



Der World Wide Fund For Nature (WWF) ist eine der größten und erfahrensten Naturschutzorganisationen der Welt und in fast 100 Ländern aktiv. Mit mehr als sechs Millionen Förderer:innen und einem globalen Netzwerk von 90 Büros führen Mitarbeiter:innen aktuell 1.300 Projekte zur Bewahrung der biologischen Vielfalt durch – und das seit 60 Jahren. Genau dort, wo es darauf ankommt.

Der WWF Deutschland ist ein selbständiger Teil dieses globalen Netzwerks. Neben unserem Kernthema Natur- und Artenschutz liegt unser Arbeitsschwerpunkt vermehrt darauf, Akteure aus Wirtschaft, Finanzen, Politik und Gesellschaft auf ihrem Weg zu mehr Nachhaltigkeit zu unterstützen.

Das gelingt uns vor allem durch die Mitarbeiter:innen: Menschen, die sich auskennen. Menschen, die mit anpacken, die sich für unsere Themen begeistern und dabei auch noch eine gute Portion Spaß und Freude haben. Menschen, die bereit sind, sich mit uns zusammen für eine nachhaltige Zukunft einzusetzen und für die ihr Job verbunden ist mit der Überzeugung, gemeinsam eine lebenswerte Zukunft ermöglichen zu können.

Sie identifizieren sich mit den Zielen des WWF? Sie teilen unsere Überzeugung und Leidenschaft? Zur Verstärkung unseres Vorstandsbereichs **Marketing, Kommunikation & Fundraising** im Bereich **Brand Management & Content Creation** in **Berlin**, suchen wir **zum nächstmöglichen Zeitpunkt befristet bis zum 30.06.2026** in **Teilzeit** mit **20** Wochenstunden eine:n qualifizierte:n:

Studentischer Mitarbeiter (m/w/d)

Brand & Insights

Das erwartet Sie:

- Mitarbeit bei der Erstellung von Markt-, Wettbewerbs- und Zielgruppenanalysen
- Unterstützung bei der Planung, Durchführung & Analyse von Marktforschungsprojekten
- Recherche zu aktuellen Marktpotentialen und Trends im Bereich Kommunikation, Marketing und Fundraising
- Hilfe bei der Übersetzung marktforscherischer Insights in Brand Communications über den gesamten Marketing Funnel hinweg
- Erstellung von Präsentationen, Berichten und Auswertungen für interne und externe Stakeholder
- Unterstützung bei der systematischen Akquise von ProBono-Zeiten & -Flächen

Das bringen Sie mit:

- ein Werteverständnis, das zu unseren WWF Werten passt: Entschlossenheit. Respekt. Aufrichtigkeit. Verantwortung. Kooperation.

Für diese **spezifische Stelle** bringen Sie außerdem mit:

- Eingeschriebener Student:in im Bereich Marketing, Kommunikationswissenschaften, Sozialwissenschaften, Betriebswirtschaft oder einem vergleichbaren Studiengang
- Erste Erfahrungen im Bereich Marktforschung, Datenanalyse oder Markenkommunikation
- Analytisches Denkvermögen, strukturierte Arbeitsweise und Kreativität
- Medienaffin, technologieoffen und Hands-on Mentalität
- Sicherer Umgang mit MS Office, insbesondere Excel und PowerPoint, sowie modernen Kollaborationstools
- Sehr gute Deutsch- und Englischkenntnisse in Wort und Schrift
- Teamfähigkeit, Eigeninitiative und eine proaktive Arbeitsweise
- Begeisterung für Naturschutz und Umweltthemen

Das bieten wir:

- eine sinnvolle Aufgabe für unseren Planeten sowie die Möglichkeit, echte Veränderungen mitzugestalten
- großartige Kolleginnen und Kollegen plus größtmöglichen Gestaltungsspielraum
- flache Hierarchien und kurze Wege, zum Beispiel zentral im Herzen von Berlin-Mitte, am Rathaus in Hamburg oder in unseren Projektbüros
- flexible Arbeitszeitmodelle, Homeoffice und 30 Tage Urlaubsanspruch

- ganz vorne Mitspielen oder einfach Dabeisein z. B. in unserer Band, im Fußball- oder Volleyball-Team

Überzeugt?

Dann freuen wir uns darauf Sie kennenzulernen. Bitte schicken Sie uns Ihre Bewerbung bis zum **01.05.2025** unter Angabe Ihrer Gehaltsvorstellung und Ihrer Verfügbarkeit direkt online über unser Bewerbungsformular. Für Fragen vorab steht Ihnen Tina Dengler gerne zur Verfügung.

Jetzt bewerben

Übrigens:

Als internationale Organisation unterstützen wir ein Arbeitsumfeld der Vielfalt, das auf Gerechtigkeit und gegenseitigem Respekt beruht. Wir freuen uns daher über jede Bewerbung – unabhängig von ethnischer, sozialer und nationaler Herkunft, Geschlecht, Religion, Alter, Behinderung, sexueller Orientierung, Familienstand und politischer Einstellung.

