

Vertraulich

# Paramour Geschäftsplan für Investor\*innen

Businessplan

Planungszeitraum Januar 2025 bis Dezember 2027



Prima K. Cristofalo

Vorstandsmitglied

Paramour Collective, e.G.

[ParamourCollective@gmail.com](mailto:ParamourCollective@gmail.com)

+49 176 658 62435

# Inhaltsverzeichnis

<b>1 Zusammenfassung</b>	<b>1</b>
<b>2 Geschäftsidee</b>	<b>1</b>
2.1 Angebot	1
2.2 Nutzen	1
2.3 Kernfähigkeiten	2
<b>3 Vertrieb &amp; Wettbewerb</b>	<b>3</b>
3.1 Kunden	3
3.2 Vertrieb & Kommunikation	4
3.3 Markt & Wettbewerb	6
<b>4 Team &amp; Partner</b>	<b>8</b>
4.1 Gründer*innen & Team	8
4.2 Werte	8
4.3 Schlüsselpartner	9
<b>5 Unternehmen</b>	<b>12</b>
5.1 Produktion (Kernaktivitäten)	12
5.2 Standort	13
5.3 Rechtsform & Vorschriften	13
5.4 Risiken	14
<b>6 Finanzen</b>	<b>15</b>
6.1 Ertragsquellen / Umsatz	15
6.2 Kosten	16
6.3 Privatentnahme	17
6.4 Kapitalbedarf & Finanzierung	17
6.5 Rentabilität	19
6.6 Liquidität	20
<b>Anhang monatliche Finanzplanung</b>	
<b>Anhang Dokumente</b>	

# 1 Zusammenfassung

## 2 Geschäftsidee

### 2.1 Angebot

Wie bei einer herkömmlichen Escort-Agentur verwaltet Paramour Collective eine Online-Werbepattform und ein Buchungstool: Eine Website mit einer Profilseite für jedes Mitarbeiter-Mitglied und Kontaktformulare. Diese Seite dient als direkte Benutzeroberfläche für Kund\*innen. Wenn ein\*e Kund\*in eine\*n Escort buchen möchte, teilt er\*sie seine\*ihre Präferenzen unserem Kommunikationsteam mit, das sich mit der Escortperson in Verbindung setzt, den Termin bucht, Anzahlungen und Zahlungen abwickelt und bei Bedarf die Reise organisiert. Wir bieten auch einen Safe-Call-Service für alle Escorts an, um sicherzustellen, dass sie sich vor und nach jeder Buchung sicher und wohl fühlt. Wir koordinieren das Marketing und leiten den Besucherverkehr auf unsere Website.

Jede Escort-Profilseite enthält Fotos, einen Text über die Escortperson, ihre Dienstleistungen, Preise und alle anderen Details, die die Escortperson hinzufügen möchte. Jede Escortperson hat die 100%ige Kontrolle über den Inhalt ihrer Profilseite, einschließlich ihrer Preise. (Die meisten Agenturen bestimmen die Preise für ihre Escorts, was nicht nur unangemessen, sondern sogar illegal ist).

Unter allen Kämpfen für Arbeitnehmer\*innenrechte ist der Kampf für die Rechte von Sexarbeiter\*innen in der Hinsicht einzigartig, da eines der Rechte, für das wir kämpfen müssen, das Recht ist, nicht ermordet zu werden.

Das Bedürfnis nach Sicherheit in der Sexarbeit ist einer der vielen Aspekte der Arbeitnehmer\*innenrechte in dieser Branche, die bei der Gründung von Paramour Collective im Mittelpunkt standen.

Zu diesem Zweck wird Paramour sowohl seinen Mitarbeiter\*innen als auch der gesamten Sexarbeitenden- Community einen zusätzlichen Service anbieten: eine sogenannte "schwarze Liste". Dazu werden die Daten von Kund\*innen, die sich in der Vergangenheit gefährlich verhalten haben, in einer Datenbank gespeichert. Wir werden auf unserer Website eine abfragbare schwarze Liste und ein Meldeformular einrichten, das nur verifizierten Sexarbeiter\*innen zugänglich sein wird. Solche Plattformen gibt es bereits in den USA und im Vereinigten Königreich; in Deutschland existiert jedoch noch kein vergleichbares Angebot. So gibt es derzeit kein System, das einen verurteilten Vergewaltiger daran hindern kann, sich eine professionelle Escortperson zu suchen, ein Umstand, den wir alle als übermäßiges Risiko für unsere persönliche Sicherheit ansehen. Unsere Startkosten umfassen daher auch die Kosten für den Aufbau einer solchen Plattform.

### 2.2 Nutzen

Bei der Arbeit auf anderen Plattformen oder für andere Unternehmen haben viele von uns die Erfahrung gemacht, dass Kund\*innen Bedenken hatten, ob wir in unserem eigenen Interesse und aus eigenem Antrieb handeln. Solche Bedenken sind durchaus berechtigt: In der Branche gibt es viele Fälle von Ausbeutung und mangelnder Einvernehmlichkeit, etwa durch eine\*n rücksichtslosen Arbeitgeber\*in, ein widersinniges Rechtssystem, organisiertes Verbrechen oder eine wirtschaftliche Zwangslage.

Bei Paramour sorgen das Format und die grundlegende Struktur unseres Unternehmens dafür, dass alle unsere Mitarbeiter\*innen befähigt werden, selbst zu entscheiden, was für sie richtig ist. Dies bedeutet, dass die Kund\*innen sich erstmals absolut sicher sein können, dass die Escortperson, die sie buchen, in ihrem eigenen wirtschaftlichen Interesse und im Sinne ihrer eigenen persönlichen Entfaltung handelt.

Wir bieten eine geschmackvolle, benutzerfreundliche Website und ein unkompliziertes und übersichtliches Buchungsverfahren. Wir gehen davon aus, dass die Sicherheitsaspekte, die wir den Arbeitnehmer\*innen bieten – wie z. B. die schwarze Liste -, uns zugutekommen werden, denn sie steigern unseren Ruf als Unternehmen, das neue Maßstäbe für sichere und ethische Arbeitsbedingungen setzt.

### 2.3 Kernfähigkeiten

Die Gründer\*innen dieses Unternehmens sind alle erfahrene Escorts. Wir alle haben bereits als einzelne Escorts unser eigenes Unternehmen aufgebaut und uns in der Branche einen Namen gemacht. Sowohl das Gründungsteam als auch die Mitglieder, die wir mittlerweile hinzugewinnen konnten, sind eng mit der Sexarbeiter\*innen- Community und den diversen Initiativen zur Schadensminimierung und anderen politischen Kampagnen vernetzt, was uns ein tiefgreifendes Verständnis dafür ermöglicht, was Sexarbeiter\*innen sich wünschen und was sie innerhalb der Branche derzeit nicht bekommen.

Wir haben unsere Kompetenzen gebündelt und 3 Jahre lang diesen Erfahrungsschatz weiterentwickelt, um genau das zu erarbeiten, was Arbeiter\*innen brauchen und wollen und wonach unsere Kunden\*innen suchen.

Wir haben bei der Weiterentwicklung unserer unternehmerischen Fähigkeiten Unterstützung von vielen Institutionen erhalten, die sich auf die Beratung von Kollektivbetrieben und Gründer\*innen spezialisiert haben, sowie von Geschäftsinhaber\*innen aus der Community, die uns sehr großzügig mit Rat und Tat zur Seite gestanden haben. Mit dieser Unterstützung und unserem umfangreichen Wissen sind wir auf dem besten Weg zum Erfolg – vor allem, wenn man bedenkt, dass in unserer Branche ein Großteil der Arbeitnehmer\*innen- und Kunden\*innengruppen, auf die Paramour zugeschnitten ist, entweder unterversorgt ist oder sogar aktiv ausgeschlossen wird. Wir sehen hierin einen riesigen unerschlossenen Markt, und wir freuen uns darauf, ihn zu erschließen.

## 3 Vertrieb & Wettbewerb

### 3.1 Kunden

Im Rahmen unserer selbstständigen Tätigkeit hat jede\*r von uns einen „typischen Kunden“: einen weißen Cis-Mann der oberen Mittelschicht, in der Regel etwas älter. Wir sind auf die Wünsche dieser Zielgruppe spezialisiert. Mit dieser Genossenschaft möchten wir allerdings den Kundenkreis der Branche erweitern, um der Tatsache (und der Chance) Rechnung zu tragen, dass sich in der heutigen Kultur das Verständnis von Geschlecht und sexueller Freiheit immer weiter öffnet.

Es gibt somit einen riesigen potenziellen Kund\*innenkreis, der an bezahlten sexuellen Dienstleistungen interessiert ist und den bislang kein bestehendes Unternehmen bedienen kann. Darüber hinaus gibt es einen riesigen unerschlossenen Kreis von Menschen, die, wenn sie erst einmal über die Möglichkeit aufgeklärt worden sind, dass auch Menschen wie sie sexuelle Dienstleistungen auf ethische Weise in Anspruch nehmen können, dies auch tun werden.

So wird beispielsweise die sexuelle Lust von Frauen in der Sexindustrie (bzw. wohl auch gesamtgesellschaftlich) weitgehend unterbewertet und vernachlässigt. Frauen wird seit jeher vermittelt, dass erstens ihre Lust nicht wichtig ist und keine Priorität hat und dass zweitens, selbst wenn sie wichtig wäre, sexuelle Befriedigung nichts ist, wofür man Geld ausgibt. Jetzt erkennen immer jedoch mehr Frauen, wie wichtig es ist, ihre eigenen Bedürfnisse zu befriedigen. Viele erfolgreiche Frauen werden überrascht und zugleich fasziniert sein, eine Escort-Site vorzufinden, die sie ausdrücklich als potenzielle Kund\*innen benennt und die Escorts präsentiert, die nicht nur offen dafür sind, solche Erfahrungen sicher und wertschätzend anzubieten, sondern auch begeistert. Wir freuen uns, dass der kürzlich erschienene Beitrag im Missy Magazine bereits die Aufmerksamkeit solcher Kund\*innen auf uns gelenkt hat. <https://missy-magazine.de/blog/2024/01/08/eine-escort-agentur-wie-keine-andere/>

Zudem sind nach unserem Kenntnisstand Trans-Kund\*innen noch nie von einem bestehenden Unternehmen für sexuelle Dienstleistungen als eigene Zielgruppe angesprochen worden. Für solche Kund\*innen ist es besonders wichtig, dass sie sich sicher fühlen und wissen, dass Escorten über ein sehr differenziertes Wissen über ihre Identität und die damit verbundene Stigmatisierung verfügen. Es ist wichtig für sie, sexuelle Erfahrungen zu machen, die ihre geschlechtliche Identität bestätigen. Solche Erfahrungen sind für sie nicht immer leicht zu finden. Als Unternehmen, das bereits trans Arbeiter\*innen beschäftigt und die bedingungslose Akzeptanz jeglicher geschlechtlicher Identität in den Vordergrund stellt, sind wir in einer einzigartigen Position, diese Bedürfnisse zu erfüllen.

Darüber sind Vorstellungen darüber, was eine gesunde Beziehung ausmacht, vielfältiger geworden. Offene Beziehungen erfreuen sich zunehmender Akzeptanz und Beliebtheit. Damit steht ein weiterer potenziell enormer, praktisch unerschlossener Kund\*innenkreis zur Verfügung. Paare finden in der Branche derzeit kaum Angebote. Erst kürzlich klopfte ein Ehepaar bei meinem derzeitigen Arbeitsplatz, einem Bordell, an die Tür und fühlte sich äußerst unwohl, weil zuerst davon ausgegangen wurde, die Frau sei auf der Suche nach einem Job und der Mann begleite sie als ihr Dolmetscher. Dies zeigt, wie ungewöhnlich es ist, dass Paare die bestehende Infrastruktur für Sexarbeit nutzen. Gleichzeitig zeigt ein Blick auf eine beliebige Dating-App aber auch, wie viele Paare auf der Suche nach neuen Abenteuern sind. Andere Paare wünschen sich eine offene Beziehung, wissen aber nicht, wie sie das angehen sollen.

Viele von uns sind Expert\*innen in solchen Fragen. Daher bieten einige von uns nicht nur die traditionelle „Girlfriend Experience“, sondern auch eine „Unicorn Experience“ für Paare an.

Das Unternehmen, das sich diese neuen Marktanteile als erstes erschließt und seine Werbung gezielt darauf ausrichtet, wird unserer Meinung nach äußerst erfolgreich sein.

Was unseren festen Kund\*innenstamm betrifft, so bringt jede Eskorte, die sich unserer Genossenschaft anschließt, ihre eigenen Stammkund\*innen mit. Deshalb ist es wichtig, Arbeitnehmer\*innen zu gewinnen, indem man ihnen bessere Arbeitsbedingungen bietet, als es sie sonst in Deutschland – und möglicherweise in ganz Europa – gibt. Bestehende Escort-Agenturen behalten beispielsweise 30-50 % des Honorars einer Escortperson zurück (und kommen damit der international anerkannten Untergrenze von 50 % für Zwangsprostitution gefährlich nahe). Paramour ist entschlossen, den kleinstmöglichen Prozentsatz vom Honorar des Escorts zu erheben – nach unserem gegenwärtigen Budget sind das 7-19%. Mit Übernahme des Genossenschaftsmodells haben wir außerdem das Verhältnis zwischen Arbeitgeber\*in und Arbeitnehmer\*in abgeschafft. Da alle Entscheidungen demokratisch getroffen werden und der Vorstand nur die ihm von der Genossenschaft übertragenen Aufgaben wahrnehmen darf, werden alle Gewinne geteilt. Ohne Arbeitgeber\*in, welche\*r die größtmögliche Gewinnspanne aus den sexuellen Dienstleistungen anderer herauszuholen versucht, bietet die Genossenschaft ihren Mitgliedern nicht nur einen beträchtlichen finanziellen Vorteil, sondern dient gleichzeitig der Traumaprävention: Ein selbstbestimmter Weg zum Wohlstand, der nicht durch die Geldbörse eines Zuhälters führen muss.

## 3.2 Vertrieb & Kommunikation

Eine erfolgreiche Anwerbung von Kunden für sexuelle Dienstleistungen setzt mehrere Komponenten voraus:

1. **Herausragende SEO.** Trotz der Beeinträchtigung durch internationale Bestimmungen, die die Verwendung bestimmter Suchbegriffe verbieten, wissen wir bereits genau, nach welchen Stichwörtern unsere Kund\*innen suchen. Wir stellen fest, dass andere Escort-Seiten erstaunlich unzeitgemäß sind: Zum Beispiel ist „Shemale“ immer noch der bevorzugte Begriff auf Seiten, auf denen Dienstleistungen von Transfrauen angeboten werden. Sprache(n) ist/sind wichtig. Wir sind uns des hohen Stellenwerts von Suchmaschinenoptimierung bewusst und haben viel Zeit, Forschung und Energie darauf verwendet, sie richtig anzuwenden. Wir werden das im Auge behalten und kontinuierlich verbessern.

2. **Eine Website, die zum Verweilen einlädt.** In unserem Team gibt es bereits Mitglieder mit Erfahrung in den Bereichen Branding und Marketing, Website-Erstellung, IT, Fotografie und anderen äußerst relevanten Kompetenzen. In Zusammenarbeit mit innovativen Fotograf\*innen, die von unserer Arbeit zutiefst begeistert sind, wird hier unser außergewöhnlich fotogenes Team präsentiert. Während herkömmliche Escort-Agenturen jegliche Originalität ablehnen und ihre Fotos so lange retuschieren, bis alle Beschäftigten ein ähnlich plastikartiges Aussehen bekommen, ihre Gesichter unkenntlich gemacht und sie damit ihrer Menschlichkeit beraubt werden, stellen wir unsere Diversität in den Vordergrund. Es gibt bereits erste begeisterte Reaktionen auf diese neue Sichtweise.

3. **Von der Neugierde zur Kundschaft.** Atemberaubende Bilder sind nicht immer ein Garant für offene Brieftaschen. Wir haben uns bereits eingehend mit unserem einzigartigen Wertangebot befasst, um zu ergründen, wie aus Nutzer\*innen zahlungskräftige Kund\*innen werden. Optisches Branding spielt hierbei

eine wesentliche Rolle. In der Sexbranche wimmelt es geradezu von billig, illegal und gefährlich aussehenden Websites. Viele Internetseiten bedienen offenbar den kleinsten gemeinsamen Nenner von männlicher Dummheit und schlechtem Geschmack. Es war nicht schwer, etwas Wertigeres zu schaffen. Der Unterschied zwischen uns und den üblichen Websites besteht darin, dass Respekt für uns von zentraler Bedeutung ist. Wir erkennen die Intelligenz und das Urteilsvermögen unserer Kund\*innen an und holen sie dort ab, wo sie stehen. Mit unseren individuell gestalteten, durchdachten und zutiefst menschlichen Profilen werden wir das Interesse derjenigen wecken und binden, die auf der Suche nach Qualität sind.

**4. Die einmalige Ausstrahlung empowerter Arbeiter\*innen.** Der Stellenwert, den selbstbestimmt arbeitende Escorts für ihre Kund\*innen haben, kann gar nicht hoch genug eingeschätzt werden. Bei der eingehenden Analyse unseres Markenprofils haben wir festgestellt, dass viele unserer unabhängigen Kund\*innen Töchter haben, weshalb sie ein besonders intensives Interesse an Fragen zu unserer Lebensqualität haben. Die traditionelle Vorstellung eines „Freiers“ ist dagegen die eines Mannes, der kein Interesse an der Einvernehmlichkeit oder dem Wohlergehen von Sexarbeiter\*innen hat. Nach unserer Erfahrung ist dies in der Regel unzutreffend. Ggf. können solche Kund\*innen mit der richtigen Kommunikationsstrategie relativ leicht identifiziert und vermieden werden. Ein zentraler Konflikt, der in allen anderen bestehenden Escort-Agenturen strukturell angelegt ist, ist der Zwang, der dem Verhältnis zwischen Arbeitgeber\*in und Arbeitnehmer\*in innewohnt. Noch schlimmer sind oft die Werbepattformen für unabhängige Escorts, auf denen sich eine große Zahl von Frauen (ja, in der Regel nur Frauen) finden, bei denen nicht immer klar ist, aus welchem Grund sie Sexarbeit leisten und wer von ihrer Arbeit profitiert. Auf solchen Seiten wimmelt es nur so von gefälschten Profilen, irreführenden Fotos, in manchen Fällen sogar von Phishing und Betrug. Die Nutzung solcher Plattformen kann zu einer Spamflut im E-Mail-Posteingang führen. Das passt schlecht zu einer Kund\*innenschaft, die Diskretion und Vertraulichkeit schätzt – von der Nutzerfreundlichkeit ganz zu schweigen.

Zudem kämpft die Branche mit dem leider oft zutreffenden Klischee, untrennbar mit dem organisierten Verbrechen verflochten zu sein. Folglich ist jedes Unternehmen, das sexuelle Dienstleistungen anbietet, für besorgte Augen sofort suspekt. Durch Aufklärung und Transparenz darüber, was eine Genossenschaft rechtlich gesehen eigentlich ist (d.h. Gemeinschaftseigentum; ein Mitglied, eine Stimme; demokratische Entscheidungsprozesse; dezentrale Hierarchien; kollektives Eigentum; gleichmäßig verteilter Gewinn), können alle diese sehr berechtigten Bedenken ausgeräumt werden. Wir müssen unseren Kund\*innen deutlich machen, dass wir anders sind. Damit erschließen wir uns auch einen riesigen neuen Kund\*innenstamm von Menschen, die gerne sexuelle Dienstleistungen in Anspruch nehmen würden, sich aber nicht trauen, weil sie sich aus Überzeugung nicht an ausbeuterischen oder illegalen Praktiken beteiligen.

**5. Kund\*innenbindung.** Sobald die Finanzierung gesichert ist, wird es für uns relativ einfach sein, 1. qualitativ hochwertige sexuelle Dienstleistungen, 2. einen guten Kund\*innenservice und 3. Kontinuität anzubieten. Diese Praktiken sorgen an sich schon für Kund\*innenbindung. Darüber hinaus kann die Sexarbeit mit einem einzigartigen Aspekt aufwarten: Unsere Kund\*innen verlieben sich oft im wahrsten Sinne des Wortes in uns, was uns oft jahrelange Kund\*innenbindung verschafft. Paramour Collective hat sich jedoch noch höhere Ziele gesetzt: Mit Arbeiter\*innenrechten und Inklusivität in Bezug auf Rasse/Geschlecht/sexuelle Orientierung/+ können wir gebildete, ethische Verbraucher\*innen an uns binden, die nur solche Unternehmen bevorzugen, die sich für das Allgemeinwohl einsetzen. Unser Ziel ist es, sozusagen der „Biomarkt“ der Sexarbeit zu werden.

6. **Globale Reichweite.** Das Escort-Geschäft ist eine hochgradig internationale Branche. Geschäftsleute reisen viel. Viele anspruchsvolle Kund\*innen suchen sich die optimale Escortperson und zahlen ihnen die Reisekosten zum Zielort ihrer Wahl. Viele Kund\*innen reisen gerne mit einem bezahlten Escort. Deshalb richtet sich unser Marketing nicht nur an Berliner\*innen oder Deutsche, sondern wir werden europaweite Marketing-Seiten nutzen. Unsere Website wird in mehreren Sprachen verfügbar sein, und mehrsprachige Escorts (was die meisten von uns sind) werden deutlich als solche gekennzeichnet. Reisenden Escorts werden häufig mit einem Elitegedanken assoziiert – eine Wahrnehmung, die wir uns natürlich zunutze machen werden.

7. **Marketing für neue Zielgruppen erschließen.** Wie können wir nicht-traditionelle Zielgruppen, wie Frauen, Paare, trans Personen und nicht-binäre Menschen, ansprechen? Berlin ist bereits als internationaler Veranstaltungsort für spezielle Events für diese diversen Zielgruppen bekannt. Durch die Teilnahme an Pride-Events, sex-positiven Festivals und anderen ähnlichen Veranstaltungen kommen wir so in Kontakt mit diesen Zielgruppen. Wir lernen, wo und wie sie ihre Zeit verbringen und wo und wie wir sie mit unserem Marketing ansprechen können. Es erfordert lediglich ein wenig Bereitschaft und Recherche. Eine Pressestrategie für unsere neue Zielgruppe haben wir bereits erfolgreich auf den Weg gebracht.

### 3.3 Markt & Wettbewerb

Das Marketing der meisten bestehenden Agenturen stellt in unseren Augen das absolute Minimum dar: Sie erstellen eine Website – manchmal ganz ansprechend, manchmal seit den frühen 2000er Jahren nicht mehr aktualisiert. Sie schalten Anzeigen mit Fotos auf allen wichtigen Anzeigenseiten mit Pop-ups und blinkenden Anzeigen, die von Schwarz, Pink und Bildern von Brüsten mit herausgeschnittenen Gesichtern dominiert werden. Sie bedienen damit eine stark beschränkte Vorstellung von Sexualität aus Filmen wie „Pretty Woman“ oder „50 Shades of Grey“. Das ist einfallslos und kurzsichtig, wenn es um etwas so Grenzenloses und Vielfältiges wie die menschliche Sexualität geht, die von Freiheit, Neugier und Abenteuer lebt.

Ihr Fehler ist, dass sie sich dem Thema nicht durch eine intellektuelle Auseinandersetzung mit der Psyche der Kund\*innen nähern; schlimmer noch, sie unterschätzen sie. Sie verwenden einfache Marketingbegriffe wie „exotisch“, „Vergnügen“, „unvergesslich“, „erotisch“ oder „bezaubernd“, als ob alle Kund\*innen Sex mit einer Disney-Prinzessin haben möchte. Zu Unrecht dreht sich in ihren Formulierungen und Bildern alles um das „Verbotene“, das „Unterirdische“, als ob die „verborgenen Geheimnisse der Frau“ in dunklen Kerkern und Gassen das Einzige wären, was potenzielle Kund\*innen interessieren könnte. Sie trauen den Kund\*innen nicht zu, dass sie die Intelligenz haben, sich zu etwas anderem als einer inhaltsleeren Kunststoffhülle hingezogen zu fühlen. Sie gehen von der Annahme aus, dass Männer Püppchen ohne Persönlichkeit und Intellekt wollen. Nach unserer Erfahrung trifft dies nicht zu. Es handelt sich um eine Werbepaxis, die vornehmlich Männer anzieht, die unangenehm oder sogar gefährlich sind. Wir haben zu viele schlechte Erfahrungen auf diesen Plattformen gemacht und möchten uns davon distanzieren.

Unser Marktangebot ist genau das Gegenteil: Wir treten aus dem Schatten heraus, und wir sind alle individuell. Wir schämen uns nicht für das, was wir tun, und unsere Kund\*innen sollten sich auch nicht

für die Erkundung ihrer eigenen Lust schämen. Wir haben unsere Kund\*innen zu den „Protagonist\*innen ihrer eigenen sexuellen Entdeckungsreise" gemacht. Wir haben uns für folgende Formulierungen entschieden:

**Authentizität** – Unsere Escorts haben nichts zu verbergen. Sie handeln als freie, bewusste und befähigte Menschen. Sie können selbst entscheiden, wie sie arbeiten wollen. Und dadurch in Beziehung treten zu den realen, vielfältigen und komplexen Persönlichkeiten ihrer Kund\*innen.

**Transzendenz** – Der physische Körper ist nur der Überbringer. Orgasmen gibt es überall. Wir interessieren uns mehr für das, was hinter der bloßen körperlichen Empfindung liegt. Wir nutzen Sex, um die menschlichen Grundbedürfnisse und die tiefsten Träume unserer Kund\*innen zu ergründen. Die Möglichkeiten sind grenzenlos. Sex ist ein Mittel zur Transformation.

**Erweiterung des Horizonts** – Es geht nicht nur um einen entspannten Abend – obwohl wir auch das anbieten. Es geht auch darum, unseren Kund\*innen einen Ausweg aus dem Banalen, dem Vorhersehbaren und der Mittelmäßigkeit zu zeigen, in die viele von ihnen geraten, in dem ständigen Streben danach, ihre Familien zu versorgen und produktive Mitglieder der Gesellschaft zu sein. Das Leben sollte mehr bieten. Es sollte groß und reichhaltig sein. Bei uns können sie genau das erleben. Die Träume, die wir ihnen bereiten, geben ihnen auch ein Bewusstsein für grenzenlose Möglichkeiten im Alltag mit.

**Umbruch** – Diese Genossenschaft ist ein Werkzeug für den sozialen Wandel. Indem wir unsere Arbeiter\*innen stärken, stärken wir alle, und wir bieten die Chance, ein Teil davon zu werden. Wir sind alle auf der Sinnsuche und die meisten Menschen denken nicht daran, bei einer Escort-Agentur zu suchen. Wir sind der Meinung, dass sie das sollten.

## 4 Team & Partner

### 4.1 Gründer\*innen & Team

Gründungsmitglied Joy Richard ist eine in Berlin lebende professionelle Liebhaberin, Domina und Tantra-Praktikerin, die sich darauf spezialisiert hat, Eros, Kunst und Rituale miteinander zu verbinden, um Menschen dabei zu helfen, ihre eigene sexuelle Stimme zu finden, damit sie diese voll und ganz ausleben können.

Gründungsmitglied und Vorstandsmitglied Prima K. Cristofalo ist eine in Berlin ansässige sizilianisch-US-amerikanische Sexarbeiterin und Aktivistin. Als professionell ausgebildete Balletttänzerin begann sie im Alter von 26 Jahren mit Sexarbeit in Boston. In Anbetracht der Ungerechtigkeit des dortigen Systems, dass die Sexarbeit kriminalisiert, wurde sie beinahe sofort zur Aktivistin, arbeitete mit dem Sex Worker's Outreach Project zusammen und nahm am ersten Sex Worker Lobby Day in Washington, D.C. teil. Zuletzt hat sie für die Museumsausstellung „With Legs Wide Open – Ein Hurenritt durch die Geschichte“ im Schwulen Museum recherchiert und die Ausstellung kuratiert.

Mitglied Ruby H. ist britische und deutsche Staatsbürgerin, geboren in London. Sie ist 2014 als erfahrene Gastronomiewarbeiterin nach Berlin gekommen. Seit 2018 arbeitet sie in der Berliner Sexbranche als selbstständige Butch-Escort für alle Geschlechter. Sie betreibt außerdem eine Massagepraxis.

Tagsüber ist das Mitglied Juicy Darling, alias Dominus Rex, ein\*e queere\*r Historiker\*in und Sexualpädagog\*in. Nachts arbeitet Juicy Darling in einem BDSM-Studio als Leder-Cowboy und Kitzel-Domina. Juicy Darling hat viel Erfahrung mit der Gründung von Genossenschaften und der Arbeit im Kollektiv. Dieses Wissen wendet Juicy Darling auf Paramour an und ist zuversichtlich, dass das Projekt langfristig und rentabel sein wird.

*Derzeit hat die Genossenschaft 19 Mitglieder, aber einige Mitglieder haben sich aus Angst vor Stigmatisierung entschieden, ihren Namen nicht dem Antrag beizufügen.*

### 4.2 Werte

Die schlechten und oft gefährlichen Arbeitsbedingungen in der Sexarbeit sind seit Hunderten von Jahren – unter verschiedenen rechtlichen und sozialen Modellen – eines der größten Probleme unserer Community. Das rechtliche, soziale, finanzielle und kulturelle Umfeld hat es uns selten ermöglicht, sicher, gesund und erfolgreich zu arbeiten. Aber das muss nicht so bleiben. Paramour Collective löst das traditionelle Verhältnis zwischen Arbeitgeber\*in und Arbeitnehmer\*in auf, dass eine der Hauptursachen für die schlechten Bedingungen ist. Da das Unternehmen im kollektiven Besitz der Arbeitnehmer\*innen ist, haben alle Paramour-Escorts das gleiche Stimmrecht und den gleichen Anteil am Gewinn des Unternehmens. Wir wollen neue Maßstäbe an Gesundheit und Wohlstand bei unseren Mitgliedern setzen.

Sexuelle Dienstleistungen sind eine sehr spezielle Branche. Einvernehmlichkeit hat oberste Priorität. Arbeitsstrukturen, in denen das Wer-Was-Wann-Wie sexueller Dienstleistungen von jemand anderem geregelt werden als dem\*der Arbeiter\*in selbst, schaffen fast zwangsläufig die Voraussetzung dafür, dass

das Recht der Arbeiter\*innen auf Einvernehmlichkeit auf die Probe gestellt oder ganz und gar mit Füßen getreten wird. Darüber hinaus sind Sexarbeiter\*innen außerordentlich divers. Die neuartige Struktur von Paramour verlagert die Macht in die Hände der einzelnen Sexarbeiter\*innen, wo sie schon immer hätte sein sollen.

Dadurch, dass sie diese Machtungleichheit aufbricht, hat sich unsere Marketingstrategie, die darauf abzielt, die aufmerksamste, freundlichste und angenehmste Kundschaft anzuziehen, bereits bewährt. Die bloße Existenz des Paramour Collectives wird die Messlatte dafür, welche Bedingungen Sexarbeiter\*innen erwarten können – und was die Gesellschaft für sie einfordert -, weiter nach oben verschieben, denn wenn die Arbeiter\*innen erst einmal sehen, welche Bedingungen möglich sind, werden sich die Erwartungen an alle anderen Arbeitsplätze ändern. Der Status Quo der repressiven, finanziell unzumutbaren und traumatisierenden Bedingungen wird obsolet werden, und alle Unternehmen werden gezwungen sein, ihre Arbeitsweise zu ändern. Sobald Sexarbeiter\*innen von der Annahme befreit sind, dass sie schlechte Arbeitsbedingungen einfach hinnehmen müssen, werden die Geschäftsmodelle von Sexarbeitsunternehmen, die ihre Arbeiter\*innen strukturell ausbeuten, wirtschaftlich nicht mehr tragfähig sein, wodurch die schlechten Bosse ausgemerzt werden und der Marktanteil für Paramour und andere ethische Unternehmen, denen wir den Weg geebnet haben, steigt.

Sobald sich unsere PR-Strategie durchgesetzt hat, wird das vorherrschende Narrativ, dass Sexarbeiter\*innen per Definition – und aus strukturellen Gründen – unterdrückt sind und leiden müssen, allmählich verschwinden. Geschichten über gesunde, erfolgreiche Sexarbeiter\*innen werden den Weg für einen Meinungsumschwung in der Öffentlichkeit ebnen. Sobald dieser stattgefunden hat, wird die unvermeidliche Folge eine politische und gesellschaftliche Reform sein, die zu einem Ende der Stigmatisierung und diskriminierender Vorschriften und Praktiken führt.

### 4.3 Schlüsselpartner

#### **Studio LUX**

Das Domina-Studio ist einer der besten festen Arbeitsplätze in Berlin, und die Inhaberin hat unser Projekt sehr großzügig unterstützt und als Mentorin fungiert. Sie hat uns in Beratungsgesprächen über alle Aspekte der Führung eines Sexarbeitsunternehmens aufgeklärt und uns auch viel über die Feinheiten des Marketings in diesem einzigartigen Bereich beigebracht. Sie ist außerdem unsere Jugendschutzbeauftragte und hat ihre Räumlichkeiten für unsere Benefizgala zur Verfügung gestellt.

#### **Freie Arbeiter\*innen Union Berlin**

Die Mitgliedschaft von vielen der Gründungsmitglieder von Paramour Collective in der Gewerkschaft FAU Berlin war und ist immer noch eine wichtige Quelle der Unterstützung. Nachdem wir uns mit einer Vielzahl von negativen Erfahrungen am Arbeitsplatz an die Gewerkschaft gewandt hatten, entdeckten wir, dass ein großer Teil der branchenüblichen Praktiken offenkundig illegal ist. Stigmatisierung, Angst und wirtschaftlicher Zwang halten Sexarbeiter\*innen jedoch häufig davon ab, ihre Erfahrungen den Behörden zu melden. Wenn sie es doch tun, werden sie oft ignoriert. So weigert sich beispielsweise die für Prostitution zuständige Behörde in Berlin derzeit, eine Bestimmung des ProstituiertenSchutzGesetzes durchzusetzen, die die Kondompflicht in Prostitutionsstätten vorschreibt.

In einem solchen Umfeld sahen wir keine andere Weg für die Zukunft der Branche, als die Sache selbst in die Hand zu nehmen und ein von Arbeiter\*innen geführtes Unternehmen zu gründen, in dem wir selbst demokratisch über unsere Arbeitsbedingungen bestimmen. Die FAU Berlin hat uns stets dabei unterstützt, indem sie uns über die rechtlichen Grundlagen aufgeklärt und uns bei der Konzeption der Genossenschaft geholfen hat. Unsere Struktur ist der einer Gewerkschaft sehr ähnlich, was die Entscheidungsprozesse und die horizontale Basisorganisation von Rollen und Verantwortlichkeiten betrifft.

Als konkrete Unterstützung beherbergt die FAU Berlin unsere Vollversammlungen in ihren Räumlichkeiten. Die Gewerkschaftsmitglieder haben für unseren Start-up-Fonds gespendet.

Wir sind auch Mitglied im bundesweiten Zusammenschluss der Genossenschaften in der FAU, und auch von dort haben wir einen sehr guten Austausch und viel Unterstützung erfahren. Durch unsere fortlaufende Beteiligung an Gewerkschaftsaktivitäten bleiben wir stets an den Interessen der Arbeiter\*innen orientiert.

### **Verbündete und "Allies"**

In Berlin gibt es eine große Community von Aktivist\*innen, die an der Seite von Sexarbeiter\*innen für ihre Rechte und ihre Sicherheit kämpfen. Paramour war bei der Mobilisierung dieser Community äußerst erfolgreich. Als marginalisierte Menschen befanden wir uns in der ungewöhnlichen Situation, dass keines der Gründungsmitglieder über überschüssiges Kapital verfügte, um es in das Unternehmen zu investieren, also wandten wir uns an die Community und brachten unser gesamtes bisheriges Startkapital von diesen Partnern in Form von Spenden auf:

IndieGoGo campaign, Herbst 2022: €4.737

Soli-Party, März 2023: €2.574

Gala, November 2023: €2.138

Soli-Bar, April 2024: €300

Spenden von einem Kunden: €300

Spenden von BesD: €500

Gesamt-Spenden aus der Community: €10.549,00

Unsere Unterstützer\*innen haben uns auch auf nicht-monetäre Weise geholfen, z. B. durch emotionale Unterstützung, Übersetzung und Buchführung. Sie spielen weiterhin eine wichtige Rolle bei der inoffiziellen Bewerbung der Genossenschaft.

### **Presse**

Dank geschickter Pressearbeit und des historischen, bahnbrechenden Charakters des Unternehmens hat Paramour Collective bereits große Aufmerksamkeit in den Medien erlangt, was zu einer wichtigen Säule unserer PR-Strategie geworden ist:

“Verkaufte Körper,” Frankfurter Allgemeine Zeitung, 18.05.2024

“Ist Prostitution ein Job wie jeder anderer?” Die Presse, 13.03.2024

“Peitsche, Straps und Ethik – der erste faire Escortservice?“, Tagesanzeiger, 02.03.2024

"Eine Escort-Agentur wie keine andere", Missy Magazin, 8.1.24

"Selbstbestimmung in der Sexarbeit: erste Genossenschaft gegründet", nd Magazin, 5.11.23

"Wir wollen die Messlatte für die gesamte Sexarbeitsbranche höher legen ", hiv.magazin, 16.12.22

Darüber hinaus wird die Genossenschaft von einer Dokumentarfilmemacher\*in begleitet, und wir werden in einem bald erscheinenden Film zum Thema Selbstorganisation in der Sexarbeit zu sehen sein.

### **BesD**

Der Berufsverband für sexuelle Dienstleistungen ist uns bezüglich der rechtlichen Grauzone bei der Anwendung des ProstituiertenSchutzGesetzes auf die erste Sexarbeit-Genossenschaft zu Hilfe gekommen. Von Anfang an von der Idee begeistert, sprangen sie mit der Finanzierung von juristischer Expertise auf diesem Gebiet ein.

## 5 Unternehmen

### 5.1 Produktion (Kernaktivitäten)

Paramour Collective bietet hauptsächlich – in erster Linie digitale – Vermittlungsservices an und fungiert dabei als Kommunikationsschnittstelle zwischen den Genossenschaftsmitgliedern/Escorts, die ihre Dienstleistungen auf der Plattform anbieten, und ihren Kund\*innen. Dabei erfüllt Paramour die folgenden Aufgaben:

1. eine benutzerfreundliche, optisch ansprechende Online-Präsenz bereitzustellen, die es Kund\*innen einfach macht eine für sie begehrte Escort-Begleitung zu finden
2. klar, zeitnah und freundlich (mehrsprachig) mit den Kund\*innen zu kommunizieren und sicherzustellen, dass der Buchungsprozess so reibungslos wie möglich verläuft
3. durch eine dynamische und innovative Marketingstrategie die Reichweite der Plattform – und damit der Arbeitnehmer\*innen – zu erhöhen
4. für eine gesunde und wertschätzende Arbeitsatmosphäre für alle Arbeitnehmer\*innen zu sorgen, um die Bindung an das Unternehmen zu erhöhen und eine große, dynamische und vielfältige Auswahl an Escorts für uns gewinnen zu können
5. aktiv auf unterrepräsentierten Gruppen von Sexarbeiter\*innen zuzugehen, um sie und ihre Kund\*innen zusammenzubringen (beispielsweise sind Transfrauen in den meisten Agenturen nicht willkommen, so dass ein aktives Zugehen notwendig ist, um sie auf unsere Plattform aufmerksam zu machen und ihnen das Gefühl zu geben, willkommen zu sein. Da sie sonst schwierig zu finden und noch schwieriger unter sicheren Bedingungen zu buchen sind, profitieren so auch die Kund\*innen, die sich für diese Gruppe interessieren.)
6. eine schwarze Liste zu führen, um unsere Arbeiter\*innen zu schützen und damit das Risiko zu minimieren, dass sie die Branche wegen erlittenem Trauma verlassen müssen
7. Unterstützung und Ressourcen bereitzustellen für alle Arbeiter\*innen, die unangenehme Erfahrungen machen
8. eine offensive politische Strategie zu verfolgen, um sicherzustellen, dass das Unternehmen weiterhin legal bleibt

Wir erbringen diese Dienstleistungen durch (a) einen engagierten Vorstand, der für eine positive finanzielle und rechtliche Lage des Unternehmens sorgt und „alles am Laufen hält“, (b) bezahlte Mitarbeiter\*innen für die Kundenkommunikation, die auch für allgemeine Verwaltungsarbeiten zur Verfügung stehen, und (c) spezifische Arbeitsgruppen, die sich um alle anderen Arbeiten kümmern (z. B. „AG-PR“). Mitglieder einer Arbeitsgruppe leisten ihren Beitrag auf freiwilliger Basis, erhalten aber als Vergütung eine ermäßigte Buchungsgebühr. Dabei handelt es sich um eine vorübergehende Regelung, um die Personalkosten während der Anlaufphase der Genossenschaft möglichst niedrig zu halten. Wir hoffen, in der Zukunft diese Aufgaben an bezahlte hauptamtliche Angestellte delegieren zu können.

#### **Hinweis zur Bedeutung von Agenturen für die Gesundheit von Sexarbeiter\*innen**

Während ich diesen Geschäftsplan schrieb, erhielt ich per SMS eine Anfrage von einem Kunden. Er hatte mein Profil auf einer Website gefunden, von der ich noch nie gehört hatte. Dieses Unternehmen hatte ungefragt meine Kontaktinformationen einer anderen Werbeseite entnommen und ist ein gutes Beispiel

für ein Unternehmen, das auf eine in dieser Branche nicht unübliche Weise illegal arbeitet. Der Austausch mit diesem potenziellen Kunden endete abrupt, als ich ihn bat, höflich zu sein und einen Termin zu vereinbaren, indem er eine Anzahlung leistete. Seine Antwort:

„Ich kenn das schon. Fahr zur Hölle, du Stück Scheiße.“

Es kommt sehr häufig – wenn nicht sogar täglich – vor, dass Arbeiter\*innen, die sich für ihre Interessen einsetzen, wie es in allen anderen Dienstleistungsbranchen normal ist, mit einer spezifischen Form von geschlechtsbezogener Aggression konfrontiert werden. Der Zweck einer Agentur besteht darin, die Arbeiter\*innen davor zu schützen, dass sie sich selbst mit derartigen Interaktionen befassen müssen. Außerdem schreckt die Kommunikation mit einem professionellen Unternehmen von vornherein von solchen diskriminierenden Äußerungen ab. Während die Gesellschaft als Ganzes Gleichberechtigung und Antidiskriminierung vorantreibt, spielen die Agenturen eine entscheidende Rolle bei der Erhaltung der psychischen Gesundheit der Arbeiter\*innen, indem sie eine Barriere zwischen den Arbeiter\*innen und potenziell missbräuchlichen oder anderweitig gefährlichen Kunden bilden. Solche Kunden machen zwar nur einen kleinen Prozentsatz der Kundschaft aus, können aber einen unverhältnismäßig großen Schaden verursachen, wenn ihnen nicht Einhalt geboten wird.

### **Anmerkung zum Punkt digitale Innovation**

Gegenwärtig gibt es in Deutschland Gesetze, die Kund\*innen vor Arbeiter\*innen schützen, indem sie die Gesundheit von Sexarbeiter\*innen überwachen. Es gibt jedoch keine Gesetze oder Einrichtungen, die Arbeiter\*innen vor Kund\*innen schützen, von denen bekannt ist, dass sie ausbeuterisch oder gar gefährlich sind – insbesondere nicht für selbständig arbeitende Sexarbeiter\*innen. Unsere Online-Datenbank oder „schwarze Liste“ stellt einen Lösungsansatz für dieses Problem dar, da sie von allen Arbeiter\*innen abgerufen werden kann, z. B. auch von Sexarbeiter\*innen, die ihre Dienste auf der Straße anbieten und für die es äußerst wichtig ist, den Namen, das Kennzeichen und/oder die Telefonnummer eines\*r Kund\*in extrem schnell auf dem Smartphone mit der schwarzen Liste abgleichen zu können.

Wir glauben, dass es in Deutschland aufgrund der strengen Datenschutzbestimmungen noch keine solche schwarze Liste gibt; wir gehen jedoch davon aus, dass eine solche Verarbeitung von personenbezogenen Daten nach Art. 6 Abs. 1 lit. c-f) DSGVO rechtmäßig ist. Wir werden einen Anwalt zu Rate ziehen, um die Einhaltung des EU-Rechts und des deutschen Rechts sicherzustellen.

## 5.2 Standort

Unser Standort ist Berlin. Wir werden jedoch unsere Dienstleistungen an Kund\*innen in ganz Europa vermarkten und nach und nach Arbeiter\*innen aus ganz Deutschland vertreten.

## 5.3 Rechtsform & Vorschriften

Paramour Collective ist eine eingetragene Genossenschaft. Paramour erbringt Werbeleistungen nach dem Handelsgesetz.

Sexuelle Dienstleistungen und deren Vermittlung werden durch das Prostitutionsgesetz und das Prostituiertenschutzgesetz geregelt.

Die Einvernehmlichkeit ist in § 181a (Zuhälterei) und § 177 (sexuelle Nötigung; Vergewaltigung) des Strafgesetzbuches geregelt.

Der Schutz personenbezogener Daten wird durch die Datenschutzgrundverordnung (DSGVO) geregelt.

### 5.4 Risiken

Das größte Risiko bei diesem Projekt ist, dass eine künftige Regierung das Prostitutionsgesetz ändert und die Prostitution für illegal erklären könnte. Wir haben bereits mit Vorschriften zu kämpfen, die es uns verbieten, nicht-registrierte Sexarbeiter\*innen in unserem Unternehmen zu beschäftigen, was uns persönlich und finanziell schadet. Wir sind jedoch der Meinung, dass der Erfolg dieses Unternehmens das beste Argument sowohl gegen die Illegalisierung der Sexarbeit ist als auch gegen die Registrierungspflicht, da die Begründung für beides auf der Vorstellung beruht, dass Sexarbeiter\*innen unmöglich selbstbestimmt und körperlich und seelisch unbeschadet arbeiten können. Unser Unternehmen wird diese Behauptung widerlegen, und wir wollen uns politisch für die Verbreitung dieser Botschaft engagieren, zum Wohle unseres Unternehmens und unserer Gemeinschaft. Hier spielen die Pressekompetenzen unserer Gründungsmitglieder eine entscheidende Rolle.

Wir wissen auch, dass es in der heutigen wirtschaftlich turbulenten Zeit schwierig ist, ein Unternehmen zu gründen. Unsere Branche reagiert jedoch sehr positiv auf neue Entwicklungen, daher beabsichtigen wir, das Unternehmen so öffentlichkeitswirksam wie möglich auf den Markt zu bringen, um von der Neugier der Kund\*innen auf das "nächste große neue Ding" zu profitieren, und dann unser Können zu nutzen, um so viele Kund\*innen wie möglich als Stammkund\*innen an uns zu binden. Da das, was wir anbieten, noch nicht auf dem Markt existiert, glauben wir, dass die Tatsache, dass wir das einzige Unternehmen sind, das diesen Raum besetzt, unseren finanziellen Interessen zugutekommt.

## 6 Finanzen

### 6.1 Ertragsquellen / Umsatz

## Umsätze

von Jan. 2025 bis Dez. 2027

Tabelle zeigt Nettowerte (ohne Umsatzsteuer)

Name	2025	2026	2027
Einnahmen aus Escort-Buchungen	39.978 €	80.436 €	129.000 €
Summe Umsätze	39.978 €	80.436 €	129.000 €

## 6.2 Kosten

### Betriebsausgaben

von Jan. 2025 bis Dez. 2027

Tabelle zeigt Nettowerte (ohne Umsatzsteuer)

Name	2025	2026	2027
Büromaterial	240 €	240 €	240 €
Telefon, Fax, Internet	90 €	120 €	120 €
Versicherungen	300 €	300 €	300 €
Werbung, PR	3.600 €	6.000 €	8.400 €
Genossenschaftsverband Prüfung	500 €	0 €	500 €
Buchhaltung	54 €	108 €	108 €
Website Kosten	270 €	270 €	270 €
Bankgebühren	240 €	240 €	240 €
Jugenschutz Prüfung	79 €	79 €	79 €
Kommunikation (z.B. E-Mail, Dokumentenablage)	84 €	84 €	84 €
Photoshooting	4.000 €	4.000 €	4.000 €
Steuerberater	300 €	400 €	500 €
Rückzahlung von Privatkrediten	1.115 €	0 €	0 €
ausstehender Betrag von erste Genossenschaftsverband Prüfung	2.700 €	0 €	0 €
Summe Betriebsausgaben	13.572 €	11.841 €	14.841 €

## Personalausgaben

von Jan. 2025 bis Dez. 2027

Personalausgaben beinhalten alle Lohnnebenkosten (umgangssprachlich "Arbeitgeber-Brutto")

Name	2025	2026	2027
Vorstandsmitglied	13.248 €	13.910 €	14.606 €
Kundenkommunikation (teilzeit)	8.832 €	13.690 €	14.374 €
Summe Personalausgaben	22.080 €	27.600 €	28.980 €

## 6.3 Privatentnahme

## 6.4 Kapitalbedarf & Finanzierung

### Kapitalbedarf

von Jan. 2025 bis Dez. 2027

Tabelle zeigt Nettowerte (ohne Umsatzsteuer)

Name	Wert
Investitionen	0 €
Sacheinlagen	0 €
Gründungskosten	6.500 €
Betriebsmittelbedarf	6.444 €
Liquiditätsreserve	0 €
Gesamtkapitalbedarf	12.944 €

Der Betriebsmittelbedarf entsteht solange die Umsätze nicht für die Finanzierung des laufenden Geschäfts (Direkte Kosten, Personalausgaben, usw.) ausreichen. Er entspricht dem Defizit, das ohne eine Finanzierung entstehen würde (siehe Liquiditätstabelle auf Monatsbasis: Monat mit größtem gesamt Defizit).

### Finanzierung

von Jan. 2025 bis Dez. 2027

Name	Wert	Nominalbetrag	Zinsen	Laufzeit
Anteile	1.900 €			
Sacheinlagen	0 €			
Summe Eigenkapital	1.900 €			
Summe Kredite	0 €			

Kontokorrentkredit	0 €	0 %
Summe Fremdkapital	0 €	

## Abgleich Kapitalbedarf und Finanzierung

---

Gesamtkapitalbedarf	12.944 €
Summe Eigen- & Fremdkapital	1.900 €
Fehlendes Kapital	11.044 €

## 6.5 Rentabilität

### Rentabilität

von Jan. 2025 bis Dez. 2027

Tabelle zeigt Nettowerte (ohne Umsatzsteuer)

Name	2025	2026	2027
Umsatzerlöse	39.978 €	80.436 €	129.000 €
Direkte Kosten	0 €	0 €	0 €
Rohgewinn	39.978 €	80.436 €	129.000 €
Gründungskosten	6.500 €		
Personalaufwand	22.080 €	27.600 €	28.980 €
Betriebsaufwand	13.572 €	11.841 €	14.841 €
Abschreibungen	0 €	0 €	0 €
Betriebsergebnis	2.174 €	40.995 €	85.179 €
Zinsen	0 €	0 €	0 €
Ergebnis (vor Steuern)	2.174 €	40.995 €	85.179 €
Ertragsteuern	0 €	0 €	0 €
Überschuss / Defizit	2.174 €	40.995 €	85.179 €

### Rentabilität in Prozent

von Jan. 2025 bis Dez. 2027

Name	2025	2026	2027
Umsatzerlöse	100 %	100 %	100 %
Direkte Kosten	0 %	0 %	0 %
Rohgewinn	100 %	100 %	100 %
Gründungskosten	16 %		
Personalaufwand	55 %	34 %	22 %
Betriebsaufwand	34 %	15 %	12 %
Abschreibungen	0 %	0 %	0 %
Betriebsergebnis	-5 %	51 %	66 %
Zinsen	0 %	0 %	0 %
Ergebnis (vor Steuern)	-5 %	51 %	66 %
Ertragsteuern	0 %	0 %	0 %
Überschuss / Defizit	-5 %	51 %	66 %

## 6.6 Liquidität

### Liquidität zu Geschäftsbeginn

Tabelle zeigt Bruttowerte (inkl. Umsatzsteuer)

	<b>Gründung</b>
Geldeinlagen	1.900 €
Kredite	0 €
Investitionen	0 €
Gründungskosten	7.735 €
Rückerstattung MwSt Investitionen	0 €
Rückerstattung MwSt Gründungskosten	1.235 €
Kontostand zu Beginn der Geschäftstätigkeit	4.600 €

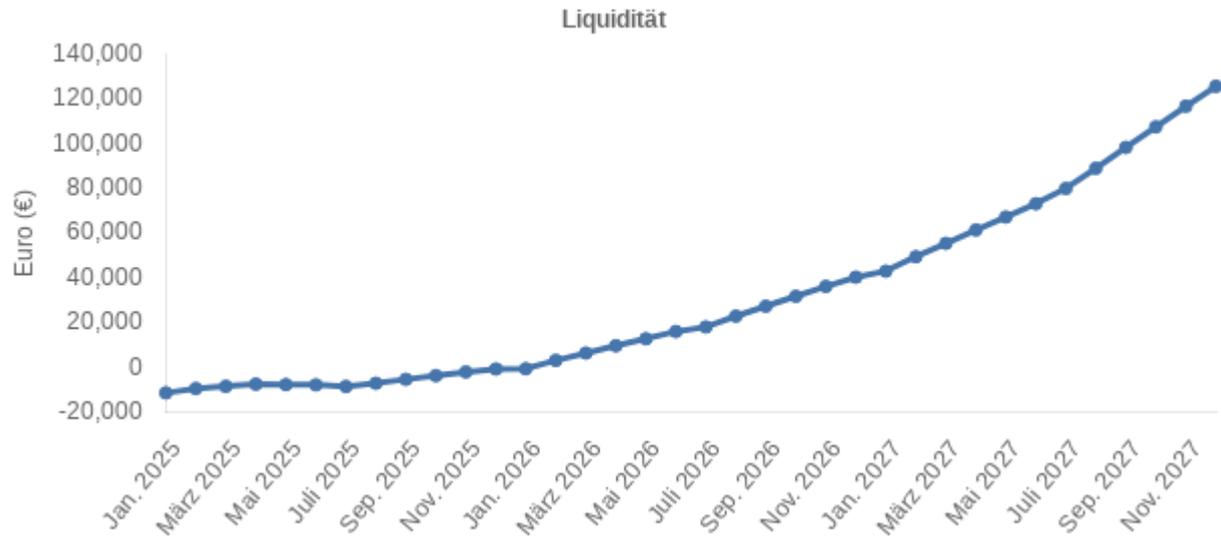
### Liquidität

von Jan. 2025 bis Dez. 2027

Tabelle zeigt Bruttowerte (inkl. Umsatzsteuer)

	<b>2025</b>	<b>2026</b>	<b>2027</b>
Kontostand am Jahresanfang	4.600 €	395 €	40.562 €
Umsatzerlöse	39.978 €	80.436 €	129.000 €
Direkte Kosten	0 €	0 €	0 €
Personalausgaben	22.080 €	27.600 €	28.980 €
Betriebsausgaben	15.882 €	14.034 €	17.604 €
Zinsen	0 €	0 €	0 €
Tilgung	0 €	0 €	0 €
MwSt-Zahlung an/von Finanzamt	2.189 €	2.155 €	2.725 €
Ertragsteuern	0 €	0 €	0 €
Privatentnahmen	0 €	0 €	0 €
Überschuss / Defizit	4.205 €	40.957 €	85.141 €
Überschuss / Defizit (Gesamt)	4.205 €	45.162 €	130.303 €
Kontostand am Jahresende	395 €	40.562 €	125.703 €

Die Position "Privatentnahmen" wird durch die Differenz aus privaten Ausgaben und privatem Einkommen ermittelt. Sollte das private Einkommen die privaten Ausgaben übersteigen, werden die Privatentnahmen automatisch auf null gesetzt.



## Anhang monatliche Finanzplanung

# Rentabilität - Jahr 2025

Tabelle zeigt Nettowerte (ohne Umsatzsteuer)

Alle Werte in €	Jan. 2025	Feb. 2025	März 2025	Apr. 2025	Mai 2025	Juni 2025	Juli 2025	Aug. 2025	Sep. 2025	Okt. 2025	Nov. 2025	Dez. 2025	Summe
Umsatzerlöse	2.438	2.438	2.438	2.438	2.438	2.438	4.225	4.225	4.225	4.225	4.225	4.225	39.978
Direkte Kosten	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Rohgewinn	2.438	2.438	2.438	2.438	2.438	2.438	4.225	4.225	4.225	4.225	4.225	4.225	39.978
Gründungskosten	6.500	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	6.500
Personalaufwand	1.104	1.104	1.104	1.104	2.208	2.208	2.208	2.208	2.208	2.208	2.208	2.208	22.080
Betriebsaufwand	6.762	347	347	357	436	357	2.366	866	366	366	366	636	13.572
Abschreibungen	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Betriebsergebnis	11.928	987	987	977	206	127	349	1.151	1.651	1.651	1.651	1.381	2.174
Zinsen	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Ergebnis (vor Steuern)	11.928	987	987	977	206	127	349	1.151	1.651	1.651	1.651	1.381	2.174
Differenz	11.928	987	987	977	206	127	349	1.151	1.651	1.651	1.651	1.381	2.174

# Rentabilität - Jahr 2026

Tabelle zeigt Nettowerte (ohne Umsatzsteuer)

Alle Werte in €	Jan. 2026	Feb. 2026	März 2026	Apr. 2026	Mai 2026	Juni 2026	Juli 2026	Aug. 2026	Sep. 2026	Okt. 2026	Nov. 2026	Dez. 2026	Summe
Umsatzerlöse	6.094	6.094	6.094	6.094	6.094	6.094	7.312	7.312	7.312	7.312	7.312	7.312	80.436
Direkte Kosten	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Rohgewinn	6.094	6.094	6.094	6.094	6.094	6.094	7.312	7.312	7.312	7.312	7.312	7.312	80.436
Gründungskosten													
Personalaufwand	2.263	2.263	2.263	2.263	2.318	2.318	2.318	2.318	2.318	2.318	2.318	2.318	27.600
Betriebsaufwand	3.266	566	566	566	645	566	2.566	566	566	566	566	836	11.841
Abschreibungen	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Betriebsergebnis	565	3.265	3.265	3.265	3.131	3.210	2.428	4.428	4.428	4.428	4.428	4.158	40.995
Zinsen	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Ergebnis (vor Steuern)	565	3.265	3.265	3.265	3.131	3.210	2.428	4.428	4.428	4.428	4.428	4.158	40.995
Differenz	565	3.265	3.265	3.265	3.131	3.210	2.428	4.428	4.428	4.428	4.428	4.158	40.995

# Rentabilität - Jahr 2027

Tabelle zeigt Nettowerte (ohne Umsatzsteuer)

Alle Werte in €	Jan. 2027	Feb. 2027	März 2027	Apr. 2027	Mai 2027	Juni 2027	Juli 2027	Aug. 2027	Sep. 2027	Okt. 2027	Nov. 2027	Dez. 2027	Summe
Umsatzerlöse	9.100	9.100	9.100	9.100	9.100	9.100	12.400	12.400	12.400	12.400	12.400	12.400	129.000
Direkte Kosten	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Rohgewinn	9.100	9.100	9.100	9.100	9.100	9.100	12.400	12.400	12.400	12.400	12.400	12.400	129.000
Gründungskosten													
Personalaufwand	2.376	2.376	2.376	2.376	2.434	2.434	2.434	2.434	2.434	2.434	2.434	2.434	28.980
Betriebsaufwand	3.566	766	766	766	845	766	2.766	1.266	766	766	766	1.036	14.841
Abschreibungen	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Betriebsergebnis	3.158	5.958	5.958	5.958	5.821	5.900	7.200	8.700	9.200	9.200	9.200	8.930	85.179
Zinsen	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Ergebnis (vor Steuern)	3.158	5.958	5.958	5.958	5.821	5.900	7.200	8.700	9.200	9.200	9.200	8.930	85.179
Differenz	3.158	5.958	5.958	5.958	5.821	5.900	7.200	8.700	9.200	9.200	9.200	8.930	85.179

# Liquidität - Jahr 2025

Tabelle zeigt Bruttowerte (inkl. Umsatzsteuer)

Alle Werte in €	Jan. 2025	Feb. 2025	März 2025	Apr. 2025	Mai 2025	Juni 2025	Juli 2025	Aug. 2025	Sep. 2025	Okt. 2025	Nov. 2025	Dez. 2025	Summe
Kontostand am Anfang	4.600	11.044	9.107	8.120	7.145	7.366	7.478	8.209	6.773	5.027	3.376	1.725	4.600
Umsatzerlöse	2.438	2.438	2.438	2.438	2.438	2.438	4.225	4.225	4.225	4.225	4.225	4.225	39.978
Direkte Kosten	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Personalausgaben	1.104	1.104	1.104	1.104	2.208	2.208	2.208	2.208	2.208	2.208	2.208	2.208	22.080
Betriebsausgaben	7.778	413	413	425	519	425	2.816	1.031	436	436	436	757	15.882
Zinsen	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Tilgung	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Ertragsteuern	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
MwSt-Zahlung an/von Finanzamt	0	1.016	66	66	68	83	68	450	165	70	70	70	2.189
Privatentnahmen	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Überschuss / Defizit	6.444	1.937	987	975	221	112	731	1.436	1.746	1.651	1.651	1.330	4.205
Überschuss / Defizit (Gesamt)	6.444	4.507	3.520	2.545	2.766	2.878	3.609	2.173	427	1.224	2.875	4.205	4.205
Kontostand am Ende	11.044	9.107	8.120	7.145	7.366	7.478	8.209	6.773	5.027	3.376	1.725	395	395

# Liquidität - Jahr 2026

Tabelle zeigt Bruttowerte (inkl. Umsatzsteuer)

Alle Werte in €	Jan. 2026	Feb. 2026	März 2026	Apr. 2026	Mai 2026	Juni 2026	Juli 2026	Aug. 2026	Sep. 2026	Okt. 2026	Nov. 2026	Dez. 2026	Summe
Kontostand am Anfang	395	273	3.448	6.713	9.978	13.093	16.318	18.365	23.173	27.601	32.028	36.456	395
Umsatzerlöse	6.094	6.094	6.094	6.094	6.094	6.094	7.312	7.312	7.312	7.312	7.312	7.312	80.436
Direkte Kosten	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Personalausgaben	2.263	2.263	2.263	2.263	2.318	2.318	2.318	2.318	2.318	2.318	2.318	2.318	27.600
Betriebsausgaben	3.830	674	674	674	768	674	3.054	674	674	674	674	995	14.034
Zinsen	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Tilgung	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Ertragsteuern	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
MwSt-Zahlung an/von Finanzamt	121	564	108	108	108	123	108	488	108	108	108	108	2.155
Privatentnahmen	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Überschuss / Defizit	122	3.721	3.265	3.265	3.116	3.225	2.048	4.808	4.428	4.428	4.428	4.106	40.957
Überschuss / Defizit (Gesamt)	4.327	8.048	11.313	14.578	17.693	20.918	22.965	27.773	32.201	36.628	41.056	45.162	45.162
Kontostand am Ende	273	3.448	6.713	9.978	13.093	16.318	18.365	23.173	27.601	32.028	36.456	40.562	40.562

# Liquidität - Jahr 2027

Tabelle zeigt Bruttowerte (inkl. Umsatzsteuer)

Alle Werte in €	Jan. 2027	Feb. 2027	März 2027	Apr. 2027	Mai 2027	Juni 2027	Juli 2027	Aug. 2027	Sep. 2027	Okt. 2027	Nov. 2027	Dez. 2027	Summe
Kontostand am Anfang	40.562	43.258	49.691	55.648	61.606	67.412	73.326	80.146	89.131	98.425	107.625	116.825	40.562
Umsatzerlöse	9.100	9.100	9.100	9.100	9.100	9.100	12.400	12.400	12.400	12.400	12.400	12.400	129.000
Direkte Kosten	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Personalausgaben	2.376	2.376	2.376	2.376	2.434	2.434	2.434	2.434	2.434	2.434	2.434	2.434	28.980
Betriebsausgaben	4.187	912	912	912	1.006	912	3.292	1.507	912	912	912	1.233	17.604
Zinsen	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Tilgung	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Ertragsteuern	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
MwSt-Zahlung an/von Finanzamt	159	621	146	146	146	161	146	526	241	146	146	146	2.725
Privatentnahmen	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Überschuss / Defizit	2.696	6.433	5.958	5.958	5.806	5.915	6.820	8.985	9.295	9.200	9.200	8.878	85.141
Überschuss / Defizit (Gesamt)	47.858	54.291	60.248	66.206	72.012	77.926	84.746	93.731	103.025	112.225	121.425	130.303	130.303
Kontostand am Ende	43.258	49.691	55.648	61.606	67.412	73.326	80.146	89.131	98.425	107.625	116.825	125.703	125.703







# Direkte Kosten - Jahr 2025

Tabelle zeigt Nettowerte (ohne Umsatzsteuer)

Alle Werte in €	Jan. 2025	Feb. 2025	März 2025	Apr. 2025	Mai 2025	Juni 2025	Juli 2025	Aug. 2025	Sep. 2025	Okt. 2025	Nov. 2025	Dez. 2025	Summe
-----------------	-----------	-----------	-----------	-----------	----------	-----------	-----------	-----------	-----------	-----------	-----------	-----------	-------

# Direkte Kosten - Jahr 2026

Tabelle zeigt Nettowerte (ohne Umsatzsteuer)

---

Alle Werte in €	Jan. 2026	Feb. 2026	März 2026	Apr. 2026	Mai 2026	Juni 2026	Juli 2026	Aug. 2026	Sep. 2026	Okt. 2026	Nov. 2026	Dez. 2026	Summe
-----------------	-----------	-----------	-----------	-----------	----------	-----------	-----------	-----------	-----------	-----------	-----------	-----------	-------

# Direkte Kosten - Jahr 2027

Tabelle zeigt Nettowerte (ohne Umsatzsteuer)

Alle Werte in €	Jan. 2027	Feb. 2027	März 2027	Apr. 2027	Mai 2027	Juni 2027	Juli 2027	Aug. 2027	Sep. 2027	Okt. 2027	Nov. 2027	Dez. 2027	Summe
-----------------	-----------	-----------	-----------	-----------	----------	-----------	-----------	-----------	-----------	-----------	-----------	-----------	-------

# Betriebsausgaben - Jahr 2025

Tabelle zeigt Nettowerte (ohne Umsatzsteuer)

Alle Werte in €	Jan. 2025	Feb. 2025	März 2025	Apr. 2025	Mai 2025	Juni 2025	Juli 2025	Aug. 2025	Sep. 2025	Okt. 2025	Nov. 2025	Dez. 2025	Summe
Büromaterial	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	240
Telefon, Fax, Internet	0	0	0	10	10	10	10	10	10	10	10	10	90
Versicherungen	300	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	300
Werbung, PR	300	300	300	300	300	300	300	300	300	300	300	300	3.600
Genossenschaftsverband Prüfung	0	0	0	0	0	0	0	500	0	0	0	0	500
Buchhaltung	0	0	0	0	0	0	9	9	9	9	9	9	54
Website Kosten	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	270	270
Bankgebühren	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	240
Jugenschutz Prüfung	0	0	0	0	79	0	0	0	0	0	0	0	79
Kommunikation (z.B. E-Mail, Dokumentenablage)	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	84
Photoshooting	2.000	0	0	0	0	0	2.000	0	0	0	0	0	4.000
Steuerberater	300	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	300
Rückzahlung von Privatkrediten	1.115	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1.115
ausstehender Betrag von erste Genossenschaftsverband Prüfung	2.700	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	2.700
Summe Betriebsausgaben	6.762	347	347	357	436	357	2.366	866	366	366	366	636	13.572

# Betriebsausgaben - Jahr 2026

Tabelle zeigt Nettowerte (ohne Umsatzsteuer)

Alle Werte in €	Jan. 2026	Feb. 2026	März 2026	Apr. 2026	Mai 2026	Juni 2026	Juli 2026	Aug. 2026	Sep. 2026	Okt. 2026	Nov. 2026	Dez. 2026	Summe
Büromaterial	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	240
Telefon, Fax, Internet	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	120
Versicherungen	300	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	300
Werbung, PR	500	500	500	500	500	500	500	500	500	500	500	500	6.000
Genossenschaftsverband Prüfung	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Buchhaltung	9	9	9	9	9	9	9	9	9	9	9	9	108
Website Kosten	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	270	270
Bankgebühren	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	240
Jugenschutz Prüfung	0	0	0	0	79	0	0	0	0	0	0	0	79
Kommunikation (z.B. E-Mail, Dokumentenablage)	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	84
Photoshooting	2.000	0	0	0	0	0	2.000	0	0	0	0	0	4.000
Steuerberater	400	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	400
Rückzahlung von Privatkrediten	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
ausstehender Betrag von erste Genossenschaftsverband Prüfung	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Summe Betriebsausgaben	3.266	566	566	566	645	566	2.566	566	566	566	566	836	11.841

# Betriebsausgaben - Jahr 2027

Tabelle zeigt Nettowerte (ohne Umsatzsteuer)

Alle Werte in €	Jan. 2027	Feb. 2027	März 2027	Apr. 2027	Mai 2027	Juni 2027	Juli 2027	Aug. 2027	Sep. 2027	Okt. 2027	Nov. 2027	Dez. 2027	Summe
Büromaterial	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	240
Telefon, Fax, Internet	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	120
Versicherungen	300	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	300
Werbung, PR	700	700	700	700	700	700	700	700	700	700	700	700	8.400
Genossenschaftsverband Prüfung	0	0	0	0	0	0	0	500	0	0	0	0	500
Buchhaltung	9	9	9	9	9	9	9	9	9	9	9	9	108
Website Kosten	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	270	270
Bankgebühren	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	240
Jugenschutz Prüfung	0	0	0	0	79	0	0	0	0	0	0	0	79
Kommunikation (z.B. E-Mail, Dokumentenablage)	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	84
Photoshooting	2.000	0	0	0	0	0	2.000	0	0	0	0	0	4.000
Steuerberater	500	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	500
Rückzahlung von Privatkrediten	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
ausstehender Betrag von erste Genossenschaftsverband Prüfung	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Summe Betriebsausgaben	3.566	766	766	766	845	766	2.766	1.266	766	766	766	1.036	14.841

Anhang



**Vollversammlung**  
20 Mitglieder

- jedes Mitglied besitzt 5% des Unternehmens und hat 1 Stimme
- 4x jährlich
- Die Mitglieder stimmen über alle wichtigen Vorschläge und alle finanziellen Entscheidungen über 500 Euro ab

**Vorstandsmitglied**

Prima K. Critstofalo

- Setzt die Beschlüsse der Vollversammlung
- Stellt sicher, dass das Kollektiv seine rechtlichen und finanziellen Anforderungen einhält

**Vollbemächtigte**

Hussa Janko

- Vertretung der Genossenschaft gegenüber den Aufsichtsratsmitgliedern bei Prozessen
- Schließung von Verträgen im Namen der Genossenschaft mit dem Vorstand

**Aktueller Ausdruck**

**GnR 1013 B**

Genossenschaftsregister  
Amtsgericht Charlottenburg

**1. Anzahl der bisherigen Eintragungen**

1 Eintragung(en)

**2.a) Firma**

Paramour Collective e.G.

**b) Sitz, Niederlassung, inländische Geschäftsanschrift, empfangsberechtigte Person der Europäischen Genossenschaft, Zweigniederlassungen**

Berlin

**c) Gegenstand des Unternehmens**

Der Gegenstand der Genossenschaft besteht darin, die wirtschaftlichen und sozialen Interessen ihrer Mitglieder zu fördern und durch gemeinsame Geschäftsaktivitäten, wie Schaffung einer gemeinsamen IT-Plattform, gemeinsamen Einkauf, zentral organisierte Verwaltungs- und Veranstaltungsaktivitäten, etc. im Bereich der Sexarbeit sowohl Lebensqualität als auch finanziellen Nutzen der Mitglieder zu verbessern.

**3. Nachschusspflicht, Mindestkapital; Grundkapital der Europäischen Genossenschaft**

keine Nachschusspflicht

**4.a) Allgemeine Vertretungsregelung**

Ist nur ein Vorstandsmitglied bestellt, so vertritt dieses die Genossenschaft alleine. Sind mehrere Vorstandsmitglieder bestellt, so wird die Genossenschaft durch zwei Vorstandsmitglieder vertreten.

**b) Vorstand; Leitungsorgan oder geschäftsführende Direktoren der Europäischen Genossenschaft; Vertretungsberechtigte und besondere Vertretungsbefugnis**

**Vorstand:**

Cristofalo, Prima Kline, \*19.12.1986, Berlin

**6.a) Rechtsform und Satzung**

Eingetragene Genossenschaft

Die Satzung ist errichtet am 10.08.2023.

**7. Tag der letzten Eintragung**

15.02.2024

# PRIMA K. CRISTOFALO

---

[Prima.K.Cristofalo1@protonmail.com](mailto:Prima.K.Cristofalo1@protonmail.com)

+49 152 17070020

## PROFILE

Prima K. Cristofalo E is a Sicilian-American sex worker, historian, and human rights activist. She trained to be a professional ballet dancer from the age of 7 and continued her study of dance and production design, obtaining a Bachelor of the Arts degree at Hampshire College in Amherst, Massachusetts, USA. After an injury, she discovered a new career niche as an escort in Boston, Massachusetts, where both sex workers and clients are not just fully criminalized but actively hunted by police, she was struck by the injustice of the system and began her human rights activism career. She worked with several local groups and lobbied in Washington, D.C., against SESTA/FOSTA. She relocated her sex work and activism careers to Berlin, Germany in 2020 to save her mental and physical health due to criminalization stress. She now enjoys the freedoms offered to sex workers here and battles the injustices that remain. She cofounded the Sex Worker Action Group and a sex worker union section. She is a member of the board of directors of Paramour Collective, the first all-gender, worker-owned escort agency in Europe. Most recently, she co-curated the exhibition "With Legs Wide Open: A Whore's Ride Through History" at the Schwules Museum in Berlin, a widely-acclaimed telling of Berlin whorestory by a collective of sex-worker historians.

## EXPERIENCE

### DANCE AND THEATER

DANCER, COTERIE DANCE, OAKLAND, CALIFORNIA, 2002-2004

DANCER AND CHOREOGRAPHER, DNAGA DANCE COMPANY, 2002-2004

INTERN, ASIAN AMERICAN DANCE PERFORMANCES, OAKLAND/SAN FRANCISCO, CALIFORNIA 2004

STAGE MANAGER, FIVE COLLEGE DANCE DEPARTMENT, 2005-2009

CHOREOGRAPHER, PERFORMER, AND COSTUMER, "THE RED THREAD," AMHERST, MASSACHUSETTS, DECEMBER 2009

STAGE MANAGER, OBERLIN DANCE COMPANY, SAN FRANCISCO, CALIFORNIA, 2010

DANCER, COPIOUS DANCE THEATER, "SECRET'S LAMENT," Z SPACE, SAN FRANCISCO, CALIFORNIA, MAY 2011

CHOREOGRAPHER, DANCER, AND COSTUMER, "ONE THIRD FREE," FOG FEST

CHOREOGRAPHER'S SHOWCASE, DANCE MISSION, SAN FRANCISCO, CALIFORNIA, JULY 2011

CHOREOGRAPHER, DANCER, AND COSTUMER, "BITTERSWEET," HARVEST 23 SEPTEMBER 2011

CHOREOGRAPHER'S SHOWCASE, DANCE MISSION, SAN FRANCISCO, CALIFORNIA

CHOREOGRAPHER-IN-RESIDENCE, EARTHDANCE, PLAINFIELD, MASSACHUSETTS, APRIL-DECEMBER 2019

## **SEX WORK**

INDEPENDENT ESCORT, BOSTON, MASSACHUSETTS, 2014-2020

Private, full-service sex worker under full criminalization, entertaining clients primarily in Boston, but also in the greater New England area.

INDEPENDENT ESCORT, BERLIN, GERMANY, 2020-PRESENT

Private, full-service sex worker entertaining clients in Berlin and other European cities.

FREELEANCE ESCORT, GLAMOURESSE FETISH ESCORT, GERMANY, SWITZLERLAND, 2020-PRESENT

Entertained clients with sexual and BDSM services in Germany and Switzerland under contract with Glamouresse Fetish Escort.

“FREELEANCE” ESCORT, AGENTUR LIBERTY, GERMANY, 2022-2023

Entertained clients at Berlin’s oldest extant bordello.

FREELEANCE ESCORT, PARAMOUR COLLECTIVE, GERMANY, 2023-PRESENT

Private, full-service sex worker entertaining clients in Berlin and beyond.

## **ACTIVISM**

MEMBER, SEX WORKER OUTREACH PROJECT, BOSTON BRANCH, BOSTON, MASSACHUSETTS, 2014-2018

Participated in harm reduction and political action with sex worker colleagues in the Boston branch of the national American nonprofit, Sex Worker Outreach Project. <https://boston.swopusa.org>

SECRETARY, SEX WORKER OUTREACH PROJECT, BOSTON BRANCH, BOSTON, MASSACHUSETTS, 2016-2018

Notated during meetings, administrated e-mail account, and booked support groups and meetings for the Boston branch of the national American nonprofit, Sex Worker Outreach Project.

MEMBER, MASSACHUSETTS SEX WORKER ALLY NETWORK, BOSTON, MASSACHUSETTS, 2014-2019

Participated in harm reduction, press outreach, and political action with sex worker colleagues and allies in the Boston area.

LOBBYIST, SURVIVORS AGAINST SESTA, 2017-2018

Participated in the social media campaign against sex work criminalization bills “Stop Enabling Sex Traffickers Act” (SESTA) and “Fight Online Sex Trafficking Act” (FOSTA), helping to obtain over 5 million hits for the hashtag #SurvivorsAgainstSESTA. Lobbied House staffers on Capitol Hill on Sex Worker Lobby Day in Washington, D.C. on June 2<sup>nd</sup>, 2017.

FOUNDING MEMBER, SEX WORKER ACTION GROUP, BERLIN, GERMANY, 2020-2024

Organized events for International Whoresday and Sex Worker Action Week; spoke regularly about sex workers’ rights issues at demonstrations and events and organizes for harm reduction in the Berlin sex-worker community.

PANELIST, "SO WHAT IS CONSENT?", "FLAWED" PODCAST, 4 JULY 2021

Represented a sex worker viewpoint on the subject of consent for a Webinar hosted by journalists Louise Osborne and Jennifer Collins, recorded for their podcast "Flawed."

FOUNDING MEMBER, SEX WORK SECTION OF FREIARBEITER\*INNEN UNION (FAU) BERLIN, 2021-2024

Founded and participated in one of the first sex worker unions in the history of Berlin, which fought for better working conditions and full sex work decriminalization in Germany.

PRESS SECRETARY, FAU BERLIN, 2022-2023

Maintained public presence of the union and ensured social media and press coverage of all workplace conflicts of members.

GENERAL SECRETARY, FAU BERLIN, 2023

General administrative role of the union, ensuring it adhered to legal requirements, kept members engaged, and furthered mission of worker liberation.

FOUNDING MEMBER AND MEMBER OF THE BOARD OF DIRECTORS, PARAMOUR COLLECTIVE, 2023-PRESENT

Founded and administrates the first all-gender, worker owned escort agency. Ensures adherence to all applicable legal and financial requirements. Furtherers vision and mission of raising the bar for working conditions in the sex industry.

## **EDUCATION**

HAMPSHIRE COLLEGE, AMHERST, MASSACHUSETTS, 2005-2009

Graduated with a Bachelor of Arts in contemporary ballet, choreography, and production design.

## Einkommensprognosen, Paramour Collective, 2024-2026

### Bisherige Einnahmen

Nach deutschem Recht ist für Escort-Agenturen eine Sondergenehmigung erforderlich, um als „Mittelsmann“ zwischen Escort und Kunde agieren zu können. Wir haben diese Registrierung im April 2024 beantragt.<sup>[1]</sup> Aufgrund der langwierigen Bearbeitungszeiten für solche Registrierungen warten wir noch immer (der Prozess dauert auch deshalb länger als üblich, weil wir als erste Genossenschaft für Sexarbeit (Arbeitnehmerkollektiv) einer genaueren Prüfung unterzogen werden, da die Bürokraten herausfinden müssen, wie das Gesetz auf uns anzuwenden ist. Deshalb wird der Prozess von einem Anwalt mit großer Erfahrung auf diesem Gebiet geleitet). Das bedeutet, dass wir noch nicht über die erforderliche Erlaubnis verfügen, um Einnahmen zu erzielen.

Im November 2023 haben wir eine „Minimum Viable Product“-Version unserer Website gestartet. Diese ermöglichte es den Mitgliedern, öffentliche Profile zu erstellen, mit der vorübergehenden Maßgabe, dass sie Buchungsanfragen selbst bearbeiten müssen. Seitdem haben die Mitglieder eine Vielzahl von Buchungsanfragen erhalten. Die meisten von ihnen haben 19 % ihrer Buchung gespendet, obwohl die Agentur noch nicht in der Lage ist, Kundenkommunikation anzubieten. Für uns ist dies ein Zeichen für die große Unterstützung und den Glauben an die Mission von Paramour und für das Verständnis, dass wir alle an einem Strang ziehen und großzügig mit unseren Ressourcen umgehen müssen, um dieses historische Unternehmen Wirklichkeit werden zu lassen.

Die bisher gespendeten Buchungsgebühren belaufen sich auf 328,50 €. Dies entspricht einem Buchungseinkommen von 1.728,95 € oder etwa 7 Stunden Buchungen für unsere Mitarbeiter – und das, obwohl wir noch nicht über die finanziellen Mittel verfügen, um bezahlte Werbung jeglicher Art zu schalten. Das bedeutet, dass Kunden unsere Website bereits über soziale Medien, Mundpropaganda und (hauptsächlich) Presseartikel über unser bahnbrechendes Unternehmen finden – vor allem im Missy Magazine. Das ermutigt und bestärkt uns.

<sup>[1]</sup> Dies ist die letzte von drei Registrierungen, die wir vornehmen mussten; die ersten beiden waren eine Prüfung unseres Geschäftsmodells und unseres Geschäftsplans durch den Genossenschaftsverband, eine Organisation, die die Rechtmäßigkeit und finanzielle Tragfähigkeit aller Kollektive überprüfen muss (erhalten im Oktober 2023); und die Eintragung des Unternehmens in das Unternehmensregister (erhalten im Mai 2024).

### Über unsere Einkommensprognosen

Die Daten, auf denen unsere Einkommensprognosen basieren, sind wie folgt:

- Unsere derzeitigen Mitglieder erhalten in ihrer selbstständigen Tätigkeit durchschnittlich 1 bis 5 Buchungen pro Monat. Sobald wir eine umfassende Werbestrategie einsetzen, erwarten wir, dass diese Zahl steigt. Ein Hauptgrund für die Gründung unseres Unternehmens war, dass unsere Mitglieder die administrative Seite der selbstständigen Begleitung als lästig und mühsam empfinden. Sobald wir unsere endgültige Registrierung erhalten haben, werden einige Mitglieder alle ihre Buchungen über die Agentur abwickeln – auch Stamm- und
- Wir gehen davon aus, dass die Zahl der Mitglieder jährlich um etwa 10 steigen wird. Dies ist eine vorsichtige Schätzung – in diesem Jahr hatten wir durchschnittlich 4 neue Mitglieder pro Quartal. Unsere E-Mail-Liste mit Personen, die daran interessiert sind, Mitglied zu werden, enthält etwa 30 Personen. Wir haben jedoch auch Mitglieder berücksichtigt, die die Gemeinschaft verlassen haben, sowie --Mitglieder, die Urlaub, medizinische Auszeiten oder Pausen von der Sexarbeit nehmen.
- Da das Unternehmen wächst und bekannter wird, erhält jeder Mitarbeiter mehr Buchungen.
- Wir haben bereits Empfehlungen aus der Gesundheitsbranche von Kunden erhalten, deren Therapeuten oder Ärzte uns als therapeutische Ressource empfohlen haben. Es gibt auch einen wachsenden Markt für Fachkräfte im Bereich „sexuelle Assistenz“, die von der Krankenkasse übernommen werden. Wir planen, diesen wachsenden Markt ins Visier zu nehmen, sobald wir über die entsprechenden Ressourcen verfügen.
- Angesichts dieser Faktoren sind diese Schätzungen recht konservativ. Wir gehen davon aus, dass wir diese Einkommensprognosen übertreffen
- Mitglieder, die ehrenamtlich arbeiten (mindestens 6 Stunden pro Woche), zahlen dem Kollektiv 7 % jeder Buchungsgebühr. Mitglieder, die nicht freiwillig arbeiten, zahlen 19 %. Im dieses Modell werden 13 % verwendet, weil wir davon ausgehen, dass die Hälfte der Arbeitnehmer 7 % und die andere Hälfte 19 % zahlt, also habe ich den Durchschnitt genommen.

Zeitfenster	Mitglied Arbeitsentgelt pro Stunde (brutto)	Durchschnitt Stunden pro Monat pro Mitglied	Prozentsatz des Kollektivs	Anzahl der Mitglieder	Gesamteinkommen des Kollektivs
Q1 & 2, 2025	€250,00	5 Stunden/Monat	13%	15	€14.625 (2.437,50/Mo.)
Q3 & 4, 2025	€250,00	6.5 Stunden/Monat	13%	20	€25.350 (4.225/Mo.)
Q1 & 2, 2026	€250,00	7.5 Stunden/Monat	13%	25	€36.562,50 (6093,75/Mo.)
Q3 & 4, 2026	€250,00	7.5 Stunden/Monat	13%	30	€43.875 (7312,50/Mo.)
Q1 & 2, 2027	€250,00	8 Stunden/Monat	13%	35	€ 54.600 (€9.100/Mo.)
Q3 & 4, 2027	€250,00	8 Stunden/Monat	13%	40	€ 74.400 (€12.400/Mo.)