

# IMR94: Barbara Gramm

IMR094: Als Juristin im Content-Management bei Wolters Kluwer | Interview Head of Content Strategy und Development

Episode 94 | Gäste: Barbara Gramm | Arbeitgeber: Wolters Kluwer | Veröffentlicht: 19.7.2021

---

## [00:10] Marc Ohrendorf:

Herzlich willkommen zu einer neuen Episode Irgendwas mit Recht, eurem Jura-Karriere-Podcast von LTO und LTO Karriere. Mein Name ist Marc Ohrendorf und heute spreche ich mit Barbara Gramm. Hallo Barbara.

## [00:21] Barbara Gramm:

Hallo Marc.

## [00:22] Marc Ohrendorf:

Barbara, bevor wir dazu kommen, was du hier eigentlich machst, du hast gerade gesagt, seitdem du nicht mehr Anwältin bist, weiß deine Mutter es nicht mehr, ne?

## [00:31] Barbara Gramm:

Richtig, genau. Also meine Mutter hat, glaube ich, lange verstanden, was ich tue, mein Jurastudium, das Referendariat, Die Vorbereitung auf eine Tätigkeit als Juristin. Und als ich dann meine Anwaltszulassung abgegeben habe, um in andere Tätigkeitsbereiche reinzugehen, da habe ich sie so ein bisschen verloren. Also ich glaube, sie könnte heute nicht erklären, was ihre Tochter macht. Das liegt einfach an der, glaube ich, Komplexität der Arbeitswelt, die wir heute haben. Und ja, sie erzählt dann den Leuten immer, ich wäre Juristin.

## [00:59] Marc Ohrendorf:

Das ist ja noch gar nicht so ganz falsch. Das ist noch gar nicht falsch, genau. Du bist Head of Content Strategy und Development. Richtig, genau. Wir gehen gleich darauf ein, was das genau bedeutet. Vorher noch kurzer Transparenzhinweis. Du machst das Ganze bei Wolters Klüver. Daher kennen wir uns auch. Ich bin bei der LTO. Die LTO gehört zu Wolters Klüver. Aber ihr, ihr lieben Zuhörenden, könnt ja der Judge sein, ob das dieses Gespräch beeinflusst oder nicht. Aber wichtig ist, dass wir es einmal vorher gesagt haben und dass ihr das auch aus fernen Gründen wisst. Fangen wir vorne an. Du hast aber mal Jura studiert.

## [01:32] Barbara Gramm:

Richtig, genau. Wo denn? Ganz klassisch, als Kind des Rheinlands in Düsseldorf geboren, habe ich natürlich dann Köln gewählt, als die Studienstadt, habe sozusagen nach dem Abi rüber gemacht.

## [01:43] Marc Ohrendorf:

Das ist die einzig richtige Antwort. Ja, das ist natürlich so.

**[01:46] Barbara Gramm:**

Gott, die armen Düsseldorfer. Also jedenfalls habe ich in Köln Jura studiert und habe auch tatsächlich im Rheinland das Referendariat gemacht. Stammdienststelle, so heißt das ja, glaube ich, oder so hieß es damals zumindest noch, war das Landgericht in Düsseldorf. Das heißt, ich war dem Rheinland eigentlich über die ganze Ausbildungsphase relativ eng verbunden. Und ich habe dann in dem Referendariat insbesondere ein paar Stationen eingeschoben, die mich dann zum Beispiel auch nach Berlin gebracht haben, in den Bundestag. Ich habe da in verschiedenen Ausschusse sekretariaten gearbeitet, was sicherlich ein Highlight in meiner Ausbildung gewesen ist. Das war eine wahnsinnig interessante und spannende Zeit. Genau, aber darüber hinaus halt ganz normal in Kanzleien gewesen, Verwaltung, das, was wir, glaube ich, alle gut kennen von unserer juristischen Ausbildung. Ich war relativ schnell, ich habe meinen Freischuss gemacht, das war ganz gut, das hat mir ein bisschen zeitlichen Puffer gegeben. Ich habe dann zwischen dem ersten Examen und dem Datus Referendariats die Phase der, ja, die private Phase überbrückt mit einem anderen Studiengang noch, Masters of European Studies hieß das in Aachen und genau, bin dann ins Referendariat gestiegen und habe mein zweites Examen auch in Köln gemacht.

**[02:48] Marc Ohrendorf:**

Was hat dich denn auf dem Weg so beeinflusst, dass du gesagt hast, na, ich könnte mir vielleicht vorstellen, danach mal in die Richtung oder auch in eine andere Richtung zu gehen?

**[02:56] Barbara Gramm:**

Also ich war tatsächlich nach der schulischen Ausbildung und vor der Entscheidung, welches Studium ich wählen würde, sehr klar, dass ich Jura machen möchte. Warum? Das hat sich so ergeben. In der Schule hatten wir so Veranstaltungen und auch Praktika, die wir machen konnten, um uns irgendwie so ein bisschen mit der Berufswelt auseinanderzusetzen. Ich habe damals ein Praktikum bei einem Anwalt gemacht. Das hat super Spaß gemacht. Ich habe mir dann mal Vorlesungen an der Uni angehört und ich habe mir gedacht, mein Gott, ist Jura logisch. Das ist ja fantastisch. Und habe dann eben in Köln das Studium begonnen. Ich habe dann aber schon im Studium gemerkt, spätestens so nach dem vierten Semester, dass ich erstens mit der Ausbildung ein Stück weit gehadert habe. Wir waren 800 Kommilitonen im Semester, wenig Kontakt zu den Professoren gehabt, natürlich ein relativ hoher Leistungsdruck dann auch. Und ich habe dann schon mal so ein bisschen auch über den Tellerrand geschaut und habe tatsächlich noch ein anderes Studium parallel angefangen, habe mich dann aber eben doch dafür entschieden, das Jurastudium weiterzumachen. Aber ich habe schon gemerkt, ich ziehe es so ein bisschen raus aus der Juristerei, habe dann ja auch eben nach dem ersten Examen diese europäischen Wissenschaften, dieses Studium gemacht, das sehr interdisziplinär aufgestellt war mit vielen internationalen Studenten. Politik, Kommunikation war da ganz viel im Fokus und da habe ich gemerkt, da ziehen meine Stärken mich auch hin. Das hat mir sehr viel Spaß gemacht.

**[04:10] Marc Ohrendorf:**

Und trotzdem hast du dir in Anführungszeichen das Referendariat und das zweite Examen noch angetan. Ja, ja, genau.

**[04:17] Barbara Gramm:**

Richtig. Das ist so eine Typfrage. Also ich wollte das dann irgendwie auch komplett haben und fertig haben und wollte das nicht so angefangen stehen lassen, das erste Examen. Und ich muss auch sagen, ich bereue das überhaupt nicht, weil ich das gerade die Phase des Referendariats eine fand, die uns als Juristen wahnsinnig viele Möglichkeiten aufmacht. Also wann im Leben hast du nochmal die Chance, in so viele Institutionen, Unternehmen oder auch Kanzleien reinzuschnuppern und dir so einen übergreifenden Eindruck zu verschaffen, wie Menschen in juristischen Berufen arbeiten. Also insofern fand ich das Referendariat eine Riesenchance, um sich da einen guten Überblick zu verschaffen.

**[04:55] Marc Ohrendorf:**

Und dann wusstest du, wo die Reise hingehet?

**[04:58] Barbara Gramm:**

Richtig sagen. Nein, wusste ich natürlich nicht. Ich habe dann nach dem zweiten Examen für mich auch erstmal so eine Phase der Orientierung starten müssen. Ich hatte dann zwar meine zwei Examinier in der Tasche, Und ach genau, musste den Master natürlich noch abschließen. Und dann habe ich erstmal so ein bisschen offen geschaut und habe, wie es dann oft ist durch Zufälle eigentlich, eine Position bei der Bertelsmann Stiftung bekommen. Da habe ich mich als Projektmitarbeiterin beworben, eigentlich in einem anderen Projekt. Die waren aber schon voll und dann rief mich ein Projektleiter aus einem anderen Projekt an und meinte so, hey, wir hätten hier noch was und willst du nicht? Und dann habe ich zu einem Thema Jugendarbeitslosigkeit in Europa gearbeitet bei der Wärtsmann Stiftung, auch mit einem großen Kommunikationsteam zusammengearbeitet. Und da ging es schon, das merkte ich auch im Projektteam, in dem ich damals war, meine Stärke eindeutig in die Kommunikation, Publikationen, Arbeit mit Autoren. Ich habe mich da sehr viel um dieses ganze Autorenmanagement aus dem Projekt heraus gekümmert, Bücher veröffentlicht. Und da merkte ich so, da wurden dann so die ersten Kontakte Richtung Verlage geknüpft. Und es hat mir wahnsinnig Spaß gemacht und an diese Phase der Projektarbeit hat sich dann tatsächlich auch gleich mein erster Job in einem Verlag angeschlossen.

**[06:04] Marc Ohrendorf:**

Und wo warst du dann?

**[06:05] Barbara Gramm:**

Ich war bei einem Schulbuchverlag, auch hier im Rheinland. Bildungsverlag 1 hießen die. Die haben im Wesentlichen Schulbücher gemacht für die berufliche Bildung.

**[06:14] Marc Ohrendorf:**

Und dann hast du gesagt, jetzt hast du genug Schulbücher hinter dir gelassen und bist dann irgendwann weiter in der Verlagswelt weitergezogen.

**[06:22] Barbara Gramm:**

Richtig, genau. Ich habe das drei Jahre gemacht als Projektmanagerin und das war schon ganz interessant zu sehen, wie sie Schulbücher entwickeln. Und auch da haben wir natürlich schon so eine erste Überlegung getätigt, okay, wie kann man jetzt Inhalte für die Schüler so aufbereiten, dass sie sich auch jenseits von Büchern bewegen. Da natürlich noch so ganz, ganz am Anfang, da war man schon fancy, wenn man eine CD-ROM in ein Buch gepackt hat. Also das war wirklich noch so die ganz großen Anfänge. Und relativ bald danach bin ich dann gewechselt zu einem anderen Unternehmen, zu Haufe Group nach Freiburg und habe da auch als Projektmanagerin gearbeitet, dann aber dann wirklich nur noch in digitalen Konzepten. Also auch hier bin ich ja dann in ein Umfeld gekommen, das stark verlagsgetrieben ist. Also da ging es ganz stark um Fachinhalte für Experten. Die digitale Transformation in diesem Unternehmen war schon sehr, sehr weit. Man hatte schon wirklich viel gemacht und geschafft, dieses Expertenwissen auch zu digitalisieren und in neue Content-Formate zu packen. Und dort habe ich dann nochmal vier, fast fünf Jahre Produktmanagement gemacht für Softwarelösungen, für den HR-Markt insbesondere und habe da nochmal so richtig was darüber gelernt, wie es gelingen kann, eben komplexe Fachinhalte auf eine Art anzubieten Richtung Kunde, die etwas anderes ist als das reine Buchformat.

**[07:35] Marc Ohrendorf:**

Ja, und das ist letztlich ja auch was, was dir wahrscheinlich jetzt ganz gut zugutekommt, hier mit vor allem dann juristischen Fachinhalten.

**[07:42] Barbara Gramm:**

Genau, richtig. Ich habe vor zwei Jahren dann bei Wolters Klüver angefangen, einen Bereich ganz neu aufzubauen, eben der Bereich Content Strategy und Development. Wir sind ein Team, das, man muss sagen, das Glück hat, aber manchmal auch die Herausforderung, ganz neu starten zu können. Ich habe mit zwei Kollegen hier angefangen, die schon im Haus waren. Die haben mir so ein bisschen Starthilfe leisten können, weil sie Prozesse und Kollegen schon gut kannten. Und wir drei haben dann gestartet mit diesem Team und haben es aufgebaut. Wir sind mittlerweile inklusive Werkstudenten fast elf Leute. Und ich würde sagen, uns ist es gelungen, uns in diesen zwei Jahren auch gut in der Organisation zu verankern mit unserem Beitrag. Und unsere Aufgabe ist im Wesentlichen, sich eben auch hier jetzt anzuschauen, wie kann es uns gelingen, juristisches Fachwissen, das in der Regel sehr komplex ist, sehr viel ist, eine hohe Durchschlagzahl hat, was die Aktualität betrifft, auf eine Art anzubieten, die unseren Kunden in ihren Arbeitsprozessen noch besser hilft.

**[08:41] Marc Ohrendorf:**

Gut, jetzt dann mal so, dass meine Mutter, liebe Grüße, und deine Mutter das auch verstehen. Also wir haben einen Verlag, Wolters Klüver in dem Fall. Wir haben komplexe Inhalte, die sind erstmal abstrakt, die werden aber natürlich geschaffen von Menschen, von Autoren. Richtig. Und wir haben bestimmte Produkte, in denen diese Inhalte stattfinden, irgendwie, ich sag mal ganz untechnisch, in Szene gesetzt werden. Und dann gibt es natürlich Menschen, für die das gut ist, wenn die diese Inhalte konsumieren können und deswegen kaufen die die Produkte, die Kunden. In dieser ganzen Schnittstellenarbeit, was ist das, was du da tust?

**[09:21] Barbara Gramm:**

Das ist, also ich finde übrigens super auf den Punkt, das ist wirklich ganz starke Schnittstellenarbeit. Also ich beschreibe unser Team immer so ein Stück weit als ein Puzzleteil, was hinzugekommen ist in dieser Organisation. Wir haben ja viele Content-Teams und Kollegen, die im Haus arbeiten an diesen klassischen juristischen Fachinhalten, wie wir sie alle kennen, sei es der Kommentar, sei es das Handbuch etc. Die sind alle digital verfügbar und sind, ich nenne das oft auch den Nukleus unseres Wissens im Haus. Also das ist wirklich der Kern dessen, was Wolters Klüver unseren Kunden anbieten kann. Was wir versuchen in meinem Team ist, den Bereich jetzt für uns zu erschließen, der zuvor noch nicht erschlossen war, nämlich Content-Formate zu entwickeln, die ein Stück weit das Portfolio, was wir bereits haben, anreichern. Eben, wie soll ich sagen, in den Arbeitsprozess unserer Kunden hineingehen, an Stellen, wo sie uns bisher noch nicht hatten. Wenn ein Anwalt beispielsweise vielleicht gar nicht tief in einem Kommentar abtauchen möchte, um sich mit verschiedenen Meinungsstreitigkeiten auseinanderzusetzen oder lange in Gerichtsurteilen lesen möchte, will er vielleicht aber gerade in seinem Arbeitsprozess vielleicht einen kurzen Überblick über einen bestimmten Prozessschritt haben oder ein kurzes Update, hey, was ist denn das aktuellste Urteil dazu? Oder gibt es dazu eine kurze Einordnung von einem Fachexperten? Und das versuchen wir anzubieten. Das heißt, ich bezeichne das manchmal auch so ein Stück weit als Enrichment des Portfolios, das wir bereits haben, Content-Formate auf eine andere Art anzubieten, an anderen Schnittstellen, an anderen Arbeitspunkten unserer Kunden. Mhm.

**[10:49] Marc Ohrendorf:**

Und da ist es wahrscheinlich ja dann doch auch ganz praktisch, dass du den juristischen Background hast und so ein bisschen die Welt kennst.

**[10:54] Barbara Gramm:**

Absolut, richtig, genau. Also das hilft uns sehr. In meinem Team sind auch fast nur Juristen und das hat nicht damit zu tun, dass wir alle jetzt ganz, ganz tief in juristische Fachinhalte eintauchen müssten. Dennoch ist es für uns wahnsinnig hilfreich zu verstehen, okay, was sind die großen Themen, die gerade unsere Zielgruppen umtreiben? Wo müssen wir rein? Was sind die Trends und Themen, die interessant und wichtig sind? Wie arbeitet unsere Zielgruppe auch? Es ist wahnsinnig wertvoll, dass fast jeder von uns schon mal in der Kanzlei gearbeitet hat oder verstanden hat, wie es in einem Unternehmen ist, als Unternehmensjurist beispielsweise. Und insofern sind das wirklich so die Werkzeuge, die wir alle jetzt an der Hand haben, die uns jetzt dabei helfen, diesen Content zu erstellen.

**[11:33] Marc Ohrendorf:**

Und ihr sucht gerade, wir ziehen das mal ein kleines bisschen vor und sprechen vielleicht ein bisschen ausführlicher darüber, auch Verstärkungen.

**[11:39] Barbara Gramm:**

Richtig, genau. Also das Team wächst ja jetzt seit eben zwei Jahren. Wir haben jetzt einen ordentlichen Schritt genommen. Das ist auch eine Herausforderung für uns alle, diesen Wandel gerade jetzt in dieser Pandemie-Phase auch miteinander als Team gut zu meistern. Und wir haben Stand heute eine Vakanz im Team für einen digitalen Content Manager oder Managerin bei uns im Bereich. Genau. Und das ist für mich jetzt eine Herausforderung, da wirklich jemanden zu finden, der zum einen eine gewisse juristische Expertise mitbringt, Kenntnis der Zielgruppen, aber auch ein gutes Gespür dafür hat, wie Content digital stattfinden kann, an welchen Punkten er unserer Zielgruppe in welchen Formaten helfen kann. Also jemand, der mit einer hohen Kreativität beispielsweise ausgerüstet ist, der viele Ideen einbringen kann, der auch etwas über den Tellerrand hinausdenken kann.

**[12:27] Marc Ohrendorf:**

Wir verlinken das natürlich auch nochmal alles in den Shownotes, aber dann würde mich in dem Zusammenhang dann doch ja nochmal sozusagen jetzt stellvertretend für die Zuhörenden, ich kenne ja so ein paar interner, weil ich natürlich jetzt diesen Konzern auch ein bisschen näher kenne, aber stellvertretend für die Zuhörenden interessieren, was Wolters Klüber eigentlich ausmacht. Nähern wir uns vielleicht mal so vom Großen aufs Kleine, auf diese offene Stelle, die ja gerade bei dir im Team ist. Wolters Klüber kann man eigentlich nicht ohne digitale Transformation denken oder wahrnehmen. Was muss man sich denn beispielsweise mit dem Außenblick einer Referendarin oder eines Referendars darunter vorstellen?

**[13:04] Barbara Gramm:**

Die digitale Transformation, so wie wir uns bei Wolters Klüber damit beschäftigen, betrifft natürlich ganz viele Facetten. Jenseits der Tatsache, dass sie uns in unserem eigenen Tun beschäftigt, weil wir uns natürlich auch täglich die Frage stellen müssen, wie arbeiten wir gut miteinander vor dem Hintergrund dieser vielen Veränderungen, treibt sie natürlich unsere Zielgruppen genauso um. Warum? Gerade in dieser Pandemiephase der letzten anderthalb, zwei Jahre oder anderthalb Jahre haben wir gesehen, dass Kanzleien, Unternehmensjuristen etc. Unter wahnsinnigem Veränderungsdruck stehen. In den letzten Jahren war es oder in den letzten Monaten natürlich war es super schwer, sein Business as usual aufrecht zu erhalten, wenn man nicht die richtigen digitalen Tools an der Hand hatte. Das heißt, diese Dynamik, die am Markt entstanden ist, was die Transformation betrifft, ist enorm geworden und fast schon überlebenswichtig. Da mussten sich Kanzleien einfach ganz neu aufstellen und wir versuchen, an diesem Veränderungsdruck anzusetzen und zu schauen, was können wir anbieten als Wolters Klüber und dann ins Kleine, bei mir jetzt in meinem Bereich, mit digitalen Inhalten, um eine Kanzlei so auszustatten, dass sie weiter erfolgreich arbeiten kann.

**[14:11] Marc Ohrendorf:**

Und das ist ja auch mehr als das reine Digitalisieren von vorhandenen Prozessen. Ich will jetzt nicht auf den alten Floskeln rumreiten mit schlechten Prozessen und schlechten digitalen Prozessen und so weiter. Aber jetzt gerade mal so aus der juristischen Welt gedacht, ich habe vielleicht ansonsten den Kommentar und könnte den jetzt einfach als PDF von Seite 1 bis 400 mir auf den Desktop legen und durchklicken. Aber ich könnte ja gegebenenfalls das auch irgendwo anders aufbereiten, zugänglicher gestalten, Fußnoten verlinken und so weiter. Richtig.

**[14:39] Barbara Gramm:**

Und da gehst du jetzt schon in die Richtung, das ist die Spur, auf die sich mein Team begibt, zu schauen, okay, wir haben da dieses riesen Wissen im Regal stehen. Ich überspitze das jetzt ein bisschen. Wie kann es uns gelingen, das neu zu denken, sodass unser Kunde, der Anwalt beispielsweise, schneller, effizienter arbeiten kann? Die Welt, die den umgibt, ist wirklich hoher Veränderungsdruck, also hohe Komplexität von Wissen und dieser Bedarf, auch der von seinen Mandanten an ihn herangetragen wird, schnell zu arbeiten. Und da versuchen wir zu identifizieren, wie kann denn Content aufbereitet sein, um den Juristen an der Stelle zu unterstützen. Ich will mal ein Beispiel nennen, das es jetzt schon einige Zeit im Haus gibt, das ist der Schmerzensgeldassistent beispielsweise. Natürlich haben wir Schmerzensgeldtabellen im Portfolio, aber jeder, der damit gearbeitet hat, schon mal weiß, dass es relativ mühsam manchmal sein kann, sich da zu orientieren und zu schauen, was dem Mandanten zusteht. Es wurde bei uns eine Applikation entwickelt, die es jetzt durch Anklicken von einem, ja, so einem kleinen Comic-Männchen sozusagen ganz schnell und einfach macht, herauszufinden, was ich für den Mandanten an Schmerzensgeld beispielsweise erstreiten kann.

**[15:48] Marc Ohrendorf:**

Okay, also, Moment. Ich erinnere mich irgendwie aus dem Studium, kleiner Finger ab gibt erstaunlich wenig Geld, aber bleiben wir mal bei dem Thema. Also, da ist da so ein kleines Männchen, so stilisiert, das sieht man dann irgendwie, dann klickt man auf kleinen Finger und dann kommen die Urteile dazu.

**[16:03] Barbara Gramm:**

Und der Hals vielleicht noch dazu. Also alles das, was den armen Mandanten oder die Mandanten betroffen hat. Und du kannst halt durch verschiedene Filtermöglichkeiten viel schneller auf das Wissen zugreifen, was du für deinen Mandanten in deinem ganz speziellen Fall brauchst, ohne vorher durch die ganzen Tabellen zu gehen. Das ist so ein Beispiel. Ein zweites Beispiel, was wir vor anderthalb, zwei Jahren entwickelt haben, ist Wissen unseren Kunden als Online-Seminare anzubieten. Anderthalb Stunden, ein Fachexperte referiert zu einem bestimmten Thema und kann so unseren Kunden relevantes Fachwissen schnell zur Verfügung stellen, sogar mit der Möglichkeit der Interaktion. Da kann dann der Zuhörer vielleicht eine Frage im Chat stellen etc. Nochmal eine andere Form. Da muss sich der Kunde nicht selber die Lerninhalte erschließen, sondern er bekommt sie von uns angeboten. Und er kann sogar noch in Interaktion treten mit dem Referenten. Was wir auch entwickelt haben, sind beispielsweise Formularassistenten. Also auch da, wir haben Formularhandbücher, um nochmal den Bogen zurückzuspannen zu dem, was bereits da ist. Da können wir uns durchblättern, die können wir auch digital zur Verfügung stellen. Aber wir sind noch den einen Schritt weitergegangen und haben gesagt, sagt, wir nehmen uns diese Formulare, weisen sie in eine entsprechende Technologie ein mit Autoren als Berater an unserer Seite und unser Kunde kann dann durch Frage-Antworten selber dieses Formular schnell erstellen, sodass am Ende des Prozesses beispielsweise ein fertiges Testament herauspurzelt oder woran der Kunde eben gerade arbeitet. Das heißt, wir geben ihm etwas an die Hand, womit er.... Direkt ein Arbeitsergebnis erzeugen kann. Er muss dann nicht in ein Formularenbuch schauen und sich das dann irgendwie selber gestalten, sondern er bekommt es von uns durch Frage-Antwort schnell erstellt. Das sind so Beispiele, wo wir versuchen eben mit Contents zu arbeiten und die in einer Art neu anzubieten, sodass sie sich viel stärker an den Arbeitsprozess des Kunden richten.

**[17:49] Marc Ohrendorf:**

Noch mal ganz kurz zu einem Punkt zurück, den du eben angesprochen hattest, nämlich die Arbeit in den letzten anderthalb Jahren hier unter Corona-Bedingungen, die ja auch natürlich die persönliche und vielleicht auch hausinterne digitale Transformation nach sich ziehen bzw. Fördern. Es bedarf jedenfalls irgendwie digitaler Tools. Wie sieht denn eure Arbeit oder sah eure Arbeit in den letzten anderthalb Jahren ganz konkret so aus?

**[18:12] Barbara Gramm:**

Ich bin bis heute wirklich völlig begeistert davon, wie es uns als Team gelungen ist, von heute auf morgen nahezu ins Homeoffice zu gehen und fast ausschließlich digital miteinander zu arbeiten. Also dieser 13. März war es, glaube ich, dieser Freitag der 13., wo dann die Ansage kam, es geht jetzt ins Homeoffice, auch für uns alle. War so eine ganz krasse Zäsur, die, glaube ich, bei uns allen ausgelöst hat. Wie geht es jetzt weiter? Wie gelingt es uns trotzdem, gut miteinander zu arbeiten, gut in Kontakt zu bleiben, etc.? Und ich bin wirklich beeindruckt davon, was uns in diesen anderthalb Jahren gelungen ist. Gleichzeitig kann man nicht ignorieren, was das für Herausforderungen für jeden von uns bedeutet hat. Die Belastung, wirklich nur vor seinem Rechner zu sitzen, und das können bestimmt viele, die jetzt auch zuhören, völlig nachempfinden, ist ganz, ganz hoch. Und da auch mit sich diszipliniert zu sein und zu sagen, nein, ich mache jetzt die Pause, nein, ich gehe jetzt mal um den Block, ich gehe jetzt mal raus, frische Luft tanken, das fordert auch was von einem. Und ich finde, bei uns kam noch erschwerend hinzu, wir sind ja ein Team, das sich gerade erst gemeinsam findet. Wir hatten jetzt in den anderthalb Jahren Zugänge, Weggänge, Veränderungen von Rollen und Aufgaben und das alles miteinander zu wuppen, ohne sich persönlich sehen zu können, das ist schon eine Riesenherausforderung gewesen. Wir haben gesehen, dass es ganz, ganz viele super tolle digitale Formate gibt, die einem das leichter machen und die haben wir auch genutzt.

**[19:33] Marc Ohrendorf:**

Zum Beispiel?

**[19:34] Barbara Gramm:**

Ja, also Standard-MS-Teams, Miro-Boards, Trello-Boards, also da brauchen wir eigentlich schon fast gar nicht mehr drüber sprechen, dass das da ist. Gleichzeitig haben wir uns aber auch nicht gescheut, unsere Team-Reviews, die drei, vier Stunden dauern, digital zu machen. Oder auch immer mal wieder das viel zitierte Walk & Talk im Team, zu sagen, hey, wir packen uns jetzt die Ohrstöpsel auf die Ohren und dann gehen wir halt mal zu zweit um den Block, virtuell wenn auch oder übers Telefon, aber trotzdem ist man zusammen. Da kann man ja recht kreativ werden, wie man das miteinander lösen kann. Wir haben sogar Pappquizzes gemacht. Richtig, genau, das war auch sehr lustig.

**[20:11] Marc Ohrendorf:**

Ja, ich meine, trotzdem finde ich das ganz wertvoll, dass du das mal so erzählst, weil man dann ja auch mal so ganz hands-on einfach sich jetzt was darunter vorstellen kann. Das sind halt manchmal dann auch einfache Tools, die aber auch große Wirkung haben.

**[20:23] Barbara Gramm:**

Total, also und nicht mehr wegzudenken sind aus der Zusammenarbeit.

**[20:25] Marc Ohrendorf:**

Und was würdest du sagen, bleibt aus dieser Corona-Zeit für den Arbeitsalltag in deinem Team?

**[20:31] Barbara Gramm:**

Ich denke, dieses schnell miteinander virtuell arbeiten können, da haben wir eine riesen Lernkurve genommen in den letzten anderthalb Jahren, die wir hoffentlich auch aufrechterhalten können. Was ich jetzt spannend finde, ist der Diskurs miteinander zu besprechen. Wie wird es jetzt weitergehen? Wofür wird das Büro für uns dienen? Also was ist das Büro für uns und was mache ich auch im Homeoffice? Stichwort im Büro vielleicht eher Kollaboration, Workshops, Austausch, Kreativität. Im Homeoffice dann vielleicht eher Kontemplation, mal in sich gehen, etwas in Ruhe konsumieren können etc. Da werden wir jetzt wahrscheinlich auch nochmal eine Lernkurve nehmen können zusammen. Aber ich denke mir, dieses wirklich auf schnellstem Wege digital miteinander in den Austausch kommen und sich darüber verbinden, das wird bleiben.

**[21:16] Marc Ohrendorf:**

Ja, und dass es auch niemanden mehr juckt, wenn man gerade irgendwo unterwegs ist oder noch Folgendes macht, das ist einfach auf normal.

**[21:22] Barbara Gramm:**

Ja, genau, richtig.

**[21:24] Marc Ohrendorf:**

Ja, das sehe ich auch so. Gut, zurück zu der Verstärkung, die du suchst. Das Ganze hier bei irgendwas mit Recht ist ja auch immer so ein bisschen, ja, Ratgeber, wenn man Glück hat, wenn ich Glück habe, dann freue ich mich immer ganz toll, wenn ich die netten Zuschriften von euch erhalte, aber letztlich auch ein bisschen Brückenbauer und dahingehend vielleicht der ein oder anderen von euch oder dem ein oder anderen hier was zu zeigen, wo er oder sie noch gar nicht so drauf aufmerksam geworden war. Also nochmal ganz kurz für mich, was genau sucht ihr gerade?

**[21:56] Barbara Gramm:**

Also wir suchen Unterstützung bei mir im Team. Die Position heißt Content Manager, Managerin. Das wird idealerweise jemand sein, der eine juristische Ausbildung mitbringt.

**[22:07] Marc Ohrendorf:**

Erstes oder zweites Examen?

**[22:08] Barbara Gramm:**

Erstes Examen auf jeden Fall, zweites optional. Und der eine Verbindung hat zum Thema irgendwas mit Medien, irgendwas mit Verlag. Also jemand, der eine hohe Affinität dazu hat oder vielleicht schon Erfahrungen gesammelt hat im Verlagsumfeld, im Medienumfeld, den es nicht scheut, sich mit Inhalten und Texten auseinanderzusetzen und, was ganz wichtig ist, eben mit Fachinhalten. Also man darf nicht unterschätzen, wir beschäftigen uns hier mit sehr spezifischen juristischen Themen, sei es das Baurecht, sei es das Insolvenzrecht, Familienrecht, Erbrecht etc. Also wir bewegen uns hier in ganz speziellen juristischen Themen und auf die muss man Bock haben, da muss man richtig Lust drauf haben und man muss Lust darauf haben oder vielleicht sogar Erfahrung schon gesammelt haben in anderen Umfeldern, wie man diese Inhalte seinen Kunden anbieten kann. Mhm.

**[23:02] Marc Ohrendorf:**

Aber ich muss kein Experte in dem jeweiligen Rechtsgebiet notwendigerweise sein?

**[23:06] Barbara Gramm:**

Das muss man nicht, genau. Aber man muss eine Bereitschaft haben, sich da einzuarbeiten. Also im Team haben wir auch schon gemerkt, es gibt bestimmte Themen, da haben weniger Kollegen Lust drauf. Also bestimmte Rechtsfelder, sagen wir es mal so. Und es gibt Rechtsfelder, auf die haben viele Lust. Da muss man miteinander ein bisschen verhandeln, wer dann was macht und so. Aber genau, also wir sind in der Regel so aufgestellt, dass jeder von uns ein juristisches Spezialthema hat. Ich habe das gerade schon ein paar genannt. Das Baurecht beispielsweise, das Insolvenzrecht, wir haben Sozialrecht, Dienstrecht, um nur einige zu nennen, Themen, die den Allgemeinanwalt beschäftigen, das sind so die Themen, in denen wir uns bewegen und da muss man Lust haben, man muss da nicht als der Spezialist aus einem bestimmten Thema kommen, wäre natürlich super, aber man muss eine Bereitschaft haben, sich dann da einarbeiten zu wollen.

**[23:51] Marc Ohrendorf:**

Und diese Erfahrung im Bereich aufarbeiten und ja dann am Ende des Tages auch anbieten dieser Inhalte für Kunden. Wie könnte da Vorerfahrung aussehen?

**[24:02] Barbara Gramm:**

Es gibt Menschen, die schon vorher in Verlagen gearbeitet haben, in Fachverlagen idealerweise und die vielleicht schon gewohnt sind, auch ein Stück weit mit Autoren zusammenzuarbeiten, die vielleicht aber auch am Lehrstuhl solche Erfahrungen gesammelt haben, weil vielleicht ihr Professor oder ihre Professorin bestimmte Publikationen gemacht hat und man hat da vielleicht in seiner... Studienzzeit schon unterstützt. Also wenn man da so eine Affinität zu hat, gutes Autorenmanagement, Herausgebermanagement zu betreiben, das können sowas sein. Tätigkeiten am Lehrstuhl oder im Verlag, sowas.

**[24:33] Marc Ohrendorf:**

Gute Kommunikationsfähigkeiten sind wahrscheinlich ein Must-Have.

**[24:36] Barbara Gramm:**

Absolut, ja. Sehr, sehr hilfreich. It's a people's business. Ja, genau.

**[24:41] Marc Ohrendorf:**

Und jetzt, wir sind ja hier fast unter uns. Was ist denn so ein No-Go? Gibt's da was, wo du so sagst, Leute, achtet mal bei euren Bewerbungen drauf. Das und das finde ich gar nicht so cool.

**[24:51] Barbara Gramm:**

Ja, ich habe so einen Hang dazu. Also ich freue mich wirklich sehr über ein Anschreiben. Ich finde, Anschreiben ist nicht in jedem, in jeder Vakanz wichtig, aber ich persönlich empfinde sie gerade im Verlagsumfeld als total wichtig, weil ich dann ein Gefühl dafür bekomme, wie gelingt es jemandem, auf einer DIN A4-Seite sich selber zu präsentieren, sich zu beschreiben im tatsächlichen Wortsinne und auch eine Verbindung zu uns herzustellen. Deswegen bin ich ein großer Fan kennen vom Anschreiben.

**[25:19] Marc Ohrendorf:**

Das heißt, wir reden nicht über, sehr geehrte Damen und Herren, mit großem Interesse habe ich gesehen, sondern es sollte irgendwo tatsächlich was Persönliches sein.

**[25:26] Barbara Gramm:**

Da müsste ich noch irgendwie das falsche Unternehmen in den Briefkorb setzen oder dergleichen. Nein, nein. Da will ich auch nicht pepsicher als der Papst sein. Kommunikation kann ja auf vielen Wegen stattfinden. Aber ich möchte verstehen, warum dieser Mensch sich mit mir auseinandersetzt, mit meiner Stelle oder mit der Stelle bei uns im Team und auch mit diesem Unternehmen. Und wenn ich dabei dann auch noch sehe, wie diese Person so ein Schreiberl, finde ich das wahnsinnig hilfreich.

**[25:49] Marc Ohrendorf:**

Welche sonstige Papierform sollte man mitbringen, so Stichwort Noten, das ist ja bei uns immer ein großes Thema?

**[25:54] Barbara Gramm:**

Das ist, in unserem Umfeld hat das nicht die Bedeutung, die es hätte beispielsweise, wenn wir jetzt in einer Großkanzlei wären.

**[26:01] Marc Ohrendorf:**

Das ist diplomatisch ausgedrückt, ich möchte das nur nochmal kurz betonen, dahingehend, dass ich immer so viele Zuschriften erhalte, ob man denn wirklich Doppelprädikat braucht. Also hier wäre mal explizit jemand, der sagt, Nein, nicht unbedingt. Richtig.

**[26:16] Barbara Gramm:**

Wir suchen dann auch noch ein paar anderen Kompetenzen und dann sind die Noten am Ende des Tages vielleicht nicht das Entscheidende.

**[26:23] Marc Ohrendorf:**

Und wie sieht so ein Bewerbungsverfahren bei WK dann aus?

**[26:25] Barbara Gramm:**

Naja, also leider in den letzten Monaten und Jahren ja fast ausschließlich virtuell. Also ich habe tatsächlich schon Einstellungen für mein Team gemacht, wo ich die Kolleginnen und Kollegen wirklich fast nur virtuell in diesem Bewerbungsprozess gesehen habe. Sonst grundsätzlich, also wäre alles normal, würden wir uns selbstverständlich zu einem Erstinterview treffen, ähm, wo idealerweise auch jemand aus dem Team dabei ist, um sich mal so ein bisschen kennenzulernen, wo wir uns natürlich präsentieren und vorstellen, was wir tun etc. Und wo man einfach auch so ein Gefühl dafür bekommt, hey, wer sind die Menschen, mit denen ich arbeiten würde? Aber vielleicht, man würde sich hier in Hürth treffen, in unserem Office, um ein bisschen dafür ein Gespür zu bekommen, wie ist denn die Arbeitsumgebung hier und so weiter. Und in einem Zweitgespräch würde ziemlich sicher unsere Geschäftsführung auch dazu stoßen und die Geschäftsführerin unseres Bereiches, damit man sich da auch nochmal kennenlernt, vielleicht nochmal gemeinsam ein Stück weit auch die strategischen Punkte gemeinsam diskutieren kann und das sind eigentlich so die wichtigsten Punkte in diesem Bewerbungsverfahren. Wir haben es auch immer versucht in letzter Zeit, wenn neue Kollegen an Bord kamen, dann virtuell das Team zu treffen, meistens eben natürlich nur virtuell, aber das ist auf jeden Fall dann auch eingebunden.

**[27:33] Marc Ohrendorf:**

Und noch so abschließend, auf wen müsste man sich dann einstellen? Wer sind so gerade grob umrissen die Leute in deinem Team?

**[27:38] Barbara Gramm:**

Grob umrissen in meinem Team. Genau, also wir haben drei Werkstudentinnen, die sind alle so viertes, fünftes Semester, die uns unterstützen. Und dann haben wir ein Team vom, wenn ich jetzt mal auf die Altersrange gucke, so von 30 bis 50. Also wir haben einige Kollegen, die schon dezidiert Verlagserfahrung mitbringen. Ich glaube, drei Kollegen, drei, vier Kollegen, die schon wirklich eine ordentliche Verlagshistorie mitgebracht haben. Und wir haben zwei Kollegen, die ganz neu sind, also die mehr oder weniger aus der Referendarphase oder nach dem zweiten Examen dann zu uns gestoßen sind.

**[28:10] Marc Ohrendorf:**

Ja, ich würde sagen, das war doch ein ganz interessanter Einblick in ein Feld, von dem man nicht unbedingt jeden Tag hört.

**[28:16] Barbara Gramm:**

Richtig, ja.

**[28:17] Marc Ohrendorf:**

Vielen Dank, Barbara, hat Spaß gemacht.

**[28:19] Barbara Gramm:**

Sehr gerne, danke, Marc.

**[28:20] Marc Ohrendorf:**

Und ihr findet natürlich, wie gesagt, den Link zur offenen Stelle und auch generell zu dem, was Barbara hier so macht in den Shownotes zur Folge. Vielen Dank fürs Zuhören und bis zum nächsten Mal. Ciao.

---

**Zum Arbeitgeberprofil von Wolters Kluwer**

