



Departement für Gesundheit, Soziales und Kultur

**CANTON DU VALAIS**  
**KANTON WALLIS**

11 | 06 | 2024



**MEDIATHEQUE VALAIS**  
AV. DE LA GARE 15, MARTIGNY  
[mediatheque.ch/expoSALE](http://mediatheque.ch/expoSALE)

**EXPOSITION**  
**DU 14 JUIN 2024 AU 22 MARS 2025**  
LU-SA 13:00 – 18:00 / JE 10:00 – 18:00



## **Auszüge aus den Texten der Ausstellung**

### **Die Anfänge der Werbung im Wallis**

Das Profil der Bergbevölkerung wurde im Zuge der industriellen Revolution, die mit dem Aufkommen der Elektrizität und der Eisenbahn, dem Bau von Flussdämmen und der Mechanisierung einsetzte, grundlegend verändert. Man konnte nun beobachten, wie verschiedene Unternehmen dieselben Produkte anboten: In einer durch Monopole geprägten Landschaft entstand der Wettbewerb.

Die ersten Werbeplakate wurden hauptsächlich für die Eisenbahn, Hotels, landwirtschaftliche Produkte und Wintersportorte entworfen. Aufgrund der alpinen Topografie und des Klimas war die Nahrungsmittelproduktion nur in begrenztem Umfang möglich. Weiterverarbeitete Kräuter und Früchte wie Weine, Liköre, Konfitüren, Sirupe und Spirituosen wurden zum Gegenstand der Werbung.

Die Entwicklung von städtischen Strukturen und einem Dienstleistungsangebot führten zum Entstehen des Tertiärsektors, was zwar im Alltag zumeist zu einer Erleichterung führte, aber vor allem dadurch gekennzeichnet war, dass es sich um kostenpflichtige Dienstleistungen handelte. In den Dörfern und Städten eröffneten Banken, Fotostudios, Coiffeure, Lebensmittelgeschäfte, Treuhandbüros, Drogerien, Konditoreien, Teesalons, Kleider-, Möbel- und Dekorationsläden... und sie alle versuchten, sich einen Namen zu machen.

### **Nach den beiden Weltkriegen**

Erst ab 1946 erhöhte sich der Umfang von manchen Walliser Zeitungen auf mehr als vier Seiten. In den Nachkriegsjahren sollte dieser auf bis zu acht Seiten wachsen. Für die Werbung standen nun zwei Seiten zur Verfügung. Mitte der 1950er Jahre umfasste eine Zeitungsausgabe durchschnittlich zehn Seiten, wovon drei auf die Werbung entfielen. Nach der 1960 erfolgten Übernahme der Zeitung Le Rhône umfassten die ersten Ausgaben des Nouvelliste du Rhône im Durchschnitt sechzehn bis zwanzig Seiten, fünf bis sechs davon waren Werbeanzeigen. Zu diesem Zeitpunkt erhöhte sich auch die Anzahl der Fotografien. Es wurden verbesserte fotografische Reproduktionsverfahren eingesetzt. Ab dem Übergang zum Offsetdruck, den Le Nouvelliste 1971 vollzog, ist ein Anstieg des durchschnittlichen Umfangs der Zeitungsausgaben zu beobachten.

Mit dem Markteintritt der Grossverteiler (die Migros eröffnete 1951 ihr erstes Geschäft in Martinach) nahm die Werbung in den Walliser Zeitungen mehr Platz ein. Es entstanden die «halbseitige» und die «ganzseitige» Anzeige.

Zuvor waren es Kleinanzeigen, mit denen Konsumgüter zum Verkauf angeboten wurden, Anzeigen von Privatpersonen, die ihr Vieh oder Nutztiere verkauften, und Anzeigen für medizinische Ratschläge, Scharlatanerie eingeschlossen. Die meisten Anzeigen für Wundermittel waren auf Frauenbeschwerden ausgerichtet. Es gab zwar auch Produkte, mit Hilfe derer Männer ihre verlorene Männlichkeit und ihre

Haarpracht wiedererlangen sollten, aber diese waren seltener, und sie verschwanden im Laufe der Jahre wieder... Ab den 1950er Jahren wurde die Werbung in den Walliser Zeitungen immer präsenter.

## **Die Entwicklung der Werbung und die Rolle der audiovisuellen Medien**

Wenn in der Plakatwerbung bereits das unbewegte Bild, die Lithografie und das plastische Schaffen die Verführungskraft der Werbung vervielfacht hatten, sollten die audiovisuellen Medien mit Bewegtbildern diese Entwicklung noch einmal beschleunigen und auf einen neuen Höhepunkt bringen.

Wie das Plakat gehört auch der Werbespot zur Kategorie der «Werbeartefakte», die Teil einer umfassenden Marketingstrategie sind. Sie bilden nur die erkennbare Oberfläche einer hintergründigen Werbetechnik, die darauf ausgelegt ist, die Neugier der Käuferschaft zu wecken und sie bis zum Produkt zu führen.

Die Werbung mit bewegten Bildern ermöglicht es den Werbetreibenden, den Schwerpunkt auf die Traumwelt zu legen, indem weniger Text verwendet wird und die in der verbalen Sprache verlangte logische Argumentation wegfällt. Stattdessen spielen sie mit Formen, Farben, Kontrasten, optischen Täuschungen und Effekten oder Tricks, die die Film- und später die Videotechnik zu bieten haben.

Werbespots gab es nicht von Anfang an. Zunächst handelte es sich um filmische Geschichten, die auf den Regeln des Kinos basierten und eine Region oder ein Produkt zum Glitzern brachten, Geschichten, die einem einzigen Phänomen dienten, dem Wecken von Emotionen. Die Protagonisten waren stets gutaussehend, kerngesund und reich. Sie strahlten einen Hauch von Freiheit aus.

Dieser Schritt in der Geschichte der Werbetechnik ging im Übrigen einher mit dem Aufkommen der siebten Kunst, der Leinwandprojektion und später des Kleinbildschirms (des Fernsehens). Daher erinnern wir uns bei den Stand-, aber vor allem bei den Bewegtbildern daran, dass das Wort «Werbung» direkt vom Verb «werben» abgeleitet ist, das soviel bedeutet wie... verführen.

## **Blick ins Archiv einer Welt vor dem Anthropozän**

Konsumrausch: ein nicht ganz fernes Zukunftsszenario. Die Werbung ist im Jahr 2024 globalisiert. Es müssen alle Internetnutzerinnen und -nutzer, alle Besitzerinnen und Besitzer eines Smartphones erreicht werden. Alle Passantinnen und Passanten. Alle Fussgängerinnen und Fussgänger. Alle Autofahrerinnen und Autofahrer. Werbung ist allgegenwärtig, jederzeit. Sowohl im öffentlichen als auch im privaten Raum.

In der Werbesprache, die seit den «Trente Glorieuses» zu einem eigenständigen kulturellen und anthropologischen Phänomen geworden ist, und die in den Geisteswissenschaften (Geschichte, Soziologie, Semiologie, Linguistik, Informationswissenschaften...) untersucht wird, scheint es, dass alles käuflich ist, dass alles zum Werbeobjekt werden kann.

Angesichts des Verhaltens von Menschen, die sich in sozialen Netzwerken und Tutorials, Videos und Posts unaufhörlich selbst zur Schau stellen, ihren Lebensstil

propagieren, über Produkte berichten, die sie kaufen und empfehlen, und sich als Vorbilder in einer Welt aufspielen, in der Informationen selbst zum Konsumgut geworden sind, fällt es schwer, dieser Aussage nicht zuzustimmen.

Wenn alles verkauft ist, was bleibt dann noch zu wünschen übrig? Als kritisches Szenario, in dessen Mittelpunkt die Umweltkatastrophe steht, die auf die Kolonisierung des Lebensraums durch den konsumorientierten Menschen zurückzuführen ist, haben wir uns eine Post-Werbekulisse ausgedacht, in der die Touristen, die wir alle in regelmässigen Abständen sind, keine andere Wahl haben, als in den Bildern der Vergangenheit zu schwelgen, um den schönen Ausblick zu geniessen.

## **Eine inklusive Ausstellung**

Die Mediathek Wallis - Martigny setzt sich für eine Kultur ein, die allen offensteht, indem sie für diese Ausstellung:

- Eine Zugänglichkeit für Rollstühle und Personen mit eingeschränkter Mobilität
- Ein Ausstellungsheft in FALC (leicht zu lesen und zu verstehen) für
  - Menschen mit kognitiven Behinderungen
  - Ältere Menschen
  - Menschen mit Migrationshintergrund
  - Die Fremdsprachigen
  - Die Familien mit Kindern
  - Die Analphabeten
- Eine Führung in Gebärdensprache
- Eine Führung für Menschen mit Behinderungen auf Anfrage
- Kostenloser Eintritt an jedem ersten Samstag des Monats im Rahmen von *Ce samedi c'est gratuit!*
- Eine kostenlose Führung an jedem Donnerstagmittag im Rahmen des *Jeudi c'est permis!*
- Ein Familienheft, um dem jungen Publikum den Besuch der Ausstellung zu ermöglichen

## Veranstaltungen im Rahmen der Ausstellung (auf Französisch)

**SALE % – *Tout doit disparaître !*** du 13 juin 2024 au 22 mars 2025

Dans l'exposition - Espace médiation :

- Espace d'affichage pour les publicités actuelles et articles sur la thématique de la surconsommation
- Sélection de vidéos promotionnelles d'influenceur-euse-s sur Instagram
- Sélection de vidéos didactiques sur la consommation et la publicité
- Studio d'enregistrement ***Fais ta pub !***
- ***Marre de la pub dans ta boîte aux lettres ?*** Egaye la journée de l'un de tes proches en lui écrivant un petit mot sur une carte postale.

En continu :

- ***Le jeudi c'est permis !*** Visite guidée gratuite tous les jeudis de 12h10 à 12h40
- ***Ce samedi c'est gratuit !*** L'exposition est gratuite tous les premiers samedis du mois
- ***Chez Archie, le home cinéma d'archives.*** Retrouvez des vieilles publicités conservées dans les collections de la Médiathèque Valais – Martigny

Visites de classes :

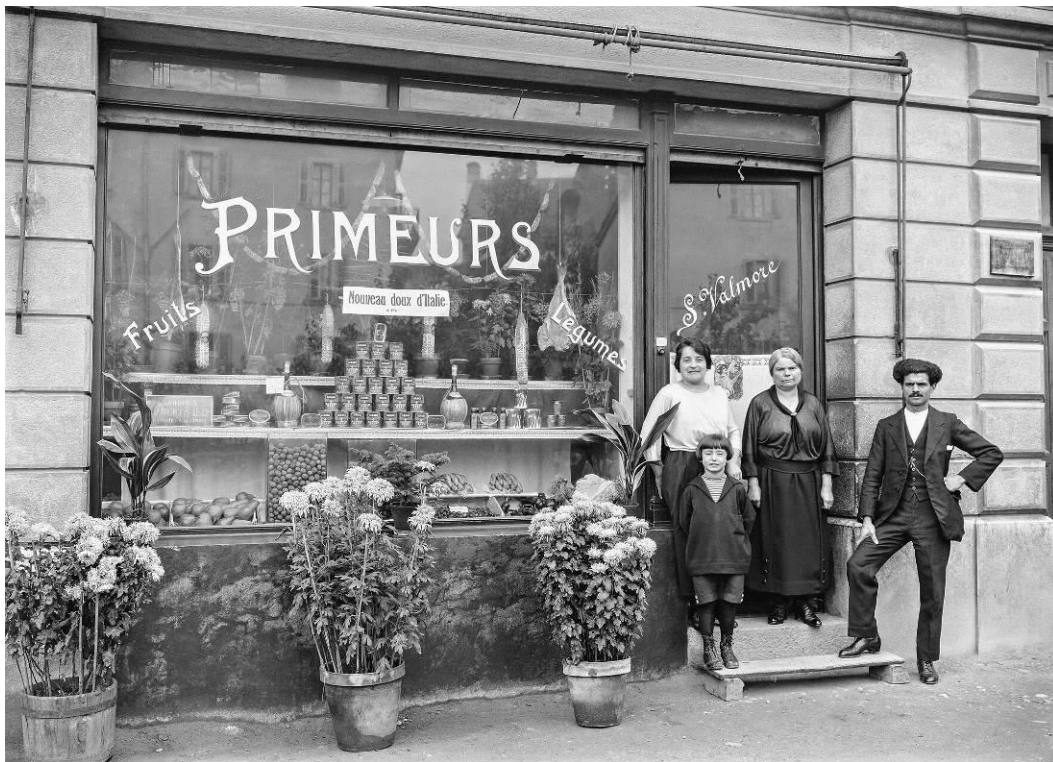
- Sur demande - Dossier pédagogique disponible
- Atelier en cours de préparation avec les ateliers Youtubes et Tiktok de la FRC. + atelier de la semaine des médias.

Evénements :

- 13 juin 2024 : **Vernissage**, allocutions officielles et concert de Fizzy Beard.
- 14 juin 2024 : Visite guidée en Langue des signes française
- Rencontre autour des films promotionnels valaisan dans le cadre des Midis rencontre de Sion, date à confirmer

- *T'en as dans le ciboulot*. L'atelier philo pour les 8-12 ans s'empare de la thématique de la consommation, date à confirmer
- 27 octobre 2024 : **Journée mondiale du patrimoine audiovisuel**
  - Projection en continu de films Mémoires en images et de publicités de nos collections
- 9 novembre 2024 : **Nuit des musées**
  - Entrée gratuite
  - Ouverture prolongée jusqu'à 23h
  - Visite guidée éclair de 30 min à 15h – 17h – 19h – 22h
  - Projection en lien avec l'exposition de Murzo (Dans l'Objectif)
  - Spectacle *La révérence (Mobile)* - Emeric Cheseaux. Entre one man show et autofiction, le comédien valaisan nous invite humblement à partager un moment de théâtre comme on partage un verre de vin.
- 31 janvier 2025 : **Conférence *Un monde tout en pub***, avec :
  - Emy Amstein, graphiste
  - Séverine André, chroniqueuse Vigousse
  - Paola Rivaz-Gapany, présidente de la FRC Valais
- 22 mars 2025 : ***Biblioweekend 2025***
  - Les mots relient les mondes
  - *Du jeu et des mots* avec une table ronde sur la conceptualisation de jeux ; un atelier sur la création de scénario à embranchement et de narration interactive.

## Bildmaterial für die Medien



Primeurs S. Valmore, Monthey, vers 1925  
© Charles Siebenmann, Vieux-Monthey, Médiathèque Valais - Martigny



Magro, Uvrier, octobre 1970  
© Treize Etoiles, Médiathèque Valais - Martigny



Au glacier du Rhône, 1899  
© Mathieu Feltin, Médiathèque Valais - Martigny



Epicerie, Unterbäch, 10 février 1957  
© Raymond Schmid, Bourgeoisie de Sion, Médiathèque Valais - Martigny





Magasin de vélos et motos, Monthey, vers 1940  
© Jules Pot, Médiathèque Valais - Martigny



Hélicoptère «Toblerone», Place de la Planta, Sion, 4 juillet 1951  
© Raymond Schmid, Bourgeoisie de Sion, Médiathèque Valais - Martigny