

Das Ziel der Paparazzi: zur falschen Zeit am richtigen Ort sein. Sie sind die Dealer der Voyeure. Ihr Geschäft ist einträglich wie der Drogenhandel. Zehn Jahre nach dem Tod von Prinzessin Diana lauern die härtesten Jäger in Los Angeles. STEFFI KAMMERER machte sich ein Bild vom mörderischen Klickklickklick

Zum Abschluss freigegeben



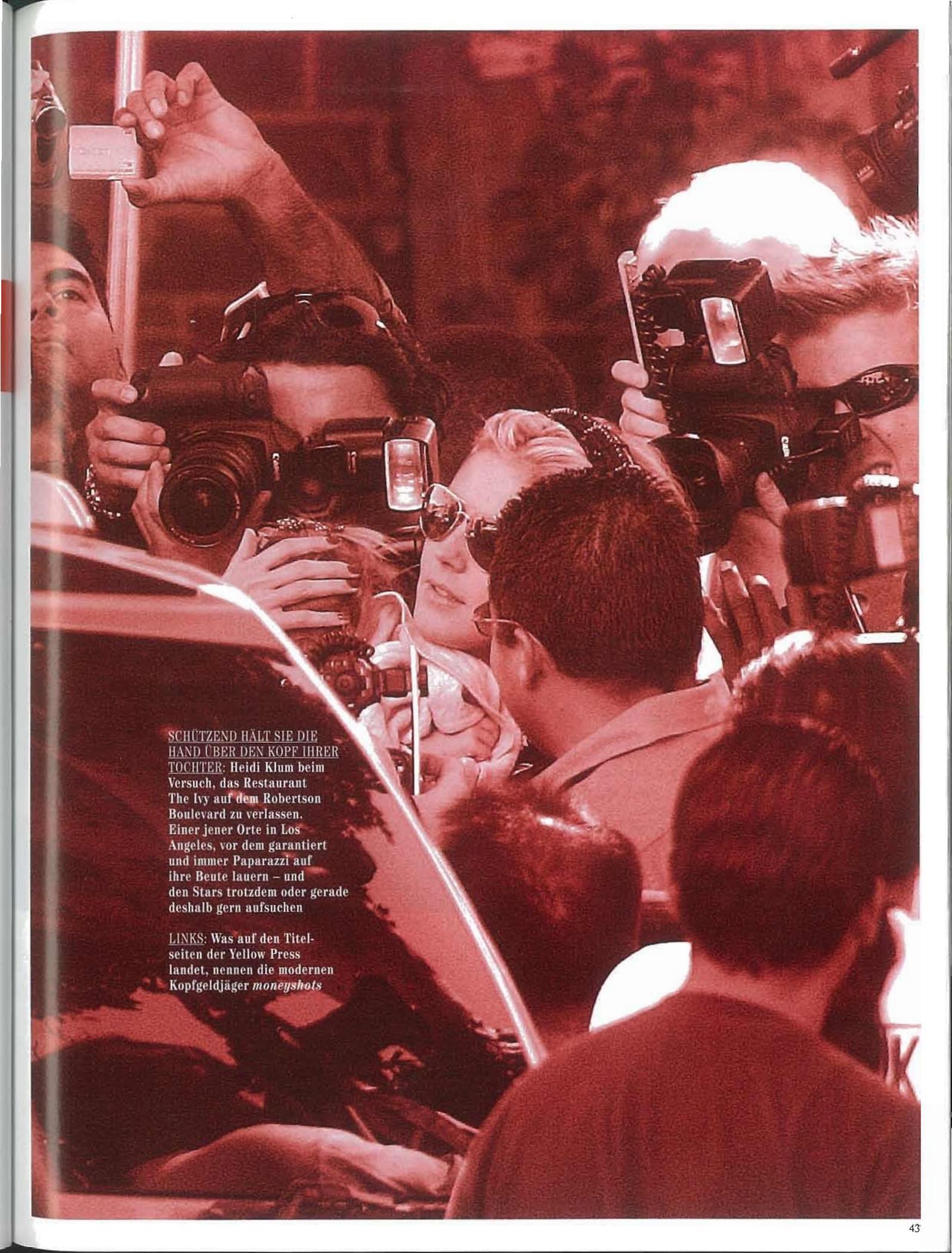
Brentwood, San Remo Drive, früh an einem Sonntagmorgen. Hinter einer Hecke das Haus von Brooke Shields, hinter verdunkelten Autoscheiben ein Mann, der ein bisschen aussieht wie Russell Crowe und der langsam begreift, er hat heute Pech. Wäre sie in der Stadt, hätte sie das Haus bereits vor einer halben Stunde verlassen; sie ist eine, nach deren Tagesablauf man die Uhr stellen kann. Zwei Stunden wartet er noch, zur Sicherheit. Shields ist zwar nicht erste Liga, aber trotzdem, ein Exklusivbild von ihr würde sich verkaufen, sie wurde länger nicht gesehen. „Doorstepping“ nennt sich das in der Fachsprache oder auch „an Adressen arbeiten“. Aber nein, nichts rührt sich. Also weiter nach Malibu, das funktioniert am Wochenende immer, auch wenn da alle andern sind.

In Malibu hat er angefangen, 2003, als er frisch aus Hamburg gekommen war und gerade mal zehn Autokennzeichen kannte. Hier im Country Mart am Ortsausgang, einer Ansammlung von teuren Läden rund um einen Spielplatz. Auch tanken kann man da und für 150 Dollar den Wagen waschen lassen, weiter hinten liegt die Auffahrt zu Britney Spears' Haus. Das Ganze hat was von einem Filmset, erst recht, wenn man begreift, dass all die Wagen, die im Schrittempo über den Parkplatz rollen, die zwei Dutzend jungen Männer, die an irgendwelchen Säulen lehnen, aus demselben Grund hier sind wie wir. Es ist eine eigenartige Manege, in die sich Prominente

regelmäßig begeben – obwohl oder gerade weil sie wissen, dass sie erwartet werden. Auf dem Spielplatz haben schon Pamela Anderson und Cindy Crawford ihre Kinder geschaukelt, Jennifer Lopez und Marc Anthony haben sich am ersten Hochzeitstag auf eine Bank gesetzt, Angelina Jolie war kaum zwei Wochen bei Brad Pitt eingezogen, da kam sie her, mit Töchterchen Zahara auf dem Arm, Spielzeug einkaufen. Bald drängelten sich mehr als 40 Fotografen vor dem Laden, sie rief die Polizei, weil sie sich fürchtete rauszugehen.

Sven ten Doornkaat parkt den Wagen. Blaue Augen überm blauen Hemd, in einer Segeltuchtasche von Uli Knecht die Kamera. Zehn Minuten dauert es heute bis zur ersten Beute: Kelsey Grammer, der „Frasier“-Schauspieler. Und hier Dean Cain, der Clark aus „Superman“, er spielt mit seinen Kindern Fußball. Eine halbe Stunde später: Jack Osbourne vor einem Teller Pommes. Als er aufsteht und Salz holt – Klickklickklickklickklickklick. Eine Stunde passiert danach nichts. Dann, fast hätte man sie nicht erkannt, Shirley MacLaine, in einem schlabbrigen grünen Hosenanzug, mit Tochter und Schwiegersohn. Doornkaat sprintet los, um den besten Winkel zu haben, auch alle andern Paparazzi rennen, dann legt er die Kamera an, er keucht, das Objektiv ist einen halben Meter lang. Und Schuss. Klickklickklickklickklickklick, feuern auch die andern. Sie alle haben das gleiche Bild, es gewinnt, wer es später am schnellsten in die Welt schickt, wie nach einer Pressekonferenz.

Noch vor zehn Jahren gab es weniger als ein Dutzend Paparazzi in Los Angeles. Heute weiß keiner genau, wie viele



SCHÜTZEND HÄLT SIE DIE HAND ÜBER DEN KOPF IHRER TOCHTER: Heidi Klum beim Versuch, das Restaurant The Ivy auf dem Robertson Boulevard zu verlassen. Einer jener Orte in Los Angeles, vor dem garantiert und immer Paparazzi auf ihre Beute lauern – und den Stars trotzdem oder gerade deshalb gern aufsuchen

LINKS: Was auf den Titelseiten der Yellow Press landet, nennen die modernen Kopfgeldjäger *moneyshots*

es sind, ob 200, 300 oder 400. Es werden ständig mehr – gelockt von Sonne und fetten Dollars, eine Digitalkamera kann jeder bedienen. Sie gehören längst zum Straßenbild mit ihren dicken SUVs; immer mal wieder ruft jemand „*Assholes, get a real job*“, aber öfter noch bleiben Passanten neugierig stehen und fragen: „Wen habt ihr heute gekriegt?“

Paparazzi fallen in Los Angeles viel stärker auf als in New York oder London. Nicht nur weil es mehr sind, sondern auch weil die Gegenden, in denen Stars einkaufen und sich zum Essen verabreden, sehr überschaubar sind: Malibu und bestimmte Straßenzüge in Beverly Hills und West Hollywood, das war's. Da ist das Gym an der Tower Road, zu dem viele gehen, genauso Sunset Tan, das Sonnenstudio am Sunset Boulevard. Fred Siegel auf der Melrose Avenue, Kitson, Lisa Kline (hier haben die geschäftstüchtigen Inhaber extra einen „Paparazzi-Vorhang“ installiert) und natürlich das Ivy auf dem Robertson Boulevard. Viele Paparazzi gibt es, die fahren von morgens bis abends die gleiche Schleife – von hier bis Sunset Plaza, dann Rodeo Drive und wieder zurück, ein fester Parcours, mehr als hundert Meilen täglich.

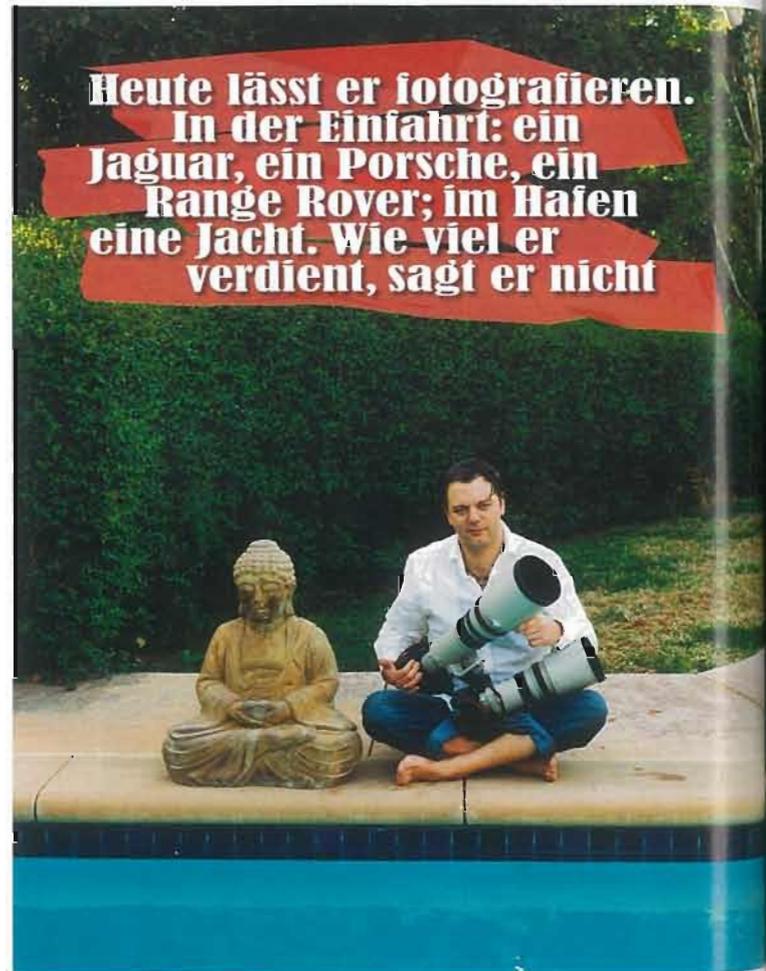
Doornkaat spannt sich: da, der graue Lexus von Patricia Arquette. Sie wartet auf dem Beifahrersitz, ihr Mann kommt mit einem Paket aus der Reinigung. Stiege sie aus dem Auto, wäre es ein Bild, so ist es keins. Der Mann fährt zur Tankstelle, holt Zigaretten. Auch kein Bild. Sven ten Doornkaat fährt dem Wagen hinterher, den Pacific Coast Highway entlang, wechselt immer wieder die Spur, man darf nicht zu lange hinter einem Auto bleiben. Nein, uninteressant, sie fahren nach Hause.

Prominente, die nur im Auto sitzen, reichen nicht, es sei denn, sie bohren in der Nase. Was jeder Paparazzo versucht, ist ein „Set“ zu bekommen. Bildserien mit Dramaturgie. Star kriegt Knöllchen/wird ausgeraubt/küsst jemanden/prügelt sich. „Manchmal fährt man den unwichtigsten Leuten hinterher, und es entwickelt sich die tollste Geschichte“, sagt Doornkaat. Gerade mit Brooke Shields hat er mal so was erlebt: Sie wird abgeholt von einer Limousine, hat weder Mann noch Kind dabei, ganz unspektakulär. Er will schon abbiegen, da laufen plötzlich zwei Golden Retriever mitten über den Sunset Boulevard. Shields steigt aus, stoppt den Verkehr und fängt die Hunde ein. 50 000 Dollar bisher, das Bild wird oft nachgedruckt. Es sind Alltagszenen, die richtig Geld bringen: Halle Berry an der Würsttheke. Barbra Streisand, die im Baumarkt Kloschüsseln aussucht. Sharon Stone verheult im offenen Cabriolet.

Stars, deren Bild sich verkauft, gibt es etwa 300 bis 400 in der Stadt. Wer das ist, ändert sich ständig. Manche, deretwegen man sich mal verrückt gemacht hat, bleiben heute unbehelligt, ihre Zeit ist vorbei. Diana Ross zum Beispiel. Auch Jodie Foster, die läuft mit Glück dreimal in Frankreich, es lohnt die Mühe nicht. Aber natürlich reichte eine Drogen Geschichte oder ein Unfall, und der Preis würde hochschnellen. Man muss den Markt kennen, um zu wissen, bei wem sich die Jagd lohnt. Von wem es zu viel gibt, von wem zu wenig. Und man muss die unterschiedlichen Abnehmer einschätzen können. Jemand wie Nick Nolte verkauft sich in Europa gut, in den USA gar nicht. Grundsätzlich gilt: Glück-

liche Menschen gehen besser als unglückliche, ein verliebtes Paar besser als ein streitendes. Am besten sind Frischverliebte. Oder Mütter mit Babys.

Sven ten Doornkaat wendet den Wagen, vielleicht hat er ja noch mal Glück mit Jack Osbourne, manchmal geht der nach dem Essen zum Surfen raus. Falls nicht, es gibt genug Ausweichmotive, sie wohnen in Malibu alle nebeneinander auf engstem Raum. In Häusern, von denen man es kaum vermuten würde, vorn die laute Küstenstraße, hinten der öffentlich zugängliche Strand: Charlize Theron, Janet Jackson, Leonardo DiCaprio, Jennifer Aniston. Er holt sein Fernglas raus. Osbourne steht mit nacktem Oberkörper auf seinem Balkon, schaut aufs



Heute lässt er fotografieren. In der Einfahrt: ein Jaguar, ein Porsche, ein Range Rover; im Hafen eine Yacht. Wie viel er verdient, sagt er nicht

Meer. Charlize Theron ist nicht da, sie ist in Hollywood, in ihrem andern Haus. Sonst wäre das Tor auf, außerdem liefen ihre Hunde am Strand rum, sie hat ein halbes Dutzend davon. Hinten im Wagen liegen fünf Kameras und neun Objektive, außerdem alles für den unauffälligen Strandbesuch: Basecap, Sommerliege, Sonnenschirm. Ein Rucksack, der unten offen ist, mit Halterung für eine Spezialkamera.

Doornkaat lässt das Fernglas fallen; er hat am Strand Altstar Ryan O'Neal entdeckt, der spielt Frisbee mit seinem Sohn. Er zieht die Schuhe aus und rennt los, zehn Minuten später ist er zurück, Treffer. So geht der Arbeitstag zu Ende. Keine dicken Fische, dafür viele. 4 000 Dollar sollten dabei rumkommen, mindestens.

Eineinhalb Jahre sind seit jenem Tag vergangen. Heute fährt Sven ten Doornkaat fast nicht mehr raus, keine Zeit, er lässt inzwischen fotografieren, hat zehn Mitarbeiter. Wie viel er verdient, sagt er nicht. Wir treffen uns in seinem neuen Haus, in einer ruhigen Straße im teuren Vorort Thousand Oaks. In der Einfahrt ein Jaguar, ein Porsche, ein Range Rover, im Hafen eine Jacht, den Hügel hinauf wohnt Heather Locklear. Doornkaat sitzt am Pool, er hat bis früh am Morgen gearbeitet, wie jede Nacht. Bilder bearbeitet, beschriftet, mit Redaktionen telefoniert, er verkauft in 52 Länder. Sein Handy klingelt. Einer seiner Fotografen ist dran. Weshalb im Mandeville Canyon wohl so viele Securityleute seien. Weil der Ex-Mann von Reese

der Sechser im Lotto. Das, was Madonna mal war: eine, deren Foto sich immer verkauft, auch wenn sie nur rumsteht. Und ganz gleich, wie viele Leute sie dabei fotografieren, jeder wird sein Bild los. Jeder. Irgendwo auf der Welt.

An ihrem Geburtstag jedenfalls wurde es lebensgefährlich, mal wieder. Sie fuhr mit ihren Kindern in den Zoo, 50 Wagen folgten, viele Agenturen hatten gleich mehrere Teams geschickt, hektisch berieten die sich während der Raselei per Walkie-Talkie, jeder wollte vorn sein, das beste Bild kriegen; durch Abdrängeln, Schneiden, Überholen, erst im engen Canyon, dann auf dem sechsspurigen Highway. Wer einmal bei so einer Jagd dabei war, kann gut nachvollziehen, was Sven ten Doornkaat beschloss, als er mit fliegendem Puls vor dem Zoo ankam: Kein Foto der Welt ist es wert, *no more Britney*. Wie lange er sich daran hält, weiß er selbst nicht.

Es wird hier irgendwann knallen, und zwar fürchterlich. Das sagen die Stars, das sagt die Polizei, und das sagen die Paparazzi von Los Angeles – zehn Jahre nach dem 31. August 1997, als die Zunft ihr Lieblingsmotiv verlor und Passanten „Mörder“ vor den Pariser Tunnel schrieben, in dem Prinzessin Diana verunglückt war.

Sven ten Doornkaat, 39, ist in Hamburg aufgewachsen, nach dem Abitur hat er eine Fotoschule absolviert, er wollte Reportagefotograf werden. Aber er konnte nicht davon leben – und wie sein Vater wollte er nicht enden; der war Drehbuchautor, hatte nie Geld und starb früh am dritten Herzinfarkt. Paparazzo wurde er an einem Wochenende auf Sylt. Dort hatte ihn eine Redaktion hingeschickt, er solle doch versuchen, Roland Kaiser mit seiner damaligen Freundin zu fotografieren. Das tat er am Strand, kassierte einen Tritt zwischen die Beine, aber das Foto lief überall. Und plötzlich war Geld auf dem Konto, sehr viel für seine damaligen Verhältnisse.

Davon wollte er mehr. Bald quatierte er sich in Paris ein, gegenüber den ewig geschlossenen Vorhängen von Marlene Dietrich, 13 Jahre lang hatte es kein Bild von ihr gegeben. Nach Monaten erfuhr er, ihre Tochter habe ihr einen roten Rollstuhl zum Geburtstag geschenkt. Tage später sah er, wie ein roter Rollstuhl aus dem Haus geschoben wurde, darin eine Greisin im Nerz. Dass sie es war, ließ sich endgültig nicht beweisen, aber für eine Schlagzeile in *Bild* reichte es. Und so ging es weiter. Boris Becker und Karen Schultz in Hamburg, Caroline von Monaco in Saint-Rémy, beim Urlaub in der Schweiz, später mit Ernst August. „Die beiden sind leicht, wie Pauschaltouristen, jedes Jahr zur gleichen Zeit in denselben Hotels.“ Tina Onassis am Mittelmeer, Til Schweiger mit Familie in Köln, Hans Meiser mit Baby, Dieter Bohlen und Verona Feldbusch.

Most Wanted Pictures heißt Doornkaats Agentur. Die andern nennen sich Splash oder Fame oder X17, man hört es den Namen nicht an – aber das halbe Dutzend großer Firmen, die Hollywood unter sich aufteilen, sie alle gehören Europäern. Und das eben sei das Problem, sagt E. L. Woody, selbst ernannter „King of the Paparazzi“, einer der wenigen Amerikaner in dem Geschäft, seit 30 Jahren dabei. Er ist stolz auf seinen Beruf, er sagt: „Paparazzi sind die letzte Bastion der freien Presse in Amerika.“ Aber die Europäer mit ihrer Respektlosigkeit und ihrer wilden Fahrweise, er wünschte, sie würden alle des Landes verwiesen. Sie nähmen ihm Arbeit weg, er verdiene halb so viel wie früher. Vor allem →



SVEN TEN DOORNTKAAT (7.) sieht seinen Pool so gut wie immer nur vom Schreibtisch aus. Hier sitzt der Deutsche bis spät nachts, bearbeitet Bilder und verhandelt mit Redaktionen. Ten Doornkaat verkauft in 52 Länder

FRANÇOIS NAVARRE (7.) ist der größte Arbeitgeber in Los Angeles. „Wir sind noch ganz am Anfang“, sagt der ehemalige *Le Monde*-Korrespondent

Witherspoon da gerade hingenommen ist, sagt Doornkaat.

Er selbst war zuletzt im Dezember draußen. Britney Spears hatte Geburtstag. Was das heißt, begreift man außerhalb der Paparazzi-Welt kaum, da mag man denken, deren Zeit sei vorbei. Innerhalb dieser Welt aber ist sie der Jackpot, seit Jahren schon. Vor der Auffahrt zu ihrem Haus stehen Autos, Tag und Nacht, sie ist die Cashcow,

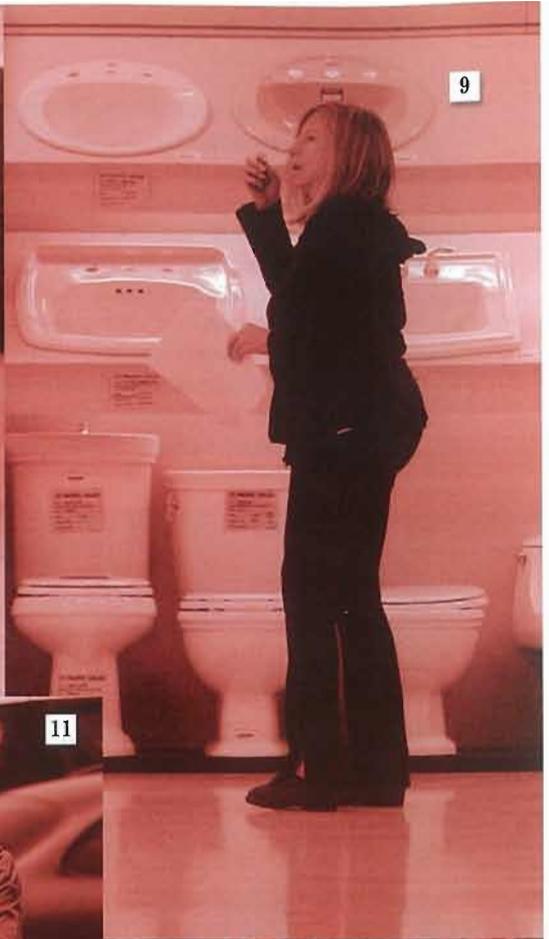
7



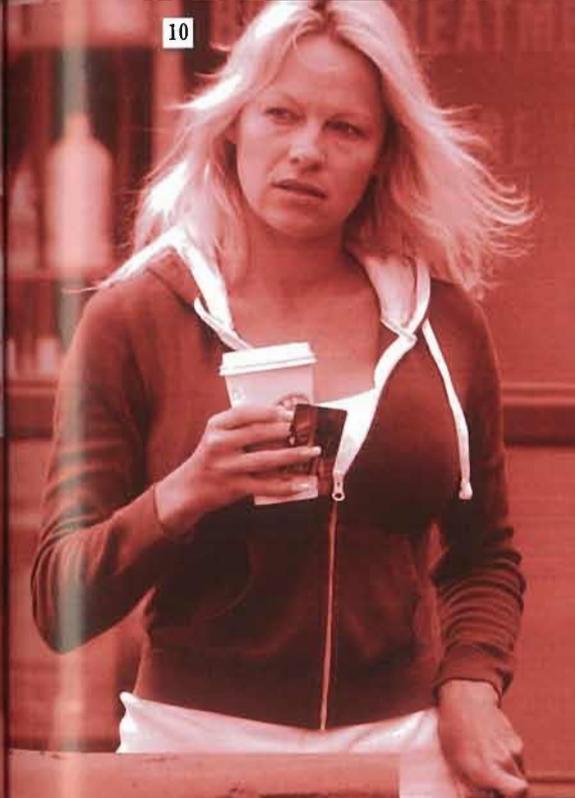
8



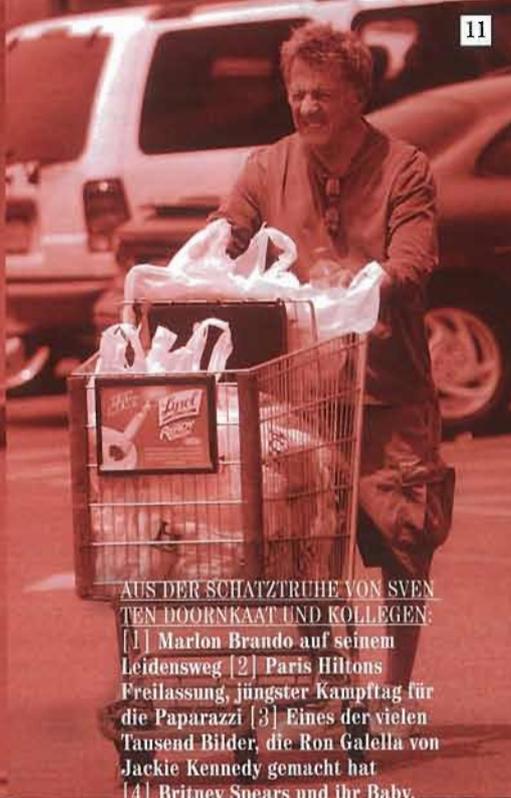
9



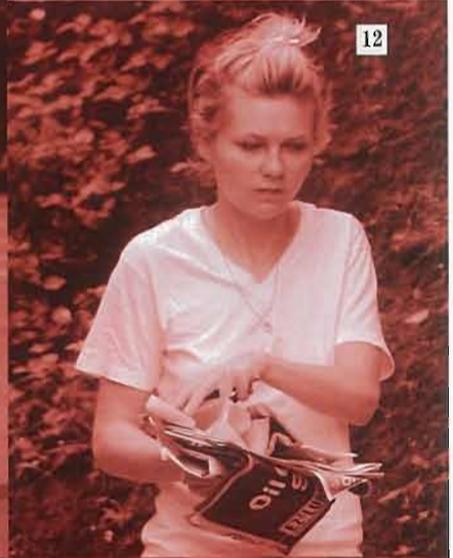
10



11



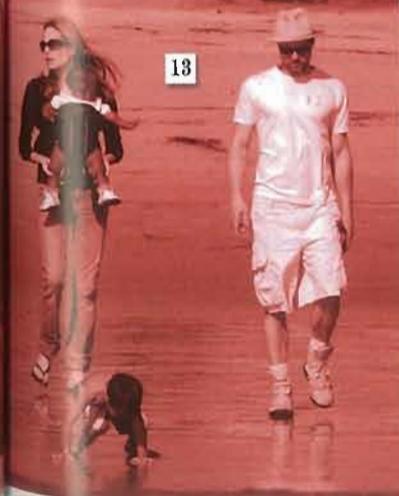
12



AUS DER SCHATZTRUHE VON SVEN TEN DOORNKAAT UND KOLLEGEN:

[1] Marlon Brando auf seinem Leidensweg [2] Paris Hiltons Freilassung, jüngster Kampftag für die Paparazzi [3] Eines der vielen Tausend Bilder, die Ron Galella von Jackie Kennedy gemacht hat [4] Britney Spears und ihr Baby, auch ein Fall für die Polizei [5] Britney, oh Britney [6] Heidi Klum und Töchterehen [7] Die Greisin, die vielleicht Marlene Dietrich war [8] Halle Berry an der Würsttheke [9] Barbra Streisand undivenhaft beim Toiletenschüsselasuchen [10] Wahnsinn, Pamela Anderson ungeschminkt! [11] Dustin Hoffman in einer alltäglichen Rolle [12] Kirsten Dunst vor dem Zähneputzen [13] Brangelina, die schönste Fusion der Welt [14] Nicole Richie wird von ihrem Bikini zusammengehalten [15] Sharon Stone heult, und nicht nur die Sonne ist Zeuge

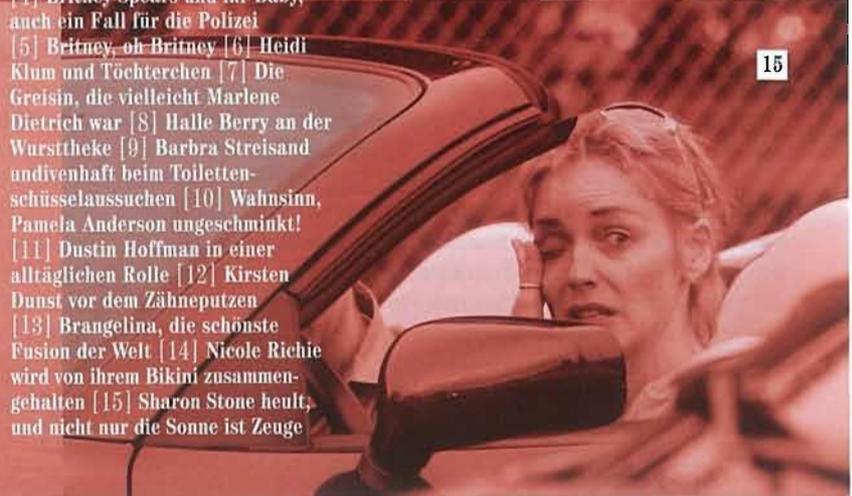
13



14



15



wüssten sie nicht, was sich gehört. Früher habe man Frank Sinatra die Hand geschüttelt und um ein Foto gebeten. Jetzt sei hier Wilder Westen.

Ganz so stimmt es nicht, denn auch früher schon arbeiteten in Los Angeles Leute wie Phil Ramey, der einen Leichenwagen so lange verfolgte, bis er den zugedeckten Körper Rock Hudsons fotografiert hatte. Aber: Er tat dies heimlich. Ohne zu hupen, und ohne zu drängeln. Paparazzi arbeiteten im Verborgenen, das machte ihren Beruf aus. Und es gab in Los Angeles das eiserne Gesetz, dass man Geschichten nicht klaute. Wenn man einen andern Fotografen in der Nähe eines Stars sah, hatte man zu verschwinden. Es war genug für alle da.



Dann kam ein Franzose namens François Navarre. Ein eleganter Charmeur, dessen Wohnzimmerregal voll ist mit Montesquieu und Balzac, in Leder gebunden. Er, das sagt er selbst, und das sagen seine Konkurrenten, hat die Paparazzi-Kultur in Los Angeles mehr verändert als jeder andere. „Ich konnte mit diesem ganzen *principe gardé* nichts anfangen, dass jeder so seinen kleinen Vorgarten beackert.“ Stattdessen etablierte er, was er „*to jump a story*“ nennt: Danach muss man nicht nur die Autos und die Kennzeichen der Stars kennen, sondern auch die der Kollegen; wenn man dann jemanden sieht, der irgendwo wartet oder durch die Stadt rast, hängt man sich dran. Und im Auto wollte sich Navarre auch nie verstecken. „*Mais non*“, sagt er, „ich hasse das. Ich will offen und groß auf der Straße stehen, wie bei einem

Modeshooting. Es soll aussehen, als hätte man sich mit dem Star verabredet.“ Die etablierten Fotografen haben ihn bedroht. Er hat durchtrainierte Kerle angestellt, zu seinem Schutz.

François Navarre ist 45, er hat jahrelang für *Le Monde* aus Los Angeles berichtet, hat um Interviews gebettelt und vergeblich auf Rückrufe von PR-Leuten gewartet. Eines Tages sah er durch Zufall Alicia Silverstone am Sunset Plaza und machte ein Foto. Er verkaufte es für 2000 Dollar ans *Star Magazine*. „Damit war ein kleines Monster geboren“, sagt er und lacht.

X17, seine Agentur, hat er 1996 gegründet. Ein Jahr darauf starb Diana, sechs Monate lang war der Markt am Boden, „danach ging es ganz genauso weiter wie zuvor“. Heute sei das Image der Paparazzi wieder besser, meint er, jedenfalls in Hollywood. „Auf eine Art sind wir integriert. Uns rufen die wichtigsten PR-Leute an und sprechen Geschichten ab, das gehört dazu.“ Namen nennt er lieber nicht.

Navarre ist längst vielfacher Millionär, er wohnt am Amalfi Drive, rechts Spielberg, links Brooke Shields, ein paar Hundert Meter den Hügel runter Tom Hanks. Die berühmten Nachbarn haben keine Ahnung, womit er sein Geld verdient. „Die wissen nur, ich bin Geschäftsmann.“ Als Nicole Kidman noch hier lebte, ist er ihr beim Joggen begegnet, sie hat nett gewunken. Einmal, ziemlich am Anfang der neuen Karriere, zahlte er reichlich Lehrgeld. Da hatte er Jennifer Aniston fotografiert, oben ohne in ihrem Garten. Sie verklagte ihn, er musste 550 000 Dollar zahlen. Kulturelles Missverständnis, mehr nicht, sagt er. „Ich komme aus Saint-Tropez, ich hab mir gar nichts dabei gedacht.“ Navarre betreibt die Agentur gemeinsam mit seiner Frau Brandy, auch sie eine ehemalige Journalistin. Sie haben sich kennengelernt, als Frank Sinatra starb, 1998 vor dessen Haus in Beverly Hills. Brandy war für Reuters dort, François fotografierte für *Paris Match*. Heute bezahlen sie fast 100 Paparazzi, X17 ist die größte Agentur der Stadt.

Zehn Millionen Dollar hat Navarre im letzten Jahr umgesetzt. „Es könnte noch viel mehr sein“, sagt er. „Jetzt sind wir dabei, Leute in Australien zu installieren, auf Bali, in Japan, dann Hawaii und Mexiko.“ Fünf bis zehn Bewerbungen bekommt er jede Woche. Er will seine Website so weit ausbauen, dass die traditionellen Klatschblätter einpacken können. „Wir sind noch ganz am Anfang.“ Sein bisher größter Scoop? Das Bild, bei dem Britney Spears hinterm Steuer sitzt, auf dem Schoß ihr Baby. Bis früh um sieben Uhr haben sich die Redaktionen überboten, 500 000 Dollar hat er damit verdient. Dann kam Britneys Friseurbesuch, bei dem sie sich den Kopf rasierte – bisher 400 000 Dollar. Zwei Stunden war sie damals planlos durchs San Fernando Valley gekurvt, bevor sie den Salon betrat, seine Leute hinterher. Es war noch eine andere Agentur da. „Aber die haben nur ein Bild gekriegt. Wir hatten 51. Wir waren mit sieben Leuten da, die seit einem Jahr nichts anderes tun als Britney, sie kannten jede ihrer Bewegungen.“

Ob jemand Erfahrung hat als Fotograf, interessiert Navarre nicht. Hauptsache, er hat Biss – und ein gutes Auge. Viele Lateinamerikaner arbeiten für ihn. „Die sind hungrig, die brauchen Geld.“ Er teilt sie in Teams ein und stellt ihnen Kameras. Anders als andere Agenturen zahlt er kein festes Gehalt oder Gewinnbeteiligung, pro Foto gibt's cash auf die Hand. Je nachdem, was es ihm wert ist, hundert, paar Hundert, paar Tausend Dollar. Je mehr Bilder auf dem Chip sind, desto größer die

Chance für den Fotografen, deshalb sind die X17-Männer bekannt für Dauerfeuer. Neuzugängen predigt Navarre das Einmaleins des Journalismus. „Es ist Recherche. Welches Auto fährt eine Person, wie ist ihre Routine, wann hat sie Geburtstag, wo wohnen ihre Freunde. Ich sage meinen Jungs: ‚Ihr müsst Experten sein, alles wissen, macht eure Hausaufgaben.‘“

Frederick Madison ist für Paris Hilton zuständig. Das passt, findet er, er kommt aus Paris. Und er ist cool wie sie. Weil sie meist erst mittags aufsteht, kann auch er ausschlafen, bevor er seinen Range Rover vor ihrem Haus oberhalb des Sunset Boulevards parkt. Klar fährt er über rote Ampeln, wenn's sein muss, sagt er, er hat das im Griff, das Basecap falschrum auf dem Kopf, Zigarette im Mundwinkel, alle Radarfallen kennt er auch. Er erzählt, wie sie mal mit 20 Mann hinter Britney her sind („die Bank“ nennt er sie) und die Lobby des Hotels Bel-Air stürmten. Das durften sie nicht, natürlich nicht, es ist Privatbesitz, aber was sollen die Sicherheitsleute tun – zwei Dutzend von ihnen festhalten? Früher hat er in einem Elektroladen gearbeitet, seit fünf Jahren ist er Paparazzo. 10 000 bis 20 000 Dollar verdient er jeden Monat. Sein Bruder ist auch Paparazzo; er schoss das erste Foto von Vince Vaughn und Jennifer Aniston am Strand: 200 000 Dollar. „Der Job macht abhängig“, sagt er. „Es ist wie eine Lotterie. Eine Lotterie, bei der man nie verliert. Das Schlimmste, was passieren kann, ist eine Woche mit kleinen Fischen.“

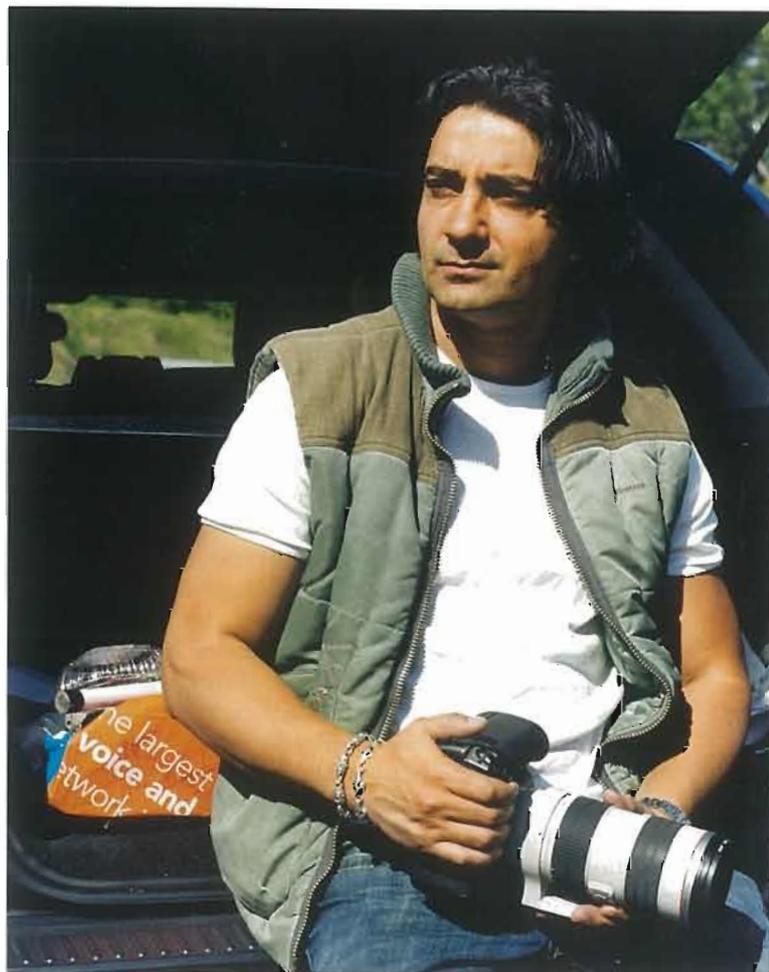
Paris Hiltons Bentley steht nicht vor der Tür, nur die mexikanischen Arbeiter sind im Garten. Macht er halt heute Cameron Diaz, sie müsste jetzt gleich ins Fitnessstudio gehen. 20 Kollegen stehen schon da. „Kurz oder lang?“, fragt Frederick und meint die Länge des Objektivs. Man einigt sich nach einigem Hin und Her in vielen Sprachen. Alle lang, also höflich, mit ein paar Metern Abstand zu Diaz. Sie sind Konkurrenten und Komplizen. Sie erzählen sich Lügengeschichten und locken sich in die Irre. Dann wieder helfen sie einander, wenn es nicht wirklich drauf ankommt. Und sie kontrollieren sich gegenseitig – benimmt sich einer daneben, schadet er schließlich allen. Also: Wenn jemand die Stars provoziert, sie beleidigt, ihnen direkt ins Gesicht blitzt, gibt's Prügel. Jetzt aber, klickklickklickklick, Cameron Diaz. 300 bis 1000 Dollar. Ihr Trainer bringt sie zum Auto. Und wieder, wie ständig in letzter Zeit: Sie lacht und winkt. Keiner kann sich das erklären, früher grüßte sie nur mit dem Mittelfinger. Der Sinneswandel begann nach der Trennung von Justin Timberlake.

Melanie Griffith fährt vorbei. Madison folgt ihr nicht. „Kleiner Fisch“, winkt er ab. Er hat seine eigene Theorie darüber, weshalb er so wenig amerikanische Kollegen hat. „Sie haben mehr Skrupel, in die Privatsphäre einzudringen. Ich nicht. Wenn du prominent sein willst, gehört es dazu. Das muss man sich vorher überlegen.“ Persönlich interessieren ihn die Stars nicht. „Ich will nur Geld mit ihnen verdienen. Ich teil sie ein in zwei Gruppen: 500 oder 5000 Dollar. Wenn man in Hollywood nicht Schauspieler oder Staranwalt ist, gibt es nur einen Beruf: Paparazzo.“ Seine Familie in Frankreich ist stolz auf ihn.

Paparazzo. Das Wort, das schon phonetisch klingt wie ein Insektenschwarm, hatte Federico Fellini 1960 für einen aufdringlichen Fotoreporter in „La dolce vita“ gewählt. Zu der

Figur hatte ihn Tazio Secchiaroli inspiriert, der Erste, der in den 50er-Jahren Prominente in Rom jagte und später Leibfotograf von Sophia Loren wurde. Der Name blieb hängen: Als Richard Burton und Liz Taylor sich am Set von „Cleopatra“ verliebten, da nannte man die Meute, die sie auf Vespas verfolgte, bereits Paparazzi. Je bunter die Blätter in den folgenden Jahren und Jahrzehnten wurden, desto mehr hatte der neue Berufsstand zu tun. Immer verachtet, immer im Geschäft.

Und weil es auch hier, wie so oft, scheint, als sei früher alles besser gewesen, findet sich viel von dem, was einst wie Schmutz wirkte, heute in Museen und Katalogen. Besonders Ron Galella gilt längst als Künstler. Schon Andy Warhol bezeich-



nete ihn als seinen Lieblingsfotografen, er sagte: „Für ein gutes Foto muss man zur falschen Zeit am richtigen Ort sein.“ Liz Taylor verwandte acht seiner Fotos für ihre Autobiografie.

Ron Galella lebt in New Jersey zwischen seinen Schwarz-Weiß-Bildern. Wenn man den freundlichen alten Herrn in seinem Sessel sitzen sieht, ist schwer vorstellbar, wie weit er für seine Aufnahmen ging. Er hat in

E. L. WOODY (L.) nennt sich immer noch „King of the Paparazzi“, obwohl er halb so viel verdient wie früher

FREDERICK MADISON (r.) kommt aus Paris und ist deshalb Spezialist für Paris Hilton. Da hat er ja Glück, dass er kein Hamburger ist

Büschen und neben Ratten gehockt, hat Perücken und falsche Schnurrbärte getragen, hat sich bespucken lassen. Marlon Brando hat ihm vier Zähne ausgeschlagen. Jackie Kennedy wehrte sich juristisch. Von ihr konnte er nicht lassen, seit er sie 1967 zum ersten Mal fotografierte, täglich lauerte er ihr auf. Ein Richter entschied, er dürfe ihr nicht näher als acht Meter kommen; Galella hielt sich ein paar Mal nicht daran, daraufhin durfte er sie und ihre Familie bis ans Lebensende gar nicht mehr fotografieren. Nach Jackies Tod hob ihr Sohn das Verbot auf.

Der heutige Zirkus interessiert ihn nicht mehr, sagt Galella. Keiner sei da, den er fotografieren wollte. Die sogenannten Celebrities – „Wer sind diese Leute?“, fragt er. „Lebende Mannequins, ohne Geheimnis.“ Und ihm sei Ethos immer wichtig gewesen. Er würde niemals einen Star beim Essen fotografieren, mit vollem Mund. „Ich bin ein Poet“, sagt er. „Ich suche nach Schönheit im Leben.“ Was in Los Angeles passiere, habe mit seiner Vorstellung von Paparazzi gar nichts zu tun.

Wenn Frank Griffin über die Neuankömmlinge in seinem Revier spricht, vergisst man leicht, dass er selbst Paparazzo ist, einer der erfolgreichsten, einer der aggressivsten, seit Jahrzehnten. So viel redet er von Ehrlichkeit und Anstand, von alter Schule. Die Neuen nennt er „Renegaten“. Sie wären das, was auf jeden Goldrausch folgt: Müll. Es seien keine Journalisten, sondern Leute, die einfach alles fotografierten, was sich vermarkten lässt. Griffin war einer der Ersten, die aus Europa nach Los Angeles kamen, Ende der 80er-Jahre. Ein Brite, der die Hälfte der 70er-Jahre bei der *Bravo* in München verbracht hat, Tourfotograf für Prince wurde und eigentlich nur nach Amerika wollte, um Harley-Davidson zu fahren. Er bekam seinen ersten Job durch den Manager von Prince, der hatte ein Haus in Malibu. Irgendwann rief er ihn an und sagte, rate mal, wer eingezogen ist: Cindy Crawford. Griffin kam vorbei, kletterte zum nächsten Haus und hatte seinen ersten *moneyshot*: Crawford und Richard Gere.

Sein Partner Randy hat bei Ron Galella gelernt, Bauer-Griffin heißt ihre Agentur. Sie beschäftigen zehn Fotografen in Los Angeles, ein paar in Italien und in New York. Frank Griffin sitzt in seinem überraschend kleinen Büro in der Melrose Avenue auf dem Ledersofa. Vor ihm die Blätter, von denen er lebt und die sich in den letzten Jahren immer weiter vermehrt haben: *Us Weekly*, *InTouch*, *People*, *Star Magazine*. „Es gibt nur einen Grund, warum das ganze Zeug so erfolgreich ist“, sagt er. „Flucht. Die Leute wollen ihrem Leben entkommen. Krieg im Irak? Dann doch lieber bunte Bilder.“ Und deshalb würden auch Happy-End-Geschichten so gut laufen: „Die Leute wollen zwar das Drama, aber am Ende wollen sie sehen, wie das magersüchtige Mädchen wieder gesund wird.“

Was ihn an seinem Job fasziniert, ist die Detektivarbeit. „Wenn man einen Immobilienmann in Saint-Tropez hat, einen Helikopterverleiher in Paris, einen Blumenladen in Santa Barbara und alle Fäden verbinden kann.“ Wenn man weiß, wo vor Paradise Cove um welche Zeit die Sonne steht. Nur dann nämlich kann man sich mit dem eigenen Boot richtig positionieren, um Britney Spears im Bikini abzuschießen.

Er hat keine Leute abgestellt, die etwa Angelina Jolie und Brad Pitt folgen. „Muss ich nicht. Ich weiß, was die tun. Und ich weiß, was die denken. Weil ich Menschen habe, die mir erzählen, was die sagen. Die Währung in Los Angeles ist Infor-

mation. Ich wusste von deren Beziehung vor allen andern, schon im April 2004, als die Vorproduktion von *Mr. & Mrs. Smith* begonnen hatte. Da war Brad eines Abends bei ihr, kurz drauf bekam sie Fieber, und er schickte Blumen. Auf einer Karte stand: ‚Du musst Dich bei mir angesteckt haben.‘ Es geschieht kaum etwas in dieser Stadt, ohne dass wir davon erfahren.“

Griffin hat die Passagierlisten von Fluggesellschaften, weiß, wer wann in welcher Limousine abgeholt wird, kennt die Pseudonyme, unter denen Stars in Hotels einchecken. Er könne jeden finden, sagt er. „Innerhalb von 24 Stunden.“ Er gibt 150 000 Dollar im Jahr für Tipps aus – auch Prominente haben falsche Freunde und gierige Verwandte.



Griffin ist selbst ein bisschen berühmt geworden, seit im Fernsehen zwei Shows über ihn und seine Jungs liefen. „Hollywood Hunt Club“ und „Hollywood Snappers“. Seither bekommt er auch Tipps von Leuten, die er nicht bezahlt. An der Wand hinter ihm hängen seine größten Scoops: Marlon Brando im Rollstuhl. Die Hochzeit von Catherine Zeta-Jones und Michael Douglas. Hilary Swank mit ihrem Oscar im Burger-Restaurant. Meg Ryan und Russell Crowe knutschend in Venice Beach. Warum die großen Agenturen alle Europäern gehören? Griffin zuckt die Schultern. „Warum fahren Schwarze keine Autorennen? Warum spielen Weiße nicht Basketball?“

Sven ten Doornkaat hat bei Frank Griffin gelernt. Bauer-Griffin nämlich war die Partneragentur von Action Press, einer

großen Hamburger Bildagentur, dorthin war Doornkaat Mitte der 90er-Jahre an den Schreibtisch gewechselt – in den Ferien arbeitete er in Los Angeles: „In Deutschland war es mit Paparazzi da schon vorbei. Bevor man die Bilder angeboten hatte, hatte man schon fast ein Fax vom Anwalt vorliegen. Es machte wenig Spaß, irgendwas zu produzieren, es war ja meist umsonst.“ Seit dem „Caroline-Urteil“ aus dem Jahr 2004 gilt das noch mehr. Danach dürfen auch Personen der Zeitgeschichte nicht in jeder Situation fotografiert werden. Besonders Kinder sind geschützt. „Auch dadurch ist in Europa ein Markt weggebrochen“, sagt Doornkaat. Boris Becker beim Kloschlüsselkauf? Unmöglich. Selbst Stefan Raab wehrt sich, wenn es Fotos

ko will keiner mehr tragen.“ Auch in Los Angeles, sagt er, ist er mit Deutschen sehr vorsichtig. Von Gottschalk lässt er gleich die Finger, die Klage wäre garantiert. „Armin Mueller-Stahl hab ich mal gemacht beim Einkaufen. Aber nur ganz vorsichtig.“

Im Sommer 2002 hat Doornkaat gemeinsam mit seiner Frau entschieden, Deutschland zu verlassen, eines Morgens, als sie mal wieder aus Los Angeles zurückkamen und der Nachbar motzte. Ein Dreivierteljahr später waren sie mit ihren Möbeln in Kalifornien. „Ich wusste, dass wir es schaffen würden. Bloß dass es so schnell ging, damit habe ich nie gerechnet“, sagt er. Nur vor einem hat er Angst: dass sich die Gesetze ändern, dass es auch hier irgendwann vorbei ist. Schon Anfang letzten Jahres trat in Kalifornien ein Gesetz in Kraft, das die Möglichkeiten der Paparazzi stark einschränken soll. Danach ist es verboten, Prominente im Auto zu verfolgen oder sie einzukeilen. Wer Unfälle verursacht oder handgreiflich wird, muss hohe Strafen zahlen. Dem war einiger Wirbel vorausgegangen, vor allem ein Zusammenstoß, den Lindsay Lohan hatte, mit einem Fotografen von Fame. Die Schauspielerin sagte, er habe ihren Mercedes absichtlich gerammt. Er wurde festgenommen. Sein Anwalt sagte, es sei ein Unfall gewesen.

Reese Witherspoon hat bereits zweimal geklagt. Zuletzt, weil ein Paparazzo sie und ihre Familie in Disneyland bedrängt habe. Der Mann war bekannt als Troublemaker, auch unter den Kollegen. Bevor es zum Prozess kam, wurde seine verwesene Leiche in seinem Apartment gefunden, die Todesursache wurde nie geklärt. Er war mehrfach vorbestraft.

Vor zwei Jahren nahm sich die Staatsanwaltschaft Los Angeles der vielen Beschwerden an, prüfte, ob den Paparazzi mehr nachzuweisen sei als bloße Ordnungswidrigkeiten. Das gelang nicht, trotz großer Untersuchung. William Hodgman, der dafür Zuständige, sagt: „Wir haben aber den Eindruck, dass sich die Situation verbessert hat. Die Paparazzi haben sich ein wenig gemäßigt, achten mehr aufs Gesetz. Aber natürlich gibt es immer noch die Gefahr, dass jemand verletzt oder getötet wird.“

John Perry ist ein ehemaliger Polizist, der sich auf Paparazzi-Bekämpfung spezialisiert hat, gemeinsam mit einem Kollegen führt er die Detektei Sunset Protective. Auf ihrer Website steht zur Mahnung ein Foto von Dianas Autowrack im Tunnel. Die Firma verspricht, sie würde die „Wolke der Anonymität lüften, unter der die Paparazzi operieren“. Die Detektive beobachten die Fotografen mit ebensolcher Gründlichkeit, wie diese die Stars verfolgen. Sie kennen Nummernschilder, Pseudonyme und Adressen. Alles, was sie finden können, sammeln sie in einem schwarzen Buch: Bilder ihrer Wohnhäuser, Aufenthaltsstatus, Vorstrafen, Haftbefehle. Fotos der Paparazzi stellen sie auf ihre Website. Wer illegal hier ist, den melden sie der Einwanderungsbehörde. Videos von rasenden Konvois übergeben sie direkt der Polizei. „Es geht darum, das Leben der Paparazzi genauso unerträglich zu machen wie das unserer Klienten.“ Wer das ist, verraten sie nicht. Nur frühere Arbeitgeber nennen sie: Angelina Jolie und Brad Pitt.

Auch die Stars selbst haben begonnen, ihre Jäger zu jagen. Seal hat sich eine Kameraausrüstung gekauft, damit fotografiert er jeden Paparazzo, der sich vor sein Haus stellt. Das gleiche tut Gwyneth Paltrow. Britney Spears hat sich noch nicht entschieden. Auf der Website von X17 kann man zwar sehen, wie sie mit dem Regenschirm auf den Wagen eines Fotografen drischt. Man sieht aber auch eine Britney Spears, die fröhlich ein Basecap mit dem X17-Logo trägt. ←



Er hat die Passagierlisten von Fluggesellschaften, weiß, wer wann wo abgeholt wird. Er findet jeden, sagt er, innerhalb von 24 Stunden

RON GALELLA (l.) hat sich für seine Bilder bespuken und prügeln lassen. Mit dem heutigen Zirkus kann er nichts anfangen. „Ich bin Poet“, sagt Galella

FRANK GRIFFIN (r.) redet so viel von Ehrlichkeit und Anstand, bis der Zuhörer fast vergisst, dass Griffin einer der erfolgreichsten Paparazzi in Los Angeles ist, seit Jahrzehnten

von ihm und seiner Freundin gibt, Günther Jauch sowieso, Sabine Christiansen klagt sogar gegen Fotos ihres Hauses. An Michael Schumacher traut sich ohnehin keiner ran, in jeder Agentur liegen Warnungen seines Anwalts.

„Ich weiß niemanden mehr, der in Deutschland als Paparazzo überleben kann. Wenn es Aufträge von Redaktionen wären, vielleicht – aber das Risi-