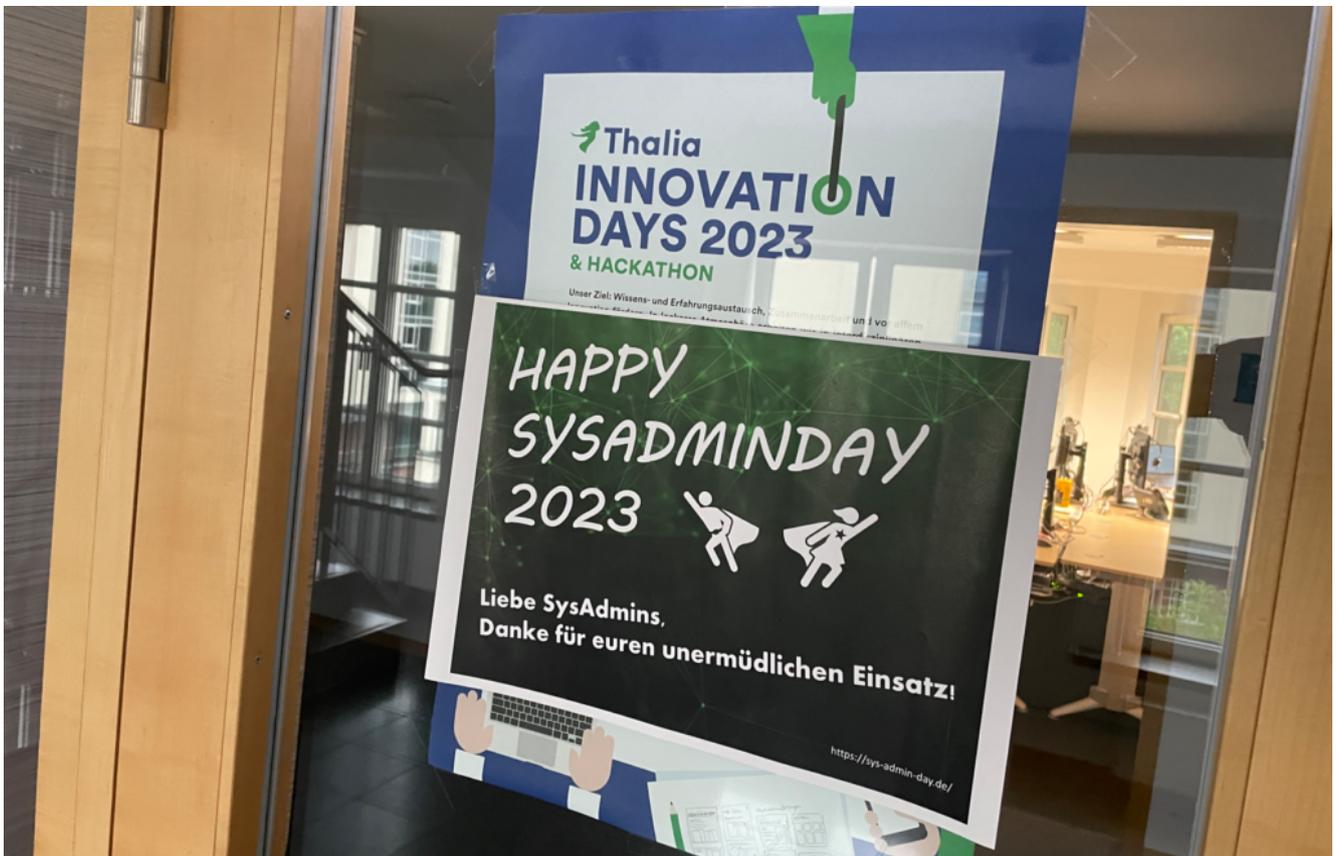


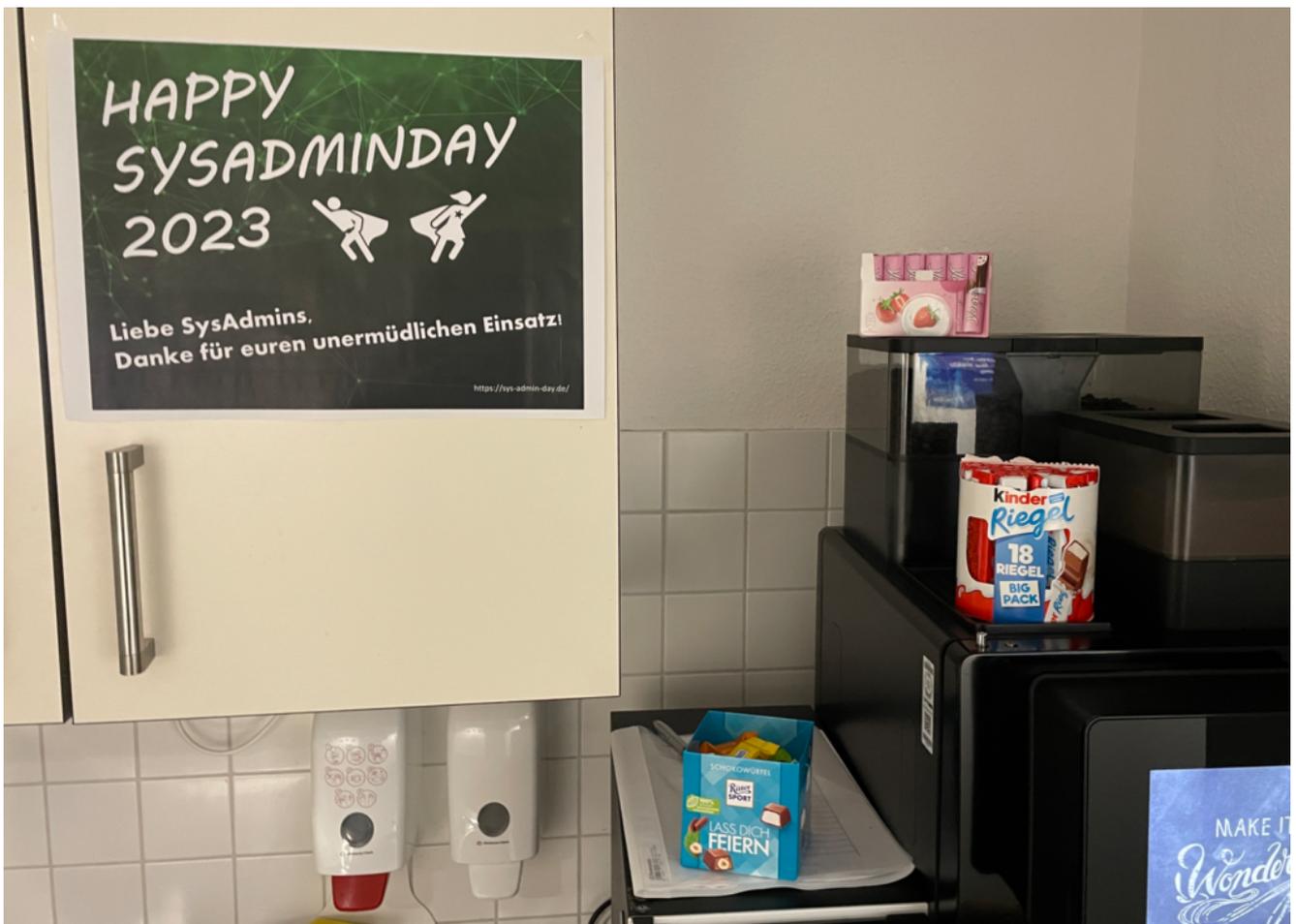
Happy SysAdmin Day 2023!

Wir wünschen allen SysAdmins die bei Thalia sind und waren (oder evt. auch mal sein werden ☺) einen großartigen SysAdmin Day 2023. **Vielen Dank für eure phänomenale Arbeit** die ihr Tag für Tag teilweise auch im Verborgenen in Aachen, Berlin, Hagen und Münster erbringt, damit das Unternehmen funktioniert und sich weiterentwickeln kann.

Zu eurem Ehrentag habe ich euch die eine oder andere Leckerei bereitgestellt. Lasst es euch schmecken ☺







Produktorganisation bei Thalia - Kund*innen im Mittelpunkt

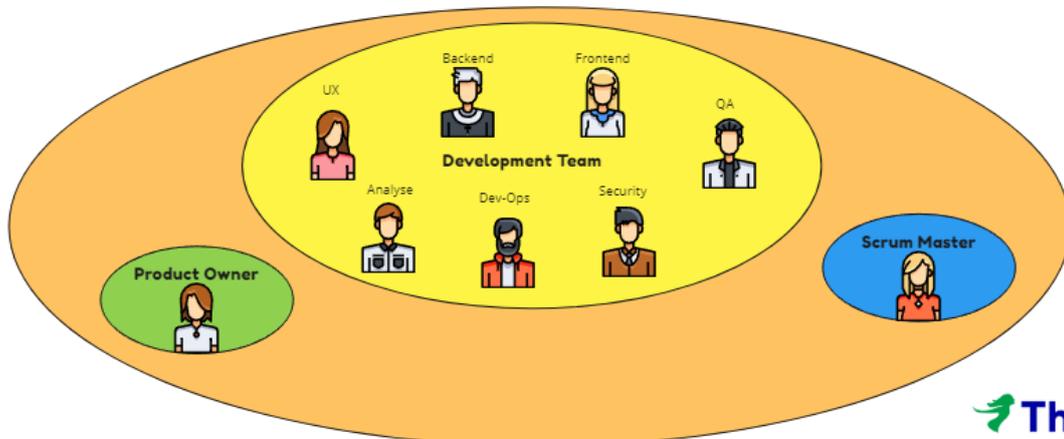
Thalia bietet seinen Kundinnen und Kunden viele unterschiedliche Services an wie z.B. die Suche, Produktbeschreibungen, Kundenbewertungen, Bonusprogramme, unterschiedliche Zahlarten, Click & Collect, Scan & Go oder den Schulbuch-Scanner. Diese Services werden kontinuierlich weiterentwickelt und im Idealfall im Webshop, der App sowie im eReader Shop gleichzeitig für die Kundinnen und Kunden bereitgestellt, um eine einheitliche Customer Experience zu bieten. Verantwortlich dafür ist der Bereich Produktorganisation, den wir euch nachfolgend vorstellen wollen. Ich schreibe bewusst wir, da dieser Artikel, wie so vieles was wir bei Thalia ausliefern eine Koproduktion von vielen engagierten Kolleginnen und Kollegen ist. Dafür ein ganz großes Danke an alle Beteiligten für euren Input und euer Feedback.

“Produktorganisation: Das sind autonom arbeitende Teams mit hoher Entscheidungskompetenz, technisch entkoppelten Systemen und einem agilen Vorgehensmodell.” so steht es auf der Confluence Startseite der Produktorganisation von Thalia. Doch was genau verbirgt sich dahinter? Die Thalia Produktorganisation besteht im Kern aus acht cross-funktionalen und selbst organisierten Teams, die das gemeinsame Ziel eint, den Kundinnen und Kunden ein einheitliches Omnichannel Einkaufserlebnis entlang der Customer Journey gleich Kundenreise zu bieten.

Cross-funktional heißt, dass in jedem Team Menschen mit entsprechender Fachexpertise vorhanden sind, die benötigt werden, um die anfallenden Aufgaben zu erledigen. Konkret sind das z.B. Frontend- bzw. Backend Entwickler, UX-Kollegen, die auf die Customer Experience spezialisiert sind sowie “QA`ler”, die sich auf die Quality Assurance konzentrieren und die “Dev-Ops”, die sich um die Bereitstellung und Wartung der technischen Infrastruktur kümmern. In der Produktorganisation kommt das Scrum Framework zum Einsatz, so dass das Team der Spezialisten noch durch die Rollen des Product Owners und des Scrum Masters ergänzt werden. Der Product Owner ist für die Wirtschaftlichkeit der zu entwickelnden Produkte sowie die Priorisierung der Anforderungen verantwortlich, wohingegen der Scrum Master dem Team als Experte für agile Vorgehensweisen und Coach zur Verfügung steht, um das Team bei seiner

Zielerreichung zu unterstützen.

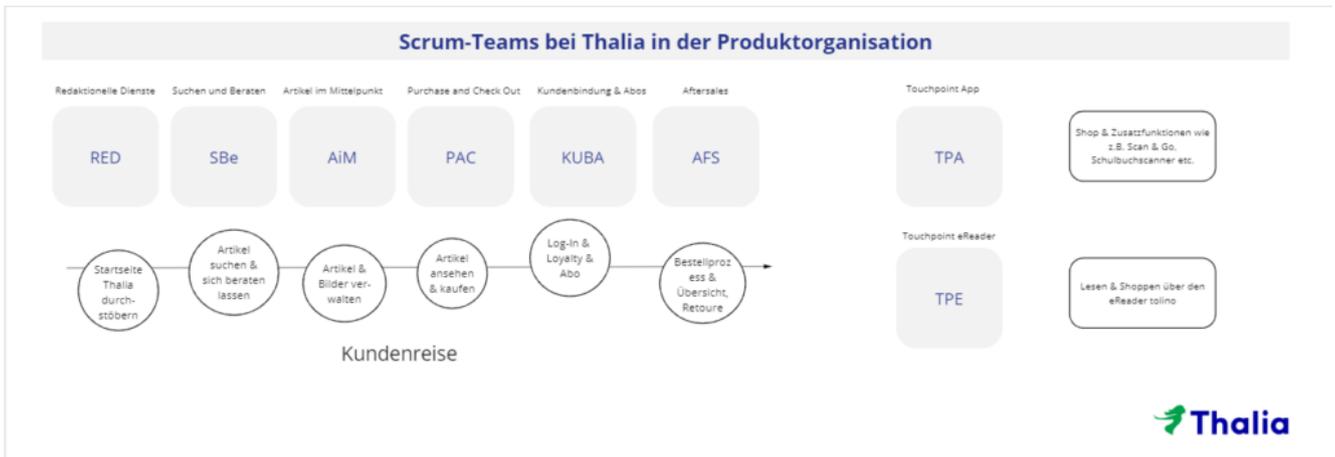
Cross-funktionale Zusammensetzung der Scrum-Teams bei Thalia in der Produktorganisation



Eigene Darstellung

Unter Selbstorganisation verstehen wir bei Thalia, dass die Teams die Verantwortung für die jeweiligen Produkte bzw. Features übernehmen: Von der Idee bis zur Analyse des Nutzungsverhaltens unserer Kundinnen und Kunden. Ferner organisieren sie sich innerhalb des Teams so, dass die Zusammenarbeit möglichst effektiv und effizient ist. Regelmäßige Feedbackschleifen, in denen unter anderem auf die Zusammenarbeit geschaut wird, fördern die gemeinsame kontinuierliche Verbesserung. Ferner wird dadurch eine lösungsorientierte Umsetzung mit kurzen Absprachen ermöglicht und gibt einen großen Handlungsspielraum, der persönliches Weiterentwicklungspotential birgt und somit Talente weiterentwickeln kann.

Die Teams betreuen und verantworten jeweils bestimmte Teilabschnitte der Customer Journey sowie die beiden Touchpoints: der Thalia eReader Shop auf dem tofino und die Thalia App mit mittlerweile über 1 Million Downloads, siehe nachfolgende Übersicht



Eigene Darstellung

Entscheidet sich die Kundin bzw. der Kunde für den Einstieg über den Webshop beginnt die Kundenreise beim Team RED. RED steht für redaktionelle Dienste und entwickelt laut Philipp Brock (Senior Software Developer) *“Software für jegliche Form redaktioneller Daten. Das sind kuratierte Inhalte, Bewertungen der Buchhändlerinnen und Buchhändler sowie Kundinnen und Kunden und die Repräsentation der Buchhandlungen im Webshop”*. Ergänzend dazu unterstützt das Team RED die *“Kundinnen und Kunden dabei, in unserem Webshop zu stöbern, um die richtigen Dinge zu finden”*. Besonders stolz ist das Team RED auf die neuen Buchhandlungsseiten im Webshop, da diese ganz neue Möglichkeiten für die Kundenkommunikation eröffnen wie z.B. [Thalia Buchhandlung Hamburg](https://www.thalia.de).



Thalia Hamburg

Geöffnet. Schließt um 20:00 Uhr.

Herzlich willkommen!

Liebe Besucherinnen und Besucher, wir laden Sie herzlich in Hamburgs größte Buchhandlung ein! Auf 2700qm und zwei Etagen finden Sie Bücher aller Genre und eine schöne Auswahl besonderer Geschenkartikel. Highlights in unserer Kinder- und Jugendbuchabteilung sind der Harry- Potter- Shop und das große "Die drei ???"- Sortiment. Sollten Sie Fachbücher suchen, beraten Sie unsere Buchhändler*innen in unserem Lehmanns- Shop in der 1. Etage. Lassen Sie sich auf keinen Fall unsere große Manga- Abteilung, den Books- Shop oder die New Adult Abteilung entgehen. In unserem Café "Kaffeefleck" können Sie sich bei Kaffee und köstlichem Kuchen für den weiteren Einkaufsummel stärken.



Café



WIFI



Barrierefrei



Tolino eReading-
Bereich

Quelle: Thalia.de, Ausschnitt Buchhandlungsseite von Thalia Hamburg

Die nächste Station auf der Customer Journey ist das Team SBe und steht für

Suchen & Beraten. *“Wir helfen Kundinnen und Kunden schnell und einfach die richtigen Artikel und Informationen zu finden.”* erklärt Ulrich von Poblitzki (Senior Software Developer) . *“Funktionen wie die Suche und das Feature der Kompetenzbausteine unterstützen hierbei auch Buchhändlerinnen und Buchhändler sowie Kundinnen und Kunden vor Ort in den Buchhandlungen”* ergänzt Hendrik Busch (Senior IT Analyst). Die Entwicklung des Themenwelten Services, der dafür sorgt, dass unsere Kundinnen und Kunden thematisch passende Artikel in einer Themenwelt angeboten bekommen z.B. [Kinderwelt Feuerwehr: Spielwaren, Bücher & mehr günstig kaufen | Thalia](#) , gehört zu den Highlights der letzten Monate des Teams SBe. Darüber hinaus stellt Suchen & Beraten diverse automatisierbare Inspirationsquellen für Kundinnen und Kunden bereit, so z.B. persönliche Artikelempfehlungen, allgemeine Artikelempfehlungen (z.B. Topseller) oder Vorschläge, welchen Buchhändlerinnen und Buchhändlern eine Kundin/ein Kunde für Buchempfehlungen folgen könnte, da es eine große thematische Übereinstimmung zwischen ihnen gibt.



Kinderwelt Feuerwehr

- Feuerwehrmann S...
- Kinderbücher
- Bilderbücher
- Sachbücher
- Spielwaren
- LEGO®
- PLAYMO...

Top Empfehlung

Content-Tonie: Paw Patrol - Schneller als die Feuerwehr

Hörfigur für die Toniebox: Tonies sind Hörfiguren für die Toniebox. Sie machen Hören anfassbar, denn mit ihnen bedient man die Toniebox. Man kann sie aber auch sammeln und mit ihnen spielen. Um der Musik zu lauschen, stellt man die Hörfigur einfach auf die Toniebox. Das sind Chas...

Mehr erfahren

Spielwaren
16,99 €



★★★★★ (3)



Quelle: Thalia.de, Kinderwelt Feuerwehr

Auf SBe folgt das Team AIM, was für Artikel im Mittelpunkt steht. *“Das Team AiM liefert die Artikeldaten für die Touchpoints. Wir sind also sozusagen der Grundstein, auf dem die anderen Teams aufbauen. Ohne Artikel kann man in einem Shop schlecht einkaufen. Wir nehmen die Daten aus verschiedenen Quellen entgegen, verarbeiten und reichern diese an und leiten sie dann an die unterschiedliche Kanäle und Teams aus”* erklärt Felix Handirk (Software Developer) die Aufgaben des Teams. Auch die Kundinnen und Kunden in den Buchhandlungen profitieren von der Arbeit des Teams, da sie z.B. an der Kasse zu einem Buch eBooks und Hörbuchgeschenke erwerben können.

“Das Team “Kaufen” alias PaC (Purchase and Checkout) stellt den Kundinnen und Kunden alle Funktionen zur Verfügung, die direkt dem Kaufprozess zuzuordnen sind. Es beginnt mit der Artikeldetailseite und endet mit dem Button “Kaufen” in der Bestellübersicht. Dazwischen bieten wir den Kundinnen und Kunden im

Warenkorb und auf der Bestellübersichtsseite viele Möglichkeiten, die Bestellung ihren Bedürfnissen anzupassen und Zusatzoptionen zu nutzen, zum Beispiel Geschenkkarten, Click & Collect, Auswahl von Liefer- und Rechnungsanschriften, Downloadcodes, und vieles mehr.“ sagt das Team PAC über sich selbst und führt weiter aus: “ Die Kundinnen und Kunden können durch unsere Arbeit Artikel bestellen oder Click & Collect machen, Upselling-Aktionen nutzen, Geschenkverpackungen beauftragen, Coupons, Downloadcodes und Geschenkkarten einlösen und Lieferanschriften oder Packstationen angeben, den Fahrradkurier nutzen und ihre Lieblingsbuchhandlung merken.”

Nach dem Kauf kommt das Team KubA ins Spiel, dass wie der Name “Kundenbindung und Abo” schon sagt, Services zur langfristigen Kundenbindung bereitstellt. *“Wir stellen teilweise grundlegende Services bereit, wie den Loginservice. Aber eben auch Kundenbindungsservices wie die verschiedenen Bonusprogramme z.B. Payback, KultClub oder die Bonuscard für Thalia AT. Weiterhin stellen wir die Services zum Buchen und Verwalten des Hörbuch-Abos sowie aktuelle Angebote für unsere Kundinnen und Kunden bereit.”* erklärt Sebastian Wilting (Senior Software Entwickler) den Fokus des Teams. Er führt die Möglichkeiten wie folgt weiter aus *“Online können die Kundinnen und Kunden Bonuspunkte für die verschiedenen Programme sammeln, die Vorteile des KultClubs nutzen oder eben ihr Hörbuchabo verwalten. Aber auch in der Buchhandlung können Kundinnen und Kunden z.B. mit der App den Barcode ihrer Bonuscard / Premiumcard scannen und so auf diese sammeln.”* Besonders freut sich das Team KubA über den gelungen Relaunch der Bonus- und Premiumcard für thalia.at siehe [Thalia Bonuscard](#), der neben erweiterter Funktionalität auch eine zeitgemäße Wort- und Bildsprache ermöglicht hat.

← Mein Konto

Thalia Bonuscard

Die Welt vor Augen. Den Trumpf in der Hand. Auch digital. Profitieren Sie vom kostenlosen Versand, tragen Sie bequem Ihre Umsätze nach, aktualisieren Sie Ihre Profildaten per Mausclick und entdecken Sie alle weiteren Vorteile Ihrer Bonuscard.



BONUSCARD-KONTO
Sehen Sie hier alle Ihre Umsätze auf einen Blick in Ihrem Bonuscard-Konto.

[Umsätze einsehen](#)



IHRE BONUSCARD-VORTEILE
Mit der Thalia Bonuscard das ganze Jahr über mit den Vorteilspreisen sparen.

[Vorteilspreise entdecken](#)





UMSÄTZE NACHTRAGEN
Die Bonuscard vergessen? Kein Problem - tragen Sie hier ganz einfach Ihre Umsätze nach.

[Bon nachtragen](#)



BONUSCARD-PARTNER
Exklusive Ermäßigungen bei zahlreichen Partnern aus dem Kultur- und Freizeitbereich.

[Bonuscard-Partner erkunden](#)

Quelle: Thalia.at, Thalia Bonuscard

Die Reise endet im Team Aftersales (AFS). *“Grob gesagt begleitet das Team Aftersales die Prozesse, nachdem die Kundinnen und Kunden auf ‘Kaufen’ geklickt haben. Das beginnt mit dem Erstellen der Bestellung über die Autorisierung der Zahlung inklusive Nebenzahlungsarten (Geschenkkarte, Coupon und Bonusprogramme) und der Bereitstellung von Informationen über den Kauf bis zur Weitergabe des Auftrags an SAP = Warenwirtschaft. Außerdem liefern wir digitale Artikel aus.”* erklärt Christoph Tacke (Quality Assurance Manager) und ergänzt. *“Die Kundinnen und Kunden profitieren von einem reibungslosen Kaufabschluss, den Informationen zum Auftrag über die Danke-Seite, die Auftragseingangsbestätigung per Mail und die Bestellhistorie. Sie bekommen auch die Möglichkeit zu stornieren und bekommen sofort ihre digitalen Artikel.”* fügt Christoph hinzu.

Ergänzend bzw. unabhängig vom Webshop können die Kundinnen und Kunden die Touchpoints toline (eReader) und die Thalia App nutzen. *“Das Team Touchpoint eReader (TPE) sorgt dafür, dass die Kundinnen und Kunden eBooks direkt auf ihrem toline kaufen können. Viele Leserinnen, die von klassischen Büchern umgestiegen sind, sind begeistert wie schnell und einfach sie sich eBooks kaufen*

und diese lesen können. Die Bedienung ist sehr intuitiv“ sagt Svenja Bobran (Product Owner). Analog der anderen Teams wird auch hier ständig an der Verbesserung der Nutzerfreundlichkeit gearbeitet. *“Das Kaufen von Bänden einer Serie ist jetzt noch einfacher: die Kundinnen und Kunden sehen auf den ersten Blick, um welche Bandnummer es sich handelt. Wenn sie einen Band in den Warenkorb legen, schlagen wir ihnen direkt die nachfolgenden Bände vor.“* ergänzt Svenja.

Wurde dem Warenkorb hinzugefügt:

Achtsam morden

weiter einkaufen zum Warenkorb

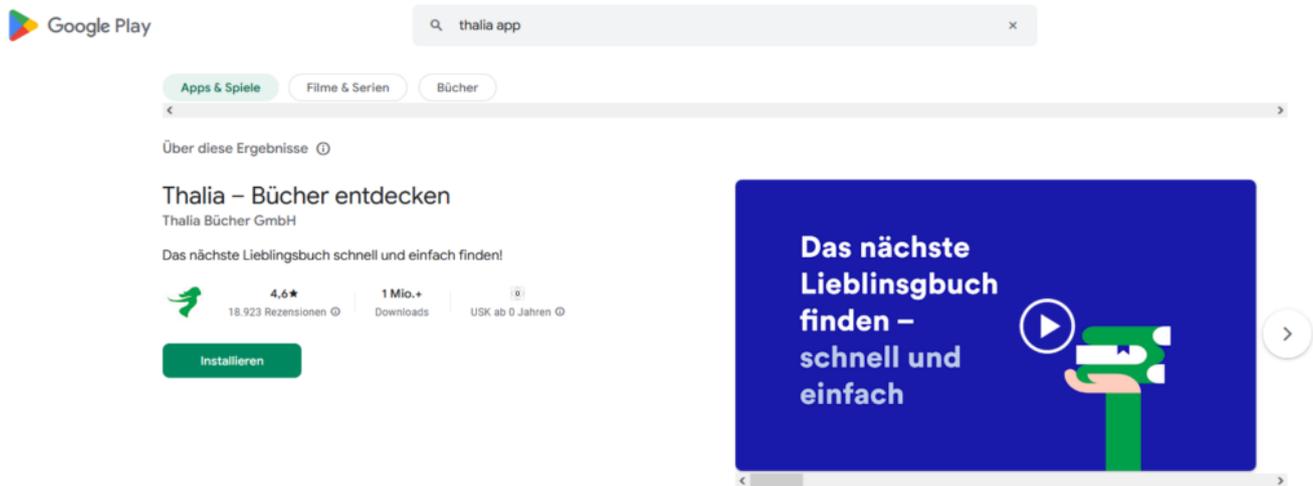
Weitere Bände aus der Reihe alle Bände →

Band	Titel	Preis
Band 2	DAS KIND IN MIR WILL ACHTSAM MORDEN	10,99 €
Band 3	AM RANDE DER WELT	10,99 €
Band 4	IM HIER UND JETZT	14,99 €

Quelle: Thalia.de eReader-Shop, Beispiel für die Darstellung von Bänden einer Serie auf dem tofino

Das Touchpoint Team (TPA) stellt die Apps für [Thalia.de](https://www.thalia.de) , [Thalia.at](https://www.thalia.at) [Oslander](https://www.osiander.com) und

[Orell Füssli](#) jeweils als Android bzw. iOS Version zur Verfügung, die über App- bzw. Playstores kostenlos heruntergeladen werden können.



Quelle: <https://play.google.com/store/search?q=thalia+app&c=apps&hl=de>

*„Unser Claim ist „Das nächste Lieblingsbuch schnell und einfach finden.“ Neben dem bequemen und schnellen Shopping in einer Smartphone-App, ist es bei uns auch möglich Click & Collect Aufträge bei der Buchhandlung in der Nähe in Auftrag zu geben oder auch in der Buchhandlung selbst, ohne anstehen zu müssen (insbesondere im Weihnachtsgeschäft) mit Scan & Go kassenlos zu zahlen. Außerdem können sich unsere Userinnen und User mittels Thalia Next auf Basis ihres letzten Lieblingsbuches, Empfehlungen unserer Buchhändler*innen geben lassen, die auch gefallen könnten. Wer nicht genug von Buchhändlerinnen- und Buchhändlerempfehlungen hat, kann außerdem einzelnen Buchhändlerinnen und Buchhändlern folgen und wird immer benachrichtigt, wenn diese ein neues Buch rezensiert haben. Für Eltern, die Schulmaterialien für ihre Kinder bestellen müssen, haben wir zusätzlich die Möglichkeit, den Schulbuchzettel einzuscannen und damit alle Artikel in den Warenkorb zu legen, anstatt mühsam alle ISBNs einzeln in die Suche einzutippen.“ fasst Nadine Schmitt (Product Owner) das Leistungsangebot der App zusammen. Im Thalia Tech Blog findet sich in der Rubrik Technology auch ein spannenden und absolut lesenswerter Artikel über die App siehe <https://tech.thalia.de/app-technik-die-begeistert-ueber-app-architektur-und-testing/> von unserem Kollegen Jan Oliver Zieger.*

„Gemeinsamkeit und Zusammenhalt sind die wichtigen Stichwörter, alle unterstützen sich gegenseitig“ beschreibt das Team PAC die teamübergreifende Zusammenarbeit aus der Sicht der Mitarbeitenden. Für die Zukunft wünschen sich die Befragten, den eingeschlagenen Weg konsequent weiter zu gehen, eine

gute Balance zwischen Feature-Entwicklung und Pflege der bestehenden Systeme im Blick zu behalten und unseren Kundinnen und Kunden noch mehr coole Features präsentieren zu können.

Hackathon & Innovation Days Münster 2022

Nach dem Erfolg des rein digitalen Hackathons 2021 haben wir uns dieses Jahr größere Ziele gesetzt. Mehr Teilnehmende, mehr Zeit, und das Ganze vor Ort.

hackathon@thalia in Münster 2021

ZUSAMMEN KREATIV
gegen den Corona Blues und für kreative Kundenlösungen

 Zusammen wollen wir kreative und auch unkonventionelle Kundenlösungen für spannende Fragestellungen finden

 Alle Teilnehmer des Hackthons und des Sommerfests erhalten ein Survival Paket

 Die Ergebnisse stellen wir allen Interessierten vor
Die besten Ideen werden mit einem Preis honoriert

 Nach dem Hackathon geht es zusammen beim digitalen Sommerfest gegen den Corona Blues weiter

THALIA HACKATHON
25.06.2021

ONLINE CORONA EDITION

Zusammen gegen den Corona Blues und für kreative Kundenlösungen:

Nach einem Jahr Pause haben wir 2021 wieder einen Hackathon veranstaltet, diesmal rein digital. Auch nach vielen Monaten üben und gestalten von neuen Online-Formaten sind diese noch immer spannende Experimente für uns.

Wir haben dieses sehr generische Motto gewählt, um möglichst viele Kolleg:innen anzusprechen und den Raum für innovative Perspektiven weit zu öffnen. Das hat funktioniert:

5 kreative Ideen mit Mehrwert für unsere (internen) Kund:innen konnten durch

ihren Pitch überzeugen und wurden an diesem Tag von spontan zusammengefundenen interdisziplinären Teams weiter gedacht.

Nicht nur ITler:innen, auch Expert:innen aus den Fachbereichen waren eingeladen sich zu beteiligen, was durch die unterschiedliche Ausrichtung der Ideen angenehm leicht gemacht wurde. So gab es sowohl eher fachlich als auch eher technisch motivierte Themen zur Auswahl.

5 kreative Ideen

1 Produktentwicklung auf Basis von Kundenfeedback

Worum ging es?

Nicht direkt die offensichtlichste Lösung übernehmen, sondern kreativ sein. Nicht direkt mit der Tür bzw. Lösung ins Haus fallen, sondern sich eingehend mit dem Problem auseinandersetzen. Das Problem verstehen, um die für den Kunden beste Lösung erarbeiten – das war das Ziel dieses Projektes.

Ein spontan zusammengefundenes Team aus verschiedenen Fachbereichen wurde dazu mit einer abgespeckten Variante der Methode [Spark Canvas](#) zunächst auf vorgefiltertes Kundenfeedback losgelassen.

27. Mai 2021, 13:29 · 16 · 6

Gerät: Samsung Galaxy M31 Sprache des Geräts: Deutsch Code der App-Version: 3001183 Name der App-Version: 3.0.1 Android-Version: Android 11 (SDK 30)



Die App ist super, obwohl ich mir besonders bezüglich der Merkliste mehr Optionen wünschen würde. Ich merke mir viele Bücher mit unterschiedlichen Zwecken. Ich würde mir so etwas wie Ordner/ Pinnwände wünschen, die man benennen kann und in die man die gemerkten Bücher einordnen kann. zB. eine Liste für Geburtstagsgeschenk für einen Freund, eine für klassische Literatur, eine für einen bestimmten Autor, etc. So wäre es einfacher, Ordnung und Überblick zu behalten.

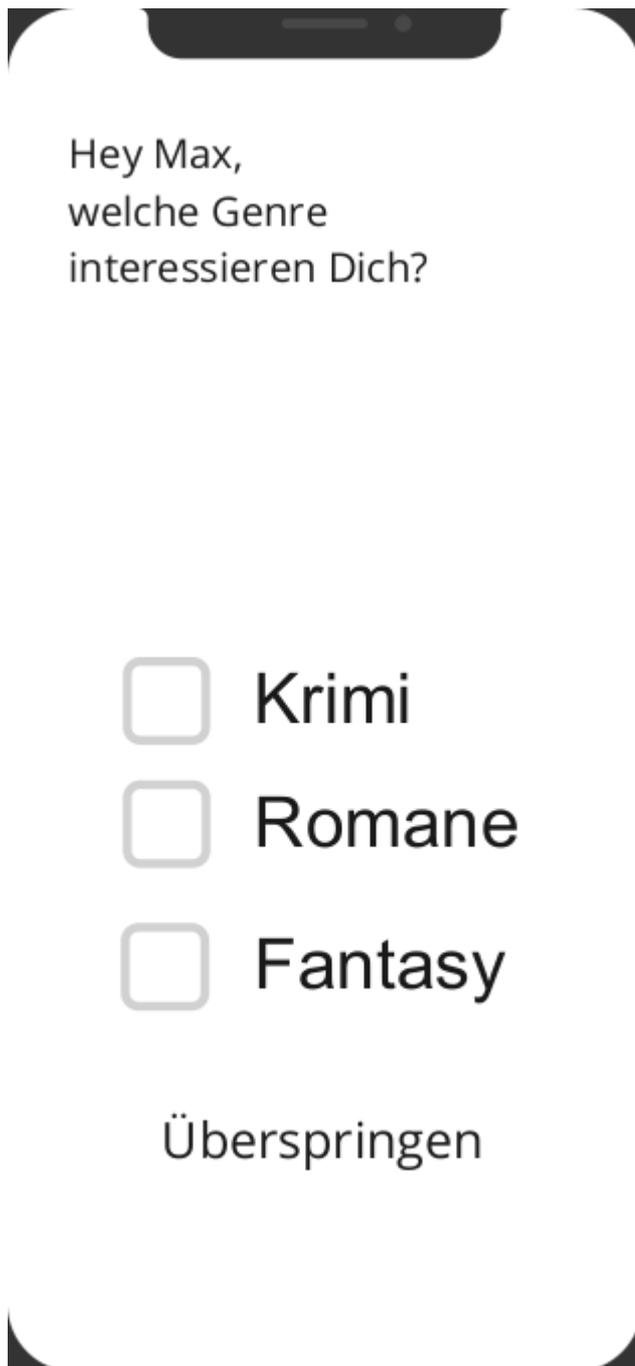
Abbildung: Eine berücksichtigte Rezension

Aus diesen wurde der Use Case „sich einen Überblick über interessante Inhalte bei Thalia verschaffen“ identifiziert und damit verbundene Challenges des Kunden erarbeitet. In einem zweiten Teil haben wir uns zunächst komplett vom

Produkt entfernt, um Inspiration an anderer Stelle zu suchen, z.B. bei der App „[KptnCook](#)“. Welche Probleme löst die App besonders gut? Können wir etwas von ihr lernen? Am Ende wurde als die für uns interessante Speciality die Begrenzung der Auswahl, bei KptnCook auf drei Rezepte pro Tag, gewählt.

Ergebnisse

Use Case, Challenges, Inspiration und Speciality wurden am Ende zusammengeführt zu dem Spark „Eine Startseite mit nur drei Büchern“:

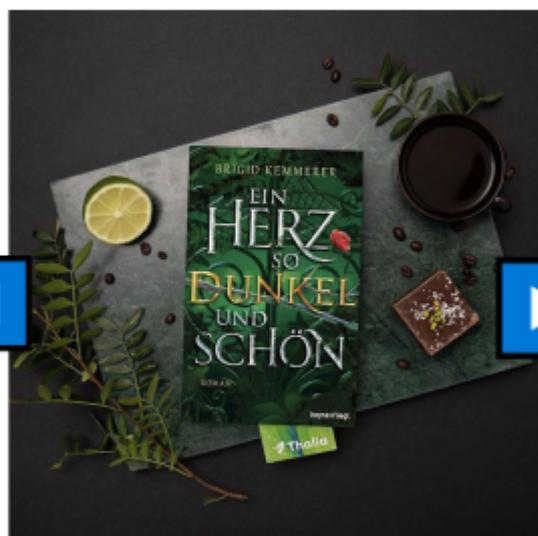


Danke!
Und noch eine
Frage:

- liest du?
- hörst du?

[Überspringen](#)

Hey Max,
hier deine
Empfehlungen für
deine Woche



bereits gelesen

interessant

Die Geschichte vom Herz
Lorem larem ipsum dad
njdinkwendjwebn

Hey Max,
hier deine
Empfehlungen für
deine Woche



bereits gelesen

interessant

Die Geschichte vom Herz
Lorem larem ipsum dad
njidnkwendjwebn



ins Bücherregal

Notizen



Hey Max,
hier deine
Empfehlungen für
deine Woche



bereits gelesen

interessant

Die Geschichte vom Herz
Lorem larem ipsum dad
njidnkwendjwebn

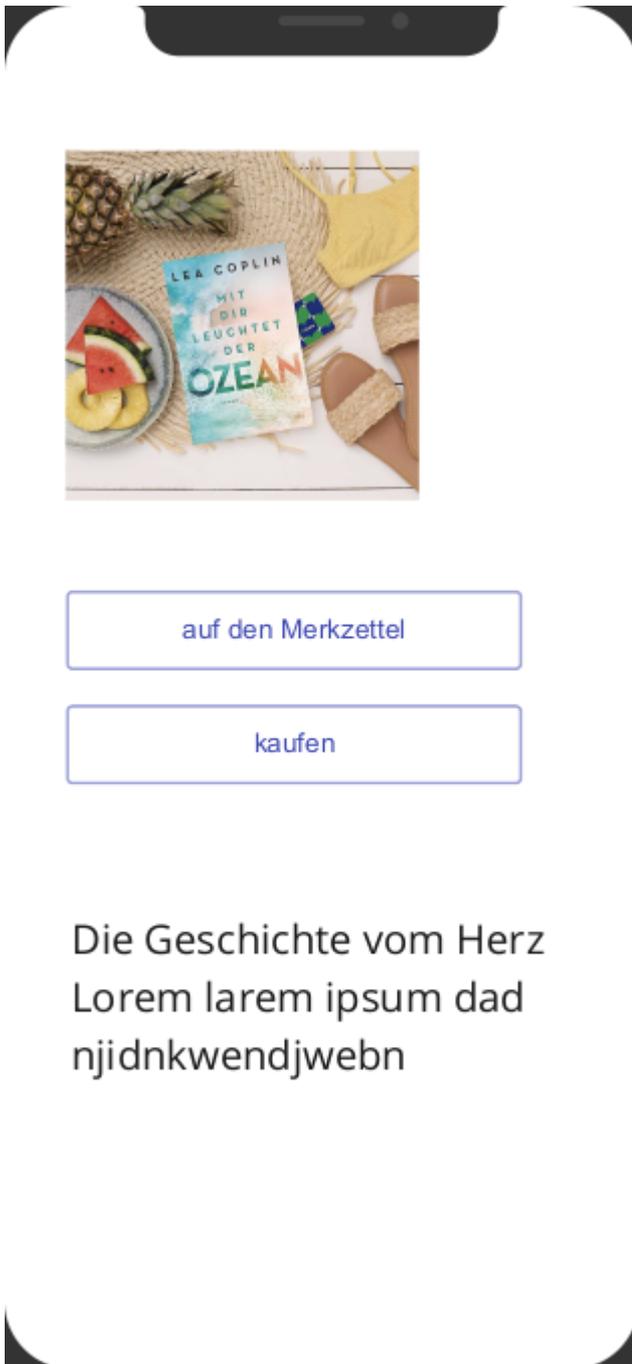


Abbildung: Prototypische Skizze des Sparks

Sich in einem Hackathon mit anderen Themen beschäftigen, oder, in diesem Fall, sich auf eine andere Art mit Themen beschäftigen hat allen viel Spaß gemacht. Es war toll zu sehen, was eine solche kreative Methode aus uns herausholen konnte. Wir sind davon überzeugt, dass dieses Feature unsere Kund:innen gut abholen kann, den Use Case und die identifizierten Challenges berücksichtigt. Er:sie bekommt regelmäßig „Futter“, das unserer Meinung nach gut passt und hat die Möglichkeit, dieses entsprechend einzusortieren.

Mal schauen, ob dieser Spark ein Feature-Feuer entzünden kann...

2_Backend for Frontend mit Apollo GraphQL

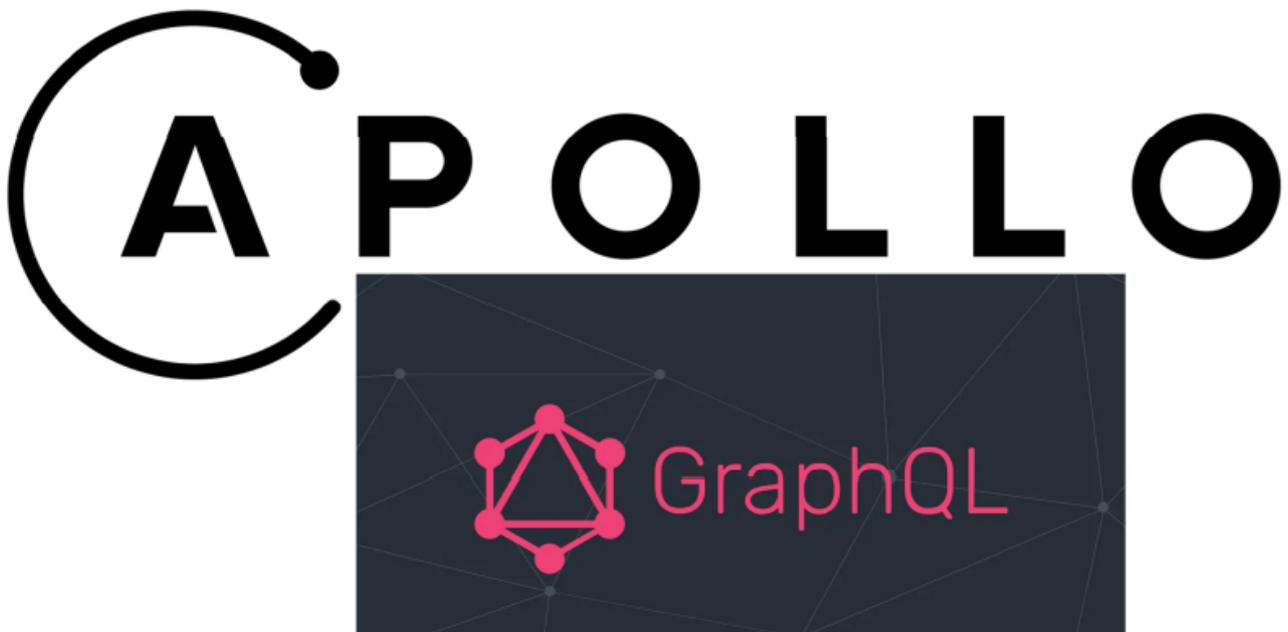
Worum ging es?

Ein [Thema](#), welches uns in den letzten Monaten sehr stark beschäftigt hat. Treiber hierbei ist unser Thalia-App-Team. In der App werden sowohl native Elemente entwickelt als auch Komponenten und Klick-Strecken von anderen Entwicklungsteams eingebunden.

Das Problem am Beispiel beschrieben:

- Team A möchte in einem API-Aufruf alle (für sie) notwendigen Daten von der API von Team B bekommen, um diese in ihrem Frontend darzustellen
- Team B möchte die API nicht erweitern, um Daten „durchzuschleusen“, die nicht zur Domäne des eigenen Teams gehören.

Backend for Frontend mit



Kann diese Problemstellung mit Hilfe von [Apollo](#) und [GraphQL](#) vereinfacht werden?

Im Rahmen des Hackathon sollte versucht werden, ein Setup aufzubauen und

anhand einer einfachen Beispielapplikation die Daten von verschiedenen Thalia-Services, per Backend for Frontend aggregiert, zu konsumieren.

Ergebnisse

Unsere Thalia-App gibt es sowohl in der [Android](#)-Version, wie auch für [iPhone und iPad](#)-Geräte. An folgendem Use Case sollte nun die Verprobung stattfinden:



Ihre persönlichen Empfehlungen



Start



Sortiment



Scanner



Merkzettel



Warenkorb



Das App-Team möchte über eine Schnittstelle nur Artikel inkl. Stammdateninformationen erhalten, für die es eine Empfehlung gibt.

Aktuell werden diese Daten bei uns von 2 unterschiedlichen Teams bereitgestellt

und - nicht überraschend - sind dementsprechend hierfür 2 Microservices verantwortlich:

Der Artikelservice stellt alle Artikelinformationen (EAN, Bilder, Texte, Preise etc.) zur Verfügung.

Der Empfehlungsservice kennt alle Artikel, für die es eine Empfehlung (Personalisierung, PaarKauf-Information, Tipps etc.) gibt.

Das Teams aus Java-Expert:innen, Android- und iOS-Spezialist:innen und Frontend-Entwickler:innen hat eine Umgebung aufgebaut, in der ein Proof of Technology auf beiden App-Versionen lauffähig war.

Per Apollo GraphQL konnten die Apps dann auf kombinierte Daten aus Empfehlungsservice und Artikelservice zugreifen. Der Empfehlungsservice hat in diesem Szenario dann nur ArticleIds (Primärschlüsselinformation) von empfohlenen Artikeln und eben nicht alle Artikeldaten ausgespielt. Der Artikelservice hat dann den Rest der Daten bereitstellt.

Das Team war am Ende des Tages sehr zufrieden: Neben den gesammelten Erfahrungen hat sich die Einschätzung gefestigt, dass hiermit das beschriebene Problem gelöst werden konnte. Eine Fortsetzung im Daily Business ist mehr als wahrscheinlich. Ein prima Ergebnis!

3_Judge a book by its cover

Worum ging es?

Meine Thalia [Lieblingsfiliale](#) in Münster → Rolltreppe in die erste Etage nehmen → dann leicht rechts halten → links hinter dem Info-Point: Mein Lieblingsbüchertisch! Kuratiert von den Kolleg:innen in der Buchhandlung - Neues, Altes, Preisgekröntes, Ungewöhnliches, Mutiges.

Wie schaffen wir es, die Exzellenz der Auswahl in den [Webshop](#), die [App](#), vielleicht sogar den [Tolino](#)-eReader zu bringen? Wir möchten den Kund:innen ein vergleichbares „Stöber-Erlebnis“ bieten, an einem Sonntag oder in einer

Lockdownphase. Oder anders formuliert: Wie können unsere Kund:innen bequem und barrierefrei diese Erfahrung an allen Berührungspunkten zu und bei Thalia nutzen?

Ergebnisse

Agenda

Vision / Ziel

Dein digitaler Büchertisch zum Erleben

10:30 - 11:15 Ideen sammeln

11:15 - 12:00 Zieldefinition

12:00 - 12:45 MITTAGSPAUSE

12:45 - 14:00 Work work work

14:00 - 15:00 Build a prototype

15:00 / 15:15 "Fertig"

15:30 Ergebnispräsentation

Ein bunt gemischtes Team aus den Bereichen Business Development, UX, Softwareentwicklung, Coaching und Produktmanagement hat sich dieser Fragestellung angenommen. Möglichst schnell sollte die Ideenphase in eine Entwicklungsphase übergeben.

Mit Hilfe eines digitalen [Whiteboards](#) (Brainstorming, thematisches Clustern und Voting) und einer straffen Agenda hat die Gruppe, aufgeteilt in 2 Teams, die folgenden 2 Fragestellung bearbeitet:

- *Wie werden eigentlich die Tische zusammengestellt und wie kommen wir an die genaue Zusammenstellung der Artikel? Pro Tisch und pro Filiale?*
- *Wie kann so ein digitaler Tisch oder Regal aussehen?*

Für beide Fragestellungen haben wir Lösungen im eigenen Umfeld bei Thalia und Best Practices auf dem Markt angeschaut. Virtuelle Buchhandlungen, Raumbilder mit klickbaren Elementen & Augmented Reality: Bei der Recherche sind uns viele innovative Lösungen begegnet, die wir uns mit mehr Zeit sicher genauer angeschaut hätten. Als Inspiration für einen ersten MVP aber schon sehr hilfreich.

[Themenwelten](#), Empfehlungen unserer [Lieblingsbuchhändler:innen](#), kuratierte [Sortimentslisten](#) - schon heute hätten wir etliche Möglichkeiten die Artikelzusammenstellung über Schnittstellen bereitzustellen. Verknüpft mit der eindeutigen Filialkennzeichnung, dann in einem weiteren Schritt über die Tischkennzeichnung haben wir für uns festgestellt, das kann funktionieren. Eine gute Nachricht. Mehr konnten und wollten wir an der Stelle nicht erreichen.

Für den Büchertisch selbst hatten wir schnell die notwendigen Artikelattribute definiert. Es sind genau die, die Kund:innen in der Situation sehen: Titel, Autor:in, Klappentext, Preis, Cover-Bild und, um nun den Schwenk auf eCommerce zu schaffen: Bestandsverfügbarkeit in der Filiale (8 Bücher auf dem Stapel), ein Link zur Artikeldetailseite und natürlich die Möglichkeit zu kaufen bzw. zu merken.

Das Ergebnis mit viel UX- und Frontend-Magic kann sich sehen lassen.

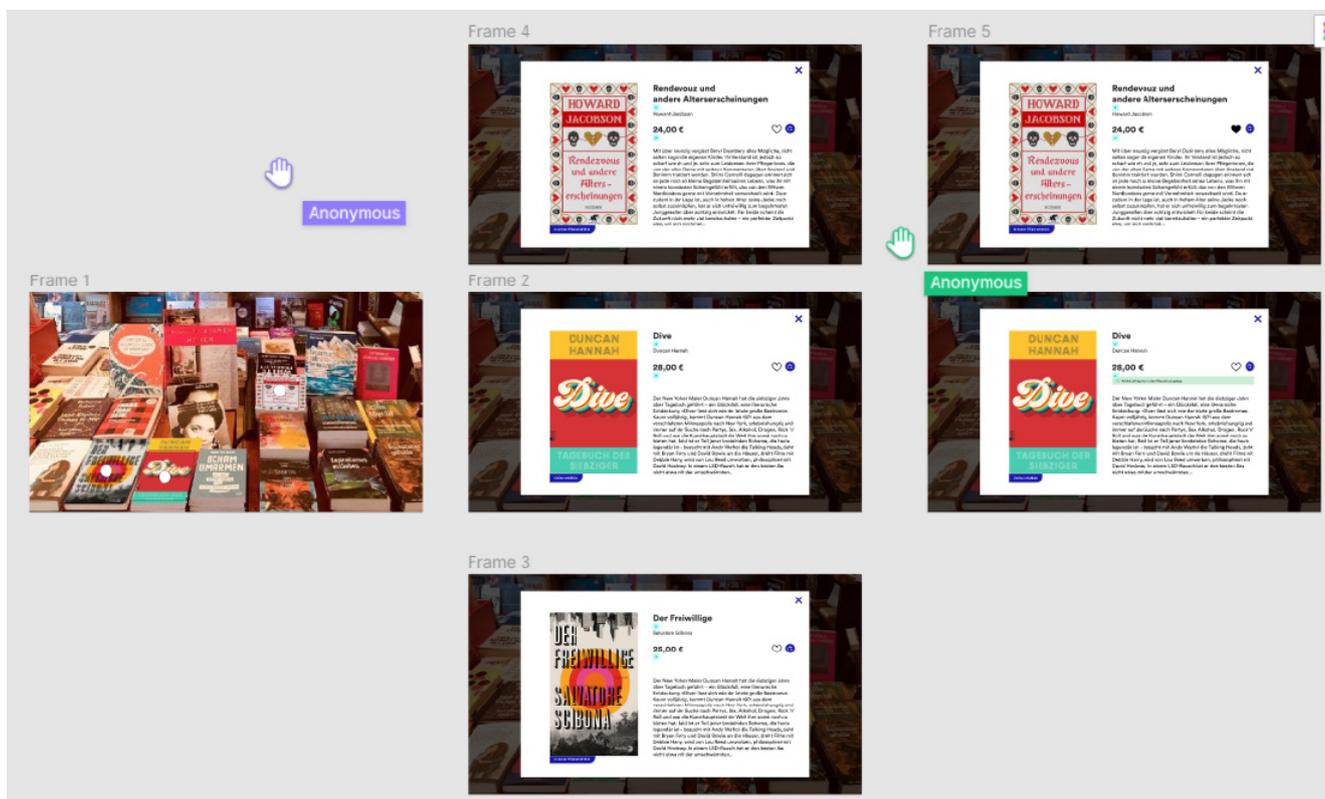


Abbildung: Ergebnispräsentation am Beispiel von 3 Artikeln des Büchertisches.

4_Frequent Pattern Mining FTW!

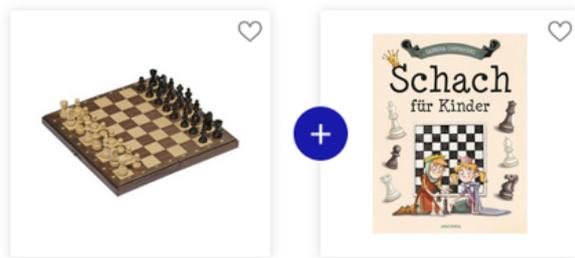
Worum ging es?

Personalisierung mit dem Ziel der perfekten Produkt-Empfehlungen sind für jeden eCommerce-Händler sowohl eine große Herausforderung wie auch eine *signifikante Möglichkeit Kundenzufriedenheit und Umsatz zu steigern.*

Dabei konzentrieren wir uns hier auf den Zusammenhang zwischen gleichzeitig gekauften Produkten. Wie finden wir heraus, dass die Ähnlichkeit zwischen einem Schachspiel und einem Lehrbuch sehr wahrscheinlich größer ist als zwischen einer Schürze und einer DVD?

Oder um es mit den Worten eines Kollegen zu beschreiben: Frequent Pattern Mining ist ein Weg für faule Leute (z.B. Informatiker:innen) diese Zusammenhänge zu finden und nutzbar zu machen, z.B. über Paarkaufempfehlungen.

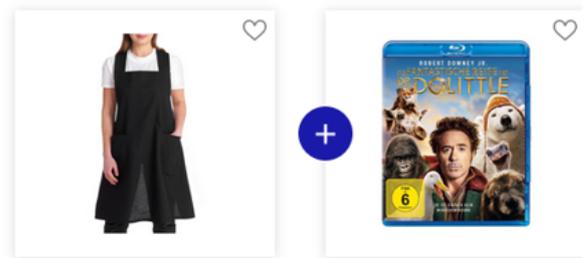
Wird oft zusammen gekauft



Goki 56920 - Magnetisches Schachspiel in...
Spielwaren
29,99 €
★★★★★ (1)

Schach für Kinder
Sabrina Chevannes
Buch (gebundene Ausgabe)
9,95 €
★★★★★ (0)

Wird oft zusammen gekauft



BUTLERS BISTRO Schürze L
100 x B 72cm
Anthrazit
15,99 €
★★★★★ (0)

Die fantastische Reise des Dr. Dolittle
Robert Downey jr.
Film (Blu-ray)
10,49 € ~~12,99 €~~
★★★★★ (7)

Abbildung: Paarkaufbeispiele auf Thalia.de

Ergebnisse

In einer überaus unterhaltsamen Präsentation wurden spannende Erkenntnisse geteilt:

- Datenanalyse, -bereinigung, -filterung im Vorfeld sind unabdingbar, um gute Ergebnisse zu erhalten. Schlicht 8 Millionen Transaktionen (mit

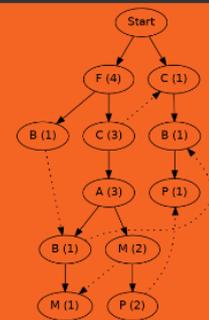
mehr als 2 Artikeln in einem Kauf) zu nehmen und dann auf ein Wunder zu hoffen, funktioniert nicht.

- Insbesondere die Filterung der richtigen Artikel erhöht signifikant die Ergebnisqualität. So blieben im Testlauf nur ~ 4.000 Artikel übrig, die in mind. 0,01% aller Transaktionen enthalten waren.
- Somit sind neben zu überprüfenden Artikelstammdaten (Stichwort kostenlose eBooks) auch übergreifende Sortimentsinformationen relevant.

Ein kleiner Teaser...

F, A, C, D, G, M, P, I
A, B, C, F, L, M, O
B, F, H, J, O
B, C, K, S, P
A, F, C, E, L, P, M, N

F, C, A, M, P
F, C, A, B, M
F, B
C, B, P
F, C, A, M, P



Alle Transaktionen sind fiktiv, Ähnlichkeiten mit real existierenden Transaktionen sind rein zufällig

Abbildung: Transaktionen und Ähnlichkeiten

Unterschiedliche technische Ansätze im Bereich FPGrowth wurden ausprobiert und bewertet:

- Python #1 (aus Pandas): Schlüssig war diese Implementierung nicht und funktioniert hat sie für unseren Use Case auch nicht. Daher keine Empfehlung, da „irgendetwas“ gemacht wurde, aber nicht FPGrowth.
- Python #2 (github.com/chonyy): Funktions- und lauffähig, aber nicht optimiert auf unsere Anforderung. Auch hier: Viel gelernt, aber keine 5 Sterne.
- [SparkML](#): Ein vielversprechender Ansatz, der ein wenig kompliziert zu implementieren ist. Jedoch überzeugt hier die Möglichkeit der Parallelisierung.

Wir haben gelernt, dass die Berechnung an sich mit einfachen Mitteln machbar ist, die Datenaufbereitung jedoch der Potentialbringer sein wird.

Eine Live-Demo vervollständigte die gelungene Präsentation und hinterließ

weniger fragende Gesichter, als das doch sehr technische Thema im Vorfeld vermuten ließ. Well done!

5_Spring-Cloud-Config: Konfigurationsmanagement für Microservices

Worum ging es?

Konfigurationsmanagement ist häufig eine fehleranfällige und lästige Aufgabe in der Software-Entwicklung. Insbesondere in einer Microservice-Architektur, in der gesamtheitliche Funktionen von mehr als einem Produktteam implementiert, getestet und deployed werden.

Dieses betrifft dann nicht nur mehrere Service-Instanzen, sondern eben auch unterschiedliche Services. Für Integrationstest ist es wichtig, dass auch auf den Stages vor der produktiven Umgebung diese konsistent und effizient gepflegt werden. Auf die Frage, ob dies auch ohne das Durchführen einer Deployment-Pipeline oder Datenbankänderung erfolgen kann, wollte dieses Team eine Antwort geben und ist bereits mit einer konkreten Idee gestartet: [Spring-Cloud-Config](#)

Im Rahmen des Hackathons sollten Erfahrungen mit dieser Implementierung gesammelt werden und eine Machbarkeitsstudie anhand einer konkreten Beispielanwendung erfolgen.

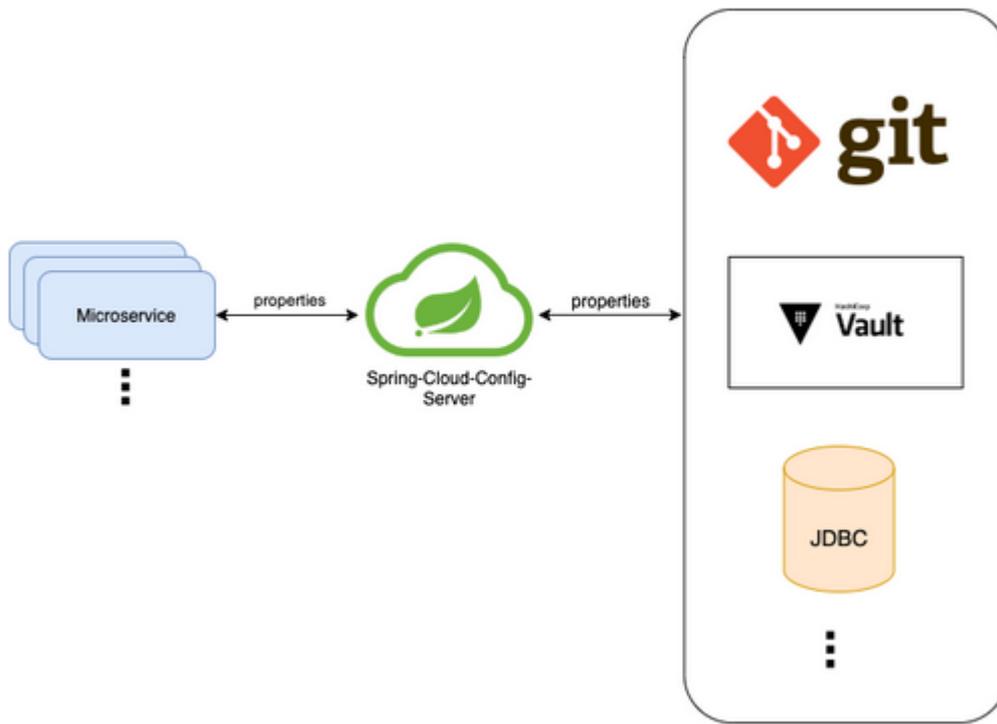


Abbildung: *Infrastruktur Idee, s. auch*
<https://cloud.spring.io/spring-cloud-config/reference/html/>
Ergebnisse:



Das Team hat sich eine fachliche Konfiguration als Beispiel genommen: Eine generelle Versandkostenfreiheit soll Webshop-spezifisch eingestellt werden.

Als Anmerkung: Wir betreuen auf einer einheitlichen IT-Plattform unterschiedliche Shops, neben unserer Marke Thalia.de auch weitere, wie z.B. bol.de, Thalia.at oder orellfuesli.ch.

Die Versandkosten-Information werden auf der Prüfen&Bestellen-Seite im Rahmen des Checkouts interpretiert. Technisch übernimmt hier der bestelluebersichtsservice die Orchestrierung und ist somit der Hauptakteur des Experiments. Als Messaging-System ist RabbitMQ im Einsatz, die Datenbank ist MySql und das Ganze läuft in einem Docker-Container.

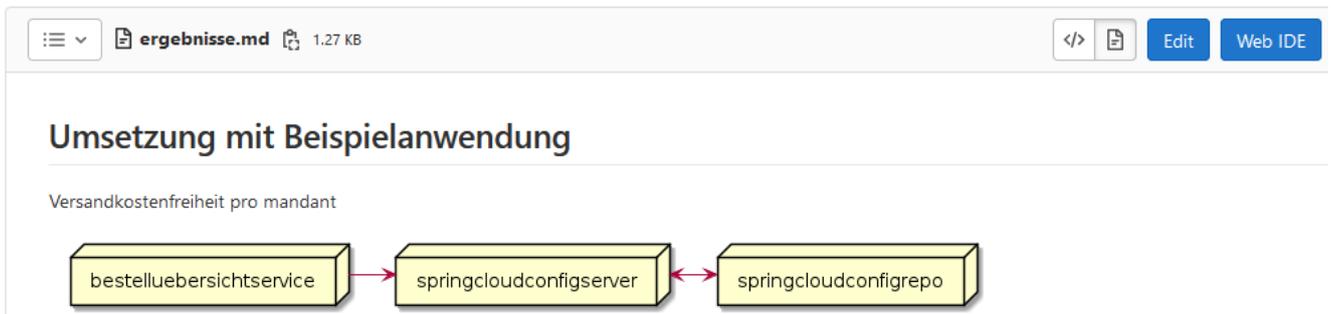


Abbildung: Konkrete Idee - Versandkostenfreiheit pro Webshop

In GitLab wurde ein entsprechendes Projekt aufgesetzt und die einzelnen Schritte dokumentiert.

Mit Hilfe von Spring-Cloud-Config-Server konnten die im Use Case benötigten Konfigurationsänderungen zur Laufzeit und ohne Deployments durchgeführt werden. Das in der Vergangenheit bereits mit einem Spring Boot-Service gearbeitet wurde, war von Vorteil und hielt die Aufwände in Grenzen.

Im Experiment wurde auch deutlich, dass insbesondere der Anspruch, zentrale Änderungen service- und teamübergreifend zur Verfügung zu stellen, hier an seine Grenzen kommt. Nicht zwingend technisch, sondern organisatorisch. Wir halten unsere Microservice-Architektur bewusst flexibel, um schnell und effizient Veränderungen in Produktteams durchzuführen. Je mehr Shared-Services wir nutzen, desto höher sind die Kosten so einer Veränderung.

Auch wenn die Zeit etwas knapp wurde: Bewiesen wurde, wie einfach sich ein dynamischer Konfigurationsserver aufsetzen und einbinden lässt. Ob sich dies nun auch für weitere Anwendungsfälle rechnet und wir diese Lösung übergreifend einsetzen? Das Team hat mit diesem Proof of Concept eine gute Entscheidungsvorlage präsentiert.

Zusammenfassung

HACKATHON 2021

59
Antworten

01:24
Durchschnittliche Zeit für das Ausfüllen

Geschlossen
Status

[Ergebnisse anzeigen](#) [In Excel öffnen](#)

1. Welches Team hat aus deiner Sicht den Hackathon 2021 gewonnen?

[Weitere Details](#)

- (Buch-)Empfehlungen einsorti... 10
- Virtueller Büchertisch – Team "... 24
- Backend for Frontend für die ... 10
- Empfehlungen auf Basis von g... 7
- "versandkostenfrei" konfigurie... 8



Das Experiment hat sich gelohnt. Ein digitaler Hackathon funktioniert. Auf die Frage, ob und wie sich die Thalia-Kolleg:innen einen Hackathon 2022 wünschen war die Antwort jedoch eindeutig: Machen, und zwar analog vor Ort. Wir geben unser Bestes☐.

Ach ja, war da nicht noch etwas mit einem Preis?! Ca. 60 Interessierte haben am Ende der Präsentationen ein Voting abgegeben. Unser neuer Wandpokal hat eine erste Signatur:

Die Teilnehmenden des siegreichen Teams Bookcave (# 2_Judge a book by its cover) konnten sich über diesen und ein kleines Überraschungspaket freuen.

Happy SysAdmin Day 2020!

Wir wünschen euch einen schönen SysAdmin Day! Lasst euch von euren Teams feiern. Danke für eure tolle Arbeit und bitte macht weiter so ☐





Wie werde ich Linux Administrator*in bei Thalia?

Wie sieht eigentlich der Bewerbungsprozess bei einem Buchhändler aus? Was ist Thalia wichtig? Welcher Dresscode wird erwartet? Wird ein Assessment Center durchgeführt?

Transparenz gehört zu unseren Werten, und so haben wir uns überlegt, euch einen Einblick in unseren Bewerbungsprozess zu geben. Das wichtigste vorab: Wir bei Thalia sind auch nur Menschen und freuen uns immer über tolle neue Kollegen*innen.

Der erste Kontakt

Am Anfang steht immer die erste Kontaktaufnahme. Unsere aktuellen Stellenausschreibungen findest du neben unserer Karriereseite z.B. auch auf Stepstone, Xing, LinkedIn oder sonstigen Portalen. Wenn etwas Spannendes dabei ist, dann schicke uns deine Unterlagen entweder direkt oder über die Tools der jeweiligen Seite. Alle Wege führen dich zu den freundlichen Leuten von der Thalia Personalabteilung. Sie werden dich im weiteren Verlauf begleiten, Termine vereinbaren, deine Fragen beantworten, Feedback entgegennehmen/geben usw.

Das erste Vorstellungsgespräch

Ein sehr spannender Moment für uns ist es, dich persönlich im ersten Gespräch kennen zu lernen. Das Gespräch findet im Thalia Bürogebäude in Münster statt

und dauert ca. 1h - 1,5h. Von Thalia sind meistens eine Person aus der Personalabteilung, ein/e Fachspezialist*in und ein/e Teamleiter*in dabei. Keiner der Thalia Mitarbeiter*innen wird Geschäftskleidung tragen. Wir sind in der Regel leger gekleidet. Ziehe einfach etwas an, in dem du dich wohl fühlst.

Nach der Begrüßung werden wir dir als erstes das „Du“ anbieten. Im Bereich IT-Operations - und in vielen anderen Abteilungen von Thalia - duzen wir uns. Warum sollten wir es also in den Gesprächen anders machen?

Zu Beginn werden wir uns vorstellen und etwas über Thalia, den Bereich IT-Operations an den verschiedenen Standorten von Thalia und natürlich auch zu uns selber erzählen. Dann sind wir aber sehr gespannt auf dich! Erzähle uns einfach wer du bist, was du bislang gemacht hast und warum du glaubst, richtig gut auf die ausgeschriebene Stelle zu passen.

Der Übergang in das Fachgespräch ist dann fließend. Wir wollen gerne verstehen, inwieweit du unsere eingesetzten Technologien schon beherrscht bzw. schon mal gesehen hast. Und eines ist sicher: Du wirst nicht alles können und beherrschen. Und das ist auch OK. Es gibt nichts, was man nicht lernen könnte. Also hab den Mut auch mal zu sagen, dass du etwas noch nicht kennst oder in einer Technologie noch Lücken hast.

Es geht uns aber nicht nur um Technologie. Besonders wichtig ist uns auch, wie sehr du mit dem Team harmonierst. Was nützt uns der/die beste Techniker*in der Welt, wenn es im Team nicht funktioniert? Nicht zuletzt ist es auch für dich sicherlich wichtig, dass du dich im neuen Team wohl fühlst. Spaß an der Arbeit ist für uns keine Floskel.

Ein weiterer wichtiger Punkt ist bei uns die Methodik. Im eCommerce von Thalia setzen wir auf agile Methoden. Auch wenn es hilfreich ist, schon mal was über Agilität gehört zu haben oder eine grobe Idee zur DevOps Kultur zu haben, so musst du kein SCRUM Master sein, um dich zurechtzufinden. Wenn du bei Thalia startest, dann wird es u.a. einen Workshop zum Thema „Agilität“ geben.

Im Gespräch stellen wir viele Fragen zu all diesen Themen. Natürlich kannst du auch schon während des Gesprächs deine stellen. Sollten dennoch Fragen bei dir offen sein, so ist nachher noch einmal explizit Zeit, um all deine offenen Punkte zu beantworten.

Nach etwa einer Stunde ist das erste Gespräch auch schon vorbei. Und wir haben einen ersten gegenseitigen Eindruck gewonnen. Genau wie wir solltest auch du den ersten Eindruck verarbeiten und dir mit den neu gewonnen Informationen zu Thalia überlegen, ob du richtig Lust auf den Job hast.

Zeitnah nach dem Gespräch wirst du wieder kontaktiert, und du erhältst Feedback zu der ersten Runde.

Die zweite Vorstellungsrunde

Wenn es weiter geht, dann werden dich in der zweiten Runde weitere Personen kennenlernen wollen. So können z.B. die IT-Leitung oder weitere Team-Mitglieder beim Gespräch dabei sein. Im Gespräch stellen wir weitere Fragen. Auch kann es vorkommen, dass dich in der zweiten Runde eine kleine Aufgabe erwartet, die du natürlich zuhause in Ruhe vorbereiten kannst und im Gespräch vorstellst. Uns ist dabei nicht wichtig, ob die Aufgabe perfekt gelöst wurde. Wir wollen verstehen, wie du mit Aufgaben dieser Art umgehst.

Wenn du möchtest, führen wir dich auch gerne noch einmal durch die Räumlichkeiten, so dass du dir selber einen Eindruck von den potenziellen Arbeitskollegen*innen und vom möglichen neuen Arbeitsplatz machen kannst. Gerne können wir auch einen Schnuppertag vereinbaren.

Mit dem zweiten Gespräch hast du dann auch schon das „Schlimmste“ überstanden. Wenn wir uns einig sind, dann stimmt die Personalabteilung mit dir noch die vertraglichen Rahmenbedingungen ab. Hier geht es dann um Themen wie z.B. Urlaub, Vorteile durch Thalia, Gehalt, Unterschriften und sonstige vergleichbare Themen.

Es geht los!



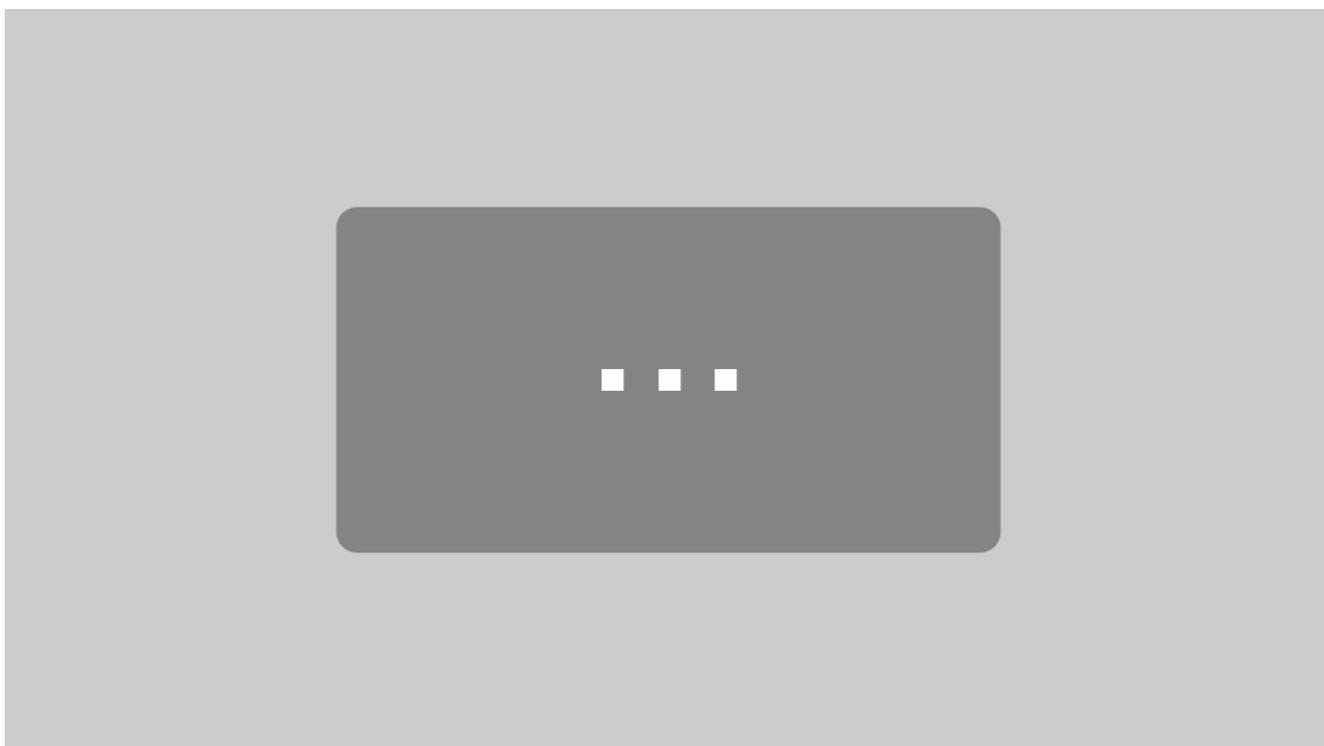
Ab jetzt freuen wir uns auf den Tag, an dem du startest, und bereiten alles für dich vor. Am Tag 1 bei Thalia begrüßen dich die Personalabteilung und weitere Personen, die zusammen mit dir durchstarten wollen. In einer Willkommensveranstaltung informieren sie dich über die wichtigsten organisatorischen Themen. Danach kommst du in dein neues Team, wo dein vorbereiteter Arbeitsplatz dich bereits erwartet. Während der Einarbeitung in die technische Welt von Thalia begleitet dich ein erfahrener und fester Ansprechpartner aus dem Team. Jetzt kannst du bei Thalia mit deinen Ideen richtig durchstarten.

Hast du Lust den Prozess einmal selber auszuprobieren?

[No 5] Was sagt eigentlich unser Management?

In den Beiträgen [No 1] - [Alleine ist man weniger zusammen](#) bis [No 4] - [Auf der Suche nach dem perfekten Termin](#) haben wir uns als IT eCommerce geäußert, wie wir mit der Corona Situation umgehen.

Auf dem [Future Retail Forum](#) hat unser Aufsichtsratsvorsitzender [Dr. Leif E. Göritz](#) ein Einblick gegeben, wie wir uns als Gesamtunternehmen aufstellen:



Mit dem Laden des Videos akzeptieren Sie die Datenschutzerklärung von YouTube.

[Mehr erfahren](#)

[Video laden](#)

YouTube immer entsperren

[*Both sides of the story - Thalia in Zeiten von Corona*](#)

[No 4] - Auf der Suche nach dem perfekten Termin

Zu viel, zu wenig oder gerade richtig? Die Frage nach Grad, Inhalt, Intensität und Effizienz bei wiederkehrenden Terminen umtreiben Teams und Organisationen nicht erst seit Corona.

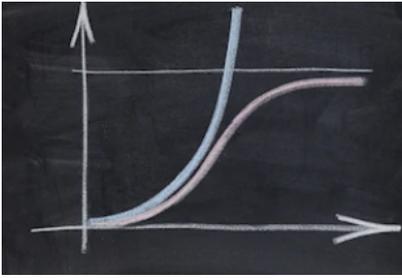
In den ersten Tagen haben wir im Führungskreis unsere bisherigen Terminserien beibehalten, jedoch schnell gemerkt, dass es vermehrt zu Informationsdefiziten und Missverständnissen gekommen ist. Einfach gesagt: Wir waren nicht mehr gut genug abgestimmt.

In Organisationen mit crossfunktional aufgestellten Teams ist diese Abstimmung der unterschiedlichen Führungskräfte (Servant Leader) zwingend notwendig, um u.a. allen Menschen in diesen Strukturen ein einheitliches Bild auf Rahmenbedingungen, Regeln und Unternehmensrichtlinien zu geben.

Bisher hatten wir im Bereich IT eCommerce folgende Terminserien (ein Auszug), die nur in Ausnahmefällen Remote durchgeführt wurden:

- ProduktorgaDaily: **täglicher** Austausch einiger (!) IT- und Produktmanagement TeamleiterInnen
- IT-Leitungskreis: **wöchentliche** Abstimmung aller TeamleiterInnen im Bereich IT
- Austausch ScrumMaster / TeamleiterInnen: **2-wöchentlicher** Termin der Agile Coaches mit dem TeamleiterInnen aus der Produktorganisation

Unsere konkrete Herausforderung: Sicherstellen, dass in Zeiten mit schneller Veränderungsfrequenz (teilweise mehrfach täglich) und erhöhter Relevanz für die Menschen in der Produktorganisation die Informationen geteilt und kommuniziert werden.



Hier unsere Lernkurve am Beispiel des täglichen **ProduktorgaDaily-Termins**:

1. Iteration - nach ca. 3 Tagen

Veränderung:

- IT-Leitungskreis nimmt am täglichen ProduktorgaDaily teil

Gut: Besserer Abstimmung insbes. am Anfang der Corona-Krise in Bezug auf Unternehmensregeln

Schlecht: Kommunikation in die Teams und Einbindung der wichtigen Führungsrolle ScrumMaster fehlt. Es kommt erneut zu bereits o.g. Problemen; ProduktorgaDaily wird eher IT-lastig

2. Iteration - nach ca. 1,5 Wochen

Veränderung:

- Beteiligung der ScrumMaster am ProduktorgaDaily
- Zusätzliches tägliches IT-Leitungskreis-Meeting (15 min)

Gut: Konsolidierter als vorher; es werden nur noch die wirklich dringenden und akuten Themen besprochen; IT-Lastigkeit nimmt ab; Corona-Zustand hat sich eingeschwungen; Veränderungsfrequenz nimmt ab

Schlecht: Themen werden doppelt besprochen; der ‚Spirit‘ vom eigentlichen ProduktorgaDaily ist abhandengekommen durch die Fokussierung auf ‚dringend‘. Kein Austausch über weitere übergreifende Themen mehr möglich; mittel- und langfristige Anliegen und Diskussionen liegen brach.

3. Iteration - nach ca. 3 Wochen

Veränderung:

- Zusätzliches tägliches IT-Leitungskreis-Meeting (15 min)
 - ProduktOrga-Daily wird aufgelöst
 - Neue ProduktOrga-Besprechung im ursprünglichen Kreis wird auf 3x pro Woche je 30 min geändert
 - Austausch ScrumMaster/TeamleiterInnen wird auf den Regeltermin verschoben

Gut: Tägliche IT-Leitungskreis-Meeting findet großen Zuspruch und wird bis auf weiteres etabliert; allgemeine Produktorga-Themen finden wieder Raum und Zeit

Unter spezieller Beobachtung: Noch unklar, ob der regelmäßiger Austausch zwischen ScrumMaster/TeamleiterInnen so ausreicht oder auf wöchentlich geändert werden sollte.

4. Iteration - pending...

Fest steht: Ändern sich die Rahmenbedingungen, müssen Verhaltensweisen, Vorgehen, Werkzeuge mindestens überprüft und häufig angepasst werden. Und wenn es nur ein Termin ist.

Mehr zum Thema

[*Both sides of the story - Thalia in Zeiten von Corona*](#)

[No 3] - Corona Kommunikations Knigge

Um das Infektionsrisiko durch das Coronavirus zu senken, arbeiten wir im eCommerce-Bereich von Thalia schon seit einigen Wochen im Home Office. Aber wie muss sich unsere Art zu kommunizieren ändern, damit wir trotzdem weiterhin effizient und effektiv zusammenarbeiten können? ‚Mal eben‘ in das Büro der

Kollegen gehen ist nicht mehr möglich. Aber was sind die Alternativen?

In diesem Beitrag wollen wir von unseren Beobachtungen berichten, was in den ersten Tagen nicht so gut geklappt hat und was wir getan haben, um die Kommunikation zu verbessern und angenehmer zu machen.

Was nicht so gut geklappt hat...

In den ersten Tagen waren viele von uns verunsichert. Was sind jetzt die Alternativen zu den persönlichen Gesprächen im Büro? Slack? Oder zoom? Oder doch Telefon? Vielleicht eMails?

Muss ich auf allen Kanälen erreichbar sein? Muss ich auf allen Kanälen direkt antworten?

Zusätzlich haben wir festgestellt, dass sehr lange Diskussionen im Slack nicht zu vernünftigen Ergebnissen, nein eher sogar zu Missverständnissen geführt haben. Diese Unsicherheiten und unterschiedlichen Erwartungshaltungen haben viele als Stress und Frust empfunden.

Was haben wir zur Verbesserung getan?

Für die Entscheidung welcher Kanal für eine Kommunikation sinnvoll ist, können zwei Faktoren sehr hilfreich sein. Der erste Faktor ist die Dringlichkeit. Muss sofort und in einem direkten Gespräch entschieden werden? Oder kann das Thema auch warten? Hier kann auch von synchroner- (direkte, in Echtzeit) oder asynchroner (zeitlich versetzte) Kommunikation gesprochen werden.

Der zweite Faktor ist die Komplexität. Ist das Thema komplex und damit aufwendiger zu klären? Oder ist es ein No-Brainer (Achtung! Bullshit-Bingo ☐)?

Als grobe Entscheidungshilfe kann folgende Übersicht genutzt werden:

Etwas ist dringend und komplex	<ul style="list-style-type: none">- Hier ist eine sofortige synchrone Kommunikation notwendig. Am besten eine Videokonferenz (z.B. zoom).- Stellt zusätzlich sicher, dass die Teilnehmer und die Teilnehmeranzahl sinnvoll gewählt sind.
--------------------------------	---

Etwas ist dringend aber nicht komplex	<ul style="list-style-type: none"> - Ein kurzer Austausch per Chat (z.B. Slack) reicht hier gegebenenfalls. - Wenn niemand antwortet und es wirklich schnell gehen muss, im Zweifel zum Telefon greifen.
Etwas ist nicht so dringend, aber komplex	<ul style="list-style-type: none"> - Dann am besten eine Videokonferenz für einen Termin in der Zukunft einstellen. - Auch hier sicherstellen, dass der Teilnehmerkreis und die Teilnehmeranzahl angemessen sind.

In allen Fällen sind Ergebnisse oder Absprachen sinnvoll zu kommunizieren.

Für eine gute Zusammenarbeit ist das angemessene Verhältnis zwischen synchroner und asynchroner Kommunikation sehr wichtig und muss von jedem Team individuell herausgefunden und vereinbart werden.

Und...

...vergesst das Socializing nicht! Trefft euch ein paar Minuten früher in der Videokonferenz und redet mit euren Kollegen über privates. Wie im Büro oder an der Kaffeemaschine. Oder arbeitet mal eine Zeit lang zusammen mit anderen in einer Videokonferenz, so als würdet ihr im Büro sitzen.

Mehr zum Thema:

[*Both sides of the story - Thalia in Zeiten von Corona*](#)

[No 2] - Wenn IT-Operations in die Glaskugel schaut...



Die Corona-Krise hat uns alle früher ins Home Office geschickt, als wir es alle erwartet haben. Es war jedoch keine Überraschung, dass vermehrt Mitarbeiter/innen ins Home Office gehen würden. Daher haben wir schon einige Zeit vorher mit den Planungen begonnen.

„Wer“ war an der Planung beteiligt?

Aber wer ist „wir“ überhaupt für dieses Thema? Bei Thalia haben wir mehrere IT-Teams, die bei der Planung und Vorbereitung unterstützen konnten. So haben wir zunächst überlegt, wen brauchen wir zur Vorbereitung eigentlich. Daraus entstanden ist eine teamübergreifende Gruppe mit Personen aus vier Zentralstandorten. Natürlich war es auch wichtig, die Vorbereitung nicht nur auf die IT zu reduzieren. Was nutzt es, wenn die IT einfach ins Home Office gehen kann, das CallCenter jedoch noch vollständig im Bürogebäude sitzt, weil die Home Office Fähigkeit nicht gegeben ist? Hier war es hilfreich, dass wir grundsätzlich in den Fachbereichen schon eine vergleichsweise hohe HomeOffice Fähigkeit haben und z.B. auch einige CallCenter Agenten im HomeOffice arbeiten. Es war eine gute Idee, auch die Fachbereiche frühzeitig auf das Unwahrscheinliche einzustimmen.

Was könnte passieren?

Die erste Frage, die wir uns beantworten mussten: Welche möglichen Szenarien wollten wir im Rahmen von Corona vorbereiten?

Letztendlich haben wir zwei Szenarien vorbereitet:

- Einzelne Mitarbeiter/innen gehen ins Home Office (z.B. weil sie einer Risikogruppe angehören).
- Ein kompletter Standort wird geschlossen (z.B. aufgrund einer behördlichen Anordnung).

Das zweite Szenario war für uns gedanklich zwar extrem unwahrscheinlich, jedoch wissen wir heute, dass es eine gute Idee war, auch dieses Szenario schnell vorzubereiten.

Was soll im HomeOffice funktionieren?

Uns war wichtig, dass jede/jeder Mitarbeiter/in im Home Office in irgendeiner Art arbeitsfähig ist. Der Anspruch war dabei eine **grundsätzliche Arbeitsfähigkeit** herzustellen, jedoch nicht jede Spezialanwendung, die nur von 2 Personen genutzt wird, lauffähig zu haben.

Auch war es uns wichtig sicherzustellen, dass die Personen im Home Office miteinander **kommunizieren** können. Im Home Office kann ich nicht einfach mal schnell ins Nachbarbüro gehen oder mal schnell fünf Personen an einen Tisch holen. Themen wie z.B. Telefonkonferenz, Chat, Videokonferenzen usw. mussten auf ihren erhöhten Bedarf vorbereitet werden.

Worauf können wir schon aufbauen?

Wir haben geprüft, auf welche **Infrastruktur** wir an den jeweiligen Standorten bereits jetzt zurückgreifen konnten und wo es noch Lücken gab. Wie konnten wir am schnellsten die Lücken schließen? Welche Skalierung/Vorbereitung wollten wir bereits umsetzen (Beispiel: Erweiterung des VPN IP-Netzes) und welche Themen wollten wir erst bei Bedarf umsetzen (Beispiel: Bereitstellung von kostenpflichtigen Videokonferenzräumen)?

Müssen wir noch shoppen gehen?

Eines der besonders spannenden Themen war u.a. auch, ob wir eigentlich genug mobile **Client Hardware** hatten, um die Mitarbeiter/innen von Thalia ins Home Office zu schicken. Wenn nicht, wäre es eine Option, private Geräte für die Arbeit im Home Office zu erlauben? Wenn ja, welche (auch rechtlichen) Bedingungen müssten dafür erfüllt sein?

Schon als wir gesehen hatten, was die Corona-Krise in China angerichtet hat, mussten wir uns noch einmal die Frage in Erinnerung rufen, wer eigentlich die Client-PCs, Monitore oder Server **herstellt und liefert**. Spätestens jetzt war es ein guter Zeitpunkt zu überlegen, welche Client- & Server Hardware für die kommenden Wochen - wenn nicht gar Monate - benötigt würden. Woher bekomme ich eigentlich Ersatzteile, wenn in China die Produktion steht und alle Menschen im Home Office sind?

Wir machen nicht alles alleine...

Das brachte uns zur nächsten Frage: Sollten wir mal mit unseren **Dienstleistern** reden, ob auch die einen Notfallplan vorbereitet hatten? Ist eigentlich jemand in unserem „managed Datacenter“, wenn ein Stück Hardware getauscht werden müsste? Zu dieser Zeit haben wir mit vielen Dienstleister gesprochen, ob auch sie gut vorbereitet sind.

Was haben wir erreicht?

Als Ergebnis unserer Vorbereitungen hatten wir eine prall gefüllte Confluence Seite mit vielen Themen, die bereits vorbereitet waren bzw. nur darauf gewartet haben, umgesetzt zu werden.

Einige Zeit später kam es doch schneller und heftiger als wir es alle erwartet haben. Dank unserer Vorbereitung konnten wir jedoch mit vier Stunden Vorlaufzeit die Home Office Fähigkeit für alle Mitarbeiter/innen herstellen. Seither hat sich unsere Arbeitsweise geändert. Darüber berichten wir gerne in weiteren Artikeln dieser Serie.

Mehr zum Thema

Both sides of the story - Thalia in Zeiten von Corona