

DAS PROGRAMM-MAGAZIN | HEFT 12 | DEZEMBER 2006

# Kultur SPIEGEL



## Oh, du Fröhliche

Die phantastische Welt  
des Fotografen David LaChapelle



## ERLÖSUNG IN HOCHGLANZ

Sind seine Bilder Gesellschaftskritik? Oder Kitsch? Auf jeden Fall sind sie teuer, denn David LaChapelle ist einer der begehrtesten Fotografen der Mode- und Warenwelt.

VON HILKA SINNING



„The House at the End of the World“ (2005)

**Aus dem Model** ist eine Märchenfigur geworden, mit Apfelwangen und glänzenden Lippen, Rotkäppchen in Hollywood, so wie David LaChapelle es bestellt hatte. Zwei Stunden lang hat die Maskenbildnerin ihr mit Airbrush-Technik feine Schattierungen und fließende Farbübergänge auf das Gesicht gemalt und aus einem hübschen Mädchen eine bunte Puppe gemacht.

Jetzt betrachtet LaChapelle das Farbpanorama. Er blickt gequält. In der Zwischenzeit hat er es sich nämlich anders überlegt. Und zwar genau in dem Moment, als die Set-Designerin eine Porzellan-Schäferin auspackte, die später auf dem Modefoto als Dekoration im Hintergrund stehen wird. Ja, genau so soll das Model aussehen, schneeweiße Haut, durchscheinend wie die Porzellanfigur.

Bitte, dann eben so. Die Maskenbildnerin holt tief Luft und fängt von vorn an, trägt die alten Farbschichten ab, pinselt neue auf. Noch einmal zwei Stunden Leerlauf für das übrige Team. Die Mitarbeiter warten in den Kulissen der gemieteten Villa in Hollywood. Sie sind es gewohnt, dass der Arbeitsplan nicht eingehalten wird, sie sind eingestellt auf die Last-Minute-Änderungen ihres Chefs, des Fotografen David LaChapelle, 43. Sie haben schon gigantische Kulissen gezimmert und wieder abgerissen, ganze Hallen umgebaut, Wände pink angemalt, dann himmelblau und wieder zurück. Sie kennen sein Motto: „Wenn man flexibel bleibt, schafft man Raum für die bessere Idee.“

LaChapelle funktioniert nicht nach Zeitplänen, er funktioniert nach Intuition. Er lebt vom Funken des Moments, von den Ideen, die aus der Tiefe seines Kopfs aufsteigen und beim Betrachten des Fotosets platzen wie Blasen, und dann entstehen die phantastischen, schreiend bunten Bildwelten, in denen Models mit riesigen Plastik-Hot-Dogs kämpfen, Nackte sich in bis zum Rand mit Spaghetti gefüllten Badewannen wälzen, Männer an Ketten in Käfigen hocken oder Sekretärinnen in kanariengelben Bikinis ihre Computer zersägen. Solche Momente lustvoller Zerstörung und die wüsten Orgien aus Plüsch, Plastik und Kitsch haben LaChapelle weltberühmt gemacht. Seine Porträts von Rockmusikern und Hollywoodstars erscheinen in Hochglanzmagazinen, in „Vanity Fair“ und im „Rolling Stone“, auf dem Cover von „Interview“. Die Rapperin Lil' Kim als Sexpuppe oder als mit dem Louis-Vuitton-Logo bedrucktes Luxusobjekt, der Schauspieler Mark Wahlberg in einer mit Kunststoffbrüsten gepolsterten Gummizelle, der Hollywood-Superstar Leonardo DiCaprio als Mafia-Taschenspieler, der HipHopper Kanye West als Jesus mit Dornenkrone. Selbst die stockkonservative amerikanische „Vogue“ druckt lange Modestrecken mit seinen so grellen wie wüsten Bildern, weil sie ungeheuer durchsetzungsfähig sind, Auf-



*Seine Bilder sind inszeniert, künstlich, überzogen.  
LaChapelle sagt: „Wer Realität will, soll den Bus nehmen.“*

merksamkeitsfresser, die konventionelle Bilder neben sich verblassen lassen.

Und natürlich kennt auch die Kunstwelt den Sog dieser Bilder, Ausstellungshäuser in Rom, Wien und London haben ihm große Schauen gewidmet, man nennt LaChapelle den „Fellini der Fotografie“. Ab dem 3. Dezember sind 44 seiner Fotos in der Berliner Helmut Newton Foundation unter dem Titel „Men, War & Peace“ zu sehen, parallel dazu zeigt die Berliner Galerie Jablonka 28 Fotos aus dem gerade erschienenen Bildband „Heaven to Hell“ in einer gleichnamigen Ausstellung. Gehandelt werden seine Bilder für 10 000 bis 30 000 Euro.

Aber sind LaChapelles Fotos Kunstwerke, die in Galerien und Museen gehören? Neben die Pop Art von Andy Warhol und Roy Lichtenstein? Ist es wirklich Gesellschaftskritik, wenn ein Model zwischen mit Plastikmüll gefüllten Tüten in der Wüste steht, wenn Pamela Anderson nackt im Terrarium ausgestellt ist, wenn weiße Stiletos vor einem elektrischen Stuhl liegen? Oder sind LaChapelles Bilder reine Oberfläche und bloß grellbunte, provokante Verkaufsargumente für Schuhe, Espresso oder Unterwäsche?

Ingrid Sischy, jahrelang Chefredakteurin des Magazins „Interview“, hält LaChapelle für einen Soziologen und Gesellschaftskritiker, der den „Betrachter aufwühlen will“, sein New Yorker Galerist Tony Shafrazi sieht in ihm einen Nachfolger von Andy Warhol, der die Lächerlichkeit des Glamours und die Tragödie hinter der Oberfläche zeigen wol-

le. Und was sagt LaChapelle über sich? Er wolle, in der Tradition der Pop Art, „Bilder machen, die für jeden verständlich sind“. Inszenierte, künstliche, überzogene Bilder, denn, so LaChapelle, „wer Realität will, soll den Bus nehmen“.

Bus gefahren ist er lange genug, jedenfalls könnte man so sein Leben in der Kleinstadthölle seiner Heimatstadt Raleigh in North Carolina zusammenfassen, wo er aufgewachsen ist. In Raleigh wurde er als Jugendlicher von Mitschülern mit Milchtüten beworfen, weil er im Rockeroutfit oder als Cowboy herumlief, weil er anders war und sich für Fotos interessierte statt für Baseball, damals schon. Eine Zeitlang ging er zur North Carolina School of the Arts, aber das war keine Lösung. „Ich saß in einem Gefängnis inmitten von engstirnigen Spießern, und ich dachte, die ganze Welt sei voll davon, bis ich nach New York kam. Von da an wollte ich nie wieder etwas mit engstirnigen Leuten zu tun haben.“

In New York schlug er sich durch. Er habe sogar als Stricher gearbeitet, um Geld für die Kameraausrüstung zu verdienen, behauptet LaChapelle heute. Er jobbte im legendären Studio 54 und traf bei einem Rockkonzert Andy Warhol – die entscheidende Begegnung seines Lebens, bis heute sein Idol. Warhol ermutigte ihn, Fotos zu machen – sogar von ihm selbst: LaChapelle war der Letzte, der den Pop-Papst fotografieren durfte, ein paar Wochen vor dessen Tod. Damals hauste er in einem winzigen Apartment im East Village. „Ich habe alles gemacht“, sagt er, „Hochzeitsfotos, Reisereportagen,

## *Showbiz-Persönlichkeiten steckte er in Hühnerkostüme und giftgrüne Latexanzüge.*

verschraubte Kunstfotos – alles. Bis zu dem Tag, an dem ich beschloss, nur noch die Fotos zu machen, die mir persönlich gefallen.“

Und das waren meist Fotos von Showbiz-Persönlichkeiten, die er an seltsame Orte schleppte, in seltsame Outfits wie Hühnerkostüme und giftgrüne Latexanzüge steckte oder nackt in Glaskästen quetschte. Ganz wenige lehnten ab – die meisten akzeptierten. Damals schon kam eine seiner herausragendsten Eigenschaften zum Einsatz: sein ungeheurer Charme, seine Überredungskunst. „Er hat so lange auf die Leute eingeredet, bis sie Ja und Amen sagten“, erinnert sich eine Mitarbeiterin, „am Ende konnten sie ihm nicht widerstehen.“

Umgekehrt überkommen ihn Anfälle von unerträglich schlechter Laune, wenn die Dinge nicht in seinem Sinne laufen, wenn fette Hot Dogs im Catering auftauchen, obwohl er Vegetarier ist, wenn die Musik am Set nicht stimmt, überhaupt, wenn irgendetwas „nicht geht“. Dann klettert seine Stimme eine Oktave höher, er verwandelt sich in ein quengelndes, unerträgliches Kind. Er wird, wie er selbst sagt, zum „Alptraum-Baby“. In solchen Momenten gehen ihm die Mitarbeiter aus dem Weg.

Als 1996 sein erstes Fotobuch „LaChapelle Land“ herauskam, war damit ein neuer, beinahe surrealer Stil großformatig dokumentiert. Der Band gehörte zu den Werken, die bei Art-Direktoren im Regal stehen mussten. Denn LaChapelle war der Gegenentwurf zu dem, was alle anderen taten. In den Achtzigern, als alle in Farbe fotografierten, waren seine Bilder schwarz-weiß. Und als die Modedesignerin Jil Sander in den Neunzigern den Minimalismus durchsetzte und Peter Lindbergh mit seinen reduzierten schwarz-weißen, an Porträts erinnernden Werbefotos in allen Magazinen auftauchte, da begann LaChapelle, immer grellere, immer aufwendiger inszenierte Bilder zu machen. Nach dem Erscheinen seines zweiten Buchs „Hotel LaChapelle“ (1999) war er nicht mehr der Mann, der die Stars in ungewöhnlichen Posen zeigte – er war selbst ein Star, einer der begehrtesten Fotografen weltweit und inzwischen einer der teuersten.

Erst kürzlich hat er sein Studio vom New Yorker East Village nach Hollywood verlegt, eine Villa in den Hollywood Hills gekauft und sich auch gleich einen weiteren Wohnsitz auf Hawaii zugelegt – weiter westlich geht's nicht mehr. Das Team, das mit Praktikanten noch vergrößert wird, ist zu einer gutgeölten Produktionsmaschine geworden, die ihm zuarbeitet, die immer größere Budgets bewegt und ununterbrochen Fotos ausspuckt, in einem infer-



Fotograf LaChapelle

## „Das blödeste Bild ist ein schönes Mädchen an einem schönen Strand.“

nalischen Rhythmus – Porträts, Modefotos, Werbung für internationale Markenartikel, Jeans, Kosmetik oder Pepsi, dazwischen noch schnell ein Musikvideo für Justin Timberlake oder einen Werbespot für Hennes & Mauritz.

LaChapelle ist sich nicht zu schade, Werbekunden zu bedienen: „Manchmal lassen sie mir freie Bahn, manchmal muss ich Kompromisse machen. Das ist in Ordnung. Ich kann immer noch das tun, was mir am liebsten ist, Fotos machen. Und dabei kann ich zusammen mit meinem Team sein.“ Kunst gegenüber gibt er sich ohnehin skeptisch: „Ich wollte nie Künstler sein, das war mir immer zu intellektuell. Kunstwerke sind doch oft bloße Prestigeobjekte. Die Kunstwelt heute ist imagebewusster als die Werbe- und Modebranche zusammen.“

LaChapelles New Yorker Galerist Shafrazi, der seinerzeit Andy Warhol vertrat und allein schon deswegen von einer Trennung zwischen Kunst und Kommerz nichts wissen will, bringt es auf den Punkt: „David nutzt die Werbeaufträge für seine Zwecke. Er braucht sie, um seine eigenen, aufwendigen Fotos zu finanzieren – er könnte sie sich sonst nicht leisten.“

Gemeint sind Bilder von der Sorte, wie sie kein angesehenes Hochglanzmagazin in Auftrag geben würde. Etwa das Foto, auf dem eine übergewichtige Frau mit Schweinekopf über die halbnackte Pamela Anderson herfällt; oder das Bild, auf dem ein Model sich im Designerkleid auf einem Hotelbett räkelt, neben einer blutigen, aus dem Schlachthof herangeschafften Rinderhälfte: Kommentare des Vegetariers LaChapelle zum exzessiven Fleischkonsum der Amerikaner. Oder auch seine transsexuelle, operierte Muse Amanda Lepore, deren an Frankensteinische Bildhauerkunst erinnernder Körperbau ihn zu ständig neuen aberwitzigen, meist nackten Posen inspiriert: Amanda, wie sie Diamanten schnüffelt; Amanda, die mit einem Strohhalm Milch aus ihrer Brust trinkt; Amanda als Andy Warhols Marilyn, als Pop-Art-Liz-Taylor, grotesk überschminkt – keine der Zeitschriften, die seine glamourösen Starporträts so gern aufs Cover setzen, würde ein Bild von Amanda drucken.

Das gibt ihm Gelegenheit, sich zu ereifern, zu argumentieren, dass er mehr ist als ein extrem erfolgreicher Modefotograf. „Das blödeste Bild, das es gibt, ist ein schönes Mädchen an einem schönen Strand in einem schönen Badeanzug, schön ausgeleuchtet.“ Wenn er so etwas fotografieren müsste, sagt LaChapelle, würde er den Verstand verlieren.

Vielleicht sucht er auch deshalb den Kontakt zum Leben außerhalb von Glamour und Schönheit. Für seinen Dokumentarfilm „Rize“ drehte er im tiefsten Ghetto von South Central Los Angeles, dort wo sich kein Kamerateam hintraut. Er filmte schwarze Tänzer, die eine rasend schnelle Tanzform entwickelt haben,

„Krumping“ und „Clowning“ genannt – HipHop als Überlebensstrategie. Im vergangenen Jahr kam der Film ins Kino, im Anschluss reisten die Protagonisten, die ihr Ghetto nie verlassen hatten, zu Auftritten um die ganze Welt.

LaChapelle war zu dieser Zeit schon wieder zurückgekehrt ins Zentrum von Glamour und Geld. Er inszenierte für seinen Freund Elton John die gigantische, völlig überkandidelte Megashow „The Red Piano“ in Las Vegas, einer seiner bevorzugten Fotokulissen: „Ich liebe eben Oberflächen, und davon gibt es hier genug!“

Was aussieht wie Widersprüche, sind in Wahrheit wohl eher die Pendelbewegungen eines unruhigen, suchenden Charakters, der sich von ständigen Wechseln nährt – von der Oberfläche in die Tiefe und wieder zurück.

Neuerdings beschäftigt LaChapelle sich mit religiösen Bildern und Motiven aus der Bibel: Da flieht eine Model-Maria mit Baby auf dem Arm aus einem Trümmerhaus, das aussieht, als hätten die Schergen des Herodes hier gewütet. Ein irreal leuchtender Christus greift ein, wenn Cops eine Prostituierte an die Wand stellen, Jungs aus dem Ghetto werden zu Anhängern Jesu. Oder Christus liegt als frisch Gekreuzigter auf dem Schoß von Courtney Love, und er gleicht aufs Haar ihrem verstorbenen Gatten, dem Rockstar Kurt Cobain – die um ihren Mann trauernde Witwe als kitschüberzogene Pietà. Das hat LaChapelle schon immer fasziniert: die götzenhafte Verehrung, die Fans ihren Idolen entgegenbringen: „Es ist die gleiche Ekstase, die gleiche Verzückung, die früher die Heiligenbilder ausgelöst haben.“ Daher hat er den bleichgeschminkten Rocker Marilyn Manson fürs Foto mit einer Dornenkrone aus Stacheldraht ausgestattet, Pamela Anderson mit einem Neon-Heiligenschein.

Die neuen Fotos gehen den umgekehrten Weg. Da werden die Heiligen zu Stars. Die Suche des Erfolgreichen nach spirituellen Werten? Die Sehnsucht nach Erlösung im konsumorientierten Amerika? Oder bloß ein neuer Pendelausschlag? Wo der Himmel ist und wo die Hölle, das weiß LaChapelle vermutlich selbst nicht.

Oder vielleicht doch. Unter seinem Bett lagert ein Stapel Drehbücher für Kinofilme, die Studiobosse betteln in Begleitbriefen um seine Zusage. „Um ehrlich zu sein“, sagt LaChapelle, „habe ich vor Hollywood zu viel Angst.“

**Ausstellungen:** „Men, War & Peace“. Helmut Newton Foundation, Berlin, Tel. 030/31 86 48 56, [www.helmut-newton.com](http://www.helmut-newton.com) (ab 3.12.). „Heaven to Hell“. Jablonka Galerie, Berlin, Tel. 030/21 23 68 90, [www.jablonkagalerie.com](http://www.jablonkagalerie.com) (ab 30.11.). **Bildband:** David LaChapelle: „Heaven to Hell“. Verlag Taschen, Köln; 344 Seiten; 49,99 Euro.