

Wissenschaftszentrum Berlin für Sozialforschung gGmbH - Sozialwissenschaften

WZB

Wissenschaftszentrum Berlin
für Sozialforschung

Das WZB ist eine öffentlich geförderte Einrichtung für problemorientierte sozialwissenschaftliche Grundlagenforschung (<http://www.wzb.eu>). Als außeruniversitäres Forschungsinstitut ist es Mitglied der Leibniz-Gemeinschaft und gehört zu den führenden Einrichtungen der Sozialforschung. Am WZB arbeiten ca. 450 deutsche und ausländische Wissenschaftler*innen verschiedener Disziplinen und Mitarbeiter*innen in den wissenschaftsunterstützenden Bereichen. Untersucht werden Entwicklungen, Probleme und Innovationschancen moderner Gesellschaften. Die Ergebnisse der WZB-Forschung richten sich an die wissenschaftliche Community, an Expert*innen und Entscheider*innen in Politik, Wirtschaft und Gesellschaft, an die Medien und die interessierte Öffentlichkeit. Die Stelle ist in der Forschungsgruppe III im Rahmen der wirtschaftswissenschaftlichen Forschung am WZB im Forschungsschwerpunkt „Markt und Entscheidung“ (MC) zu besetzen. Die Gruppe konzentriert sich auf eine verhaltensökonomische Forschungsperspektive und ist spezialisiert auf Fragen zu Medien und Populismus, Spenden und Fundraising sowie Ungleichheit, insbesondere geschlechtsspezifische Ungleichheit. Die Verhaltensökonomie als Forschungsansatz innerhalb der Wirtschaftswissenschaften integriert psychologische Perspektiven in mathematisch strenge Modelle und unterzieht diese empirischen Tests mittels Labor- oder Feldexperimenten, die mit ökonometrischen Methoden ausgewertet werden. Die Stelle ist Teil eines von der DFG geförderten Projekts, das angewandte Feld- und Experimentstudien in der Medienökonomie durchführt.

Wissenschaftliche*n Mitarbeiter*in (w/m/d) (Post-Doktorand*in) (ID 401)

für 3 Jahre, von August/September 2026 bis Juli 2029, mit einer Wochenarbeitszeit von 39h.

Stadt: Berlin; Beginn frühestens: Frühestmöglich; Dauer: 36 Monate; Vergütung: bis zu EG 14 TVöD Bund

Aufgabenbeschreibung

- Entwurf und Umsetzung experimenteller Versuchsanordnungen sowie Vorbereitung der Experimente
- Koordination und Kommunikation mit dem Umfrageunternehmen und dem Programmierer
- Koordination und Durchführung von Feldversuchen, Erhebung und Analyse der Daten
- Erhebung und Analyse detaillierter Daten zum individuellen Nachrichtenkonsum und Informationssuchverhalten der Versuchspersonen
- Erstellung wissenschaftlicher Publikationen und Berichte auf der Grundlage der Forschungsergebnisse

- Teamarbeit und Koordination mit Projektmitgliedern
- Organisation von Workshops und (internationale) Netzwerktreffen zum Arbeitsbereich Medienökonomik

Erwartete Qualifikationen

- erfolgreich abgeschlossene (oder nahezu vollendete) Promotion in Wirtschaftswissenschaften oder einer verwandten sozialwissenschaftlichen Disziplin
- fundierte Erfahrung in der Durchführung von (Feld-)Experimenten und/oder der Analyse von Big Data
- nachgewiesene Erfahrung in der Datenanalyse sowie sicherer Umgang mit statistischer Software (z. B. R, Stata)
- Vertrautheit mit Verhaltensökonomie und Medienökonomie, insbesondere in Bezug auf Informationskonsum und Entscheidungsfindung
- vorherige Erfahrung mit Forschung zu Vertrauen, Medienökonomie oder politischem Verhalten
- veröffentlichte Forschungsarbeiten in relevanten Bereichen, die Vertrautheit mit der vorhandenen Literatur zu verwandten Themen belegen
- hervorragende Kommunikationsfähigkeiten in Englisch sowie die Fähigkeit, komplexe Ergebnisse einem vielfältigen Publikum zu präsentieren
- mindestens gute Deutschkenntnisse
- Fähigkeit, sowohl unabhängig als auch im Team zu arbeiten
- ausgeprägte organisatorische Fähigkeiten und Liebe zum Detail, insbesondere bei der Verwaltung von Daten und der Durchführung von Experimenten-erfolgreich abgeschlossene (oder nahezu vollendete) Promotion in Wirtschaftswissenschaften oder einer verwandten sozialwissenschaftlichen Disziplin
- fundierte Erfahrung in der Durchführung von (Feld-)Experimenten und/oder der Analyse von Big Data
- nachgewiesene Erfahrung in der Datenanalyse sowie sicherer Umgang mit statistischer Software (z. B. R, Stata)
- Vertrautheit mit Verhaltensökonomie und Medienökonomie, insbesondere in Bezug auf Informationskonsum und Entscheidungsfindung
- vorherige Erfahrung mit Forschung zu Vertrauen, Medienökonomie oder politischem Verhalten

- veröffentlichte Forschungsarbeiten in relevanten Bereichen, die Vertrautheit mit der vorhandenen Literatur zu verwandten Themen belegen
- hervorragende Kommunikationsfähigkeiten in Englisch sowie die Fähigkeit, komplexe Ergebnisse einem vielfältigen Publikum zu präsentieren
- mindestens gute Deutschkenntnisse
- Fähigkeit, sowohl unabhängig als auch im Team zu arbeiten
- ausgeprägte organisatorische Fähigkeiten und Liebe zum Detail, insbesondere bei der Verwaltung von Daten und der Durchführung von Experimenten

Unser Angebot

- Vergütung je nach Übertragung der Aufgaben bis zu EG 14 TVöD Bund
- Zusatzversorgung des öffentlichen Dienstes (VBL U)
- Beratung und Unterstützung bezüglich Visum und Aufenthaltserlaubnis
- ein modern ausgestatteter Arbeitsplatz im Zentrum Berlins
- internationales, kollegiales und vielseitiges Arbeitsumfeld
- intensive Einbindung in die wissenschaftliche Community in Form von Kolloquien und Konferenzen
- umfassende Einarbeitung
- flexible Arbeitszeiten und die Möglichkeit des mobilen Arbeitens (mindestens 20% der vertraglich vereinbarten wöchentlichen Arbeitszeit)
- Unterstützung der Vereinbarkeit von Beruf und Privatleben, zertifiziert durch das Audit berufundfamilie
- umfassende Angebote zur fachlichen und überfachlichen Fort- und Weiterbildung sowie Qualifizierung
- Kantine mit modernen Aufenthaltsräumen
- ermäßigtes Monatsticket für den öffentlichen Personennahverkehr (Jobticket oder Deutschlandticket Job)
- vergünstigte Freizeit- und Erholungsmöglichkeiten bei einer Mitgliedschaft im Sozialwerk.Bund
- Beratungs- und Unterstützungsangebote für WZB-Mitarbeitende in schwierigen Lebenssituationen

Bewerbung

Wir schätzen Vielfalt und begrüßen alle Bewerbungen – unabhängig von Geschlecht, Nationalität, ethnischer oder sozialer Herkunft, Religion, Behinderung, Alter und sexueller Orientierung. Das WZB fordert Frauen und Personen mit Migrationshintergrund ausdrücklich zur Bewerbung auf. Schwerbehinderte Bewerber*innen werden bei gleicher Qualifikation bevorzugt.

Für Fragen zur ausgeschriebenen Stelle wenden Sie sich bitte an Prof. Dr. Maja Adena, (Kontaktdaten unter: <https://www.wzb.eu/de/personen/maja-adena>)

Die Vorstellungsgespräche finden virtuell voraussichtlich am 24. Juni 2026 statt.

Weitere Informationen zur Forschungsgruppe III „Information, Anreize, Ungleichheit“ finden Sie unter folgendem Link: <https://wzb.eu/en/research/markets-and-choice/information-incentives-inequality>.

Weitere Informationen über das WZB unter www.wzb.eu.

Haben wir Ihr Interesse geweckt? Dann freuen wir uns auf Ihre Bewerbung mit Lebenslauf (ohne Foto), Motivationsschreiben und allen relevanten Zeugnissen (in einem pdf-Dokument) über unser Online-Bewerbungstool bis zum 15. Juni 2026.

Weitere Informationen unter <https://stellenticket.de/204462/TUB/>
Angebot sichtbar bis 15.06.2026

