



Business Design

Lucas Cranach

BUSINESS MODEL

Orange Hills™ GmbH | www.orangehills.de | Follow us on Twitter: @orangehills_gmh



Team **Cranach I + II**

Iteration **1 2 3**

Date

Use the "Hypotheses & Experiments" canvas to challenge your business model by revisiting critical assumptions and defining simple ways to test them.

Target groups

Who are our sales targets and who will be using our offerings?



Customers

Museen
Kunstorganisationen
Sponsoren
Kunstmuseum Düsseldorf

DNA

Brand & messages

How do we want our brand to be perceived and what is our story to tell the offerings?



große Informationsmenge kann strukturiert + individuell anpassbar verfügbar gemacht werden
historischer Kontext hat Einfluss auf Bilder

Attraktivität durch Digitalisierung + neue Technologien
Attraktivität für breite Masse

Offerings

What bundle of products, services and software do we offer to our customers and users?



Virtual Visit
Bilder mit verschiedenen Detailaufnahmen
Infos pinnen, merken, eigenen Zeitstrahl anlegen
allgemeiner Zeitstrahl mit Notizen + Informationen

Verknüpfung mit historischem Kontext aus weitergehenden Quellen

Verknüpfung von Bildern und Archivalien

Informationen über Cranach (biographisch)

Navigation anhand eines Zeitstrahls

AR Museumsbesuch

Museumsbesuch mit QR Code an Bildern

Resources

What (internal) key resources do we need to create and deliver the offerings?



evtl. Experiment mit Experteninterview (welche Infos sind wichtig)
Infos von Museen, Data Components, DBs, APIs, Infos zu Drittquellen

Partners

Who are our (external) key partners to create and deliver the offerings?



Delivery
Datenbank bzw. API
Kunstmuseum Düsseldorf
TH Köln
evtl. andere Museen

Start here

Primary

What is our primary customer segment that unlocks the most value in our business and is easily accessible?

historischen Kontext zu Bildern erhalten

...and what is our primary user segment?

Kunst- und Geschichte Interessierte/Experten

Job(s) to get done

What job(s) are our primary customer and user segment trying to get done?

+ functional
+ emotional

Bilder anschauen

Informationen zu Bildern erhalten

Rückschlüsse auf Bilder und historische Fakten ziehen

Pains

Geld und Entfernung
notwendige Informationen sind weit verteilt

keine Individualisierbarkeit, Zeitaufwand

Sprachbarriere, Barrierefreiheit

Gains

Bequemlichkeit, Barrierefreiheit, neue/mehr Besucher, Übersetzungen, Marketing, einfachere Verbreitung, Näherbringung an Interessierte

CRANACH 2 GO

Channels

Through which channels do our customers and users want to be reached?



Users: Web
vor Ort: Customer
evtl. Social Media

Customers: Gespräch

Core value

What value do customers and users get back after experiencing our offerings to get their job(s) done?

bequemer Zugriff auf gesammelte Informationen

historische Einordnung anhand eines Zeitstrahls

Verknüpfung zusammengehöriger Informationen

bequem + individualisierbar

Relationships

What kinds of relationships do our customers and users expect?



anonym
für Individualisierbarkeit/Speicherung: Kontoerstellung + Anmeldung etc.

Use the "Lean Offerings" canvas and start designing your first products and services to fit the market and excite customers and users.

Channels

Through which channels do our partners want to be reached?



Gespräch, Telefon, Mail, etc.

Processes

What (internal) key processes do we need to create and deliver the offerings?



Unfair advantage

What do we do better than our competitors to create the value, which is hard to copy?

Datenbasis voraussichtlich bereits vorhanden

(Bilder, Informationen, Schriftstücke, Archivalien)

Profit formula

Pattern

How, when and how often do we charge our customers?



gar nicht

Revenue streams & pricing

What are our revenue streams and how much do our customers pay (per unit)?



kostenlos

Costs

What are the most important costs of creating and delivering the offerings?



Investments

How much money do we need to spend before we earn?



Use the "Financial Sanity Check" canvas to crunch the numbers and estimate future profits.

Job(s) to get done

- Bilder anschauen
- Informationen zu Bildern erhalten
- Rückschlüsse ziehen

Core Value

- Bequemer Zugriff auf gesammelte Informationen
- Historische Einordnung anhand eines Zeitstrahls
- Verknüpfung zusammengehöriger Informationen
- Individualisierbarkeit

Unfair advantage

- Große bereits vorhandene Datenbasis
 - Bilder
 - Schriftstücke
 - Archivalien

Landing Page

<https://benpag.github.io/cranach/>

Experiment 1

- Experteninterview mit Prof. Dr. Gunnar Heydenreich (Restaurator und Kunsthistoriker)
- Fragen zur Anwendung, einzelnen Funktionen, relevanten Daten und Stakeholdern

Experiment 1 Ergebnisse

- Fokus auf wichtige Informationen legen
- Zeitstrahl mit wichtigen Daten als erste Ebene
- Rückschlüsse ziehen aufgrund der Anwendung soll nicht angestrebt werden
- Klärung von relevanten historischen Daten und Personen
- VR / AR vorerst nicht relevant

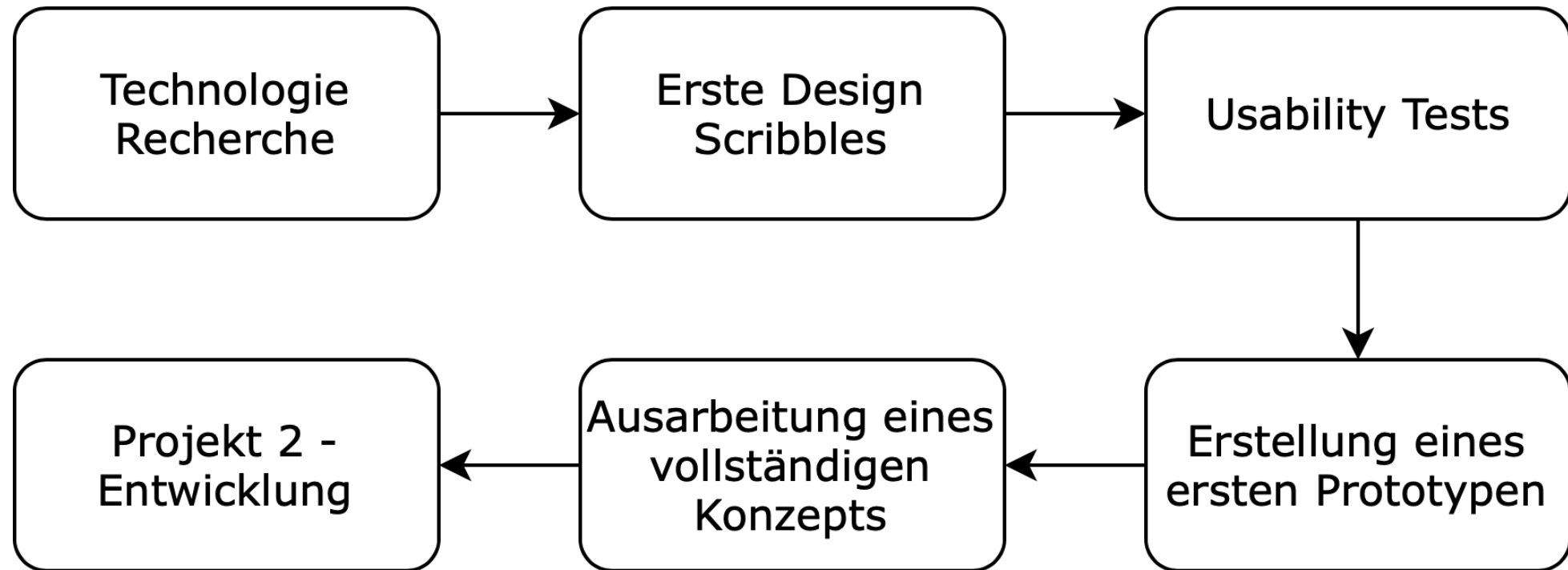
Experiment 2

- Interview mit Alexander Dobrynin (Wissenschaftlicher Mitarbeiter an der TH Köln)
- Fragen zum Anwendungskontext, einzelnen Funktionen und relevanten Daten

Experiment 2 Ergebnisse

- Technische Möglichkeiten für die Umsetzung
- Hauptsächlich PC und Tablet als Endgeräte
- Visualisierungsmöglichkeiten für einen Zeitstrahl
- Zugänglichkeit für Kunstinteressierte, die kein weitergehendes Expertenverständnis haben

Ausblick



Anhang

HYPOTHESES & EXPERIMENTS

Orange Hills™ GmbH | www.orangehills.de | Follow us on Twitter: @orangehillsnbg

Team

Iteration

1

2

3

Date

Analogs

What things are new to us but we can learn from others because they have proven that it just works?

✓

Target group(s)

Brands & messages

Channels

Relationships

Offerings

Resources

Processes

Partner channels

Partners

Profit formula

Business DNA

Social Media Anbindung (channel für users)
s. HdG Instagram
to find analogs and antilogs

Amazon Kundenkommunikation

Geschichtsbuch (zeitliche Struktur)

LeMO (Zeitstrahl Darstellung)

Virtual Reality Spiele (für Virtual Visit)

Wikipedia Datensammlung und -verknüpfung

Heise Online (Text to Speech von Artikeln)

Suchoptionen / Funktionen

Museum / Ausstellung (Vorlage für Virtual Visit)

IBM Watson (automatische Verknüpfung von Daten und Quellen)

Imelp (Verknüpfung / Organisation von Archivalien)

VR Museum (allgemeine Umsetzung)

Make sure your analogs are reliable sources to learn from others. In many cases, analogs eventually turn out to be somehow different to your business when you look under the hood.

Antilogs

What things are new to us, new to the market, and we can't learn from anyone?

?

Generierung von Tags aus der Kurzbeschreibung (Machine Learning)

Verknüpfung der Quellen / Daten / des historischen Kontextes

Darstellung

Which antilogs are both very important and uncertain?

generelle Strukturierung

Navigation, aber auch Architekturstruktur

wie kann eine lose Kopplung erreicht werden?

Test focus

evtl. Formatierung der DB / API

Reconsider if the prioritized antilogs in the test focus reflect the main uncertainties from a project sponsor's perspective.

nach welchen Kriterien wird der historische Kontext gewählt?

Verwaltung der Daten (Performance)

mobiler Kontext: Datenvolumen, Ressourcenverwaltung, Akkuverbrauch etc.

Abstraktionsmöglichkeiten?

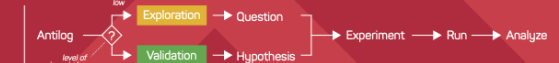
Profit?

Importance

Uncertainties

Research design

Note: Translate the antilogs in the test focus into either an exploration or validation depending on your today's level of knowledge. Define an appropriate experiment to collect data in the most efficient way.



Questions / hypotheses

Exploration	Validation
What questions / hypotheses grow out of relevant antilogs in our test focus? Question "We don't know..." Hypothesis "We believe..."	
Wie kann eine Verknüpfung von Quellen / Daten / historischem Kontext umgesetzt werden? Wie viele externe Schnittstellen müssen angesprochen werden?	
Wie können die Daten übersichtlich und benutzerorientiert dargestellt und strukturiert werden?	
Gibt es Bedarf an einer VR Umsetzung bzw. Bedarf an allgemeiner Abstraktion? Was brauchen Nutzer? Welche Möglichkeiten haben sie? Welche Daten sind wichtig?	
Ist eine automatische Generierung von Tags anhand der vorhandenen Daten möglich? (Vorstufe der 1. Frage)	
Welche technischen Rahmenbedingungen eignen sich am besten für die Anwendung? Wir glauben, dass unsere Anwendung die Daten schnell zur Verfügung stellen wird.	

Experiments

Method	Prototype / Lean Offerings	Threshold
How do we collect relevant data and insights? Method "We explore this by..." "We validate this by..."	Prototype / Lean Offerings "...and build..." "...build..."	Threshold "...and are convinced, if..."
Method Proof of Concept Recherche	ja	
Method Papier-Prototypen und dazugehörige Interviews	nein	
Method Interview / Umfrage	nein	
Method Proof of Concept	ja	
Method	Prototype / Lean Offerings	Threshold
Use the "Lean Offerings" canvas to start designing your first products and services to test hypotheses that can't be tested upfront.		

LEAN OFFERINGS

Orange Hills™ GmbH | www.orangehills.de | Follow us on Twitter: @orangehillsgmbh



Team

Iteration 1 2 3

Date

Use the "Action Plan" canvas to define and assign tasks to implement your lean offerings in short cycles.



Hypotheses

Validation

What hypotheses can only be tested by building and launching lean offerings?

Wie kann eine Verknüpfung von Quellen / Daten / historischem Kontext umgesetzt werden?

Wir glauben, dass unsere Anwendung die Daten schnell zur Verfügung stellen wird.

Validation

Ist eine automatische Generierung von Tags anhand der vorhandenen Daten möglich?

Use the "Hypotheses & Experiments" canvas to identify critical hypotheses.

Validation

Wie können die Daten übersichtlich, individualisierbar und benutzerorientiert dargestellt und strukturiert werden?

Functional requirements

What user stories are technically required to get the lean offerings to work?

FR

Collect user stories (not features) by looking through the lenses of different stakeholders.

"As a..., I want to...in order to..."

Keep in mind that each user story should be independent of any other user story.

What user stories can we think of to let different stakeholders experience the DNA of our business?

FR+

What are lean offerings?
A minimal set of user stories that fulfills at least the following requirements:

- + Are your hypotheses covered?
- + Can you charge your customers?
- + Is your DNA embedded?
- + Does your mother like it?

If you ship it, learn and start

Neulandentwurf

Als Kunstliebhaber will ich über neu eingestellte Gemälde / Informationen benachrichtigt werden

Sometimes it is not easy to decide, whether a user story is "technically required" (= to get the lean offerings to work) or something "additional" that could potentially be left out in the first version.

Could have

responsive design



Go back to your business model and recall your DNA:

Job(s) to get done

Core value

Individualisierbarkeit in Bezug auf pinnen etc.

Unfair advantage

Focus of lean offerings

Strukturierte und übersichtliche Darstellung der Informationen

Als Kunstliebhaber will ich, dass die für mich relevanten Informationen (übersichtlich) dargestellt werden

genaue/were Infos erst auf Nachfrage

Must have

What is the "minimal" set of user stories relevant stakeholders expect to be implemented in order to deliver the core value of our offerings?

Bilder mit Bilderinformationen verknüpfen

Als Kunstliebhaber will ich zu jedem Bild die passenden Informationen angezeigt bekommen

Suchfunktion anhand verschiedener Kriterien

Als Schüler / Student will ich die Einträge anhand verschiedener Kriterien durchsuchen

Bilder mit historischem Kontext verknüpfen

Als Kunstliebhaber will ich zu einem Bild den historischen Kontext angezeigt bekommen

Ease of implementation

DNA fit

Stakeholders

Who will be using our lean offerings?
(use color-coding for user stories above)



Non-functional requirements

What non-functional requirements are essential to get the lean offerings to work?

nFR

einheitliche Datenbasis
Request on demand

What non-functional requirements should be embedded in our product and/or service?

nFR+



	Benjamin Pagelsdorf	Dominik Deimel	Anja Bertels	Rami Cheikh Rouhou	Sarfarozi Khakimov	Youssef Mestiri	Maher Mahouachi	Dmitrii Kuznetsov	Naze Derwisch Suleyman
Matrikelnummer	11110580	11115142	11110482	11138069	11141003	11140185	11143349	11139705	11138940
Video	8%	16%	16%	8%	10%	10%	8%	16%	8%
Business Model	16%	8%	8%	8%	8%	10%	16%	10%	16%
Hypotheses & Experiments	8%	10%	10%	8%	16%	16%	8%	8%	16%
Lean Offerings	8%	8%	10%	16%	16%	10%	16%	8%	8%
Landing Page	16%	10%	10%	16%	8%	8%	8%	16%	8%
Experiment	8%	16%	10%	8%	8%	10%	8%	16%	16%
Outlook	16%	10%	16%	8%	8%	8%	16%	8%	10%
Präsentation	10%	10%	8%	16%	16%	16%	8%	8%	8%