2021

T. VAN ITERSON | J. NUIJ

De Nederlandse product owner in beeld.

EEN KWANTITATIEF ONDERZOEK

PRODUCTOWNER.NL/ONDERZOEK

DE INHOUD VAN DIT RAPPORT

01 Inleiding

02 Basisgegevens

03 Kennis en kunde

04 Arbeidsvoorwaarden

05 Stakeholders

06 Job search

07 Toelichting onderzoek

DE NEDERLANDSE PRODUCT OWNER IN BEELD

DOOR JOCHEM NUIJ & TESSA VAN ITERSON

Sinds medio 2019 spraken we binnen ons net opgerichte bedrijfje onze verbazing uit over het ontbreken van data over de product owners in Nederland. Zelfs basisgegevens zoals de omvang en samenstelling van deze groep was compleet onbekend.

Begin dit jaar besloten we resources vrij te spelen en gingen aan de slag. Doelstelling: **een begrijpelijk rapport dat de product owner en zijn/haar belangrijkste stakeholders (managers, interne klanten, etc.) inzicht geeft in hoe dit landschap er uit ziet.** Niets meer en niets minder. We hopen dat het anderen stimuleert om verdiepend onderzoek te doen op soortgelijke schaal.

Dankzij LinkedIn lukte het ons om ruim 3.000 product owners binnen korte tijd te bereiken. Het conversiepercentage van 35% en de honderden zeer positieve reacties sterkt ons in de gedachte dat dit onderzoek impact gaat maken op microniveau.

Ik nodig dan ook iedereen die dit leest uit om het rapport te delen met de mensen om je heen voor wie dit relevant zou kunnen zijn. Voor vragen maken we graag tijd.

Tot slot een dankwoord. Allereerst voor collega Tessa van Iterson die vijf maanden lang 7 dagen per week bezig is geweest met de opzet en uitvoer van dit onderzoek. Ook een dank aan The Next Lab en Scrum Academy die ons in staat hebben gesteld mooie incentives te bieden aan de PO's.

En ik wil graag de **1.081 product owners** bedanken die de moeite hebben genomen om deze enquete in te vullen en zo de gehele beroepsgroep een stapje verder te helpen.

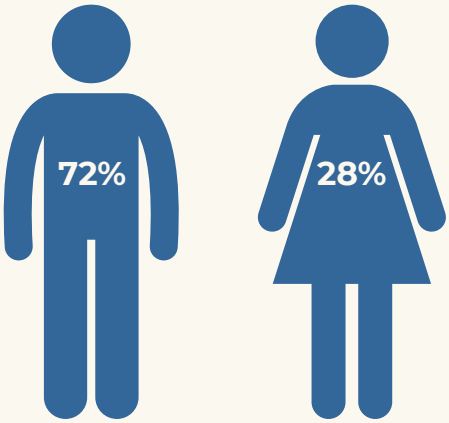
"If you want to go fast, go alone. If you want to go far, go together."

Jochem Nuij

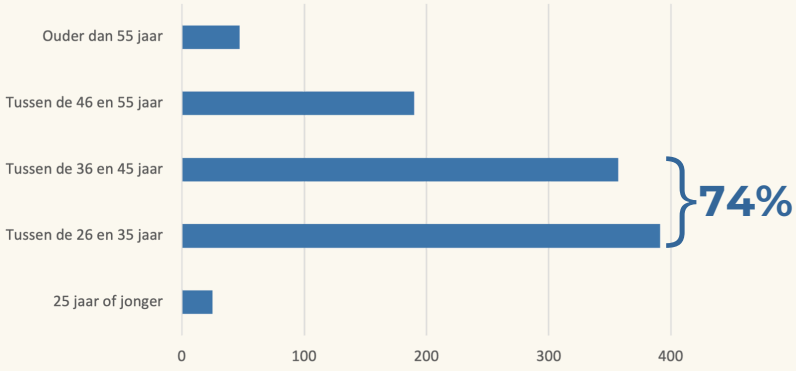
Alg. Directeur
productowner.nl

DEEL 02: BASISGEGEVENS

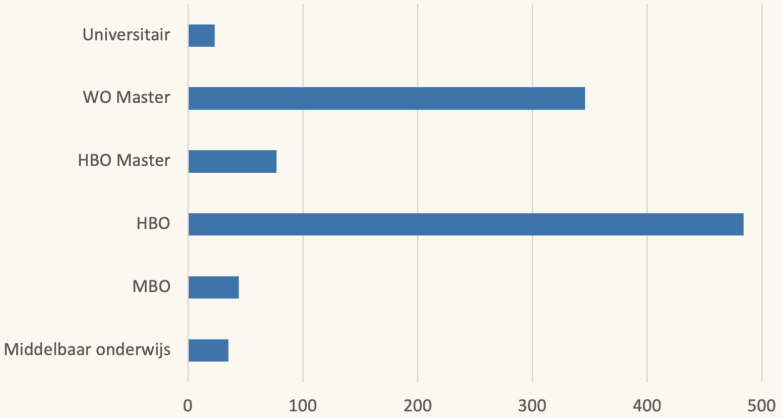
Geslacht



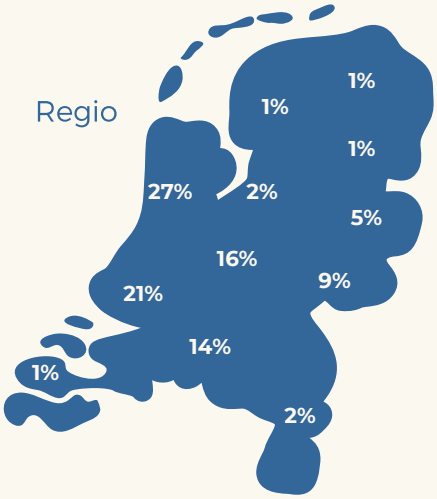
Leeftijd

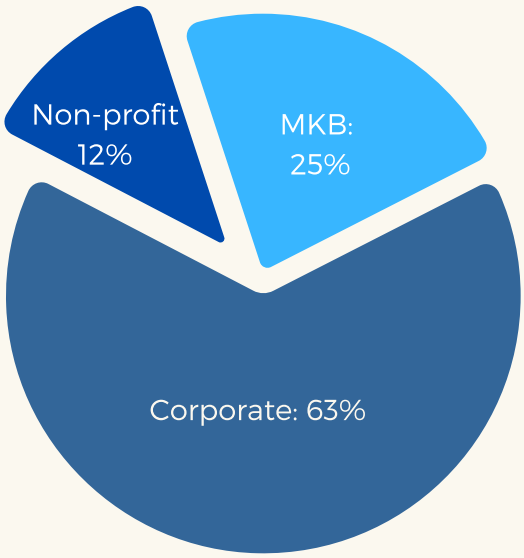


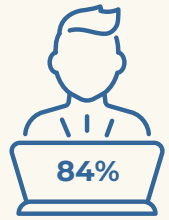
Opleidingsniveau



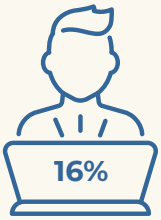
Regio







Loondienst

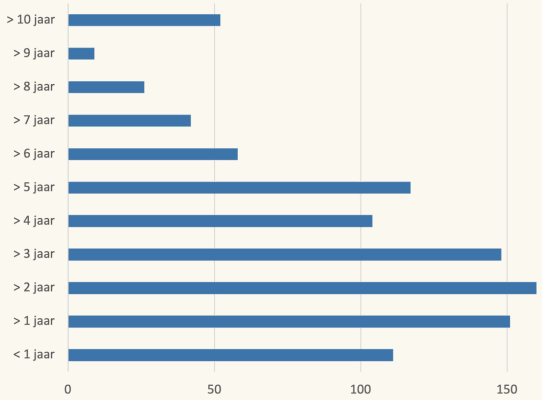


Freelance

In dit deel kijken we naar het kennisniveau, de ervaring, naar studie achtergronden en naar hoe product owners hun kennis up-to-date houden.

Ervaring

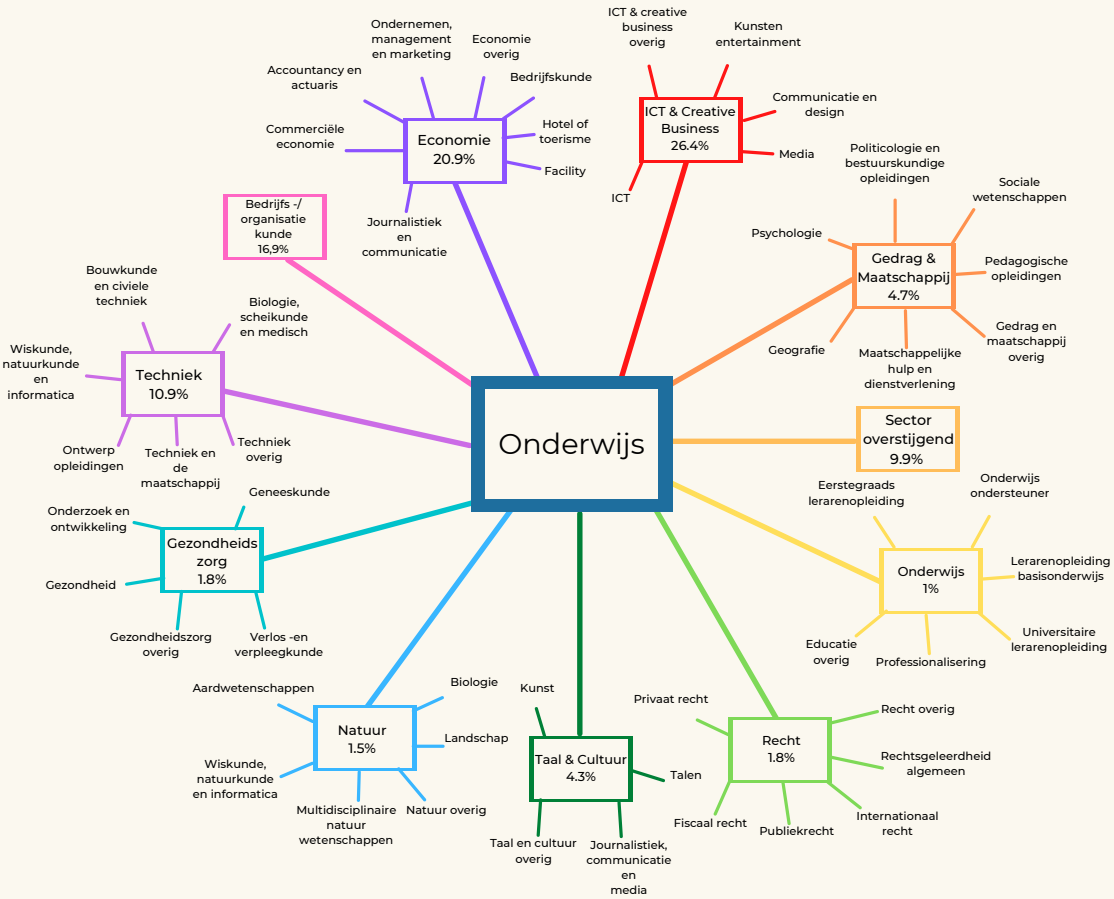
Het beroep van product owner bestaat in de theorie al ruim 20 jaar. In de praktijk is het een zeer jong beroep in Nederland. We zien dat ook terug in het aantal jaren werkervaring. **40% heeft <3 jaar ervaring**. En **2 op de 3 heeft minder dan 5 jaar ervaring**.
De oude rotten in het vak zijn schaars. Slechts 11% van de ondervraagde geeft aan langer dan 10 jaar in een dergelijke rol actief te zijn.



Studie achtergrond

We zagen op de vorige pagina dat het gros van de product owners een HBO of WO opleiding heeft als hoogst genoten opleiding. We vroegen welke studierichting ze kozen, aangezien er nog geen 'PO-school' is.

Wat ons meteen opviel, is dat 1 op de 5 (21,6%) een achtergrond heeft in bedrijfs- of organisatiekunde. Daarop volgt ICT met 14,9% en Commerciële economie met 7%. Samen met communicatie & design (6,1%) kunnen we concluderen van 50% van de product owners een achtergrond heeft in één van deze vier specifieke opleidingen.



Inhoudelijke kennis van het product

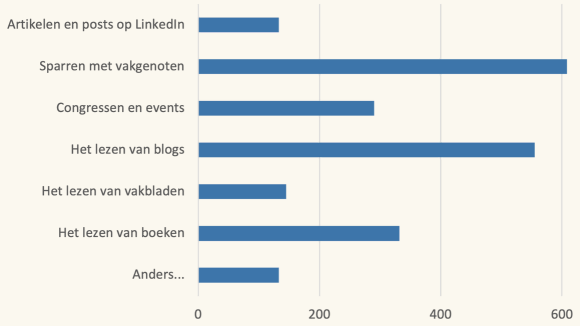
Dit is voor veel product owners belangrijk in zijn/haar rol. Maar liefst **81%** vindt dit zeer belangrijk of uitermate **belangrijk**.

Tegelijkertijd zien we dat bij de **start van het dienstverband** slechts 35% naar eigen zeggen over een dergelijke mate van kennis beschikte. Daar zit een groot gat. En ook na de start is het niet vanzelfsprekend dat de product owner een expert wordt. Bijna **40%** van de ondervraagden geeft aan **geen expert** te zijn op het domein waarin ze actief zijn.

Dit verraste ons niet. We weten uit ervaring dat het voor veel organisaties een relatief nieuwe rol is en de aanhoudende schaarste naar ervaren product owners dwingt werkgevers om mensen aan te nemen die in de rol gaan groeien. Wat ons betreft dus heel logisch in deze arbeidsmarkt. En in nog bredere zin past het bij onze bedrijfsfilosofie dat visie op het product slechts één van de vier pijlers is richting een succesvolle product owner.

Up-to-date

We vroegen product owners hoe ze hun kennis kennis up-to-date houden, waarbij meerdere antwoorden mogelijk waren. Tegen de verwachtingen in zijn podcasts (populair in het huidige media landschap) en stakeholders (de mensen om hun heen) bij elkaar <1% van de antwoorden. Wat de resultaten verder laten zien is dat product owners in Nederland hun kennis voornamelijk halen uit het sparren met andere product owners en het lezen van online content (blogs en Linkedin).



Deze antwoorden vertonen veel consistentie met de vraag die we stelden wat een eventuele 'PO community' zou op moeten lossen. **Zo zou 54% van de product owners onderdeel willen zijn van een georganiseerde community**, waarbij 82% van hen vindt dat de community het contact tussen product owners moet faciliteren. Dat contact zou er dan voor moeten zorgen dat **product owners kennis, ervaringen en uitdagingen met elkaar kunnen delen.**

Certificaat

Uit de 'Productowner.nl Markt Monitor' bleek in het vierde kwartaal van 2020 al dat slechts in ongeveer **10% van de vacatures werd gevraagd om een certificaat**. Desalniettemin waren we zeer benieuwd over wat de stand van zaken is op dit onderdeel. Daaruit blijkt dat **72% van de product owners één of meerdere relevante certificaten heeft.** De meest gekozen antwoorden waren PSPO I (30%) en een algemeen SCRUM/Agile certificaat (16%). SAFe PO en PSPO II maken de top 5 compleet met resp. 7% en 6%.

21st century skills

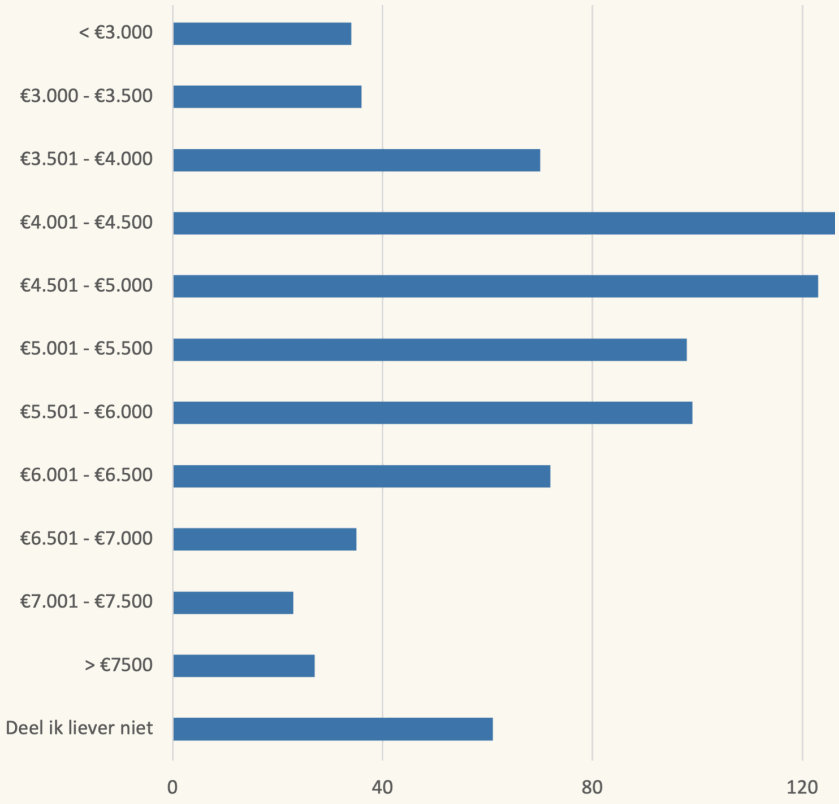
Tot slot vroegen we de product owners welke van de 21st century skills ze het belangrijkst vinden. Deze lijst van 13 vaardigheden wordt door een breed gamma van internationale organisaties (die samenwerken via de organisatie 'P21') gezien als dé lijst van persoonlijke en academische vaardigheden om in het werkveld van de 21e eeuw succesvol te kunnen zijn. Ook stelde P21 een kernlijst samen die ze 'the 4C's' noemde. Deze 4 skills (**Communicate, Collaboration, Critical thinking, Creativity**) kwamen terug in de top 5, aangevuld met het vermogen om problemen op te lossen.
De onderstaande top 5 was goed voor 85% van de stemmen:

1) Communiceren
2) Samenwerken
3) Problemen oplossen
4) Kritisch denken
5) Creatief denken

Arbeidsvoorwaarden gaan om meer dan geld. In dit onderdeel keken we uiteraard ook naar salaris, maar we vroegen en kregen inzicht in factoren die in onze ogen onderdeel zijn van het totale pakket.

Salaris.

We vroegen de 800+ product owners in loondienst naar hun bruto salaris o.b.v. 40 uur. Daaruit kwam onderstaande tabel, die een goed beeld geeft van de salaris stand. Verder deden we een aantal vergelijkingen en berekeningen. **Gemiddeld verdient een productowner ongeveer €5.000 euro per maand.**



In de salarisrange tot 5K zijn de vrouwen in dit onderzoek iets oververtegenwoordigd. Dit is na correctie naar fulltime inzet over het gehele bestand. In de salaris ranges daarboven zijn de mannen oververtegenwoordigd.

Het gemiddelde salaris verschilt verder per sector: corporate €5.130, non-profit €5.049 en MKB €4.728.

Ook keken we naar de **bonus**, omdat we benieuwd zijn of product owners hier geprikkeld door worden. Zo blijkt dat 22% van de vrouwen een bonus kan verdienen tegenover 28% van de mannen.

Freelancers

Er deden ongeveer 200 freelancers mee aan dit onderzoek en we vroegen hen naar hun gemiddelde uurtarief van de afgelopen 12 maanden. **Het gemiddelde uurtarief laf op 88 euro**. Daarbij zien we ook dat 62% van de freelance product owners de afgelopen 12 maanden een tarief hanteerde tussen de 81 en 100 euro. Gezien de schaarste die nu weer aan het ontstaan is, verwachten wij dat dit tarief de komende 12 maanden eerder gaat stijgen dan dalen.

In de laagste schalen zijn vrouwen iets oververtegenwoordigd, Per saldo is de man/vrouw verdeling redelijk in lijn met het overall beeld: 25% van de freelancers is vrouw ten opzichte van 30% van de loondienst PO's.

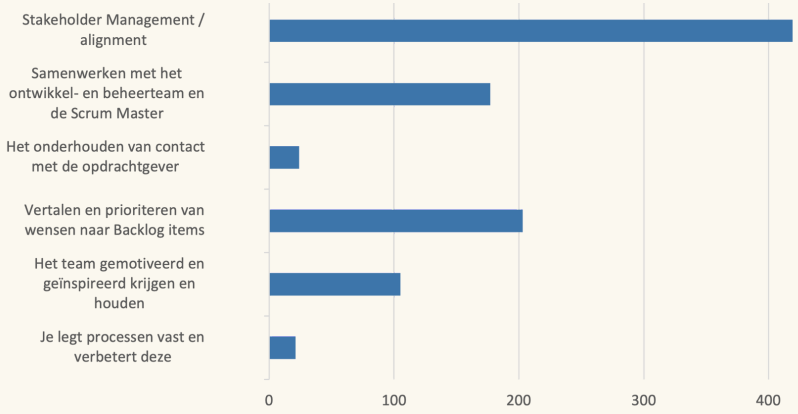
Binnen non-profit is 1 op de 4 PO's een freelancer. In het MKB is dat slechts 9%. Met 15% zit de corporate sector daar redelijk middenin en ook het dichts bij het gemiddelde van 16%.

Werktijden

27% van de product owners werkt naar eigen zeggen meer dan 40 uur per week. Slechts 13% van de product owners werkt 32 uur of minder. Het CBS hanteert de norm van 35 uur of meer om als voltijd baan te kwalificeren. in 2020 was dat in heel Nederland 50%. Ons onderzoek hanteerde de categorie 33-36 uur. Die categorie meetellend werken product owners bovengemiddeld vaak in een voltijd baan.

Zonder stakeholders geen functie, product of bedrijf. Wat we eerder in dit rapport al terugzagen was dat stakeholders slechts voor een handvol product owners een kanaal is om kennis up-to-date te houden. Ook zagen we dat communiceren en samenwerken door product owners worden gezien als de twee belangrijkste skills voor de toekomst. Tot slot kunnen we straks in hoofdstuk 06 lezen dat het netwerk van de product owner een belangrijke stakeholder is, aangezien het in bijna 1 op de 4 gevallen de 'linking pin' is geweest tussen de product owner en haar baan. In dit deel keken we vanuit een aantal andere invalshoeken naar - het containerbegrip - stakeholder management.

Het belang van stakeholder management



We gaven de product owners een lijst met de meest voorkomende verantwoordelijkheden die we terugzien in vacatures op Linkedin (waar een product owner wordt gevraagd). We vroegen hen om de voor hen belangrijkste verantwoordelijkheid te kiezen. Het antwoord was helder: **44% ziet stakeholder management als belangrijkste taak.**

Nog eens 31% koos voor een andere verantwoordelijkheid waarbij de samenwerking met opdrachtgever of het scrum team centraal stond. De resterende 25% koos voor de 'hardere' kant van het takenpakket.

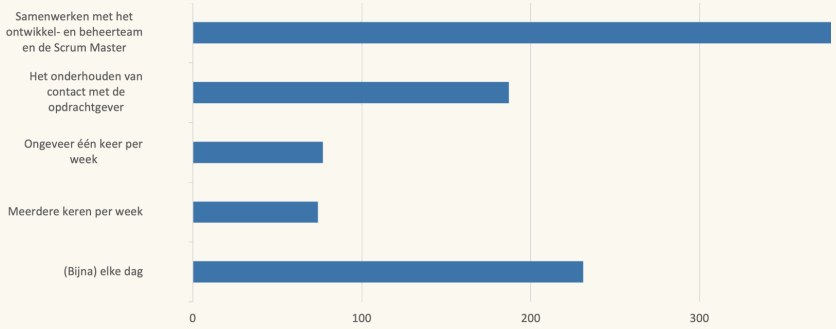
Hierarchie

We vroegen de product owners aan wie zij rapporteren aan de hand van een multiple choice i.c.m. de optie 'anders' waar zij nog iets toe konden toevoegen. Het gros rapporteert aan één persoon en het aantal functietitels overstijgt de 100. Desalniettemin zagen we een heel duidelijk patroon:

36% Rapporteert aan de eindverantwoordelijke voor het **product.**
25% Rapporteert aan de **CEO/DGA.**
12% Rapporteert aan de hoogste in rang op het gebied van **IT/digital.**
8% Rapporteert aan de **commerciële** man/vrouw (bijna uitsluitend e-com PO's).
19% Rapporteert aan iemand in een **andere rol.**

Scrum master

Geen scrum zonder scrum master, toch? Door onze eigen ervaringen, waarbij lang niet altijd een scrum master voorhanden is, besloten we te vragen hoe vaak de product owners samenwerken met een scrum master. 60% werkt 2 of meer keer per week samen met een scrum master. Het is opvallend dat product owners tot 35 jaar relatief vaak zonder scrum master werken.



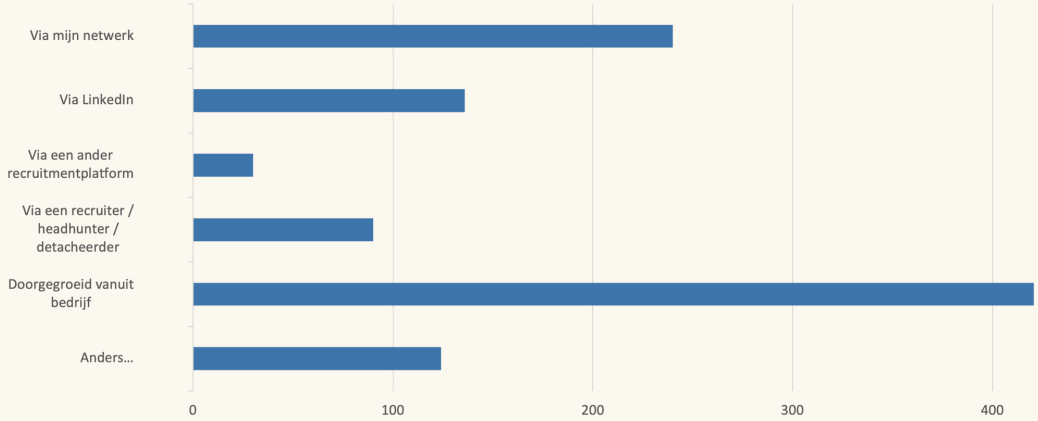
Het is gissen naar de oorzaak en we kunnen dan ook niet stellen dat het komt door organisatorische redenen of dat het met werkproces of filosofie te maken heeft. Wat ook opvalt, is dat over de hele breedte 1 op de 4 product owners nooit met een scrum master werkt.
We hebben niet gevraagd wie die rol dan wél pakt. Wat we op basis van onze eigen ervaringen kunnen stellen is dat de rol dan vaak wordt opgeknipt en verdeeld over de product owner en één of meerdere developers.

Voertaal
Nearshoring - het uitbesteden van (een deel van) de ontwikkelactiviteiten naar het buitenland - is al sinds jaar en dag een gegeven en lijkt nog steeds aan populariteit te winnen naarmate de vraag naar developers steeds schever trekt ten opzichte van de capaciteit in Nederland. We vroegen ons af hoeveel product owners ondertussen in het Engels communiceren. Slechts **35%** van hen **communiceert** op het werk nog **volledig in het Nederlands**. De rest moet richting developers of andere stakeholders (gedeeltelijk) in het Engels communiceren. Goede beheersing van de Engelse taal is dus ook voor de product owner een must.

Locatie
in het kader van de Covid-19 pandemie vroegen we product owners of ze nog veel naar kantoor gingen. slechts 1 op de 6 product owners zag het fysieke kantoor nog steeds als de meest voorkomende werkplek.

DEEL 06: JOB SEARCH

Van het overschot aan product owners dat ontstond door Covid-19 is niets meer over. Er is op dit moment (juni 2021) een tekort aan product owners om het aantal openstaande vacatures in te vullen. Om te ontdekken of daar verschillen in zitten, hebben we ons beperkt tot één vraag: **Hoe ben je aan je baan gekomen?** In de tabel hier links hebben we de antwoorden van alle product owners die aan een digitaal product werken. Over de hele breedte zit er veel consistentie en zien we weinig grote pieken in negatieve of positieve zin. Wat meteen duidelijk wordt, is dat 46% van de product owners is doorgegroeid vanuit een andere functie in het bedrijf. Ruim 24% vond zijn of haar baan via het eigen netwerk. Dat betekent dat - de categorie 'anders' uitgesloten - slechts **3 op de 10 product owners wordt geworven via recruitment kanalen zoals Linkedin of via detacheringsbureaus**.



Ook splitsten we de cijfers hier links uit op het niveau van sector. Het laat een gelijk beeld zien over de groepen en dus is **de tabel links van toepassing op corporates, het MKB en de non-profit sector**.

DEEL 07: TOELICHTING

DEEL 07: TOELICHTING ONDERZOEK

Aanleiding: Het ontbreken van enige vorm van kwantitatieve data over de product owners in Nederland.

Representativiteit: Er zijn 5 miljoen Nederlandse Linkedin gebruikers en we doen de aanname dat het grootste gedeelte van de product owners op dit platform een profiel heeft. Volgens Linkedin Sales Navigator zijn er 11.000 product owners in Nederland. Het bekijken van een selectie van deze profielen leerde ons dat ook traditionele 'product managers' en 'owners' (eigenaren van een bedrijf) soms terugkwamen in deze lijst. We zijn in het bepalen van de doelgroep uitgegaan van 7.000 product owners en daarmee zou de steekproef uitkomen op 365.
Echter, door te mikken op een groot rond getal – in ons geval 1.000 – dachten wij dat het onderzoek meer tractie zou genereren bij onze stakeholders vooraf, tijdens en na het doen van dit onderzoek. Deze grens bereikten we binnen drie weken en binnen door onszelf gestelde deadline.

Opzet vragenlijst: Al vanaf het begin van dit traject zaten we in een tweespalt. Door de honger naar kennis kwamen we binnen no-time tot een lange vragenlijst. Tegelijkertijd wilden we een zo hoog mogelijke conversie op het compleet afronden van de enquête. We hebben allemaal op school geleerd dat een kortere vragenlijst meer kans heeft om mensen zo ver te krijgen alle vragen te beantwoorden.
Door terug te gaan naar onze doelstelling – inzicht geven in basisgegevens over de beroepsgroep in Nederland – vonden we uiteindelijk een balans. De vragenlijst is gecheckt met een Alpha test groep (5 personen) en een Beta test groep (12 mensen) en telkens is de lijst aangescherpt.

Wervingsmethodieken: De werknemers van Productowner.nl beschikken samen over 4.000 eerstegraads connecties met de titel 'product owner'. Via persoonlijke berichten hebben we mensen uitgenodigd. Tweemaal hebben we via de Productowner.nl bedrijfspagina op Linkedin een oproep geplaatst. Ook was het onderzoek beschikbaar via de homepagina van onze website.

Respons: Er zijn iets meer dan 3.000 persoonlijke berichten verstuurd via Linkedin, waarbij we dus op profiel niveau de check hebben gemaakt of de persoon volgens zijn/haar functietitel de rol van product owner vervult. De uiteindelijke conversie ligt rond de 35%, wat erg hoog is volgens de door ons bestudeerde onderzoeksliteratuur.

Kwaliteit: Door een afstudeerder te betrekken bij dit onderzoek kregen we support van twee docenten van de betreffende opleiding, Dit sterkt ons in de gedachte dat het onderzoek goed is opgezet en uitgevoerd. Verder is bij elke berekening het 4 ogen principe toegevoegd.

Tot slot: We zijn blij met het feit dat er een onderzoeksrapport ligt wat we vanwege de grote groep respondenten kunnen zien als feitelijke graadmeter voor de hele groep product owners in Nederland. Tegelijkertijd beseffen we ons dat er nog tientallen andere vragen gesteld konden worden. We nodigen een ieder van jullie uit om vervolgonderzoek te doen. Zoals de fameuze Plato ooit zou hebben gezegd: Het begin is het belangrijkste onderdeel van het werk. En we zijn trots dat het begin er nu is.

All the best, Jochem Nuij & Tessa van Iterson