

Problem	Solution	Unique value proposition	Unfair advantage	Customer segments
<p>Nutzer erhalten zu Škoda- und MEB-Elektrofahrzeugen keine ausreichenden technischen Informationen.</p> <p>Herstellerkommunikation ist lückenhaft, verspätet oder unpräzise.</p> <p>Es fehlen unabhängige, realitätsnahe Tests und Erklärungen zu Software, Ladeverhalten, Reichweite und Fehlerbildern.</p> <p>Händler haben nicht genug Fachwissen, um Kunden kompetent zu beraten.</p> <p>Medien berichten zu oberflächlich, um alltagsrelevante Fragen zu beantworten.</p> <p>Community-Wissen ist verteilt, unstrukturiert und oft widersprüchlich.</p>	<p>Systematische Tests und Messfahrten mit realen Fahrzeugen.</p> <p>Prägnante Einordnung komplexer technischer Zusammenhänge.</p> <p>E-Guide und strukturierte Wissensbasis auf evspeicher.eu.</p> <p>YouTube-Inhalte mit klaren Erklärungen, Fehleranalysen und Updates.</p> <p>Community-gestützte Datensammlung.</p> <p>Kaufberatung und Konfigurationseinordnungen.</p> <p>Interviews, Hintergrundgespräche und Marktbeobachtung.</p>	<p>Ein unabhängiger, technikorientierter Zugang zu realen Informationen über Škoda- und MEB-Elektrofahrzeuge.</p> <p>Klare, präzise, nachvollziehbare Einordnung von Software, Ladeverhalten, Effizienz und Alltagsszenarien.</p> <p>Ein Wissenssystem, das Lücken in OEM-Kommunikation und Medienberichterstattung schließt und damit Entscheidungs- und Betriebssicherheit herstellt.</p>	<p>Tiefe technische Analysekompetenz.</p> <p>Frühzeitiger Zugang zu Daten und Fehlerbildern durch Community und Netzwerk.</p> <p>Nischenfokus auf Škoda/MEB ohne Interessenkonflikte mit anderen Marken.</p> <p>Aufbau eines vertrauensbasierten Wissenssystems, das über Jahre gereift ist.</p>	<p>Technische Analysten & Joyful Explorers</p> <p>Käufer und Interessenten von Škoda-Elektrofahrzeugen.</p> <p>Fahrer von Škoda- und anderen MEB-Modellen.</p> <p>Verkäufer und Autohäuser von Škoda.</p> <p>OEM-Marktbegleiter und Produktmanager anderer Hersteller.</p> <p>Branchenakteure im Lade- und Infrastrukturmarkt.</p> <p>Medien, Fachredaktionen.</p> <p>Community-Mitglieder als aktive Wissenspartner.</p> <p>Entscheider, Recruiter, B2B-Kreise.</p>
Cost structure	Revenue streams	Key metrics	Channels	Existing Alternatives
<p>Lohn und Sozialabgaben. Buchhaltung. Versicherungen.</p> <p>Ausrüstung. Reisen und Spesen. Fahrzeugkosten. Strom.</p> <p>Websitebetrieb. KI-Tools. Produktionstools.</p> <p>Testspezifische Kosten.</p> <p>Eventkosten.</p>	<p>YouTube-Werbung. Affiliate. Direkte Zuschauerunterstützung.</p> <p>Video-Sponsoring. Speaker-Honorare. Indirekte Beratungschancen.</p> <p>SEO-basierte Affiliate-Conversations.</p> <p>Produktbereitstellungen.</p> <p>Reputationsbedingter Wertfluss.</p>	<p>High Level Concept</p> <p>Ein unabhängiges, datenbasiertes Wissenssystem, das reale Nutzung, technische Analyse und klare Einordnung verbindet.</p>	<p>YouTube (DE/EN).</p> <p>evspeicher.eu (DE/EN).</p> <p>LinkedIn.</p> <p>Fachforen.</p> <p>Messenger/E-Mail.</p> <p>Organische Google-Suche. KI-Recherche.</p> <p>Informelle Gespräche mit OEM und Branchenakteuren.</p>	<p>Early adopters</p> <p>Technische Analysten</p> <p>Personen mit hoher Systemaffinität, die technische Logiken verstehen wollen, reale Daten suchen und aktiv zur Wissensbildung beitragen.</p>