Leseprobe

Fett erfolgreich
Über Mindset, Führung und den Mut, deinen eigenen Weg zu gehen
Impulse für Selbstwert und Neuanfang
Autorin: Mayadamaris Curman
Originalausgabe November 2026
Covermotive: privat
Paperback, Format 13x19 cm, 252 Seiten
ISBN: 978-3-96174-303-2
VK: 14,90 €
© Edition Paashaas Verlag, www.verlag-epv.de
Das Buch ist zeitgleich auch als eBook erschienen.



3. Kurswechsel

Der 1. August 2015 war da. Um 10:00 Uhr morgens sollte die Technik bereit sein, um Deutschland zu eröffnen. So viel kann ich euch sagen: Es war der schlimmste Tag überhaupt.
Es ging gar nichts, das System brach gefühlt hundertmal zusammen und die ersten Ernüchterungen folgten nach und nach. *Ich sitze gerade am Flughafen in Toronto, mein Grinsen in meinem Gesicht ist sooo breit, weil ich einfach nicht anders kann als mit lachenden Gedanken an den Tag zurückzudenken.* Aus "Deutschland, du siehst bezaubernd aus" wurde "Deutschland, ich reiße mir die Haare raus."
Ich glaube, dort trennte sich schon direkt die Spreu vom Weizen, denn es war wirklich nicht lustig. Irgendwann hat es dann aber funktioniert. Bis dahin hatte ich jedoch bereits mehrere Tränen aus Wut und Enttäuschung verdrückt, weil das System einfach grauenvoll war.
Ich wurde als 25. Markenbotschafterin in Deutschland registriert. Nicht, dass das irgendjemand interessierte, aber mir war es wichtig. Für meine Karriere bei Lumahra war das auch später immer doch eine Zahl, die ich gerne einwarf, um zu verdeutlichen, wie meine Meilensteine sich entwickelt haben.
Der August war nicht sonderlich spektakulär, außer dass ich weitere Menschen für die Tätigkeit begeistern konnte und diese fleißig in mein Team einschrieb. Einschreiben bedeutete: Du registriertest dich bei Lumahra und kauftest dein Beginner-Set für 99 Euro. Das Starterkit kam schnell und du konntest dich bis zum Verkaufsstart am 1. September mit den darin enthaltenen Produkten vertraut machen.
Wir fuhren in unseren Sommerurlaub nach Kroatien mit den Kindern, und ich bereitete mich auf den großen Tag vor.

Ich übte schminken, testete im Urlaub alle Produkte und machte Produktbilder von den Produkten aus meinem Beginner-Set – wie Produktbilder mit iPhone 5 oder 6 2015 halt so aussahen. *Superlustig, wenn ich daran zurückdenke.*
Wieder zurück in Deutschland kam der 1. September und durch die Zeitverschiebung zu Amerika waren wir je nach Jahreshälfte zu Montana entweder 7 oder 8 Stunden verschoben.
Das hieß, dass unser Monat um 8 oder um 9 Uhr morgens begann.
Ich hatte so viel Werbung gemacht und viele Menschen zu mir nach Hause eingeladen, um die Mascara zu testen und um Menschen einfach von allem zu begeistern.
Alles war bereit und der Uhrzeiger hüpfte auf 09:00 Uhr und NICHTS PASSIERTE.
Mein Sohn und ich saßen vor dem Backoffice, um das Farben-Diagramm zu beobachten. In der Welt des Network Marketings gibt es oft ein farbcodiertes Rangsystem, das den Karrierefortschritt eines Vertriebspartners sichtbar macht. Jede Farbe oder jeder Titel repräsentiert eine bestimmte Stufe des Erfolgs, angefangen beim Selenit Level – dem Einstiegspunkt – bis hin zum Onyx Level, der den Olymp symbolisiert.
Um diese Meilensteine zu erreichen, brauchte ich persönlichen Umsatz und Team-Umsatz, dazu neue Team Member. Doch es tat sich nicht viel. Keine Bestellung trudelte ein, keine E-Mail kam. Es war ruhig bzw. tot an der Front. Die Ernüchterung, wie sie schlimmer nicht sein konnte!
In der WhatsApp-Team-Gruppe herrschte massive Enttäuschung. Wir konnten es alle nicht verstehen. In all den anderen Ländern sind die Verkäufe explodiert. Was war hier in Deutschland los?
Nun ja, Trübsal blasen hilft ja nichts! Ich merkte sofort, dass eine komplett neue Strategie aufgerufen werden musste. Daher kontaktierte ich meine Interessenten und fragte, warum sie die Mascara nicht bestellen wollten. Es kristallisierten sich zwei Dinge heraus: einmal Angst vor Online-Bestellungen – quasi Scam oder Betrug. Das zweite Hindernis war die Zahlungsoption. Es stellte sich heraus, dass wirklich viele Menschen in Deutschland kein PayPal und keine Kreditkarte hatten. Das war für die USA – und wir sind ja ein amerikanisches Unternehmen – unbegreiflich. *Du meine Güte, wenn ich daran nur denke, was für eine Odyssee das alles noch werden würde – ihr habt ja keine Vorstellung.* Zum ersten Mal dachte ich, ich lebe hinterm Mond.
Weg war sie diese Leichtigkeit der Amis, diese ganze antrainierte Simplicity, not with Germany, my friend. Okay, aber hilft ja alles nichts! Ich hatte ein Ziel – und das galt es zu erreichen.
Somit Planänderung! Zuerst beruhigte ich das Team. Dann erarbeiteten wir bzw. ich neue Ideen – Back to the Roots – zurück zum Ursprung.
Meine langjährige analoge Erfahrung hatte ich von Tupperware. In diesen 9 Jahren dort hatte ich sehr viele Kunststoffbehälter in Hunderten von Wohnzimmern und Küchen verkauft. Mit Menschen kann ich in Perfektion umgehen, verkaufen auch – mir fehlten nur "die Partys". Also kontaktierte ich engere Bekannte und erzählte ihnen, dass ich in Deutschland mit der Online-Idee nicht weit kommen würde und ihre Hilfe brauchte. Eine Beauty-Party bedeutet, die Teamleaderin – also ich – lud ein paar Mädels ein, stellte die Produkte vor und machte ein "Halfi" – ein halb

geschminktes Gesicht. Ich war Vorreiterin und Pionierin für mein Team. Das musste ich tun, damit alle inspiriert werden konnten und im Idealfall in der Lage sein würden, das Gleiche zu duplizieren. Daher bestellte ich mir Produkte und einen Make-up Koffer und plante mit meinen Bekannten die Partys.
Die erste Party kam und war – wie ich es mir gedacht hatte – ein voller Erfolg mit einem Produktumsatz von fast tausend Euro.
Es wurde ein absolut toller Abend. Ich trug die Produkte wie Beautyserum, Primer, Foundation und andere nur auf einer Gesichtshälfte auf, so ließ sich sehr deutlich zeigen, was die Produkte bewirkten. Außerdem schminkte ich eine Augenseite und konnte so auch optimal die Mascara demonstrieren und welche im wahrsten Sinne des Wortes echte augenöffnende Effekte sie hatte. Alle wollten alles. Ich kassierte das Geld, übernahm das Bestellen und lieferte auch noch persönlich die Ware aus.
Eigentlich wollte ich genau das hinter mir lassen: Partys organisieren, Geld einsammeln, Bestellungen aufgeben und Ware persönlich ausliefern. Ich war angetreten, um mein Business online auszubauen. Doch als die Bestellungen ausblieben, griff ich auf das zurück, was ich konnte. Es war nicht mein ursprünglicher Plan, aber mit diesem Konzept verkauften sich die Produkte unglaublich gut. Die Frauen begannen mir zu vertrauen und waren begeistert von den Produkten und deren Wirkung. Es war ein Erlebnis mit Spaß, Tipps und Tricks. Darin wurde ich sehr schnell ein Profi. Dazu absolvierte ich Make-up-Kurse, um zu lernen, wie Schminken richtig geht und sammelte am Wochenende Zertifikate ohne Ende. Ich schulte mein Team und legte ihnen nahe, es mir gleich zu tun, wer es eben konnte.
Es waren auch Investitionen, aber ich nahm das Ganze ernst und hatte ja mein Ziel, Mascara-Millionärin zu werden.
So dauerte es nicht sehr lange mit dem Hochklettern auf der Erfolgsleiter. Auch meine Teamis hatten Erfolgserlebnisse und taten es mir gleich. Mit diesen analogen Partys mussten wir unbedingt auch einen Weg zur Online-Welt finden. So holte ich mir das Einverständnis von den Kundinnen, die Gesichtshälften auf Facebook und Instagram zu zeigen. Mit diesen Ergebnissen kamen Party-Buchungsanfragen auch langsam über Facebook hinein. Auch das empfahl ich dem ganzen Team. Die Methode verbreitete sich bei denjenigen, die mitmachten, in ganz Lumahra.
Ich teilte mein Wissen nicht nur mit meinem Team, sondern mit ganz Lumahra Deutschland. Denn mein Credo von Anfang an war: „Wenn wir alle erfolgreich sind, sind wir alle erfolgreich“.
Lumahra verkörperte den Leitsatz Inspire - Unleash - Recognize, was so viel bedeutet wie: Inspirieren - Entfesseln – Erkennen, oder auch Anerkennen. Ich lebte diesen Leitsatz mit jeder Pore. Dass ich das romantisiert sah, war mir damals noch nicht so bewusst.
Gab es je eine Women´s Unity, also einen Zusammenhalt unter Frauen?
Im Kleinen hatten wir eine – und in meinem Team stellenweise auch. Es war bis zu einem Punkt immer alles gut. Im September erreichte ich dann den Citrin Level, Fast Forward Level, Rosenquarz Level und Lapislazuli Level. Das war schon sehr gut. Wir als Team und ich persönlich waren auf dem richtigen Weg. Im Oktober verpasste ich

knapp den Aventurin Level. Dieser beinhaltete 10.000 Euro monatlichen Gesamtumsatz: Meinen persönlichen Umsatz und den Team-Umsatz.
Ich habe mich aufopferungsvoll um mein Team gekümmert. Mir war sehr wichtig, dass die, die wollten, Erfolgserlebnisse erzielen konnten und damit motiviert waren. So konnten sie sehen, dass es funktioniert und wir mit diesem Modell erfolgreich wurden. Wir sollten nicht nur eigene Produkte günstiger einkaufen können, sondern auch das Geld verdienen, was wir uns wünschten für unsere kleinen und großen Träume.

Der Aventurin Level, den ich im Oktober nur sehr knapp verpasst hatte, war ein großer Meilenstein in der Lumahra-Welt. In anderen Ländern kündigten Frauen, die dieses Level erreichten, sogar ihre Jobs, weil der Verdienst ausreichte, um ihren Lebensunterhalt zu bestreiten. Natürlich hing das immer von der individuellen Lebenssituation ab, aber der Aventurin Level war ein Statussymbol. Er bedeutete nicht nur finanzielle Freiheit, sondern zeigte auch, dass man es ernst meinte – ernst mit dem, was man sich als Ziel gesetzt hatte. Mit dem Aventurin Level wurde ich offiziell als Leaderin anerkannt. Ich wusste, dass ich damit in die Verantwortung ging, und nahm diese Rolle bewusst an. Es war nicht nur ein Titel, es war eine Verpflichtung, anderen zu zeigen, dass dieser Job echte Perspektiven bieten konnte, dass es keine Illusion war, kein Internetbetrug. Alles, was ich auf Facebook präsentierte – die Zentrale in Montana, der CEO, die gesamte Infrastruktur – das war real! Das wollte ich meinen Followern nicht nur zeigen, sondern auch allen Hatern beweisen. Jeden Schritt, den ich machte, tat ich nicht nur für mich, sondern auch für all die Frauen in Deutschland, die mit mir träumten und kämpften. Und davon gab es viele, manche sind bis heute noch unsichtbar an meiner Seite.
Im November 2015 wurde ich dann endlich Aventurin-Level-Markenbotschafterin.