

Huisgenoot sê weer ja vir Pendoring

Issued by [Pendoring](#)

19 May 2015

Afrikaans is *Huisgenoot* lesers se hartstaal en omdat Pendoring Reklametoekennings se doel die bevordering van goeie Afrikaanse reklame is, het *Huisgenoot* besluit om vanjaar Pendoring as 'n Platinum-borg te steun.

"Goeie reklame is 'n kunsvorm. Op sy beste gebruik dit die sê-dinge, kultuurgoedere en eiesoortige humor van die mark waarop dit gemik is. Advertensies kan selfs nuwe woorde en gesegdes in 'n taal skep. Dit weerspieël ons leefwêreld. Dit moet ook aan die hoogste standaard gemeet word. Omdat *Huisgenoot* se lesers uiters lojaal aan hul taal en kultuur is én hulle boonop trots Suid-Afrikaans is, kan ons nie Pendoring se poging om goeie Afrikaanse reklame te bevorder, ignoreer nie," sê Henriëtte Loubser, redakteur van *Huisgenoot*.



Onderskrif: Henriëtte Loubser, redakteur van *Huisgenoot*

"Deur Afrikaanse reklame aan te moedig en te beloon help Pendoring dat kreatiewe agentskappe goeie en treffende Afrikaanse advertensies bly skep. Solank dit gebeur, sal die eindresultaat hopelik vir adverteerders bly bewys dat dit die moeite werd is om geld aan Afrikaanse advertensies te bestee, omdat dit die invloedryke Afrikaanse mark beter oorreëdel om aan 'n produk te glo en dit te koop. Die onus is dus ook op agentskappe om seker te maak dat Afrikaanse reklame so oorreëdel en effektief is dat dit eenvoudig nie opsy geskuif kan word nie.

"Ons lesers is passievol en neem eienaarskap van kwessies. Hulle het sterk sienings en gevoelens en hulle wil dit in Afrikaans uitdruk en ervaar tot voordeel van die hele land. Dis 'n mark wat hul taal op 'n vernieuwende manier sal bly uitbou en Afrikaanse reklame sal bly omhels. Ons lesers hou ons dus op ons tone met taalgebruik, of dit nou in 'n artikel of 'n advertensie is. Hulle meen as hul geld goed genoeg is vir 'n adverteerder, moet hul taal ook goed genoeg wees vir die adverteerder.

"Deur in Engels met Afrikaanse mense oor 'n produk te gesels, sal jy wel by hul kop uitkom - maar jy het 'n veel groter kans om ook by hul hart uit te kom wanneer jy in hul eie taal en idiome met hulle kommunikeer. Advertensies wil tog emosies by mense ontlok en taal is een van die kragtigste instrumente waarmee jy dit kan doen," sê Loubser

En as 'n internasionaal-belynde handelsnaam aandrang op 'n Engelse advertensie in die tydskrif? "As ons die kapasiteit beskikbaar het, bied ons aan om die Engelse advertensie deur ons span in Afrikaans te laat vertaal. Heelparty adverteerders het al hierdie aanbod aanvaar. Maar ons aanvaar nie Engelse advertensies in die tydskrif nie. By hoë uitsondering aanvaar ons wel los invoegsels wat in Engels is in die tydskrif. Soms aanvaar ons ook 'n Engelse slagspreuk - solank die res van die advertensie-kopie in Afrikaans is."

Die meeste mense is bewus daarvan dat daar deesdae veel minder Afrikaanse advertensies as, sê 10 jaar gelede, geskep word. As die Afrikaanse advertensies bly verminder, sal Media24 aanhou om Afrikaanse inhoud aan sy verbruikers te lewer ongeag die laer advertensie-inkomste of sal julle aanbod van Afrikaanse produkte al minder word?

"Minder Afrikaanse advertensies is 'n groter probleem vir radio en TV as vir ons omdat dit duurder is om daardie advertensies in meer as een taal te skep. Ons ervaar nie so 'n afname in die gedrukte tydskrif nie. Dit is wel 'n probleem op digitale platforms. Media24 as 'n groep voel baie sterk oor Afrikaanse advertensies en doen alles moontlik om dit uit te bou. Dit word ook deur die groep se interne beleid hieroor ondersteun.

"Ons grootste advertensie-inkomste kom steeds uit die gedrukte tydskrif, maar ons digitale platforms help ons om ekstra waarde tot advertensie-veldtogte toe te voeg en 'n groter gehoor vir ons adverteerders te gee. En dit is waar 'n groot reklame-uitdaging lê. Daar is ongelukkig nog nie voldoende Afrikaanse reklamesteun op dié platforms nie. Die digitale

landskap is in hierdie stadium oorwegend Engels, met net 'n paar uitskieter-webwerwe wat suiwer Afrikaans is. Daarom word baie digitale advertensies in Engels gestuur. Ons vertaal die advertensies indien moontlik en is besig met 'n toetslopie om te kyk hoe ons mark op Engelse digitale advertensies reageer. Die bedryf sal meer moet doen om Afrikaanse digitale advertensies aan te moedig," sê sy.

Ons borge is:

Platinum: ATKV, *Huisgenoot*, Media24, kykNET, Die Dagbreek Trust

Goud: Toyota

Silwer: *Die Burger*, *Rapport*

Brons: Ads24, OFM, Jacaranda FM, Caxton-gemeenskapskoerante

Ons vennote is:

Kulula.com; Maroela Media, Leopard's Leap Wines; Newsclip, MarkLives.com Bizcommunity.com; DEKAT

▪ **Joe Public tops the 2019 Pendorring rankings** 27 Nov 2019

▪ **#Pendorring2019: Congratulations, Dorings!** 4 Nov 2019

▪ **The Pendorring Awards to celebrate creative work in indigenous languages on 31 October at UJ Art Centre**
28 Oct 2019

▪ **Skud solank die vere reg vir nog 'n glansryke Pendorring-bekroningsaand** 11 Oct 2017

▪ **It's all systems go for Pendorring's glittering gala event** 11 Oct 2017



Pendorring

Pendorring is the platform that embraces country and industry to promote, unify and celebrate the richness of South Africa's creative content in all its indigenous languages.

[Profile](#) | [News](#) | [Contact](#) | [Twitter](#) | [Facebook](#) | [RSS Feed](#)

For more, visit: <https://www.bizcommunity.com>