

Shopware optimiert mit Jira die Kollaboration im Marketing

Shopware: Jira verbessert ermöglicht effizientere und transparente Zusammenarbeit aller Teams im Marketing.

„Mithilfe der Tickets können alle den Überblick behalten, Informationen sammeln, um teamübergreifend zusammenzuarbeiten, und Unteraufgaben einfach organisieren und anderen Teams zuordnen.“

MARKUS MERKWIRTH-THIMM

Partner Marketing Manager Technology

SHOPWARE

Shopware ist ein führendes Digital-Commerce-System und wird von einigen der größten Marken, Einzelhändlern und Herstellern aus der B2C-, D2C – und B2B-Branche eingesetzt, darunter Philips, Leki und Aston Martin. Als zukunftsweisende Open-Commerce-Plattform gibt Shopware Nutzern die Freiheit, Wachstumspotentiale schnell und einfach zu entfalten – mit mehr Flexibilität und weniger Komplexität. Im Jahr 2021 generierten Kunden, die auf eine Shopware-Lösung vertrauen, ein Gross Merchandise Volume (GMV) von knapp 20 Milliarden US-Dollar.

BRANCHE

Internet und Software

ATLASSIAN PRODUKTE

STANDORT

EMEA und Afrika



Jira Software
Projekt und Issue Tracking



Confluence
Dokumenten-
Zusammenarbeit

ANZAHL DER BENUTZER

<1000

HERAUSFORDERUNG

Die sechs Teams in der zuletzt stark gewachsenen Marketingabteilung von Shopware nutzten allesamt eigenen Tools. Bei cross-funktionalen Aufgaben kam es dadurch zu Schwierigkeiten bei der Organisation, Abstimmung und Zusammenarbeit.

LÖSUNG

Dank der Einführung von Jira behalten die Teammitglieder nun den Überblick über anstehende Aufgaben, können leicht gemeinsam Informationen sammeln und erfolgreich zusammenarbeiten. Ticketfunktionen wie Tags und Erinnerungen sind dafür besonders hilfreich.

AUSWIRKUNG

Durch die höhere Transparenz, die umfassendere Dokumentation sowie der besseren Strukturierung ihrer gemeinsamen Aufgaben arbeiten die sechs Marketingteams nun effizienter und effektiver zusammen. Viele wollen Jira daher in ihrem Alltag nicht mehr missen.

Sechs Teams innerhalb einer Abteilung, jedes mit eigenen Tools. Da kann es bei der Zusammenarbeit schnell zu Schwierigkeiten kommen. Um genau diese Herausforderung in seinem Marketing-Team zu lösen, hat der Anbieter eines Online-Shopsystems die Lösung von Atlassian eingeführt – für alle.

Sechs Teams innerhalb einer Abteilung, jedes mit eigenen Tools. Da kann es bei der Zusammenarbeit schnell zu Schwierigkeiten kommen. Um genau diese Herausforderung in seinem Marketing-Team zu lösen, hat der Anbieter eines Online-Shopsystems die Lösung von Atlassian eingeführt – für alle.

Keine Frage, die Tech-Branche wird vor allem von US-amerikanischen Firmen dominiert, Unternehmen wie Microsoft, Apple, Meta oder Salesforce sind dabei nur die bekanntesten. Doch auch in Deutschland gibt es solche Erfolgsgeschichten – eine davon: die Shopware AG. Anfang der 2000er-Jahre zunächst als klassische Internet-Agentur gegründet, konzentrierte sich das Unternehmen bald auf die Entwicklung von modularen Onlineshop-Systemen und ist damit bis heute erfolgreich.

An seinen zwei Standorten im nordrhein-westfälischen Schöppingen und New York City beschäftigt Shopware heute ungefähr 400 Mitarbeitende. Davon ist inzwischen jeder zehnte Angestellte in einem der sechs Marketing-Teams tätig. Zwar konzentrieren sich diese Teams auf unterschiedliche Aufgaben und Bereiche, doch müssen die Mitglieder regelmäßig zusammenarbeiten, beispielsweise bei der Durchführung von Events oder dem Setup von Marketing-Kampagnen auf Google und LinkedIn.

Doch genau bei dieser cross-funktionalen Kollaboration kam es regelmäßig zu Problemen: Teammitgliedern fehlten beispielsweise Informationen darüber, welchen Status bestimmte Aufgaben oder Projekten bei ihren Kollegen hatten, auch wurden Ressourcenengpässe oft erst spät identifiziert, die dann ad hoc gelöst werden mussten. Insgesamt fehlte eine einheitliche Sicht auf gemeinsame Projekte und den Stand der einzelnen Komponenten. Dieser Zustand war nicht länger tragbar, weshalb eine neue Lösung für alle her musste, denn bis dato nutzte jedes Team eigene Tools zur Strukturierung ihrer Workflows und Aufgaben.

„Mithilfe der Tickets können alle den Überblick behalten, Informationen sammeln. Das ermöglicht das teamübergreifende Zusammenzuarbeiten, beispielsweise Unteraufgaben zu organisieren und anderen Teams zuzuordnen. Gerade auch die Funktionalitäten innerhalb der Tickets, wie Komponenten, Tags, Erinnerungen, helfen dabei enorm. Wir können mit dem Tool genauso arbeiten, wie wir es brauchen.“

MARKUS MERKWIRTH-THIMM

Partner Marketing Manager Technology

Die neue Lösung überzeugte bereits an anderer Stelle

Die Lösung sollte den Mitarbeitenden dabei sehr schnell zur Verfügung stehen und sich iterativ mit steigenden Anforderungen weiterentwickeln können. Außerdem musste sie sich problemlos in die bestehende Tool-Landschaft von Shopware integrieren lassen. Den Verantwortlichen im Marketing war dabei aber noch etwas anderes wichtig: Die Lösung sollte von den Mitarbeitenden in der Abteilung selbst, aber bei Bedarf auch darüber hinaus schnell angenommen werden. Das heißt, sie wollten eine Lösung, die bereits organisationsweit akzeptiert wurde.

All dies war mit Jira gegeben: Da die Lösung bereits in vielen anderen Bereichen zum Einsatz kam, in der Entwicklungsabteilung zum Beispiel seit dem Jahr 2010, war sie vielen Mitarbeitenden vertraut und das Marketing-Management wusste, dass sie sich leicht auf die Bedürfnisse ihrer Abteilung anpassen lässt. Ein weiterer Vorteil: Das Tool wurde bereits von der IT administriert. Dank den bisherigen Erfahrungen im Unternehmen und der vorhandenen Grundakzeptanz war das Vertrauen in Jira so groß, dass Shopware keine weiteren Tools in Betracht gezogen hat.

„Wir haben schon länger intensiv mit verschiedenen Atlassian-Lösungen gearbeitet, sowohl Confluence als auch Jira werden von vielen Mitarbeitenden täglich genutzt. Daher bot es sich an, Jira auch im Marketing einzusetzen, um unsere Prozesse neu zu strukturieren,“ erklärt Markus Merkwirth-Thimm, Partner Marketing Manager Technology. „Mithilfe der Tickets können alle den Überblick behalten, Informationen sammeln. Das ermöglicht das teamübergreifende Zusammenarbeiten, beispielsweise Unteraufgaben zu organisieren und anderen Teams zuzuordnen. Gerade auch die Funktionalitäten innerhalb der Tickets, wie Komponenten, Tags, Erinnerungen, helfen dabei enorm. Wir können mit dem Tool genauso arbeiten, wie wir es brauchen.“

„Wir haben schon länger intensiv mit verschiedenen Atlassian-Lösungen gearbeitet, sowohl Confluence als auch Jira werden von vielen Mitarbeitenden täglich genutzt. Daher bot es sich an, Jira auch im Marketing einzusetzen, um unsere Prozesse neu zu strukturieren.“

MARKUS MERKWIRTH-THIMM

Partner Marketing Manager Technology

Schnelle Einführung dank guter Vorbereitung

Die Vorbereitungs- und Planungsphase der Einführung von Jira in der Marketingabteilung begann im Juni 2021 und dauerte insgesamt circa drei Monate.

Zunächst nutzte Shopware eine selbstgehostete Jira-Instanz, wenige Monate später wurde diese dann durch die Jira Cloud ersetzt. Die Migration fiel vollständig in den Zuständigkeitsbereich der IT-Abteilung von Shopware, die Marketingabteilung war dabei nicht involviert. Darüber hinaus erfolgte auch die Konfiguration der Boards, Issue Types und Custom Fields durch die IT. Dabei wurde in mehreren iterativen Schritten das Feedback aus dem Team eingesammelt und bei der Anpassung der Custom Fields berücksichtigt.

Für die Issue Types, Epics, Storys und Tasks wurden unterschiedliche Sets an Feldern festgelegt. Dazu gehören beispielsweise Datumsfelder wie Start Date oder End Date, die wichtig für die Visualisierung auf Kampagnen-Roadmaps sind. Außerdem können Teammitglieder Tasks nun via Dropdown-Auswahlfeldern direkt einzelnen Teams zuordnen, was den Workflow erheblich verbessert. Es wurden auch spezifische Checkboxen eingeführt, um die Filterung von Tasks zu optimieren.

Darüber hinaus wurden generell die internen Prozesse neu definiert und aufgesetzt. Dadurch wurde sichergestellt, dass Aufgaben optimal organisiert und Kapazitäten bestmöglich genutzt werden. Dem Kanban-Ansatz folgend gehören dazu nun die Arbeitsphasen:

- Backlog: Unsortierte und nicht priorisierte Sammlung der anstehenden Epics, Storys und Tasks
- Initiate: Vorauswahl der anstehenden Tasks mit vorläufiger Priorisierung, in erster Linie durch den Team Lead
- Clarification: Anreicherung der Issue Types mit relevanten Informationen (Briefings, Begleitmaterialien, etc.)
- In Work: Tasks, die sich in Arbeit befinden
- In Review: Tasks, die sich im Review befinden
- Done: Erledigte Tasks

Optimierte Prozesse sorgen für hohe Zufriedenheit

Um den Erfolg des Projekts sicherzustellen, konnten sich die Mitarbeitenden in einem Schulungstermin mit Jira vertraut machen und lernten zunächst die Grundlagen der agilen Arbeitsweise, als auch Tipps und Tricks für den täglichen Umgang, um von Beginn an die Barrieren für alle Mitarbeiter zu senken. Die Namensherkunft der Lösung – eine Referenz zum japanischen Namen für Godzilla „Gjira“ – half dabei, vorhandene Skepsis abzubauen. Darüber hinaus bot Shopware anschließend regelmäßige Office-Hours an, in denen Mitarbeitende den Jira-Administratoren aus der Marketing-Abteilung Fragen stellen konnten. Ein spezifischer Slack-Channel hilft außerdem bei Ad-hoc-Fragen und bietet die Möglichkeit, Best Practices zu teilen. Bei neuen, größeren Anpassungen, z.B. zur Abbildung der unternehmensinternen Communication Roadmap wurden außerdem weitere Schulungen für die Teammitglieder durchgeführt. Im Zeitverlauf wurden die Teams befähigt team-spezifische und team-übergreifende Filter und Dashboards aufzubauen, damit diese in der Lage war, bei der Menge an Storys und Tasks den Überblick behalten konnten.

Auch diese umfangreichen Hilfestellungen sorgen dafür, dass die Mitarbeitenden sich äußerst zufrieden mit Jira zeigen. Ein Learning war aber auch, dass die Nutzung eine gewisse Disziplin erfordert – was allerdings bei allen Tools der Fall ist. Zwar stehen durch den Wechsel auf die Cloud auch einige Funktionen, wie die Abbildung projektspezifischer Prioritäten, aktuell nicht zur Verfügung. Aufgrund der höheren Transparenz, der umfassenderen Dokumentation und der besseren Strukturierung der gemeinsamen Arbeit, die sich aus der Nutzung von Jira ergeben, wollen viele Mitarbeitenden die Lösung in ihrem Alltag aber nicht mehr missen.

Überlegst du, in die Cloud zu migrieren?

[Bewerte deine Migrationsoptionen.](#)