

SEA-Spezialist

FF04 Marketing, Kommunikation und Inhalte · ISCO-08 2431 · CBS 0311 Berater für Marketing, Öffentlichkeitsarbeit und Vertrieb · Dienstalter medior · Auch bekannt als: Spezialist für bezahlte Suchmaschinenwerbung, PPC-Spezialist

Setzt das Werbebudget in Suchmaschinen und Werbenetzwerken ein, verwaltet Gebote und Zielgruppen und optimiert täglich die Kosten pro Konversion.

Der SEA-Spezialist verwaltet bezahlte Suchanzeigen und arbeitet mit kurzen Feedbackschleifen auf der Grundlage konkreter Kennzahlen. Im Gegensatz zum SEO-Spezialisten hat diese Position direkten Einfluss auf das Budget, sodass Fehler unmittelbar finanzielle Folgen haben. Bei der Auswahl werden häufig lediglich Plattformzertifizierungen verlangt, während die Rolle in der Praxis an der numerischen Genauigkeit bei Margen scheitert und dem internen Druck nicht standhält, weiterhin Mittel in Kanäle zu investieren, die keinen Ertrag bringen.

Kennzahlen für dieses Profil

24 Fähigkeiten · 3 Zu bewertende Kompetenzen · 5 Ausschlusskriterien · Schwerpunkt: Betriebsabläufe, Handel und Unternehmertum 41%, Kommunikation und Einflussnahme 31%, Kognitive Fähigkeiten und Problemlösung 13%

1 Zu messende Kompetenzen

Dies sind die Verhaltens- und Fähigkeitskonstrukte in diesem Profil. Zu jedem wird angezeigt, welcher hrmforce-Fragebogen es misst.

Zu messende Kompetenzen	Zielniveau	hrmforce-Instrument	Messmethode	Verhaltensanker auf Zielniveau
Kreatives Denken Kompetenz (50-Framework): Kreativität	 N4	Big Fifty, Competency Check	Persönlichkeitsfragebogen	Stellt mehrere ungewöhnliche Lösungsansätze für ein festgefahrenes Problem nebeneinander und erarbeitet den vielversprechendsten Ansatz weiter.
externes Bewusstsein Kompetenz (50-Framework): Umweltbewusstsein	 N3	Big Fifty, Competency Check	Strukturiertes Interview	Verfolgt systematisch Quellen außerhalb der Organisation und nutzt diese Hinweise bei der Anpassung der Arbeitsmethoden innerhalb des Teams.

Zu messende Kompetenzen	Zielniveau	hrmforce-Instrument	Messmethode	Verhaltensanker auf Zielniveau
Flexibilität Kompetenz (50-Framework): Flexibilität	 N3	Big Fifty, 15PF, Competency Check	Persönlichkeitsfragebogen	Passt den Ansatz eigenständig an, wenn sich die Anforderungen ändern, hält die Beteiligten auf dem Laufenden und liefert das Ergebnis dennoch innerhalb der vorgegebenen Rahmenbedingungen.

2 Vollständiges Kompetenzprofil

Alle Kompetenzen in diesem Profil, sortiert nach Gewichtung. Der unter jeder Kompetenz angegebene Verhaltensanker bezieht sich auf das Zielniveau.

T	Skill	Zielniveau	Gewicht	Knockout	Messmethode	hrmforce-Instrument
T	Verwaltung digitaler Werbekampagnen Legt die Standards für den Ankauf und die Messung von Werbeflächen fest und entscheidet über die Wahl der Plattformen sowie das Jahresbudget.	■■■■■ N5	5	ja	Arbeitsproben-Test	Arbeitsproben-Test, Portfolio
V	Schriftlicher Ausdruck Verfasst eigenständig Texte mit Einleitung, Hauptteil und Schluss, wählt den Tonfall entsprechend der Zielgruppe aus und wendet festgelegte Begriffe konsistent an.	■■■■■ N4	5	ja	Arbeitsproben-Test	Arbeitsproben-Test, Competency Check
V	Erstellung von Inhalten für Zielgruppen Legt Botschaft, Form und Kanal je nach Zielgruppe fest, erstellt die Inhalte und optimiert diese auf der Grundlage der Reichweitenzahlen.	■■■■■ N4	5	ja	Portfolio oder Nachweise	Portfolio, Arbeitsproben-Test
V	Content-Marketing Erstellt einen eigenen Inhaltskalender pro Zielgruppe, verfasst die Texte und steuert Reichweite und Interaktion.	■■■■■ N4	5	ja	Portfolio oder Nachweise	Arbeitsproben-Test, Portfolio
V	Marketinganalytik und Attribution Erstellt ein Dashboard pro Kanal, überprüft die Messkonfiguration und erläutert, welche Kampagne zu welchem Ergebnis geführt hat.	■■■■■ N4	5	ja	Arbeitsproben-Test	Arbeitsproben-Test, Wissenstest (kundenspezifisch)

T	Skill	Zielniveau	Gewicht	Knockout	Messmethode	hrmforce-Instrument
V	Quantitative Auswertung Setzt monatliche Zahlen in drei konkrete Erkenntnisse um, benennt die Messunsicherheit und warnt, wenn die Zahlen zu gering sind.	 N4	4	nein	Arbeitsproben-Test	Ability Scan, Arbeitsproben-Test
G	Kreatives Denken Stellt mehrere ungewöhnliche Lösungsansätze für ein festgefahrenes Problem nebeneinander und erarbeitet den vielversprechendsten Ansatz weiter.	 N4	4	nein	Persönlichkeitsfragebogen	Big Fifty, Competency Check
V	Redaktion und verständliche Sprache Überarbeitet ein formelles Schreiben auf das Niveau B1 der einfachen Sprache und erläutert dem Verfasser, welche Entscheidungen getroffen wurden.	 N4	4	nein	Arbeitsproben-Test	Arbeitsproben-Test
V	Storytelling Erstellt eine Geschichte mit Ausgangssituation, Wendepunkt und Ergebnis rund um einen Kundenfall und verknüpft diese mit der Botschaft.	 N4	4	nein	Simulation	Arbeitsproben-Test, Competency Check
V	Datenanalyse Wählt Analysemethoden für eine offene Fragestellung aus, wandelt Rohdaten in eine Arbeitsdatei um und untermauert jede Schlussfolgerung mit Zahlenangaben.	 N4	4	nein	Arbeitsproben-Test	Ability Scan, Arbeitsproben-Test
V	Kundensegmentierung und Zielgruppenansprache Erstellt eine Segmentierung auf der Grundlage von Kundendaten und -verhalten und erläutert den Bedarf sowie den Nutzen für jedes Segment.	 N3	4	nein	Arbeitsproben-Test	Arbeitsproben-Test

T	Skill	Zielniveau	Gewicht	Knockout	Messmethode	hrmforce-Instrument
V	Anwendung von Markenpositionierung und visueller Identität Überprüft Veröffentlichungen des Teams und der Lieferanten anhand der Markenrichtlinien und korrigiert Abweichungen mit einer Begründung.	 N3	4	nein	Portfolio oder Nachweise	Arbeitsproben-Test, Portfolio
V	Ideenfindung Leitet eine Ideenfindungssitzung für das Team in einem geeigneten Format, sammelt Dutzende von Ideen und gruppiert diese nach Themen.	 N3	3	nein	Arbeitsproben-Test	Competency Check, Arbeitsproben-Test
V	Visuelle Kommunikation und Datenvisualisierung Wählt für jede Botschaft einen passenden Diagrammtyp aus, entfernt überflüssige Formatierungen und verfasst die Schlussfolgerung oberhalb der Abbildung.	 N3	3	nein	Arbeitsproben-Test	Arbeitsproben-Test, Portfolio
V	Stakeholder-Management Bewerten Sie den Einfluss und das Interesse der einzelnen Parteien, wählen Sie eine geeignete Kontaktform und erörtern Sie widersprüchliche Wünsche, bevor eine Entscheidung getroffen wird.	 N3	3	nein	Assessment-Center	Competency Check, 360 Feedback
T	Kommunikation in sozialen Medien Verwaltet einen Kanal eigenständig, beantwortet Fragen innerhalb einer Stunde und nutzt Statistiken, um den optimalen Zeitpunkt für die Veröffentlichung von Beiträgen zu bestimmen.	 N3	3	nein	Arbeitsproben-Test	Arbeitsproben-Test, Portfolio

T	Skill	Zielniveau	Gewicht	Knockout	Messmethode	hrmforce-Instrument
G	externes Bewusstsein Verfolgt systematisch Quellen außerhalb der Organisation und nutzt diese Hinweise bei der Anpassung der Arbeitsmethoden innerhalb des Teams.	 N3	3	nein	Strukturiertes Interview	Big Fifty, Competency Check
V	Anweisungen und Aufgabenübertragung an KI Teilt eine Arbeitsaufgabe in einzelne Schritte auf, entscheidet, welche Schritte von der KI ausgeführt werden und welche nicht, und optimiert die Anweisungen auf der Grundlage der Ergebnisse.	 N3	3	nein	Arbeitsproben-Test	Arbeitsproben-Test, Portfolio
V	Optimierung der Customer Journey und des Kundenerlebnisses Erarbeitet die Customer Journey für eine Dienstleistung, benennt die drei größten Engpässe und setzt gemeinsam mit den Beteiligten Verbesserungsmaßnahmen um.	 N3	3	nein	Arbeitsproben-Test	Arbeitsproben-Test, 360 Feedback
V	Marketingstrategie Erstellt einen Marketingplan für eine Dienstleistung oder einen Markt mit Zielen, Kanalauswahl und Budget und passt diesen entsprechend den Ergebnissen an.	 N3	3	nein	Arbeitsproben-Test	Wissenstest (kundenspezifisch), Arbeitsproben-Test
T	E-Mail- und Marketing-Automatisierung Erstellt eine eigene Sequenz mit Bedingungen und Auslösern, testet diese und optimiert sie auf der Grundlage von Öffnungs- und Klickraten.	 N3	3	nein	Arbeitsproben-Test	Arbeitsproben-Test

T	Skill	Zielniveau	Gewicht	Knockout	Messmethode	hrmforce-Instrument
V	Budgetierung und Kostenkontrolle Erstellt das Budget für ein eigenes Projekt, überwacht die Umsetzung pro Zeitraum und schlägt bei Abweichungen Maßnahmen vor.	 N3	3	nein	Arbeitsproben-Test	Wissenstest (kundenspezifisch), Arbeitsproben-Test
G	Flexibilität Passt den Ansatz eigenständig an, wenn sich die Anforderungen ändern, hält die Beteiligten auf dem Laufenden und liefert das Ergebnis dennoch innerhalb der vorgegebenen Rahmenbedingungen.	 N3	2	nein	Persönlichkeitsfragebogen	Big Fifty, 15PF, Competency Check
K	DSGVO und Datenschutz in der Praxis Verarbeitet personenbezogene Daten ausschließlich gemäß der geltenden Arbeitsanweisung und leitet zweifelhafte Fälle an den Datenschutzbeauftragten weiter.	 N2	1	nein	Wissenstest	Wissenstest (kundenspezifisch)

3 Stufen nach Dienstalter

Dasselbe Profil unter Berücksichtigung der Dienstaltersanpassung für die Berufsgruppe. Die Zielstufen sind auf 1 bis 5 begrenzt.

Skill	junior	medior	senior
Verwaltung digitaler Werbekampagnen	N5	N5	N5
Schriftlicher Ausdruck	N3	N4	N5
Erstellung von Inhalten für Zielgruppen	N3	N4	N5
Content-Marketing	N3	N4	N5
Marketinganalytik und Attribution	N4	N4	N4
Quantitative Auswertung	N3	N4	N5
Kreatives Denken	N3	N4	N5
Redaktion und verständliche Sprache	N3	N4	N5
Storytelling	N3	N4	N5
Datenanalyse	N3	N4	N5
Kundensegmentierung und Zielgruppenansprache	N2	N3	N4
Anwendung von Markenpositionierung und visueller Identität	N2	N3	N4
Ideenfindung	N2	N3	N4
Visuelle Kommunikation und Datenvisualisierung	N2	N3	N4
Stakeholder-Management	N2	N3	N4
Kommunikation in sozialen Medien	N2	N3	N4
externes Bewusstsein	N2	N3	N4
Anweisungen und Aufgabenübertragung an KI	N2	N3	N4
Optimierung der Customer Journey und des Kundenerlebnisses	N2	N3	N4
Marketingstrategie	N3	N3	N3
E-Mail- und Marketing-Automatisierung	N2	N3	N4
Budgetierung und Kostenkontrolle	N2	N3	N4
Flexibilität	N2	N3	N4
DSGVO und Datenschutz in der Praxis	N1	N2	N3

4 Die Kompetenzskala

Ebene	Bezeichnung	Autonomie	Komplexität	Umfang	Kenntnisumfang
N1	Geführt	arbeitet unter Aufsicht und befolgt Anweisungen	Routine, jeweils eine Variable nach der anderen	eigene Aufgabe	Grundlegendes Verständnis der Terminologie
N2	Anwendung	arbeitet selbstständig innerhalb festgelegter Rahmenbedingungen	vertraute Situationen mit geringen Abweichungen	die eigene Rolle	praktische Kenntnisse, wendet Standardverfahren an
N3	Beherrscht	legt den eigenen Ansatz fest und holt proaktiv Input ein	mehrere Variablen, gewisse Mehrdeutigkeiten	eigenes Team oder eigener Prozess	fundierte Kenntnisse, wägt Alternativen ab
N4	Fortgeschritten	leitet andere an und entscheidet über die Vorgehensweise	komplex, mit widersprüchlichen Interessen	mehrere Teams oder eine Abteilung	fundierte Kenntnisse, berät andere
N5	Führung	legt den Standard und die Richtlinien fest	strategisch, unter hoher Unsicherheit	Organisation, Wertschöpfungskette oder Berufsfeld	Autorität, fördert die Entwicklung des Berufsstandes

5 Verhaltensanker pro Kompetenz

Die Ankerpunkte befinden sich bei N1, N3 und N5. N2 und N4 sind bewusst nicht als Ankerpunkte festgelegt: Die Bewerter interpolieren zwischen diesen Punkten gemäß der O*NET-Konvention.

Skill	N1	N3	N5
Verwaltung digitaler Werbekampagnen Richtet Kampagnen auf Werbeplattformen ein, konfiguriert Zielgruppen, Gebote und Budgets und steuert diese anhand der Kosten pro Klick, Lead oder Verkauf.	Richtet eine Kampagne nach einem festgelegten Schritt-für-Schritt-Plan ein und überprüft, ob Budget und Enddatum korrekt festgelegt sind.	Verwaltet mehrere Kampagnen parallel, testet Anzeigenvarianten und verlagert das Budget auf die Kombination mit der besten Leistung.	Legt die Standards für den Ankauf und die Messung von Werbeflächen fest und entscheidet über die Wahl der Plattformen sowie das Jahresbudget.
Schriftlicher Ausdruck Gedanken in korrekte und lesbare Texte mit einer logischen Absatzstruktur, einem angemessenen Ton und einer auf den Leser abgestimmten Wortwahl umsetzen.	Verfasst kurze Mitteilungen und Berichte, die frei von sprachlichen Fehlern sind, nachdem ein Korrekturprogramm verwendet und eine Überprüfung durch einen Kollegen durchgeführt wurde.	Verfasst eigenständig Texte mit Einleitung, Hauptteil und Schluss, wählt den Tonfall entsprechend der Zielgruppe aus und wendet festgelegte Begriffe konsistent an.	Erstellt den Redaktionsleitfaden und den Hausstil für die Organisation, genehmigt Veröffentlichungen inhaltlich und fördert die Schreibkompetenz der Teams.

Skill	N1	N3	N5
Erstellung von Inhalten für Zielgruppen Erstellung von Texten, Bildern und Videos für eine bestimmte Zielgruppe und einen bestimmten Kanal mit einer Botschaft, die zum Lesen, Anschauen oder Handeln anregt.	Erstellt einen Beitrag nach einem vorgegebenen Format, wählt ein passendes Foto aus und prüft die Rechte und die Barrierefreiheit.	Legt Botschaft, Form und Kanal je nach Zielgruppe fest, erstellt die Inhalte und optimiert diese auf der Grundlage der Reichweitenzahlen.	Legt die Content-Strategie und die Markenrichtlinien fest, verteilt die Ressourcen auf die verschiedenen Kanäle und berichtet der Geschäftsleitung über die Ergebnisse.
Content-Marketing Konzipiert, erstellt und plant Texte, Bilder und Videos für die Kanäle der Organisation, um die Zielgruppe zu erreichen und zu binden.	Veröffentlicht die bereitgestellten Beiträge gemäß dem Redaktionskalender und überprüft vor der Veröffentlichung Sprache, Bildmaterial und Links.	Erstellt einen eigenen Inhaltskalender pro Zielgruppe, verfasst die Texte und steuert Reichweite und Interaktion.	Legt die Inhaltsrichtlinien und den Markenstil der Organisation fest und entscheidet über den Einsatz von Redakteuren, Agenturen und Kanälen.
Marketinganalytik und Attribution Misst die Wirkung von Marketingmaßnahmen mithilfe von Dashboards und Modellen und ordnet Umsatz und Leads den jeweiligen Kanälen und Kampagnen zu.	Ruft die Standardberichte aus dem Analysetool ab und fügt die Kennzahlen in die wöchentliche Übersicht ein.	Erstellt ein Dashboard pro Kanal, überprüft die Messkonfiguration und erläutert, welche Kampagne zu welchem Ergebnis geführt hat.	Wählt das Zuordnungsmodell für die Organisation aus, wägt dessen Einschränkungen ab und steuert die Budgetzuweisung entsprechend den Ergebnissen.
Quantitative Auswertung Erläutert, welche Bedeutung die Zahlen, Diagramme und Schlüsselindikatoren für die jeweilige Fragestellung haben, und gibt an, was sie nicht zeigen.	Liest einen Standardbericht und nennt die Werte, die über oder unter der vereinbarten Norm liegen.	Setzt monatliche Zahlen in drei konkrete Erkenntnisse um, benennt die Messunsicherheit und warnt, wenn die Zahlen zu gering sind.	Legt fest, welche Schlüsselindikatoren die Organisation steuern, zeigt die Fallstricke bei der Messung auf und korrigiert die unsachgemäße Verwendung von Zahlen.
Kreatives Denken Betrachtet ein Thema aus ungewöhnlichen Blickwinkeln, kombiniert vorhandene Elemente auf neue Weise und entwickelt eigene Ideen.	Bringt in einer Besprechung eine eigene Idee ein, um eine kleine Verbesserung im Rahmen der eigenen Aufgabe zu erzielen.	Stellt mehrere ungewöhnliche Lösungsansätze für ein festgefahrenes Problem nebeneinander und erarbeitet den vielversprechendsten Ansatz weiter.	Durchbricht gängige Annahmen in diesem Bereich, eröffnet neue Lösungsansätze und gibt anderen Raum zum Experimentieren.
Redaktion und verständliche Sprache Verkürzung, Umformulierung und Neufassung bestehender Texte in einer einfacheren Sprache, ohne dabei Inhalt, Nuancen oder rechtliche Bedeutung zu verlieren.	Entfernt überflüssige Wörter und Wiederholungen aus einem Text und korrigiert die Rechtschreibung anhand einer vorgegebenen Checkliste.	Überarbeitet ein formelles Schreiben auf das Niveau B1 der einfachen Sprache und erläutert dem Verfasser, welche Entscheidungen getroffen wurden.	Führt einen unternehmensweiten Ansatz zur Verwendung einer einfachen Sprache ein, misst die Lesbarkeit von Kernprodukten und passt die Standards auf der Grundlage von Nutzertests an.

Skill	N1	N3	N5
Storytelling Vermittlung einer Botschaft in erzählerischer Form mit Figuren, Spannung und einem Kernpunkt, sodass sich der Zuhörer an den Inhalt erinnert und ihn weitergeben kann.	Verwendet ein Beispiel aus der Praxis, um eine Zahl oder eine Regel für die Kollegen im Team verständlich zu machen.	Erstellt eine Geschichte mit Ausgangssituation, Wendepunkt und Ergebnis rund um einen Kundenfall und verknüpft diese mit der Botschaft.	Entwickelt die Geschichte des Unternehmens, sorgt dafür, dass sie in allen Kanälen wiederkehrt, und vermittelt Führungskräften, wie sie diese selbst erzählen können.
Datenanalyse Erstellt und analysiert Datensätze, um Muster, Zusammenhänge und Ausreißer zu erkennen, und setzt die Ergebnisse in Beziehung zur ursprünglichen Fragestellung.	Führt einen vordefinierten Analyseschritt an einem bereitgestellten Datensatz durch und protokolliert das Ergebnis im vereinbarten Format.	Wählt Analysemethoden für eine offene Fragestellung aus, wandelt Rohdaten in eine Arbeitsdatei um und untermauert jede Schlussfolgerung mit Zahlenangaben.	Legt die Analysestandards der Organisation fest, überprüft die Analysen anderer und etabliert neue Analysemethoden in der Branche.
Kundensegmentierung und Zielgruppenansprache Teilt Kunden und Interessenten in Gruppen mit vergleichbaren Bedürfnissen und Wertvorstellungen ein und legt fest, auf welche Gruppen sich das Unternehmen konzentrieren wird.	Ordnet Kunden anhand erfasster Merkmale bestehenden Segmenten zu und meldet Zweifelsfälle.	Erstellt eine Segmentierung auf der Grundlage von Kundendaten und -verhalten und erläutert den Bedarf sowie den Nutzen für jedes Segment.	Erstellt das Segmentierungsmodell für das Unternehmen, verknüpft es mit dem Angebot und den Vertriebskanälen und passt es an, wenn sich die Märkte verändern.
Anwendung von Markenpositionierung und visueller Identität Legt fest oder bewahrt, wofür die Marke steht, und stellt sicher, dass Sprache, Bildsprache und Verhalten in der Kommunikation damit im Einklang stehen.	Verwendet die vorgeschriebenen Logos, Farben und Vorlagen und stimmt sich im Zweifelsfall bezüglich einer Veröffentlichung mit anderen ab.	Überprüft Veröffentlichungen des Teams und der Lieferanten anhand der Markenrichtlinien und korrigiert Abweichungen mit einer Begründung.	Passt die Markenpositionierung der Organisation neu an und legt die Richtlinien fest, denen alle Veröffentlichungen entsprechen müssen.
Ideenfindung Liefert in kurzer Zeit zahlreiche und vielfältige Ideen, sowohl allein als auch in der Gruppe, und trennt dabei das Erarbeiten von Ideen vom Bewerten.	Liefert in einer Ideenfindungsrunde mehrere Vorschläge, ohne diese sofort abzulehnen oder zu bewerten.	Leitet eine Ideenfindungssitzung für das Team in einem geeigneten Format, sammelt Dutzende von Ideen und gruppiert diese nach Themen.	Richtet unternehmensweite Ideenprozesse ein, bindet Kunden und Partner in diese ein und sorgt dafür, dass Ideen auffindbar und wiederverwendbar bleiben.
Visuelle Kommunikation und Datenvisualisierung Darstellung von Zahlen und Abläufen in Tabellen, Grafiken und Diagrammen, die die Aussage untermauern und den Leser zur richtigen Schlussfolgerung führen.	Erstellt ein Diagramm in einer vorhandenen Vorlage, fügt eine Überschrift hinzu und benennt die auf der Achse angezeigte Einheit.	Wählt für jede Botschaft einen passenden Diagrammtyp aus, entfernt überflüssige Formatierungen und verfasst die Schlussfolgerung oberhalb der Abbildung.	Legt Richtlinien für die Visualisierung und die Nutzung von Dashboards im gesamten Unternehmen fest und beurteilt, ob die dargestellten Zahlen die Realität angemessen widerspiegeln.

Skill	N1	N3	N5
Stakeholder-Management Ermittlung der Personen, die Interesse an einer Initiative haben, und Pflege des Kontakts zu diesen Personen, damit die Entscheidungen weiterhin auf deren Unterstützung zählen können.	Führt eine Liste der Beteiligten und informiert diese gemäß dem vereinbarten Zeitplan über den Fortschritt.	Bewerten Sie den Einfluss und das Interesse der einzelnen Parteien, wählen Sie eine geeignete Kontaktform und erörtern Sie widersprüchliche Wünsche, bevor eine Entscheidung getroffen wird.	Pfleget ein Netzwerk, das bis in Regierungs- und politische Gremien reicht, bringt Parteien mit unterschiedlichen Interessen zusammen und sichert die Position der Organisation.
Kommunikation in sozialen Medien Verwaltung von Unternehmenskonten in sozialen Netzwerken, Veröffentlichung von Beiträgen und Beantwortung von Reaktionen unter Einhaltung der Regeln der Organisation und der Plattform.	Veröffentlicht genehmigte Beiträge mit den korrekten Tags und meldet negative Reaktionen an den Administrator des Kontos.	Verwaltet einen Kanal eigenständig, beantwortet Fragen innerhalb einer Stunde und nutzt Statistiken, um den optimalen Zeitpunkt für die Veröffentlichung von Beiträgen zu bestimmen.	Legt Richtlinien für das Verhalten in sozialen Netzwerken fest, organisiert die Überwachung und leitet die Reaktion, wenn es zu einem öffentlichen Streit kommt.
externes Bewusstsein Entwicklungen bei Kunden, auf dem Markt, im Technologiebereich sowie in der Gesetzgebung verfolgen und deren Auswirkungen auf die eigene Arbeit und die Organisation benennen.	Liest die bereitgestellten Informationen über Kunden und Regeln und benennt, was dies für die eigenen Aufgaben bedeutet.	Verfolgt systematisch Quellen außerhalb der Organisation und nutzt diese Hinweise bei der Anpassung der Arbeitsmethoden innerhalb des Teams.	Setzt gesellschaftliche und marktbezogene Entwicklungen in strategische Entscheidungen um und positioniert das Unternehmen rechtzeitig gegenüber relevanten externen Akteuren.
Anweisungen und Aufgabenübertragung an KI Teilt die Arbeit zwischen Mensch und KI-System auf, formuliert Aufgabe, Kontext und das erforderliche Ausgabeformat und passt diese entsprechend der Ausgabe an.	Weist ein KI-Tool eine einzelne Aufgabe mit einer klaren Fragestellung und einem vorgegebenen Format zu und nutzt das Ergebnis, nachdem es überprüft wurde.	Teilt eine Arbeitsaufgabe in einzelne Schritte auf, entscheidet, welche Schritte von der KI ausgeführt werden und welche nicht, und optimiert die Anweisungen auf der Grundlage der Ergebnisse.	Entwickelt unternehmensweite Vorgehensweisen für die Aufgabenteilung mit KI und schult andere in der effektiven und verantwortungsvollen Erteilung von Anweisungen.
Optimierung der Customer Journey und des Kundenerlebnisses Erfasst die Schritte, die ein Kunde durchläuft, ermittelt, an welchen Stellen Reibungspunkte auftreten, und setzt Verbesserungen bei Prozessen und im Kundenkontakt um.	Erfasst Kundenbeschwerden und -anmerkungen im vereinbarten Format und leitet diese an den Prozessverantwortlichen weiter.	Erarbeitet die Customer Journey für eine Dienstleistung, benennt die drei größten Engpässe und setzt gemeinsam mit den Beteiligten Verbesserungsmaßnahmen um.	Setzt den Maßstab für das Kundenerlebnis im Unternehmen und leitet abteilungsübergreifende Verbesserungsprogramme.

Skill	N1	N3	N5
Marketingstrategie Wählt Zielgruppen, Botschaft, Kanäle und Budget für einen bestimmten Zeitraum aus und verknüpft diese Entscheidungen mit den Zielen hinsichtlich Bekanntheit, Leads und Umsatz.	Setzt Teile eines bestehenden Marketingplans um und berichtet für jede Maßnahme über die erzielten Ergebnisse.	Erstellt einen Marketingplan für eine Dienstleistung oder einen Markt mit Zielen, Kanalauswahl und Budget und passt diesen entsprechend den Ergebnissen an.	Legt die Marketingstrategie der Organisation fest, verteilt das Budget auf die verschiedenen Kanäle und legt dem Vorstand Rechenschaft über die Erträge ab.
E-Mail- und Marketing-Automatisierung Konfiguriert E-Mail-Sequenzen, Formulare und Regeln in einer Automatisierungsplattform, die auf das Verhalten der Empfänger reagieren.	Versendet einen Newsletter mit einer vorhandenen Vorlage an die richtige Empfängerliste und überprüft zuvor die Testnachricht.	Erstellt eine eigene Sequenz mit Bedingungen und Auslösern, testet diese und optimiert sie auf der Grundlage von Öffnungs- und Klickraten.	Legt die Konfiguration und die Datenregeln der Automatisierungsplattform fest und bestimmt, welche Abläufe unternehmensweit gelten.
Budgetierung und Kostenkontrolle Erstellt ein Budget für eine Aufgabe, ein Team oder ein Projekt, überwacht die Ausgaben im Vergleich zu diesem Budget und greift ein, wenn eine Budgetüberschreitung droht.	Erfasst die Ausgaben in der bereitgestellten Übersicht und meldet Abweichungen, die über dem vereinbarten Limit liegen.	Erstellt das Budget für ein eigenes Projekt, überwacht die Umsetzung pro Zeitraum und schlägt bei Abweichungen Maßnahmen vor.	Legt den Haushaltsrahmen für die Organisation fest, entscheidet über die Umverteilung von Ressourcen und legt dem Vorstand Rechenschaft darüber ab.
Flexibilität Passt Arbeitsweise, Planung und Verhalten an, wenn sich die Situation oder die Anforderung ändert, wobei das vereinbarte Ergebnis gewahrt bleibt.	Wechselt zu einer anderen Aufgabe, sobald der Vorgesetzte darum bittet, und hinterlässt die gerade bearbeitete Arbeit in geordnetem Zustand.	Passt den Ansatz eigenständig an, wenn sich die Anforderungen ändern, hält die Beteiligten auf dem Laufenden und liefert das Ergebnis dennoch innerhalb der vorgegebenen Rahmenbedingungen.	Entwickelt Prozesse und Organisationsformen, die sich schnell an neue Gegebenheiten anpassen, und entscheidet, wann der allgemeine Kurs geändert wird.
DSGVO und Datenschutz in der Praxis Kennt die datenschutzrechtlichen Anforderungen für die eigene Arbeit, weiß, welche Rechtsgrundlage und welche Aufbewahrungsfrist gelten, und erkennt, wann eine Benachrichtigung erforderlich ist.	Verarbeitet personenbezogene Daten ausschließlich gemäß der geltenden Arbeitsanweisung und leitet zweifelhafte Fälle an den Datenschutzbeauftragten weiter.	Beurteilt im Rahmen eigener Prozesse, ob eine Rechtsgrundlage vorliegt, wendet den Grundsatz der Datenminimierung an und bearbeitet Anfragen von betroffenen Personen korrekt.	Legt die Datenschutzrichtlinie fest, entscheidet über Verarbeitungsvorgänge mit hohem Risiko und vertritt die Organisation gegenüber der Aufsichtsbehörde.

6 Bewertungsmethoden und Validität

Bei den Validitätswerten handelt es sich um die korrigierten metaanalytischen Schätzungen von Sackett, Zhang, Berry und Lievens (2022) aus dem „Journal of Applied Psychology“, die die älteren Zahlen von Schmidt und Hunter (1998) ersetzen. Die Streuung ist ebenso wichtig wie der Mittelwert: Bei einer hohen Standardabweichung (SD) variiert die Validität stark je nach Kontext.

Messmethode	rho	SD	Was ist das?
Arbeitsproben-Test	0.33	0.09	Der Bewerber führt unter standardisierten Bedingungen eine repräsentative Arbeitsprobe durch.
Portfolio oder Nachweise	-	-	Eine Sammlung früherer Arbeiten oder Ergebnisse, die anhand festgelegter Kriterien bewertet wurden.
Persönlichkeitsfragebogen	0.40	0.15	Selbstausskunft zu Verhaltenspräferenzen. Unter hrnforce finden Sie den „Big Fifty“ und den „15PF“.
Simulation	-	-	Simulierte Arbeitssituation, in der Regel digital, mit standardisierter Bewertung.
Assessment-Center	0.29	0.09	Mehrere Übungen, mehrere Bewerber, bewertungsdimensionenbezogene Benotung.
Strukturiertes Interview	0.42	0.19	Verhaltensorientiertes Vorstellungsgespräch mit festgelegten Fragen und einer Bewertungsskala pro Frage.
Wissenstest	0.40	0.13	Test zur Überprüfung des deklarativen Fachwissens, der in der Regel kundenspezifisch zusammengestellt wird.

7 Assessment-Instrumente für diesen Beruf

hrnforce-Instrument	Kompetenzen	Was damit gemessen wird
Arbeitsproben-Test	19	Repräsentatives Arbeitsbeispiel unter standardisierten Bedingungen
Portfolio	7	Bewertung bisheriger Arbeiten anhand festgelegter Kriterien
Competency Check	7	Kompetenzbeurteilung auf Verhaltensebene
Wissenstest (kundenspezifisch)	4	Fachwissenstest, individuell auf jeden Kunden zugeschnitten
Big Fifty	3	Persönlichkeitsfragebogen, 150 Items, 25 Faktoren
Ability Scan	2	Eignungstest: Verbale, numerische und abstrakte Denkfähigkeiten
360 Feedback	2	Mehrere Bewertungen auf der Grundlage von Verhaltensankern
15PF	1	„Personality Profile“, eine kürzere Alternative zum „Big Fifty“

8 So verwenden Sie dieses Profil

1. Stimmen Sie das Profil mit dem Personalverantwortlichen ab, bevor der erste Kandidat bewertet wird. Nachträglich vorgenommene Gewichtsadjustierungen machen das Ergebnis nicht mehr vertretbar.

2. Wählen Sie die Bewertungsmethode pro Kompetenz aus der Spalte „Bewertungsmethode“ aus. Kombinieren Sie maximal drei Methoden pro Bewerber.
3. Führen Sie in einer zweistündigen Sitzung eine Kalibrierung der Bewerter anhand der Ankerwerte aus Kapitel 5 durch. Ankerwerte ohne Schulung der Bewerter sind kaum aussagekräftig.
4. Füllen Sie den Übereinstimmungsrechner aus und besprechen Sie die Lücken im Entwicklungsgespräch. Typ A und Typ G sind Auswahlkriterien, keine Entwicklungsziele für das erste Quartal.

Quelle: hrmforce Skills Framework 2.0, Version 2.0.0, erstellt am 2026-09-08. Zuordnungen zu ESCO v1.2.1, O*NET 31.0, Lightcast Open Skills, SFIA 9, DigComp 3.0, EntreComp, LifeComp, GreenComp, AILit, WEF Future of Jobs 2025, ISCO-08 sowie zur niederländischen CBS-Berufsklassifikation BRC 2014, Ausgabe 2025. Dieses Profil dient als Ausgangspunkt und stellt keinen Standard dar: Passen Sie es an Ihre eigene Organisation an, bevor Sie darauf basierend eine Auswahl treffen.