



# Ways to scale

Warum Product Owner alleine nicht genug sind

Steffanie Kambach



# ABOUT ME

eventim 

emetriq Deutsche Telekom Gruppe 

otto group

BOD<sup>TM</sup>  
Books on Demand

- Head of Product @ Eventim
- Gestartet im Digitalbereich vor 20 Jahren im Online Marketing/ Market Research
- 18 Jahre Leadership von klein bis etwas größer
- Seit 15 Jahren Product B2B/B2C
- Fokus auf Growth Hacking, UX, Marktplätze



# ABOUT EVENTIM

## ● Europe's #1 Ticket provider

- 250+ million ticket transactions per year (2019)
- 800,000+ events/year (2019)
- Revenue 2019: €1.443m
- More than 3,000 highly motivated employees

## One platform for 23 countries and 3.000 partner shops

- Completely self developed
- Exclusive ticketing partner of the Olympic Games 2006, 2014, 2016 and 2024
- WEB, APP plus secondary market in nearly each country

## High traffic volume of 9 Mio user per month in DE

- Strongly fluctuating business volume, high-load scenarios in peaks
- 1.500 orders per second in peaks

## Complete value chain

- 44 festival (e.g. Rock am Ring, Rock im Park, Southside)
- 6 venues (e.g. Waldbühne, Apollo, Tempodrome)
- <35 promoter (e.g. FKP scorpio, Semmel)





Motivation  
des Teams

Retros

Teamfeed-  
backs

Transfer der  
Vision in die  
Teams  
 („WHY“)

...

Opti-  
mierungs-  
potentiale

Domain  
Ownership

Produkt-  
gesundheit,  
Refactorin

Backlog /  
Sprint  
Planung

Inter-  
nationale  
Rollouts

Planung

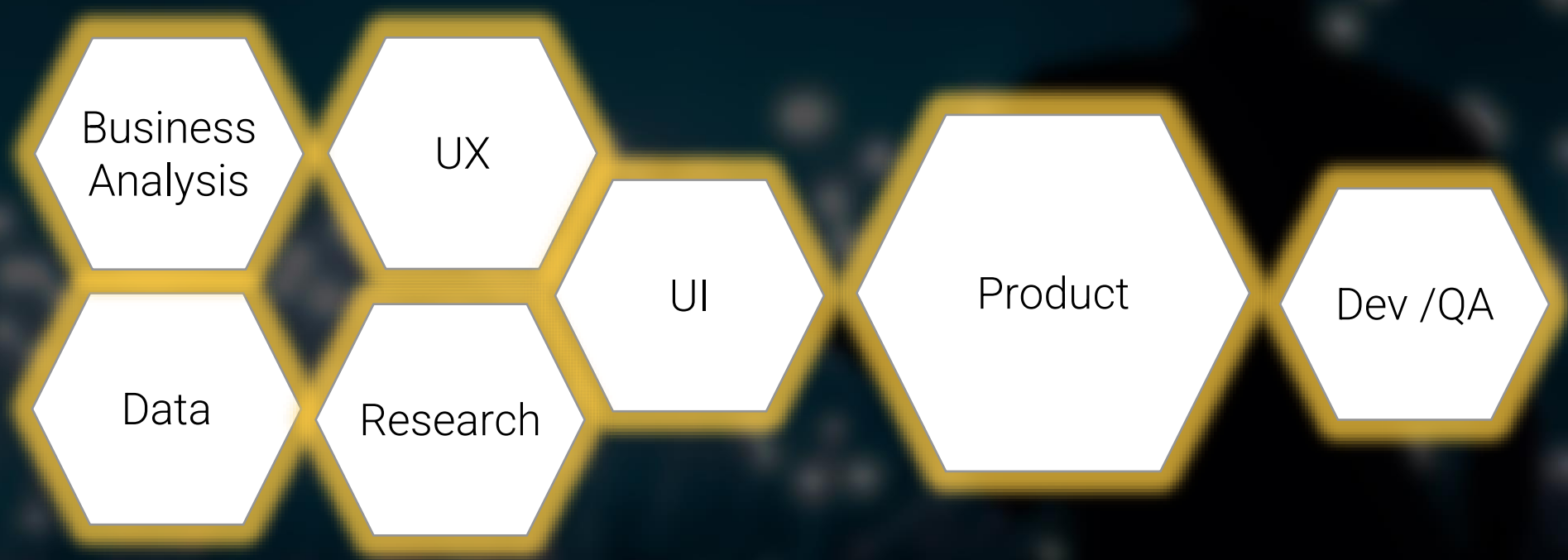
Go-to-  
market

Roadmap /  
Release  
Planung

...

Stake-  
holder  
manage-  
ment







### Inspire & Connect

The user connects with Eventim and join relevant communication



### Discover

The user is searching, browsing and comparing suitable options



### Inspire & Consult

The user receives relevant content, products & services to expand the user's lifetime value



### Collaborate

The user interacts with the platform and/or other users to make cooperative decisions



### Buy

The user passes the checkout process from add-to-basket until order confirmation



### Count Down

The user bought the ticket and is waiting for the event



### Enjoy

The user joins the event and use our products and services at the venue



### Loyalty

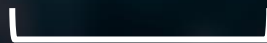
The user receives retention products and services



Team Discovery



Team Search & Team Recommendations



Team Selection



2 Teams Checkout



Team Customer Communication & Team Resale



WHO?



Business  
Product Management



Product  
Management



Product  
Design



CRO  
Service Unit

WHAT?

- Business responsibility for products/ features
- High-Level-Prioritization
- Success Control

- Functional conception
- Holistic management of the development / execution
- Strategic domain planning

- Visualization/ Look&Feel
- Conception of graphic and interactive experiences onsite

- AB-/MVT-Testing
- UX-Research

HOW?

- Business Cases
- Qualitative und quantitative testing, UX research
- Funnel-/User analytics
- Market-/trend analysis

- Roadmaps
- Requirements Engineering
- User Story Writing
- Planning, Refinements, Estimations, Reviews

- User Research
- User-Centered Design
- Prototyping
- Wireframes, Mockups

- Onsite Analytics
- Use labs / Motivation labs
- Test design, -development and -evaluation



Starting point:  
 1 Meta-PO +  
 PO Co-workers +  
 (Freelance) Designer +  
 Business Analyst



# Biggest challenges

## Empowerment Product Owner

- Proactive Ownership
- Being able to say no

## Cross Domain Integration

- Synchronization of all domains
- Prioritization with all dependencies

## CRO mindset along user funnel

- Continuously optimization
- Validation on user *before* development

# Greatest Learnings

## The own “dance space”

- Domains as independent as possible
- Clear finetuned role descriptions (update each 1-2 years)
- Definition of handover points
- Let the teams define their own handover processes

## Syncing rituals

- Common planning rituals
  - Metaplanning
  - UX Council
  - Product Board
  - Architecture Board

## Joint north star

- Common Product Vision with shared Domain Visions
- Bottom-up annual goals with quarterly reviews

# Verantwortungsbereich Product Owner



## Verantwortung

Der PO trägt die **fachliche/inhaltliche Verantwortung** für seine Domäne und deren Erfolg. Dafür kennt und versteht er die Needs/Pains (Kunden, Stakeholder) und trägt sie ins Produktteam, um die **technische Umsetzung** so zu steuern, dass der **Business Value** maximiert wird.



## Handlungsfelder

- **Domänen-Vision:** Gemeinsam mit dem BPO erarbeitet, verantwortet und repräsentiert er die Vision für seine Domäne und entwickelt diese fachlich weiter
- **Domänen-Knowhow:** Er kennt State-of-the-art und Trends innerhalb seiner Domäne – durch Analyse von Wettbewerbern u.a. eCom Big Playern
- **Konzeption:** Er konzipiert und plant hochwertige Lösungen zur Erreichung der vom BPO definierten Business-Ziele unter gegebenen Rahmenbedingungen (wie verfügbare Zeit/effizienter Ressourceneinsatz, technische Machbarkeit etc.)
- **Backlog:** Er erarbeitet, analysiert und priorisiert Requirements nach Business Value (auf User Story-Ebene) vom MVP bis zum vollausgereiften Produkt innerhalb seines Backlogs und erarbeitet Aufwandsbewertungen gemeinsam mit dem Team
- **Umsetzung:** Als Teil des Scrum-Teams steuert er fachlich, lateral die Entwicklung
- **Stakeholder-Management:** Er repräsentiert seine Domäne aus fachlicher Sicht ggü. Stakeholdern, Landesgesellschaften und am Markt
- **Holistik:** Er hat einen ganzheitlichen Blick auf das Produkt und die fachlichen Anforderungen, inkl. Visualisierung, UX-Optimierung, Tracking, Reporting etc..
- **Qualität:** Gemeinsam mit dem Produktteam ist er für die Qualität und Nutzerfreundlichkeit der entwickelten Features/Artefakte verantwortlich
- **KPI-Steuerung:** Er verfolgt die mit dem BPO abgestimmten KPI's für die Erfolgsmessung der Domänenstrategie



## Mindset

- **Schnittstelle und Kommunikator,** kommuniziert Stand, Probleme, Engpässe, Erfolge nach innen und außen
- **Methodensicher,** er wendet aktuelle/ angemessene Techniken an, um von Ideen zu Produkten zu kommen
- **Lösungsorientiert** mit Fokus auf Umsetzbarkeit und Userfreundlichkeit
- **Customer/Shop Experience** im Mittelpunkt seines Tuns
- **Begeisterung für und Kenntnis seiner Domäne** in aller Tiefe (Zahlen, Daten, Fakten) und aller Schnittstellen/ Abhängigkeiten, daher Wissensträger und proaktiver Wissensvermittler
- Handelt **Data-driven** und mit **Businessfokus**
- Fördert **Innovation** in seiner Domäne
- **Agile Leadership** als Basis für laterale Führung

# Verantwortlichkeiten PO/BPO (1/2)



# Verantwortlichkeiten PO/BPO (2/2)

BPO

PO





**WE'RE**



**HIRING**





# Let's connect



Steffanie Kambach



[linkedin.com/in/skambach](https://www.linkedin.com/in/skambach)



[productzoom.io](https://productzoom.io)

