



Begleitmaterial für Pädagog\*Innen & Multiplikator\*innen

# DIE NOT STEHT IHR GUT

Autorin: Lola Fuchs



## Besetzung

Dana  
Sharon  
Dominic  
Charlie  
Gisela  
Brüderhorde

Nika Mišković  
Linda Elsner  
Linus Ebner  
Christopher Heisler  
Lola Fuchs  
Anna Bolten, Yagmur Cihan, Ines Klappers, Marie  
Lehnert, Jennifer Schmidt, Carlotta Wagner

Regie  
Ausstattung  
Dramaturgie  
Theatervermittlung  
Licht  
Ton  
Regieassistenz  
Ausstattungsassistenz  
Inspizient  
Soufflage  
Sounddesign

Lola Fuchs  
Anita Ackva  
Marie Senf  
Sarah Jasinszczak  
Markus Fuchs  
Robin Lockhardt  
Ruven Bircks  
Constanze Kriester  
Christoph Öhl  
Klara Brandi  
Oskar Mayböck

PREMIERE: 26.JANUAR 2023 UM 20 UHR IM STUDIO  
DAUER: ca. 120 Min.

Kontakt und theaterpädagogische Begleitung:

Sarah Jasinszczak, Theaterpädagogin Schauspiel, Theaterkarree 1-3, 44137 Dortmund  
0231/5022555 oder junges-schauspiel@theaterdo.de

## Inhaltsverzeichnis

- 1 Inhalt der Dortmunder Inszenierung
- 2 Hyperkapitalismus
- 3 Phänomen *Girlboss*
- 4 Macht von *Social Media* auf Unternehmen
- 5 Coaching-Agenturen in Reallife
- 6 Interessante Textstellen

### 1 Inhalt der Inszenierung

Sharon und Dana sind Gründerinnen einer angesagten Coaching-Agentur für erfolglose Frauen. Ihre Seminare versprechen, diese verirrtten Seelen zurück in den Arbeitsmarkt und somit in die Gesellschaft einzugliedern. Mithilfe ihres unterbezahlten Praktikanten Dominic, der heimlich von einer sozialistischen Welt träumt und dem charmanten Investor Charlie, der seine ganz eigenen Ziele verfolgt, meistern es die beiden, aus aktuellen emanzipativen Strömungen Kapital zu schlagen und nehmen dafür aufopferungsvoll die Aushöhlung ihrer eigenen Ideale in Kauf. Wie Brecht schon sagte: „Erst kommt das Fressen, dann kommt die Moral“ oder um Sharon und Dana zu zitieren: „Lieber herrschen, als beherrscht zu werden“. Aber die Zeiten sind hart und wer soeben noch das Zepter in der Hand hatte, kann im nächsten Augenblick schon in der Gosse liegen. Und als eine ehemalige Seminar-Teilnehmerin einen pikanten Tweet über ihr Unternehmen veröffentlicht, nimmt das verhängnisvolle Schicksal der beiden Businessfrauen seinen Lauf und gemeinsam mit ihrem Gehilfen treten sie den gefährlichen Weg ins Dickicht an, diesen geheimnisvollen Ort, der direkt hinter den Mauern ihres Büros lauert und alle Ängste ihrer Welt zu bündeln scheint. Eine Geschichte über dornige Chancen, Girl Bosses und Brüderhorden, Schuld und Sühne und das richtige Leben im Falschen. Ensemblemitglied Lola Fuchs schreibt ihr erstes abendfüllendes Theaterstück für das Schauspiel Dortmund, das sie gemeinsam mit Schauspiel-Kolleg\*innen im Studio inszeniert.

Quelle: [www.theaterdo.de / schauspiel](http://www.theaterdo.de/schauspiel)

### 2 Hyperkapitalismus

**Big Data** macht Prognosen des menschlichen Verhaltens möglich. Die Zukunft wird dadurch berechenbar und manipulierbar. Big Data erweist sich als ein sehr effizientes psychopolitisches Instrument, das es erlaubt, Menschen wie Marionetten steuerbar zu machen. Big Data erzeugt ein Herrschaftswissen. Dieses macht es möglich, in die menschliche Psyche einzugreifen und sie zu beeinflussen, ohne dass die Betroffenen es merken. Die digitale Psychopolitik degradiert die menschliche Person zu einem Objekt, das quantifizierbar und steuerbar ist. Somit kündigt Big Data das Ende des freien Willens an.

**Customer-Lifetime-Value** bezeichnet den Wert, den ein Mensch während seines gesamten Kundenlebens für ein Unternehmen darstellt. Diesem Begriff liegt die Intention zugrunde, die ganze menschliche Person, ihr gesamtes Leben in rein kommerzielle Werte umzuwandeln. Der heutige **Hyperkapitalismus** löst die

Kontakt und theaterpädagogische Begleitung:

Sarah Jasinszczak, Theaterpädagogin Schauspiel, Theaterkarree 1-3, 44137 Dortmund

0231/5022555 oder [junges-schauspiel@theaterdo.de](mailto:junges-schauspiel@theaterdo.de)

menschliche Existenz gänzlich in ein Netz kommerzieller Beziehungen auf. Es gibt heute keinen Lebensbereich mehr, der sich der kommerziellen Verwertung entzöge. Gerade die zunehmende Digitalisierung der Gesellschaft erleichtert, erweitert und beschleunigt in erheblichem Maße die kommerzielle Ausbeutung des menschlichen Lebens. Sie unterwirft Lebensbereiche, die bisher dem kommerziellen Zugriff unzugänglich waren, einer ökonomischen Ausbeutung. So tut es heute not, neue Lebensbereiche zu errichten, ja neue Lebensformen zu entwickeln, die sich der kommerziellen Totalausbeutung des menschlichen Lebens widersetzen

**Digitales Panoptikum** Wir sind heute nicht einfach Insassen oder Opfer in einem fremdgesteuerten digitalen Panoptikum. Ursprünglich war das Panoptikum ein von Jeremy Bentham entworfener gefängnisartiger Bau. Die Gefangenen im Außenring werden darin von einem zentralen Überwachungsturm bewacht. Im digitalen Panoptikum sind wir nicht nur gefangen. **Wir sind vielmehr selbst Täter.** Wir bauen aktiv mit am digitalen Panoptikum. Wir unterhalten es sogar, indem wir uns entblößen, indem wir uns wie die Millionen Anhänger der *Quantified-Self*-Bewegung am Körper verkabeln und unsere körperbezogenen Daten freiwillig ins Netz stellen. Die neue Herrschaft erlegt uns kein Schweigen auf. Vielmehr fordert sie uns permanent dazu auf, mitzuteilen, teilzunehmen, unsere Meinungen, Bedürfnisse, Wünsche und Vorlieben zu kommunizieren, ja unser Leben zu erzählen.

**Die digitale Hyperkommunikation** als neue Produktionsform schafft rigoros Schutzräume ab und verwandelt alles in Informationen und Daten. Jede schützende Distanz geht dadurch verloren. In der digitalen Hyperkommunikation vermischt sich alles mit allem. Immer durchlässiger werden auch die Grenzen zwischen innen und außen. Menschliche Personen werden zu Schnittstellen in einer vernetzten Welt. Diese digitale Schutzlosigkeit wird vom Hyperkapitalismus gefördert und ausgebeutet.

Quelle: <https://www.sueddeutsche.de/politik/hyperkapitalismus-und-digitalisierung-die-totalausbeutung-des-menschen-1.3035040>

## 2.1. Access – ein Buch über den Hyperkapitalismus

Der amerikanische Bestsellerautor und Regierungsberater Jeremy Rifkin tingelt mit seinem neuen Buch "Access" durch Europa und konstatiert ein "Verschwinden des Eigentums".

Der Kapitalismus ist auch in der Mitte der Gesellschaft ins Gerede gekommen. Das zeigt der neue Text des Bestsellerautors und Regierungsberaters Jeremy Rifkin. Vor fünf Jahren hatte sich der US-Sozialwissenschaftler in die Debatte um das Ende der Arbeitsgesellschaft eingeschaltet und den weltweiten Niedergang der Lohnarbeit skizziert. An der damaligen Kernargumentation hält er in seiner Auseinandersetzung mit dem Hyperkapitalismus fest. Die Arbeit, gleich ob einfache körperliche Anstrengung oder geistige Tätigkeit, werde zunehmend durch Maschinerie ersetzt. "Wahrscheinlich wird man im Jahr 2050 nicht mehr als fünf Prozent der erwachsenen Bevölkerung benötigen, um die herkömmliche Industrie und ihre Betriebe zu leiten und in Gang zu halten." Angesichts dieser massiven Verschiebung im

Kontakt und theaterpädagogische Begleitung:

Sarah Jasinszczak, Theaterpädagogin Schauspiel, Theaterkarree 1-3, 44137 Dortmund

0231/5022555 oder junges-schauspiel@theaterdo.de

Kräfteverhältnis zwischen Lohnarbeit und Kapital plädierte Rifkin für einen raschen Ausbau des dritten Gesellschaftssektors jenseits von Markt und Staat. Durch eine solche Strategie könnten die Verteilungs- und Beschäftigungsprobleme gelöst werden.

Rifkin unterstreicht, dass wir mitten in einem Phasenwechsel der kapitalistischen Gesellschaftsformation stehen. "Wir gehen auf eine neue Stufe des Kapitalismus zu, die dem, was wir bis jetzt erlebt haben, in nichts gleicht. Eines nach dem anderen scheinen sich die vertrauten Totems des Wirtschaftssystems aufzulösen. An ihre Stelle treten kommerzielle Ikonen für eine neue Epoche der Geschichte." Diese Prognose ruft neuen Protest hervor, weil neben der Lohnarbeit auch der Niedergang des Privateigentums prognostiziert wird: "Die Entwicklung einer Wirtschaft der Netzwerke, die stetige Entmaterialisierung der Waren, die schwindende Bedeutung von Sachkapital, der Bedeutungszuwachs von immateriellem Vermögen, die Metamorphose von Gütern in reine Dienstleistungen, der Übergang von einer Produktions- zu einer Marketingperspektive, die Übersetzung von den zwischenmenschlichen Beziehungen und Erfahrungen in Waren und Geschäfte sind Elemente der radikalen Neustrukturierung, die in der hoch technisierten globalen Wirtschaft vor sich geht, weil ein Teil der Menschheit auf seiner Reise in das Zeitalter des Zugangs allmählich die Märkte und den Austausch von Eigentum hinter sich lässt." Diese Argumentation vom wachsenden Bedeutungsverlust des Privateigentums ist in sich widersprüchlich und demonstriert eine starke Abgehobenheit vom gesellschaftlichen Wertschöpfungsprozess. Gleichwohl ruft sie in der wirtschaftlichen Elite Unbehagen hervor.

Rifkin bewertet die Zukunftsaussichten des Hyperkapitalismus kritisch, wenn es nicht doch noch gelinge, ein ausbalanciertes Verhältnis von Kultur und Kommerz herzustellen. Das expansive kapitalistische Wirtschaftssystem lebe von Vertrauen und Empathie, was nicht in der Netzökonomie geschaffen werde. "In Gemeinschaften und Ländern mit einem starken, gut entwickelten dritten Sektor blühen kapitalistische Märkte. Wo der dritte Sektor schwach ist, sind kapitalistische Märkte im Allgemeinen wenig erfolgreich. Würde der dritte Sektor in den Vereinigten Staaten zum Beispiel über Nacht verschwinden, würde der kapitalistische Markt wahrscheinlich keine zwei Wochen überleben, ebenso wenig wie Staat und Regierung."

Rifkin argumentiert: "Mehrere hundert Jahre lang wurden materielle Ressourcen in Eigentum verwandelt, heute verwandeln wir immer häufiger kulturelle Ressourcen in Erlebnisse und Vergnügungen, die käuflich zu erwerben sind. In der neuen Ära des kulturellen Kapitalismus zählt nur noch Access, die Verfügbarkeit; Eigentum wird für die Ordnung des Geschäftslebens immer bedeutungsloser. Eigentumsbeziehungen passen in eine Welt, deren ökonomische Hauptaufgabe die Verarbeitung, Produktion und Verteilung materieller Dinge ist. Materielle Dinge sind leicht zu bewerten, und weil sie quantifiziert werden können, kann man ihnen auch einen Preis geben."

Quelle: <https://www.linksnet.de/artikel/17652>

Kontakt und theaterpädagogische Begleitung:

Sarah Jasinszczak, Theaterpädagogin Schauspiel, Theaterkarree 1-3, 44137 Dortmund

0231/5022555 oder junges-schauspiel@theaterdo.de

### 3 Phänomen Girlboss

Der Begriff Girlboss bezeichnet prinzipiell eine Frau in einer Führungsposition und/oder eine Frau, die sich einem männlichen Führungsanspruch nicht unterwirft und ihren eigenen Weg – wie auch immer – geht. Unter Feministinnen ist der Begriff nun umstritten.

Der *Girlboss* trat in den 2010er-Jahren als feministisches Versprechen der Generation Y auf die Business-Bühne. Ein *Girlboss*, das sollte eine junge Frau sein, die mit ihren persönlichen Leidenschaften und Interessen megaerfolgreich wird. Auf ihrem Karriereweg bleibt sie immer authentisch, sie macht ihr Ich zur Marke und zeigt es den nervigen, alten, weißen Männern in ihren hellblauen Hemden mal so richtig – im Blümchenkleid. Dafür wurde der *Girlboss* gefeiert. Nur zehn Jahre später ist der Begriff zum im besten Fall ironischen Synonym für eine nur halbherzig hinter dem Schlagwort Feminismus verschleierte Gier geworden: Der *Girlboss* steht auf der popkulturellen Beliebtheitsskala ungefähr auf einer Höhe mit Gordon Gekko, der ewigen Inkarnation des Superkapitalisten. Der Niedergang des *Girlbosses* als neoliberales Marketing-Phänomen der 2010er-Jahre scheint besiegelt, wenn man sich die aktuelle Berichterstattung anschaut: „*The Girlboss has left the building*“, hieß es in „*The Atlantic*“, bei vox.com sogar: „*The Death of the Girlboss*“. Es gibt zahlreiche ähnlich betitelte Artikel, deren Tenor lautet: Es reicht jetzt mit diesem *Girlboss*, Frauen verhalten sich als Unternehmerinnen und Chefinnen auch nicht immer besser als Männer, am Ende geht es sowieso nur ums Geld. Die Idee vom *Girlboss* ist implodiert. Was einmal als sexy Höhepunkt eines erfolgreichen „*personal brandings*“ galt, wurde nun endgültig zum peinlichen Fetisch-Begriff einer modernen Arbeitswelt, in der Frauen nur dann interessant waren, wenn sie möglichst jung irgendwas erreicht hatten. Vielleicht war es auch von Anfang an dem albernem Neologismus, der zum Scheitern verurteilt war – weil er erwachsene Frauen verniedlichte, die Karriere machen, Arbeitsplätze schaffen, Geld verdienen wollten. Die deutsche Schmuckunternehmerin Ariane Ernst etwa sagt: „Ich habe mich noch nie *Girlboss* genannt, der Begriff ist despektierlich gegenüber allen Frauen, die beruflich etwas erreichen wollen.“

**Was kommt jetzt?** In Deutschland ist es immer noch eine verschwindend geringe Anzahl von Frauen, die Unternehmen gründen. Im Jahr 2020 waren von allen *Start-up-Gründern* nur 16 Prozent weiblich, zu diesem Ergebnis kam der Bundesverband Deutsche Start-ups in seinem „*Female Founders Monitor 2020*“. Angesichts solcher Zahlen scheint es fast nebensächlich, sich mit Begrifflichkeiten aufzuhalten. Es geht doch um Selbstbewusstsein. Und an dieser Stelle könnte man sich tatsächlich von einer Millennial-Unternehmerinnen-Ikone inspirieren lassen. Lauren Conrad, eine Art Martha Stewart der Instagram-Generation, antwortete in einem Interview, das längst zu den weitverbreiteten Memen geworden ist, auf die Frage nach ihrer favorisierten Position – eine Anspielung auf ihr Sexleben – schlicht: „CEO.“

Quelle: <https://www.welt.de/iconist/iconista/article233251169/Millennial-Mythos-Das-Ende-vom-Girlboss.html>

Kontakt und theaterpädagogische Begleitung:

Sarah Jasinszczak, Theaterpädagogin Schauspiel, Theaterkarree 1-3, 44137 Dortmund

0231/5022555 oder junges-schauspiel@theaterdo.de

### 3.1. Führt das *Girlboss*-Narrativ zu mehr Gleichberechtigung?

Manche Feministinnen behaupten: Nein, das tut es nicht. Es erscheint ihnen eher als Marketingstrategie, weil sich diese Art von „Feminismus“ gut verkaufen lässt. Als Beweis dient die Werbebranche, die gern starke Frauen plakatiert, während die Auftragsunternehmen wenig bis nichts feministisch agieren. Doch gilt dieser Umstand als verzeihlich, Marketing ist eben Marketing. Viel schlimmer erscheint es echten Feministinnen, dass ein *Girlboss* diejenigen Frauen in den Schatten stellt und damit diskriminiert, die unbezahlte häusliche oder gar pflegerische Arbeit leisten und gegenüber dem *Girlboss* wie Verliererinnen dastehen. Dies sei der eigentliche Skandal und daher ein grobes Eigentor für den Feminismus. Die Vermarktung von Feminismus, für die es den Begriff „*Femvertising*“ gibt, ist hierfür so gar kein Trost. Damit ist das *Girlboss*-Narrativ nicht nur nicht nützlich, es ist sogar schädlich und blendet die Realität der meisten Frauen auf der Welt aus. Diese benötigen zwar weibliche Vorbilder mit eigenen Erfolgsgeschichten, aber nicht auf der Basis eines „*Feelgood-Feminism*“. Hilfreicher wäre die Darstellung von Frauen, die erfolgreich den Spagat zwischen Beruf und Familie schaffen, auch wenn sie dabei keine Traumkarriere hinlegen. Die *Girlboss*-Kultur allerdings suggeriert, dass eigentlich jede Frau ein Boss sein könnte und dies auch anstreben sollte. Wenn sie es also nicht schafft, scheint sie wohl eine Loserin zu sein. Wohlgedenkt: Das ließe sich in Bezug auf den Lebenserfolg auch auf Männer übertragen, doch hier ist es nicht so prekär, weil Männer nicht per se allein wegen ihres Geschlechts diskriminiert werden.

Quelle: <https://www.bedeutungonline.de/was-bedeutet-girlboss-was-ist-ein-girlboss-bedeutung-definition-erklaerung/>

## 4 Social Media für Unternehmen

### 1. Geringer Aufwand mit großer Reichweite

Das Social Media-Marketing hilft Unternehmen, eine Community mit Kunden und Interessenten aufzubauen. Und gegenüber der Online-Werbung mit Google AdWords kann die Werbung in sozialen Netzwerken nachhaltiger sein.

### 2. Einfach und mit System werben

Facebook, Twitter und Co. integrieren zahlreiche Statistik-Tools, die Ihnen bei der Analyse ihrer Kampagnen helfen. Auf einen Blick können Sie unter anderem erkennen.

### 3. Social Media für besseren Kundensupport nutzen

Die Kommunikationsmöglichkeiten der Social Media-Plattformen lassen sich hervorragend für den Kundensupport nutzen: Beantworten Sie Fragen der Kunden schnell und freundlich, sind diese zufrieden und bedanken sich häufig sogar mit einem „Like“ oder teilen den Inhalt, wodurch sich die Reichweite zusätzlich vergrößert – ein klarer Vorteil gegenüber einer klassischen Hotline.

### 4. Empfehlungen fördern den Verkauf enorm

Im Jahr 2014 hat "Harris Interactive" für die "*Webby Awards*" eine Umfrage zum Thema *Social Media*-Marketing durchgeführt.

Kontakt und theaterpädagogische Begleitung:

Sarah Jasinszczak, Theaterpädagogin Schauspiel, Theaterkarree 1-3, 44137 Dortmund

0231/5022555 oder [junges-schauspiel@theaterdo.de](mailto:junges-schauspiel@theaterdo.de)

**Ergebnis:** 68 % der befragten User im Alter von 18-34 sind eher an Produkten interessiert, die Freunde über die *Social Media*-Plattformen empfehlen.

### **5. Mögliche virale Effekte nutzen**

Social Media-User teilen am liebsten Zitate, Bilder und Videos. Nutzen Sie das zu Ihren Gunsten. Mit der richtigen Werbung lässt sich ein viraler Marketingeffekt erzeugen – ein Traum für alle Werber.

**Effekt:** Ihr Unternehmen stellt einen neuen Beitrag auf seine Seite, woraufhin Ihre Community durch Liken, Teilen und Kommentieren interagiert. Freunde der Nutzer sehen dies und liken, kommentieren oder teilen den Beitrag möglicherweise ebenfalls – ein riesiges Potenzial zur Erhöhung Ihrer Reichweite.

Quelle: <https://www.df.eu/blog/6-gruende-warum-social-media-fuer-unternehmen-so-wichtig-ist/>

## **5 Coaching Agenturen in Reallife**

**Was macht eine Coach\*in?** Coach\*innen beraten und trainieren Einzelpersonen. Das können Fach- und Führungskräfte, aber auch Manager, Projektverantwortliche und sogar ganze Teams sein. Sie arbeiten im Sozial- und Wirtschaftsbereich und fassen vor allem auch in der Erwachsenenbildung Fuß.

Allein in Deutschland soll es über 30.000 Coaches geben. Der Wirtschaftspsychologe Uwe Kanning schätzt weniger als 20% davon als seriös ein. Laura Seiler (auch Laura Malina Seiler) ist Coach für Achtsamkeit, Beziehung coaching, Life Coaching, Meditation, persönliches Wachstum und Spiritualität. Selbst bezeichnet sie sich als *Female Empowerment, Coach* und Visionärin. Mit ihrem großen Podcast-Erfolg hat Laura Seiler die moderne spirituelle Coaching-Bewegung im deutschsprachigen Raum entscheidend mitgeprägt. Neben namhaften Größen wie Robert Betz.

Er entwickelte die „Transformations-Therapie“. Er will mit der Transformations-Therapie Menschen in die Lage versetzen, „in kurzer Zeit Leidenszustände aller Art zu verwandeln, und insbesondere festgefahrene emotionale Energien wie Ängste, Wut, Ohnmacht u. a. zu lösen“. Mit dem Begriff „Transformation“ verbindet Betz zugleich die Vorstellung, dass sich die Menschheit in einer Transformationszeit befinde, auf dem Weg in ein „neues Zeitalter der Liebe“, in dem „nichts mehr so sein wird wie bisher“.

Die Themen, die Laura Seiler anschnidet sind der „modernen Spiritualität“ zuzordnen. Neben „Fülle leben“, innerer Vergebungsarbeit, Glaubenssatzarbeit, Berufung finden und Meditation und Achtsamkeitsarbeit schneidet sie Themen wie Trauma- und Angstbewältigung, Stressbewältigung, Ernährung und Beziehungen an.

Quelle: [https://www.karriere.at/beruf/coach#:~:text=Was%20macht%20eine%20Coach\\*in,auch%20in%20der%20Erwachsenenbildung%20Fu%C3%9F](https://www.karriere.at/beruf/coach#:~:text=Was%20macht%20eine%20Coach*in,auch%20in%20der%20Erwachsenenbildung%20Fu%C3%9F)

Kontakt und theaterpädagogische Begleitung:

Sarah Jasinszczak, Theaterpädagogin Schauspiel, Theaterkarree 1-3, 44137 Dortmund

0231/5022555 oder junges-schauspiel@theaterdo.de



## 6 Interessante Textstellen

### Szene 3: DIE JUBILÄUMSFEIER

**Dominic:** Musik Go. Lichtstimmung 2. Video in 3 - 2 - 1. Intro Video (Jingle):

**Dana:** Hey Girl. Liegst du am Boden und hast keine Ahnung, wie du da gelandet bist?

**Sharon:** Siehst du deine Freunde und Bekannten die Erfolgsleiter hochklettern und kommst selbst nicht vom Fleck?

**Dana:** Leidest du an Selbstzweifeln, die dir schlaflose Nächte bescheren?

**Sharon:** Fühlst du dich ohnmächtig und chronisch auf Standby-Modus?

**Dana:** Hast du das Gefühl, eine Nebenrolle in deinem eigenen Film zu spielen?

**Sharon:** Fürchtest du, die nächste zu sein, die vom Dickicht verschlungen wird?

Okay. Stopp. Bis hierhin und nicht weiter.

**Dana:** Girl, this is not healthy.

**Sharon:** Zeit, dein Schicksal in die eigene Hand zu nehmen.

**Dana:** Become the girl boss you are meant to be.

**Dominic:** Standby Sharon und Dana. Musik Fade in 3-2-1. Und go!

*Ein Upbeat Song erklingt. Sharon und Dana tanzen fröhlich und selbstbewusst in den Raum, begleitet von einer Gruppe von Kundinnen...*

**Sharon:** Hallo Dortmund! Hallo an alle da draußen, die unser Jubiläum online mitverfolgen! Mein Name ist Sharon und das ist meine fantastische Partnerin Dana -

**Dana:** und wir sind die Gründerinnen und Coaches von *Girl Boss - From Zero to Hero*.

**Sharon:** Seit mittlerweile fünf Jahren arbeiten wir an Methoden der Selbstverwirklichung- und Optimierung, und haben Emanzipation sowohl zu unserem Beruf als auch zu unserer Berufung gemacht.

**Dana:** Unsere Kundinnen sind Frauen wie Sie und ich, Mütter und Töchter, Bäckerinnen und Bankerinnen, Pflegerinnen und Influencerinnen, starke, diverse und mutige Frauen, die ihren eigenen Weg gehen und sich nicht länger von ihren Ängsten leiten lassen wollen.

**Sharon:** Auch prominente Frauen haben bereits unsere Seminare besucht.

**Dana:** Wir glauben, in jeder Frau steckt eine Göttin, die nur zum Leben erweckt werden muss. Und die Momente, in denen wir Zeuginnen einer solchen Wiedergeburt werden dürfen, sind der Grund, warum wir tun, was wir tun.

**Sharon:** Unsere Erfolgsquote liegt bei 89 Prozent, damit haben wir offiziell das effektivste Coaching-Konzept in ganz Deutschland. Wir sind sehr stolz darauf, als erstklassige Eliteschmiede für Frauen allen Alters zu gelten.

Kontakt und theaterpädagogische Begleitung:

Sarah Jasinszczak, Theaterpädagogin Schauspiel, Theaterkarree 1-3, 44137 Dortmund

0231/5022555 oder junges-schauspiel@theaterdo.de

Aber genug der Sentimentalität, bevor Dana hier noch in Tränen zerfließt. Wir wollen heute nicht nur in Erinnerungen schwelgen, sondern auch live für Sie praktizieren.

Dominic leise: Spot auf Teilnehmerinnen.

**Dana:** Ja, Sie haben richtig gehört, Sie kommen heute in den Genuss eines exklusiven *Two-On-One-Coachings*, das gab's noch nie. Aber Dana, Wer ist die glückliche Teilnehmerin?

*Dana geht in einer Art Séance mit geschlossenen Augen an den Teilnehmerinnen entlang und bleibt schließlich entschieden vor Gisela stehen.*

**Sharon:** Gisela, es ist Gisela! Einen kräftigen Applaus!



Probenfoto: Lola Fuchs als Gisela, Nika Mišković als Dana

**Erarbeitung des Materials:** Sarah Jasinszczak, Theaterpädagogin Schauspiel Dortmund  
Marie Lehnert, FSKJlerin Schauspiel Dortmund

Kontakt und theaterpädagogische Begleitung:

Sarah Jasinszczak, Theaterpädagogin Schauspiel, Theaterkarree 1-3, 44137 Dortmund  
0231/5022555 oder junges-schauspiel@theaterdo.de