

DIE ALTE SCHULE DES CAMGIRLINGS

Die Wahrheit über Geld, Payment und Kontrolle

Warum viele Darstellerinnen ihr Geld, ihre Anonymität und ihre Sicherheit unnötig riskieren





INHALTSVERZEICHNIS

Kapitel 1 - Warum Payment in der Erotikbranche anders funktioniert

Kapitel 2 - Was High Risk eigentlich bedeutet

Kapitel 3 - Warum Paypal, Bankkonten und Gutscheine oft keine gute Idee sind

Kapitel 4 - Die Wahrheit über Chargebacks und Rückbuchungen

Kapitel 5 - Wenn Kunden plötzlich ihr Geld zurück wollen

Kapitel 6 - Anonymität, Datenschutz und warum Stalker kein Mythos sind

Kapitel 7 - Gutscheine, Kryptowährungen und kreative Zahlungswege

Kapitel 8 - Warum viele Payment-Anbieter Adult gar nicht wollen

Kapitel 9 - Was eine gute Zahlungslösung wirklich können sollte

Kapitel 10 - Eigene Webseiten, CMS-Systeme und die Kontrolle über das eigene Geschäft

Kapitel 11 - Mein größter Payment-Fehler

Kapitel 12 - Langfristig denken statt improvisieren

Persönliches Nachwort

Über die Autorin



Vorwort

Wenn Menschen über die Erotikbranche sprechen, reden sie oft über Reichweite, Kunden, Content oder Einnahmen. Über eines wird dagegen erstaunlich selten gesprochen: das Geld selbst. Genauer gesagt darüber, wie es überhaupt von einem Kunden zu einer Darstellerin gelangt und welche Probleme dabei entstehen können.

Viele Anfängerinnen beschäftigen sich mit dieser Frage erst dann, wenn bereits etwas schiefgelaufen ist. Das Konto wird gesperrt. Eine Zahlung wird zurückgebucht. Geld wird eingefroren. Persönliche Daten gelangen in die falschen Hände. Oder man stellt fest, dass die Zahlungsmethode, auf die man sich verlassen hat, für diese Branche eigentlich nie gedacht war.

Ich habe in meinem Leben nahezu jeden Fehler gemacht, den man in diesem Bereich machen kann. Nicht aus Dummheit, sondern weil man Dinge oft erst dann wirklich versteht, wenn man ihre Konsequenzen selbst erlebt. Ich habe Zahlungen verloren. Ich habe Kontosperrungen erlebt. Ich habe erlebt, wie Menschen versuchen, sich Leistungen zu erschleichen. Ich habe erlebt, wie schnell vermeintlich sichere Lösungen plötzlich zu Problemen werden können.

Genau deshalb ist dieses Dokument entstanden.

Dieses Buch ist keine Werbung für bestimmte Anbieter. Es ist kein Verkaufsprospekt. Es ist auch keine Anleitung, wie man möglichst schnell möglichst viel Geld verdient. Davon gibt es im Internet bereits mehr als genug. Stattdessen möchte ich über die Dinge sprechen, die viele lieber verschweigen. Über Risiken. Über Verantwortung. Über Sicherheit. Über Anonymität. Und darüber, warum manche scheinbar einfachen Lösungen langfristig sehr teuer werden können.

Dabei werde ich auch über eigene Fehler sprechen. Über Entscheidungen, die ich heute anders treffen würde. Über Situationen, die mich Geld, Zeit und Nerven gekostet haben. Nicht weil ich mich dafür schäme, sondern weil Erfahrungen erst dann einen Wert haben, wenn man sie weitergibt.

Vielleicht nutzt du bereits Paypal. Vielleicht lässt du dir Amazon-Gutscheine schicken. Vielleicht verwendest du andere Methoden, über die du bisher nie groß nachgedacht hast. Dieses Buch soll dir nicht sagen, was du tun musst. Es soll dir helfen zu verstehen, welche Konsequenzen bestimmte Entscheidungen haben können, damit du am Ende selbst entscheiden kannst, welcher Weg für dich der richtige ist.

Die Erotikbranche ist in vielen Bereichen anders als andere Geschäftsmodelle. Das gilt auch für das Thema Payment. Was in einem gewöhnlichen Online-Shop problemlos funktioniert,



kann in unserem Bereich schnell zu Schwierigkeiten führen. Deshalb lohnt es sich, dieses Thema ernst zu nehmen, bevor Probleme entstehen und nicht erst danach.

Wenn dieses Dokument am Ende dazu beiträgt, dass auch nur eine Darstellerin ihr Geld behält, ihre Privatsphäre schützt oder einen teuren Fehler vermeidet, dann hat es seinen Zweck erfüllt.

Legen wir los.



Kapitel 1 – Warum Payment in der Erotikbranche anders funktioniert

Wer neu in die Erotikbranche kommt, macht oft denselben Denkfehler. Man geht davon aus, dass Geld einfach Geld ist. Ein Kunde bezahlt. Das Geld kommt an. Die Sache ist erledigt. So funktioniert es schließlich in vielen anderen Bereichen des Internets auch. Ein Handwerker schreibt eine Rechnung. Ein Kunde bezahlt. Ein Online-Shop verkauft ein Paar Schuhe. Der Kunde bezahlt. Eine Grafikdesignerin erstellt ein Logo. Der Kunde bezahlt. Fertig. In der Erotikbranche sieht die Realität jedoch oft völlig anders aus.

Hier beginnt das erste Problem bereits bei der Frage, ob ein Zahlungsanbieter dieses Geschäft überhaupt unterstützen möchte. Während viele gewöhnliche Unternehmen problemlos Konten eröffnen können, geraten Darstellerinnen, Produzenten, Betreiber von Plattformen oder Verkäufer von erotischen Inhalten oft schon bei der Anmeldung in Schwierigkeiten. Der Grund dafür ist ein Begriff, den viele zwar schon gehört haben, aber nur wenige wirklich verstehen: High Risk.

High Risk bedeutet nicht automatisch, dass etwas illegal, unseriös oder gefährlich ist. Es bedeutet lediglich, dass bestimmte Branchen aus Sicht von Banken und Zahlungsdienstleistern ein erhöhtes Risiko darstellen. Dazu gehören unter anderem Glücksspiel, Kryptowährungen, Reiseanbieter, Nahrungsergänzungsmittel und eben große Teile der Erotikbranche. Das bedeutet nicht, dass mit diesen Branchen grundsätzlich etwas nicht stimmt. Es bedeutet lediglich, dass dort häufiger Probleme auftreten können, die für Zahlungsanbieter teuer werden.

Die Gründe dafür sind vielfältig. Kunden können Zahlungen anfechten. Kreditkarten können belastet und später zurückgebucht werden. Banken können Beschwerden erhalten. Manche Kunden behaupten, eine Zahlung nie selbst durchgeführt zu haben. Andere schämen sich nach dem Kauf und suchen nach einem Weg, ihr Geld zurückzubekommen. Wieder andere versuchen ganz bewusst, Leistungen kostenlos zu erhalten. Für Zahlungsanbieter entstehen dadurch Risiken, die sie in anderen Branchen in dieser Form nicht haben.

Ob man diese Sichtweise fair findet oder nicht, spielt dabei keine Rolle. Wichtig ist lediglich zu verstehen, dass Banken und Zahlungsanbieter nicht danach entscheiden, was wir persönlich gerecht finden. Sie entscheiden anhand ihrer eigenen Risikoabwägung. Wenn ein Unternehmen zu dem Schluss kommt, dass ihm die Erotikbranche zu viel Aufwand oder zu viel Risiko verursacht, wird es diese Branche meiden oder nur unter strengen Bedingungen akzeptieren.

Genau deshalb kann eine Zahlungsmethode, die für einen gewöhnlichen Online-Shop hervorragend funktioniert, für eine Darstellerin plötzlich zur Katastrophe werden. Viele



Menschen sehen nur die Vorteile. Paypal hat fast jeder. Eine Banküberweisung kennt jeder. Gutscheine erscheinen unkompliziert. Doch die meisten denken nicht darüber nach, was passiert, wenn etwas schiefgeht. Solange alles funktioniert, wirkt jede Lösung gut. Die Probleme zeigen sich erst dann, wenn man sie wirklich testen muss.

Eine der wichtigsten Lektionen meines Lebens lautet deshalb: Bewerte niemals eine Zahlungsmethode danach, wie gut sie funktioniert, wenn alles perfekt läuft. Bewerte sie danach, wie sie sich verhält, wenn etwas schiefgeht. Genau in diesen Momenten trennt sich eine brauchbare Lösung von einer schlechten Lösung.

Viele Darstellerinnen beschäftigen sich mit Payment erst dann, wenn bereits Geld verloren wurde. Das Konto wurde gesperrt. Eine Auszahlung wurde eingefroren. Ein Kunde hat sein Geld zurückgeholt. Oder persönliche Daten sind in die falschen Hände geraten. Erst dann beginnt man, sich mit den Hintergründen auseinanderzusetzen. Doch genau dann ist es meistens zu spät.

Dabei investieren viele Menschen enorme Summen und unzählige Stunden in andere Bereiche ihres Geschäfts. Sie kaufen Kameras. Sie bezahlen Fotografen. Sie investieren in Kleidung, Technik, Webseiten, Werbung oder Social Media. Stundenlang wird über Content, Marketing und Reichweite gesprochen. Das Thema Payment dagegen wird oft in wenigen Minuten abgehandelt. Hauptsache, das Geld kommt irgendwie an.

Genau darin liegt das Problem. Denn Reichweite bringt nichts, wenn das Geld am Ende nicht sicher bei dir landet. Ein Kunde bringt dir nichts, wenn er sich die Zahlung später zurückholt. Tausende Euro Umsatz bringen dir nichts, wenn ein Zahlungsanbieter plötzlich beschließt, dein Konto einzufrieren. Und die schönste Community bringt dir nichts, wenn du dafür deine Privatsphäre und deine Sicherheit opfern musst.

Deshalb ist Payment kein langweiliges Nebenthema. Es ist ein Fundament. Es gehört zu den Dingen, die man idealerweise versteht, bevor Probleme entstehen. Niemand interessiert sich für eine Versicherung, solange kein Schaden eintritt. Niemand interessiert sich für ein Backup, solange die Festplatte funktioniert. Und kaum jemand interessiert sich für Payment, solange das Geld pünktlich ankommt. Doch genau dann sollte man sich damit beschäftigen.

Dieses Buch soll keine Angst machen. Die Erotikbranche ist voller erfolgreicher Menschen, die seit Jahren problemlos Geld verdienen. Aber Erfolg bedeutet nicht nur, Geld einzunehmen. Erfolg bedeutet auch, dieses Geld sicher zu erhalten, die eigene Privatsphäre zu schützen und Strukturen aufzubauen, die nicht beim ersten Problem zusammenbrechen.

Denn Geld zu verdienen ist nur die halbe Miete. Es dauerhaft zu behalten, ist die eigentliche Kunst.



Kapitel 2 – Was High Risk eigentlich bedeutet

Der Begriff High Risk taucht in der Erotikbranche ständig auf. Man liest ihn in Verträgen, hört ihn in Gesprächen mit Zahlungsanbietern oder stößt auf ihn, wenn man versucht, eine neue Zahlungsmethode einzurichten. Viele Menschen nicken dann verständnisvoll, obwohl sie eigentlich gar nicht genau wissen, was damit gemeint ist. Irgendwie klingt es nach Risiko, irgendwie klingt es nach Problemen und irgendwie scheint es etwas zu sein, das die Erotikbranche permanent begleitet.

Tatsächlich ist High Risk zunächst einmal nichts weiter als eine Einstufung. Banken, Zahlungsanbieter und Finanzdienstleister teilen Unternehmen in verschiedene Risikoklassen ein. Manche Branchen gelten als besonders unkompliziert. Andere gelten als aufwendiger. Wieder andere landen in der Kategorie High Risk. Dort findet man dann unter anderem Glücksspielanbieter, Kryptowährungsunternehmen, Reiseveranstalter, Dating-Plattformen und große Teile der Erotikbranche.

Viele Menschen machen an dieser Stelle den Fehler zu glauben, High Risk würde bedeuten, dass etwas unseriös oder sogar illegal sei. Das ist Unsinn. Die meisten Unternehmen in diesen Branchen arbeiten völlig legal. Sie zahlen Steuern, beschäftigen Mitarbeiter und betreiben gewöhnliche Unternehmen. Die Einstufung sagt nichts darüber aus, ob ein Geschäft gut oder schlecht ist. Sie sagt lediglich aus, dass aus Sicht eines Zahlungsanbieters bestimmte Risiken häufiger auftreten können.

Für Banken und Zahlungsanbieter ist das Thema Risiko ein Geschäftsfaktor. Sie verdienen Geld mit Transaktionen. Gleichzeitig haften sie aber auch für Probleme. Wenn Kunden Zahlungen zurückholen, Beschwerden einreichen oder Betrugsfälle auftreten, entsteht Aufwand. Dieser Aufwand kostet Zeit und Geld. Je häufiger solche Fälle in einer Branche auftreten, desto vorsichtiger werden die Unternehmen, die diese Zahlungen verarbeiten.

Die Erotikbranche hat dabei mehrere Eigenschaften, die Zahlungsanbieter oft nicht mögen. Eine davon ist die hohe Anzahl an Beschwerden und Rückbuchungen. Dabei spielt es keine Rolle, ob die Beschwerden berechtigt sind oder nicht. Entscheidend ist lediglich, dass sie existieren. Ein Kunde kauft Inhalte, bereut den Kauf später und meldet sich bei seiner Bank. Ein anderer behauptet, die Zahlung nie selbst durchgeführt zu haben. Wieder ein anderer versucht ganz bewusst, Leistungen kostenlos zu erhalten. Für den Zahlungsanbieter sehen all diese Fälle zunächst einmal wie Probleme aus.

Hinzu kommt ein weiterer Punkt, über den kaum gesprochen wird. Viele Banken und Finanzdienstleister möchten schlicht nicht mit Erotik in Verbindung gebracht werden. Das mag man persönlich unfair finden, aber die Realität sieht nun einmal so aus. Manche



Unternehmen haben Angst vor negativer Presse. Andere fürchten Beschwerden von Geschäftspartnern. Wieder andere möchten ihr Markenimage schützen. Deshalb entscheiden sie sich häufig dafür, bestimmte Branchen gar nicht erst zu bedienen.

Für die Darstellerin bedeutet das eine wichtige Erkenntnis: Nicht jede Ablehnung ist persönlich. Nicht jede Sperrung bedeutet automatisch, dass man etwas falsch gemacht hat. Manchmal bewegt man sich einfach in einer Branche, die bestimmte Anbieter grundsätzlich nicht haben möchten. Das fühlt sich frustrierend an, ist aber leider Teil der Realität.

Genau deshalb sollte man sich niemals auf die Aussage verlassen: „Das funktioniert doch bei mir schon seit Jahren.“ Diesen Satz habe ich unzählige Male gehört. Tatsächlich funktionieren viele Lösungen über lange Zeit problemlos. Monate. Jahre. Manchmal sogar ein Jahrzehnt. Doch die entscheidende Frage lautet nicht, ob etwas heute funktioniert. Die entscheidende Frage lautet, wer die Kontrolle besitzt, wenn morgen etwas schiefgeht.

Viele Darstellerinnen bauen ihre gesamte Existenz auf Dienstleistungen auf, die sie jederzeit verlieren können. Ein Zahlungsanbieter kann kündigen. Eine Plattform kann Regeln ändern. Eine Bank kann Fragen stellen. Solange alles gut läuft, merkt man davon nichts. Doch sobald Probleme auftreten, wird plötzlich deutlich, wie wenig Kontrolle man tatsächlich besitzt.

High Risk bedeutet deshalb nicht nur erhöhtes Risiko für Banken. High Risk bedeutet auch, dass man selbst lernen muss, professioneller zu denken. Während andere Branchen oft nachlässig sein können, weil ihre Zahlungswege als selbstverständlich gelten, sollte man im Adult-Bereich immer einen Plan B haben. Besser noch einen Plan C. Wer sein gesamtes Einkommen von einer einzigen Lösung abhängig macht, spielt ein gefährliches Spiel.

Das bedeutet nicht, dass man ständig Angst haben sollte. Angst war noch nie ein guter Berater. Aber man sollte die Realität kennen. Die Erotikbranche ist keine gewöhnliche Branche. Sie wird anders betrachtet, anders bewertet und oft auch anders behandelt. Daran kann man sich ärgern. Man kann darüber diskutieren. Man kann es ungerecht finden. Doch ändern wird man es dadurch nicht.

Die klügere Strategie besteht darin, die Spielregeln zu verstehen und entsprechend zu handeln. Wer weiß, warum die Branche als High Risk eingestuft wird, versteht plötzlich viele Entscheidungen von Banken und Zahlungsanbietern deutlich besser. Und wer die Risiken kennt, kann sich darauf vorbereiten, bevor sie zum Problem werden.

Denn eines sollte man niemals vergessen: Die meisten Schwierigkeiten entstehen nicht dann, wenn ein Risiko bekannt ist. Die meisten Schwierigkeiten entstehen dann, wenn man glaubt, das Risiko würde einen selbst schon nicht treffen. Genau in diesem Moment wird High Risk plötzlich sehr persönlich.



Kapitel 3 – Warum Paypal, Bankkonten und Gutscheine oft keine gute Idee sind

Wenn man neu in die Branche kommt, landet man früher oder später fast immer bei denselben Lösungen. Paypal. Banküberweisung. Amazon-Gutscheine. Vielleicht noch Revolut oder irgendein anderer Zahlungsdienst, den gerade alle empfehlen. Auf den ersten Blick wirkt das logisch. Die Systeme sind bekannt. Die Kunden kennen sie. Die Einrichtung dauert oft nur wenige Minuten. Geld scheint schnell anzukommen. Problem gelöst. Zumindest glauben das viele.

Tatsächlich beginnen die Probleme häufig genau dort. Einer der größten Fehler besteht darin, eine Zahlungsmethode danach zu bewerten, wie bequem sie ist. Bequemlichkeit und Sicherheit sind nämlich nicht dasselbe. Viele Dinge funktionieren hervorragend, solange alles problemlos läuft. Die Frage ist jedoch immer dieselbe: Was passiert, wenn etwas schief läuft?

Nehmen wir Paypal. Fast jeder besitzt ein Paypal-Konto. Fast jeder Kunde kann damit bezahlen. Für viele Darstellerinnen wirkt es deshalb wie die perfekte Lösung. Kein technisches Wissen. Keine komplizierten Verträge. Keine besondere Infrastruktur. Einfach die Adresse weitergeben und loslegen. Genau hier liegt jedoch das Problem. Paypal ist nicht für erotische Dienstleistungen entwickelt worden. Paypal ist auch nicht für den Verkauf von getragener Wäsche, individuellen Videos oder anderen typischen Adult-Angeboten gedacht. Die Nutzungsbedingungen waren in diesem Bereich schon immer problematisch. Viele Menschen ignorieren das, solange alles funktioniert. Erst wenn das Konto gesperrt wird, beginnt die hektische Suche nach den Regeln, die man eigentlich schon vorher hätte lesen sollen.

Noch problematischer wird es beim Thema Privatsphäre. Viele Menschen denken darüber überhaupt nicht nach. Sie freuen sich über die Zahlung und vergessen dabei, dass häufig persönliche Daten zwischen den Beteiligten ausgetauscht werden. Je nach Einstellung können Kunden Namen sehen. Manchmal ergeben sich weitere Rückschlüsse. Manchmal reichen wenige Informationen aus, damit jemand beginnt, nach weiteren Informationen zu suchen. Und leider besteht das Internet nicht ausschließlich aus vernünftigen Menschen.

Wer lange genug in dieser Branche arbeitet, begegnet früher oder später Personen, die Grenzen nicht akzeptieren. Menschen, die glauben, aus einer bezahlten Fantasie würde plötzlich eine echte Beziehung entstehen. Menschen, die meinen, sie hätten ein Recht auf private Informationen. Menschen, die Dinge herausfinden wollen, die sie nichts angehen. Deshalb sollte man sich immer die Frage stellen: Muss ein Kunde diese Informationen wirklich kennen? Viele Darstellerinnen beantworten diese Frage erst dann, wenn bereits etwas passiert ist.



Ich selbst habe diesen Fehler ebenfalls gemacht. Vor vielen Jahren hatte ich einige Kunden, die mich schon sehr lange begleiteten. Stammkunden. Menschen, mit denen über Jahre hinweg Geschäfte gemacht wurden. Irgendwann hielt ich mich für besonders schlau und gab ausgewählten Kunden mein privates Paypal-Konto. Schließlich waren es vertraute Kunden. Menschen, die seit Jahren zahlten. Was sollte schon passieren? Heute weiß ich: Vertrauen ersetzt keine Sicherheit.

Damals dachte ich noch, langjährige Kunden würden automatisch weniger Probleme verursachen. Die Realität sieht leider anders aus. Menschen können sich verändern. Situationen können sich verändern. Und manchmal stellt sich heraus, dass jemand völlig anders denkt, als man es erwartet hätte. In meinem Fall ging die Geschichte teuer aus.

Ein langjähriger Kunde bezahlte innerhalb eines Monats einen mittleren vierstelligen Betrag über Paypal. Das Geld blieb zunächst auf dem Konto liegen. Ich ließ es dort, weil ich keinen Grund sah, mir Sorgen zu machen. Es handelte sich schließlich um einen Stammkunden. Die Geschäftsbeziehung bestand seit Jahren. Dann wurde das Konto gesperrt. Das Geld wurde eingefroren. Und plötzlich durfte ich mich mit Paypal beschäftigen, obwohl ich das eigentlich nie hatte tun wollen.

Der Kunde hatte die Zahlungen als Betrug gemeldet. Nicht etwa, weil sie unberechtigt gewesen wären. Nicht etwa, weil er die Leistungen nicht erhalten hätte. Sondern weil er glaubte, damit durchzukommen. Als ich ihn darauf ansprach, erzählte er mir eine Geschichte darüber, dass seine Schwester die Abbuchungen gesehen habe und dachte, es handle sich um Betrug wegen eines angeblich ausländischen Namens.

Die Geschichte ergab nicht einmal Sinn. Mein vollständiger Name stand offen in meinen Informationen. Deutscher hätte mein Name kaum klingen können. Der Kunde selbst kam ebenfalls aus Deutschland. Die Erklärung war so glaubwürdig wie ein Regenschirm aus Papier während eines Hurrikans. Die Wahrheit kam später ohnehin ans Licht. Er hatte schlicht gehofft, ich würde den Vorgang nicht bemerken und er könnte sich die Leistungen kostenlos erschleichen.

Paypal interessierte sich zunächst nicht für seine Motive. Paypal interessierte sich für den Vorgang. Das Geld blieb eingefroren. Das Konto war beschädigt. Monate voller Diskussionen folgten. Einen Teil des Geldes verlor ich. Den Rest erhielt ich erst nach langer Wartezeit. Den Kunden setzte ich selbstverständlich vor die Tür. Nicht wegen des Geldes. Sondern wegen des Vertrauensbruchs.

Monate später tauchte er wieder auf. Reumütig. Mit einer Entschuldigung. Mit der Begleichung seiner offenen Schulden. Mit Zinsen. Mit weiteren Zahlungen. Er wollte eine zweite Chance. Ob jemand eine zweite Chance bekommt, muss jeder für sich selbst entscheiden. Die eigentliche Lektion dieser Geschichte liegt jedoch woanders. Wenn selbst



langjährige Stammkunden Probleme verursachen können, sollte man niemals ein Geschäftsmodell auf blindem Vertrauen aufbauen.

Dasselbe gilt übrigens für Amazon-Gutscheine. Auch diese Methode wird in manchen Bereichen der Branche bis heute verwendet. Viele halten sie für besonders sicher. Schließlich kann man damit nicht einfach eine Rückbuchung durchführen. Was dabei häufig vergessen wird: Amazon-Gutscheine sind keine Zahlungslösung. Sie sind Gutscheine. Man tauscht echtes Geld gegen Guthaben innerhalb eines einzelnen Unternehmens. Damit macht man sich von genau diesem Unternehmen abhängig.

Solange alles funktioniert, wirkt das harmlos. Doch irgendwann stellt man möglicherweise fest, dass sich hunderte oder tausende Euro in Form von Gutscheinen angesammelt haben. Geld, das man nicht frei verwenden kann. Geld, das an ein einzelnes System gebunden ist. Geld, das unter Umständen verloren geht, wenn Probleme mit dem Konto entstehen. Aus diesem Grund betrachte ich Gutscheine nicht als Payment-Lösung. Sie sind bestenfalls eine Notlösung. Mehr nicht.

Dasselbe gilt übrigens auch für normale Bankkonten. Viele Darstellerinnen denken, eine einfache Überweisung sei automatisch sicherer. Das Problem dabei ist, dass eine Überweisung in vielen Fällen ebenfalls persönliche Informationen offenlegt. Je nach Land, Bank und Kontoart können Kunden Namen sehen. Manchmal sogar deutlich mehr Informationen, als einem lieb ist. Wer in einer Branche arbeitet, in der Stalking leider keine Seltenheit ist, sollte sich sehr genau überlegen, welche Daten fremde Menschen über einen erhalten.

Ich hatte im Laufe der Jahre mehr als einen Fall, in dem Menschen deutlich mehr Interesse an meiner Person hatten, als mir lieb war. Und ich rede hier nicht von harmlosen Nachrichten. Ich rede von Menschen, die Informationen sammelten. Von Menschen, die Grenzen überschritten. Von Menschen, die nachts vor meiner Haustür standen. Wer so etwas einmal erlebt hat, entwickelt ein völlig anderes Verständnis für Privatsphäre. Plötzlich wirken Dinge, die vorher unwichtig erschienen, sehr wichtig.

Am Ende läuft alles auf dieselbe Frage hinaus: Wer besitzt die Kontrolle? Kann der Anbieter dein Konto sperren? Kann das Geld eingefroren werden? Kann ein Kunde die Zahlung zurückholen? Werden persönliche Daten offengelegt? Wenn du diese Fragen nicht beantworten kannst, solltest du dir die Zahlungsmethode vielleicht noch einmal genauer anschauen.

Denn viele Lösungen wirken großartig, solange die Sonne scheint. Die Qualität einer Zahlungslösung erkennt man jedoch erst dann, wenn das Wetter umschlägt. Und genau dann wünschen sich viele Menschen plötzlich, sie hätten sich früher mit dem Thema beschäftigt.



Kapitel 4 – Die Wahrheit über Chargebacks und Rückbuchungen

Es gibt einen Satz, den ich im Laufe der Jahre unzählige Male gehört habe: „Das würde mein Kunde niemals machen.“ Wenn ich jedes Mal einen Euro bekommen hätte, wenn jemand diesen Satz gesagt hat, müsste ich wahrscheinlich keine Bücher mehr schreiben. Die Realität sieht nämlich anders aus. Die meisten Kunden sind ehrlich. Die meisten Kunden bezahlen ihre Leistungen, verhalten sich vernünftig und verursachen keine Probleme. Genau deshalb entsteht oft eine gefährliche Sicherheit. Man gewöhnt sich daran, dass alles funktioniert. Man lernt seine Stammkunden kennen. Man baut Vertrauen auf. Irgendwann vergisst man sogar, dass es überhaupt Risiken gibt.

Und dann kommt der eine Kunde. Der Kunde, der plötzlich behauptet, die Zahlung nie durchgeführt zu haben. Der Kunde, der sich sein Geld zurückholt. Der Kunde, der genau weiß, was er tut. Oder der Kunde, der nach seinem Kauf plötzlich ein schlechtes Gewissen bekommt und versucht, die Realität rückgängig zu machen. Genau an dieser Stelle begegnet man dem Thema Chargebacks.

Ein Chargeback ist vereinfacht gesagt eine Rückbuchung. Der Kunde wendet sich an seine Bank oder an sein Kreditkartenunternehmen und erklärt, dass mit einer Zahlung etwas nicht stimmt. Die Gründe können sehr unterschiedlich sein. Manchmal wurde tatsächlich eine Karte gestohlen. Manchmal liegt ein Missverständnis vor. Manchmal handelt es sich um echten Betrug. Und manchmal betrügt der Kunde selbst.

Das ist der Teil, über den erstaunlich selten gesprochen wird. Viele Menschen gehen automatisch davon aus, dass der Händler oder die Darstellerin der potenzielle Betrüger ist. Dabei gibt es auch die andere Seite. Kunden können lügen. Kunden können Geschichten erfinden. Kunden können behaupten, eine Zahlung nie durchgeführt zu haben, obwohl sie genau wissen, dass sie es waren. Für Banken und Kreditkartenunternehmen ist das zunächst schwer zu beurteilen. Sie sehen eine Beschwerde. Sie sehen einen Kunden. Sie sehen eine Transaktion. Was tatsächlich passiert ist, wissen sie oft nicht.

Nun stelle dir vor, du verkaufst ein physisches Produkt. Ein Paar Schuhe beispielsweise. Der Kunde behauptet, die Ware nie erhalten zu haben. Du kannst vielleicht eine Sendungsnummer vorlegen. Vielleicht existiert eine Unterschrift. Vielleicht gibt es Fotos oder Zustellnachweise. In der Erotikbranche sieht das oft völlig anders aus. Wie beweist du einen privaten Chat? Wie beweist du eine individuelle Fantasie? Wie beweist du eine Live-Session? Wie beweist du, dass ein Kunde ein Video angesehen hat? Wie beweist du eine persönliche Dienstleistung? Plötzlich wird alles deutlich komplizierter.



Genau deshalb gelten viele Adult-Geschäfte aus Sicht von Zahlungsanbietern als besonders risikoreich. Die Beweisführung ist häufig schwierig. Leistungen sind oft digital. Emotionen spielen eine große Rolle. Und manche Kunden versuchen ganz bewusst, diese Situation auszunutzen. Besonders interessant wird es bei einem Phänomen, das viele Darstellerinnen früher oder später kennenlernen. Der Kunde kauft etwas. Der Kunde konsumiert etwas. Der Kunde genießt etwas. Vielleicht ist er sogar begeistert. Vielleicht bedankt er sich noch. Vielleicht schickt er sogar Herzen oder Komplimente. Und einige Tage später meldet er die Zahlung als Problem.

Manchmal steckt Berechnung dahinter. Manchmal steckt Scham dahinter. Ja, Scham. Darüber wird kaum gesprochen, obwohl es in der Branche ständig vorkommt. Manche Menschen treffen Entscheidungen in einer bestimmten Stimmung. Später bereuen sie diese Entscheidungen. Anstatt jedoch Verantwortung für das eigene Verhalten zu übernehmen, suchen sie nach einem anderen Schuldigen. Dann wird aus einer freiwilligen Zahlung plötzlich angeblicher Betrug. Dann wird aus einer bewussten Entscheidung plötzlich ein Missverständnis. Dann wird aus einem zufriedenen Kunden plötzlich ein Beschwerdeführer.

Für die Darstellerin macht das allerdings keinen Unterschied. Das Ergebnis bleibt dasselbe. Stress. Diskussionen. Nachweise. Unsicherheit. Und manchmal Geldverlust. Deshalb sollte man niemals davon ausgehen, dass jede eingegangene Zahlung automatisch endgültig ist. Gerade Anfängerinnen machen diesen Fehler häufig. Das Geld kommt an und wird gedanklich sofort als verdient betrachtet. Man plant damit. Man gibt es vielleicht sogar schon aus. Wochen später stellt man dann fest, dass die Geschichte noch gar nicht vorbei war.

Die unangenehme Wahrheit lautet: Nicht jede Zahlung gehört dir in dem Moment, in dem sie eingeht. Manche Zahlungen sind erst dann wirklich sicher, wenn bestimmte Fristen vergangen sind oder wenn das verwendete Zahlungssystem entsprechende Risiken reduziert. Das mag frustrierend klingen, aber es ist wichtig, die Realität zu kennen.

Noch wichtiger ist jedoch eine andere Erkenntnis. Die meisten Chargebacks entstehen nicht durch fremde Hacker. Die meisten Chargebacks entstehen nicht durch internationale Betrugsnetzwerke. Die meisten Probleme entstehen durch ganz normale Menschen. Durch Kunden. Durch Personen, die vorher freundlich wirkten. Durch Menschen, die über Monate oder Jahre zuverlässig waren. Genau deshalb sollte man bei Payment niemals ausschließlich auf Vertrauen setzen.

Vertrauen ist etwas Wunderbares für zwischenmenschliche Beziehungen. Für Geschäftsprozesse ist Vertrauen allein jedoch keine Strategie. Eine gute Struktur muss auch dann funktionieren, wenn jemand unehrlich wird. Sie muss auch dann funktionieren, wenn ein Kunde plötzlich seine Meinung ändert. Sie muss auch dann funktionieren, wenn jemand versucht, das System auszunutzen.



Das bedeutet nicht, dass man jedem Kunden misstrauen sollte. Wer permanent misstrauisch durch die Welt läuft, wird auf Dauer unglücklich. Es bedeutet lediglich, dass man seine Geschäftsgrundlage nicht auf Hoffnung aufbauen sollte. Denn Hoffnung ist kein Sicherheitskonzept.

Und genau deshalb beschäftigen sich professionelle Unternehmen so intensiv mit dem Thema Chargebacks. Nicht weil sie ihre Kunden hassen. Nicht weil sie grundsätzlich jedem Menschen misstrauen. Sondern weil sie wissen, dass ein einziger problematischer Kunde manchmal mehr Schaden anrichten kann als hundert gute Kunden Nutzen bringen.

Das klingt hart. Ist aber leider die Realität. Und je früher man das versteht, desto weniger schmerzhaft werden die Lektionen, die einem die Branche früher oder später ohnehin beibringen wird. Manche Lektionen kosten Zeit. Manche kosten Nerven. Und manche kosten Geld. Die teuersten Lektionen kosten meistens alles gleichzeitig. Genau deshalb lohnt es sich, dieses Thema ernst zu nehmen, bevor man selbst zur nächsten Chargeback-Geschichte wird.



Kapitel 5 – Wenn Kunden plötzlich ihr Geld zurück wollen

Eines der unangenehmsten Gefühle in der Erotikbranche entsteht nicht dann, wenn ein Kunde unhöflich wird. Nicht dann, wenn jemand versucht zu handeln. Nicht einmal dann, wenn jemand eine absurde Fantasie äußert. Das wirklich unangenehme Gefühl entsteht oft in dem Moment, in dem ein Kunde plötzlich Geld zurückfordert, obwohl er die vereinbarte Leistung bereits vollständig erhalten hat.

Wer neu in der Branche ist, erlebt diesen Moment häufig mit einer Mischung aus Überraschung und Fassungslosigkeit. Schließlich wurde geliefert. Die Unterhaltung hat stattgefunden. Das Video wurde verschickt. Die Fotos wurden erstellt. Die Zeit wurde investiert. Alles lief scheinbar normal. Und plötzlich steht man vor einer Nachricht, in der erklärt wird, warum der Kunde nun doch sein Geld zurückhaben möchte.

Die Begründungen sind dabei oft erstaunlich kreativ.

Manche Kunden behaupten, sie hätten versehentlich bezahlt. Andere erklären, sie seien betrunken gewesen. Wieder andere erzählen, dass ihre Partnerin die Abbuchung entdeckt habe. Manche behaupten plötzlich, sie hätten etwas völlig anderes erwartet. Und manche erfinden Geschichten, bei denen selbst ein schlechter Drehbuchautor sagen würde, dass sie etwas zu unrealistisch klingen.

Das Problem dabei ist nicht nur die Forderung selbst. Das eigentliche Problem ist, dass viele Darstellerinnen in diesem Moment emotional reagieren. Das ist verständlich. Schließlich hat man gearbeitet. Man hat Zeit investiert. Man fühlt sich betrogen. Genau deshalb entstehen oft hitzige Diskussionen, die am Ende niemandem helfen.

Eine wichtige Lektion lautet deshalb: Wenn ein Kunde plötzlich sein Geld zurück möchte, sollte man zunächst ruhig bleiben. Nicht jeder Fall ist automatisch Betrug. Nicht jeder Kunde handelt aus böser Absicht. Manchmal liegt tatsächlich ein Missverständnis vor. Manchmal gab es Kommunikationsprobleme. Manchmal wurden Erwartungen falsch verstanden. Solche Situationen kommen vor und lassen sich häufig vernünftig lösen.

Gleichzeitig sollte man aber auch nicht naiv sein. Es gibt Menschen, die sehr genau wissen, was sie tun. Sie kaufen Leistungen, konsumieren diese vollständig und versuchen anschließend, die Zahlung rückgängig zu machen. Für sie ist das kein Missverständnis. Für sie ist das ein Geschäftsmodell.

Besonders häufig sieht man dieses Verhalten bei digitalen Produkten. Der Kunde erhält das Video. Der Kunde erhält die Bilder. Der Kunde erhält den Download. Alles funktioniert.



Wenige Tage später folgt die Beschwerde. Die Ware wurde jedoch längst genutzt. Die Leistung wurde längst erbracht. Das Geld soll trotzdem zurückkommen.

Viele Menschen außerhalb der Branche unterschätzen, wie häufig solche Situationen tatsächlich vorkommen. Sie stellen sich Betrüger oft als professionelle Kriminelle vor. In Wirklichkeit handelt es sich häufig um völlig normale Menschen. Menschen mit Job. Menschen mit Familie. Menschen, die nach außen einen vollkommen gewöhnlichen Eindruck machen. Genau deshalb sind solche Fälle oft schwer zu erkennen.

Noch komplizierter wird die Situation durch einen Faktor, über den kaum jemand spricht: Schuldgefühle. Erotik ist für viele Menschen mit Scham verbunden. Während des Kaufes erscheint alles völlig logisch. Einige Stunden später oder am nächsten Morgen sieht die Welt manchmal anders aus. Plötzlich fühlt sich die Entscheidung unangenehm an. Plötzlich möchte man sie rückgängig machen. Leider glauben manche Menschen, dass man eine emotionale Entscheidung genauso einfach zurückgeben kann wie ein Paar Schuhe.

Das funktioniert natürlich nicht.

Niemand käme auf die Idee, ein Restaurant zu besuchen, ein komplettes Menü zu essen und anschließend zu erklären, man hätte gerne sein Geld zurück, weil man das Essen inzwischen bereut. Genau das versuchen jedoch manche Kunden im digitalen Bereich. Die Leistung wurde konsumiert. Der Nutzen wurde erhalten. Die Entscheidung wurde freiwillig getroffen. Trotzdem soll am Ende niemand dafür bezahlen.

Hier müssen viele Darstellerinnen lernen, zwischen Freundlichkeit und Konsequenz zu unterscheiden. Freundlichkeit bedeutet nicht, dass man alles akzeptieren muss. Professionalität bedeutet nicht, dass man jeden Wunsch erfüllt. Wer arbeitet, hat ein Recht darauf, für diese Arbeit bezahlt zu werden.

Deshalb sollte man bereits vor einer Zahlung möglichst klare Regeln schaffen. Was wird geliefert? Wann wird geliefert? Gibt es Rückerstattungen? Gibt es Ausnahmen? Je klarer diese Fragen beantwortet sind, desto weniger Diskussionen entstehen später. Perfekt wird es nie werden. Irgendjemand wird immer versuchen, Regeln zu umgehen. Aber klare Strukturen reduzieren viele Probleme erheblich.

Im Laufe der Jahre habe ich gelernt, dass die eigentliche Gefahr oft nicht in den großen Betrugsfällen liegt. Die großen Fälle erkennt man häufig relativ schnell. Die wirkliche Gefahr liegt in den vielen kleinen Ausnahmen. In den vielen Situationen, in denen man denkt: „Ach komm, diesmal mache ich eine Ausnahme.“ Genau diese Ausnahmen summieren sich über die Jahre zu erstaunlichen Beträgen.

Natürlich gibt es Situationen, in denen eine Rückerstattung sinnvoll sein kann. Wenn man selbst einen Fehler gemacht hat. Wenn eine Leistung nicht erbracht wurde. Wenn



technische Probleme aufgetreten sind. Wer professionell arbeitet, sollte eigene Fehler auch korrigieren. Das ist selbstverständlich. Aber zwischen Kundenservice und Ausnutzung existiert ein gewaltiger Unterschied.

Eine der wichtigsten Erkenntnisse für jede Darstellerin lautet deshalb: Nicht jeder Kunde, der sein Geld zurückfordert, hat automatisch recht. Und nicht jede Forderung muss erfüllt werden, nur weil sie laut genug vorgetragen wird. Viele Menschen testen schlicht aus, wie weit sie kommen. Manche versuchen es bei jeder zweiten Bestellung. Manche hoffen darauf, dass ihr Gegenüber Konflikten aus dem Weg geht. Manche kalkulieren sogar fest damit.

Deshalb ist ein professioneller Umgang mit Rückforderungen nicht nur eine Frage des Geldes. Es ist eine Frage der eigenen Grenzen. Wer ständig nachgibt, erzieht seine Kunden dazu, immer mehr zu verlangen. Wer dagegen fair, freundlich und gleichzeitig konsequent bleibt, schafft klare Verhältnisse.

Denn am Ende sollte man eines niemals vergessen: Du verkaufst deine Zeit, deine Arbeit, deine Kreativität und oft auch einen Teil deiner emotionalen Energie. Das sind Dinge, die du niemals zurückbekommst. Genau deshalb solltest du sehr sorgfältig überlegen, wem du auch noch dein Geld hinterherträgst.



Kapitel 6 – Anonymität, Datenschutz und warum Stalker kein Mythos sind

Wenn man neu in die Erotikbranche kommt, denkt man über viele Dinge nach. Wie gewinne ich Kunden? Welche Inhalte soll ich anbieten? Welche Preise sind sinnvoll? Wie bekomme ich Reichweite? Über eines denken die wenigsten nach: Wer bin ich eigentlich für meine Kunden wirklich? Die meisten Menschen gehen zunächst davon aus, dass zwischen einer Darstellerin und einem Kunden eine klare Grenze existiert. Die Darstellerin kennt den Künstlernamen. Der Kunde kennt den Künstlernamen. Beide bleiben anonym. Beide bleiben auf ihrer jeweiligen Seite der Bühne. So zumindest die Theorie.

Die Realität sieht leider oft anders aus. Viele Darstellerinnen unterschätzen, wie viele Informationen sie im Laufe der Zeit unbeabsichtigt preisgeben. Ein Name hier. Eine E-Mail-Adresse dort. Eine Zahlungsbestätigung. Ein Social-Media-Profil. Ein Foto im Hintergrund. Eine beiläufige Bemerkung über den Wohnort. Für sich genommen wirken diese Informationen völlig harmlos. Doch Menschen, die gezielt Informationen sammeln wollen, brauchen häufig gar nicht viel.

Das Internet hat etwas verändert, das viele vergessen. Früher musste jemand erheblichen Aufwand betreiben, um persönliche Informationen über andere Menschen zu sammeln. Heute reichen oft wenige Minuten und eine Suchmaschine. Ein Name führt zu einem Profil. Ein Profil führt zu einem weiteren Profil. Ein Foto führt zu einem Kommentar. Ein Kommentar führt zu einer Plattform. Und plötzlich ergibt sich ein Gesamtbild, das man eigentlich nie veröffentlichen wollte. Genau deshalb ist Datenschutz in der Erotikbranche kein theoretisches Thema. Es ist kein juristischer Fachbegriff. Es ist ein Teil der eigenen Sicherheit.

Viele Menschen denken bei Stalkern an irgendwelche verrückten Ausnahmefälle aus Filmen oder Fernsehdokumentationen. Irgendwelche besessenen Fremden, die nachts durch Büsche kriechen und Fotos machen. Solche Fälle gibt es durchaus. Die meisten Situationen beginnen jedoch viel unspektakulärer. Jemand schreibt häufiger als andere. Jemand möchte immer mehr private Informationen. Jemand versucht herauszufinden, wo man lebt. Jemand fragt ständig nach dem echten Namen. Jemand sucht Profile auf anderen Plattformen. Jemand glaubt, eine besondere Verbindung zu haben. Und irgendwann merkt man, dass das Interesse nicht mehr gesund ist.

Das Problem dabei ist, dass viele Menschen diese Entwicklung erst sehr spät erkennen. Anfangs wirkt es oft sogar schmeichelhaft. Ein Kunde interessiert sich. Ein Kunde schreibt regelmäßig. Ein Kunde ist freundlich. Nichts daran erscheint zunächst gefährlich. Doch manche Menschen entwickeln mit der Zeit Vorstellungen, die mit der Realität nichts mehr zu tun haben. Sie glauben, aus bezahlten Gesprächen würde eine echte Beziehung entstehen.



Sie glauben, sie hätten ein Anrecht auf private Informationen. Sie glauben, dass finanzielle Unterstützung ihnen besondere Rechte verschafft. Und genau an diesem Punkt können Situationen unangenehm werden.

Ich spreche hier nicht aus irgendwelchen theoretischen Überlegungen. Ich habe selbst erlebt, wie schnell so etwas aus dem Ruder laufen kann. Ich hatte bereits Menschen, die deutlich mehr über mich wissen wollten, als sie jemals hätten wissen müssen. Ich hatte Menschen, die Grenzen nicht akzeptieren wollten. Und ich hatte sogar Menschen, die nachts vor meiner Haustür standen. Wer so etwas einmal erlebt hat, verliert sehr schnell die Vorstellung, Datenschutz sei irgendein langweiliges Verwaltungsproblem.

Nein. Datenschutz bedeutet in dieser Branche oft schlicht Selbstschutz.

Deshalb werde ich immer etwas nervös, wenn ich sehe, wie leichtfertig manche Menschen mit ihren Daten umgehen. Da werden private Paypal-Konten herausgegeben. Private Bankverbindungen verschickt. Persönliche Social-Media-Profile verknüpft. E-Mail-Adressen verwendet, die den vollständigen Namen enthalten. Manchmal sogar Telefonnummern. Natürlich geht das oft lange gut. Die meisten Kunden sind vernünftig. Die meisten Kunden respektieren Grenzen. Die meisten Kunden verursachen keine Probleme. Doch genau wie bei vielen anderen Themen in diesem Buch lautet die entscheidende Frage nicht, was die meisten Kunden tun. Die entscheidende Frage lautet, was der eine Kunde tut, der keine Grenzen respektiert.

Geschäftliche Entscheidungen sollten niemals für den besten Kunden getroffen werden. Sie sollten immer für den problematischsten Kunden getroffen werden, der einem begegnen könnte. Wenn eine Information nicht notwendig ist, sollte man sich fragen, warum man sie überhaupt preisgeben möchte. Muss ein Kunde deinen echten Namen kennen? Muss ein Kunde deine Privatadresse kennen? Muss ein Kunde dein privates Instagram-Profil finden können? Muss ein Kunde wissen, wo du einkaufen gehst oder mit wem du deine Freizeit verbringst? In den allermeisten Fällen lautet die Antwort: Nein.

Und genau deshalb sollte man möglichst früh lernen, berufliche und private Bereiche voneinander zu trennen. Nicht aus Paranoia. Nicht aus Angst. Sondern aus Vernunft. Interessanterweise sind es oft nicht einmal die großen Katastrophen, die Probleme verursachen. Viel häufiger sind es die vielen kleinen Dinge. Die Informationen, die man über Jahre hinweg verteilt. Die Details, die man beiläufig erwähnt. Die Ausnahmen, die man für vermeintlich vertrauenswürdige Menschen macht.

Ein besonders gefährlicher Gedanke lautet: „Ach, der Kunde kennt mich doch schon seit Jahren.“ Genau diesen Fehler habe ich selbst gemacht. Viele Probleme entstehen nicht durch Fremde, sondern durch Menschen, denen man irgendwann vertraut hat. Vertrauen ist etwas Schönes. Aber Vertrauen sollte niemals dazu führen, dass man grundlegende Sicherheitsregeln über Bord wirft. Ein Kunde kann zehn Jahre lang unauffällig sein und sich



im elften Jahr völlig anders verhalten. Menschen verändern sich. Lebensumstände verändern sich. Erwartungen verändern sich. Deshalb sollten Schutzmaßnahmen immer unabhängig davon funktionieren, wie sympathisch oder vertrauenswürdig jemand wirkt.

Am Ende entsteht aus all den kleinen Informationen ein Puzzle. Und manche Menschen haben erstaunlich viel Geduld beim Zusammensetzen. Sie finden einen Namen. Dann ein Profil. Dann eine E-Mail-Adresse. Dann einen Wohnort. Dann vielleicht einen Arbeitgeber aus früheren Zeiten oder ein privates Hobby. Jede einzelne Information wirkt harmlos. Gemeinsam ergeben sie ein Bild, das deutlich größer ist als die Summe seiner Teile.

Deshalb ist Anonymität kein Zeichen von Misstrauen gegenüber guten Kunden. Sie ist eine Absicherung gegen schlechte Erfahrungen. Sie ist kein Angriff auf andere Menschen. Sie ist eine Form von Selbstfürsorge. Die Wahrheit ist nämlich ganz einfach: Wer in der Erotikbranche arbeitet, hat jedes Recht der Welt, Geld zu verdienen, sichtbar zu sein und erfolgreich zu werden. Niemand hat deshalb automatisch das Recht auf dein Privatleben.

Deine Arbeit ist öffentlich. Dein Leben muss es nicht sein.

Und je früher man diesen Unterschied versteht, desto weniger unangenehme Überraschungen erlebt man später. Denn verlorenes Geld kann man manchmal zurückverdienen. Verlorene Privatsphäre zurückzubekommen, ist deutlich schwieriger. Manche Fehler kosten ein paar hundert Euro. Andere kosten ein paar Monate Ärger. Doch wenn persönliche Informationen einmal in der Welt sind, bekommt man sie oft nie wieder vollständig zurück. Genau deshalb gehört Datenschutz nicht an das Ende einer Prioritätenliste. Er gehört ganz nach oben. Dort, wo auch die eigene Sicherheit hingehört.



Kapitel 7 – Gutscheine, Kryptowährungen und kreative Zahlungswege

Wenn Menschen merken, dass klassische Zahlungsanbieter in der Erotikbranche Probleme verursachen können, beginnt oft die Suche nach Alternativen. Und genau an diesem Punkt wird es interessant. Denn plötzlich entstehen die kreativsten Ideen, die man sich vorstellen kann. Amazon-Gutscheine. Tankgutscheine. Supermarktgutscheine. Paysafecards. Kryptowährungen. Prepaid-Karten. Geschenkkarten aller Art. Und manchmal sogar Dinge, bei denen man sich ernsthaft fragt, wie jemand überhaupt auf diese Idee gekommen ist.

Der Gedanke dahinter ist fast immer derselbe: Man sucht nach einem Weg, Geld zu erhalten, ohne sich mit Banken, Zahlungsanbietern oder Rückbuchungen beschäftigen zu müssen. Auf den ersten Blick klingt das sogar nachvollziehbar. Schließlich haben viele Menschen bereits schlechte Erfahrungen mit klassischen Zahlungsmethoden gemacht. Also versucht man, das Problem zu umgehen. Leider lösen viele dieser Methoden ein Problem nur, indem sie gleichzeitig mehrere neue Probleme erschaffen.

Nehmen wir noch einmal Amazon-Gutscheine als Beispiel. Diese Methode war über viele Jahre erstaunlich beliebt. Manche Darstellerinnen sammelten Gutscheine im Wert von hunderten oder sogar tausenden Euro. Anfangs fühlt sich das durchaus angenehm an. Die Gutscheine funktionieren. Die Kunden können bezahlen. Es gibt keine klassische Rückbuchung. Alles scheint wunderbar. Bis man irgendwann feststellt, dass man gar kein Geld besitzt. Man besitzt Gutscheine.

Das klingt zunächst nach einem kleinen Unterschied. Tatsächlich ist es jedoch ein gewaltiger Unterschied. Mit Geld kann man Miete bezahlen. Strom bezahlen. Versicherungen bezahlen. Rücklagen bilden. Investitionen tätigen. Mit einem Amazon-Gutschein kann man bei Amazon einkaufen. Mehr nicht. Je größer die Beträge werden, desto deutlicher wird dieses Problem. Irgendwann stapeln sich Gutscheine, während die tatsächlichen Kosten des Lebens weiterhin in echtem Geld bezahlt werden müssen. Plötzlich merkt man, dass man zwar Umsatz gemacht hat, aber trotzdem nicht wirklich flexibel über sein Einkommen verfügen kann.

Hinzu kommt ein weiterer Punkt. Viele Menschen behandeln Gutscheine so, als wären sie automatisch sicher. Das stimmt nicht. Jeder Anbieter besitzt Regeln. Jeder Anbieter kann Konten prüfen. Jeder Anbieter kann Fragen stellen. Wer große Summen über ein System bewegt, das ursprünglich gar nicht als Zahlungslösung gedacht war, sollte sich zumindest bewusst sein, dass auch dort Risiken existieren. Ich habe selbst den Fehler gemacht, über lange Zeit Gutscheine anzunehmen. Anfangs wirkt das bequem. Irgendwann merkt man



jedoch, dass man sich von einem Unternehmen abhängig gemacht hat, dessen eigentliche Aufgabe nie darin bestand, als Bank zu fungieren.

Ähnlich verhält es sich mit Kryptowährungen. Kaum ein Thema wird in der Branche so emotional diskutiert. Für die einen sind Kryptowährungen die Lösung aller Probleme. Für die anderen sind sie der direkte Weg ins Chaos. Die Wahrheit liegt wie so oft irgendwo dazwischen. Kryptowährungen können durchaus Vorteile haben. Sie funktionieren weltweit. Sie können schnell sein. Sie bieten teilweise mehr Privatsphäre als klassische Zahlungsmethoden. Und sie sind nicht von denselben Strukturen abhängig wie Banken oder Kreditkartenunternehmen.

Gleichzeitig bringen sie jedoch ihre eigenen Herausforderungen mit. Kursschwankungen. Technische Hürden. Wallets. Sicherheitsfragen. Steuerliche Themen. Wer sich damit beschäftigt, sollte verstehen, was er tut. Nichts ist gewonnen, wenn man zwar keine Chargebacks mehr hat, dafür aber den Zugang zu seinem Wallet verliert oder aus Versehen Geld an die falsche Adresse sendet. Gerade Anfängerinnen machen häufig den Fehler, Kryptowährungen als magische Lösung zu betrachten. Tatsächlich handelt es sich lediglich um ein anderes Werkzeug. Jedes Werkzeug hat Vor- und Nachteile. Ein Hammer ist großartig, wenn man einen Nagel einschlagen möchte. Weniger hilfreich wird er, wenn man eine Schraube lösen möchte.

Noch interessanter werden die wirklich kreativen Zahlungswege. Im Laufe der Jahre habe ich die unterschiedlichsten Konstruktionen gesehen. Kunden kaufen Produkte für die Darstellerin. Kunden schicken Guthabekarten. Kunden erwerben irgendwelche digitalen Codes. Kunden entwickeln eigene Ideen, um Geld zu übertragen. Manche dieser Lösungen funktionieren erstaunlich lange. Andere scheitern spektakulär. Das eigentliche Problem liegt jedoch oft woanders. Je komplizierter ein Zahlungssystem wird, desto höher wird der Verwaltungsaufwand.

Plötzlich muss man Listen führen. Codes dokumentieren. Guthaben prüfen. Kurse umrechnen. Screenshots speichern. Ausnahmen verwalten. Irgendwann verbringt man mehr Zeit mit Zahlungsabwicklungen als mit der eigentlichen Arbeit. Und genau dann sollte man sich fragen, ob die Lösung wirklich so clever ist, wie sie zunächst erschien.

Ich sehe immer wieder Menschen, die unglaublich viel Energie darauf verwenden, bestehende Systeme auszutricksen. Sie suchen nach Umwegen. Nach Tricks. Nach Konstruktionen, die eigentlich nie für diesen Zweck gedacht waren. Oft funktioniert das eine Zeit lang. Manchmal sogar erstaunlich lange. Aber irgendwann holt einen die Realität meistens ein. Dann ändern sich Regeln. Anbieter reagieren. Konten werden überprüft. Prozesse werden komplizierter. Und plötzlich steht man wieder am Anfang.

Eine gute Zahlungslösung sollte möglichst wenige Fragen offenlassen. Sie sollte verständlich sein. Sie sollte zuverlässig funktionieren. Sie sollte sowohl für die Darstellerin



als auch für den Kunden nachvollziehbar sein. Und sie sollte nicht jeden Monat neue kreative Verrenkungen erfordern. Das bedeutet nicht, dass alternative Zahlungswege grundsätzlich schlecht sind. Manche funktionieren für bestimmte Menschen hervorragend. Manche haben ihre Daseinsberechtigung. Manche schließen sogar Lücken, die klassische Anbieter nicht abdecken können.

Wichtig ist lediglich, dass man ehrlich bleibt. Nicht jede Alternative ist automatisch besser, nur weil sie anders ist. Und nicht jede kreative Idee wird plötzlich zu einer professionellen Lösung, nur weil sie einige Monate funktioniert hat. Viele Menschen verwechseln Improvisation mit Stabilität. Das ist verständlich. Wenn etwas funktioniert, fühlt es sich automatisch richtig an. Die entscheidende Frage lautet jedoch nicht, ob etwas heute funktioniert. Die entscheidende Frage lautet, ob es auch morgen noch funktioniert. Und übermorgen. Und in fünf Jahren.

Ich habe im Laufe der Jahre gelernt, dass die besten Systeme oft erstaunlich langweilig sind. Sie funktionieren einfach. Ohne Drama. Ohne tägliche Überraschungen. Ohne ständig neue Workarounds. Genau das wünschen sich viele Menschen zunächst nicht. Sie suchen nach der perfekten Geheimlösung. Nach dem Trick, den sonst niemand kennt. Die Wahrheit ist jedoch deutlich unspektakulärer.

Die beste Zahlungslösung ist meistens nicht die kreativste. Die beste Zahlungslösung ist diejenige, die auch noch funktioniert, wenn du sie in fünf Jahren jeden Tag benutzt hast. Und genau deshalb lohnt es sich, nicht nur auf die Vorteile einer Methode zu schauen, sondern auch auf die langfristigen Konsequenzen. Denn Umsatz zu machen ist eine Sache. Eine stabile Infrastruktur aufzubauen, auf die man sich dauerhaft verlassen kann, ist eine ganz andere. Genau dort trennt sich am Ende Improvisation von Professionalität.



Kapitel 8 – Warum viele Payment-Anbieter Adult gar nicht wollen

Eine Frage begegnet mir seit Jahren immer wieder: „Warum akzeptieren die uns eigentlich nicht?“ Gemeint sind Banken, Zahlungsanbieter, Kreditkartenunternehmen oder andere Finanzdienstleister. Viele Darstellerinnen erleben früher oder später eine Ablehnung, eine Kündigung oder zumindest sehr unangenehme Rückfragen. Irgendwann entsteht dann automatisch der Eindruck, dass die Erotikbranche unfair behandelt wird. Und ganz ehrlich? Manchmal fühlt es sich tatsächlich so an.

Trotzdem hilft es wenig, sich darüber aufzuregen. Viel sinnvoller ist es zu verstehen, warum diese Entscheidungen getroffen werden. Denn nur wer die Hintergründe kennt, kann vernünftig damit umgehen.

Viele Menschen glauben, Zahlungsanbieter würden Geld verdienen wollen und deshalb jeden Kunden mit offenen Armen empfangen. Die Realität sieht anders aus. Zahlungsanbieter verdienen zwar Geld mit Transaktionen, sie tragen aber gleichzeitig Risiken. Jede Zahlung kann Beschwerden verursachen. Jede Zahlung kann angefochten werden. Jede Zahlung kann Rückfragen von Banken, Behörden oder Geschäftspartnern auslösen. Genau deshalb prüfen viele Anbieter sehr genau, welche Branchen sie überhaupt bedienen möchten.

Die Erotikbranche bringt dabei mehrere Herausforderungen mit sich. Zum einen gibt es höhere Chargeback-Raten als in vielen anderen Bereichen. Darüber haben wir bereits gesprochen. Kunden bereuen Käufe. Kunden behaupten, sie hätten nicht selbst bezahlt. Kunden versuchen Leistungen kostenlos zu erhalten. Für einen Zahlungsanbieter bedeutet jeder einzelne dieser Fälle Arbeit. Und Arbeit kostet Geld.

Zum anderen existiert ein Image-Thema. Das klingt unfair, ist aber Realität. Manche Banken möchten schlicht nicht mit Erotik in Verbindung gebracht werden. Manche Investoren mögen es nicht. Manche Geschäftspartner mögen es nicht. Manche Länder haben strengere Regeln. Und manche Unternehmen möchten jede Diskussion vermeiden, bevor sie überhaupt entsteht.

Man darf dabei einen wichtigen Fehler nicht machen. Wenn ein Anbieter Adult ablehnt, bedeutet das nicht automatisch, dass er die Branche verurteilt. Oft handelt es sich schlicht um eine wirtschaftliche Entscheidung. Genauso wie manche Restaurants keine Hunde erlauben oder manche Versicherungen bestimmte Risiken nicht versichern möchten, entscheiden Unternehmen, welche Kundengruppen sie bedienen wollen und welche nicht.



Das Problem entsteht häufig dann, wenn Darstellerinnen versuchen, ihre Tätigkeit zu verschleiern. Aus Angst vor einer Ablehnung wird plötzlich aus einer Adult-Webseite ein „Unterhaltungsportal“. Aus getragener Wäsche werden „Sammlerartikel“. Aus erotischen Inhalten werden „digitale Dienstleistungen“. Ich kann verstehen, warum Menschen so handeln. Die Versuchung ist groß. Doch langfristig endet das selten gut.

Denn Zahlungsanbieter beschäftigen Menschen, die genau solche Dinge täglich prüfen. Wer glaubt, ein großes Unternehmen mit einem kreativen Beschreibungstext dauerhaft täuschen zu können, überschätzt sich meistens gewaltig. Früher oder später werden Fragen gestellt. Früher oder später erfolgt eine Prüfung. Und spätestens dann wird aus einem kleinen Problem oft ein großes Problem.

Ich habe in den vergangenen Jahren unzählige Gespräche mit Banken, Acquiren, Zahlungsanbietern und Risikomanagern geführt. Interessanterweise waren die meisten Gespräche deutlich entspannter, wenn von Anfang an offen kommuniziert wurde, worum es eigentlich geht. Nicht immer kam am Ende eine Zusage heraus. Aber Ehrlichkeit erspart oft viele spätere Schwierigkeiten.

Das bedeutet natürlich nicht, dass man jede Ablehnung akzeptieren muss. Es gibt zahlreiche Anbieter, die sich bewusst auf Adult spezialisiert haben. Es gibt Unternehmen, die die Besonderheiten der Branche kennen. Unternehmen, die verstehen, wie digitale Inhalte funktionieren. Unternehmen, die mit den typischen Risiken umgehen können. Genau deshalb lohnt es sich oft mehr, nach passenden Partnern zu suchen, als zwanghaft bei Anbietern bleiben zu wollen, die einen eigentlich gar nicht haben möchten.

Viele Menschen verschwenden Jahre damit, gegen die Realität anzukämpfen. Sie versuchen ständig, Systeme zu nutzen, die nie für sie gedacht waren. Sie hoffen, unter dem Radar zu bleiben. Sie hoffen, nicht aufzufallen. Sie hoffen, dass schon alles gutgehen wird. Manchmal funktioniert das tatsächlich. Für eine Weile.

Doch irgendwann kommt meistens der Moment, in dem die Realität an die Tür klopft. Dann wird das Konto überprüft. Dann werden Nachweise angefordert. Dann kommen Fragen. Und plötzlich hängt das gesamte Einkommen an Entscheidungen, die andere Menschen treffen.

Genau deshalb bin ich ein großer Freund davon, Geschäftsmodelle möglichst ehrlich aufzubauen. Nicht weil Ehrlichkeit automatisch jede Tür öffnet. Sondern weil man nachts deutlich ruhiger schläft, wenn man nicht permanent Angst vor der nächsten Überprüfung haben muss.

Die Wahrheit ist nämlich: Die Erotikbranche wird wahrscheinlich immer eine besondere Branche bleiben. Sie wird vermutlich nie dieselbe Behandlung erhalten wie ein Blumenladen oder ein Schuhgeschäft. Darüber kann man sich ärgern. Man kann es unfair finden. Man kann darüber diskutieren. Doch die Realität wird dadurch nicht verschwinden.



Deshalb besteht die klügste Strategie meistens darin, die Spielregeln zu akzeptieren und innerhalb dieser Spielregeln die bestmöglichen Entscheidungen zu treffen. Wer versteht, warum manche Anbieter Adult nicht wollen, hört auf, jede Ablehnung persönlich zu nehmen. Und wer aufhört, jede Ablehnung persönlich zu nehmen, kann seine Energie auf die Dinge konzentrieren, die tatsächlich wichtig sind: stabile Strukturen, passende Partner und langfristige Lösungen.

Denn am Ende ist nicht entscheidend, wie viele Anbieter dich ablehnen. Entscheidend ist, dass du die richtigen findest. Einen einzigen verlässlichen Partner zu haben, ist oft deutlich wertvoller als zehn Anbieter, die nur darauf warten, dich bei der ersten Gelegenheit wieder loszuwerden.



Kapitel 9 – Was eine gute Zahlungslösung wirklich können sollte

Nachdem wir nun über Kontosperrungen, Chargebacks, Datenschutz, Gutscheine, Kryptowährungen und die Besonderheiten der Erotikbranche gesprochen haben, stellt sich automatisch die nächste Frage: Woran erkennt man eigentlich eine gute Zahlungslösung?

Interessanterweise beantworten viele Menschen diese Frage falsch. Sie schauen zuerst auf Gebühren. Danach auf Geschwindigkeit. Danach vielleicht noch auf Bekanntheit. Das ist verständlich, aber meistens die falsche Reihenfolge. Eine Zahlungslösung kann unglaublich günstig sein und trotzdem katastrophal für dein Geschäft funktionieren. Sie kann schnell sein und trotzdem Risiken verursachen, die am Ende deutlich teurer werden als jede Gebühr.

Für mich beginnt eine gute Zahlungslösung deshalb immer mit einer ganz einfachen Frage: Ist sie überhaupt für mein Geschäftsmodell geeignet? Das klingt selbstverständlich, wird aber erstaunlich oft ignoriert. Viele Darstellerinnen verwenden Systeme, die nie für Adult entwickelt wurden. Solange alles funktioniert, wirkt das unproblematisch. Erst wenn Schwierigkeiten auftreten, merkt man, dass man die ganze Zeit auf einem Fundament gebaut hat, das eigentlich gar nicht für das eigene Gewicht ausgelegt war.

Der zweite Punkt ist Zuverlässigkeit. Eine Zahlungsmethode sollte nicht nur heute funktionieren. Sie sollte auch morgen funktionieren. Und nächstes Jahr. Und möglichst auch noch in fünf Jahren. Viele Menschen unterschätzen, wie viel Stress durch ständige Wechsel entsteht. Neue Konten. Neue Regeln. Neue Prozesse. Neue Kundenkommunikation. Jede Veränderung kostet Zeit und Energie. Deshalb ist Stabilität oft deutlich wertvoller als ein vermeintlich günstiger Preis.

Ein weiterer wichtiger Punkt ist die Frage nach Rückbuchungen und Stornierungen. Natürlich gibt es keine perfekte Welt. Kein System kann sämtliche Risiken vollständig eliminieren. Trotzdem sollte man verstehen, welche Schutzmechanismen existieren und welche nicht. Viele Menschen beschäftigen sich mit diesen Fragen erst dann, wenn sie bereits Geld verloren haben. Deutlich angenehmer ist es, sich vorher damit auseinanderzusetzen.

Ebenso wichtig ist das Thema Datenschutz. Ich habe bereits darüber gesprochen, wie schnell persönliche Informationen in die falschen Hände geraten können. Deshalb sollte man immer prüfen, welche Daten Kunden sehen können und welche nicht. Viele Probleme entstehen nicht durch große Sicherheitslücken, sondern durch kleine Details, die niemand beachtet hat. Ein echter Name hier. Eine private E-Mail-Adresse dort. Eine Information, die eigentlich nie notwendig gewesen wäre.



Eine gute Zahlungslösung sollte außerdem möglichst einfach für den Kunden sein. Das wird häufig vergessen. Natürlich muss eine Lösung die Darstellerin schützen. Gleichzeitig muss sie aber auch benutzbar bleiben. Wenn ein Kunde fünfzehn verschiedene Schritte durchführen muss, um eine Zahlung abzuschließen, werden viele Menschen irgendwann aufgeben. Nicht weil sie nicht zahlen wollen, sondern weil der Weg unnötig kompliziert geworden ist.

Deshalb besteht die Kunst oft darin, Sicherheit und Benutzerfreundlichkeit miteinander zu verbinden. Zu wenig Sicherheit erzeugt Risiken. Zu viel Komplexität kostet Umsatz. Dazwischen liegt der Bereich, in dem professionelle Lösungen entstehen.

Ein weiterer Punkt, über den kaum gesprochen wird, ist die Skalierbarkeit. Viele Lösungen funktionieren hervorragend mit zehn Kunden im Monat. Die Probleme beginnen erst bei hundert Kunden. Oder tausend Kunden. Plötzlich müssen Prozesse automatisiert werden. Buchhaltung wird wichtig. Nachweise werden wichtig. Dokumentation wird wichtig. Dinge, die vorher nebensächlich erschienen, entwickeln sich zu echten Herausforderungen.

Genau deshalb sollte man nicht nur überlegen, ob eine Lösung heute funktioniert. Man sollte überlegen, ob sie auch dann noch funktioniert, wenn das Geschäft wächst. Wer langfristig denkt, erspart sich viele spätere Umbauten.

An dieser Stelle werde ich häufig gefragt, welche Lösung ich persönlich empfehle. Meine Antwort fällt dabei oft etwas langweilig aus. Ich glaube nicht an die eine perfekte Lösung für alle Menschen. Jede Darstellerin arbeitet anders. Jede hat andere Kunden. Jede hat andere Prioritäten. Was für die eine hervorragend funktioniert, kann für die nächste völlig ungeeignet sein.

Ich habe allerdings eine klare Meinung dazu, was keine gute Strategie ist. Sich ausschließlich auf Systeme zu verlassen, die einen eigentlich gar nicht haben wollen, gehört für mich definitiv dazu. Ebenso halte ich wenig davon, Geschäftsmodelle auf dauerhafte Improvisation aufzubauen. Wer jeden Monat neue Tricks benötigt, um Geld empfangen zu können, hat meistens kein stabiles System aufgebaut.

Deshalb habe ich irgendwann begonnen, meine eigenen Lösungen für Probleme zu entwickeln, die mich selbst über Jahre begleitet haben. Nicht weil ich der Einzige wäre, der solche Lösungen anbietet. Ganz im Gegenteil. Es gibt mehrere Unternehmen, die sich bewusst auf Adult spezialisiert haben. Und das ist auch gut so. Konkurrenz ist nichts Schlechtes. Sie sorgt dafür, dass Anbieter besser werden.

Wichtig ist mir dabei lediglich ein Gedanke: Wenn ich anderen Menschen Ratschläge gebe, möchte ich dieselben Maßstäbe auch auf mich selbst anwenden. Ich kann nicht auf der einen Seite darüber schreiben, dass Darstellerinnen oft die meiste Arbeit leisten und am



Ende am wenigsten verdienen, um dann auf der anderen Seite genau dieselben Fehler zu machen. Das wäre für mich unglaublich.

Deshalb sollte eine gute Zahlungslösung nicht nur technisch funktionieren. Sie sollte auch fair kalkuliert sein. Sie sollte nachvollziehbar sein. Sie sollte die Interessen aller Beteiligten berücksichtigen. Natürlich möchte jedes Unternehmen Geld verdienen. Daran ist nichts falsch. Problematisch wird es erst dann, wenn Gewinne wichtiger werden als die Menschen, die das System überhaupt nutzen.

Am Ende bleibt deshalb eine erstaunlich einfache Erkenntnis übrig. Eine gute Zahlungslösung erkennt man nicht daran, wie laut für sie geworben wird. Man erkennt sie daran, wie viele Probleme sie im Alltag tatsächlich löst. Und je länger man in dieser Branche arbeitet, desto mehr versteht man, dass Zuverlässigkeit oft deutlich wertvoller ist als die nächste glänzende Neuheit. Denn das beste Payment-System ist nicht das, über das man ständig sprechen muss. Das beste Payment-System ist meistens das, das einfach funktioniert. Tag für Tag. Jahr für Jahr. Ohne Drama. Ohne Überraschungen. Genau so, wie es sein sollte.



Kapitel 10 – Eigene Webseiten, CMS-Systeme und die Kontrolle über das eigene Geschäft

Wenn es einen Gedanken gibt, der sich durch fast alle meine Bücher zieht, dann dieser: Kontrolle ist wertvoll. Nicht absolute Kontrolle, denn die gibt es im Leben ohnehin nicht. Aber möglichst viel Kontrolle über die Dinge zu besitzen, die für das eigene Geschäft entscheidend sind. Genau deshalb möchte ich in diesem Kapitel über eigene Webseiten und CMS-Systeme sprechen. Nicht, weil jeder Mensch sofort eine eigene Webseite braucht. Nicht, weil Plattformen grundsätzlich schlecht wären. Sondern weil viele Darstellerinnen gar nicht wissen, welche Unterschiede zwischen geliehenem und eigenem Boden existieren.

Die meisten beginnen ihre Reise auf fremden Plattformen. Das ist völlig normal. Dort gibt es bereits Kunden. Dort gibt es Reichweite. Dort gibt es bestehende Strukturen. Für Anfängerinnen kann das ein sinnvoller Start sein. Das Problem entsteht erst dann, wenn man beginnt zu glauben, dass diese Plattformen einem gehören würden. Tun sie nicht.

Die Kunden gehören der Plattform. Die Infrastruktur gehört der Plattform. Die Regeln gehören der Plattform. Und im schlimmsten Fall entscheidet auch die Plattform darüber, ob man morgen noch dort arbeiten darf. Das bedeutet nicht, dass Plattformen böse sind. Sie stellen schließlich eine Dienstleistung bereit. Sie investieren Geld. Sie tragen Risiken. Natürlich dürfen sie ihre eigenen Regeln aufstellen. Das Problem entsteht nur dann, wenn man seine gesamte Existenz von Entscheidungen abhängig macht, die andere Menschen treffen.

Genau dieselbe Logik gilt übrigens auch für Payment. Viele Menschen verlassen sich vollständig auf einen einzelnen Anbieter. Solange alles funktioniert, wirkt das bequem. Doch sobald Probleme auftreten, merkt man plötzlich, wie wenig Kontrolle man tatsächlich besitzt. Das Konto wird gesperrt. Auszahlungen werden verzögert. Regeln ändern sich. Und plötzlich hängt das eigene Einkommen an einer Entscheidung, die man selbst nicht beeinflussen kann.

Eine eigene Webseite verändert diese Situation nicht vollständig, aber sie verschiebt die Kontrolle deutlich stärker in die eigene Richtung. Man entscheidet selbst über Inhalte. Man entscheidet selbst über Preise. Man entscheidet selbst über Funktionen. Und man entscheidet selbst darüber, welche Zahlungswege integriert werden.

Natürlich bringt das auch Verantwortung mit sich. Eine eigene Webseite bedeutet Arbeit. Sie bedeutet Wartung. Sie bedeutet technische Fragen. Sie bedeutet rechtliche Fragen. Viele



Menschen sehen nur die Vorteile und vergessen die Verpflichtungen. Genau deshalb ist eine eigene Webseite nicht automatisch die richtige Lösung für jeden.

Trotzdem halte ich es für wichtig, zumindest darüber nachzudenken. Denn die meisten Menschen unterschätzen, wie wertvoll Unabhängigkeit werden kann. Besonders dann, wenn sich Rahmenbedingungen verändern. Ich habe im Laufe der Jahre viele Geschichten erlebt. Plattformen wurden verkauft. Regeln wurden geändert. Zahlungsanbieter verschwanden. Geschäftspartner trafen neue Entscheidungen. Menschen, die ausschließlich von fremden Strukturen abhängig waren, mussten oft innerhalb kürzester Zeit ihr gesamtes Geschäftsmodell umstellen.

Wer dagegen eigene Strukturen aufgebaut hatte, konnte deutlich entspannter reagieren. Natürlich bedeutet eine eigene Webseite nicht, dass plötzlich alle Probleme verschwinden. Auch eine eigene Webseite benötigt Hosting. Auch eine eigene Webseite benötigt Zahlungsanbieter. Auch eine eigene Webseite unterliegt Gesetzen und Vorschriften. Aber man besitzt zumindest die Möglichkeit, viele Entscheidungen selbst zu treffen.

Genau deshalb bin ich ein großer Freund davon, langfristig zu denken. Viele Menschen planen nur bis nächsten Monat. Manche planen bis zum Jahresende. Wirklich erfolgreiche Menschen stellen sich dagegen oft eine andere Frage: Wie möchte ich in fünf Jahren arbeiten? Wenn die Antwort lautet, möglichst unabhängig zu sein, dann führt an eigenen Strukturen häufig kein Weg vorbei.

An dieser Stelle kommen CMS-Systeme ins Spiel. CMS steht für Content-Management-System. Vereinfacht gesagt handelt es sich um die technische Grundlage einer Webseite. Es ist das Werkzeug, mit dem Inhalte verwaltet, Produkte angeboten, Kunden betreut und Funktionen gesteuert werden können. Viele Menschen erschrecken zunächst vor technischen Begriffen. Das muss jedoch nicht sein. Man muss kein Programmierer sein, um zu verstehen, warum ein gutes System wichtig ist. Genauso wie man kein Mechaniker sein muss, um zu verstehen, dass ein zuverlässiges Auto angenehmer ist als eines, das jede Woche liegen bleibt.

Ein gutes CMS sollte deshalb vor allem eines tun: Probleme lösen. Es sollte Arbeit erleichtern. Es sollte Prozesse vereinfachen. Es sollte Zeit sparen. Sobald ein System mehr Arbeit erzeugt als es einspart, sollte man sich fragen, ob man wirklich das richtige Werkzeug gewählt hat. Genau deshalb beobachte ich manchmal mit einem Schmunzeln, wie kompliziert manche Lösungen inzwischen geworden sind. Es gibt Systeme mit unzähligen Funktionen, Menüs und Einstellungen. Alles wirkt beeindruckend. Alles wirkt professionell. Doch am Ende verbringt die Darstellerin mehr Zeit damit, das System zu bedienen als mit ihrem eigentlichen Geschäft.

Das kann nicht der Sinn der Sache sein. Technik sollte Menschen unterstützen. Nicht beschäftigen. Und genau das war immer mein eigener Ansatz. Wenn ich mit Darstellerinnen



spreche, stelle ich immer wieder fest, dass die meisten gar keine Lust auf komplizierte Technik haben. Sie möchten Inhalte erstellen. Mit Kunden arbeiten. Geld verdienen. Sie möchten nicht erst Informatik studieren müssen, um eine Webseite bedienen zu können.

Deshalb haben wir bei unseren eigenen Projekten über die Jahre versucht, Systeme immer weiter zu vereinfachen. Nicht komplizierter. Nicht mit immer neuen Funktionen überladen. Sondern einfacher. Denn jede Funktion, die niemand versteht, ist wertlos. Jede Einstellung, die ständig erklärt werden muss, kostet Zeit. Und Zeit ist am Ende eine der wertvollsten Ressourcen überhaupt.

Ein weiterer wichtiger Punkt ist die Verbindung zwischen CMS und Payment. Viele Menschen betrachten diese Bereiche getrennt voneinander. Tatsächlich gehören sie jedoch zusammen. Die beste Webseite bringt wenig, wenn Kunden nicht bezahlen können. Und die beste Zahlungslösung bringt wenig, wenn die technische Einbindung unnötig kompliziert ist. Deshalb lohnt es sich, beide Themen gemeinsam zu betrachten. Nicht aus technischer Begeisterung. Sondern aus wirtschaftlicher Vernunft.

Ich werde oft gefragt, ob jede Darstellerin sofort eine eigene Webseite benötigt. Meine Antwort lautet fast immer: Nein. Viele Menschen können jahrelang erfolgreich über bestehende Plattformen arbeiten. Daran ist überhaupt nichts falsch. Problematisch wird es nur, wenn man glaubt, diese Plattformen würden einem gehören oder immer existieren. Die Geschichte des Internets ist voller Plattformen, die einst unbesiegbar wirkten und heute kaum noch eine Rolle spielen.

Genau deshalb sehe ich eine eigene Webseite nicht als Ersatz für Plattformen. Ich sehe sie als Absicherung. Als eigenes Fundament. Als Ort, über den man selbst entscheidet. Vielleicht ist dieses Fundament anfangs klein. Vielleicht kommen zunächst nur wenige Kunden direkt. Das spielt keine Rolle. Wichtiger ist, dass man überhaupt etwas besitzt, das einem niemand über Nacht wegnehmen kann.

Am Ende läuft alles wieder auf denselben Gedanken hinaus, der bereits viele Kapitel begleitet hat: Kontrolle. Nicht Kontrolle über andere Menschen. Nicht Kontrolle über Kunden. Sondern Kontrolle über die eigenen Strukturen. Je mehr wichtige Bereiche deines Geschäfts vollständig von anderen Menschen abhängen, desto verletzlicher wird dein Unternehmen. Je mehr tragende Säulen du selbst beeinflussen kannst, desto stabiler wird das Fundament.

Deshalb muss nicht jede Darstellerin morgen eine eigene Webseite starten. Nicht jede benötigt sofort ein CMS. Nicht jede möchte sich mit Technik beschäftigen. Das ist vollkommen in Ordnung. Aber jede Darstellerin sollte zumindest verstehen, warum Unabhängigkeit langfristig wertvoll sein kann. Denn Plattformen kommen und gehen. Zahlungsanbieter kommen und gehen. Geschäftspartner kommen und gehen. Die eigene Marke bleibt.



Und je mehr Kontrolle man über diese Marke besitzt, desto weniger abhängig wird man von Entscheidungen, die andere Menschen für einen treffen. Genau dort beginnt langfristige Stabilität. Nicht in der nächsten kurzfristigen Lösung, sondern in Strukturen, die auch dann noch funktionieren, wenn sich die Welt um sie herum verändert.



Kapitel 11 – Mein größter Payment-Fehler

Wenn ich heute auf die vergangenen Jahre zurückblicke, dann gab es viele Fehler. Manche waren klein. Manche waren teuer. Manche waren einfach nur ärgerlich. Und manche haben mir Lektionen beigebracht, die ich niemals vergessen werde. Der größte Fehler hatte dabei nicht einmal etwas mit Technik zu tun. Nicht mit Banken. Nicht mit Zahlungsanbietern. Nicht mit Verträgen. Mein größter Fehler war Vertrauen an der falschen Stelle.

Das klingt zunächst merkwürdig. Vertrauen ist schließlich etwas Positives. Ohne Vertrauen wären weder Freundschaften noch Beziehungen noch Geschäftsbeziehungen möglich. Das Problem entsteht erst dann, wenn Vertrauen beginnt, Sicherheitsmaßnahmen zu ersetzen. Genau das ist mir passiert.

Ich hatte einen Kunden, den ich bereits sehr lange kannte. Nicht seit ein paar Wochen. Nicht seit ein paar Monaten. Sondern über viele Jahre hinweg. Er gehörte zu den Menschen, bei denen man irgendwann gar nicht mehr darüber nachdenkt, ob Probleme entstehen könnten. Die Zusammenarbeit funktionierte. Zahlungen funktionierten. Es gab keinen Streit. Keine Auffälligkeiten. Keine Warnsignale.

Irgendwann begann ich deshalb, Ausnahmen zu machen. Eine der schlechtesten Ideen überhaupt. Viele Katastrophen beginnen nicht mit einer großen Fehlentscheidung. Sie beginnen mit kleinen Ausnahmen. Mit Gedanken wie: „Ach, bei dem Kunden ist das schon in Ordnung.“ Oder: „Den kenne ich doch schon ewig.“ Oder: „Was soll denn da passieren?“ Genau so dachte ich damals auch.

Ich gab diesem Kunden mein privates Paypal-Konto. Heute würde ich das niemandem empfehlen. Damals hielt ich mich für besonders clever. Schließlich handelte es sich um einen Stammkunden. Jemanden, der seit Jahren zahlte. Jemanden, bei dem ich keinerlei Probleme erwartete. Eine Zeit lang funktionierte das sogar problemlos.

Dann kam der Tag, an dem plötzlich alles anders war. Der Kunde bezahlte innerhalb eines Monats einen mittleren vierstelligen Betrag. Das Geld blieb auf dem Paypal-Konto liegen. Ich ließ es dort, weil ich keinen Grund sah, misstrauisch zu werden. Warum auch? Die Geschäftsbeziehung bestand seit Jahren. Es gab keine Konflikte. Keine offenen Fragen. Keine Warnsignale.

Dann wurde das Konto gesperrt. Das Geld wurde eingefroren. Und plötzlich stand ich vor einem Problem, mit dem ich niemals gerechnet hatte.

Der Kunde hatte die Zahlungen als Betrug gemeldet. Als ich davon erfuhr, hielt ich es zunächst für ein Missverständnis. Vielleicht war tatsächlich etwas schiefgelaufen. Vielleicht gab es eine Verwechslung. Vielleicht konnte man das schnell klären. Die Erklärung des



Kunden lautete später, seine Schwester habe die Abbuchungen gesehen und geglaubt, es handele sich um Betrug. Wegen eines angeblich ausländischen Namens.

Das Problem an dieser Geschichte war nur, dass sie vorne und hinten keinen Sinn ergab. Mein Klarname stand offen in meinen Informationen. Deutscher hätte mein Name kaum klingen können. Der Kunde selbst war Deutscher. Und die Zahlungen waren über einen langen Zeitraum erfolgt. Nichts an dieser Geschichte wirkte glaubwürdig.

Irgendwann kam dann die Wahrheit ans Licht. Er hatte gehofft, ich würde den Vorgang nicht bemerken. Er hatte gehofft, kostenlose Leistungen zu erhalten. Er hatte gehofft, dass er damit durchkommt. Das Geld blieb monatelang eingefroren. Ein Teil ging verloren. Ein Teil wurde später ausgezahlt. Dazwischen lagen Diskussionen, Nachweise, Wartezeiten und jede Menge unnötiger Stress. All das wegen eines Fehlers, den ich selbst gemacht hatte.

Nicht Paypal war mein eigentlicher Fehler. Nicht der Kunde war mein eigentlicher Fehler. Mein Fehler bestand darin, zu glauben, langjährige Geschäftsbeziehungen würden Sicherheitsmaßnahmen überflüssig machen. Genau das stimmt nicht.

Ein System sollte auch dann funktionieren, wenn Menschen sich falsch verhalten. Ein System sollte auch dann funktionieren, wenn Vertrauen enttäuscht wird. Ein System sollte auch dann funktionieren, wenn jemand versucht, sich Vorteile zu verschaffen. Denn genau dafür sind gute Systeme da.

Interessanterweise endete die Geschichte noch nicht einmal dort. Monate später meldete sich derselbe Kunde wieder. Diesmal mit einer Entschuldigung. Er zahlte offene Beträge. Er zahlte Zinsen. Er zahlte zusätzliche Beträge. Er wollte eine zweite Chance. Ob jemand eine zweite Chance verdient, muss jeder Mensch für sich selbst entscheiden. Darüber möchte ich gar nicht urteilen.

Die eigentliche Lektion der Geschichte bleibt dieselbe. Vertrauen ist kein Ersatz für Strukturen. Vertrauen ist kein Ersatz für Regeln. Vertrauen ist kein Ersatz für Sicherheit.

Viele Menschen glauben, schlechte Erfahrungen würden immer durch Fremde verursacht. Durch Betrüger. Durch unbekannte Kunden. Durch Menschen, die man kaum kennt. Tatsächlich entstehen die teuersten Fehler oft genau dort, wo man sich am sichersten fühlt.

Deshalb bin ich heute deutlich vorsichtiger geworden. Nicht misstrauischer. Nicht verbitterter. Einfach vorsichtiger. Ich habe gelernt, dass gute Geschäftsprozesse nicht für gute Kunden gebaut werden. Gute Kunden benötigen sie meistens gar nicht. Gute Prozesse werden für die wenigen Menschen gebaut, die irgendwann Probleme verursachen.



Genau deshalb sollte man niemals fragen: „Vertraue ich diesem Kunden?“ Die bessere Frage lautet: „Funktioniert mein System auch dann noch, wenn ich mich in diesem Kunden täusche?“

Diese Frage hat meine Sicht auf Payment grundlegend verändert. Und wenn dieses gesamte Buch am Ende nur eine einzige Erkenntnis vermitteln würde, dann vielleicht genau diese: Baue deine Geschäftsprozesse niemals auf Hoffnung auf. Baue sie auf Strukturen auf.

Denn Hoffnung kann enttäuscht werden. Strukturen dagegen funktionieren auch an schlechten Tagen. Und genau an diesen Tagen merkt man, warum sie so wichtig sind. Rückblickend war der finanzielle Verlust ärgerlich. Die eingefrorenen Gelder waren ärgerlich. Die Monate voller Diskussionen waren ärgerlich. Aber die wertvollste Erkenntnis aus dieser Geschichte war eine andere: Gute Systeme schützen dich nicht vor guten Menschen. Gute Menschen brauchen diesen Schutz gar nicht. Gute Systeme schützen dich vor den Momenten, in denen Menschen plötzlich nicht mehr so handeln, wie du es erwartet hast.

Und genau deshalb habe ich irgendwann aufgehört, Payment nur als Möglichkeit zu betrachten, Geld zu empfangen. Heute betrachte ich Payment als Teil meiner Sicherheitsstrategie. Als Teil meines Geschäftsmodells. Als Teil meiner Unabhängigkeit. Denn Geld zu verdienen ist wichtig. Noch wichtiger ist es jedoch, das verdiente Geld auch tatsächlich behalten zu dürfen. Genau dort beginnt professionelles Denken. Nicht bei der ersten Zahlung, sondern bei der Frage, was passiert, wenn einmal etwas schiefgeht.



Kapitel 12 – Langfristig denken statt improvisieren

Wenn du bis hierher gelesen hast, ist dir vielleicht aufgefallen, dass dieses Buch eigentlich gar kein Buch über Payment ist. Natürlich sprechen wir über Zahlungsanbieter. Über Chargebacks. Über Kontosperrungen. Über Datenschutz. Über Gutscheine, Kryptowährungen und technische Lösungen. Doch hinter all diesen Themen steckt etwas viel Größeres. Es geht um langfristiges Denken.

Viele Probleme in der Erotikbranche entstehen nicht durch fehlendes Wissen. Sie entstehen, weil Menschen nur bis zur nächsten Zahlung denken. Bis zum nächsten Kunden. Bis zum nächsten Monat. Das ist verständlich. Gerade am Anfang steht oft das Überleben im Vordergrund. Man möchte Einnahmen erzielen. Man möchte Rechnungen bezahlen. Man möchte Fortschritte sehen. Doch irgendwann sollte man beginnen, sich andere Fragen zu stellen.

Wie möchte ich in einem Jahr arbeiten? Wie möchte ich in fünf Jahren arbeiten? Welche Risiken baue ich gerade unbewusst auf? Welche Probleme könnte ich heute verhindern, bevor sie überhaupt entstehen? Genau an diesem Punkt verändert sich die Perspektive. Plötzlich sucht man nicht mehr nach der schnellsten Lösung. Man sucht nach der stabilsten Lösung. Plötzlich fragt man nicht mehr: „Wie bekomme ich heute Geld?“ Sondern: „Wie stelle ich sicher, dass mein Geschäft auch morgen noch funktioniert?“

Das klingt vielleicht unspektakulär. Tatsächlich ist es jedoch einer der größten Unterschiede zwischen Menschen, die kurzfristig arbeiten, und Menschen, die langfristig erfolgreich bleiben. Ich habe im Laufe der Jahre unzählige Beispiele gesehen. Menschen, die enorme Reichweiten aufgebaut haben und später alles verloren. Menschen, die hohe Umsätze erzielt haben und trotzdem ständig Geldprobleme hatten. Menschen, die sich vollständig auf Plattformen verlassen haben. Menschen, die sich vollständig auf einzelne Kunden verlassen haben. Menschen, die sich vollständig auf einen Zahlungsanbieter verlassen haben.

Solange alles funktioniert, wirken solche Entscheidungen harmlos. Die Probleme beginnen immer erst dann, wenn sich etwas verändert. Eine Plattform ändert ihre Regeln. Ein Kunde verschwindet. Ein Zahlungsanbieter kündigt. Eine Bank stellt Fragen. Plötzlich merkt man, wie abhängig man geworden ist.

Genau deshalb habe ich im Laufe der Zeit begonnen, nahezu jede geschäftliche Entscheidung durch eine einfache Frage zu betrachten: Was passiert, wenn diese Lösung morgen wegfällt? Wenn die Antwort lautet: „Dann habe ich ein ernstes Problem“, dann sollte man sich Gedanken machen.



Natürlich kann niemand sämtliche Risiken ausschließen. Das Leben funktioniert nicht so. Es wird immer Überraschungen geben. Es wird immer Situationen geben, die man nicht vorhersehen konnte. Aber man kann die Wahrscheinlichkeit reduzieren, dass ein einzelnes Problem gleich das gesamte Kartenhaus einstürzen lässt.

Deshalb bin ich ein großer Freund davon, mehrere Standbeine aufzubauen. Mehrere Kunden statt eines einzigen Großkunden. Mehrere Einnahmequellen statt einer einzigen Einnahmequelle. Mehrere Wege, um mit Kunden zu kommunizieren. Mehrere Möglichkeiten, Zahlungen zu empfangen. Nicht aus Angst. Sondern aus Vernunft.

Viele Menschen verwechseln Sicherheit mit Misstrauen. Dabei haben die beiden Dinge nichts miteinander zu tun. Sicherheit bedeutet nicht, dass man ständig vom Schlimmsten ausgeht. Sicherheit bedeutet lediglich, dass man vorbereitet ist, falls das Schlimmste doch einmal eintritt. Genau das habe ich im Bereich Payment lernen müssen.

Ich habe gelernt, dass Bequemlichkeit oft teuer wird. Ich habe gelernt, dass Vertrauen wichtig ist, aber keine Sicherheitsstrategie ersetzt. Ich habe gelernt, dass bekannte Marken nicht automatisch die beste Lösung darstellen. Ich habe gelernt, dass Kontrolle wertvoll ist. Und ich habe gelernt, dass langfristige Stabilität meistens deutlich unspektakulärer aussieht als die schnellen Versprechen, die man überall im Internet findet.

Das gilt übrigens nicht nur für Payment. Es gilt für nahezu jeden Bereich dieses Geschäfts. Für Kunden. Für Plattformen. Für Webseiten. Für Marketing. Für Geschäftspartner. Für Beziehungen. Immer wieder läuft alles auf dieselbe Frage hinaus: Baue ich gerade etwas auf, das auch morgen noch funktionieren kann?

Wenn die Antwort ja lautet, bist du meistens auf einem guten Weg. Wenn die Antwort nein lautet, solltest du genauer hinschauen. Vielleicht ist das die wichtigste Erkenntnis dieses gesamten Buches. Nicht jede Entscheidung muss perfekt sein. Nicht jede Entscheidung muss für immer halten. Aber jede Entscheidung sollte zumindest die Chance haben, langfristig zu funktionieren.

Denn die meisten Menschen scheitern nicht an einzelnen Katastrophen. Sie scheitern an vielen kleinen Entscheidungen, die über Jahre hinweg immer wieder in dieselbe Richtung zeigen. Eine Abkürzung hier. Eine Ausnahme dort. Eine riskante Lösung, weil sie gerade bequem erscheint. Nichts davon wirkt in dem Moment dramatisch. Doch irgendwann summieren sich diese Entscheidungen zu einem Problem, das deutlich größer ist als jede einzelne Entscheidung für sich betrachtet.

Genau deshalb bin ich heute deutlich entspannter als früher. Nicht weil weniger Probleme auftreten. Sondern weil ich gelernt habe, Strukturen aufzubauen, die Probleme besser aushalten können. Das bedeutet nicht, dass alles perfekt läuft. Das bedeutet nicht, dass es



keine Rückschläge gibt. Aber Rückschläge sind deutlich weniger gefährlich, wenn das Fundament stabil gebaut wurde.

Und genau das ist letztendlich die Botschaft dieses gesamten Buches. Payment ist wichtig. Datenschutz ist wichtig. Chargebacks sind wichtig. Die Wahl der richtigen Anbieter ist wichtig. Doch all diese Dinge sind nur einzelne Bausteine eines viel größeren Bildes. Es geht darum, ein Geschäft aufzubauen, das nicht bei jedem Windstoß zusammenbricht.

Denn Geld zu verdienen ist eine Fähigkeit. Geld zu behalten ist eine Fähigkeit. Sich langfristig unabhängig aufzustellen, ist ebenfalls eine Fähigkeit. Und genau diese dritte Fähigkeit wird oft unterschätzt.

Die Wahrheit ist nämlich erstaunlich simpel: Die meisten Probleme entstehen nicht an dem Tag, an dem etwas schiefgeht. Die meisten Probleme entstehen Monate oder Jahre vorher, als man die Entscheidung getroffen hat, alles auf eine einzige Karte zu setzen. Wer das versteht, denkt automatisch anders. Ruhiger. Langfristiger. Strategischer.

Und genau dort beginnt für mich Professionalität. Nicht bei der Höhe des Umsatzes. Nicht bei der Anzahl der Kunden. Sondern bei der Fähigkeit, heute Entscheidungen zu treffen, die einem auch in fünf Jahren noch helfen. Denn am Ende geht es nicht darum, möglichst schnell Geld zu verdienen. Es geht darum, sich ein Geschäft aufzubauen, das auch dann noch steht, wenn andere längst wieder von vorne anfangen müssen.



Persönliches Nachwort

Wenn du dieses Nachwort liest, dann hast du das gesamte Buch geschafft. Vielleicht hast du dabei an manchen Stellen genickt. Vielleicht hast du bei anderen Stellen gedacht: „So schlimm wird es bei mir schon nicht werden.“ Glaub mir, genau das habe ich früher auch gedacht.

Viele der Dinge, über die ich in diesem Buch geschrieben habe, habe ich nicht aus Fachbüchern gelernt. Ich habe sie nicht in Seminaren gelernt. Ich habe sie nicht von irgendwelchen selbsternannten Online-Gurus gelernt. Ich habe sie gelernt, weil ich Fehler gemacht habe. Teure Fehler. Dumme Fehler. Fehler, die ich heute mit wenigen Minuten Nachdenken vermeiden würde. Und genau deshalb wollte ich dieses Buch schreiben. Nicht, weil ich alles besser weiß. Nicht, weil ich unfehlbar bin. Sondern weil ich weiß, wie es sich anfühlt, wenn einem plötzlich das Konto gesperrt wird. Wenn Geld eingefroren wird. Wenn man Kunden vertraut, die dieses Vertrauen nicht verdient haben. Wenn man glaubt, eine clevere Lösung gefunden zu haben und später merkt, dass man sich damit nur neue Probleme geschaffen hat.

Die Wahrheit ist: Viele Menschen beschäftigen sich mit Payment erst dann, wenn bereits etwas kaputtgegangen ist. Vorher wirkt das Thema langweilig. Technik. Banken. Verträge. Zahlungsanbieter. Wen interessiert das schon? Die meisten wollen Kunden gewinnen, Inhalte erstellen und Geld verdienen. Verständlich. Ich war nicht anders. Heute sehe ich das jedoch etwas anders. Payment ist kein Nebenthema. Es ist ein Fundament. Es ist einer dieser Bereiche, die niemand spannend findet, solange alles funktioniert. Doch sobald etwas schiefläuft, wird plötzlich klar, wie wichtig dieses Fundament tatsächlich ist.

Wenn ich eine Sache in den vergangenen Jahren gelernt habe, dann diese: Baue dein Geschäft niemals auf Hoffnung auf. Hoffe nicht darauf, dass eine Plattform für immer existiert. Hoffe nicht darauf, dass ein Zahlungsanbieter dich niemals kündigt. Hoffe nicht darauf, dass Kunden immer fair handeln. Hoffe nicht darauf, dass andere Menschen deine Interessen genauso wichtig finden wie du selbst. Hoffe nicht darauf, dass Probleme dich schon verschonen werden. Baue stattdessen Strukturen auf. Strukturen wirken langweilig. Sie bringen keine Likes. Niemand macht begeisterte Videos über funktionierende Prozesse. Niemand prahlt auf Social Media damit, dass die eigene Infrastruktur stabil läuft. Und trotzdem sind genau diese Dinge oft der Unterschied zwischen Menschen, die langfristig erfolgreich bleiben, und Menschen, die immer wieder von vorne anfangen müssen.

Vielleicht ist das auch der Grund, warum sich viele meiner Bücher am Ende ähnlich anfühlen. Egal ob wir über Plattformen sprechen, über Kunden, über Produzenten, über Agenturen, über Reichweite oder eben über Payment. Immer wieder lande ich bei denselben Gedanken. Unabhängigkeit ist wertvoll. Kontrolle ist wertvoll. Eigene Strukturen sind wertvoll. Und langfristiges Denken ist fast immer wertvoller als kurzfristige Bequemlichkeit.



Das bedeutet nicht, dass man alles alleine machen muss. Ganz im Gegenteil. Gute Geschäftspartner können unglaublich wertvoll sein. Gute Plattformen können hilfreich sein. Gute Zahlungsanbieter können Gold wert sein. Aber man sollte niemals vergessen, dass fremde Strukturen eben fremde Strukturen bleiben.

Vielleicht ist das die größte Lektion meines eigenen Weges. Ich habe Menschen vertraut, denen ich nicht hätte vertrauen sollen. Ich habe Systemen vertraut, denen ich nicht hätte vertrauen sollen. Ich habe Ausnahmen gemacht, die ich besser nicht gemacht hätte. Ich habe geglaubt, langjährige Kunden würden automatisch fair handeln. Ich habe geglaubt, bekannte Marken würden automatisch Sicherheit bedeuten. Ich habe geglaubt, manche Risiken würden mich schon nicht treffen. Und wie so viele Menschen musste ich lernen, dass die Realität manchmal andere Pläne hat.

Und trotzdem bereue ich diese Erfahrungen nicht. Natürlich hätte ich das Geld lieber behalten. Natürlich hätte ich mir manchen Ärger gerne erspart. Natürlich hätte ich ruhiger geschlafen. Aber ohne diese Fehler gäbe es dieses Buch nicht. Ohne diese Fehler hätte ich viele Dinge nie verstanden. Ich habe in meinem Leben Paypal-Konten verloren. Ich habe eingefrorene Gelder erlebt. Ich habe mich mit Rückbuchungen herumgeschlagen. Ich habe Kunden erlebt, die plötzlich ganz andere Menschen waren, als ich über Jahre geglaubt hatte. Ich habe Menschen erlebt, die versucht haben, sich Leistungen zu erschleichen. Ich habe erlebt, wie schnell Bequemlichkeit teuer werden kann. Und ich habe erlebt, wie wichtig es ist, aus solchen Situationen die richtigen Schlüsse zu ziehen.

Nicht jeder Fehler ist eine Katastrophe. Manche Fehler sind Lehrgeld. Manche Fehler sind Warnschüsse. Und manche Fehler sind genau die Erfahrung, die man später braucht, um bessere Entscheidungen zu treffen. Ein Gedanke hat mich über all die Jahre begleitet: Richte dein Geschäft niemals nach den besten Kunden aus. Richte es nach den schlimmsten Kunden aus, die dir begegnen könnten. Die guten Kunden verursachen selten Probleme. Die schlechten Kunden entscheiden darüber, ob deine Strukturen funktionieren. Das mag zunächst pessimistisch klingen, ist aber in Wahrheit das Gegenteil. Denn genau dieses Denken ermöglicht es, entspannter zu arbeiten. Wer vorbereitet ist, muss deutlich weniger Angst vor Problemen haben.

Vielleicht ist das die wichtigste Botschaft, die ich dir mitgeben möchte. Du musst nicht alles perfekt machen. Niemand macht alles perfekt. Du wirst Fehler machen. Du wirst Dinge lernen. Du wirst Entscheidungen treffen, die du später anders treffen würdest. Das gehört dazu. Wichtig ist nur, dass du bereit bist, daraus zu lernen. Denn langfristiger Erfolg entsteht selten durch Genialität. Er entsteht meistens dadurch, dass man Fehler überlebt, aus ihnen lernt und anschließend bessere Entscheidungen trifft.

Wenn dieses Buch dazu beiträgt, dass du einen teuren Fehler vermeidest, deine Privatsphäre besser schützt, dein Geld sicherer erhält oder einfach nur ein wenig langfristiger denkst, dann hat es seinen Zweck erfüllt. Und wenn du am Ende nur eine



einzigste Sache aus diesem Buch mitnimmst, dann vielleicht diese: Geld verdienen ist wichtig. Geld behalten ist wichtiger. Und die Kontrolle über das eigene Leben zu behalten, ist unbezahlbar.

Pass auf dich auf. Und denke immer daran: Die meisten Menschen beschäftigen sich mit Sicherheit erst dann, wenn sie sie bereits verloren haben. Du hast jetzt die Möglichkeit, es besser zu machen. Dafür habe ich dieses Buch geschrieben.

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.