

DIE ALTE SCHULE DES CAMGIRLINGS

Die Wahrheit über die Portale

*Warum die Darstellerin das größte Risiko trägt – und warum Plattformen niemals dein
einziges Standbein sein sollten*





INHALTSVERZEICHNIS

Kapitel 1 - Die Illusion der Sicherheit

Kapitel 2 - Du bist nicht der Kunde. Du bist das Produkt.

Kapitel 3 - Die Lüge mit den hohen Auszahlungsquoten

Kapitel 4 - Warum Loyalität in dieser Branche oft nur in eine Richtung existiert

Kapitel 5 - Die gefährlichste Zahl der Branche: 100%

Kapitel 6 - Niemand wird dein Geschäft so ernst nehmen wie du selbst

Kapitel 7 - Der Tag, an dem du gesperrt wirst

Kapitel 8 - Warum Reichweite nicht dir gehört

Kapitel 9 - Die Plattform wird immer zuerst an sich denken

Kapitel 10 - Warum du eine eigene Webseite brauchst, auch wenn du glaubst, keine zu brauchen

Kapitel 11 - Die Wahrheit über Unabhängigkeit

Kapitel 12 - Was ich heute anders machen würde

Persönliches Nachwort

Über die Autorin



Vorwort

Dieses Buch ist nicht entstanden, weil es noch einen weiteren Ratgeber darüber braucht, wie man auf Plattform X mehr Geld verdient, auf Portal Y bessere Rankings erreicht oder mit welchem Trick man Kunden dazu bringt, mehr Geld auszugeben. Von solchen Büchern, Kursen, Videos und selbsternannten Experten gibt es bereits mehr als genug. Fast überall wird darüber gesprochen, wie man sich besser verkauft, wie man sichtbarer wird, wie man erfolgreicher wird und wie man mehr Umsatz macht. Kaum jemand spricht jedoch darüber, was passiert, wenn die Plattform, auf der man sich über Jahre etwas aufgebaut hat, plötzlich die Spielregeln ändert. Kaum jemand spricht darüber, was passiert, wenn ein Account gesperrt wird, wenn Auszahlungen einbehalten werden, wenn neue Richtlinien eingeführt werden oder wenn man plötzlich feststellt, dass die Kunden, für die man jahrelang gearbeitet hat, in Wirklichkeit nie die eigenen Kunden waren. Genau darüber möchte ich sprechen.

Ich habe über viele Jahre auf unterschiedlichsten Plattformen gearbeitet. Ich habe die Zeit erlebt, in der Cam-Portale noch völlig anders funktioniert haben als heute. Ich habe erlebt, wie neue Plattformen entstanden sind, wie große Namen verschwunden sind, wie Geschäftsmodelle sich verändert haben und wie aus vermeintlich sicheren Einnahmequellen innerhalb weniger Wochen ein Problem werden konnte. Ich habe erlebt, wie Darstellerinnen gefeiert wurden, solange sie Geld eingebracht haben, und wie dieselben Darstellerinnen wenige Monate später behandelt wurden, als hätte es sie nie gegeben. Ich habe gesehen, wie Frauen ihre komplette Existenz auf einer einzigen Plattform aufgebaut haben, nur um später festzustellen, dass sie keinerlei Kontrolle über ihre eigene Zukunft hatten. Und ich habe gesehen, wie einige wenige verstanden haben, dass Reichweite nicht dasselbe ist wie Sicherheit und dass hohe Umsätze nicht automatisch bedeuten, dass man ein stabiles Geschäft besitzt.

Eines der größten Missverständnisse dieser Branche besteht darin, dass viele Frauen glauben, sie würden für sich selbst arbeiten, obwohl sie in Wahrheit vollständig von Entscheidungen abhängig sind, die andere Menschen treffen. Natürlich fühlt es sich zunächst nach Selbstständigkeit an. Niemand sagt dir, wann du aufstehen musst. Niemand schreibt dir vor, wann du online gehen musst. Niemand kontrolliert deinen Urlaub. Niemand erstellt deinen Dienstplan. Auf den ersten Blick wirkt alles frei und unabhängig. Doch je länger man hinschaut, desto deutlicher wird, dass diese Freiheit oft deutlich kleiner ist, als sie zunächst erscheint. Denn wenn eine Plattform entscheidet, welche Inhalte erlaubt sind, welche Inhalte verboten werden, welche Darstellerinnen sichtbar sind, welche Gebühren erhoben werden, welche Zahlungen zurückgehalten werden und unter welchen Bedingungen ein Account geschlossen werden kann, dann besitzt sie einen erheblichen Teil der Kontrolle über dein Einkommen. Viele erkennen das erst dann, wenn sie diese Kontrolle plötzlich selbst zu spüren bekommen.



Ein weiteres Problem ist die Art und Weise, wie Portale sich häufig präsentieren. Jede Plattform möchte die beste sein. Jede Plattform möchte neue Darstellerinnen gewinnen. Jede Plattform möchte Wachstum. Deshalb werden Vorteile hervorgehoben, Erfolgsstories präsentiert und attraktive Zahlen genannt. Man liest von hohen Auszahlungsquoten, von riesigen Verdienstmöglichkeiten, von großartigen Chancen und von einer scheinbar grenzenlosen Zukunft. Was jedoch oft nicht ausreichend erklärt wird, sind die Details hinter diesen Aussagen. Eine hohe Auszahlungsquote klingt fantastisch, bis man sich mit Themen wie Steuern, Gebühren, Stornos, Rücklastschriften, Betrugsfällen, Reserven, Auszahlungssperren oder Kontoeinschränkungen beschäftigt. Ein hoher Prozentsatz auf dem Papier bedeutet nicht automatisch, dass am Ende auch genau dieser Anteil auf deinem Konto landet. Wer nur auf Werbeversprechen schaut, sieht oft nicht das vollständige Bild.

Dabei geht es mir nicht darum, Plattformen grundsätzlich schlechtzureden. Ohne Portale hätten viele Menschen niemals ihre ersten Kunden gefunden. Ohne Portale hätten viele Darstellerinnen niemals die Möglichkeit gehabt, überhaupt in dieser Branche Fuß zu fassen. Portale übernehmen Technik, Marketing, Zahlungsabwicklung, Kundengewinnung und zahlreiche weitere Aufgaben, die Geld kosten und organisiert werden müssen. Natürlich haben diese Leistungen einen Wert. Natürlich dürfen Unternehmen Geld verdienen. Natürlich müssen Risiken bezahlt werden. Die eigentliche Frage ist nicht, ob Plattformen Geld verdienen dürfen. Die eigentliche Frage lautet vielmehr, ob Darstellerinnen verstehen, welchen Preis sie für diese Bequemlichkeit bezahlen und welche Risiken sie dadurch gleichzeitig eingehen.

Besonders kritisch wird es immer dann, wenn eine Darstellerin beginnt, ihre gesamte Existenz auf einem einzigen Portal aufzubauen. Am Anfang wirkt das oft logisch. Die Umsätze steigen. Die Kunden kommen von allein. Das Portal funktioniert. Warum sollte man sich zusätzlich um eine eigene Webseite kümmern? Warum sollte man sich mit Technik, Marketing oder Zahlungsabwicklung beschäftigen? Warum sollte man Zeit in Dinge investieren, die aktuell gar nicht notwendig erscheinen? Genau hier beginnt jedoch die gefährlichste Form der Abhängigkeit. Denn solange alles funktioniert, fühlt sich Abhängigkeit nicht wie Abhängigkeit an. Solange die Umsätze stimmen, erscheint das System stabil. Erst wenn etwas schiefgeht, erkennt man, wie wenig Kontrolle man tatsächlich besitzt. Dann reicht plötzlich eine Änderung der Richtlinien, eine Beschwerde, ein Missverständnis, ein neuer Mitarbeiter, eine neue Geschäftsführung oder eine neue Bankverbindung der Plattform, um massive Auswirkungen auf das eigene Einkommen zu haben.

Dieses Buch entstand aus vielen Jahren praktischer Erfahrung. Aus Erfolgen. Aus Fehlern. Aus Enttäuschungen. Aus Beobachtungen. Aus Gesprächen mit unzähligen Darstellerinnen. Aus Gesprächen mit Portalbetreibern. Aus Gesprächen mit Zahlungsdienstleistern. Aus Situationen, die mich sprachlos gemacht haben. Aus Momenten, in denen ich erlebt habe, wie Frauen mit enormem Einsatz etwas aufgebaut haben und trotzdem jederzeit austauschbar geblieben sind. Denn das ist eine der unangenehmsten Wahrheiten dieser



Branche: Leistung allein schützt nicht vor Austauschbarkeit. Du kannst zu den besten Darstellerinnen einer Plattform gehören. Du kannst hohe Umsätze erzielen. Du kannst Kunden begeistern. Du kannst jahrelang zuverlässig sein. Und trotzdem kann irgendwann der Tag kommen, an dem jemand entscheidet, dass du nicht mehr interessant bist, nicht mehr ins Konzept passt oder schlicht durch jemand anderen ersetzt werden kannst.

Genau deshalb richtet sich dieses Buch nicht an Frauen, die nach dem nächsten schnellen Trick suchen. Es richtet sich an Frauen, die verstehen möchten, wie diese Branche tatsächlich funktioniert. An Frauen, die nicht nur wissen möchten, wie sie Geld verdienen können, sondern auch, wie sie sich langfristig absichern können. An Frauen, die hinter die Kulissen blicken wollen. An Frauen, die verstehen möchten, wo Risiken entstehen, wer welche Interessen verfolgt und warum es gefährlich sein kann, die eigene Zukunft vollständig in die Hände eines Unternehmens zu legen, dessen Hauptinteresse am Ende nicht deine Sicherheit, sondern sein eigener Gewinn ist.

Wenn dieses Buch dazu beiträgt, dass auch nur eine einzige Darstellerin unabhängiger wird, Risiken früher erkennt, bessere Entscheidungen trifft und versteht, warum Kontrolle oft wertvoller ist als kurzfristige Bequemlichkeit, dann hat es seinen Zweck erfüllt. Denn dieses Buch soll niemandem Angst machen. Es soll niemanden entmutigen. Es soll niemandem den Traum vom Erfolg nehmen. Es soll lediglich dabei helfen, die Branche mit offenen Augen zu betrachten. Nicht durch die Marketingabteilung eines Portals. Nicht durch die Versprechen eines Affiliates. Nicht durch die Erfolgsgeschichte einer Ausnahmeerscheinung. Sondern durch die Perspektive einer Frau, die viele Jahre mittendrin war und gelernt hat, dass es einen gewaltigen Unterschied gibt zwischen einer Plattform, auf der man arbeitet, und einem Geschäft, das einem tatsächlich selbst gehört.



Kapitel 1 – Die Illusion der Sicherheit

Einer der größten Fehler, den Darstellerinnen in dieser Branche machen können, besteht darin zu glauben, dass etwas sicher ist, nur weil es schon lange existiert. Diese Denkweise ist verständlich. Menschen verbinden Größe mit Stabilität. Menschen verbinden Bekanntheit mit Sicherheit. Menschen verbinden hohe Umsätze mit Verlässlichkeit. Wenn eine Plattform seit zehn, fünfzehn oder sogar zwanzig Jahren am Markt ist, entsteht automatisch das Gefühl, dass dort nichts Ernsthaftes passieren kann. Schließlich arbeiten dort tausende Darstellerinnen. Millionen Kunden nutzen die Seite. Die Marke ist bekannt. Die Werbung ist überall sichtbar. Die Plattform wirkt unantastbar. Doch genau an diesem Punkt beginnt eine Illusion, die im schlimmsten Fall sehr teuer werden kann.

Die Wahrheit ist, dass selbst die größten Plattformen nicht existieren, um Darstellerinnen Sicherheit zu geben. Sie existieren, um Geld zu verdienen. Das klingt vielleicht hart, ist aber weder böse noch überraschend. Jedes Unternehmen verfolgt in erster Linie seine eigenen wirtschaftlichen Interessen. Die Interessen der Darstellerinnen können dabei berücksichtigt werden. Sie können sogar zeitweise mit den Interessen des Unternehmens übereinstimmen. Doch sie werden niemals wichtiger sein als die Interessen des Unternehmens selbst. Wer das versteht, betrachtet viele Entscheidungen von Plattformen plötzlich mit ganz anderen Augen.

Ein Portal wird fast immer die Entscheidung treffen, die dem Unternehmen nützt. Nicht die Entscheidung, die für eine einzelne Darstellerin am angenehmsten ist. Nicht die Entscheidung, die sich am fairsten anfühlt. Nicht die Entscheidung, die den größten Respekt gegenüber langjährigen Mitgliedern zeigt. Sondern die Entscheidung, die wirtschaftlich sinnvoll erscheint. Das kann bedeuten, dass Auszahlungsmodelle verändert werden. Das kann bedeuten, dass Kategorien geschlossen werden. Das kann bedeuten, dass neue Richtlinien eingeführt werden. Das kann bedeuten, dass Werbeflächen neu verteilt werden. Das kann bedeuten, dass erfolgreiche Darstellerinnen plötzlich weniger Sichtbarkeit erhalten. Und es kann sogar bedeuten, dass Menschen, die jahrelang Umsatz gebracht haben, innerhalb kürzester Zeit ihre Existenzgrundlage verlieren.

Viele Darstellerinnen bemerken diese Abhängigkeit erst dann, wenn sie selbst betroffen sind. Solange alles gut läuft, fühlt sich die Zusammenarbeit mit einer Plattform oft angenehm an. Die Kunden kommen. Die Umsätze stimmen. Die Auszahlungen funktionieren. Der Support antwortet freundlich. Man entwickelt Vertrauen. Manche entwickeln sogar eine emotionale Bindung zu einem Portal. Nach Jahren fühlt sich die Plattform fast wie ein Zuhause an. Man kennt die Kunden. Man kennt die Mitarbeiter. Man kennt die Abläufe. Irgendwann entsteht das Gefühl, Teil von etwas Größerem zu sein. Genau dieses Gefühl kann jedoch gefährlich werden, wenn man beginnt zu vergessen, dass man sich immer noch auf fremdem Grund bewegt.



Viele Frauen investieren Jahre ihres Lebens in eine Plattform. Sie arbeiten nachts. Sie arbeiten an Feiertagen. Sie arbeiten an Wochenenden. Sie bauen Stammkunden auf. Sie machen Werbung. Sie bringen Umsatz. Sie halten Kunden auf der Plattform. Sie sorgen dafür, dass Kunden wiederkommen. Sie erzeugen einen erheblichen Teil des Wertes, den ein Portal überhaupt erst verkaufen kann. Denn ohne Darstellerinnen gibt es kein Camportal. Ohne Darstellerinnen gibt es keine Inhalte. Ohne Darstellerinnen gibt es keine Umsätze. Ohne Darstellerinnen gibt es kein Geschäft. Trotzdem befinden sich die Darstellerinnen fast immer in der schwächeren Position. Sie produzieren den Wert, besitzen aber nicht die Infrastruktur, über die dieser Wert verkauft wird.

Genau deshalb ist die Aussage „Ich arbeite seit zehn Jahren auf dieser Plattform“ kein Sicherheitsmerkmal. Sie sagt lediglich aus, dass bisher noch nichts passiert ist. Sie sagt nichts darüber aus, was morgen passiert. Sie sagt nichts darüber aus, welche Entscheidungen die Geschäftsführung in Zukunft treffen wird. Sie sagt nichts darüber aus, welche Banken künftig mit dem Unternehmen zusammenarbeiten. Sie sagt nichts darüber aus, welche gesetzlichen Änderungen kommen. Sie sagt nichts darüber aus, welche Zahlungsdienstleister kündigen könnten. Sie sagt nichts darüber aus, welche Kategorien vielleicht plötzlich unerwünscht werden. Sicherheit entsteht nicht dadurch, dass etwas lange funktioniert hat. Sicherheit entsteht dadurch, dass man auch dann noch handlungsfähig bleibt, wenn etwas nicht mehr funktioniert.

Besonders problematisch wird es, wenn eine Darstellerin ihr gesamtes Einkommen aus einer einzigen Quelle bezieht. In vielen anderen Branchen würde man das als erhebliches Risiko betrachten. Ein Unternehmer würde niemals freiwillig alle Kunden an einen einzigen Geschäftspartner verlieren wollen. Ein Händler würde niemals nur einen einzigen Lieferanten haben wollen. Ein Investor würde niemals sein gesamtes Vermögen in eine einzige Aktie investieren. Doch erstaunlich viele Darstellerinnen bauen ihre komplette Existenz auf einer einzigen Plattform auf. Nicht weil sie dumm sind. Nicht weil sie fahrlässig handeln. Sondern weil es bequem erscheint und kurzfristig oft funktioniert. Die eigentliche Gefahr zeigt sich erst dann, wenn dieses eine Standbein plötzlich wegbreicht.

Dabei muss nicht einmal etwas Dramatisches passieren. Viele denken bei Sperrungen sofort an Regelverstöße. Doch die Realität ist oft wesentlich komplizierter. Konten werden überprüft. Dokumente müssen erneut eingereicht werden. Banken stellen Fragen. Zahlungsdienstleister ändern Anforderungen. Steuerliche Vorgaben ändern sich. Neue Eigentümer übernehmen Unternehmen. Strategien werden angepasst. Kategorien verschwinden. Sichtbarkeiten werden neu verteilt. Selbst wenn man alles richtig macht, kann man von Veränderungen betroffen sein, die man weder verursacht noch beeinflusst hat. Das macht die Situation so gefährlich. Denn man kann sich nicht gegen jede Entscheidung absichern, die andere Menschen treffen.

Ein weiterer Punkt, über den selten gesprochen wird, ist die psychologische Wirkung solcher Abhängigkeiten. Viele Darstellerinnen beginnen irgendwann, Entscheidungen nicht mehr



danach zu treffen, was für sie selbst sinnvoll ist, sondern danach, was eine Plattform bevorzugt. Plötzlich wird darüber nachgedacht, welche Inhalte der Algorithmus mag. Welche Kategorien bevorzugt werden. Welche Aktionen mehr Sichtbarkeit bringen. Welche Anforderungen erfüllt werden müssen, um im Ranking zu bleiben. Welche Erwartungen die Plattform an ihre Models hat. Nach und nach verschiebt sich der Fokus. Statt ein eigenes Geschäft aufzubauen, optimiert man sich für ein fremdes System. Man arbeitet nicht mehr für die eigenen Ziele, sondern für die Ziele eines Unternehmens, dessen Interessen nicht zwangsläufig mit den eigenen übereinstimmen.

Natürlich können Plattformen wertvoll sein. Natürlich können sie ein hervorragender Einstieg sein. Natürlich können sie Reichweite schaffen, die man allein niemals erreichen würde. Doch genau deshalb sollten sie als Werkzeug betrachtet werden und nicht als Zuhause. Ein Werkzeug hilft dir beim Aufbau deiner Zukunft. Ein Zuhause gehört dir. Viele Darstellerinnen verwechseln diese beiden Dinge. Sie investieren ihre gesamte Energie in ein System, das ihnen niemals gehören wird. Sie bauen fremde Marken auf, während sie ihre eigene Marke vernachlässigen. Sie sammeln Umsätze, ohne gleichzeitig Unabhängigkeit aufzubauen. Und genau dort entsteht das eigentliche Problem.

Die wichtigste Erkenntnis dieses Kapitels lautet deshalb nicht, dass Plattformen schlecht sind. Die wichtigste Erkenntnis lautet, dass Plattformen niemals mit Sicherheit verwechselt werden dürfen. Ein Portal kann groß sein. Ein Portal kann seriös sein. Ein Portal kann zuverlässig sein. Ein Portal kann jahrelang hervorragend funktionieren. Trotzdem bleibt es eine Plattform, die jemand anderem gehört. Solange man das versteht, kann man ihre Vorteile nutzen, ohne sich von ihr abhängig zu machen. Sobald man es vergisst, entsteht die Illusion von Sicherheit. Und genau diese Illusion hat in dieser Branche schon mehr Karrieren zerstört als jede schlechte Bewertung, jede Konkurrenz und jede technische Panne zusammen.



Kapitel 2 – Du bist nicht der Kunde. Du bist das Produkt.

Eine der unangenehmsten Erkenntnisse, die man in dieser Branche machen kann, ist die Tatsache, dass viele Darstellerinnen völlig falsch einschätzen, welche Rolle sie innerhalb eines Portals tatsächlich spielen. Die meisten Frauen melden sich an, erstellen ihr Profil, laden Inhalte hoch, gehen online, gewinnen Kunden und beginnen Geld zu verdienen. Mit der Zeit entsteht das Gefühl, mit der Plattform zusammenzuarbeiten. Man sieht sich als Partner. Man sieht sich als wichtigen Bestandteil des Unternehmens. Manche sehen sich sogar als Kunden des Portals, schließlich liefern sie die Inhalte, ohne die die Plattform gar nicht existieren könnte. Doch genau an dieser Stelle lohnt es sich, einen Schritt zurückzugehen und die Situation nüchtern zu betrachten.

Die meisten Plattformen verkaufen nicht die Darstellerinnen an die Kunden. Die meisten Plattformen verkaufen die Aufmerksamkeit der Darstellerinnen an die Kunden. Das mag zunächst wie ein Wortspiel klingen, ist aber ein gewaltiger Unterschied. Die Plattform besitzt die Infrastruktur. Die Plattform besitzt die Reichweite. Die Plattform kontrolliert die Sichtbarkeit. Die Plattform kontrolliert die Zahlungswege. Die Plattform kontrolliert die Regeln. Die Plattform entscheidet, wer gesehen wird, wer beworben wird, welche Inhalte erlaubt sind und welche verschwinden. Die Darstellerin produziert zwar den eigentlichen Wert, doch die Plattform kontrolliert den Zugang zu diesem Wert. Und genau deshalb befindet sich die Macht fast immer auf der Seite des Unternehmens.

Viele Frauen stellen sich die Beziehung zu einem Portal ungefähr so vor: Die Plattform hilft ihnen dabei, Kunden zu finden, und im Gegenzug erhält die Plattform einen Anteil des Umsatzes. Das klingt nach einer fairen Zusammenarbeit. In der Praxis sieht die Realität jedoch oft deutlich komplexer aus. Denn Plattformen haben nicht nur Interesse daran, dass eine Darstellerin Geld verdient. Plattformen haben Interesse daran, dass möglichst viele Kunden möglichst lange auf der Plattform bleiben und möglichst viel Geld ausgeben. Das sind zwei völlig unterschiedliche Ziele. Manchmal überschneiden sie sich. Manchmal stehen sie sogar im direkten Widerspruch zueinander.

Wenn eine Darstellerin beispielsweise eigene Kundenbeziehungen aufbauen möchte, kann das für sie langfristig sinnvoll sein. Für die Plattform hingegen kann es problematisch sein, wenn Kunden eine zu starke Bindung an einzelne Personen entwickeln und sich dadurch Wege außerhalb des Portals eröffnen. Wenn eine Darstellerin ihre eigene Marke stärkt, profitiert sie selbst davon. Wenn eine Plattform ihre eigene Marke stärkt, profitiert in erster Linie das Unternehmen. Diese Interessen verlaufen nicht immer parallel. Genau deshalb sollte man sich niemals der Illusion hingeben, dass die Plattform und die Darstellerin automatisch dieselben Ziele verfolgen.



Ein besonders interessanter Punkt ist die Frage, warum viele Plattformen so viel Wert auf Rankings, Auszeichnungen, Wettbewerbe und Sichtbarkeit legen. Natürlich motiviert das Models. Natürlich sorgt das für Aktivität. Natürlich steigert das Umsätze. Doch gleichzeitig erzeugt es etwas anderes: Konkurrenz unter den Darstellerinnen. Statt die Plattform selbst kritisch zu hinterfragen, konzentrieren sich viele Frauen darauf, andere Models zu überholen. Sie kämpfen um Startseitenplätze. Sie kämpfen um bessere Rankings. Sie kämpfen um Sichtbarkeit. Sie kämpfen um Auszeichnungen. Währenddessen bleibt die eigentliche Machtstruktur unverändert. Die Plattform profitiert davon, dass möglichst viele Menschen möglichst viel Energie investieren, um innerhalb ihres Systems aufzusteigen.

Dabei sollte man sich eine einfache Frage stellen. Wer profitiert am meisten davon, wenn hundert Frauen täglich mehrere Stunden online sind, um in einem Ranking ein paar Plätze höher zu steigen? Sind es die Frauen selbst? Teilweise vielleicht. Doch die größte Gewinnerin ist fast immer die Plattform. Denn jede zusätzliche Stunde bedeutet mehr Inhalte, mehr Aktivität, mehr Kundenbindung und letztendlich mehr Umsatz. Viele Frauen arbeiten jahrelang daran, in einem System aufzusteigen, dessen Spielregeln sie weder festlegen noch kontrollieren können.

Noch deutlicher wird dieses Ungleichgewicht, wenn Konflikte entstehen. Solange alles funktioniert, wirkt die Beziehung zwischen Plattform und Darstellerin oft harmonisch. Sobald jedoch Probleme auftreten, zeigt sich sehr schnell, wer tatsächlich die Kontrolle besitzt. Wird ein Account gesperrt, verliert die Darstellerin häufig sofort den Zugang zu ihrer Reichweite. Werden Inhalte entfernt, gibt es oft keine Möglichkeit, dies zu verhindern. Ändern sich Regeln, müssen sich die Darstellerinnen anpassen. Werden Auszahlungen verzögert, bleibt oft nur das Warten. In solchen Situationen wird sichtbar, dass die vermeintliche Partnerschaft häufig deutlich einseitiger ist, als viele zuvor angenommen haben.

Besonders kritisch wird dies bei Darstellerinnen, die über Jahre enorme Umsätze für eine Plattform generiert haben. Viele gehen davon aus, dass langjährige Leistung automatisch zu besonderem Schutz oder besonderer Wertschätzung führt. Die Realität sieht leider häufig anders aus. Unternehmen bewerten Menschen in erster Linie nach ihrer aktuellen wirtschaftlichen Bedeutung. Vergangene Leistungen können respektiert werden. Sie können anerkannt werden. Doch sie garantieren keine Sonderstellung. Die Geschichte der Online-Branche ist voller Beispiele von Menschen, die jahrelang enorme Werte geschaffen haben und trotzdem innerhalb kürzester Zeit ersetzt wurden. Das ist keine Besonderheit der Erotikbranche. Es ist eine wirtschaftliche Realität, die in vielen Bereichen existiert. In der Erotikbranche wird sie jedoch besonders deutlich sichtbar.

Viele Darstellerinnen unterschätzen außerdem, wie austauschbar sie aus Sicht großer Plattformen oft sind. Das klingt brutal, ist aber ein wichtiger Gedanke. Eine einzelne Frau erlebt ihre Karriere als einzigartig. Sie kennt ihre Geschichte. Sie kennt ihre Kunden. Sie kennt ihre Entwicklung. Für sie ist ihre Arbeit ein bedeutender Teil ihres Lebens. Für eine große Plattform mit tausenden aktiven Accounts ist dieselbe Person jedoch oft nur eine von



vielen Umsatzquellen. Selbst erfolgreiche Models werden häufig nicht als unersetzbar betrachtet. Denn aus Sicht eines Unternehmens existiert immer die Hoffnung, neue Talente zu finden, neue Gesichter aufzubauen oder bestehende Umsätze auf andere Weise zu kompensieren. Wer das versteht, hört auf, seine Sicherheit an die vermeintliche Loyalität einer Plattform zu knüpfen.

Genau deshalb halte ich den Begriff „Partner“ in vielen Fällen für problematisch. Eine echte Partnerschaft bedeutet, dass beide Seiten ähnliche Risiken tragen und ähnliche Möglichkeiten besitzen, Entscheidungen zu beeinflussen. Auf vielen Plattformen trägt jedoch die Darstellerin einen erheblichen Teil des persönlichen Risikos. Sie investiert ihre Zeit. Sie investiert ihre Energie. Sie investiert ihre Privatsphäre. Sie investiert ihre psychische Belastbarkeit. Sie investiert ihre Gesundheit. Die Plattform investiert Infrastruktur, Marketing und Technik. Beide Seiten investieren also etwas. Doch die Kontrolle über das System bleibt fast immer auf einer Seite. Und Kontrolle ist häufig wertvoller als jede einzelne Investition.

Das bedeutet nicht, dass Plattformen Feinde sind. Es bedeutet nicht, dass man ihnen misstrauen sollte. Es bedeutet lediglich, dass man ihre Rolle realistisch einschätzen sollte. Ein Portal ist kein Freund. Ein Portal ist keine Familie. Ein Portal ist kein Schutzraum. Ein Portal ist ein Unternehmen. Unternehmen verfolgen wirtschaftliche Interessen. Solange diese Interessen mit deinen Interessen übereinstimmen, kann die Zusammenarbeit hervorragend funktionieren. Sobald sich diese Interessen voneinander entfernen, wird das Unternehmen fast immer seine eigenen Ziele priorisieren. Genau deshalb sollte man seine Zukunft niemals auf Loyalität aufbauen, die vertraglich nicht existiert.

Die vielleicht wichtigste Erkenntnis dieses Kapitels lautet daher: Viele Darstellerinnen glauben, sie würden die Plattform nutzen. In Wirklichkeit nutzt die Plattform ebenso die Darstellerinnen. Das ist nicht zwangsläufig unfair. Das ist nicht zwangsläufig schlecht. Es ist schlicht die Realität des Geschäftsmodells. Gefährlich wird es erst dann, wenn man vergisst, dass man Teil dieses Geschäftsmodells ist. Denn wer glaubt, er sei ein unverzichtbarer Partner, trifft andere Entscheidungen als jemand, der versteht, dass er innerhalb eines Systems arbeitet, das ihn jederzeit ersetzen kann. Und genau dieses Verständnis ist der erste Schritt, um langfristig unabhängiger, sicherer und erfolgreicher zu werden.



Kapitel 3 – Die Lüge von den hohen Auszahlungsquoten

Es gibt kaum etwas, womit Plattformen so gerne werben wie mit hohen Auszahlungsquoten. Kaum eine Darstellerin wird sich auf einem Portal anmelden, ohne früher oder später auf Aussagen wie „bis zu 90 % Auszahlung“, „die höchste Vergütung der Branche“, „mehr Geld für deine Arbeit“ oder ähnliche Versprechen zu stoßen. Auf den ersten Blick klingt das logisch. Wer würde nicht lieber 90 % erhalten als 50 %? Wer würde nicht lieber 80 % erhalten als 30 %? Wer würde nicht lieber den größeren Anteil behalten? Genau deshalb funktionieren diese Werbeaussagen so gut. Sie sprechen etwas an, das jeder Mensch sofort versteht: Mehr Prozent klingt besser als weniger Prozent.

Das Problem beginnt jedoch in dem Moment, in dem man aufhört, die Zahl zu betrachten, und stattdessen beginnt, das Geschäftsmodell dahinter zu verstehen. Denn die eigentliche Frage lautet nicht, wie viel Prozent ausgezahlt werden. Die eigentliche Frage lautet, wie viel Geld am Ende tatsächlich bei der Darstellerin ankommt und welche Risiken sie dafür übernimmt. Genau an diesem Punkt wird es plötzlich deutlich komplizierter, als viele Werbeanzeigen vermuten lassen.

Nehmen wir als Beispiel zwei Plattformen. Plattform A zahlt 50 % aus. Plattform B zahlt 90 % aus. Die meisten Menschen würden instinktiv annehmen, dass Plattform B automatisch die bessere Wahl ist. Doch was passiert, wenn Plattform A sämtliche Zahlungsrisiken übernimmt, professionelle Betrugserkennung einsetzt, Chargebacks selbst trägt, die Umsatzsteuer korrekt behandelt, rechtliche Verantwortung übernimmt und Auszahlungen zuverlässig abwickelt, während Plattform B einen Großteil dieser Risiken an die Darstellerin weiterreicht? Plötzlich sieht die Rechnung ganz anders aus. Denn hohe Prozentsätze verlieren schnell ihren Glanz, wenn man gleichzeitig einen Teil der Risiken übernimmt, die zuvor von der Plattform getragen wurden.

Viele Frauen beschäftigen sich verständlicherweise zuerst mit dem Umsatz. Sie sehen, was Kunden bezahlen. Sie sehen, welcher Anteil angeblich an sie geht. Was häufig übersehen wird, sind die vielen unsichtbaren Faktoren, die darüber entscheiden, ob dieser Umsatz tatsächlich sicher ist. Wird ein Kauf später storniert? Was passiert bei Kreditkartenbetrug? Wer haftet bei Rückbuchungen? Wie werden Reklamationen behandelt? Gibt es Reserven? Gibt es Einbehalte? Werden Auszahlungen verzögert? Werden steuerliche Besonderheiten korrekt berücksichtigt? Werden Gebühren transparent ausgewiesen? All diese Fragen sind oft deutlich wichtiger als die reine Auszahlungsquote. Trotzdem werden sie von vielen Anfängern kaum gestellt.

Ein besonders gefährlicher Irrtum besteht darin, Umsatz mit Gewinn zu verwechseln. Das passiert nicht nur in der Erotikbranche, sondern in nahezu jedem Geschäft. Jemand sieht



eine hohe Zahl und geht automatisch davon aus, dass diese Zahl auch tatsächlich zur Verfügung steht. Doch Geld, das auf dem Papier existiert, und Geld, das man dauerhaft behalten kann, sind zwei völlig unterschiedliche Dinge. Wer jemals mit Zahlungsabwicklungen gearbeitet hat, weiß, dass zwischen einem erfolgreichen Verkauf und einem endgültig gesicherten Umsatz manchmal Welten liegen können.

Gerade in der Erotikbranche kommen zusätzliche Besonderheiten hinzu. Viele Banken betrachten Adult-Geschäfte als risikoreich. Viele Zahlungsdienstleister betrachten Adult-Inhalte als risikoreich. Viele Kreditkartenunternehmen betrachten bestimmte Geschäftsmodelle als risikoreich. Daraus entstehen Anforderungen, die Kunden oft gar nicht sehen. Es entstehen Prüfungen. Es entstehen Reserven. Es entstehen Rückstellungen. Es entstehen zusätzliche Kontrollen. Es entstehen teilweise hohe Kosten für Betrugsprävention und Risikomanagement. All diese Dinge müssen irgendwo finanziert werden. Wenn eine Plattform damit wirbt, außergewöhnlich hohe Prozentsätze auszuzahlen, sollte man sich daher immer fragen, an welcher Stelle diese Kosten aufgefangen werden.

Das bedeutet nicht automatisch, dass hohe Auszahlungsquoten unseriös sind. Es bedeutet lediglich, dass man verstehen sollte, wie sie zustande kommen. Manchmal funktionieren solche Modelle hervorragend. Manchmal werden Risiken tatsächlich effizienter organisiert. Manchmal hat ein Unternehmen niedrigere Kosten. Manchmal ist die Werbeaussage sogar vollkommen korrekt. Das Problem entsteht erst dann, wenn Frauen glauben, dass eine einzige Prozentzahl ausreicht, um die Qualität einer Plattform zu bewerten. Genau das tut sie nämlich nicht.

Hinzu kommt ein weiterer Aspekt, der oft vollkommen übersehen wird. Selbst wenn eine Plattform tatsächlich einen außergewöhnlich hohen Anteil auszahlt, bleibt immer noch die Frage, wie viel Kontrolle die Darstellerin über ihr Geschäft besitzt. Eine hohe Auszahlungsquote hilft wenig, wenn das gesamte Einkommen von einer einzigen Plattform abhängt. Eine hohe Auszahlungsquote hilft wenig, wenn Kundenkontakte nicht kontrolliert werden können. Eine hohe Auszahlungsquote hilft wenig, wenn Richtlinien jederzeit geändert werden können. Eine hohe Auszahlungsquote hilft wenig, wenn ein Account von heute auf morgen eingeschränkt wird. Viele Frauen konzentrieren sich so stark auf den prozentualen Anteil, dass sie vergessen, die wesentlich wichtigeren Fragen zu stellen.

Dabei entsteht häufig eine interessante Situation. Manche Plattformen zahlen vergleichsweise wenig aus, bieten dafür aber enorme Reichweite. Andere zahlen deutlich mehr aus, liefern jedoch kaum Kunden. Wieder andere werben mit hohen Auszahlungen, verlangen dafür aber, dass die Darstellerin praktisch sämtliche Aufgaben selbst übernimmt. Die entscheidende Frage lautet daher nicht, welche Plattform den höchsten Prozentsatz anbietet. Die entscheidende Frage lautet, welches Gesamtpaket langfristig tragfähig ist. Wer ausschließlich auf die Auszahlung schaut, betrachtet nur einen kleinen Ausschnitt eines wesentlich größeren Bildes.



Besonders kritisch sehe ich deshalb die Tendenz vieler Menschen, Plattformen fast ausschließlich anhand ihrer Auszahlungsquote zu bewerten. In Foren, Gruppen und sozialen Netzwerken wird häufig so diskutiert, als wäre dies die wichtigste Kennzahl überhaupt. Tatsächlich sagt die Auszahlungsquote allein jedoch erstaunlich wenig aus. Sie verrät nichts über die Stabilität des Unternehmens. Sie verrät nichts über die Qualität der Kunden. Sie verrät nichts über die Zuverlässigkeit der Auszahlungen. Sie verrät nichts über zukünftige Risiken. Sie verrät nichts über die rechtliche Struktur. Sie verrät nichts über die langfristigen Entwicklungsmöglichkeiten einer Darstellerin.

Die vielleicht wichtigste Frage lautet daher nicht: „Wie viel Prozent bekomme ich?“ Die wichtigere Frage lautet: „Was bekomme ich für die Prozent, die ich abgebe?“ Bekomme ich Reichweite? Bekomme ich Kunden? Bekomme ich technische Infrastruktur? Bekomme ich zuverlässige Zahlungsabwicklung? Bekomme ich Risikomanagement? Bekomme ich Unterstützung? Bekomme ich Sicherheit? Oder gebe ich einen großen Teil meines Umsatzes ab, ohne einen entsprechenden Gegenwert zu erhalten? Erst wenn diese Fragen beantwortet werden, lässt sich beurteilen, ob ein Modell fair oder unfair ist.

Letztendlich sind hohe Auszahlungsquoten ein hervorragendes Marketinginstrument. Sie lassen sich leicht verstehen. Sie sehen beeindruckend aus. Sie wirken objektiv. Doch wie so viele Zahlen erzählen sie nur einen kleinen Teil der Geschichte. Wer langfristig erfolgreich sein möchte, sollte lernen, hinter die Prozentzahlen zu schauen. Denn am Ende entscheidet nicht die Zahl auf einer Werbegrafik über den Erfolg einer Darstellerin. Entscheidend ist, wie viel Kontrolle sie besitzt, wie stabil ihr Geschäft aufgebaut ist und wie unabhängig sie von Entscheidungen bleibt, die andere Menschen jederzeit für sie treffen können. Genau dort trennt sich langfristige Sicherheit von kurzfristigen Werbeversprechen.



Kapitel 4 – Warum Loyalität in dieser Branche oft nur in eine Richtung existiert

Wenn Menschen viele Jahre auf einer Plattform arbeiten, entsteht fast zwangsläufig eine emotionale Bindung. Das ist vollkommen normal. Man verbringt dort unzählige Stunden seines Lebens. Man lernt Kunden kennen. Man erlebt Erfolge. Man feiert Rekorde. Man übersteht schwierige Zeiten. Man kennt die Namen der Mitarbeiter. Man schreibt mit dem Support. Man telefoniert vielleicht sogar mit Ansprechpartnern. Irgendwann fühlt sich das Ganze nicht mehr wie eine anonyme Plattform an. Es fühlt sich vertraut an. Fast wie eine Art Zuhause. Genau deshalb glauben viele Darstellerinnen irgendwann, dass ihre jahrelange Loyalität auch auf der anderen Seite einen ähnlichen Stellenwert besitzt. Doch genau an diesem Punkt entstehen häufig die größten Enttäuschungen.

Die meisten Menschen denken bei Loyalität an etwas Persönliches. Wer jahrelang zuverlässig ist, erwartet Wertschätzung. Wer sich engagiert, erwartet Anerkennung. Wer in schwierigen Zeiten bleibt, erwartet Respekt. Das ist im privaten Leben oft nachvollziehbar. Freundschaften funktionieren so. Beziehungen funktionieren so. Familien funktionieren so. Unternehmen funktionieren jedoch anders. Unternehmen denken nicht wie Freunde. Unternehmen denken nicht wie Familienmitglieder. Unternehmen denken wirtschaftlich. Solange man das versteht, kann man viele Entscheidungen nüchtern betrachten. Wer jedoch beginnt, wirtschaftliche Beziehungen mit persönlichen Beziehungen zu verwechseln, läuft Gefahr, irgendwann sehr hart auf dem Boden der Realität zu landen.

Viele Darstellerinnen investieren Jahre ihres Lebens in eine Plattform. Sie sind online, wenn andere schlafen. Sie arbeiten an Feiertagen. Sie arbeiten an Wochenenden. Sie generieren Umsätze. Sie binden Kunden. Sie sorgen dafür, dass Menschen wiederkommen. Sie tragen aktiv zum Erfolg des Unternehmens bei. Mit der Zeit entsteht oft das Gefühl, dass dies gesehen wird. Und natürlich wird es gesehen. Die Zahlen werden gesehen. Die Umsätze werden gesehen. Die Aktivität wird gesehen. Doch das bedeutet nicht automatisch, dass daraus eine besondere Stellung entsteht. Viele Frauen glauben, dass langjährige Leistung irgendwann eine Art Schutzschild bildet. Dass Loyalität belohnt wird. Dass Einsatz einen besonderen Status schafft. Leider zeigt die Realität häufig etwas anderes.

Unternehmen bewerten Menschen in erster Linie nach ihrem aktuellen Nutzen. Das klingt unangenehm, ist aber eine grundlegende Eigenschaft wirtschaftlicher Systeme. Was gestern passiert ist, kann geschätzt werden. Es kann respektiert werden. Es kann sogar ausgezeichnet werden. Doch vergangene Leistungen garantieren nicht automatisch zukünftige Vorteile. Die Geschichte der Online-Branche ist voller Menschen, die über Jahre außergewöhnliche Ergebnisse geliefert haben und trotzdem irgendwann feststellen mussten,



dass ihre Vergangenheit sie nicht vor aktuellen Entscheidungen schützt. Genau deshalb sollte niemand seine Zukunft auf Dankbarkeit aufbauen, die nie vertraglich vereinbart wurde.

Ich habe im Laufe der Jahre unzählige Geschichten gehört, die alle einem ähnlichen Muster folgen. Da gibt es Darstellerinnen, die jahrelang zu den erfolgreichsten Models einer Plattform gehörten. Frauen, die enorme Umsätze generiert haben. Frauen, die Kunden über viele Jahre gebunden haben. Frauen, die praktisch zu einem festen Bestandteil der Plattform geworden sind. Und trotzdem kam irgendwann der Moment, in dem sie feststellen mussten, dass ihre Leistungen sie nicht vor Veränderungen schützen. Neue Strategien. Neue Verantwortliche. Neue Richtlinien. Neue Prioritäten. Plötzlich spielt das, was über Jahre aufgebaut wurde, eine deutlich kleinere Rolle als erwartet.

Das bedeutet nicht zwangsläufig, dass jemand absichtlich unfair handelt. Genau das macht die Situation so schwer zu akzeptieren. Viele Menschen suchen nach einem Bösewicht. Nach einer Person, die schuld ist. Nach einer bewussten Ungerechtigkeit. Häufig gibt es diese Person jedoch gar nicht. Oft treffen Unternehmen Entscheidungen, die aus ihrer eigenen Perspektive vollkommen logisch erscheinen. Das Problem besteht lediglich darin, dass diese Entscheidungen nicht zwingend im Interesse der Darstellerinnen liegen müssen. Eine Entscheidung kann wirtschaftlich sinnvoll und gleichzeitig für einzelne Menschen verheerend sein. Beide Dinge können gleichzeitig wahr sein.

Besonders deutlich wird dieses Ungleichgewicht immer dann, wenn eine Darstellerin beginnt, an ihre Unersetzbarkeit zu glauben. Wer viele Jahre erfolgreich arbeitet, entwickelt fast automatisch das Gefühl, einen festen Platz im System zu besitzen. Schließlich kennt man die Kunden. Man kennt die Plattform. Man kennt die Abläufe. Man hat bewiesen, dass man Leistung bringen kann. Doch große Plattformen denken häufig in anderen Dimensionen. Sie betrachten hunderte oder tausende aktive Accounts. Sie sehen Statistiken. Sie sehen Trends. Sie sehen Umsätze. Was für die einzelne Darstellerin ein bedeutender Teil ihres Lebens ist, erscheint aus Unternehmenssicht oft nur als ein kleiner Teil eines wesentlich größeren Systems. Genau deshalb sind selbst erfolgreiche Menschen häufig deutlich austauschbarer, als sie glauben möchten.

Das mag brutal klingen. Doch tatsächlich kann diese Erkenntnis auch befreiend sein. Denn sobald man akzeptiert, dass Loyalität nicht automatisch Sicherheit bedeutet, beginnt man andere Entscheidungen zu treffen. Man hört auf, seine Zukunft auf Hoffnungen aufzubauen. Man hört auf zu glauben, dass jahrelanger Einsatz irgendwann automatisch belohnt werden muss. Man hört auf, sich auf Versprechen zu verlassen, die nirgendwo schriftlich festgehalten wurden. Stattdessen beginnt man, seine eigene Position realistischer einzuschätzen. Und genau dort entsteht echte Unabhängigkeit.

Ein weiterer Punkt, über den erstaunlich selten gesprochen wird, ist die Tatsache, dass Loyalität oft nur von einer Seite erwartet wird. Viele Plattformen wünschen sich aktive, engagierte und langfristig verfügbare Darstellerinnen. Sie wünschen sich Menschen, die



regelmäßig online sind. Menschen, die Kunden binden. Menschen, die zuverlässig Umsatz generieren. Gleichzeitig behalten sich dieselben Plattformen häufig umfangreiche Möglichkeiten vor, ihre eigenen Bedingungen jederzeit anzupassen. Neue Regeln können eingeführt werden. Alte Regeln können verschwinden. Provisionsmodelle können verändert werden. Sichtbarkeiten können neu verteilt werden. Kategorien können geschlossen werden. Das Unternehmen erwartet Stabilität von seinen Darstellerinnen, bleibt selbst jedoch flexibel. Auch das ist wirtschaftlich nachvollziehbar. Man sollte sich dieser Realität jedoch bewusst sein.

Genau deshalb halte ich es für gefährlich, wenn Frauen ihre gesamte berufliche Identität an eine einzelne Plattform koppeln. Sobald die Plattform zum Mittelpunkt des eigenen Geschäfts wird, entsteht eine emotionale Abhängigkeit, die weit über die finanziellen Aspekte hinausgeht. Plötzlich fühlt sich jede Veränderung persönlich an. Jede Anpassung wirkt wie ein Angriff. Jede Entscheidung wird emotional bewertet. Das eigentliche Problem liegt jedoch häufig nicht in der Entscheidung selbst, sondern darin, dass die eigene Existenz zu eng mit einem System verknüpft wurde, das man niemals kontrollieren konnte.

Die vielleicht wichtigste Lektion dieses Kapitels lautet daher, dass Loyalität zwar eine schöne Eigenschaft ist, aber kein Geschäftsmodell. Loyalität kann Beziehungen stärken. Loyalität kann Vertrauen fördern. Loyalität kann Zusammenarbeit erleichtern. Doch Loyalität ersetzt keine Kontrolle. Loyalität ersetzt keine Verträge. Loyalität ersetzt keine Unabhängigkeit. Wer seine Zukunft absichern möchte, sollte deshalb niemals davon ausgehen, dass jahrelange Leistung automatisch zu besonderem Schutz führt. Vielleicht tut sie das. Vielleicht auch nicht. Und genau dieses „Vielleicht“ ist der Grund, warum kluge Darstellerinnen ihre Zukunft nicht auf die Loyalität eines Unternehmens bauen, sondern auf Strukturen, die sie selbst kontrollieren können.

Denn am Ende des Tages wird eine Plattform immer das tun, was sie für richtig hält. Das ist ihr gutes Recht. Die eigentliche Frage lautet deshalb nicht, ob eine Plattform loyal zu dir sein wird. Die eigentliche Frage lautet, was mit deinem Geschäft passiert, wenn sie es eines Tages nicht mehr ist.



Kapitel 5 – Die gefährlichste Zahl der Branche: 100 %

Wenn ich Darstellerinnen frage, woher ihre Kunden kommen, bekomme ich häufig Antworten wie: „Von Plattform X.“ Oder: „Eigentlich fast alles von Plattform Y.“ Oder: „Ich arbeite nur auf dieser einen Seite, das läuft seit Jahren gut.“ Die meisten sagen das mit einem gewissen Stolz. Schließlich bedeutet es, dass sie sich auf dieser Plattform etabliert haben. Dass sie sichtbar sind. Dass sie Kunden haben. Dass sie Umsatz machen. Und genau deshalb wird oft übersehen, dass sich hinter diesen Aussagen eine der gefährlichsten Zahlen der gesamten Branche versteckt: 100 %.

Hundert Prozent der Kunden von einer Plattform. Hundert Prozent des Umsatzes von einer Plattform. Hundert Prozent der Reichweite von einer Plattform. Hundert Prozent der Sichtbarkeit von einer Plattform. Hundert Prozent der beruflichen Existenz von einer Plattform. Für viele klingt das zunächst nach Erfolg. In Wahrheit bedeutet es jedoch vor allem eines: vollständige Abhängigkeit.

Interessanterweise würden dieselben Menschen in nahezu jedem anderen Geschäftsbereich sofort erkennen, wie riskant eine solche Situation ist. Kein vernünftiger Unternehmer würde freiwillig alle seine Kunden von einem einzigen Auftraggeber abhängig machen. Kein Händler würde sich wohlfühlen, wenn sein gesamter Umsatz von einem einzigen Lieferanten abhängt. Kein Investor würde sein gesamtes Vermögen in eine einzige Aktie investieren. Jeder versteht intuitiv, dass Diversifikation Sicherheit schafft. Sobald es jedoch um Plattformen geht, scheint diese Logik plötzlich zu verschwinden. Dann wird die Bequemlichkeit der Gegenwart oft wichtiger als die Sicherheit der Zukunft.

Das liegt zum Teil daran, dass Abhängigkeit sich selten wie Abhängigkeit anfühlt, solange alles funktioniert. Wenn die Kunden kommen, die Umsätze stimmen und die Auszahlungen pünktlich erfolgen, entsteht kein unmittelbarer Schmerz. Es gibt keinen Grund zur Sorge. Es gibt keinen Anlass, über Alternativen nachzudenken. Im Gegenteil. Wer erfolgreich ist, möchte seine Energie häufig genau dort investieren, wo die Ergebnisse bereits sichtbar sind. Das ist menschlich. Genau deshalb entsteht die gefährlichste Form der Abhängigkeit nicht in Krisenzeiten, sondern in Erfolgsphasen.

Viele Darstellerinnen beginnen ihre Karriere auf einer Plattform und bleiben dort, weil sie nie gezwungen werden, etwas anderes aufzubauen. Die Seite liefert Kunden. Die Seite liefert Reichweite. Die Seite liefert Einnahmen. Warum sollte man sich zusätzlich mit einer eigenen Webseite beschäftigen? Warum sollte man Zeit in E-Mail-Listen investieren? Warum sollte man sich mit Technik, Marketing, Suchmaschinen oder Zahlungsabwicklung auseinandersetzen? Warum sollte man Arbeit in etwas investieren, das aktuell noch gar



nicht notwendig erscheint? Die Antwort lautet: weil der beste Zeitpunkt für Unabhängigkeit immer dann ist, wenn man sie noch nicht dringend braucht.

Die meisten Menschen beginnen erst dann über Alternativen nachzudenken, wenn bereits ein Problem entstanden ist. Dann wird ein Account eingeschränkt. Dann ändern sich Richtlinien. Dann sinkt die Reichweite. Dann verändern sich die Auszahlungsbedingungen. Dann verschwinden Kategorien. Dann wird ein Zahlungsanbieter gekündigt. Dann kommt es zu Verzögerungen. Plötzlich entsteht Druck. Und genau in diesem Moment zeigt sich, wie schwierig es ist, unter Stress neue Strukturen aufzubauen. Was über Jahre versäumt wurde, lässt sich selten innerhalb weniger Wochen nachholen.

Besonders gefährlich ist dabei die Illusion, dass große Plattformen automatisch unsterblich seien. Die Geschichte des Internets zeigt genau das Gegenteil. Unternehmen entstehen. Unternehmen wachsen. Unternehmen dominieren Märkte. Und irgendwann verändern sie sich oder verschwinden vollständig. Manche werden verkauft. Manche ändern ihre Strategie. Manche verlieren ihre Marktposition. Manche scheitern an neuen Technologien. Manche scheitern an Banken. Manche scheitern an rechtlichen Entwicklungen. Wer lange genug in der Online-Welt unterwegs ist, erlebt immer wieder dieselbe Geschichte. Namen, die einst unantastbar wirkten, spielen Jahre später kaum noch eine Rolle.

Trotzdem verhalten sich viele Darstellerinnen so, als würden die aktuellen Rahmenbedingungen für immer bestehen bleiben. Sie planen ihre Zukunft auf Basis dessen, was heute funktioniert. Sie vergessen dabei, dass Plattformen nicht dazu existieren, ihnen Sicherheit zu geben. Plattformen existieren, um ihre eigenen Geschäftsziele zu verfolgen. Solange diese Ziele mit den Interessen der Darstellerinnen übereinstimmen, funktioniert die Zusammenarbeit hervorragend. Doch niemand kann garantieren, dass diese Interessen auch in fünf oder zehn Jahren noch identisch sein werden.

Ein weiteres Problem besteht darin, dass viele Frauen Reichweite mit Besitz verwechseln. Eine hohe Sichtbarkeit auf einer Plattform fühlt sich oft an, als würde man etwas Eigenes besitzen. Schließlich kommen die Kunden wegen der eigenen Persönlichkeit. Wegen der eigenen Inhalte. Wegen der eigenen Arbeit. Doch in Wahrheit gehört die Reichweite häufig der Plattform. Die Plattform entscheidet, wie sichtbar ein Profil ist. Die Plattform entscheidet, wie Kunden Inhalte entdecken. Die Plattform entscheidet, welche Funktionen verfügbar sind. Die Plattform kontrolliert die Infrastruktur, auf der die gesamte Aufmerksamkeit aufgebaut wurde. Genau deshalb kann Reichweite verschwinden, ohne dass die Qualität der Arbeit schlechter geworden ist.

Das bedeutet nicht, dass Plattformen vermieden werden sollten. Im Gegenteil. Plattformen können fantastische Werkzeuge sein. Sie können Reichweite schaffen, die alleine kaum erreichbar wäre. Sie können Kunden bringen. Sie können Wachstum ermöglichen. Sie können eine hervorragende Grundlage sein, um ein Geschäft aufzubauen. Das Problem entsteht erst dann, wenn das Werkzeug mit dem eigentlichen Geschäft verwechselt wird.



Viele Frauen bauen ihr gesamtes Haus auf einem Grundstück, das ihnen nicht gehört, und wundern sich später, wenn sie keinen Einfluss darauf haben, was mit diesem Grundstück geschieht.

Deshalb halte ich die Zahl 100 % für gefährlicher als jede schlechte Auszahlungsquote, jede Konkurrenz und jede technische Herausforderung. Hundert Prozent Abhängigkeit bedeutet, dass jede Entscheidung eines fremden Unternehmens direkten Einfluss auf die eigene Existenz haben kann. Hundert Prozent Abhängigkeit bedeutet, dass man keine Alternativen besitzt. Hundert Prozent Abhängigkeit bedeutet, dass die eigene Zukunft von Faktoren beeinflusst wird, die man nicht kontrollieren kann.

Die Lösung besteht dabei nicht zwangsläufig darin, eine Plattform zu verlassen. Die Lösung besteht darin, niemals nur eine Plattform zu besitzen. Eine kluge Darstellerin denkt nicht in Entweder-oder-Kategorien. Sie denkt in Absicherung. Sie nutzt Reichweite, während sie gleichzeitig eigene Strukturen aufbaut. Sie nutzt Plattformen, während sie gleichzeitig ihre eigene Marke stärkt. Sie verdient Geld im bestehenden System, während sie parallel Wege schafft, die ihr langfristig mehr Kontrolle ermöglichen. Sie versteht, dass Unabhängigkeit nicht an einem einzigen Tag entsteht, sondern durch viele kleine Entscheidungen, die über Jahre getroffen werden.

Am Ende ist die gefährlichste Zahl dieser Branche nicht 10 %, nicht 20 % und auch nicht 50 %. Die gefährlichste Zahl ist 100 %. Denn sobald hundert Prozent deiner Kunden, deiner Umsätze, deiner Reichweite oder deiner Zukunft von einem einzigen Unternehmen abhängen, besitzt dieses Unternehmen deutlich mehr Kontrolle über dein Leben, als den meisten Menschen bewusst ist. Und genau deshalb beginnt echte Sicherheit nicht mit höheren Einnahmen, sondern mit geringerer Abhängigkeit.



Kapitel 6 – Niemand wird dein Geschäft so ernst nehmen wie du selbst

Eine der wichtigsten Erkenntnisse, die ich im Laufe der Jahre gewonnen habe, ist gleichzeitig eine der unbequemsten. Viele Menschen glauben, dass irgendwann jemand kommt, der sich genauso für ihren Erfolg interessiert wie sie selbst. Dass irgendwann eine Plattform auftaucht, die ihre Interessen dauerhaft schützt. Dass irgendwann ein Manager, ein Agent, ein Portalbetreiber oder ein Unternehmen erscheint, das ihre Zukunft mit derselben Hingabe verfolgt wie sie selbst. Diese Hoffnung ist verständlich. Sie ist menschlich. Sie ist jedoch in den meisten Fällen unrealistisch.

Der Grund dafür ist einfach. Niemand lebt mit den Konsequenzen deiner Entscheidungen außer dir selbst. Niemand wacht morgens auf und muss mit deinem Kontostand leben. Niemand muss deine Rechnungen bezahlen. Niemand muss sich um deine Altersvorsorge kümmern. Niemand muss mit den Folgen einer Sperrung umgehen. Niemand muss nach einer Einkommensquelle suchen, wenn plötzlich ein wichtiger Umsatzkanal wegbricht. Für alle anderen bist du ein Teil ihres Geschäfts. Für dich selbst bist du dein gesamtes Geschäft. Genau deshalb wird niemals jemand dieselbe Priorität auf deine Zukunft legen wie du selbst.

Viele Darstellerinnen erkennen das erst sehr spät. Anfangs wirkt die Branche oft wie eine große Gemeinschaft. Es gibt Ansprechpartner. Es gibt Support-Mitarbeiter. Es gibt Agenturen. Es gibt Plattformen. Es gibt Affiliates. Es gibt Coaches. Es gibt Menschen, die erklären, wie man erfolgreicher wird. Es gibt Menschen, die helfen wollen. Und natürlich gibt es darunter viele ehrliche und engagierte Personen. Dieses Kapitel soll keinesfalls behaupten, dass niemand unterstützen möchte. Das Problem entsteht erst dann, wenn Unterstützung mit Verantwortung verwechselt wird.

Ein Portal kann dir helfen, Kunden zu gewinnen. Eine Agentur kann dir helfen, sichtbarer zu werden. Ein Berater kann dir helfen, Fehler zu vermeiden. Ein Zahlungsanbieter kann dir helfen, Geld zu verarbeiten. Doch keiner dieser Menschen übernimmt die Verantwortung für dein Leben. Sie unterstützen dich bei bestimmten Aufgaben. Die Verantwortung bleibt trotzdem bei dir. Genau an diesem Punkt unterscheiden sich erfolgreiche Unternehmerinnen häufig von Menschen, die dauerhaft abhängig bleiben. Erfolgreiche Unternehmerinnen verstehen, dass Hilfe wertvoll ist, Verantwortung jedoch niemals ausgelagert werden kann.

Viele Frauen machen den Fehler, ihre Zukunft an die Einschätzung anderer Menschen zu koppeln. Sie warten darauf, entdeckt zu werden. Sie warten darauf, gefördert zu werden. Sie warten darauf, dass jemand ihr Potenzial erkennt. Sie warten darauf, dass ein Portal sie auf die Startseite setzt. Sie warten darauf, dass eine Agentur sie größer macht. Sie warten darauf, dass jemand ihnen eine Chance gibt. Das Problem dabei ist nicht, dass solche Chancen niemals existieren. Das Problem besteht darin, dass die Kontrolle über die eigene



Zukunft an andere Menschen abgegeben wird. Wer darauf wartet, ausgewählt zu werden, macht seine Entwicklung von Entscheidungen abhängig, die er nicht selbst treffen kann.

Ich habe im Laufe der Jahre viele außergewöhnlich erfolgreiche Frauen erlebt. Interessanterweise hatten die erfolgreichsten unter ihnen oft eine Eigenschaft gemeinsam. Sie betrachteten Plattformen als Werkzeuge, nicht als Retter. Sie betrachteten Agenturen als Dienstleister, nicht als Heilsbringer. Sie betrachteten Unterstützung als Bonus, nicht als Voraussetzung. Sie verstanden, dass niemand ihr Geschäft für sie aufbauen würde. Genau deshalb bauten sie es selbst auf.

Das bedeutet nicht, dass sie alles allein gemacht haben. Ganz im Gegenteil. Viele von ihnen arbeiteten mit Experten zusammen. Sie nutzten technische Unterstützung. Sie holten sich Rat. Sie delegierten Aufgaben. Der entscheidende Unterschied bestand jedoch darin, dass sie die Verantwortung nie aus der Hand gaben. Sie wussten jederzeit, warum bestimmte Entscheidungen getroffen wurden. Sie verstanden ihre Zahlen. Sie verstanden ihre Einnahmen. Sie verstanden ihre Risiken. Sie verstanden ihre Kunden. Sie verstanden ihr Geschäftsmodell. Dadurch konnten sie Unterstützung nutzen, ohne von ihr abhängig zu werden.

Ein besonders gefährlicher Gedanke in dieser Branche lautet: „Die werden sich schon darum kümmern.“ Dieser Satz taucht in den unterschiedlichsten Formen auf. Die Plattform wird sich schon um die Kunden kümmern. Die Agentur wird sich schon um die Werbung kümmern. Der Zahlungsanbieter wird sich schon um die Abrechnung kümmern. Die Steuerberaterin wird sich schon um die Steuern kümmern. Irgendwann entsteht die Vorstellung, dass andere Menschen die wichtigen Dinge bereits im Griff haben. Oft funktioniert das sogar eine Zeit lang. Doch sobald Probleme auftreten, zeigt sich schnell, wie riskant diese Denkweise sein kann.

Wer seine Zahlen nicht versteht, bemerkt Probleme häufig erst, wenn bereits Geld verloren wurde. Wer seine Verträge nicht versteht, erkennt Risiken oft erst, wenn es zu spät ist. Wer seine Kunden nicht versteht, verliert sie leichter. Wer seine Zahlungswege nicht versteht, ist überrascht, wenn plötzlich Einschränkungen auftreten. Wer sein eigenes Geschäft nicht versteht, ist darauf angewiesen, dass andere Menschen die richtigen Entscheidungen treffen. Und genau das ist eine Position, in der man sich möglichst selten befinden sollte.

Dabei geht es nicht darum, überall Experte werden zu müssen. Niemand muss gleichzeitig Programmierer, Steuerberater, Anwalt, Marketingprofi und Zahlungsverkehrsspezialist sein. Das wäre völlig unrealistisch. Es geht vielmehr darum, die grundlegenden Zusammenhänge zu verstehen. Wer sein Geschäft versteht, erkennt früher, wenn etwas nicht stimmt. Wer sein Geschäft versteht, stellt bessere Fragen. Wer sein Geschäft versteht, trifft bessere Entscheidungen. Wer sein Geschäft versteht, kann Unterstützung gezielt einsetzen, statt ihr blind zu folgen.



Ein weiterer Aspekt, über den selten gesprochen wird, ist die emotionale Bequemlichkeit von Abhängigkeiten. Verantwortung kann anstrengend sein. Verantwortung bedeutet, sich mit unangenehmen Themen auseinanderzusetzen. Verantwortung bedeutet, Risiken zu analysieren. Verantwortung bedeutet, Entscheidungen zu treffen, deren Konsequenzen man selbst tragen muss. Genau deshalb fühlt es sich manchmal angenehmer an, die Verantwortung an andere abzugeben. Kurzfristig kann das sogar entlastend wirken. Langfristig entsteht dadurch jedoch häufig eine Situation, in der andere Menschen deutlich mehr Einfluss auf das eigene Leben besitzen, als eigentlich notwendig wäre.

Die Wahrheit ist, dass niemand deine Karriere, deine Finanzen und deine Zukunft so ernst nehmen wird wie du selbst. Nicht weil andere Menschen böse sind. Nicht weil andere Menschen dir schaden möchten. Sondern weil niemand dieselben Konsequenzen tragen muss wie du. Für ein Unternehmen bist du eine von vielen Darstellerinnen. Für eine Agentur bist du eine von vielen Kundinnen. Für einen Zahlungsanbieter bist du ein Account unter vielen Accounts. Für dich selbst bist du jedoch die einzige Person, die mit allen Folgen deiner Entscheidungen leben muss.

Deshalb ist die wichtigste Aufgabe einer Darstellerin nicht, die perfekte Plattform zu finden. Es ist auch nicht, den perfekten Manager zu finden. Es ist nicht einmal, die perfekten Kunden zu finden. Die wichtigste Aufgabe besteht darin, die Verantwortung für das eigene Geschäft vollständig anzunehmen. Denn in dem Moment, in dem du akzeptierst, dass niemand deine Zukunft stärker schützen wird als du selbst, verändert sich dein Blick auf die gesamte Branche. Du beginnst, kritischer zu denken. Du beginnst, bessere Fragen zu stellen. Du beginnst, langfristiger zu planen. Und genau dort beginnt der Unterschied zwischen jemandem, der auf Plattformen arbeitet, und jemandem, der tatsächlich ein eigenes Geschäft aufbaut.



Kapitel 7 – Der Tag, an dem du gesperrt wirst

Die meisten Darstellerinnen lesen die Nutzungsbedingungen einer Plattform erst dann, wenn bereits ein Problem entstanden ist. Solange alles funktioniert, besteht dafür scheinbar kein Anlass. Die Kunden kommen. Die Umsätze laufen. Die Auszahlungen treffen ein. Das Profil ist sichtbar. Warum sollte man sich mit hunderten Seiten rechtlicher Texte beschäftigen? Genau deshalb trifft eine Sperrung viele Menschen völlig unvorbereitet. Nicht unbedingt, weil sie etwas falsch gemacht haben. Sondern weil sie nie ernsthaft darüber nachgedacht haben, was passiert, wenn der Zugang zu ihrer wichtigsten Einnahmequelle plötzlich verschwindet.

Wenn man mit Darstellerinnen spricht, entsteht häufig der Eindruck, dass Sperrungen vor allem Menschen betreffen, die gegen Regeln verstoßen. Menschen, die Inhalte hochladen, die nicht erlaubt sind. Menschen, die Kunden betrügen. Menschen, die sich bewusst nicht an Vorgaben halten. Natürlich gibt es solche Fälle. Doch wer lange genug in dieser Branche unterwegs ist, wird feststellen, dass die Realität deutlich komplizierter ist. Viele Einschränkungen, Prüfungen und Sperrungen entstehen nicht aus böser Absicht. Sie entstehen durch Missverständnisse. Durch neue Anforderungen. Durch Dokumentationsprobleme. Durch technische Auffälligkeiten. Durch Änderungen bei Banken oder Zahlungsdienstleistern. Durch interne Prüfungen. Durch Beschwerden. Durch Verdachtsmomente. Manchmal sogar durch Fehler.

Genau deshalb ist die Frage nicht, ob du jemals mit einer Überprüfung konfrontiert wirst. Die eigentliche Frage lautet, wie gut du darauf vorbereitet bist, wenn dieser Tag kommt.

Die meisten Menschen beschäftigen sich erst mit Risiken, wenn sie bereits eingetreten sind. Das ist verständlich. Niemand steht morgens auf und denkt darüber nach, wie sich eine Kontosperrung auf das eigene Leben auswirken würde. Niemand plant gerne für Krisen. Niemand möchte sich vorstellen, dass etwas, das seit Jahren funktioniert, plötzlich nicht mehr funktioniert. Doch genau diese Denkweise führt dazu, dass viele Darstellerinnen von Problemen überrascht werden, die eigentlich vorhersehbar waren.

Eine der größten Illusionen dieser Branche besteht darin, zu glauben, dass langjährige Aktivität automatisch Schutz bedeutet. Viele Menschen denken: „Ich arbeite hier seit Jahren. Mir wird schon nichts passieren.“ Oder: „Die kennen mich doch.“ Oder: „Ich habe so viel Umsatz gebracht.“ Das mag alles stimmen. Doch keine dieser Aussagen garantiert, dass zukünftige Prüfungen anders behandelt werden als bei anderen Accounts. Unternehmen arbeiten mit Prozessen. Unternehmen arbeiten mit Richtlinien. Unternehmen arbeiten mit Risikobewertungen. In vielen Fällen spielt die persönliche Geschichte eines Accounts eine deutlich kleinere Rolle, als die Betroffenen später erwarten.



Besonders schwierig wird die Situation, wenn die gesamte wirtschaftliche Existenz an einem einzigen Zugang hängt. Wer mehrere Standbeine besitzt, erlebt eine Sperrung als Problem. Wer nur ein einziges Standbein besitzt, erlebt dieselbe Sperrung häufig als Katastrophe. Genau deshalb sollte man niemals erst dann über Alternativen nachdenken, wenn die Alternativen bereits dringend benötigt werden. Ein Rettungsboot baut man nicht erst in dem Moment, in dem das Schiff Wasser aufnimmt.

Dabei muss eine Sperrung nicht einmal dauerhaft sein, um erheblichen Schaden anzurichten. Schon wenige Tage können problematisch werden. Kunden wandern ab. Stammkunden verlieren Gewohnheiten. Sichtbarkeit sinkt. Rankings verändern sich. Einnahmen brechen weg. Rechnungen laufen weiter. Miete interessiert sich nicht dafür, warum gerade keine Auszahlung kommt. Stromanbieter interessieren sich nicht für interne Prüfungen. Lebenshaltungskosten machen keine Pause, nur weil ein Portal zusätzliche Dokumente verlangt. Genau deshalb sind selbst vorübergehende Einschränkungen oft wesentlich belastender, als viele Menschen zunächst annehmen.

Ein weiterer Punkt, der selten offen angesprochen wird, ist die emotionale Wirkung solcher Situationen. Viele Darstellerinnen identifizieren sich über Jahre mit ihrer Arbeit auf einer Plattform. Das Profil wird Teil der eigenen Identität. Die Kunden werden Teil des Alltags. Die Routine wird vertraut. Wenn dieser Zugang plötzlich eingeschränkt wird, entsteht nicht nur finanzieller Druck. Es entsteht häufig auch das Gefühl von Kontrollverlust. Menschen, die jahrelang aktiv und erfolgreich waren, fühlen sich plötzlich machtlos. Sie warten auf Antworten. Sie warten auf Entscheidungen. Sie warten darauf, dass jemand anderes über ihre Zukunft bestimmt. Genau diese Ohnmacht empfinden viele Betroffene als besonders belastend.

Dabei ist es wichtig, eine unbequeme Wahrheit zu akzeptieren. Plattformen müssen nicht beweisen, dass sie dich brauchen. Du musst vielmehr damit rechnen, dass sie auch ohne dich weiter existieren werden. Das klingt hart, hilft jedoch dabei, die eigene Position realistischer einzuschätzen. Wer glaubt, unersetzbar zu sein, wird von Problemen oft besonders hart getroffen. Wer hingegen versteht, dass jede Plattform ihre eigenen Interessen verfolgt, plant von Anfang an anders. Nicht aus Angst. Sondern aus Vernunft.

Deshalb halte ich die Frage „Was mache ich, wenn ich gesperrt werde?“ für eine der wichtigsten Fragen überhaupt. Interessanterweise wird sie von den wenigsten Menschen gestellt. Stattdessen konzentrieren sich viele auf Umsatzstrategien, Sichtbarkeit, Rankings und neue Kunden. Das alles ist wichtig. Doch keine dieser Strategien beantwortet die Frage, was passiert, wenn die Grundlage plötzlich wegfällt. Wer sich ausschließlich auf Wachstum konzentriert und dabei die Absicherung vergisst, baut häufig ein sehr beeindruckendes Haus ohne Notausgang.

Hinzu kommt, dass Sperrungen nur die sichtbarste Form des Problems darstellen. Nicht jede Krise trägt das Wort „Sperrung“ im Namen. Manchmal verschwinden Kategorien.



Manchmal ändern sich Algorithmen. Manchmal verändern sich Auszahlungsmodelle. Manchmal sinkt die Reichweite. Manchmal wechseln Eigentümer. Manchmal entstehen neue Richtlinien. Manchmal ändern Banken ihre Anforderungen. Die Auswirkungen können ähnlich sein, auch wenn der Account technisch weiterhin existiert. Wer seine Existenz ausschließlich auf ein fremdes System aufgebaut hat, bleibt von all diesen Veränderungen abhängig.

Viele Frauen suchen deshalb nach der Plattform, auf der so etwas niemals passieren wird. Meiner Erfahrung nach ist das die falsche Frage. Die richtige Frage lautet nicht, welche Plattform niemals Probleme verursacht. Die richtige Frage lautet, wie man sein Geschäft so aufbaut, dass Probleme einer einzelnen Plattform nicht die gesamte Existenz gefährden. Denn absolute Sicherheit existiert nicht. Weder in dieser Branche noch irgendwo sonst. Was existiert, ist Risikomanagement. Was existiert, ist Vorbereitung. Was existiert, ist Unabhängigkeit.

Die wichtigste Erkenntnis dieses Kapitels lautet daher: Du solltest niemals erst am Tag deiner Sperrung darüber nachdenken, was du ohne die Plattform tun würdest. Du solltest diese Frage beantworten, solange alles hervorragend läuft. Solange die Umsätze stimmen. Solange die Kunden kommen. Solange keine Probleme sichtbar sind. Denn genau dann hast du die Freiheit, Alternativen aufzubauen, ohne unter Druck zu stehen.

Der gefährlichste Moment in dieser Branche ist nicht der Tag, an dem du gesperrt wirst. Der gefährlichste Moment ist der Tag davor, an dem du noch glaubst, dass es dich niemals treffen wird.



Kapitel 8 – Warum Reichweite nicht dir gehört

Einer der wertvollsten Begriffe im Internet ist Reichweite. Kaum etwas wird so häufig bewundert, verfolgt und angestrebt. Wer Reichweite besitzt, bekommt Aufmerksamkeit. Wer Aufmerksamkeit bekommt, gewinnt Kunden. Wer Kunden gewinnt, erzielt Umsatz. Deshalb verbringen unzählige Menschen Jahre damit, Reichweite aufzubauen. Sie investieren Zeit, Energie, Geld und Kreativität. Sie erstellen Inhalte, beantworten Nachrichten, pflegen Profile, bauen Communities auf und entwickeln Beziehungen zu ihren Kunden. Mit jeder neuen Followerin, mit jedem neuen Fan und mit jedem neuen Stammkunden wächst das Gefühl, etwas Eigenes erschaffen zu haben. Genau an dieser Stelle entsteht jedoch eines der größten Missverständnisse der gesamten Online-Welt. Viele Menschen glauben, dass Reichweite automatisch Besitz bedeutet. Doch Reichweite und Besitz sind nicht dasselbe. Wenn du eine Million Aufrufe auf einer Plattform hast, gehören dir diese Aufrufe nicht. Wenn du zehntausend Follower hast, gehören dir diese Follower nicht. Wenn du hunderttausend Likes gesammelt hast, gehören dir diese Likes nicht. Selbst wenn Kunden jeden Tag deine Inhalte konsumieren, bedeutet das nicht automatisch, dass du die Kontrolle über den Zugang zu diesen Menschen besitzt. Die meisten Darstellerinnen erkennen diesen Unterschied erst dann, wenn sie ihn am dringendsten verstehen müssten. Solange alles funktioniert, wirkt Reichweite wie Eigentum. Du loggst dich ein und deine Community ist da. Deine Kunden sind da. Deine Nachrichten sind da. Deine Inhalte sind da. Es fühlt sich an, als würde all das zu deinem Geschäft gehören. Tatsächlich gehört jedoch in vielen Fällen lediglich der Inhalt dir. Die Infrastruktur gehört jemand anderem. Die Verbindung zwischen dir und deinen Kunden gehört jemand anderem. Die Plattform entscheidet, wann deine Inhalte sichtbar sind, wie Kunden dich finden und welche Funktionen existieren oder verschwinden. Sie kontrolliert die Brücke zwischen dir und den Menschen, die dir folgen. Das ist ein gewaltiger Unterschied.

Stell dir vor, du besitzt ein Geschäft in einer Einkaufsstraße. Jeden Tag kommen tausende Menschen vorbei. Du verdienst gutes Geld. Deine Kunden mögen dich. Alles läuft hervorragend. Nun stell dir vor, jemand anderes besitzt die gesamte Straße. Diese Person entscheidet, ob dein Laden sichtbar bleibt, ob Kunden weiterhin an deinem Geschäft vorbeigehen und welche Regeln gelten. Plötzlich wird deutlich, dass dein Erfolg zwar real ist, deine Kontrolle jedoch begrenzt bleibt. Genau so funktionieren viele Plattformen. Sie stellen die Straße bereit. Sie kontrollieren den Verkehr. Sie kontrollieren die Sichtbarkeit. Sie kontrollieren die Infrastruktur. Und genau deshalb sollte Reichweite niemals mit Sicherheit verwechselt werden. Besonders deutlich wird dieses Problem bei sozialen Netzwerken. Viele Menschen verbringen Jahre damit, Profile aufzubauen. Sie investieren enorme Mengen an Arbeit, produzieren Inhalte, sammeln Follower und bauen Vertrauen auf. Doch am Ende besitzen sie häufig nicht einmal die Möglichkeit, ihre gesamte Community direkt zu



erreichen. Ein Algorithmus entscheidet, wer Beiträge sieht. Ein Algorithmus entscheidet, welche Inhalte bevorzugt werden. Ein Algorithmus entscheidet, wie viel Aufmerksamkeit verteilt wird. Mit anderen Worten: Die Reichweite existiert zwar, ihre Kontrolle liegt jedoch oft woanders. Dasselbe Prinzip findet sich auch auf Cam-Portalen, Content-Plattformen und nahezu allen anderen Systemen dieser Branche wieder. Viele Darstellerinnen betrachten ihre Stammkunden als etwas, das ihnen gehört. Emotional ist das verständlich. Wirtschaftlich ist die Situation jedoch deutlich komplizierter. Solange die Kundenbeziehung ausschließlich über eine Plattform läuft, besitzt die Plattform einen erheblichen Teil der Kontrolle über diese Beziehung. Nicht unbedingt aus Bosheit oder mit schlechten Absichten, sondern weil das Geschäftsmodell genau darauf basiert.

Ein weiterer Fehler besteht darin, Reichweite mit Stabilität zu verwechseln. Wer viele Kunden hat, fühlt sich automatisch sicherer. Das ist nachvollziehbar. Doch die entscheidende Frage lautet nicht, wie viele Menschen dich heute finden können. Die entscheidende Frage lautet, ob diese Menschen dich morgen noch finden können, wenn sich die Rahmenbedingungen verändern. Viele Darstellerinnen erleben irgendwann einen Moment, in dem genau diese Frage plötzlich relevant wird. Ein Profil verliert Sichtbarkeit. Eine Kategorie wird angepasst. Eine Plattform verändert Prioritäten. Ein Algorithmus verhält sich anders als zuvor. Nichts davon muss zwangsläufig existenzbedrohend sein. Dennoch reicht oft schon eine kleine Veränderung aus, um zu zeigen, wie wenig Kontrolle tatsächlich vorhanden ist. Dabei geht es nicht darum, Plattformen schlechtzureden. Plattformen können fantastische Werkzeuge sein. Sie können Reichweite schaffen, die man alleine niemals erreichen würde. Sie können Kunden bringen, die man sonst nie gefunden hätte. Sie können Wachstum beschleunigen. Sie können Karrieren ermöglichen. Das Problem beginnt erst dann, wenn die Plattform selbst mit dem Geschäft verwechselt wird. Eine Plattform ist ein Werkzeug. Dein Geschäft ist etwas anderes. Viele Menschen bauen ihre gesamte Zukunft auf Reichweite auf, die ihnen nicht gehört. Sie investieren tausende Stunden in fremde Systeme und vergessen dabei, eigene Strukturen aufzubauen. Sie sammeln Follower, aber keine Unabhängigkeit. Sie sammeln Aufmerksamkeit, aber keine Kontrolle. Sie sammeln Reichweite, aber keinen Besitz.

Genau deshalb sind eigene Strukturen so wertvoll. Eine eigene Webseite gehört dir. Deine eigene Marke gehört dir. Deine eigene Datenbank gehört dir. Deine eigenen Prozesse gehören dir. Deine eigenen Entscheidungen gehören dir. Natürlich bringt das zusätzliche Verantwortung mit sich. Natürlich ist es einfacher, sich ausschließlich auf Plattformen zu verlassen. Doch genau diese Bequemlichkeit ist oft der Grund, warum Menschen jahrelang in einer Abhängigkeit bleiben, die ihnen gar nicht bewusst ist. Die Wahrheit ist unbequem. Viele Darstellerinnen besitzen deutlich weniger von ihrem Geschäft, als sie glauben. Sie besitzen ihre Persönlichkeit. Sie besitzen ihre Inhalte. Sie besitzen ihre Fähigkeiten. Doch die Verbindung zwischen diesen Fähigkeiten und den Kunden läuft häufig über Systeme, die sie nicht kontrollieren können. Genau deshalb ist Reichweite allein kein Vermögenswert. Erst wenn Reichweite in Strukturen überführt wird, die man selbst kontrolliert, entsteht echte



Sicherheit. Die wichtigste Erkenntnis dieses Kapitels lautet daher: Reichweite ist wertvoll. Reichweite kann Leben verändern. Reichweite kann Karrieren aufbauen. Reichweite kann enormen Umsatz erzeugen. Doch Reichweite ist nur dann wirklich sicher, wenn du auch die Kontrolle über den Zugang zu dieser Reichweite besitzt. Alles andere ist geliehene Aufmerksamkeit. Und geliehene Aufmerksamkeit kann jederzeit zurückgefordert werden.



Kapitel 9 – Die Plattform wird immer zuerst an sich denken

Es gibt einen Satz, den viele Darstellerinnen irgendwann hören, aber nur wenige wirklich verstehen: „Das ist eine geschäftliche Entscheidung.“ Auf den ersten Blick klingt dieser Satz harmlos. Neutral. Sachlich. Fast schon vernünftig. Doch hinter diesen Worten verbirgt sich eine Realität, die viele Menschen erst dann begreifen, wenn sie selbst von ihr betroffen sind. Denn wenn ein Unternehmen sagt, dass etwas eine geschäftliche Entscheidung ist, bedeutet das nicht, dass die Entscheidung für alle Beteiligten sinnvoll oder fair sein muss. Es bedeutet lediglich, dass sie aus Sicht des Unternehmens sinnvoll erscheint. Genau deshalb sollte jede Darstellerin verstehen, dass eine Plattform immer zuerst an sich selbst denken wird. Nicht weil sie böse ist. Nicht weil sie ihre Models hasst. Nicht weil sie bewusst Schaden anrichten möchte. Sondern weil sie genau dafür geschaffen wurde. Unternehmen existieren nicht, um Darstellerinnen Sicherheit zu geben. Unternehmen existieren nicht, um Träume zu erfüllen. Unternehmen existieren nicht, um Loyalität zu belohnen. Unternehmen existieren, um ihre eigenen Interessen zu verfolgen. Solange diese Interessen mit den Interessen der Darstellerinnen übereinstimmen, funktioniert die Zusammenarbeit hervorragend. Doch sobald sich diese Interessen voneinander entfernen, zeigt sich sehr schnell, auf welcher Seite die tatsächliche Entscheidungsgewalt liegt.

Viele Frauen beginnen ihre Karriere auf einer Plattform und entwickeln im Laufe der Jahre eine emotionale Bindung zu diesem System. Das ist vollkommen nachvollziehbar. Schließlich verbringen sie dort einen erheblichen Teil ihres Lebens. Sie bauen Kundenbeziehungen auf. Sie erleben Erfolge. Sie verdienen Geld. Sie entwickeln Routinen. Manche kennen sogar Mitarbeiter persönlich. Irgendwann entsteht das Gefühl, Teil von etwas Größerem zu sein. Genau an diesem Punkt wird jedoch häufig vergessen, dass die Plattform und die Darstellerin trotz aller gemeinsamen Interessen unterschiedliche Ziele verfolgen. Die Darstellerin möchte ein stabiles Einkommen, Planungssicherheit und möglichst viel Kontrolle über ihre Zukunft. Die Plattform möchte Wachstum, Gewinn, Risikominimierung und langfristige Stabilität des Unternehmens. Oft überschneiden sich diese Ziele. Doch sie sind nicht identisch. Und genau deshalb kommt es immer wieder zu Situationen, in denen Entscheidungen getroffen werden, die für das Unternehmen logisch erscheinen, für einzelne Darstellerinnen jedoch erhebliche Nachteile mit sich bringen.

Besonders deutlich wird dies bei Veränderungen von Regeln und Richtlinien. Solange eine Regel den eigenen Arbeitsalltag nicht beeinflusst, wird sie oft kaum wahrgenommen. Ändert sich jedoch etwas, das direkten Einfluss auf Inhalte, Sichtbarkeit oder Einnahmen hat, reagieren viele Menschen überrascht. Plötzlich wird diskutiert, warum eine Plattform bestimmte Entscheidungen trifft. Plötzlich wird nach Fairness gefragt. Plötzlich wird erwartet, dass langjährige Leistung berücksichtigt wird. Doch Unternehmen betrachten solche Fragen



häufig aus einer völlig anderen Perspektive. Sie analysieren Risiken. Sie analysieren rechtliche Entwicklungen. Sie analysieren Anforderungen von Banken, Zahlungsdienstleistern oder Geschäftspartnern. Sie treffen Entscheidungen auf Grundlage wirtschaftlicher Überlegungen. Dabei kann es durchaus passieren, dass die Interessen einzelner Darstellerinnen in den Hintergrund geraten. Nicht aus Bosheit, sondern weil das Unternehmen in erster Linie die Verantwortung für sich selbst trägt.

Genau hier entsteht häufig die größte Enttäuschung. Viele Frauen glauben, dass jahrelange Loyalität irgendwann zu einer besonderen Stellung führt. Sie glauben, dass hohe Umsätze Schutz bieten. Sie glauben, dass langjährige Zusammenarbeit automatisch bedeutet, dass ihre Interessen bei schwierigen Entscheidungen stärker berücksichtigt werden. Manchmal geschieht das tatsächlich. Oft geschieht es jedoch nicht. Denn aus Sicht eines Unternehmens kann selbst eine sehr erfolgreiche Darstellerin nur ein kleiner Teil eines wesentlich größeren Systems sein. Was für die einzelne Person einen erheblichen Teil ihres Lebens darstellt, erscheint auf Unternehmensebene häufig als eine Zahl unter vielen Zahlen. Diese Erkenntnis mag unangenehm sein, hilft jedoch dabei, die eigene Position realistischer einzuschätzen.

Wer lange genug in dieser Branche unterwegs ist, wird immer wieder beobachten können, wie Plattformen Entscheidungen treffen, die aus Sicht vieler Darstellerinnen unverständlich erscheinen. Kategorien verschwinden. Provisionsmodelle ändern sich. Funktionen werden eingestellt. Auszahlungen verändern sich. Sichtbarkeiten werden neu verteilt. Manchmal werden sogar komplette Geschäftsbereiche aufgegeben. Für die betroffenen Frauen können solche Veränderungen dramatische Auswirkungen haben. Für das Unternehmen handelt es sich häufig lediglich um strategische Anpassungen. Genau deshalb ist es gefährlich, die eigene Zukunft auf die Annahme aufzubauen, dass eine Plattform immer die Interessen ihrer Darstellerinnen priorisieren wird. Das wird sie nicht. Sie wird die Interessen des Unternehmens priorisieren. Alles andere wäre aus ihrer Sicht sogar fahrlässig.

Die wichtigste Erkenntnis dieses Kapitels lautet daher, dass man Plattformen niemals nach ihren Versprechen bewerten sollte, sondern nach ihrer Natur. Die Natur eines Unternehmens besteht darin, wirtschaftliche Interessen zu verfolgen. Das ist weder gut noch schlecht. Es ist schlicht die Realität. Wer diese Realität akzeptiert, hört auf, Sicherheit in der Loyalität einer Plattform zu suchen. Stattdessen beginnt er, Sicherheit in den Dingen zu suchen, die er selbst kontrollieren kann. Und genau dort beginnt echte Unabhängigkeit. Denn am Ende wird eine Plattform immer zuerst an sich denken. Die entscheidende Frage lautet deshalb nicht, ob sie das tun wird. Die entscheidende Frage lautet, wie gut du darauf vorbereitet bist, wenn sie es tut.



Kapitel 10 – Warum du eine eigene Webseite brauchst, auch wenn du glaubst, keine zu brauchen

Wenn ich Darstellerinnen frage, warum sie keine eigene Webseite haben, höre ich immer wieder dieselben Antworten. Die einen sagen, sie hätten dafür keine Zeit. Die anderen sagen, sie hätten keine technischen Kenntnisse. Manche glauben, eine eigene Webseite sei viel zu teuer. Andere sind der Meinung, dass sie diese gar nicht benötigen, weil die Kunden ohnehin über Plattformen kommen. Und einige sagen ganz offen, dass sie sich mit dem Thema erst beschäftigen wollen, wenn sie einmal „groß genug“ dafür sind. Auf den ersten Blick klingen all diese Argumente nachvollziehbar. Tatsächlich habe ich viele davon selbst gehört, lange bevor ich begann, die Branche aus einer anderen Perspektive zu betrachten. Das Problem ist jedoch, dass fast alle diese Argumente auf derselben Annahme beruhen: Dass die Plattformen dauerhaft die Kontrolle über die Kundengewinnung behalten werden und dass dies kein Problem darstellt. Genau diese Annahme halte ich für gefährlich.

Eine eigene Webseite wird von vielen Darstellerinnen als Luxus betrachtet. Als etwas, das man später macht. Als etwas für große Models. Als etwas für Menschen mit enormen Umsätzen. In Wahrheit verhält es sich genau umgekehrt. Eine eigene Webseite ist keine Belohnung für Erfolg. Sie ist ein Werkzeug, um langfristig unabhängiger zu werden. Der größte Irrtum besteht darin zu glauben, dass eine Webseite in erster Linie dazu dient, mehr Geld zu verdienen. Natürlich kann sie das. Doch der eigentliche Wert liegt an einer ganz anderen Stelle. Eine eigene Webseite verschiebt die Kontrolle ein Stück weit zurück zur Darstellerin. Sie sorgt dafür, dass nicht jede Kundenbeziehung ausschließlich über die Infrastruktur eines fremden Unternehmens läuft. Sie sorgt dafür, dass die eigene Marke nicht vollständig von den Entscheidungen anderer Menschen abhängt. Und sie sorgt dafür, dass man beginnt, etwas aufzubauen, das tatsächlich einem selbst gehört.

Viele Frauen unterschätzen, wie ungewöhnlich ihre Situation eigentlich ist. Stell dir einen Friseur vor, der sein gesamtes Geschäft in einem gemieteten Raum betreibt, den er jederzeit ohne Vorwarnung verlieren könnte. Stell dir ein Restaurant vor, das keine eigene Adresse besitzt und dessen Gäste ausschließlich über einen einzigen Vermittler kommen. Stell dir einen Händler vor, dessen gesamter Kundenstamm von einer Plattform kontrolliert wird, die jederzeit entscheiden kann, wer sichtbar ist und wer nicht. In nahezu jeder anderen Branche würden Menschen sofort erkennen, wie riskant eine solche Konstruktion ist. In der Erotikbranche wird sie jedoch oft als normal betrachtet. Vielleicht, weil viele Plattformen so groß geworden sind. Vielleicht, weil sich die meisten Menschen nie ernsthaft mit Alternativen beschäftigen. Vielleicht aber auch, weil es bequem ist, die Verantwortung für bestimmte Bereiche an andere abzugeben.



Dabei bedeutet eine eigene Webseite keineswegs, dass man Plattformen verlassen muss. Genau hier entsteht häufig ein Missverständnis. Viele Menschen denken in Extremen. Entweder Plattform oder eigene Seite. Entweder Reichweite oder Unabhängigkeit. Entweder Kundengewinnung oder Kontrolle. Tatsächlich sind diese Gegensätze künstlich. Die klügsten Unternehmerinnen, die ich im Laufe der Jahre kennengelernt habe, haben Plattformen genutzt und gleichzeitig eigene Strukturen aufgebaut. Sie haben die Reichweite fremder Systeme genutzt, um ihre eigene Marke zu stärken. Sie haben Kunden dort abgeholt, wo diese bereits waren, ohne dabei zu vergessen, dass langfristige Sicherheit etwas anderes ist als kurzfristige Sichtbarkeit. Genau deshalb sollte eine eigene Webseite nicht als Ersatz für Plattformen betrachtet werden, sondern als Ergänzung. Als zweite Säule. Als Absicherung. Als Fundament, das bestehen bleibt, auch wenn sich die Umgebung verändert.

Ein weiterer Punkt, über den erstaunlich selten gesprochen wird, ist die Frage, wem die Marke eigentlich gehört. Viele Darstellerinnen investieren Jahre ihres Lebens in den Aufbau ihrer Bekanntheit. Sie erstellen Inhalte. Sie beantworten Nachrichten. Sie pflegen Kundenbeziehungen. Sie entwickeln Wiedererkennungswert. Sie erschaffen etwas, das Menschen mit ihrem Namen verbinden. Doch häufig findet dieser gesamte Markenaufbau innerhalb von Plattformen statt, die selbst ebenfalls eine Marke aufbauen. Das führt dazu, dass Kunden sich oft stärker an die Plattform erinnern als an die Person, die die eigentliche Arbeit geleistet hat. Eine eigene Webseite verändert diese Dynamik. Plötzlich steht die Darstellerin im Mittelpunkt. Nicht als Profil innerhalb eines Systems, sondern als eigenständige Marke. Das mag zunächst wie ein kleiner Unterschied wirken. Langfristig kann dieser Unterschied jedoch enorm sein.

Natürlich bringt eine eigene Webseite auch Verantwortung mit sich. Man muss sich mit Themen beschäftigen, die auf Plattformen oft im Hintergrund laufen. Technik. Hosting. Inhalte. Rechtliches. Datenschutz. Zahlungsabwicklung. Marketing. All diese Dinge kosten Zeit und Energie. Genau deshalb verzichten viele Menschen darauf. Doch die entscheidende Frage lautet nicht, ob eine eigene Webseite Arbeit macht. Die entscheidende Frage lautet, ob die Bequemlichkeit der Gegenwart die Risiken der Zukunft rechtfertigt. Denn jedes Problem, das eine Plattform für dich löst, erhöht gleichzeitig ein Stück weit deine Abhängigkeit von dieser Plattform. Das bedeutet nicht, dass diese Dienstleistungen keinen Wert hätten. Es bedeutet lediglich, dass Bequemlichkeit immer ihren Preis hat. Manchmal wird dieser Preis in Geld bezahlt. Manchmal wird er in Form von Kontrolle bezahlt.

Die wichtigste Erkenntnis dieses Kapitels lautet daher, dass eine eigene Webseite weit mehr ist als eine technische Spielerei oder ein zusätzlicher Vertriebskanal. Sie ist ein Symbol für Eigenverantwortung. Sie ist ein Schritt in Richtung Unabhängigkeit. Sie ist die Entscheidung, nicht sämtliche Kontrolle über die eigene Zukunft an fremde Unternehmen abzugeben. Niemand behauptet, dass dadurch alle Probleme verschwinden. Niemand behauptet, dass eine Webseite automatisch Erfolg garantiert. Doch sie schafft etwas, das keine Plattform der Welt dauerhaft garantieren kann: einen Ort, der dir gehört. Einen Ort, dessen Regeln du



bestimmst. Einen Ort, an dem deine Marke im Mittelpunkt steht. Und einen Ort, der nicht verschwindet, nur weil irgendwo eine Geschäftsentscheidung getroffen wurde, auf die du keinen Einfluss hast. Genau deshalb braucht man eine eigene Webseite oft am dringendsten in dem Moment, in dem man glaubt, keine zu brauchen.



Kapitel 11 – Die Wahrheit über Unabhängigkeit

Wenn Menschen von Unabhängigkeit sprechen, entsteht häufig ein sehr romantisches Bild. Viele stellen sich vor, dass Unabhängigkeit bedeutet, niemandem Rechenschaft schuldig zu sein. Keine Regeln. Keine Vorgaben. Keine Plattformen. Keine Verpflichtungen. Einfach völlige Freiheit. Gerade in der Erotikbranche wird dieses Bild gerne verkauft. Arbeite wann du willst. Arbeite wo du willst. Sei dein eigener Chef. Bestimme selbst über dein Leben. Diese Aussagen sind nicht einmal grundsätzlich falsch. Sie erzählen lediglich nur einen kleinen Teil der Geschichte. Denn echte Unabhängigkeit hat erstaunlich wenig mit Freiheit zu tun und sehr viel mit Verantwortung.

Viele Darstellerinnen glauben, sie seien unabhängig, weil sie selbst entscheiden können, wann sie online gehen. Sie glauben, sie seien unabhängig, weil sie keinen klassischen Arbeitgeber haben. Sie glauben, sie seien unabhängig, weil niemand morgens kontrolliert, ob sie pünktlich erscheinen. Doch wenn das gesamte Einkommen von einer einzigen Plattform abhängt, wenn jede wichtige Geschäftsentscheidung von einem fremden Unternehmen beeinflusst werden kann und wenn die eigene Existenz jederzeit von Änderungen abhängig ist, die man selbst nicht kontrolliert, dann handelt es sich häufig eher um eine andere Form der Abhängigkeit als um echte Unabhängigkeit. Sie fühlt sich angenehmer an als ein klassischer Job. Sie bietet mehr Freiheiten. Doch Freiheit und Unabhängigkeit sind nicht dasselbe.

Im Laufe der Jahre habe ich viele Frauen kennengelernt, die enorme Umsätze erzielt haben. Manche verdienten Beträge, von denen andere Menschen nur träumen können. Nach außen wirkten sie erfolgreich. Nach außen wirkten sie frei. Nach außen wirkten sie unabhängig. Doch sobald man etwas tiefer blickte, zeigte sich oft ein anderes Bild. Viele von ihnen waren vollständig von einzelnen Plattformen abhängig. Sie waren abhängig von Algorithmen. Sie waren abhängig von Rankings. Sie waren abhängig von Sichtbarkeiten. Sie waren abhängig von Regeln, die sie nicht selbst festgelegt hatten. Die Umsätze waren hoch, die Kontrolle jedoch gering. Und genau deshalb sollte Umsatz niemals mit Unabhängigkeit verwechselt werden.

Echte Unabhängigkeit beginnt nicht mit Geld. Sie beginnt mit Kontrolle. Kontrolle über die eigene Marke. Kontrolle über die eigenen Entscheidungen. Kontrolle über die eigenen Kundenbeziehungen. Kontrolle über die eigene Zukunft. Natürlich wird niemand jemals vollständige Kontrolle besitzen. Jede Unternehmerin ist von äußeren Faktoren abhängig. Von Gesetzen. Von wirtschaftlichen Entwicklungen. Von Kunden. Von Technologien. Vollkommene Unabhängigkeit existiert nicht. Doch zwischen völliger Abhängigkeit und maximal möglicher Kontrolle liegt ein gewaltiger Unterschied. Genau in diesem Bereich



bewegen sich die Entscheidungen, die langfristig über Stabilität oder Unsicherheit entscheiden.

Ein weiterer Irrtum besteht darin, zu glauben, dass Unabhängigkeit an einem einzigen Tag entsteht. Viele Menschen suchen nach dem großen Wendepunkt. Nach dem einen Moment, in dem plötzlich alles anders wird. Nach der perfekten Plattform. Nach der perfekten Webseite. Nach der perfekten Geschäftsidee. Die Realität ist wesentlich unspektakulärer. Unabhängigkeit entsteht durch viele kleine Entscheidungen, die über Jahre hinweg getroffen werden. Sie entsteht, wenn man beginnt, Verantwortung für Themen zu übernehmen, die andere Menschen gerne auslagern würden. Sie entsteht, wenn man Risiken ernst nimmt, bevor sie zu Problemen werden. Sie entsteht, wenn man Alternativen aufbaut, während noch alles funktioniert. Sie entsteht, wenn man langfristig denkt, obwohl kurzfristige Lösungen oft verlockender erscheinen.

Deshalb richtet sich dieses Buch auch nicht gegen Plattformen. Das war nie das Ziel. Plattformen können wertvolle Werkzeuge sein. Sie können Reichweite schaffen. Sie können Kunden bringen. Sie können Karrieren ermöglichen. Viele Darstellerinnen hätten ohne sie niemals ihren ersten Kunden gewonnen. Das eigentliche Problem entsteht erst dann, wenn aus einem Werkzeug eine Abhängigkeit wird. Ein Hammer ist ein nützliches Werkzeug. Niemand würde jedoch sein gesamtes Haus auf einem Hammer aufbauen. Genau so sollten Plattformen betrachtet werden. Als Hilfsmittel. Als Werkzeuge. Als Möglichkeiten. Nicht als Fundament der eigenen Existenz.

Vielleicht ist das die wichtigste Lektion, die ich in all den Jahren gelernt habe. Die erfolgreichsten Menschen in dieser Branche waren nicht zwangsläufig diejenigen mit den höchsten Umsätzen. Es waren häufig diejenigen, die verstanden haben, dass Sicherheit nicht durch Größe entsteht, sondern durch Kontrolle. Sie haben Plattformen genutzt, ohne sich vollständig von ihnen abhängig zu machen. Sie haben Chancen genutzt, ohne ihre gesamte Zukunft darauf aufzubauen. Sie haben verstanden, dass Reichweite wertvoll ist, Besitz jedoch wertvoller sein kann. Und sie haben erkannt, dass niemand ihre Karriere so ernst nehmen wird wie sie selbst.

Wenn du aus diesem Buch nur eine einzige Erkenntnis mitnimmst, dann wünsche ich mir, dass es diese ist: Baue niemals dein gesamtes Leben auf etwas auf, das dir nicht gehört. Nutze Plattformen. Nutze Reichweite. Nutze Möglichkeiten. Nutze alles, was dir beim Wachstum hilft. Aber vergiss niemals, parallel etwas Eigenes aufzubauen. Etwas, das bleibt. Etwas, das du kontrollierst. Etwas, das nicht von der nächsten Richtlinienänderung, dem nächsten Eigentümerwechsel oder der nächsten Geschäftsentscheidung eines fremden Unternehmens abhängig ist. Denn am Ende des Tages geht es nicht darum, die perfekte Plattform zu finden. Es geht darum, irgendwann an einen Punkt zu gelangen, an dem keine einzelne Plattform mehr über deine Zukunft entscheiden kann.



Vielleicht wirst du dieses Ziel nie vollständig erreichen. Die Wahrheit ist, dass die wenigsten Menschen jemals vollkommen unabhängig werden. Doch das muss auch gar nicht das Ziel sein. Schon ein Stück mehr Kontrolle. Schon ein Stück mehr Eigenständigkeit. Schon ein Stück mehr Sicherheit kann einen gewaltigen Unterschied machen. Genau deshalb beginnt Unabhängigkeit nicht mit einer Webseite, nicht mit einem Zahlungsanbieter und nicht mit einer Plattform. Sie beginnt mit einer Entscheidung. Der Entscheidung, die Verantwortung für die eigene Zukunft nicht länger vollständig an andere Menschen abzugeben. Und genau diese Entscheidung kann dir keine Plattform der Welt abnehmen.



Kapitel 12 – Was ich heute anders machen würde

Wenn ich heute noch einmal ganz von vorne anfangen müsste, würde ich vieles anders machen. Nicht, weil meine Entscheidungen damals grundsätzlich falsch waren. Nicht, weil ich meine Vergangenheit bereue. Und auch nicht, weil die Plattformen, auf denen ich gearbeitet habe, mir nichts gebracht hätten. Tatsächlich haben mir viele dieser Plattformen überhaupt erst die Möglichkeit gegeben, Erfahrungen zu sammeln, Kunden kennenzulernen und zu verstehen, wie diese Branche funktioniert. Ohne sie wäre ich wahrscheinlich niemals dort gelandet, wo ich heute stehe. Trotzdem gibt es einen gewaltigen Unterschied zwischen dem, was ich damals geglaubt habe, und dem, was ich heute weiß. Als ich anfang, dachte ich wie viele andere Frauen, dass Leistung automatisch belohnt wird. Ich glaubte, dass harte Arbeit irgendwann zwangsläufig zu mehr Sicherheit führt. Ich glaubte, dass Loyalität einen Wert besitzt. Ich glaubte, dass Menschen erkennen würden, wer sich wirklich engagiert. Und ich glaubte, dass Erfolg automatisch bedeutet, dass man sich langfristig eine stabile Zukunft aufbaut. Heute weiß ich, dass diese Dinge zwar manchmal zusammen auftreten, aber keineswegs dasselbe sind. Man kann unglaublich erfolgreich sein und trotzdem vollständig von Entscheidungen abhängig bleiben, die andere Menschen treffen. Man kann hohe Umsätze erzielen und trotzdem keine Kontrolle besitzen. Man kann jahrelang alles richtig machen und trotzdem feststellen, dass die eigene Zukunft auf einem Fundament aufgebaut wurde, das einem nie wirklich gehört hat.

Wenn ich heute neu starten würde, würde ich von Anfang an anders auf Plattformen schauen. Früher habe ich Plattformen vor allem als Chance betrachtet. Dort waren die Kunden, dort war die Reichweite, dort war das Geld. Also konzentrierte ich mich darauf, innerhalb dieser Systeme möglichst erfolgreich zu werden. Ich wollte sichtbarer werden, bessere Rankings erreichen, mehr Kunden gewinnen und meine Umsätze steigern. Rückblickend war das auch nicht falsch. Was jedoch gefehlt hat, war die Frage nach der Kontrolle. Ich habe viel Zeit damit verbracht, innerhalb fremder Systeme erfolgreich zu werden, statt gleichzeitig eigene Strukturen aufzubauen. Heute würde ich mir deutlich früher die Frage stellen, wem mein Geschäft eigentlich gehört. Wem gehören die Kunden? Wem gehört die Reichweite? Wem gehören die Daten? Wem gehört die Infrastruktur? Und vor allem: Was bleibt übrig, wenn die Plattform eines Tages nicht mehr existiert oder entscheidet, andere Wege zu gehen? Damals wirkten solche Fragen weit entfernt. Heute halte ich sie für wichtiger als nahezu jede Umsatzstatistik.

Eine der größten Veränderungen wäre deshalb, dass ich niemals wieder zulassen würde, dass hundert Prozent meiner beruflichen Existenz von einer einzigen Plattform abhängen. Wenn etwas gut läuft, entsteht schnell das Gefühl, dass man sich um solche Dinge später kümmern kann. Genau so denken viele Menschen. Solange die Kunden kommen, solange



die Auszahlungen funktionieren und solange die Zahlen stimmen, erscheint es unnötig, zusätzliche Arbeit in Alternativen zu investieren. Heute sehe ich das genau umgekehrt. Der beste Zeitpunkt, um unabhängiger zu werden, ist der Moment, in dem man noch nicht darauf angewiesen ist. Der beste Zeitpunkt, um ein zweites Standbein aufzubauen, ist der Moment, in dem das erste hervorragend funktioniert. Der beste Zeitpunkt, um über die Zukunft nachzudenken, ist der Moment, in dem die Gegenwart stabil erscheint. Viele Menschen warten mit solchen Entscheidungen, bis bereits ein Problem entstanden ist. Dann stehen sie unter Druck. Dann müssen Lösungen schnell gefunden werden. Dann fehlt häufig die Zeit, Dinge sauber aufzubauen. Genau deshalb würde ich heute deutlich früher damit beginnen, mehrere Einkommensquellen aufzubauen, eigene Strukturen zu schaffen und dafür zu sorgen, dass kein einzelnes Unternehmen jemals wieder die Macht besitzt, über meine gesamte berufliche Zukunft zu entscheiden.

Ich würde außerdem viel früher verstehen wollen, wie die Dinge hinter den Kulissen funktionieren. Früher habe ich viele Prozesse einfach akzeptiert. Die Zahlungsabwicklung lief im Hintergrund. Die Abrechnungen kamen regelmäßig. Die technischen Systeme funktionierten. Solange das Geld ankam, erschien es unnötig, sich tiefer mit diesen Themen zu beschäftigen. Heute weiß ich, dass genau dort häufig die wichtigsten Informationen verborgen liegen. Ich würde früher verstehen wollen, wie Zahlungsdienstleister arbeiten, welche Risiken existieren, warum bestimmte Regeln entstehen und weshalb manche Entscheidungen getroffen werden. Nicht, weil jeder Mensch Experte für Banken, Technik oder Zahlungsverkehr werden muss. Sondern weil Wissen immer Kontrolle schafft. Wer versteht, wie sein eigenes Geschäft funktioniert, erkennt Risiken früher, stellt bessere Fragen und trifft bessere Entscheidungen. Wer alles blind anderen überlässt, bemerkt Probleme oft erst dann, wenn sie bereits teuer geworden sind.

Eine Erfahrung hat meinen Blick auf die Branche dabei besonders stark geprägt. Damals arbeitete ich auf einer Plattform, die ich wirklich mochte. Ich habe dort nicht einfach nur ein Profil betrieben und gelegentlich gearbeitet. Ich habe mich engagiert. Ich habe Zeit investiert. Ich habe Kunden aufgebaut. Ich habe mich angestrengt. Nach allen messbaren Kriterien gehörte ich zu den erfolgreichsten Darstellerinnen auf dieser Plattform. Umsatz, Onlinezeit und Kundenzufriedenheit sprachen eine klare Sprache. Irgendwann fragte ich nach einer engeren Zusammenarbeit und ging davon aus, dass Leistung dabei eine entscheidende Rolle spielen würde. Rückblickend war das vermutlich eine sehr naive Vorstellung. Die Antwort, die ich erhielt, zeigte mir etwas, das ich damals noch nicht verstanden hatte. Unternehmen treffen Entscheidungen nicht zwangsläufig danach, wer am meisten arbeitet, wer die meisten Kunden begeistert oder wer die besten Ergebnisse erzielt. Menschen treffen Entscheidungen anhand ihrer eigenen Kriterien, ihrer eigenen Vorstellungen und ihrer eigenen Interessen. Damals war ich enttäuscht. Heute bin ich dankbar für diese Erfahrung. Nicht, weil sie angenehm war. Sondern weil sie mir etwas gezeigt hat, das ich auf keinem Portal der Welt hätte lernen können. Man kann Platz eins sein und trotzdem austauschbar bleiben. Man kann hervorragende Ergebnisse liefern und



trotzdem keine Kontrolle besitzen. Ich hatte Reichweite aufgebaut, aber sie gehörte mir nicht. Ich hatte Kunden aufgebaut, aber sie gehörten mir nicht. Ich hatte ein Geschäft aufgebaut, dessen Fundament letztendlich auf Entscheidungen anderer Menschen beruhte. Diese Erkenntnis war unangenehm, aber sie hat meinen Blick auf die gesamte Branche verändert.

Wenn ich heute noch einmal beginnen würde, würde ich deshalb nicht mehr versuchen, für Plattformen unersetzbar zu werden. Früher dachte ich, genau das sei das Ziel. Heute halte ich das für den falschen Ansatz. Die Wahrheit ist, dass nahezu jeder ersetzbar ist. Früher oder später kommt jemand Neues. Früher oder später ändern sich Prioritäten. Früher oder später werden Entscheidungen getroffen, die außerhalb des eigenen Einflussbereichs liegen. Statt meine Energie darauf zu verwenden, für fremde Unternehmen möglichst wichtig zu werden, würde ich meine Energie darauf verwenden, die Abhängigkeit von diesen Unternehmen Schritt für Schritt zu reduzieren. Das bedeutet nicht, Plattformen abzulehnen. Es bedeutet nicht, Chancen nicht zu nutzen. Es bedeutet lediglich, sich bewusst zu machen, dass die eigene Zukunft niemals vollständig in den Händen anderer liegen sollte. Denn die größte Veränderung meiner Karriere war nicht der Tag, an dem ich die meisten Kunden hatte. Es war nicht der Tag, an dem ich den höchsten Umsatz erzielt habe. Es war nicht der Tag, an dem ich die größte Reichweite hatte. Die größte Veränderung begann in dem Moment, in dem ich verstanden habe, dass ich aufhören muss, fremde Unternehmen zu meinem Plan A zu machen. Genau dort begann für mich der Weg in Richtung echter Unabhängigkeit.



Persönliches Nachwort

Wenn du bis hierhin gelesen hast, dann hast du wahrscheinlich bereits gemerkt, dass dieses Buch nicht aus der Perspektive eines Außenstehenden geschrieben wurde. Es wurde nicht von jemandem geschrieben, der ein paar Monate in der Branche verbracht hat, ein paar Interviews geführt hat und daraus seine Schlüsse zieht. Es wurde auch nicht von jemandem geschrieben, der versucht, dir einen Kurs, ein Coaching oder irgendeine Wunderlösung zu verkaufen. Dieses Buch wurde von einer Frau geschrieben, die selbst viele Jahre Teil dieser Welt war. Von einer Frau, die Erfolge erlebt hat, Fehler gemacht hat, Menschen vertraut hat, enttäuscht wurde, Chancen genutzt hat und Dinge viel zu spät verstanden hat. Vielleicht ist genau das der Grund, warum mir dieses Thema so wichtig geworden ist.

Wenn ich auf die vergangenen Jahre zurückblicke, dann denke ich nicht zuerst an Umsätze. Ich denke nicht zuerst an Rankings. Ich denke nicht zuerst an Plattformen. Ich denke an Menschen. An Darstellerinnen, die unglaublich hart gearbeitet haben und trotzdem immer wieder das Gefühl hatten, auf der Stelle zu treten. An Frauen, die sich für Portale aufgeopfert haben, als würden sie für ihr eigenes Unternehmen arbeiten, obwohl sie in Wirklichkeit für ein System gearbeitet haben, das ihnen nie wirklich gehörte. An Frauen, die jahrelang loyal waren und irgendwann feststellen mussten, dass Loyalität nicht automatisch auf Gegenseitigkeit beruht. An Frauen, die alles auf eine Karte gesetzt haben und später erleben mussten, wie diese Karte plötzlich aus dem Spiel genommen wurde. Viele dieser Geschichten waren vermeidbar. Nicht, weil die Frauen dumm gewesen wären. Ganz im Gegenteil. Viele von ihnen waren fleißig, engagiert und talentiert. Das eigentliche Problem war häufig, dass ihnen niemand die unbequemen Fragen gestellt hat.

Ich selbst habe über die Jahre Dinge erlebt, die mich geprägt haben. Manche davon waren positiv. Andere waren enttäuschend. Einige haben mich wütend gemacht. Einige haben mich motiviert. Vor allem aber haben sie mir gezeigt, wie diese Branche tatsächlich funktioniert, wenn man lange genug dabei bleibt. Anfangs sieht man meistens nur die Oberfläche. Man sieht die Werbung. Man sieht die Erfolgsgeschichten. Man sieht die Models, die scheinbar alles richtig gemacht haben. Man sieht die Portale, die Wachstum versprechen. Man sieht die Chancen. Erst mit den Jahren beginnt man, die Mechanismen dahinter zu erkennen. Man beginnt zu verstehen, wer welche Interessen verfolgt. Man beginnt zu verstehen, warum bestimmte Entscheidungen getroffen werden. Und man beginnt zu verstehen, dass viele Dinge, die persönlich wirken, in Wahrheit wirtschaftliche Entscheidungen sind.

Ich habe in meinem Leben viele Fehler gemacht. Wahrscheinlich mehr, als ich in diesem Buch überhaupt erwähnt habe. Ich habe Menschen vertraut, denen ich nicht hätte vertrauen sollen. Ich habe Chancen ignoriert, die ich hätte nutzen sollen. Ich habe mich auf Dinge verlassen, die sich später als deutlich weniger stabil herausgestellt haben, als ich glaubte. Und ich habe viel zu lange gedacht, dass Leistung automatisch zu Sicherheit führt. Wenn dieses Buch einen roten Faden hat, dann vielleicht genau diesen: Leistung ist wichtig. Sehr



wichtig sogar. Ohne Leistung wird langfristig wenig funktionieren. Aber Leistung allein schützt niemanden vor Abhängigkeit. Leistung allein schützt niemanden vor schlechten Entscheidungen anderer Menschen. Leistung allein schützt niemanden vor Veränderungen. Genau deshalb reicht es nicht, einfach nur gut in dem zu sein, was man tut. Man muss auch verstehen, in welchem System man sich bewegt.

Vielleicht wirkt manches in diesem Buch kritisch. Das liegt nicht daran, dass ich Plattformen hasse. Tatsächlich habe ich vielen Plattformen eine Menge zu verdanken. Ohne sie hätte ich viele Erfahrungen nie gemacht. Ohne sie hätte ich viele Kunden nie kennengelernt. Ohne sie hätte ich wahrscheinlich nie gelernt, wie groß diese Branche wirklich ist. Aber genau weil ich so lange Teil dieser Welt war, halte ich Ehrlichkeit für wichtiger als Werbung. Die Branche braucht meiner Meinung nach nicht noch mehr Menschen, die erzählen, wie einfach alles ist. Sie braucht nicht noch mehr Menschen, die ausschließlich über Geld sprechen. Sie braucht Menschen, die auch über Risiken sprechen. Über Abhängigkeiten. Über Kontrolle. Über die Dinge, die oft erst sichtbar werden, wenn bereits Probleme entstanden sind.

Wenn ich heute einer Frau einen einzigen Rat geben müsste, dann wäre es vermutlich dieser: Baue etwas auf, das dir gehört. Das muss nicht sofort eine große Webseite sein. Das muss nicht sofort ein eigenes Unternehmen sein. Das muss nicht einmal sofort perfekt sein. Aber beginne damit, Schritt für Schritt etwas Eigenes aufzubauen. Etwas, das bleibt. Etwas, das nicht verschwindet, weil irgendwo jemand eine neue Richtlinie einführt. Etwas, das nicht von den Entscheidungen fremder Unternehmen abhängig ist. Denn genau dort entsteht langfristig die Sicherheit, nach der so viele Menschen suchen.

Zum Schluss möchte ich noch etwas sagen, das mir persönlich wichtig ist. Du musst nicht alles genauso sehen wie ich. Du musst nicht jeder Meinung in diesem Buch zustimmen. Vielleicht hast du völlig andere Erfahrungen gemacht. Vielleicht arbeitest du auf einer Plattform, die dich großartig unterstützt. Vielleicht hast du nie Probleme erlebt. Vielleicht wird das auch in Zukunft so bleiben. Das würde mich ehrlich freuen. Dieses Buch soll niemanden davon überzeugen, dass alles schlecht ist. Es soll lediglich dazu einladen, genauer hinzusehen. Kritischer zu denken. Mehr Fragen zu stellen. Und die eigene Zukunft nicht ausschließlich auf Hoffnung aufzubauen.

Falls dieses Buch dazu beigetragen hat, dass du manche Dinge aus einer anderen Perspektive betrachtest, dann hat es seinen Zweck erfüllt. Falls es dich dazu bringt, über dein eigenes Geschäftsmodell nachzudenken, noch besser. Und falls es irgendwann dafür sorgt, dass du in einer schwierigen Situation eine bessere Entscheidung triffst, als ich sie vielleicht damals getroffen hätte, dann war jede einzelne Seite dieses Buches die Arbeit wert.

Pass auf dich auf. Nicht nur auf deine Umsätze. Nicht nur auf deine Reichweite. Nicht nur auf deine Rankings. Sondern auf deine Unabhängigkeit. Denn von allen Dingen, die ich in dieser Branche gelernt habe, ist sie am Ende wahrscheinlich das Wertvollste.



Transparenzhinweis

Dieses Buch wurde von mir persönlich auf Deutsch verfasst. Deutsch ist meine Muttersprache und die Sprache, in der ich meine Gedanken, Erfahrungen und Ansichten am präzisesten ausdrücken kann.

Für die sprachliche Überarbeitung nutze ich moderne KI-Werkzeuge als Unterstützung. Die KI übernimmt dabei eine ähnliche Rolle wie ein klassischer Lektor: Sie hilft dabei, Formulierungen zu glätten, die Lesbarkeit zu verbessern, Wiederholungen zu reduzieren und sprachliche Fehler zu korrigieren. Die Inhalte, Erfahrungen, Meinungen und Aussagen stammen jedoch von mir.

Anschließend lasse ich meine Bücher mithilfe von KI ins Englische und Spanische übersetzen, damit die Inhalte auch Menschen außerhalb des deutschsprachigen Raums zugänglich gemacht werden können.

Mir ist Transparenz wichtig. Deshalb möchte ich offen darauf hinweisen, wie meine Bücher entstehen. Die Gedanken stammen von mir. Die Technik unterstützt mich dabei, sie verständlicher, lesbarer und für mehr Menschen zugänglich zu machen.

Weitere Projekte

Neben meiner Tätigkeit als Autorin und Darstellerin betreibe ich weitere Projekte im Bereich High-Risk-Payments und Plattformlösungen für die Erwachsenenbranche.

Pay4Coins (www.pay4coins.com)

Payment-Lösungen für High-Risk-Unternehmen und Adult-Projekte.

EroCMS (www.erocms.net)

Plattform- und Contentlösungen für Betreiber und Darstellerinnen.



Über die Autorin

Christina Toepel (Künstlername Julina Bauer), Jahrgang 1988, arbeitet seit ihrem 18. Lebensjahr in der Erotikbranche. Was als Einstieg in eine damals noch völlig andere Internetwelt begann, entwickelte sich im Laufe der Jahre zu einer jahrzehntelangen Karriere im Bereich Fetisch, BDSM und Female Domination.

Als Julina ihre ersten Inhalte veröffentlichte, steckte die Branche noch in den Kinderschuhen. Videos mit niedriger Auflösung, langsame Internetverbindungen und einfache Webcam-Technik gehörten zum Alltag. Dennoch erkannte sie früh, dass langfristiger Erfolg nicht allein von Technik, Reichweite oder Trends abhängt, sondern vor allem vom Verständnis für Menschen, Beziehungen und unternehmerisches Denken.

In den vergangenen Jahren hat sie nahezu alle Höhen und Tiefen erlebt, die diese Branche mit sich bringen kann. Sie arbeitete auf unzähligen Plattformen, wurde mit Stalkern, ungerechtfertigten Sperrungen, Kundenbeschwerden, steuerlichen Herausforderungen und den verschiedensten Formen von Kritik konfrontiert. Sie war mehr als einmal kurz davor, die Branche zu verlassen, entschied sich jedoch immer wieder dafür, aus den Erfahrungen zu lernen und ihren eigenen Weg weiterzugehen.

Heute zählt sie zu den bekanntesten und erfolgreichsten Darstellerinnen im deutschsprachigen Fetisch-, BDSM- und Femdom-Bereich. Dabei hat sich ihre Arbeitsweise im Laufe der Jahre stark verändert. Während viele Menschen Erfolg in der Erotikbranche ausschließlich mit Nacktheit oder immer extremeren Inhalten verbinden, verfolgt Julina seit Jahren einen anderen Ansatz. Sie zeigt, dass Persönlichkeit, Erfahrung, Positionierung und Menschenkenntnis oft deutlich wertvoller sind als kurzfristige Aufmerksamkeit.

Neben ihrer Tätigkeit als Darstellerin ist sie Unternehmerin und Gründerin mehrerer Projekte im Bereich High-Risk-Payments und digitaler Plattformlösungen. Ihr Schwerpunkt liegt heute darauf, unabhängige Darstellerinnen, Content Creator und Betreiber von Erwachsenenplattformen bei der Professionalisierung ihrer Geschäftsmodelle zu unterstützen.

Mit ihren Büchern verfolgt sie ein klares Ziel: Frauen dabei zu helfen, ihre eigene Stärke zu erkennen, ihre Grenzen zu schützen, ihre Arbeit als echtes Unternehmen zu betrachten und langfristig erfolgreich zu sein, ohne dabei ihre Gesundheit, ihre Würde oder ihre Selbstbestimmung zu verlieren.

Ihre Inhalte richten sich an Menschen, die mehr suchen als schnelle Tipps und leere Versprechen. Sie schreibt über die Realität der Branche, über Chancen und Risiken, über Geld, Psychologie, Selbstständigkeit, Burnout, Grenzen und persönliche Verantwortung.



Offen, direkt und manchmal unbequem – aber immer mit dem Ziel, Frauen zu stärken und ihnen Werkzeuge an die Hand zu geben, mit denen sie ihren eigenen Weg gehen können.

Weitere Informationen, Bücher und Projekte findest du auf ihren Kanälen und Plattformen.

Dieses Dokument wurde geschrieben, um gelesen zu werden – nicht um auf einer Festplatte zu verstauben. Du darfst dieses PDF speichern, weitergeben, verschicken, verschenken, hochladen, ausdrucken oder mit anderen Menschen teilen. Du benötigst dafür keine Erlaubnis von mir.

Wenn die Inhalte jemandem helfen, freut mich das mehr, als wenn sie hinter künstlichen Barrieren verschwinden.

Die einzige Bitte, die ich habe: Lass die Quellenangabe und die Hinweise am Ende des Dokuments bestehen, damit interessierte Leser weitere Inhalte finden können.

Wissen wird wertvoller, wenn es geteilt wird.