

Praters van ‘Die Soetste Taal’ het beduidende koopkrag, sê navorsing

Sake-24 2009/07/12

Wilma de Bruin

Al staan die Afrikaanse verbruikersmark baie sterk en is Afrikaanssprekendes se bestedingsvermoë van die hoogste in die land, kry hulle nie hul regmatige deel van die reklamekoek nie.

Dit blyk uit navorsing deur Ads24, nasionale verkoopsman van Media24-koerante.

Luidens dié navorsing verteenwoordig Afrikaanssprekendes, ondanks ’n volgehoue emigrasiestroom, die grootste deel van die wit bevolking, naamlik 58%.

Altesame 77% van alle bruin mense in die land praat Afrikaans.

Die Afrikaanssprekendes in die land is 4,6 miljoen of net 16% van die totale mark, maar hulle verteenwoordig 28% van die land se huishoudelike besteding, blyk uit navorsing van Unisa se Buro vir Marknavorsing.

Bykans 40% van die boonste lewenstandaard-groep (LSM 10) se huistaal is Afrikaans, terwyl 34% van die LSM 8-10-groepe Afrikaanssprekend is. Altesame 32% van Suid-Afrikaanse huishoudings met ’n inkomste bo R20 000 per maand is Afrikaans.

“Afrikaans is op twee na die grootste taalgroep in Suid-Afrika, dog is daar in die bemarkings- en reklamegemeenskap ’n neiging om, weens die produksiekoste van meertalige reklame, Afrikaans te ignoreer.

“Maar as mens byvoorbeeld die ongedupliseerde leserskap van Afrikaanse koerante in ag neem, is dit baie duidelik dat dié lesers lojaal is en nie bereik kan word deur net die Engelse media as reklamemedium te gebruik nie,” sê me. Linda Gibson, uitvoerende hoof van Ads24.

Wat adverteerders nie besef nie, sê Gibson, is dat baie min Afrikaanssprekendes ook ’n Engelse koerant lees.

Navorsing wêreldwyd, onder meer ook onder Spaans-sprekende Amerikaners en Vlaams-sprekende Belge, toon duidelik dat ’n advertensie in ’n verbruiker se huistaal baie doeltreffender is as in enige ander taal, ongeag die verbruiker se begrip of vlotheid van ’n ander taal.

Volgens me. Barbara Cook, voormalige ondervoorsitter van die SA Reklamenavorsingstigting en stigter van TGI SA, sê waar vervaardigers produkte maak, koop verbruikers handelsname.

“Doeltreffende reklame is geanker in die kultuur van ’n bepaalde teikenmark.

“Om ’n impak op verbruikers te hê, moet reklame hul kultuur, en dus ook die taal waarmee hulle identifiseer en waarin hulle dínk, in ag neem,” sê sy.

Afrikaners is ywerige lesers

11,9 miljoen Suid-Afrikaners verstaan of lees Afrikaans.

- Gesamentlike Afrikaanse leserskap is 1,668 miljoen daagliks. Sondag is die leserskap 1,7 miljoen.
- 71% van Afrikaanse dagbladlesers lees geen ander daaglikse koerant nie.
- 74% van Afrikaanse Sondagkoerantlesers lees nie ’n ander Sondagkoerant nie.
- Sowat 60% van Afrikaanse dagbladlesers is intekenare.
- Afrikaanse koerantlesers lees Afrikaanse koerante omdat dit in Afrikaans uitgegee word en iets vir die hele gesin bied.
- Afrikaans het die afgelope 15 jaar ’n geweldige opbloeï beleef en Afrikaanssprekendes is opnuut trots op hul taal.
- Oor die algemeen is Afrikaanssprekendes geesdriftige en toegewyde lesers van Afrikaanse publikasies.