

Through Different Lenses:

Decadentia

Kenneth C. & Sabina R. Korfmann-Bodenmann

PHOTOGRAPHERS' FOREWORD

Decadentia implies a set of background values. Oscar Wilde's oft-quoted dictum that "a fool is someone who knows the price of everything and the value of nothing" has a relevance to Decadentia. One could argue that the latest model of Lamborghini or Rolls Royce parked in a low-income neighbourhood is decadent, whereas an old, beat-up VW is not. A 10-course gourmet meal in a five-star restaurant might be decadent for some people who take pleasure in being "decadent" sometimes, whereas a stale crust of bread is definitely not decadent to the pauper. A flea market of old clothes, faded paintings and other unwanted paraphernalia located in the most coveted piazza of one of the most wealthy cities of the world, and in front of the country's central bank, was by its very nature a candidate for "Decadentia," although not for the hopeful vendors.

It was impossible to remain purely objective when choosing subjects to photograph. A quote from the book *Believing is Seeing* by Errol Morris (Penguin Press, 2011) is particularly relevant to the choice of images for this portfolio: "We imagine that photographs provide a magic path to the truth. [...] What we see is not independent of our beliefs. Photographs provide evidence, but no shortcut to reality. It is often said that seeing is believing. But we do not form our beliefs on the basis of what we see; rather, what we see is often determined by our beliefs. Believing is seeing, not the other way around."

This portfolio is very personal in terms of image choice and content: most organized religions and their ornate places of worship, most politics and a not insignificant portion of the finance sector today, evidence aspects of decadence. Demolitions are decadent too, they are architecture's dirty secret, a fearsome, mesmerizing chasm of destruction and shameful waste. Indeed, the search for decadence in our super affluent, conspicuous consumption, virus-infected and morality-saturated society in the West was in itself, in a sense, decadent.

KENNETH C. KORFMANN

The word "Decadentia" describes a state of decay, but everything (or everyone) is in a state of decay from the moment of creation or birth. Technically, "Decadentia" can be applied to everything or nothing since time is a relative concept: we all live in the "Now" anyway, which is eternal. In the 1850s, Karl Marx wrote about England: "On the one hand, there have started into life industrial and scientific [*sic*, "Technology"] forces, which no epoch of the former human history had ever suspected. On the other hand, there exist symptoms of decay far surpassing the horrors recorded of the latter times of the Roman Empire." Almost one-hundred-seventy years later, his analysis seemed relevant for this project.

DECADENTIA, (restarted)

Camera: Leica SL-2

Chip No.: 2020

<u>Project:</u>	<u>Dates:</u>	<u>Image Nos.:</u>	<u>Image Descriptions</u>
Decadentia	11.10.20	1	Zürich, "Pils 5"
"	"	2-5 (3, 5)	Zürich: Bahnhofstrasse and adjacent streets.
"	17.10.20	6-11 (10, 11)	Hohmarkt, Burckliplatz, Zürich
"	23.10.20	12-13 (12)	St. Burkhard pilgrimage church, Beinwil, AG
"	"	14-15 (14)	Monastery Cathedral, Muri, AG
"	24.10.20	16-25 (18, 20, 25)	Hohmarkt, Burckliplatz, Zürich
"	25.10.20	26-30 (26, 28)	Niederdorfstr. + Oberdorfstr., Zürich
"	"	29-30 (30)	Bellinzona, Zürich: (NB. #30 because I have always associated circuses with a decadent life style.)
"	"	31 (31)	Line of rental bikes above track at Stadthofen train station, Zürich.
"	27.10.20	32-35 (35)	Nuns monastery, Commauld, SG



1] Kenneth C. Korfmann,
Sachseln, Switzerland,
19.12.2020, 13:30, Leica SL 2,
57 mm, f/5, 1/60 s, 800 ISO

Die Fotografie zeigt Wallfahrtskerzen vor der aus dem 14. Jahrhundert stammenden Pietà in der 1684 geweihten Pfarrkirche Sachseln, die weithin bekannt ist, weil dort der Schweizer Nationalheilige Niklaus von Flüe begraben liegt und verehrt wird. Das Momentum der Dekadenz verbirgt sich in den kaum mehr glaubwürdigen Inschriften auf den Wallfahrtskerzen. „Dem Friedensstifter / Bruder Klaus / Regierung / und Volk / von / Nidwalden“ sticht besonders hervor.



2] Kenneth C. Korfmann,
Zurich, Switzerland,
30.10.2020, 11:40, Leica SL 2,
60 mm, f/10, 1/60 s, 100 ISO

„Sofa“, „Faul“, „Qual“, es sind nicht allein die belanglosen Schmierereien auf einer Fassade in der Zürcher Langstrasse, einst „berühmt für ihre Kreativität, ihren Dreck, ihre Drinks und ihr sündhaftes Amusement“ (DOK des SRF vom 25. April 2019), oder die beiden weissen Plastikstühle oder das Werbeplakat „Nails“ für Mani- und Pediküre, die ins Auge fallen, es ist der nur schwer zu erkennende Button auf dem dunkel lackierten Zehnnagel, der irritiert und in dem die Dekadenz des ganzen Ortes kulminiert, dort steht: „LOVE HAMBURG / HATE RACISM“, gefolgt von einem doppelten Rhombos-Symbol. Die Quelle des Slogans führt dem Symbol nach zum Fanclub des Hamburger Fussballvereins (vgl. z. B. <https://www.imago-images.de/fotos-bilder/love-hamburg-hate-racism>).



3] Kenneth C. Korfmann,
Zurich, Switzerland,
27.10.2020, 14:24,
Leica SL 2, 30 mm, f/5,
1/60 s, 800 ISO

Wie weit ist der kulturelle Verfall im Modebereich fortgeschritten, wenn in einem Bekleidungsgeschäft ein Fahrrad über einer Kleiderstange platziert ist und daneben an der Wand sich die „Medienikone“ der Revolution präsentiert, Che Guevara, Guerillero Heroico, in einer gerahmten Reproduktion der Fotografie, die Alberto Korda 1960 auf dem Christoph-Kolumbus-Friedhof in Havanna gemacht hat. Immerhin bleibt anzumerken: Korda war ab 1956 zunächst als Werbe- und Modefotograf tätig.



4] Kenneth C. Korfmann,
Zurich, Switzerland,
24.10.2020, 10:47,
Leica SL 2, 71 mm, f/18,
1/60 s, 100 ISO

Das kontrastreich ins Licht gesetzte Relief mit der reichen Ornamentik am linken Bildrand lässt sich unschwer zuordnen: Wir befinden uns angesichts einer mit Mänteln voll behängten Kleiderstange an einem Samstag mit der „Grande Dame der Flohmärkte“ vor dem Gebäude der Schweizerischen Nationalbank (<https://nichtneu.ch/stores/flohmarkt-buerkliplatz/>). Ein Spiegel steht für potentielle Kunden bereit.



5] Kenneth C. Korfmann,
Zurich, Switzerland, 17.12.2020, 11:30, Leica SL 2, 40 mm, f/13, 1/60 s, 100 ISO

Die Pointe der Fotografie liegt in der Kunst der Verführung. Einige der Menschen in der Schlange mögen aufgrund ihrer Kleidung bedürftig erscheinen, doch es sind mehr oder weniger wohlhabende Kunden, die auf Einlass in eine Boutique des französischen Luxusgüterherstellers Louis Vuitton warten.



6] Kenneth C. Korfmann,
Dietlikon, Switzerland, 29.12.2020, 15:24, Leica SL 2, 48 mm, f/13, 1/60 s, 800 ISO

Die Modeszene im vollgestopften Verkaufsraum gipfelt im Spot „Get the Look“ und die vielen Schilder mit Sonderangeboten summieren sich zu einer geradezu aggressiven Phalanx.



7] Kenneth C. Korfmann,
Dietlikon, Switzerland, 16.12.2020, 12:09, Leica SL 2, 39 mm, f/14, 1/60 s, 800 ISO

Massenware im „MediaMarkt“, Kopfhörer pur, präziser formuliert: diagonal und gleich doppelreihig ins Bild gesetzte Ohrenschnuller, technische Daten und Preisschilder inklusive.



8] Kenneth C. Korfmann,
Dietlikon, Switzerland, 13.12.2020, 11:46, Leica SL 2, 34 mm, f/6.3, 1/60 s, 100 ISO

Was verbirgt sich hinter den Hinweisen „Behind the bottle“ und „Visitor Center“? Die Antwort findet sich umgehend: „Zum 80-Jahre-Jubiläum eröffnet Coca-Cola Schweiz ein Visitor Center voller Attraktionen und Erlebnisse. Rund um die Hauptattraktion, den Coke Jump, lanciert das Unternehmen ein Charity-Engagement im Vorfeld der Special Olympics 2017. Ebenfalls geht die erste High-Speed-PET-Abfüllanlage des Landes ihrer Art in Dietlikon in Vollbetrieb.“ (<https://drinks-and-more.ch/2016/06/coca-cola-schweiz-eroeffnet-visitor-center>)



9] Kenneth C. Korfmann,
Eschlikon, Switzerland, 29.12.2020, 11:56, Leica SL 2, 87 mm, f/11, 1/60 s, 100 ISO

Sortierter Abfall: Ein abgeschraubtes Rohr, überquellende Kartons mit Plastik, verschnürte Behälter auf Paletten, indifferenter Schrott, gestapelte Kleiderballen unter Birken – so präsentieren sich die Dinge des Mülls als Entsorgungsgüter auf einer Sammelstelle zwischen Recycling und Vernichtung.



10] Kenneth C. Korfmann,
Bern, Switzerland, 21.11.2020, 14:20, Leica SL 2, 58 mm, f/8, 1/60 s, 100 ISO

Die düster gehaltene Fotografie vermittelt einen zwischen Chaos und Heiterkeit oszillierenden Eindruck von der „Reithalle“, dem bekannten Berner Kulturzentrum. Seine bewegte Geschichte, die bis zum 20. Juni 1980 zurückreicht, präsentiert sich heute nahezu perfekt geordnet. Das zeigen nicht allein das Bauinventar, das die Denkmalpflege der Stadt Bern herausgegeben hat, sondern auch die hauseigenen Rückblicke: „In allen drei Jubiläumspublikationen hat die vertextete Geschichte einen guten Platz bekommen: Kleine und grosse, wichtige und marginale Ereignisse der letzten dreissig Jahre sind in den ausführlichen Chronologien festgehalten – zusammen mit detaillierten Informationen zu den Autor*innen und Gestalter*innen.“ (<http://reitschule.ch/reitschule/?geschichte>)



11] Kenneth C. Korfmann,
Zurich, Switzerland, 15.11.2020, 11:19, Leica SL 2, 70 mm, f/22, 1/60 s, 100 ISO

Formal ist die Komposition stark auf Ausschnitte konzentriert. Inhaltlich evoziert sie damit eine Baugeschichte zwischen dem Abriss des Gebäudes rechts und dem Neubau links. Der Fotograf war in diesem Fall direkt betroffen, wohnte er doch viele Jahre im sogenannten „Mythenschloss“ am Mythenquai, das dem Glasbau der Swiss Re weichen musste. Deshalb sah er in den Armen des Krans und des Baggers Symbole der Aggression. Es sei ergänzt, dass das nach Plänen von Karl Steiner erbaute „Mythenschloss“ mit seiner neoklassizistischen Fassade ein 1986 in Beton fertiggestellter Nostalgiebau war und seinerseits das frühere Wohnhaus von Arminio Cristofari aus den späten 1920er-Jahren ersetzte, das im Sommer 1982 abgebrochen wurde. Die Binsenwahrheit dieser Baugeschichte lautet der Presse zufolge: „Es wird in Kauf genommen, dass die grossen Konzerne nach Belieben junge Gebäude abreißen und sich über die Bau- und Zonenordnung hinwegsetzen können.“ (<https://tsri.ch/a/Av54iR3lo4szDLnA/architektur-kolumne-das-kurze-leben-der-mythenschloesser>)



12] Kenneth C. Korfmann,
Basel, Switzerland, 28.11.2020, 12:31, Leica SL 2, 45 mm, f/20, 1/60 s, 100 ISO

Wenn Schienen in einer Fotografie den Blick derart in die Tiefe ziehen, der Weg dorthin, also in diesem Fall zu den Roche-Türmen der Architekten Herzog & de Meuron, dem modernen Wahrzeichen Basels, aber eindeutig versperrt ist, dann bedeutet dies im übertragenen Sinne „Endstation Sehnsucht“. Insofern sind die beiden Hochhäuser des Pharmakonzerns Roche fotografisch insgeheim zu Menetekeln einer ungeahnten Dekadenz transformiert.

SABINA R. KORFMANN-BODENMANN

Epochal snapshot of the times

Multi-layered in its depiction and constantly subject to change

Expression of a fleeting Zeitgeist and a transitory state of mind

Manifestation between individuality and mainstream

Subjective in its perception and visualization of the disintegration of a society

- THEMENKREISE (ILLUSTRATION / UNTERSUCHUNG)
- ZUSAMMENHANG DER GESAMTHEIT (THEMATIC)

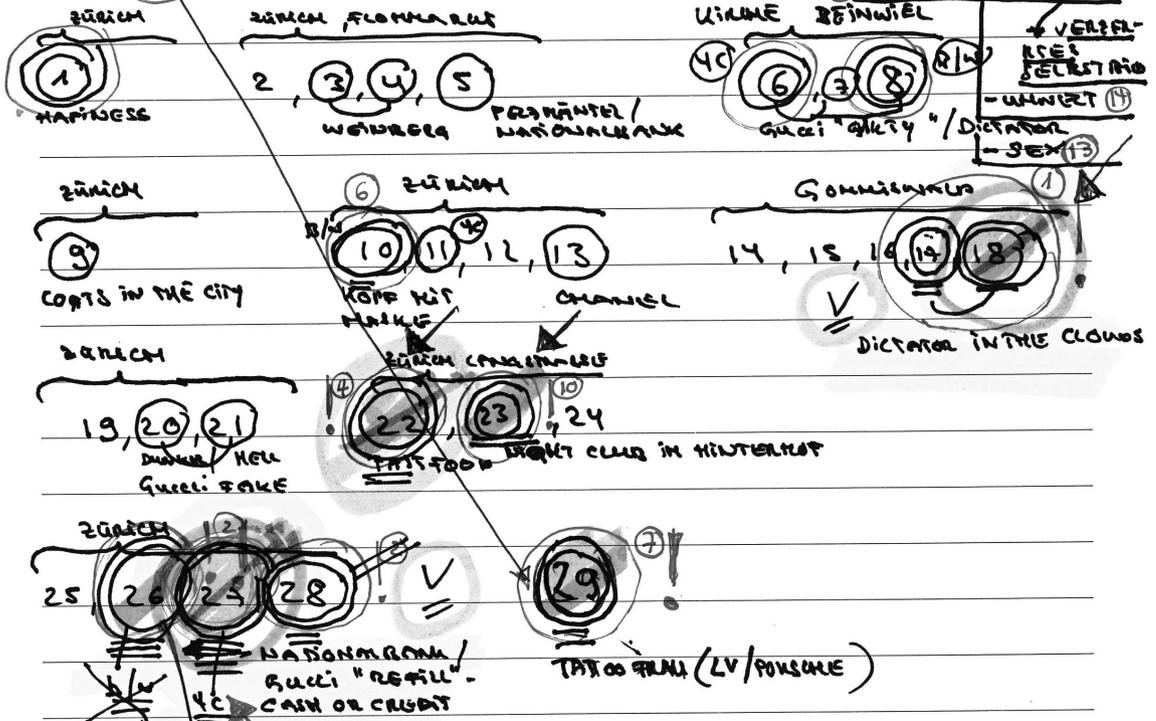
BAUR AU LAC

① = AOS (ARTIFICIAL)

② = AOS (NATURAL)

→ #①② MOBILE PHONE - TATOO FRAU

- HAUPTTHEMEN
1. RELIGION
 2. FINANZ
 3. GEMISCHT / SCHMELT
 4. FOOD
 5. UNTERNEHMEN / CAREER
 6. POLITIK
- UNTERTHEMEN:
7. TATOO
 8. WHAT LIFE
 9. GANNA
 10. SEX
 11. HEDONISMUS / FREIZEIT
 12. GELDER
 13. LIEBE / SEX



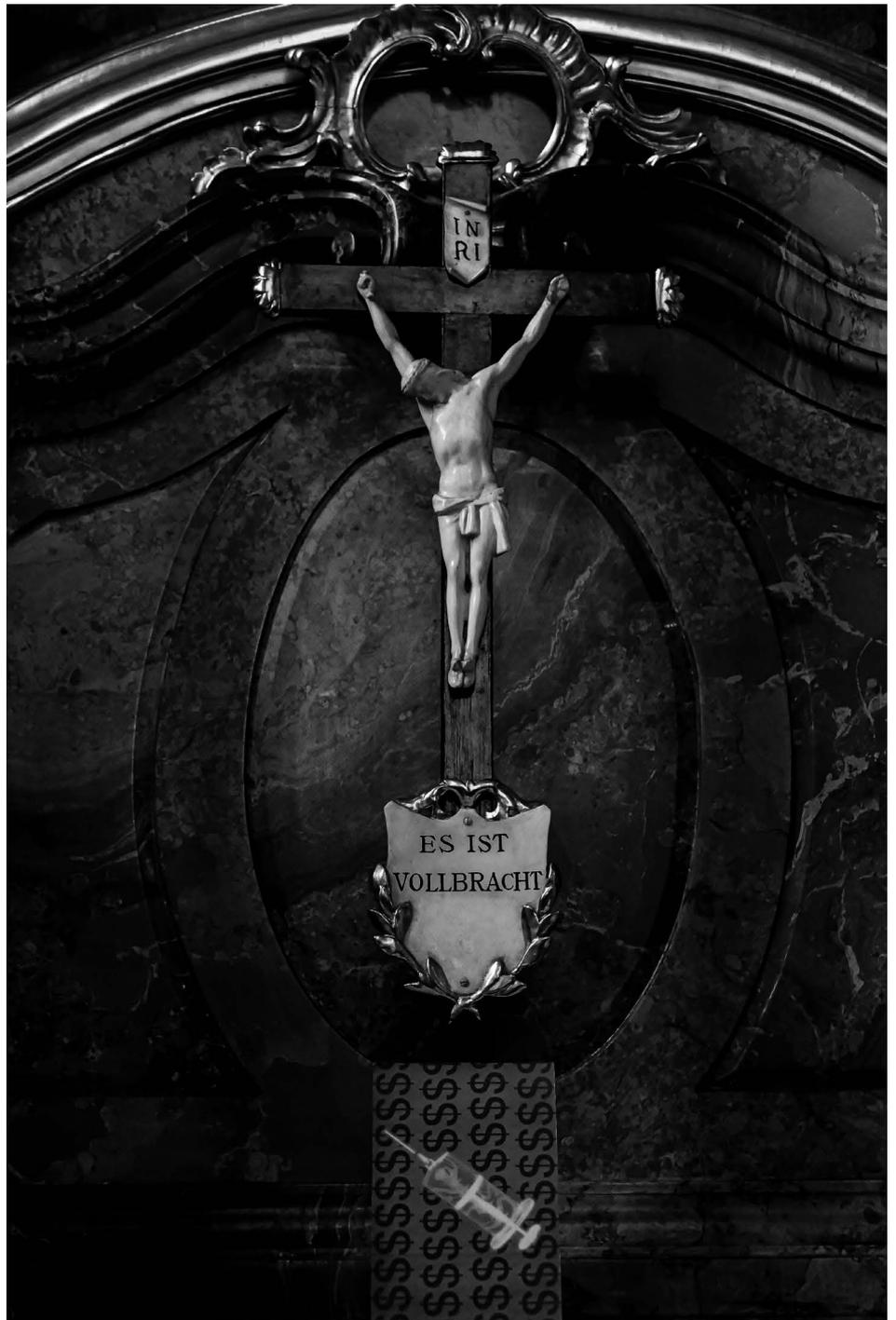
- ① Fashion
- ② Religion
- ③ Umwelt
- ④ Essen
- ⑤ Gesellschaft / Schmelzt.
- ⑥ Religion
- ⑦ Wirtschaft / Konsum
- ⑧ Politik
- ⑨ Gesellschaft
- ⑩ Kultur / Biologie / Information Technology
- ⑪ Gender / BSW / Feminismus
- ⑫ Sex / Liebe / Verständigung

- Religion
- Finanz / IT
- Environment
- Beauty
- Shopping / Events
- Juvenile
- Verschwendung / Sex
- Tattoos
- Black / White
- Kommunikation



1] Sabina R. Korfmann-Bodenmann,
Uetliburg bei Gommiswald, Switzerland,
27.10.2020, 12:37, D-Lux 7, 34 mm,
f/5.6, 1/1250 s, 200 ISO

Die Fotografien in diesem Portfolio haben mehrheitlich einen performativen Charakter, weil die Fotografin in gewagten Aktionen sakrale Kontexte mit hinzugefügten Bildern aus Zeitschriften verfremdet hat. Im vorliegenden Fall wird das westlich des Prämonstratenserinnenklosters in Uetliburg am Abhang aufgestellte Kruzifix mit einem Werbeplakat für ein Parfum der Marke „Gucci Guilty“, das vom Schauspieler und Musiker Jared Leto dargeboten wird, konterkariert. – Während der Opfertod Jesu Christi im christlichen Glauben Erlösung verspricht, versteht sich die Plakatwerbung als „ausdrucksstarke Einladung zu Liebe und Selbstakzeptanz“ (<https://www.gucci.com/ch/de/st/capsule/gucci-guilty-fragrance>).



2] Sabina R. Korfmann-Bodenmann,
Sachseln, Switzerland, 23.12.2020, 10:01,
D-Lux 7, 34 mm, f/2.8, 1/125 s, 1250 ISO

– „ES IST VOLLBRACHT“ – Im Evangelium nach Johannes 19,30 heisst es in der Einheitsübersetzung: „Als Jesus von dem Essig genommen hatte, sprach er: Es ist vollbracht! Und er neigte das Haupt und übergab den Geist.“ – Unter dem Kruzifix mit dem Bibelspruch liegt auf dem Altar ein Ausschnitt aus der *New York Times*, der eine Spritze auf einem mit US-Dollarzeichen übersäten Papier zeigt. Diese Montage verfremdet das Kruzifix, provoziert und regt zum kritischen Nachdenken an, nicht nur über die Kreuzigung und den Tod Jesu, sondern vor allem über die Profite der Pharmaindustrie bei der Produktion von Impfstoffen zum Schutz vor der Coronavirus-Infektion Covid-19. Gerade einmal vier Tage vor der Entstehung der Fotografie hatte die Swissmedic die Zulassung für den ersten Impfstoff von „Pfizer/BioNTech“ erteilt. – Künstlerische Arbeiten mit verfremdeten Kreuzen und Kruzifixen haben in der Kunst-, Literatur- und Filmgeschichte bis heute eine lange Tradition. Erinnerung sei zumindest an die Zeichnung *Maul halten und weiter dienen* von George Grosz, die von 1928 bis 1931 zu Gerichtsverfahren wegen Gotteslästerung führte.



3] Sabina R.
 Korfmann-Bodenmann,
 Sempach, Switzerland,
 14.11.2020, 15:22, D-Lux 7,
 13 mm, f/2.0, 1/80 s, 250 ISO

Den Hochaltar der Pfarrkirche St. Stefan in Sempach schmückt ein eindrucksvolles Kreuzigungsgemälde, das in der Fotografie durch die Untersicht verzerrt erscheint. Ihm gegenübergestellt ist unten ein doppelseitiges Werbeinserat der Luxusmarke Gucci. Es stammt aus dem Archiv der Fotografin. Mit der Schlange, die sich um den linken Arm einer scheinbar unschuldigen aber verführerisch gekleideten Frau windet, die gerade unter einem Baum in einen Apfel beißt, zitiert das Werbebild die christliche Ikonografie der Versuchung und des Sündenfalls von Eva im Paradies. Die Szene stammt aus dem Imagefilm *Gucci Gothic. Cruise 2019*, den Glen Luchford 2018 unter der Leitung von Christopher Simmonds für die durch Alessandro Michele neu ausgerichtete Luxusmarke gedreht hat.



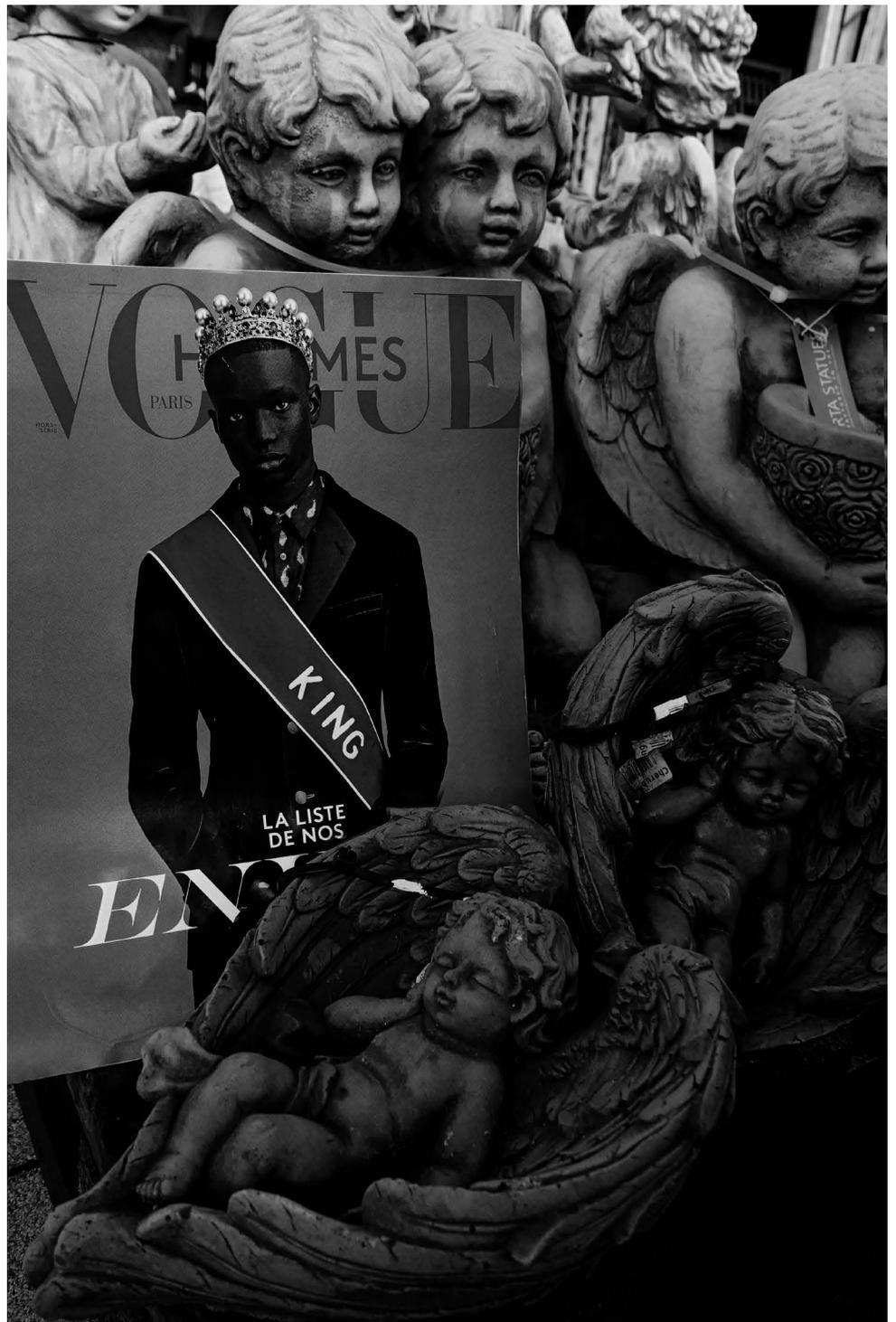
4] Sabina R. Korfmann-Bodenmann,
 Auw, Switzerland, 11.12.2020, 11:41,
 D-Lux 7, 10.9 mm, f/2.5, 1/125 s, 200 ISO

Die Fotografie könnte den satirischen Titel „Die doppelte Heiligsprechung“ tragen. – Die grosse Kerze ziert ein Porträt der heiligen Bernarda, die am 28. Mai 1848 unter dem bürgerlichen Namen Maria Bernarda Bütler in Auw geboren wurde. „Nach ihrer Seligsprechung 1995 wurde Bütler 2008 als erste Schweizerin heiliggesprochen.“ (vgl. Historisches Lexikon der Schweiz). – Gewissermassen im Gegenzug zeigt die Fotografin in ihrer Arbeit ein als Heilige inszeniertes Model, Chiara Scelsi in „sinnlicher schwarzer Spitze“ als provokante Protagonistin einer sizilianisch inspirierten Kerzenzeremonie unter Frauen. Das von Giuseppe Tornatore verantwortete Werbefoto für die Dolce & Gabbana-Frühjahrssommer-Werbekampagne 2019 folgt dem Slogan „Italien ist bekanntlich ein Land der Heiligen, Dichter und Seefahrer“. Tornatore, so heisst es, zählt „zu den Augenzeugen einer unschätzbaren folkloristischen Tradition. Seit seiner Kindheit in Bagheria ist er Zeuge der dichten Dorfprozessionen mit Frauen unterschiedlichen Alters und sozialer Herkunft, die ihr schwarzes Kopftuch als Zeichen der Verehrung der heiligen Jungfrau Maria tragen.“ (<https://mam-e.it/dolcegabbana-adv-spring-2019-by-tornatore>)



5] Sabina R. Korfmann-Bodenmann, Einsiedeln, Switzerland, 07.11.2020, 14:27, D-Lux 7, 14.1 mm, f/8.0, 1/3200 s, 200 ISO

Durch die Linse der Dekadenz führt die Fotografie zwei christlich konnotierte Orte der Zuflucht zusammen, das Kloster Einsiedeln und die Arche Noah. Zu diesem Zweck ist ein Fassadendetail mit gekröpften Gesimsen der barocken Stiftskirche des Klosters Einsiedeln mit einem doppelseitigen Werbeinserat von Gucci unterfüttert. In einer freien Adaptation der biblischen Sintflutgeschichte durch Glen Luchford zeigt die Modeszene aus dem bereits erwähnten Imagefilm *Gucci Gothic. Cruise 2019* rechts neben dem Kalb drei Models im Regen auf einer eigens nachgebauten Arche Noah. Sie tragen Kleidung von Alessandro Michele, einen Mantel aus Kunstpelz, einen Jacquard-Strick, einen karierten Rock und eine Tasche aus Straussenleder. Michele sah 2018 im Metropolitan Museum of Art, New York, die Ausstellung *Heavenly Bodies. Fashion and the Catholic Imagination*, – vielleicht hat sie ihn gemeinsam mit seinen Kollegen zu der biblischen Werbekampagne inspiriert.



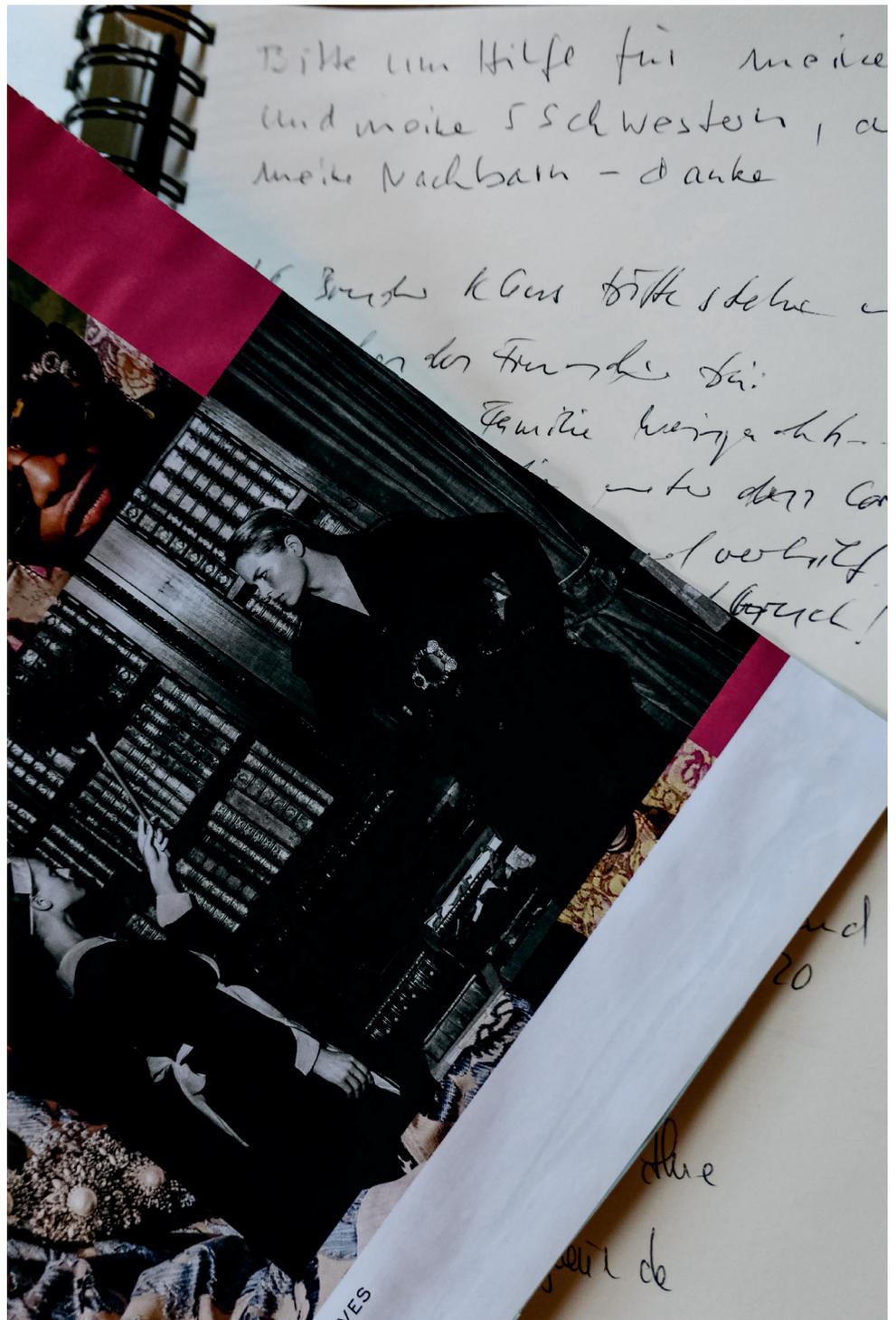
6] Sabina R. Korfmann-Bodenmann,
Dürnten, Switzerland, 17.12.2020,
12:37, D-Lux 7, 12.5 mm, f/5.6,
1/250 s, 200 ISO

Das Bild der dicht gedrängten Cherubim-Schar mit Kabelbindern und Preisschildern entstand in einem der „modernsten Garten-Center Europas im Dürntner Lättenmoos“, einem 125-jährigen Familienunternehmen (<https://www.gartencenter-meier.ch/gartengestaltung>). Zwischen die Figuren platzierte die Fotografin das Cover der französischen *Vogue Hommes* vom September 2020. Es zeigt das Fashion Model Mahamadou Diaoune als „King“ nach einem Foto von Craig McDean unter dem Motto „La liste de nos envies“.



7] Sabina R. Korfmann-Bodenmann,
 Uetliburg bei Gommiswald, Switzerland,
 29.11.2020, 11:41, D-Lux 7, 10.9 mm, f/1.7,
 1/125 s, 250 ISO

Die von unten aufgenommene Marienstatue steht in einer kleinen, mit Efeu bewachsenen Nische westlich des 1761 gegründeten Klosters Berg Sion in Uetliburg, Gemeinde Gommiswald. Die rund dreissigjährige Statue besteht aus Gips; sie folgt der Ikonografie der Lourdesgrotte und wurde vor einigen Jahren von einem Laien neu bemalt. Die Fotografin greift ihr mit einer Reproduktion aus dem Modemagazin *Harper's Bazaar* im doppelten Sinn des Wortes unter die Arme. Sie leistet damit im Pandemiejahr gewissermassen ihren eigenen Beitrag zur „Dior Cruise Collection“ 2021 von Maria Grazia Chiuri, die mit der Kunst der Luminarie-Architekturen im apulischen Lecce gefeiert wurde: „[...] eine einzigartige Darbietung, choreographiert von Sharon Eyal und orchestriert von Paolo Buonvino, der das Orchestra Roma Sinfonietta und das Orchestra Popolare der Stiftung Notte della Taranta dirigiert, wird die Show von einer beispiellosen Gesangs- und Klavieraufführung von Giuliano Sangiorgi begleitet und ist eine Ode an die Festlichkeit, Geselligkeit und joie de vivre sowie an die magischen, volkstümlichen Bräuche, die bis heute von den Bewohnern und Handwerkern Apuliens kultiviert werden.“ Die verantwortliche italienische Künstlerin Marinella Senatore „wählte Proklamationen, die für feministisches Empowerment stehen.“ (https://www.dior.com/de_de/fashion/damenmode/pret-a-porter-shows/folder-cruise-2021/die-dekoration)



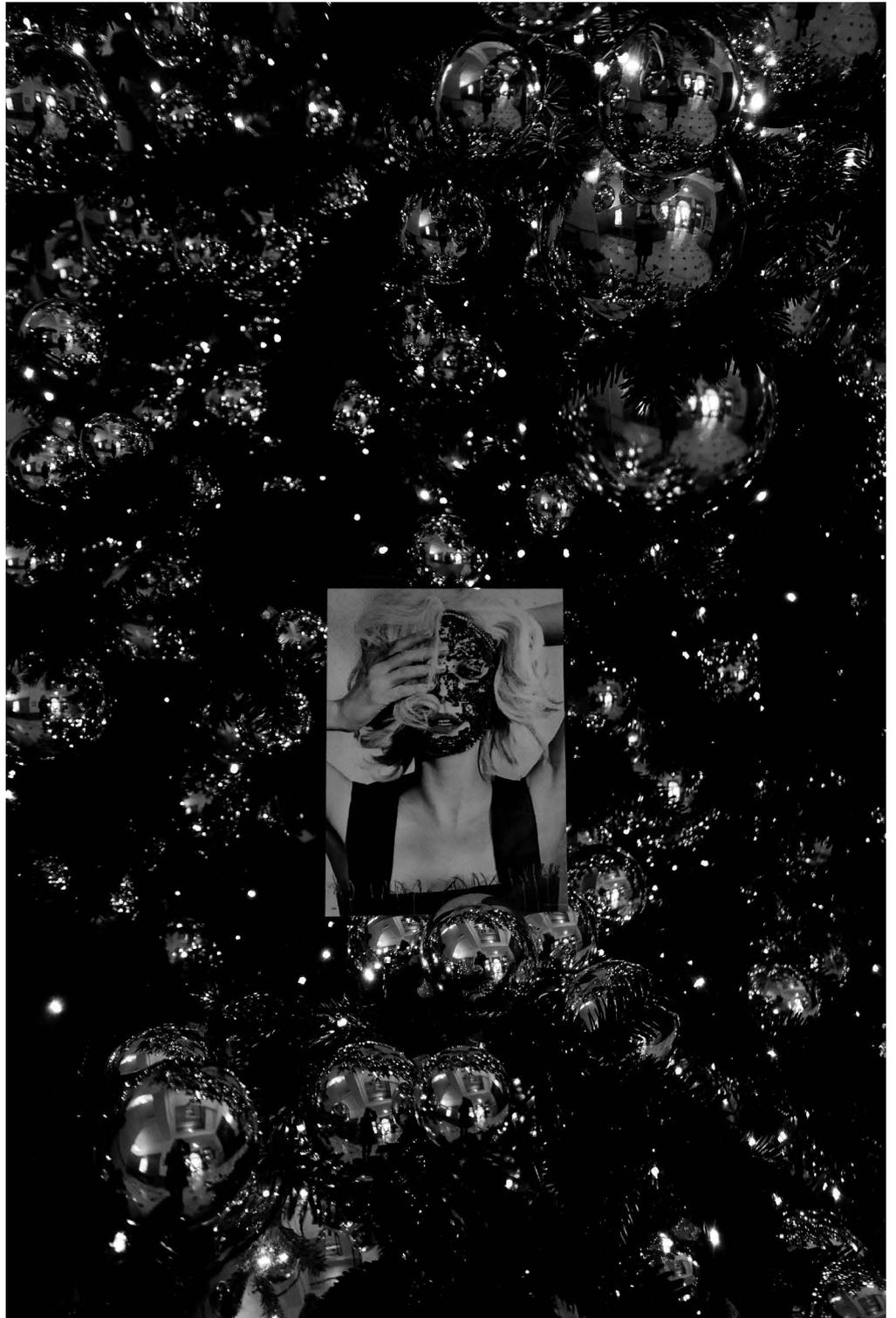
8] Sabina R. Korfmann-Bodenmann,
Flüeli-Ranft, Switzerland, 19.12.2020,
12:19, D-Lux 7, 15.7 mm, f/2.3,
1/125 s, 320 ISO

„Bitte um Hilfe für [...] meine Schwestern [...] meine Nachbarn – danke“, „Bruder Klaus bitte stehe [...]“. Diese handgeschriebenen Fürbitten finden sich im Gästebuch der Ranftkapelle. Im „Corona“-Jahr 2020 kamen besonders viele Pilgerinnen und Pilger zum berühmten Wallfahrtsort Flüeli-Ranft, um dort dem heiligen „Bruder Klaus“ zu danken und ihn um Hilfe zu bitten. In einem Bericht heisst es: „Auch wenn wir längst nicht alles lesen können, sind wir gewiss, dass die Leute im Ranft Hoffnung schöpfen und Kraft tanken.“ (<https://www.bote.ch/nachrichten/zentralschweiz/wegen-corona-kommen-viele-zu-bruder-klaus-diese-familie-wandert-in-vier-tagen-vom-emmental-in-den-ranft-art-1257992>). Das vielschichtige Thema „Lesen und Schreiben“ beschäftigte auch die Fotografin unter dem Leitgedanken der Dekadenz. So kombinierte sie die Seite aus dem Gästebuch mit einem Modebild, das im Hintergrund eine Bibliothek als blosse Kulisse zeigt. Die prunkvollen Bücher werden gerade abgestaubt aber wohl kaum benutzt.



9] Sabina R. Korfmann-Bodenmann,
Zurich, Switzerland, 01.11.2020, 11:31, D-Lux 7, 26 mm, f/5.6, 1/125 s, 200 ISO

Die schlanke „Domina“-Figur aus der Gucci-Werbung steht an einer Tankstelle, die Zapfpistole in der rechten Hand, eine Peitsche in der Linken, bereit, das rote Auto zu betanken, und dank der Montage steht sie gleichzeitig vor den Kolonnaden des denkmalgeschützten Hauptgebäudes der Schweizerischen Nationalbank. Der eigentlich simple Hinweis auf der Zapfsäule, „CASH OR CREDIT / YOUR CHOICE“, wird so mit Bedeutung aufgeladen, man denke etwa an die damals aktuelle Geldpolitik, insbesondere Negativzinsen und „Quantitative Easing“, und/oder die Assoziation „Geld fließt, Öl fließt in Strömen“.



10] Sabina R. Korfmann-Bodenmann,
Zurich, Switzerland, 20.12.2020, 13:37, D-Lux 7, 10.9 mm, f/1.7, 1/60 s, 200 ISO

Die Modezeitschrift *Vogue* veröffentlichte in ihrer deutschen Ausgabe vom Januar 2014 auf Seite 186 unter dem Motto „neo-expressiv“ ein Foto von Sebastian Kim, das das Model Drake Burnette in der Pose von Marilyn Monroe präsentiert, allerdings mit einer Gesichtsmaske aus Kaviar, die von der Visagistin Maud Laeeppe ausgeführt wurde. Dieses Bild hat die Fotografin in ein Meer von glitzernden Kugeln eingebettet, die den Weihnachtsbaum im Hotel Baur au Lac schmückten, um zwei dekadente Phänomene gleichzeitig zu visualisieren: die unaufhaltsame Arbeit am schönen weiblichen Gesicht und die ungebrochenen Geschenkerituale der Weihnachtszeit.



11] Sabina R. Korfmann-Bodenmann, Zurich, Switzerland, 17.12.2020, 11:25, D-Lux 7, 21.5 mm, f/3.5, 1/125 s, 200 ISO

Die Bottega-Champagnerflaschen im Einkaufswagen stehen noch nicht zum Verkauf, sie sind erst auf dem Weg ins Regal, und doch hat sich durch das Eingreifen der Fotografarin bereits ein fremdes Foto eingenistet, ein „Kuckucksei“ aus silbrig schimmerndem Lammleder, eine „Persiflage auf das aktuell wichtigste Getränk der Reichen und Schönen“, ein Tetrapak Kokosmilch, er baumelt auf dem Plakat mit einer von einem Lederband durchgezogenen Metallkette an einem dunklen Klebeband, die Alternative zum Champagner. Der Schriftzug „lait de coco“ besteht in der Wirklichkeit aus kleinen Perlen und Kristallen und versteht sich als Hommage an die französische Modedesignerin und Unternehmerin Coco Chanel. „Auf die Idee, simple Konsumprodukte in It-Bags zu verwandeln“, waren im Herbst 2014 Karl Lagerfeld und weitere Designer gekommen, wie Dennis Braatz in der *Süddeutschen Zeitung* schrieb (<https://www.sueddeutsche.de/stil/neue-mode-accessoires-luxustaschen-im-discounter-look-1.2155149>).



12] Sabina R. Korfmann-Bodenmann,
 Dübendorf, Switzerland, 13.12.2020,
 12:23, D-Lux 7, 19.7 mm, f/5.6, 1/640 s,
 200 ISO

Die Botschaft der Fotografie ist eindeutig: Die Dekadenz der profitgierigen Modeindustrie liegt in ihrem schamlosen Umgang mit Subkulturen. Das doppelseitige Gucci-Werbeinserat zeigt das Model Magdalena Langrova in der Aufnahme, die Sebastian Kim für die deutschsprachige *Vogue* im Oktober 2012 gemacht hat. – Im Schriftzug „Villa Antinori“ auf dem Weinflaschenkarton, der im Bildhintergrund aus einem Müllcontainer herausragt, verbirgt sich ein Selbstbezug der Fotografin. Denn die italienische Familie Antinori, die seit 1385 in der Weinherstellung tätig ist, präsentiert sie gleich zu Beginn in ihrem Fotobuch *Living Heritage. Centuries in Business*, erschienen 2016 in New Delhi.