

Ein Schmetterling, der sich entpuppt

„Transformation“ verwandelt Männer in wunderschöne Frauen / Europas größter Transvestitenausstatter hat seine erste deutsche Filiale in Berlin eröffnet.

VON NORA SOBICH

Beim Vorbeigehen dehen sich die Passanten gleich zweimal um, so ungewohnt ist die Schaufensterfront dekoriert. „So könnten auch Sie aussehen! Ganz gleich wie alt Sie sind oder welche Figur Sie haben“, wird neben zwei lebensgroßen Hochglanzfotografien geworben. Auf dem rechten Foto ist ein blonder Mann mit T-Shirt und sportlicher brauner Hose zu sehen, links daneben der gleiche Mann mit rothaariger Perücke, walendem Ballkleid und viel Make-up. „Transformation“, erläutert die Unterzeile, „verwandelt Männer weltweit in sensationelle Frauen.“

Das Firmenlogo in Gold stellt eine weibliche Figur dar, der Flügel wachsen, ein Schmetterling, der sich entpuppt. Das englische Unternehmen „Transformation“, Europas größter Anbieter auf dem Markt der Transvestitenausstatter, hat Anfang des Jahres seine erste deutsche Filiale in einer Seitenstraße vom Berliner Taubentzen eröffnet. Der Eintritt ist erst ab 18 Jahren. Angeboten werden „Feminisierungspräparate“ für jeden gewünschten Weiblichkeitsgrad: Kleider, Röcke, Accessoires, Lackstiefel bis hoch in den Schritt, biedere Pumps in Übergrößen, aber auch wackelnde Silikonbrüste in allen Formen und Größen, Unterwäsche wie zu Großmutterzeiten oder Latexpants mit künstlichen Vaginas und gekräuseltm Schamhaar. Die meisten Artikel stellt die Firma selbst her, auch die Cremes, die das Brustwachstum anregen, die „Miracle Cover“-Schminke, die Bartstoppen verdeckt oder die Bücher und Kassetten für Lehrgänge in weiblichen Verhalten und Benehmen.

Abgesehen von der Unterwäscheabteilung, wo die für Erotikläden typische Dreifaltigkeit Schwarz-Weiß-Rot den Ton angibt, ist die Stimmung im Geschäft eher gesetzt. Diskretion ist erstes Gebot. Das geblühte Sofa mit den zwei Beistelltischen könnte in jeder besseren Hotellounge stehen und die Mitarbeiterinnen im dunklen Kostüm und weißer Bluse in jeder vornehmen Boutique arbeiten. „Wir sind kein Sexshop“, erklärt die 54jährige Firmenchefin Stephanie Anne Lloyd bei ihrem Besuch in der deutschen Filiale: „Wer einmal zu uns hereingekommen ist, weiß das.“ Die Kunden, die kommen, sind weniger exzentrische Drag Queens



VORHER. Ein Mann gibt seine Identität auf, um eine Frau zu werden.

oder weibliche Diseusen, sondern Transvestiten, die ihre Leidenschaft ausleben. Hier könne sie frei und ungezwungen in die Intimitäten der Damenwelt hineinschlüpfen können.

Im orientalisch verhängten Spare, dessen Eingang zwei nackte und golden bemalte Statuen verzieren – Männer, die sich über dem Portal zur Frau vereinigen – wird man Schritt für Schritt in eine Frau verwandelt. 300 Mark kosten die vierstündige „Change-Away“-Sitzung für den ganz diskreten Kunden. Zur Auswahl stehen 24 verschiedene Outfits. Manche der Besucher wollen wie eine Sekretärin aussehen, andere wie eine Hochzeitsbraut. Während der Prozedur bekommen sie von den Mitarbeiterinnen die Schmink- und Verkleidungskünste erläutert. Zum Schluß wird noch ein Polaroidbild, ein „Nachher“, geschossen. Die Öffentlichkeit ist nicht erwünscht. Weder Arbeitgeber, Freundin oder Familie sollen etwas von der persönlichen Neigung erfahren. Kaum einer der „Change-Away“-Besucher geht in der Verwandlung auf die Straße.

Obwohl Cross-Dressing in den letzten Jahren toleranter in der Öffentlichkeit behandelt wird, und das Spiel zwischen den Geschlechtern in der Pop-Kultur längst zum



NACHHER. Selbstbewußt gründet Stephanie ein eigenes Unternehmen.

Fotos: Promo

Standardprogramm gehört, bestehen nach wie vor Tabugrenzen. Lilo Wanders tritt zwar wöchentlich in „Wahre Liebe“ auf und in Dieter Wedels TV-Serie „Der König von St. Pauli“ bekam die transsexuelle Karla eine Rolle als Running Gag, doch wollen und können die wenigsten mit Geschlechtsunsicherheiten bei den eigenen Verwandten und Freunden umgehen. „Man verhält sich nur tolerant, so lange es einen nicht persönlich betrifft“, meint Stephanie Anne Lloyd.

Lloyd, „Englands berühmteste Transsexuelle“, ist eine große Frau mit dunkler Perücke, Goldrandbrille und einer Strickjacke

über dem gemusterten Kleid. Selbstsicher sitzt sie auf dem geblühten Sofa im Spannungsbereich der Filiale und strahlt die Wärme und Ruhe einer Großmutter aus, die über die Späße ihrer Enkelkinder nur noch schmunzelt. Man kann sich kaum vorstellen, daß Stephanie der schlanke, gut gewachsene Mann mit Halbglatze und Brille ist, der vom Umschlagfoto ihres Buches „A Girl in a Million, die Autobiographie eines Transsexuellen“, lächelt. Hier wird ihre Geschichte erzählt, die Dramen mit ihrer damaligen Ehefrau, wie sie „ihn“ zum ersten Mal transsexuell nannte und versuchte, „ihm“ Frau-

enkleider anzuziehen, und warum trotz Verständnis die Ehe zerbrach.

„Es ist etwas sehr egoistisches, was man da macht“, sagt sie heute: „Es kann nur einem zu Gute kommen und zwar demjenigen, der es tut.“ Leicht war der Weg nicht. „Ich habe absolut alles verloren, meine Frau, meine Kinder, meinen Beruf, dafür aber mein Selbstwertgefühl wiedergewonnen.“ Stephanie redet langsam und bestimmt. Die Idee, ein Unternehmen wie „Transformation“ zu gründen, sei ihr nach der Geschlechtsumwandlung gekommen, als sie einen Job finden mußte, bei dem ihre Transsexualität kein Problem bedeutete. Das Geschäft hat ihr nicht nur viel Geld, sondern auch Glück gebracht. Während der Gründungsphase lernte sie ihren jetzigen Ehemann kennen, einen amerikanischen Geschäftsmann, der das Projekt finanziert hat.

„Die Tatsache, daß ich transsexuell bin, spielt eine positive Rolle, weil ich verstehe, was die Kunden durchmachen“, sagt sie, deren Person das gesamte Unternehmen durchströmt – Mut und Offenheit verkörpert. Das Stephanie-Starfoto, auf dem die Engländerin wie die Hauptdarstellerin einer amerikanischen Fernsehserie lächelt, taucht in jedem Prospekt wie ein Markenzeichen auf. Trotz der anständigen Ambitionen drängt sich ein Vergleich mit der Sexshopkönigin Beate Uhse auf. So ganz dezent und ernsthaft wirkt die „Transformation“-Chefin allerdings doch nicht, wenn man durch die photographisch dokumentierte Geschichte ihrer Transsexualität blättert. 35 Mark kostet „die volle Kollektion intimer Foto-

tos, vor und nach ihrer Operation“. Das war vor 14 Jahren. Inzwischen ist aus dem photogenen Modell mit Playmatecharme eine ältere Dame geworden, die auf einer Farm in Wales mit 200 verschiedenen Haustieren lebt. Denen sei es egal, ob ihre Besitzerin eine Transsexuelle ist oder nicht, meint die Erfolgsfrau und zitiert mit englischem Humor ihren Lieblingsdichter, den Romantiker William Wordsworth: „Je mehr Menschen ich sehe, um so mehr liebe ich Tiere.“

Transformation, Marburger Straße 16