternehmen: Butterfly Effect. Mara, die dort die interne Weiterbildung leitet, und Jonas aus ihrem Team bauen in sechs Wochen eine Wissensplattform auf. Ihre Erlebnisse findest du in den farbigen Kästen. Sie zeigen, wie sich die Ratschläge im Alltag anfühlen, auch die Umwege.

BEI BUTTERFLY EFFECT · *Prolog*

Butterfly Effect ist ein mittelständisches Unternehmen, das seinen Namen bewusst gewählt hat: aus der Überzeugung, dass kleine Entscheidungen große Wirkung entfalten.

Als das Unternehmen CAMPUS einführte, zeigte sich das schnell: eine klare Zielfrage, eine zweite Person im Team, vier statt vierzehn Kategorien. Jede Entscheidung war für sich klein. Zusammen haben sie bestimmt, ob die Plattform genutzt wird.

Diese Geschichte erzählt, wie aus einem leeren Bildschirm in sechs Wochen ein Ort wurde, an dem das Team wirklich arbeitet. Und wie Mara nach drei Monaten ihrer Geschäftsführerin erklären konnte, was das gebracht hat.

DAS NIMMST DU MIT

- Das Playbook beantwortet das Warum, Wann und Wer. Das Wie beantworten die Online-Handbücher unter help.8s.de.
- INTERVIEWER holt Wissen aus Köpfen und Dokumenten, CAMPUS bringt es zu den richtigen Menschen.
- Du musst nicht alles lesen. Nimm den Lesepfad, der zu deiner Rolle passt, aus der Tabelle Für wen dieses Playbook ist.

1

ENTSCHEIDEN

Erkennen und entscheiden

Zwei kurze Selbsttests: Verliert dein Team Wissen? Und wenn ja: Passt CAMPUS zu dir und in welcher Größe?

Fünf Warnsignale, dass dein Team Wissen verliert

Wissensverlust kündigt sich selten laut an. Er zeigt sich in kleinen Reibungen, an die sich alle längst gewöhnt haben. Lies die fünf Sätze und sag ehrlich, ob sie auf dein Team zutreffen.

Von wichtigen Dokumenten gibt es mehrere Versionen.

☐ Ja ☐ Nein

Neue Kolleg:innen stellen ständig dieselben Fragen.

☐ Ja ☐ Nein

Fehlt eine bestimmte Person, bleibt Arbeit liegen.

☐ Ja ☐ Nein

Es ist unklar, wer Inhalte prüft, bevor sie rausgehen.

☐ Ja ☐ Nein

Nicht alle sehen, was für sie gedacht ist. Oder sie sehen zu viel.

☐ Ja ☐ Nein

Zähle, wie oft du „Ja“ gesagt hast.

0 bis 1 Ja: Läuft. Dein Team hat sein Wissen im Griff. Behalte die fünf Sätze im Hinterkopf, besonders wenn das Team wächst.

2 bis 3 Ja: Ein Blick lohnt sich. Die Reibung ist da, aber noch beherrschbar. Der zweite Test unten zeigt dir, ob eine Plattform schon sinnvoll ist.

4 bis 5 Ja: Zeit zu handeln. Dein Team zahlt jeden Tag mit Zeit und Nerven. Mach den zweiten Test. Und wenn du magst, sprich mit uns.

BEI BUTTERFLY EFFECT · *Vier von fünf*

Mara las die fünf Sätze in einer Mittagspause. Beim dritten musste sie lachen, nicht weil er lustig war, sondern weil sie sofort an Hans dachte: dreiundzwanzig Jahre Kundendienst, in einem Jahr im Ruhestand. Wenn Hans im Urlaub war, wartete die halbe Abteilung.

Vier Mal Ja. Den fünften Satz konnte sie nicht beurteilen. Dass sie es nicht wusste, war wohl auch eine Antwort.

Was eine Wissensplattform anders macht

Jedes der fünf Warnsignale aus dem Test lässt sich mit einer Wissensplattform angehen. Keine der Antworten ist Hexerei. Es sind Selbstverständlichkeiten, die eine Plattform nur verlässlich macht. Die Tabelle zeigt, wie:

WARNSIGNAL	SO HILFT DIE PLATTFORM
Mehrere Versionen	Ein Inhalt an einer Stelle, der gepflegt wird, statt vieler Kopien in Ordnern und Mails.
Immer dieselben Fragen	Inhalte sind über Suche, Themen und Schlagworte auffindbar. Mit dem Zusatzmodul „Interactive Avatar“ beantwortet der KI-Assistent Bryan Fragen auf Basis eurer eigenen Inhalte, auch aus angehängten Dateien und Videos.

WARNSIGNAL	SO HILFT DIE PLATTFORM
Wissen hängt an Personen	INTERVIEWER holt Erfahrungswissen im Gespräch aus den Köpfen, CAMPUS macht es für alle verfügbar.
Unklar, wer prüft	Erstellen und Freigeben sind getrennte Aufgaben, wo es darauf ankommt. Was dann live geht, hat eine zweite Person gesehen.
Falsche Sichtbarkeit	Gruppen und Sichtbarkeitsregeln steuern, wer welche Inhalte sieht.

Wie diese Antworten in deinem Vorhaben Gestalt annehmen, zeigen die Kapitel 3 bis 5.

Passt CAMPUS zu dir?

Der zweite Test dauert zwei Minuten. Es gibt keine falschen Antworten. Er sagt dir, ob sich eine Plattform für dich lohnt und in welcher Größe du planen solltest.

1 · Welches Problem soll CAMPUS für dich lösen?

- ☐ Wissen liegt verstreut und ist schwer auffindbar.
- ☐ Neue Mitarbeitende sollen schneller und besser eingearbeitet werden.
- ☐ Pflichtschulungen müssen nachweisbar sein.
- ☐ Erfahrungswissen soll nicht an einzelnen Personen hängen.
- ☐ Das weiß ich noch nicht genau.

2 · Wie viele Personen sollen die Inhalte nutzen?

- ☐ Bis 20 (0)
- ☐ 20 bis 100 (1)
- ☐ 100 bis 500 (2)
- ☐ Mehr als 500 (3)

3 · Wie viele Personen pflegen später Inhalte?

- ☐ Niemand oder nur eine Person (0)
- ☐ Zwei bis drei (1)
- ☐ Vier bis zehn (2)
- ☐ Mehr als zehn, aus mehreren Bereichen (3)

4 · Wie werden Inhalte heute geprüft, bevor sie veröffentlicht werden?

- ☐ Gar nicht: Wer schreibt, veröffentlicht. (0)
- ☐ Informell: Jemand wirft kurz einen Blick darauf. (1)
- ☐ Eine feste Person prüft. (2)
- ☐ Mehrere Prüfer:innen, je nach Fachbereich. (3)

5 · Wer soll welche Inhalte sehen dürfen?

- ☐ Alle sehen alles. (0)
- ☐ Einige wenige Gruppen haben eigene Inhalte. (1)
- ☐ Viele Zielgruppen, klar voneinander getrennt. (3)

6 · Wo liegt euer Wissen heute?

- ☐ Überwiegend in den Köpfen. (0)
- ☐ In Dokumenten und PDFs, verteilt auf mehrere Orte. (1)
- ☐ In großen Sammlungen, teils mehrsprachig. (2)

7 · Was soll das Reward-System leisten?

- ☐ Erst einmal nichts, wir wollen Inhalte bereitstellen.
- ☐ Lernfortschritt sichtbar machen.
- ☐ Nachweise, Zertifikate oder Wettbewerb ermöglichen.

Zähle die Punkte der Fragen 2 bis 6 zusammen. Die Fragen 1 und 7 geben keine Punkte, sie fließen in die Hinweise darunter ein. Prüfe zuerst die oberste Zeile.

Frage 1 ist offen und höchstens 7 Punkte: Erst das Ziel klären. Noch ist offen, wofür du CAMPUS einsetzen würdest. Das ist kein Nein. Aber ohne Ziel lassen sich Struktur und Rollen nicht sinnvoll planen. Lies weiter in Kapitel 2, Entscheidung 1.

0 bis 3 Punkte: Vermutlich noch nicht. Bei dieser Größe reicht oft eine geordnete Ablage mit klaren Zuständigkeiten. CAMPUS wird interessant, sobald mehr Menschen Inhalte nutzen oder pflegen, eine Freigabe nötig wird oder verschiedene Gruppen Verschiedenes sehen sollen.

4 bis 7 Punkte: Ja, im kompakten Start. Ein kleines Setup deckt deinen Bedarf: wenige Rollen, wenige Themen, schnell produktiv.

8 bis 11 Punkte: Ja, als Redaktionsteam. Ihr braucht eine klare Aufgabenteilung zwischen Erstellen und Freigeben und einige Gruppen, damit Inhalte gezielt ankommen.

12 bis 14 Punkte: Ja, im größeren Maßstab. Bei mehreren Fachbereichen und vielen Zielgruppen zahlt sich ein sauber geplantes Rollen- und Sichtbarkeitskonzept von Anfang an aus.

Merk dir dein Ergebnis: kompakt, Redaktionsteam oder größerer Maßstab. In Kapitel 3 findest du dazu einen passenden Besetzungsplan.

Und die ehrliche Antwort auf die Frage nach der Größe: Wirtschaftlich lohnt sich CAMPUS meist ab etwa 100 bis 200 Teilnehmenden. Darunter kann es trotzdem genau richtig sein, etwa als geschützter Wissensraum für eine Geschäftsleitung oder einen Vorstand. Dann zählen vor allem die internen Kosten: die Zeit für Inhalte und Redaktion.

Was zu deinen Antworten passt

Zu einigen deiner Antworten gibt es in CAMPUS oder INTERVIEWER eine Funktion, die dir den Start erleichtert:

- **Frage 1, Wissen liegt verstreut:** Inhalte werden über Kategorien, Tags und die Suche auffindbar. Der KI-Assistent Bryan beantwortet Fragen auf Basis eurer eigenen Inhalte, auch aus angehängten Dateien und Videos. Er gehört zum Modul „Interactive Avatar“, das zusätzlich das Modul „AI Suite“ braucht. Beide sind optional und können dazugebucht werden.
- **Frage 1, Erfahrungswissen sichern:** INTERVIEWER holt das Wissen im Gespräch aus den Köpfen, bevor jemand geht oder die Rolle wechselt. Mehr dazu in Kapitel 4.
- **Frage 3 und 4, mehrere Personen pflegen und prüfen:** Mit dem Reviewer-Recht trennst du Erstellen und Freigeben. Wie streng die Freigabe sein muss, hängt vom Inhalt ab, siehe Kapitel 3.
- **Frage 5, viele getrennte Zielgruppen:** Plane Gruppen und Sichtbarkeit von Beginn an. Nachträglich ist das deutlich aufwendiger.
- **Frage 6, Wissen in den Köpfen:** Hier ist INTERVIEWER dein wichtigstes Werkzeug. Statt Leute zu bitten, „mal etwas aufzuschreiben“, führt die KI ein Gespräch mit ihnen und macht daraus ein strukturiertes Dokument. Mehr dazu in Kapitel 4.

- **Frage 6, Wissen in Dokumenten:** Der KI-Generator von CAMPUS kann aus vorhandenen Dokumenten einen ersten Entwurf samt Gliederung bauen. Den Feinschliff übernimmt deine Redaktion.
- **Frage 7, Reward-System:** Es kann jederzeit später dazukommen. Für sichtbaren Fortschritt eignen sich Abzeichen, für Nachweise Zertifikate. Am besten, sobald die Grundstruktur steht.

> Preise, Lizenzen und Module besprichst du mit deinem Ansprechpartner bei Acht S.

DAS NIMMST DU MIT

- Vier oder fünf Ja im ersten Test heißen: Dein Team bezahlt Wissensverlust jeden Tag mit Zeit.
- Der zweite Test sagt dir die Größe: kompakt, Redaktionsteam oder größerer Maßstab.
- Ist das Ziel noch unklar, fang dort an. Alles andere baut darauf auf.

2

ENTSCHEIDEN

Das Vorhaben planen

Drei Entscheidungen, ein Fahrplan und eine Messung vor dem Start. Das kostet wenige Tage und erspart dir später den Umbau.

BEI BUTTERFLY EFFECT · *Ein Satz statt zwölf Folien*

Bevor Mara irgendetwas einrichtete, saß sie bei Katrin, der Geschäftsführerin. Sie hatte zwölf Folien vorbereitet. Katrin schaute auf die erste und fragte: „Was soll in drei Monaten anders sein?“

Mara überlegte. „Neue Leute im Kundendienst sollen nach drei Wochen ohne Hans zurechtkommen.“

„Gut“, sagte Katrin. „Dann schreib genau das auf. Und sag mir in drei Monaten, ob es stimmt.“ Die anderen elf Folien hat Mara nie gezeigt.

Drei Entscheidungen vor dem Start

Bevor jemand eine Plattform einrichtet, klärst du drei Dinge: das Ziel, die Themen und den Rahmen. Jede davon passt auf eine halbe Seite. Wer sie überspringt, trifft sie trotzdem, nur später, unter Zeitdruck und mit mehr Aufwand.

Entscheidung 1: Das Ziel

Ein klares Ziel ist die Grundlage für alles Weitere: für die Struktur, für die Rollen und dafür, woran du später erkennst, dass es funktioniert. CAMPUS wirkt am stärksten bei einem klar umrissenen Vorhaben: ein Ziel, eine Zielgruppe, ein Projekt.

„Ein Ort für unser ganzes Wissen“ ist ein schöner Gedanke, aber noch kein Ziel.

- **Das Problem benennen:** Was soll anders werden? Zum Beispiel verstreutes Wissen bündeln, neue Kolleg:innen schneller einarbeiten oder Pflichtschulungen nachweisbar machen.
- **Die Zielgruppe festlegen:** Wer soll die Plattform nutzen und was sollen diese Menschen damit tun können?
- **Den Erfolg beschreiben:** Woran erkennst du nach drei Monaten, dass es sich gelohnt hat? Am besten mit einer Zahl, die du heute schon messen kannst.
- **Die Verantwortung klären:** Wer kümmert sich um das Projekt und wer steht in der Leitung dahinter?

Ein guter Test: Lässt sich dein Ziel in einem Satz sagen? „In drei Monaten finden sich neue Kolleg:innen im Kundendienst ohne Einzelbetreuung zurecht, erkennbar daran, dass sie weniger als halb so oft nachfragen wie heute.“ Fällt dir dieser Satz schwer, ist meist noch etwas offen, das zuerst geklärt werden sollte.

Die meisten Vorhaben verfolgen eines von vier Zielen. Die Übersicht hilft dir, die ersten Zeilen des Steckbriefs zu füllen: welches Problem ihr löst und woran ihr den Erfolg messt.

TYPISCHES ZIEL	WORAN DU ES MISST	WAS DABEI HILFT
Verstreutes Wissen auffindbar machen	Suchzeit, wiederkehrende Fragen	Kategorien, Tags, Suche, auf Wunsch Bryan
Neue Kolleg:innen schneller einarbeiten	Zeit, bis eine typische Aufgabe allein gelingt	Ein Onboarding-Programm mit Lernpfaden
Pflichtschulungen nachweisen	Aufwand für Nachweise, Anteil abgeschlossener Schulungen	Zertifikate im Reward-System, Auswertungen
Erfahrungswissen sichern	Gesicherte Themen vor einem Abschied oder Rollenwechsel	INTERVIEWER und seine iDocs

Wie du die Werte vorab festhältst, steht weiter unten unter Ausgangswerte, wie du sie später vergleichst, in Kapitel 7.

ARBEITSHILFE · **Projektsteckbrief**

Beantworte jede Zeile in ein bis zwei Sätzen. Fällt dir eine schwer, ist das ein Hinweis, dass hier noch Klärungsbedarf besteht. Der Steckbrief ist zugleich die erste Seite deines späteren Berichts.

Welches Problem lösen wir?	
Wer ist die Zielgruppe?	
Unser Ziel in einem Satz	
Woran messen wir den Erfolg? (Ausgangswert heute)	
Wer ist verantwortlich, wer ist Auftraggeber:in?	
Gewünschter Zeitraum für Pilot und Go-Live	
Wie viel Zeit hat das Kernteam pro Woche?	

Entscheidung 2: Die Themen eingrenzen

Du musst nicht alles auf einmal abbilden. Im Gegenteil: Eine Plattform, die mit zwei, drei gut gemachten Themen startet, überzeugt mehr als eine, die alles anreißt und nichts zu Ende bringt.

- **Wissen sammeln:** Wo liegt das Wissen heute? In Köpfen, in Dokumenten, in verschiedenen Ablagen? Das entscheidet, ob du mit INTERVIEWER, mit dem KI-Generator oder mit selbst geschriebenen Inhalten startest.
- **Themen auswählen:** Wähle wenige Themen für den Start und priorisiere sie. Gute Startthemen betreffen viele Menschen, werden oft nachgefragt oder sind Pflicht.
- **Verantwortliche zuordnen:** Wer pflegt welches Thema später? Ein Thema ohne Verantwortliche:n veraltet als Erstes.

Aus diesen Themen entstehen später die Hauptbereiche deiner Plattform. Wenige, stabile Themen sind ein guter Anfang. Alles andere lässt du bewusst für später.

ARBEITSHILFE · **Themenliste**

THEMA	IM START DABEI?	PRIORITÄT	WO LIEGT DAS WISSEN?	VERANTWORTLICH
	Ja · Nein		Köpfe · Dokumente	
	Ja · Nein		Köpfe · Dokumente	
	Ja · Nein		Köpfe · Dokumente	
	Ja · Nein		Köpfe · Dokumente	

Entscheidung 3: Den Rahmen prüfen

Bevor Inhalte und Nutzerkonten entstehen, klärst du den rechtlichen Rahmen. Er hängt von Land, Branche und Unternehmen ab. Die gute Nachricht: Wer früh fragt, bekommt meist schnell eine Antwort. Wer spät fragt, bekommt oft einen Stopp.

- **Datenschutz:** CAMPUS verarbeitet Nutzerkonten und, je nach Einsatz, Lernfortschritte. Kläre mit der zuständigen Stelle, welche Daten ihr erfasst, wer sie sieht und wie lange ihr sie aufbewahrt.
- **Mitbestimmung:** Gibt es einen Betriebsrat oder ein vergleichbares Gremium, beziehe es früh ein. Typische Fragen sind das Rollenkonzept, wer welche Auswertungen sieht, ob Suchanfragen ausgewertet werden und ob es Ranglisten geben soll.
- **Gespräche mit INTERVIEWER:** Wenn du Wissen im Gespräch erfassen und Audio aufnehmen willst, sprich vorher mit den Beteiligten. Sie sollten wissen, was mit der Aufnahme und dem Ergebnis passiert.
- **Branchenvorgaben:** Gibt es Anforderungen an Nachweise oder Aufbewahrung, etwa bei Pflichtschulungen? Halte sie fest, bevor du die Struktur festlegst.

ARBEITSHILFE · **Rahmen-Checkliste**

	PRÜFPUNKT	VERANTWORTLICH	ERLEDIGT AM
☐	Datenschutz geklärt		

	PRÜFPUNKT	VERANTWORTLICH	ERLEDIGT AM
☐	Gremium einbezogen (falls vorhanden)		
☐	Beteiligte an Interviews informiert		
☐	Branchenvorgaben geprüft		
☐	Freigabe der zuständigen Stelle liegt vor		

> Dieses Playbook ersetzt keine Rechtsberatung. Prüfe die Anforderungen deines Unternehmens und Landes mit der zuständigen Stelle.

Der Fahrplan

Bei Butterfly Effect dauerte es vom leeren Bildschirm bis zum Go-Live sechs Wochen. Bei dir können es vier oder zwölf sein. Das hängt davon ab, wie viel Zeit das Kernteam hat und wie viele Themen ihr mitnehmt. Die Reihenfolge der Phasen aber bleibt gleich:

PHASE 0 · EIN BIS ZWEI WOCHEN

Entscheiden und planen

Ziel, Themen, Rahmen, Ausgangswerte. Dieses Kapitel.

PHASE 1 · ETWA EINE WOCHE

Das Fundament legen

Kernteam und Rollen festlegen, Grundstruktur der Themen anlegen. Kapitel 3 und 4.

PHASE 2 · ZWEI BIS DREI WOCHEN

Inhalte füllen

Wissen erfassen, erste Inhalte erstellen, prüfen und freigeben. Kapitel 4.

PHASE 3 · EIN BIS ZWEI WOCHEN

Pilot

Eine kleine Gruppe testet, das Team bessert nach. Kapitel 5.

PHASE 4 · GO-LIVE-TAG UND ZWEI WOCHEN DANACH

Go-Live und Begleitung

Alle einladen, ankündigen, in den ersten Wochen eng begleiten. Kapitel 5.

PHASE 5 · DAUERHAFT

Betrieb und Ausbau

Redaktionsplan, Pflege, neue Themen, Erfolg messen und berichten. Auch nach dem Go-Live braucht die Plattform feste Zeitfenster, als Richtwert etwa eine halbe Stunde pro Woche zum Sichten, eine Stunde im Monat zum Planen und einen halben Tag im Quartal zum Aufräumen. Kapitel 6 und 7.

> Die Dauer je Phase ist ein Richtwert zum Planen, kein Versprechen. Plane lieber eine Woche Puffer vor dem Go-Live ein als einen Go-Live, der verschoben werden muss.

Ausgangswerte festhalten

Ob sich die Plattform lohnt, kannst du in drei Monaten nur zeigen, wenn du weißt, wo du heute stehst. Deshalb misst du jetzt, bevor sich etwas ändert. Das muss nicht aufwendig sein:

- **Wiederkehrende Fragen:** Bitte zwei, drei Wissensträger:innen, zwei Wochen lang eine Strichliste zu führen, wie oft sie dieselben Fragen beantworten.
- **Einarbeitung:** Wie lange dauert es heute, bis neue Kolleg:innen eine typische Aufgabe allein erledigen? Frag die letzten drei Neuen und ihre Teamleitung.
- **Suchzeit:** Eine kurze Umfrage mit einer einzigen Frage reicht: „Wie lange suchst du im Schnitt nach einem Dokument, das du brauchst?“
- **Pflichtnachweise:** Wie viel Aufwand kostet es heute, nachzuweisen, wer eine Pflichtschulung abgeschlossen hat?

Nimm nur die Werte, die zu deinem Ziel passen. Ein oder zwei gut gemessene Zahlen sind mehr wert als zehn geschätzte. Wie du sie später vergleichst und berichtest, zeigt Kapitel 7.

DAS NIMMST DU MIT

- Das Ziel muss in einen Satz passen, mit einer Zahl, die du heute schon messen kannst.
- Starte mit wenigen Themen, die viele betreffen. Jedes Thema braucht eine verantwortliche Person.
- Datenschutz und Mitbestimmung gehören an den Anfang, nicht ans Ende.
- Miss die Ausgangswerte jetzt. Später ist es zu spät.

3

AUFBAUEN

Team und Rollen

Wer im Projekt welche Aufgabe übernimmt, wie daraus Rechte in CAMPUS und INTERVIEWER werden und warum zwei Augen zu wenig sind.

Rollen in einem Projekt und Rechte in einer Software sind zwei verschiedene Dinge. Erst überlegst du, welche Aufgaben anfallen und wer sie übernimmt. Dann übersetzt du das in Rechte. Wer andersherum anfängt, verteilt Rechte nach Gefühl und wundert sich später, warum niemand zuständig ist.

BEI BUTTERFLY EFFECT · *Wer darf was?*

Am Montagmorgen, kurz nach neun, saß Mara vor einem leeren Bildschirm. Kein Fehler, keine Ladeanimation, einfach eine Plattform, die auf sie wartete. Mara war weder Entwicklerin noch in der IT. Sie hatte in den letzten Wochen gelernt, dass „die Plattform einrichten“ zwei Dinge bedeutet: Technik verstehen und Entscheidungen treffen, die mit Technik wenig zu tun haben.

Ihr erster Anruf ging nicht an die IT, sondern an Jonas aus ihrem Team. „Ich glaube, ich brauche dich“, sagte sie, noch bevor sie wusste, wofür genau.

Gemeinsam fanden sie heraus, dass CAMPUS im Kern nur drei Rollen kennt: Nutzer:innen, die lernen und suchen. Super-Admins mit Zugriff auf alles, eine Verantwortung, die Mara sich bewusst nicht allein aufladen wollte. Und dazwischen die Rolle Admin, die sich formen lässt wie Knetmasse. Aus ihr entstehen die bekannten Namen: Editor für die, die Inhalte anlegen. User-Admin für die, die sich um Menschen kümmern statt um Inhalte.

„Und wer sagt am Ende: Ja, das darf raus?“, fragte Jonas.

Genau dafür gab es ein eigenes, zuschaltbares Recht: Reviewer. Nicht automatisch der Admin, nicht automatisch Mara, sondern eine bewusst getrennte Aufgabe. Mara machte Jonas zum Editor und gab sich selbst das Reviewer-Recht. Ein paar Klicks, keine Zeremonie. Aber von diesem Moment an wusste jede:r im Team, wer wofür zuständig war. Das allein, würde sich zeigen, war die halbe Miete.

Die Rollen im Projekt

Eine Wissensplattform braucht kein großes Team, aber klare Zuständigkeiten, im Aufbau und im laufenden Betrieb. In kleinen Vorhaben übernimmt eine Person mehrere Rollen, in großen teilen sich mehrere eine. Wichtig ist nur, dass jede Rolle einen Namen bekommt.

ROLLE IM PROJEKT	AUFGABE	WER PASST
Auftraggeber:in	Trägt das Ziel, sichert Zeit und Budget, nimmt den Bericht ab und räumt Hindernisse aus dem Weg.	Jemand aus der Leitung, der das Problem selbst spürt.

ROLLE IM PROJEKT	AUFGABE	WER PASST
Plattformverantwortliche:r	Führt das Projekt, entscheidet über Struktur und Regeln, ist Ansprechperson für alle.	Jemand mit Überblick über Themen und Zielgruppen, nicht zwingend aus der IT.
Redaktion	Erstellt und pflegt Inhalte, führt Interviews, hält die Ordnung.	Menschen, die gern schreiben und die Zielgruppe verstehen.
Fachexpert:innen	Liefern das Wissen und prüfen es fachlich.	Die Leute, die heute alle fragen.
Freigabe	Prüft Inhalte, bevor sie veröffentlicht werden.	Fachlich und sprachlich sicher. Nicht dieselbe Person, die den Inhalt erstellt hat.
Nutzerverwaltung	Legt Konten an, ordnet Gruppen zu, kümmert sich um Ein- und Austritte.	Oft Personalabteilung oder Teamassistenz.
Technik	Klärt Registrierung und Anmeldung und, falls gewünscht, die Anbindung an eure Systeme.	Eure IT, gemeinsam mit Acht S.
Pilotgruppe	Testet vor dem Go-Live und gibt ehrliches Feedback.	Fünf bis zehn Menschen aus der Zielgruppe, auch Skeptiker:innen.
Datenschutz	Prüft, welche Daten erfasst und ausgewertet werden, vor dem Start und bei jeder Erweiterung.	Eure Datenschutzbeauftragten oder die zuständige Stelle.
Betriebsrat, falls vorhanden	Wird bei Rollenkonzept, Auswertungen und Ranglisten einbezogen, auch im laufenden Betrieb.	Das zuständige Gremium, früh und nicht erst kurz vor dem Start.
Teamleitungen	Geben Zeit frei, verweisen ihr Team auf die Plattform und melden fehlende Themen.	Die Leitungen der Teams, deren Leute die Plattform nutzen.

Die letzten drei sind keine Projektrollen im engeren Sinn. Sie bleiben aber dauerhaft beteiligt, deshalb gehören sie von Anfang an auf die Liste.

Von der Aufgabe zum Recht

Steht die Besetzung, übersetzt du sie in Rechte. In CAMPUS ist das einfacher, als es klingt:

- Die meisten Menschen sind **Nutzer:innen**. Sie lernen, suchen und fragen. Das gilt auch für viele Fachexpert:innen.
- Die **Redaktion** bekommt Rechte, Inhalte zu erstellen und zu pflegen. Im Handbuch heißen diese Personen Editoren. Arbeiten mehrere Fachbereiche mit, beschränkst du jede Redaktion auf die Inhalte ihrer Gruppe.
- Die **Freigabe** bekommt das Reviewer-Recht. Es ist ein eigenes Recht, damit Erstellen und Freigeben getrennt bleiben.
- Die **Nutzerverwaltung** bekommt Rechte für Menschen, nicht für Inhalte.
- Den **Vollzugriff** als Super-Admin bekommen ein bis zwei Personen, meist die plattformverantwortliche Person und ihre Vertretung.

Wie die Rollen technisch aufgebaut sind und wie du sie vergibst, steht im Handbuch: CAMPUS Rollen und Rechte, CAMPUS Wer darf was und CAMPUS Das Reviewer-Recht.

In INTERVIEWER ist es noch schlichter: Wer iDocs erstellt, ist Mitglied des Arbeitsbereichs. Mindestens eine Person ist Owner und lädt die anderen ein. Meist ist das dieselbe Person, die auch CAMPUS verantwortet. Details: INTERVIEWER Rollen in INTERVIEWER.

Fünf Grundsätze für Rollen

1. **Erstellen und Freigeben trennen, wo es darauf ankommt.** Wer einen Inhalt geschrieben hat, sieht die eigenen Fehler am schlechtesten. Bei wichtigen Inhalten prüft deshalb eine zweite Person. Aber nicht zu viele: Wenn alle freigeben dürfen, fühlt sich niemand verantwortlich.
2. **So wenige Rechte wie nötig.** Jede Person bekommt die Rechte, die ihre Aufgabe braucht, und nicht mehr. Das schützt vor Versehen und hält Verantwortung klar.
3. **Vollzugriff auf zwei Schultern.** Super-Admin sollten mindestens eine, höchstens zwei Personen sein. Eine allein ist ein Risiko, wenn sie im Urlaub ist. Fünf sind ein Risiko, weil Einstellungen sofort für die ganze Plattform gelten.

4. **Gruppen statt Einzelfälle.** Wer was sehen darf, regelst du über Gruppen, nicht Person für Person. Das hält die Plattform auch bei hundert neuen Konten beherrschbar.
5. **Rollen leben mit.** Menschen wechseln Aufgaben und Abteilungen. Schau einmal im Quartal auf die Liste der Rechte und nimm Rechte zurück, wenn jemand geht.

Wie streng die Freigabe sein muss

Nicht jeder Inhalt braucht dieselbe Prüfung. Für ein kleines Team wirkt eine Pflicht-Freigabe für alles schnell überdimensioniert. Bei Pflichtschulungen, Sicherheit oder rechtlichen Inhalten ist sie dagegen oft üblich oder sogar vorgeschrieben. Und je mehr Entwürfe der KI-Generator schreibt, desto wichtiger wird ein menschlicher Blick. Drei Stufen haben sich bewährt:

STUFE	FÜR WELCHE INHALTE	SO LÄUFT ES
Verbindliche Freigabe	Pflicht- und Sicherheitsthemen, rechtliche Inhalte, Personalrichtlinien, Zusagen an Kund:innen wie Preise oder Leistungen	Eine zweite Person prüft vor der Veröffentlichung.
Prüfung im Turnus	Abläufe, Anleitungen, Produktwissen	Direkt veröffentlichen und im festen Prüfrhythmus kontrollieren (Kapitel 6).
Eigenverantwortlich	Tipps, Erfahrungen, Ansprechpersonen	Wer schreibt, veröffentlicht selbst, mit Name und Datum am Inhalt.

In CAMPUS regelst du das über die Rechte: Wer direkt veröffentlichen darf und wer eine Freigabe anfragen muss, legst du je Person fest. Wie das geht: CAMPUS Freigeben und veröffentlichen.

Der Besetzungsplan

Wie viele Personen du für welche Aufgabe brauchst, hängt von der Größe ab, die dir der Test in Kapitel 1 gezeigt hat:

AUFGABE	KOMPAKT	REDAKTIONSTEAM	GRÖSSERER MASSSTAB
Redaktion (Editor)	1 bis 2	3 bis 6	1 bis 2 je Bereich
Freigabe (Reviewer)	1	1 bis 2	mindestens 1 je Bereich
Nutzerverwaltung (User-Admin)	übernimmt die Plattformverantwortung	1	1 bis 2
Vollzugriff (Super-Admin)	1 bis 2	1 bis 2	2
Gruppen	0 bis 2	2 bis 5	nach Zielgruppen, mit festen Sichtbarkeitsregeln

> Die Zahlen sind Richtwerte als Denkanstoß, keine Vorgabe von CAMPUS und keine Lizenzangabe. Das Reviewer-Recht sollte, wo immer möglich, bei einer anderen Person liegen als die Erstellung.

Was dein Team wirklich tun muss

Die häufigste Ursache, warum Wissensplattformen stocken, ist nicht die Technik. Es ist die Annahme, das laufe „nebenbei“. Plane die Zeit deshalb ausdrücklich ein:

- **Die Redaktion** braucht in der Aufbauphase feste Zeitfenster in der Woche, im Betrieb deutlich weniger, aber regelmäßig. Ein fester Termin schlägt jede gute Absicht.
- **Fachexpert:innen** brauchen wenig Zeit, aber zum richtigen Moment: ein Interview von 30 bis 60 Minuten pro Thema und eine kurze fachliche Prüfung des Ergebnisses.
- **Teamleitungen** geben ihren Leuten diese Zeit frei. Und sie gehen mit gutem Beispiel voran: Wer eine Frage per Mail bekommt, antwortet mit einem Link auf die Plattform statt mit einem langen Text.
- **Die Auftraggeber:in** fragt regelmäßig nach. Nicht aus Kontrolle, sondern weil sich so zeigt, dass das Vorhaben wichtig ist.

ARBEITSHILFE · **Rollenplan**

ROLLE IM PROJEKT	NAME	VERTRETUNG	RECHTE IN CAMPUS	IN INTERVIEWER	ZEIT PRO WOCHE
Auftraggeber:in			keine besonderen	–	
Plattformverantwortung			Super-Admin	Owner	
Redaktion			Editor	Mitglied	
Freigabe			Reviewer	–	
Nutzerverwaltung			User-Admin	–	
Fachexpert:innen			Nutzer:in	werden interviewt	

DAS NIMMST DU MIT

- Erst Aufgaben verteilen, dann Rechte. Jede Rolle braucht einen Namen und eine Vertretung.
- Wichtige Inhalte prüft eine zweite Person. Wie streng, hängt vom Inhalt ab: verbindlich, im Turnus oder eigenverantwortlich.
- Vollzugriff bekommen höchstens zwei Personen, alle anderen nur, was ihre Aufgabe braucht.
- Plane die Zeit des Teams ausdrücklich ein. „Nebenbei“ ist kein Zeitplan.

4

AUFBAUEN

Inhalte und Struktur

Womit du anfängst, wie du Wissen aus Köpfen und Dokumenten holst und wie du es so ordnest, dass man es wiederfindet.

Eine Plattform ist nur so gut wie das, was man darauf findet. Menschen öffnen sie, weil sie dort eine Antwort finden. Deshalb ist dieses Kapitel das wichtigste für den Erfolg und das, für das du dir die meiste Zeit nehmen solltest.

Womit du anfängst

Die Versuchung ist groß, mit dem anzufangen, was schon da ist: dem Ordner mit den alten Präsentationen. Besser ist es, mit dem anzufangen, was gebraucht wird. Vier Fragen helfen beim Sortieren:

- **Wird es oft gefragt?** Jede Frage, die heute dreimal pro Woche gestellt wird, ist ein guter erster Inhalt.
- **Betrifft es viele?** Ein Inhalt für alle Neuen wirkt mehr als einer für zwei Spezialist:innen.
- **Ist es teuer, wenn es falsch läuft?** Pflicht, Sicherheit und Kundenkontakt gehören nach vorn.
- **Hängt es an einer Person?** Wissen, das mit einem Menschen in Rente geht, hat eine Frist.

Eine einfache Übung bringt dich schnell zu deiner Startliste: Sammle mit zwei, drei Kolleg:innen die zwanzig Fragen, die neue Leute in ihren ersten Wochen stellen. Diese zwanzig Fragen sind dein erster Inhaltsplan. Für den Go-Live musst du nicht

alle beantwortet haben. Aber jedes Startthema sollte die häufigsten Fragen abdecken, damit niemand ins Leere klickt.

Woher das Wissen kommt

Wissen liegt an zwei Orten: in Köpfen und in Dokumenten. Für beide gibt es einen eigenen Weg auf die Plattform und einen dritten für alles, was die Redaktion schnell selbst schreibt.

INTERVIEWER

Aus Köpfen

Die KI führt ein Gespräch, gelenkt von einer Vorlage, die weiß, welche Informationen ein Dokument braucht. Wo etwas fehlt, fragt sie nach. Heraus kommt kein Chatverlauf, sondern ein strukturiertes Dokument, das iDoc.

CAMPUS

Aus Dokumenten

Der KI-Generator baut aus vorhandenen Dateien oder iDocs einen ersten Entwurf samt Gliederung. Die Redaktion prüft Fakten, Ton und Aufbau. Für große Bestände gibt es außerdem einen Import.

CAMPUS

Selbst geschrieben

Kurze, präzise Inhalte, eine Anleitung, eine Ansprechperson, ein Ablauf, legt die Redaktion direkt an. Oft ist das der schnellste Weg.

Am stärksten ist die Kombination: INTERVIEWER sichert das Wissen, der KI-Generator von CAMPUS macht daraus einen Lerninhalt. Er arbeitet dann nicht auf Zuruf, sondern auf eurem eigenen, geprüften Wissen.

Nicht alles muss erst zu einem Lerninhalt werden. Ist Bryan gebucht, durchsucht er auch Dateien und Videos, die an euren Inhalten hängen. Eine gute Ordnung braucht es trotzdem, denn auch Bryan antwortet nur so gut, wie die Quellen sind.

Drei Regeln für Interviews mit Fachexpert:innen:

- **Ein Thema pro Gespräch.** „Erzähl mal alles“ führt zu Belanglosem. „Wie läuft eine Reklamation ab?“ führt zu einem Dokument.

- **Erzählen lassen.** Freies Sprechen bringt mehr als ein Fragebogen. Die Rückfragen der KI holen heraus, was die Person für selbstverständlich hält.
- **Früh anfangen.** Am letzten Arbeitstag ist es zu spät. Wie du eine ganze Übergabe planst, zeigt das Playbook → Playbook Wissen sichern, bevor es in Rente geht.

Mehr dazu im Handbuch: → INTERVIEWER Wissen einer Person sichern, → INTERVIEWER Vorlage und Interview-Prinzip und → CAMPUS Der KI-Generator.

BEI BUTTERFLY EFFECT · *Das weiß doch jeder*

Jonas buchte bei Hans eine Dreiviertelstunde, Thema: Reklamationen. Hans kam mit verschränkten Armen. „Da gibt es nicht viel zu erzählen. Das weiß doch jeder."

Er erzählte trotzdem und INTERVIEWER fragte nach. Was passiert, wenn der Kunde keine Rechnungsnummer hat? Ab welchem Betrag wird die Leitung informiert? Bei der dritten Rückfrage löste Hans die Arme. „Das mit dem Betrag", sagte er, „das hat mich vor Jahren auch mal jemand gefragt. Steht nirgends."

Nach 45 Minuten lag ein Dokument vor, das es so noch nie gegeben hatte. Jonas gab es zusammen mit der alten PDF-Sammlung an den KI-Generator von CAMPUS und beschrieb kurz, was am Ende herauskommen sollte: ein Einarbeitungsmodul für den Kundendienst.

„Das ist noch nicht perfekt", sagte er, als der erste Entwurf stand. „Muss es auch nicht", antwortete Mara. „Die KI liefert den Rohbau. Den Feinschliff machst du."

Ordnung, die man wiederfindet

Jede Plattform ordnet Inhalte auf zwei Arten: über wenige große Bereiche, durch die man navigiert, und über viele kleine Schlagworte, über die man findet. In CAMPUS heißen sie Kategorien und Tags.

- **Kategorien sind die großen Kisten.** Wenige, stabil, aus Sicht der Nutzer:innen benannt. Fünf bis neun reichen fast immer. Sie entstehen aus den Startthemen in Kapitel 2.
- **Tags sind die kleinen Etiketten.** Davon darfst du viele vergeben: „für Neueinsteiger", „dauert 10 Minuten", „Pflicht". Sie helfen beim Finden und können sogar als Interessen im Profil dienen.

- **Zielgruppen sind keine Kategorie.** „Nur für Führungskräfte“ gehört nicht in die Navigation, sondern in die Sichtbarkeit. Sonst sieht jede:r, wer welche Zielgruppe ist.

BEI BUTTERFLY EFFECT · *Kisten und Etiketten*

Die zweite Woche begann mit einem Streit, der keiner war. Jonas wollte für jedes Thema eine eigene Kategorie: Onboarding, Vertrieb, Technik, Compliance, Soft Skills. Nach einer Stunde war er bei vierzehn.

„Wenn wir so weitermachen“, sagte Mara, „braucht niemand mehr eine Suche. Aber auch niemand findet sich in der Navigation zurecht.“

Am Ende blieben vier Kategorien, jede so benannt, dass man ohne Erklärung weiß, was darin steckt: Onboarding, Vertrieb, Kundendienst sowie Regeln und Pflichten. Technik und Soft Skills wurden zu Tags, ebenso alles Feinere. Die Navigation blieb aufgeräumt und gefunden wurde trotzdem alles.

Halte die Regeln kurz fest, bevor mehrere Menschen Inhalte anlegen: welche Kategorien es gibt, welche Tags, wie sie geschrieben werden. Eine halbe Seite reicht. Lange Regelwerke liest niemand, deshalb gehst du sie mit jeder Person kurz durch, die neu in die Redaktion kommt. Sonst gibt es nach drei Monaten „Onboarding“, „onboarding“ und „Einarbeitung“ nebeneinander. Wie das konkret geht: CAMPUS Kategorie oder Tag? und CAMPUS Kategorien und Tags im Redaktionsplan.

Was einen guten Inhalt ausmacht

Ein guter Inhalt auf einer Wissensplattform ist kein Aufsatz. Er wird gesucht, nicht gelesen. Daraus folgen fünf Regeln:

1. **Eine Frage pro Inhalt.** Lieber drei kurze Inhalte als einer, der alles erklärt.
2. **Die Antwort zuerst.** Wer nach drei Zeilen abbricht, soll trotzdem wissen, was zu tun ist. Hintergrund und Ausnahmen kommen danach.
3. **Ein Beispiel.** Ein echter Fall aus eurem Alltag erklärt mehr als jede Definition.
4. **Ein Name und ein Datum.** Wer ist verantwortlich und wann wurde zuletzt geprüft? Das schafft Vertrauen.

5 **Richtig eingeordnet.** Eine passende Kategorie, mehrere Tags, die richtige Sichtbarkeit.

Schritt-für-Schritt-Anleitungen für starke Inhalte findest du im Handbuch: CAMPUS Rezept für einen starken Inhalt und CAMPUS Perfekte Inhalte.

Sprachen

Arbeitet dein Team in mehreren Sprachen, entscheide früh, wie ihr damit umgeht. Jeder Inhalt in CAMPUS hat eine verbindliche Grundsprache, die immer vollständig sein muss. Eine zweite, redaktionell gepflegte Sprache ist möglich. Sie lohnt sich dort, wo Fehler teuer wären, etwa bei Pflicht- oder Sicherheitsthemen. Weitere Sprachfassungen kann CAMPUS automatisch erzeugen. Diese Funktion wird schrittweise ausgebaut, frag nach dem Stand für eure Plattform. Mehr dazu: CAMPUS Sprache in CAMPUS.

ARBEITSHILFE · **Inhaltsplan für den Start**

FRAGE, DIE DER INHALT BEANTWORTET	KATEGORIE	WEG	REDAKTION	FACHLICHE PRÜFUNG	FERTIG BIS
		Interview · KI-Generator · selbst geschrieben			
		Interview · KI-Generator · selbst geschrieben			
		Interview · KI-Generator · selbst geschrieben			
		Interview · KI-Generator · selbst geschrieben			

FRAGE, DIE DER INHALT BEANTWORTET	KATEGORIE	WEG	REDAKTION	FACHLICHE PRÜFUNG	FERTIG BIS
		Interview · KI-Generator · selbst geschrieben			

DAS NIMMST DU MIT

- Fang mit dem an, was wirklich gesucht wird, nicht mit dem, was zufällig schon in Ordnern liegt. Die zwanzig Fragen der Neuen sind dein Startplan.
- Wissen aus Köpfen holt INTERVIEWER im Gespräch, Wissen aus Dokumenten macht der KI-Generator zum Entwurf. Den Feinschliff macht immer ein Mensch.
- Wenige Kategorien, viele Tags und die Regeln dazu schriftlich.
- Ein guter Inhalt beantwortet eine Frage, und zwar gleich am Anfang.

5

AUFBAUEN

Pilot und erster Go-Live

Erst eine kleine Gruppe, dann alle. Wie du testest, woran du erkennst, dass du bereit bist, und was in den ersten zwei Wochen zählt.

Für den ersten Eindruck gibt es keine zweite Chance. Wer eine Plattform zum ersten Mal öffnet und auf leere Bereiche stößt, kommt so schnell nicht wieder. Deshalb lädst du nicht alle auf einmal ein, sondern erst eine kleine Gruppe. Was ihr auffällt, muss später nicht allen auffallen.

Den Freigabeweg einspielen

Bevor jemand von außen kommt, läuft der Weg vom Entwurf zur Veröffentlichung einmal komplett durch. Die Redaktion stellt einen Inhalt fertig und fragt die Freigabe an. Die Person mit dem Reviewer-Recht prüft und genehmigt oder gibt ihn mit Hinweisen zurück. Erst dann ist er für die vorgesehene Zielgruppe sichtbar.

Die Freigabe prüft nicht nur Tippfehler. Sie schaut auf vier Dinge: Stimmt der Inhalt fachlich? Sind alle vorgesehenen Sprachen gepflegt? Ist er richtig eingeordnet? Sehen ihn genau die Richtigen? Wie der Ablauf in CAMPUS aussieht: CAMPUS Freigeben und veröffentlichen.

BEI BUTTERFLY EFFECT · *Vier Augen*

Als Jonas seinen ersten fertigen Entwurf auf „Freigabe anfragen“ setzte, passierte zunächst nichts. Keine Nachricht an alle, kein Alarm. Nur eine stille Warteschlange, die auf Mara wartete.

Sie öffnete den Entwurf mit den Augen einer Prüferin, nicht einer Kollegin: Sind Deutsch und Englisch gepflegt? Stimmen Kategorie und Tags? Haben die richtigen Menschen Zugriff? Erst als sie genehmigte, wechselte die Seite von Entwurf zu veröffentlicht.

Später kopierte sie den Link in den Team-Chat und hatte einen Gedanken: Ein geteilter Link öffnet die Tür nicht automatisch für alle. Wer wirklich hindurchgehen darf, entscheiden die Sichtbarkeitsregeln, egal, wie weit der Link kursiert. Ein zweiter Schutz hinter dem ersten. Mara fühlte sich beruhigt.

Die Pilotphase

- **Die Gruppe:** Fünf bis zehn Menschen aus der echten Zielgruppe. Nimm ein paar Neue, ein paar Erfahrene und mindestens eine Person, die dem Ganzen skeptisch gegenübersteht. Ihr Feedback ist das wertvollste.
- **Die Dauer:** Ein bis zwei Wochen. Leg Anfang und Ende vorher fest und auch, wo Rückmeldungen gesammelt werden.
- **Die Aufgaben:** Gib der Gruppe echte Aufgaben statt „schau mal rein“. Zum Beispiel: „Finde heraus, was du bei einer Reklamation ohne Rechnungsnummer tust.“
- **Die Sichtbarkeit:** Prüfe mit einem Testkonto je Zielgruppe, ob jede:r genau das sieht, was gedacht ist. Teste dabei auch einen geteilten Link.
- **Die Auffindbarkeit:** Beobachte, wonach die Gruppe sucht und ob sie es findet. Frag nach oder nutze die Auswertung der Suche, wenn sie bei euch freigeschaltet ist. Suchbegriffe ohne Treffer sind fehlende Inhalte oder fehlende Tags.

ARBEITSHILFE · **Testplan für den Pilot**

AUFGABE FÜR DIE PILOTGRUPPE	WER TESTET	GEFUNDEN?	WAS HAT GEFEHLT?
		Ja · Teils · Nein	
		Ja · Teils · Nein	
		Ja · Teils · Nein	
Ein Inhalt einmal vom Entwurf bis zur Veröffentlichung	Redaktion und Freigabe	Ja · Teils · Nein	
Testkonto je Zielgruppe: sieht es das Richtige?	Plattformverantwortung	Ja · Teils · Nein	

Bist du bereit?

Der Go-Live ist keine Frage des Kalenders, sondern von Kriterien. Leg sie vor dem Pilot fest, dann musst du am Ende nicht nach Gefühl entscheiden.

ARBEITSHILFE · **Go-Live-Checkliste**

	KRITERIUM	WER BESTÄTIGT
☐	Der Freigabeweg ist mindestens einmal komplett durchlaufen.	
☐	Jedes Startthema beantwortet die häufigsten Fragen.	
☐	Die Sichtbarkeit ist mit Testkonten geprüft.	
☐	Das Feedback aus dem Pilot ist eingearbeitet oder bewusst vertagt.	
☐	Konten und Gruppen sind vorbereitet.	
☐	Es ist klar, wer Fragen beantwortet, und das steht in der Ankündigung.	
☐	Die Teamleitungen wissen Bescheid und kündigen es in ihren Teams an.	

	KRITERIUM	WER BESTÄTIGT
☐	Die Rahmen-Checkliste aus Kapitel 2 ist erledigt.	

Der Go-Live

Am Go-Live-Tag selbst passiert wenig Spektakuläres und das ist gut so. Die übrigen Konten werden angelegt, Rollen und Gruppen zugewiesen. Die meisten Menschen sind Nutzer:innen, nur wenige bekommen mehr Rechte. Bei vielen Konten hilft der Sammelimport: CAMPUS Nutzer im Batch anlegen.

Dann folgt die Ankündigung. Eine kurze Nachricht genügt, wenn sie drei Fragen beantwortet: Was ist neu? Wo melde ich mich an? An wen wende ich mich? Noch besser wirkt sie, wenn sie von der Auftraggeber:in kommt und nicht nur vom Projekt.

ARBEITSHILFE · **Vorlage für die Ankündigung**

Betreff: Ab heute: unser Wissen an einem Ort

Hallo zusammen,

ab heute findet ihr unter [Adresse] unsere neue Wissensplattform. Zum Start gibt es dort alles zu [Startthemen]. Ihr meldet euch mit [Anmeldeweg] an.

Was fehlt, wird ergänzt. Sagt uns, wonach ihr gesucht und nichts gefunden habt: [Ansprechperson, Kanal].
[Falls Bryan aktiviert ist: Fragen könnt ihr auch direkt Bryan stellen, unten rechts auf jeder Seite.]

Viele Grüße
[Auftraggeber:in]

BEI BUTTERFLY EFFECT · *Die Tür öffnet sich*

Erst in der fünften Woche lud Mara das ganze Team ein. Sie hatte bewusst gewartet: Wer CAMPUS zum ersten Mal öffnet, sollte etwas vorfinden, keine Baustelle.

Ein Konto anzulegen dauerte Minuten. Die meisten Kolleg:innen blieben Nutzer:innen, ein paar wenige bekamen gezielt mehr Rechte, nie mehr, als sie brauchten. Und jede Person bekam eine Gruppe, als stille Antwort auf die Frage, welche Inhalte für sie gedacht waren.

In der ersten Woche kamen drei Fragen, auf die es noch keine Antwort gab. Am Freitag standen die Antworten auf der Plattform.

Die ersten zwei Wochen

Nach dem Go-Live entscheidet sich, ob die Plattform zur Gewohnheit wird. In dieser Zeit lohnt sich eine enge Begleitung:

- **Erreichbar sein:** Die Ansprechperson antwortet schnell, am besten noch am selben Tag.
- **Lücken schließen:** Was gesucht und nicht gefunden wird, kommt innerhalb weniger Tage dazu. Nichts überzeugt mehr als die Erfahrung „Ich habe gefragt und jetzt steht es da“.
- **Verlinken statt erklären:** Bitte die Teamleitungen, Fragen mit einem Link auf die Plattform zu beantworten. So lernt das Team, wo es zuerst nachschaut.
- **Zuhören:** Nach zwei Wochen eine kurze Runde mit der Pilotgruppe und zwei, drei Teamleitungen: Was funktioniert, was stört, was fehlt?

DAS NIMMST DU MIT

- Lade erst eine kleine, gemischte Gruppe ein, mit echten Aufgaben und einem festen Ende.
- Entscheide den Go-Live nach Kriterien, nicht nach Kalender.
- Die Ankündigung beantwortet drei Fragen: Was ist neu, wo melde ich mich an, wen frage ich.
- In den ersten zwei Wochen zählt Tempo: Was fehlt, steht wenige Tage später da.

6

BETREIBEN

Nach dem Go-Live

Aus dem Projekt wird eine Gewohnheit. Ein Redaktionsplan in drei Rhythmen, ein Haltbarkeitsdatum für jeden Inhalt und ein Ausbau Schritt für Schritt.

BEI BUTTERFLY EFFECT · *Ein Garten, keine Checkliste*

Nach sechs Wochen war CAMPUS kein Projekt mehr, das Mara „fertigstellen“ musste. Es war etwas geworden, um das sie sich kümmerte, so wie man sich um einen Garten kümmert, nicht um eine Checkliste.

Sie passte Rollen an, wenn sich Zuständigkeiten änderten. Jonas ergänzte neue Inhalte, in ruhigem Takt statt in Schüben. Und als das Team die ersten Module tatsächlich abschloss, schalteten sie das Reward-System zu, zurückhaltend: ein Zertifikat für echte Nachweise, ein Abzeichen für sichtbare Meilensteine. Belohnt wurde, was jemand erreicht hatte, nicht wie oft jemand geklickt hatte.

Der Redaktionsplan

Ja, eine Wissensplattform braucht eine redaktionelle Planung. Keine große, aber eine verlässliche. Ohne sie passiert, was in jeder Ablage passiert: Am Anfang ist alles frisch, nach einem Jahr weiß niemand mehr, was noch stimmt. Drei Rhythmen reichen:

RHYTHMUS	WAS PASSIERT	WER
Wöchentlich, eine halbe Stunde	Offene Fragen und Rückmeldungen sichten, Suchbegriffe ohne Treffer anschauen, wartende Freigaben erledigen.	Redaktion und Freigabe
Monatlich, eine Stunde	Themen für die nächsten Wochen planen: Was steht an? Ein neuer Prozess, ein Produktstart, eine neue Regel, eine saisonale Frage?	Plattformverantwortung, Redaktion, bei Bedarf Fachbereiche
Quartalsweise, ein halber Tag	Den Bestand prüfen: Veraltetes archivieren, doppelte Tags zusammenführen, Rechte durchsehen, Kennzahlen auswerten und berichten.	Plattformverantwortung mit Auftraggeber:in

ARBEITSHILFE · **Redaktionsplan**

MONAT	ANLASS ODER THEMA	GEPLANTER INHALT	WEG	VERANTWORTLICH	STATUS
			Interview · KI-Generator · selbst geschrieben		
			Interview · KI-Generator · selbst geschrieben		
			Interview · KI-Generator · selbst geschrieben		
			Interview · KI-Generator · selbst geschrieben		

Woher neue Themen kommen

Die besten Themen erfindet nicht die Redaktion. Sie zeigen sich, wenn man hinschaut:

- **Suchen ohne Treffer:** Wonach wurde gesucht und nichts gefunden? Jeder dieser Begriffe ist ein fehlender Inhalt oder ein fehlender Tag. CAMPUS kann häufige Suchbegriffe und Suchen ohne Treffer auswerten, wenn ihr das wollt und es mit dem Betriebsrat abgestimmt ist.
- **Fragen an Bryan:** Ist der KI-Assistent aktiviert, zeigen seine Auswertungen, wofür er genutzt wird. Häufige Fragen sind ein Hinweis, welche Inhalte fehlen.
- **Rückmeldungen:** Jede Beschwerde über einen fehlenden oder falschen Inhalt ist ein Geschenk. Mach es leicht, sie loszuwerden.
- **Ereignisse:** Neue Prozesse, Produkte, Regeln. Plane den Inhalt zusammen mit der Neuerung, nicht danach.
- **Abschiede:** Wechselt jemand die Rolle oder geht in den Ruhestand, gehört ein Interview mit INTERVIEWER auf die Übergabeliste. Monate vorher, nicht am letzten Tag. Mehr dazu im Playbook Playbook Wissen sichern, bevor es in Rente geht.
- **Beliebte Themen:** Was viel genutzt wird, verdient eine Vertiefung.

Jeder Inhalt hat ein Haltbarkeitsdatum

Ein veralteter Inhalt ist schlimmer als ein fehlender. Er kostet nicht nur Zeit, er kostet Vertrauen in alle anderen. Deshalb bekommt jedes Thema eine verantwortliche Person und einen Prüfrhythmus: für Abläufe, die sich oft ändern, vielleicht ein halbes Jahr, für Grundlagen ein Jahr.

Entwurf	Die Redaktion erstellt.
Freigabe	Eine zweite Person prüft.
Veröffentlicht	Sichtbar für die Zielgruppe.
Geprüft	Im Turnus: stimmt es noch?

Archiviert	Oder überarbeitet und neu freigegeben.

Archivieren ist besser als Löschen: Ein archivierter Inhalt ist für Nutzer:innen weg, lässt sich aber zurückholen und überarbeiten.

Motivation mit Bedacht

Das Reward-System von CAMPUS kann Lernen sichtbar machen: mit Abzeichen für Meilensteine, Zertifikaten für Nachweise, Punkten und Kampagnen für Aktionen über einen Zeitraum. Das ist ein starkes Werkzeug und deshalb eines, das du mit Bedacht einsetzt:

- **Ergebnisse belohnen, nicht Klicks.** Wer für Aktivität belohnt, bekommt Aktivität, aber kein Lernen.
- **Bedeutung vor Menge.** Ein Zertifikat, das etwas wert ist, schlägt zehn belanglose Abzeichen.
- **Ranglisten nur mit Absprache.** Nicht jede:r möchte öffentlich verglichen werden. Hier ist der Betriebsrat, falls vorhanden, eine gute erste Adresse.
- **Erst die Struktur, dann die Belohnung.** Rewards verstärken, was da ist. Sie ersetzen keine guten Inhalte.

Im Handbuch: CAMPUS Das Reward-System und CAMPUS Rezept: Rewards sinnvoll einsetzen.

Schritt für Schritt wachsen

Steht der Betrieb, kommt die Frage: Was als Nächstes? Wachse in der Reihenfolge, in der du angefangen hast, ein Schritt nach dem anderen:

- **Neue Themen:** zurück zur Themenliste aus Kapitel 2, nächste Priorität.
- **Neue Zielgruppen:** neue Gruppen und Sichtbarkeitsregeln, ein kleiner Pilot, dann der Go-Live für diese Gruppe.
- **Mehr Redaktion:** Fachbereiche pflegen ihre Inhalte selbst, mit Rechten, die auf ihre Gruppe beschränkt sind. Die Freigabe bleibt getrennt.
- **Neue Formate:** Lernpfade, die Schritt für Schritt durch ein Thema führen, Live-Termine oder Podcasts und Foliensätze, die das AI Studio von INTERVIEWER aus iDocs erzeugt.

Anregungen für typische Vorhaben findest du in den Use-Cases des Handbuchs, etwa CAMPUS Onboarding-Programm, und in der Übersicht CAMPUS Use-Cases.

DAS NIMMST DU MIT

- Ein Redaktionsplan in drei Rhythmen: wöchentlich sichten, monatlich planen, quartalsweise aufräumen.
- Neue Themen zeigen sich in Suchen ohne Treffer, in Fragen an Bryan und in jedem Abschied.
- Jeder Inhalt hat eine verantwortliche Person und ein Prüfdatum. Veraltetes wird archiviert.
- Belohne Ergebnisse, nicht Klicks. Und wachse Schritt für Schritt.

7

BETREIBEN

Erfolg messen und berichten

Wann ist es ein Erfolg? Kennzahlen auf drei Ebenen, die richtigen Zeitpunkte und ein Bericht, der auf eine Seite passt.

Erfolg ist nicht, dass viele Menschen klicken. Erfolg ist das, was du in Kapitel 2 als Ziel aufgeschrieben hast. Deshalb beginnt dieses Kapitel nicht mit Zahlen, sondern mit deinem Projektsteckbrief: Welches Problem wolltest du lösen und woran wolltest du es messen?

Kennzahlen auf drei Ebenen

Gute Kennzahlen beantworten drei Fragen, in dieser Reihenfolge. Die erste ist am leichtesten zu messen, die dritte ist die, die wirklich zählt.

EBENE 1 · NUTZUNG

Kommen die Menschen?

Aktive Nutzer:innen, Zugriffe, Entwicklung über die Zeit. Kommen sie wieder oder nur einmal zum Go-Live?

EBENE 2 · INHALT

Finden sie das Richtige?

Suchen ohne Treffer, Bewertungen von Inhalten, Anteil der Inhalte, die im Prüfrhythmus geprüft wurden.

EBENE 3 · WIRKUNG

Ändert sich etwas?

Die Zahl aus deinem Ziel: weniger wiederholte Fragen, kürzere Einarbeitung, vollständige Nachweise bei Pflichtschulungen.

Die ersten beiden Ebenen zeigt dir CAMPUS. Die dritte misst du meist so, wie du die Ausgangswerte gemessen hast: mit derselben Strichliste, derselben Umfrage, denselben Fragen an die Teamleitungen. Nur so sind die Zahlen vergleichbar.

Was CAMPUS dir zeigt

Die Auswertungen in CAMPUS liefern Kennzahlen zu Aktivität, zu Inhalten und ihren Bewertungen, zum Lernfortschritt mit Abschlüssen und Zertifikaten und, falls aktiviert, zur Nutzung von Bryan. Wer tiefer auswerten oder die Zahlen in eigene Dashboards bringen will, kann sie über die Schnittstelle abrufen. Das ist eine Aufgabe für eure IT. Details: CAMPUS Auswertungen.

Ein Wort zum Datenschutz: Für einen Bericht brauchst du fast nie Zahlen über einzelne Personen. Werte zusammengefasst aus, je Team oder Zielgruppe. Das ist datensparsam und meist auch aussagekräftiger.

Wann du misst

NACH 30 TAGEN

Nutzung

Kommen die Menschen und kommen sie wieder? Wenn nicht: Ankündigung, Anmeldung und Startinhalte prüfen.

NACH 60 TAGEN

Inhalt

Finden sie, was sie suchen? Suchen ohne Treffer und Rückmeldungen zeigen die Lücken.

NACH 90 TAGEN

Wirkung

Die Zahl aus dem Ziel, verglichen mit dem Ausgangswert. Das ist der erste Bericht.

DANACH QUARTALSWEISE

Alle drei Ebenen

Zusammen mit der Bestandsprüfung aus Kapitel 6.

Urteile nicht zu früh. Nutzung zeigt sich in Tagen, Wirkung in Monaten. Wer nach zwei Wochen die Einarbeitungszeit misst, misst vor allem Zufall.

Zahlen, die täuschen

Manche Zahlen sehen gut aus und sagen wenig:

- **Seitenaufrufe allein.** Ein Inhalt, der dreimal aufgerufen wird, weil er beim ersten Mal nicht verstanden wurde, ist kein Erfolg.
- **Die Zahl der Inhalte.** Mehr ist nicht besser. Zwanzig gepflegte Inhalte schlagen zweihundert veraltete.
- **Punkte im Reward-System.** Sie zeigen, wie gut eine Kampagne angenommen wird, nicht, ob gelernt wurde.

Eine einfache Prüffrage hilft: Würde ich etwas anders machen, wenn diese Zahl sinkt? Wenn nicht, gehört sie nicht in den Bericht.

BEI BUTTERFLY EFFECT · *Eine Seite für Katrin*

Nach neunzig Tagen schrieb Mara ihren ersten Bericht. Sie hatte gelernt: eine Seite. Ganz oben stand ein Satz. „Das Ziel ist zu großen Teilen erreicht: Neue Kolleg:innen im Kundendienst fragen deutlich seltener nach, Hans ist im Urlaub nicht mehr unersetzlich."

Darunter drei Zahlen. Die Strichliste, die Hans und zwei Kolleginnen vor dem Start geführt hatten, zeigte 31 wiederkehrende Fragen in zwei Wochen. Jetzt waren es zwölf. Danach zwei Sätze zu dem, was nicht funktioniert hatte: Der Vertrieb nutzte die Plattform kaum, weil seine Themen noch fehlten.

Katrin las die erste Zeile, dann die letzte. „Und was brauchst du?" „Zwei Stunden pro Woche aus dem Vertrieb, für drei Monate." Katrin nickte. Das Gespräch dauerte vier Minuten.

Wie du berichtest

Ein guter Bericht an Vorgesetzte folgt einer einfachen Regel: die Antwort zuerst. Wer nur die erste Zeile liest, muss wissen, wie es steht. Alles Weitere begründet diese Zeile.

1. **Der Stand in einem Satz.** Ist das Ziel erreicht, teilweise erreicht oder nicht? Ohne Umschweife.
2. **Zwei bis drei Zahlen.** Ausgangswert, heutiger Wert, Ziel. Mehr nicht.
3. **Was gut lief, was nicht.** Ehrlich. Ein Bericht ohne Schwächen wirkt nicht stark, sondern unglaubwürdig.
4. **Die nächsten Schritte.** Was passiert im nächsten Quartal?
5. **Was du brauchst.** Eine Entscheidung, Zeit, Budget, Unterstützung. Konkret, mit Umfang und Datum.

ARBEITSHILFE · **Statusbericht auf einer Seite**

Der Stand in einem Satz
Unser Ziel (aus dem Steckbrief)
Kennzahl · Ausgangswert · heute · Ziel
Kennzahl · Ausgangswert · heute · Ziel
Was gut lief
Was nicht lief und warum
Nächste Schritte bis
Was wir brauchen, von wem, bis wann

Wenn die Zahlen nicht stimmen

Bleibt die Wirkung aus, liegt es selten an der Plattform. Meist ist es eines von vier Dingen und für jedes gibt es einen Hebel:

- **Die Inhalte fehlen:** Suchen ohne Treffer anschauen und die Lücken schließen, zuerst die häufigsten.
- **Die Inhalte werden nicht gefunden:** Kategorien und Tags prüfen. Mit zwei, drei Nutzer:innen gemeinsam suchen und zuschauen.
- **Die Gewohnheit fehlt:** Die Teamleitungen bitten, konsequent auf die Plattform zu verweisen. Alte Ablagen, die dasselbe enthalten, schließen.
- **Das Ziel war zu groß:** Das ist keine Niederlage, sondern eine Erkenntnis. Lieber ein kleineres Ziel erreichen als ein großes verfehlen. Schreib es in den Bericht.

DAS NIMMST DU MIT

- Erfolg ist dein Ziel aus Kapitel 2, nicht die Zahl der Klicks.
- Miss auf drei Ebenen: Nutzung, Inhalt, Wirkung. Die Wirkung misst du wie die Ausgangswerte.
- Nach 30, 60 und 90 Tagen hinschauen, dann jedes Quartal.
- Der Bericht passt auf eine Seite: Stand, Zahlen, Ehrlichkeit, nächste Schritte, was du brauchst.

8

ÜBERSICHT

Auf einen Blick

Der ganze Weg auf einer Seite, alle Arbeitshilfen, ein kleines Glossar und dein nächster Schritt.

BEI BUTTERFLY EFFECT · *Epilog*

Mara dachte manchmal an jenen ersten Montag zurück, an den leeren Bildschirm. Es war kein großer Moment gewesen. Nur der Anfang von etwas, das langsam gewachsen war, Woche für Woche, Entscheidung für Entscheidung.

Keine dieser Entscheidungen war für sich genommen aufwendig. In der Summe aber bestimmten sie, was aus CAMPUS bei Butterfly Effect wurde. Kleine Entscheidungen, große Wirkung. Der Name hatte gestimmt.

Vielleicht sitzt du gerade selbst vor diesem leeren Bildschirm. Die gute Nachricht: Die Fragen, die Mara sich gestellt hat, sind dieselben, die dir weiterhelfen. Wofür? Wer erstellt, wer prüft? Was kommt zuerst? Wann ist es gut genug? Und woran sehen wir, dass es wirkt?

Der ganze Weg auf einer Seite

ARBEITSHILFE · **Gesamt-Checkliste**

	SCHRITT	DAS MACHST DU	KAPITEL
☐	**Erkennen**	Beide Selbsttests machen, Größe festhalten.	1
☐	**Ziel**	Projektsteckbrief ausfüllen, Ziel in einem Satz, mit Auftraggeber:in abstimmen.	2
☐	**Themen**	Wenige Startthemen wählen, jedem eine verantwortliche Person geben.	2
☐	**Rahmen**	Datenschutz, Gremium, Interviews, Branchenvorgaben klären.	2
☐	**Ausgangswerte**	Ein bis zwei Zahlen messen, bevor sich etwas ändert.	2
☐	**Rollen**	Rollenplan mit Namen und Vertretung, dann Rechte vergeben.	3
☐	**Struktur**	Kategorien und Tags festlegen und die Regeln aufschreiben.	4
☐	**Inhalte**	Die zwanzig Fragen der Neuen beantworten: per Interview, mit dem KI-Generator oder selbst geschrieben.	4
☐	**Freigabe**	Den Weg vom Entwurf zur Veröffentlichung einmal komplett durchspielen.	5
☐	**Pilot**	Kleine Gruppe, echte Aufgaben, festes Ende, Testkonten je Zielgruppe.	5
☐	**Go-Live**	Checkliste erfüllt, Konten angelegt, Ankündigung verschickt.	5
☐	**Begleitung**	Zwei Wochen lang schnell antworten und Lücken schließen.	5
☐	**Betrieb**	Redaktionsplan in drei Rhythmen, Prüfdatum für jeden Inhalt.	6
☐	**Bericht**	Nach 90 Tagen eine Seite für die Auftraggeber:in, dann jedes Quartal.	7

Alle Arbeitshilfen

Die Arbeitshilfen stehen jeweils dort, wo sie gebraucht werden. Hier findest du sie gesammelt. Zum Ausdrucken und Ausfüllen gibt es jede einzeln als PDF und alle zusammen im Arbeitshilfe-Buch.

ARBEITSHILFE	WOFÜR	KAPITEL
Fünf Warnsignale und Passt CAMPUS zu dir?	Brauchst du eine Plattform und in welcher Größe?	1
Projektsteckbrief	Ziel, Erfolg, Verantwortung, Zeitraum auf einer Seite	2
Themenliste	Startthemen auswählen und zuordnen	2
Rahmen-Checkliste	Datenschutz, Mitbestimmung, Vorgaben	2
Rollenplan	Wer übernimmt welche Rolle, mit welchen Rechten	3
Inhaltsplan für den Start	Welche Fragen, welcher Weg, wer, bis wann	4
Testplan für den Pilot	Aufgaben für die Pilotgruppe	5
Go-Live-Checkliste	Bist du bereit?	5
Vorlage für die Ankündigung	Die Nachricht zum Start	5
Redaktionsplan	Themen der nächsten Monate	6
Statusbericht auf einer Seite	Der Bericht an die Auftraggeber:in	7

Kleines Glossar

Die wichtigsten Begriffe dieses Playbooks, ohne Fachchinesisch. Das vollständige Glossar steht im CAMPUS CAMPUS-Handbuch.

Bryan — Der KI-Assistent von CAMPUS. Er beantwortet Fragen auf Basis eurer eigenen Inhalte und Wissensquellen, auch aus angehängten Dateien und Videos. Gehört zum optionalen Modul „Interactive Avatar“, das das Modul „AI Suite“ voraussetzt.

Editor	Eine Person, die Inhalte erstellen und pflegen darf. Technisch ein Admin mit Inhaltsrechten.
Freigabe	Der Schritt zwischen Entwurf und Veröffentlichung: Eine zweite Person prüft und genehmigt.
Gruppe	Fasst Menschen zusammen, etwa nach Abteilung oder Zielgruppe. Steuert, auf welche Inhalte sich Rechte beziehen und wer was sieht.
iDoc	Das strukturierte Dokument, das INTERVIEWER aus Gesprächen, Dateien und Notizen erstellt. Kann in CAMPUS eingebunden oder als Quelle für den KI-Generator genutzt werden.
Kategorie	Einer der wenigen großen Bereiche, durch die man auf der Plattform navigiert.
KI-Generator	Erstellt in CAMPUS aus vorhandenem Wissen einen ersten Entwurf samt Gliederung. Ein Mensch prüft und verfeinert.
Produkt	So heißt in CAMPUS ein einzelner Inhalt, etwa ein Artikel oder eine Übersichtsseite.
Reviewer	Das Recht, Inhalte zu prüfen und freizugeben. Bewusst getrennt vom Recht, Inhalte zu erstellen.
Reward-System	Abzeichen, Zertifikate, Punkte und Kampagnen, die Lernen sichtbar machen.
Sichtbarkeitsregeln	Legen fest, wer einen Inhalt tatsächlich sehen darf, auch wenn ein Link geteilt wird. Im Handbuch heißen sie Restrictions.
Super-Admin	Die Rolle mit vollem Zugriff, auch auf Einstellungen, die sofort für die ganze Plattform gelten.
Tag	Ein Schlagwort, das quer zu den Kategorien liegt und beim Finden hilft.
Vorlage	In INTERVIEWER die Anleitung für die KI: wie sie mit dem Input umgeht, wo sie nachfragt und wie das Dokument aufgebaut ist.

Dein nächster Schritt

Du musst nicht alles auf einmal machen. Fang mit einem Satz an: Schreib dein Ziel auf, so wie Mara es für Katrin getan hat. Dann such dir eine Person, die mit dir das Kernteam bildet. Der Rest folgt in der Reihenfolge dieses Playbooks.

Wenn du in die Details einsteigen willst, helfen dir die Handbücher: CAMPUS Was ist CAMPUS?, CAMPUS CAMPUS und INTERVIEWER und INTERVIEWER Was ist INTERVIEWER?

Du möchtest wissen, wie das bei euch aussehen kann? Vereinbare ein Erstgespräch oder fordere eine Demo an. Wir sind für dich da.

Erstgespräch vereinbaren https://8s.de/kontakt/

DAS NIMMST DU MIT

- Ein Ziel in einem Satz, eine zweite Person im Kernteam: Damit fängt alles an.
- Die Gesamt-Checkliste führt dich durch den ganzen Weg.
- Für das Wie gibt es die Handbücher, für alles andere uns.

Eine Wissensplattform aufbauen
Mit CAMPUS und INTERVIEWER: vom ersten Gedanken bis zum ersten Bericht an die Geschäftsleitung

Ausgabe 11/2026

Dieses Playbook gibt es auch online, mit Links in die Handbücher:
help.8s.de/playbooks/wissensplattform/

Die Zahlen in diesem Playbook sind Richtwerte zum Planen, keine Zusagen und keine Lizenzangaben. Das Playbook ersetzt keine Rechtsberatung. Butterfly Effect und alle Personen der Geschichte sind erfunden.

© 2026 Acht S GmbH · Alle Rechte vorbehalten
Acht S GmbH · 8s.de