



# Websitegestaltung

Leitfaden für den südafrikanischen Markt



IHK  
Industrie- und Handelskammer  
Mittlerer Niederrhein

# LEITFADEN WEBSITEGESTALTUNG FÜR DEN SÜDAFRIKANISCHEN MARKT

Mit der Internationalisierung eines Unternehmens steigt auch der Anpassungsdruck auf seine Website als digitaler Kommunikations- und Vertriebskanal. Häufig erschöpft sich jedoch die Adaption der Unternehmenswebsite in der englischen Übersetzung ihrer deutschen Version.

Um aber markt- und zielgruppengerecht zu wirken, müssen Design, Inhalt und Funktionalität einer Website genau auf Verhalten und Vorlieben der Internetnutzer in dem ausländischen Zielmarkt abgestimmt, d.h. lokalisiert werden. Andernfalls droht Desinteresse, schlimmstenfalls sogar ein schlechtes Image.

Unser Leitfaden vermittelt zu ausgesuchten Aspekten der Websitegestaltung für den südafrikanischen Markt nützliche Tipps und Hintergrundinformationen. Diese sollen dabei unterstützen, die Anpassung der Unternehmenswebsite strategisch zu planen. Oder einen bereits für diesen Markt bestehenden Internetauftritt kritisch zu hinterfragen. Unser Leitfaden bietet dafür eine gute Grundlage. In der Regel ist jedoch die Konsultation eines entsprechenden Lokalisierungsexperten ratsam.

## INHALT

Design	3
Inhalt und Sprache	5
Kontakt und Service	6
IT	7
Recht	8
Alle Gestaltungstipps auf einen Blick	9
Impressum	10

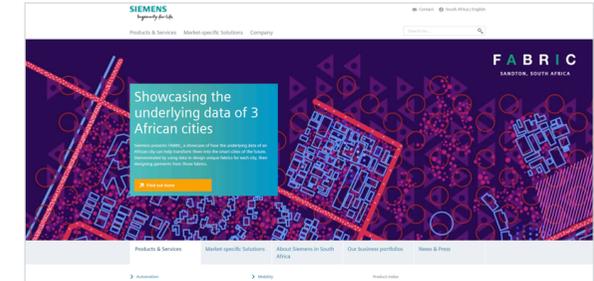
### 1.1 Navigation

Südafrikanische Internetnutzer bevorzugen ein sehr übersichtlich strukturiertes Webdesign. Sie sind es – ebenso wie die deutschen User – gewohnt, über eine Navigationsleiste am oberen oder unteren Seitenrand, oder über ein Drop-down-Menü auf der linken bzw. rechten oberen Seitenhälfte zu navigieren. Oftmals fallen die Navigationselemente dabei deutlich überschaubarer aus als in Deutschland. Unterseiten können schnell angesteuert werden. Kurze, prägnante Headlines helfen dabei. Grundsätzlich gilt: Orientieren Sie sich beim Aufbau von Struktur und Navigation Ihrer südafrikanischen Internetpräsenz an Ihrer deutschen Website.

Der Aufbau von Struktur und Navigation der südafrikanischen Website von Siemens richtet sich nach dem Muster der deutschen Onlinepräsenz des Unternehmens.



Startseite von Siemens Deutschland, [www.siemens.de](http://www.siemens.de), abgerufen am 26.11.2018.

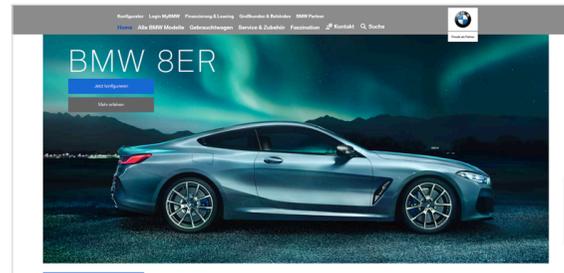


Startseite von Siemens Südafrika, [www.siemens.co.za](http://www.siemens.co.za), abgerufen am 26.11.2018.

### 1.2 Text

Im Vergleich mit deutschen Unternehmensseiten sind südafrikanische Websites – insbesondere auf den Startseiten – oftmals weniger textlastig. Die meisten Startseiten sind mit kurzen Überschriften und weiterführenden Links gespickt. Häufig werden kurze Textbotschaften wie Slogans, andere Werbebotschaften oder Firmenmottos mit Bildern kombiniert. Achten Sie bei Ihrer südafrikanischen Unternehmensseite darauf, dass Informationen in Textform möglichst prägnant sind. Verwenden Sie weiterführende Links, um möglichst wenig Text auf der Startseite unterbringen zu müssen.

Ein Blick auf die deutsche und die südafrikanische Unternehmensseite des Autobauers BMW aus München verdeutlicht, dass die Menüführung in Südafrika noch übersichtlicher ausfallen kann, als es in Deutschland der Fall ist. Im Gegensatz zu der deutschen Unternehmensseite, die im oberen Startseitenbereich mit zwei horizontalen Menüleisten sowie rechts mit einer kleineren vertikalen Menüleiste ausgestattet ist, hat die südafrikanische Website erheblich übersichtlichere Navigationselemente.



Startseite von BMW Deutschland, [www.bmw.de](http://www.bmw.de), abgerufen am 30.11.2018.

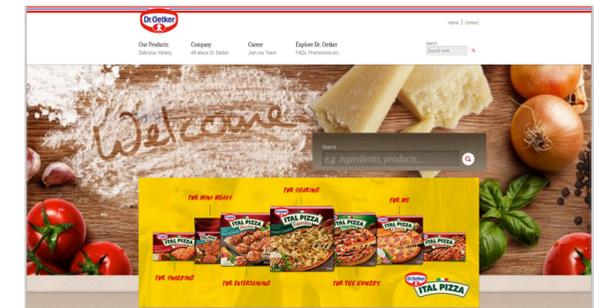


Startseite von BMW Südafrika, [www.bmw.co.za](http://www.bmw.co.za), abgerufen am 30.11.2018.

Auch beim Vergleich der deutschen und der südafrikanischen Unternehmensseite der Firma Dr. Oetker aus Bielefeld wird deutlich, dass auf der Firmenpräsenz in Südafrika noch etwas weniger Text verwendet wird.



Startseite von Dr. Oetker Deutschland, [www.oetker.de](http://www.oetker.de), abgerufen am 26.11.2018.

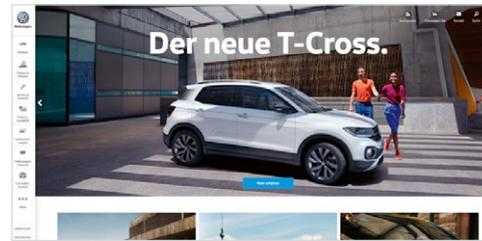


Startseite von Dr. Oetker Südafrika, [www.oetker.co.za](http://www.oetker.co.za), abgerufen am 26.11.2018.

## 1.3 Farben, Symbolik und Bilder

Die Sehgewohnheiten südafrikanischer und deutscher Nutzer liegen nah beieinander. Farben haben in beiden Kulturen eine vergleichbare Wirkung auf den Betrachter. In der Regel werden daher von deutschen Unternehmen in Südafrika der grundlegende Aufbau sowie die verwendeten Farbschemata der deutschen Internetpräsenzen übernommen. Ein beispielhafter Blick auf die Onlinepräsenzen von Unternehmen wie Volkswagen, DSV Transport and Logistics oder dem mittelständischen Pumpenhersteller KSB aus der Pfalz unterstreicht diese Beobachtung.

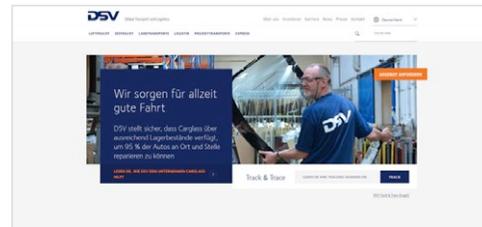
Es gibt lediglich kleine Ausnahmen bezüglich der Bedeutung von Farben. So sollten man wissen, dass Südafrikaner mit der Farbe Rot Trauer und mit der Farbe Weiß das Göttliche verbinden.<sup>1</sup> Wir empfehlen Ihnen aber grundsätzlich, sich in Hinblick auf Farben, Bilder und Symbolik an Ihrer deutschen Unternehmensseite zu orientieren. Lediglich die Farbwahl darf für Ihre südafrikanische Website ruhig etwas bunter ausfallen als in Deutschland – es ist aber kein Muss.



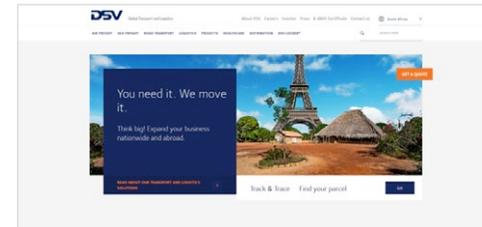
Startseite von Volkswagen Deutschland, [www.volkswagen.de](http://www.volkswagen.de), abgerufen am 26.11.2018.



Startseite von Volkswagen Südafrika, [www.vw.co.za](http://www.vw.co.za), abgerufen am 26.11.2018.



Startseite von DSV Transport and Logistics Deutschland, [www.de.dsv.com](http://www.de.dsv.com), abgerufen am 26.11.2018.



Startseite von DSV Transport and Logistics Südafrika, [www.za.dsv.com](http://www.za.dsv.com), abgerufen am 26.11.2018.



Startseite von KSB Deutschland, [www.ksb.com/ksb-de/](http://www.ksb.com/ksb-de/), abgerufen am 27.11.2018.



Startseite von KSB Südafrika, [www.ksb.com/ksb-za/](http://www.ksb.com/ksb-za/), abgerufen am 27.11.2018.

## Gestaltungstipps auf einen Blick:

Orientieren Sie sich hinsichtlich des Aufbaus von Struktur und Navigation Ihrer südafrikanischen Internetpräsenz an Ihrer deutschen Website.

Verwenden Sie übersichtliche Navigations Elemente.

Achten Sie darauf, dass Informationen in Textform möglichst prägnant sind. Verwenden Sie weiterführende Links, um möglichst wenig Text auf der Startseite unterbringen zu müssen. Südafrikanische Websites sind im Vergleich zu deutschen Seiten oftmals weniger textlastig.

Gestalten Sie Ihre südafrikanische Website hinsichtlich der Farben und Bilder angelehnt an Ihre deutsche Unternehmensseite.

<sup>1</sup><https://www.idealismprevails.at/die-sprache-der-farben/> bzw. Gerd-Inno Spindler: Basiswissen Marketing, S. 176.



### 2.1 Image, Markenbildung und Zielgruppenansprache

Südafrika ist – neben Namibia – das „deut-scheste“ Land auf dem afrikanischen Kontinent.<sup>2</sup> Beste Voraussetzung also, um Ihr Unternehmen auf dem südafrikanischen Markt zu platzieren, denn deutsche Qualität ist ein wichtiges Verkaufsargument.<sup>3</sup> Während Ihre deutsche Website etwa schnelle Lieferzeiten und einen guten Service in den Vordergrund stellt, kann beispielsweise auf Ihrer südafrikanischen Website der Fokus inhaltlich stärker auf „Qualität made in Germany“ liegen.

Da Südafrika als lockeres, unkompliziertes Land gilt, muss auf eine besondere Zielgruppenansprache in der Regel nicht geachtet werden. Wie in jedem Land darf aber natürlich die jeweilige Branche nicht aus den Augen verloren werden. Ein Unternehmen aus dem Finanzsektor muss eine formellere Ansprache wählen, als ein Start-up aus der Medienbranche.

### 2.2 Suchmaschinenoptimierung

Google ist mit großem Abstand die meistgenutzte Suchmaschine in Südafrika. Der Marktanteil bei den aktiv Suchenden liegt bei über 93 Prozent – gefolgt von Bing (rund 5%) und Yahoo (rund 1%).<sup>4</sup> Damit Ihre Website von Ihrer Zielgruppe gefunden wird, sollten Sie Ihre Inhalte von Beginn an suchmaschinenoptimiert lokalisieren lassen. Hierbei werden u.a. relevante

Suchbegriffe vorab recherchiert und direkt in Ihre Websiteinhalte eingebaut, sodass Ihre südafrikanische Unternehmensseite vor allem bei Google ganz oben in den Suchergebnissen erscheint.

### 2.3 Produktinformationen

Auch in Hinblick auf die Produktinformationen auf Ihrer südafrikanischen Website gilt: Orientieren Sie sich an Ihrer deutschen Unternehmensseite. Liefern Sie gehaltvolle Produktinformationen und hochwertige Bilder. Auch der Produktpreis ist immer ein sehr wichtiges Kriterium und sollte besonders hervorgehoben werden. Es lohnt sich, regelmäßig mit besonderen Preisangeboten auf Ihrer Website zu werben und diese gut sichtbar zu platzieren.

### 2.4 Sprache und Übersetzung

Nach Indien und Bolivien ist Südafrika das Land mit den meisten Amtssprachen der Welt. Insgesamt gibt es elf offizielle Sprachen. Doch keine Sorge: Sie müssen Ihre südafrikanische Unternehmensseite nicht in allen elf Sprachen anbieten. Eine Übersetzung ins Englische ist völlig ausreichend. Bei der Übersetzung gilt es allerdings zu beachten, dass es sich bei der Sprachvariante um das South African English (SAE)

DEUTSCH	BRITISH ENGLISH	SOUTH AFRICAN ENGLISH
Springbock	springbok	springbuck
Durchlauferhitzer	boiler	geyser
Ampel	traffic light	robot
Kino	cinema	bioscope
Anleihe	mortgage	bond
Plastiktüte	plastic shopping bag	packet
Kreisverkehr	roundabout	circle
Eckladen	corner shop	café

handelt: Englisch, das im Laufe der Zeit durch verschiedene andere Sprachen beeinflusst wurde. Vor allem Niederländisch und Afrikaans hatten einen großen Einfluss auf SAE. Zwar stimmt es zu einem Großteil mit dem British English überein, dennoch gibt es einige Eigenwörter sowie Ausnahmen bei Vokabeln, die nicht mit dem britischen Englisch identisch sind (*siehe Tabelle*). Wir empfehlen Ihnen, einen professionellen – nach Möglichkeit muttersprachlichen – Übersetzer für Ihre südafrikanische Unternehmensseite zu beauftragen.

### 2.5 Maßeinheiten und Zahlen

Im Gegensatz zu Deutschland wird in Südafrika das Komma als Trennzeichen für die 1.000er-Notation verwendet (Deutschland: 1.234,56; Südafrika: 1,234.56). Bei Preisangaben wird in der Regel aber auf Trennzeichen vollständig verzichtet. Bei Maßeinheiten hingegen müssen Sie

Beispiele für deutsche Begriffe, deren englische Übersetzungen sich je nach Sprachvariante unterscheiden.<sup>5</sup>

keine Anpassungen für Ihre südafrikanische Website vornehmen, da auch in Südafrika offiziell das metrische System gilt. Einen weiteren Unterschied im Vergleich zu Deutschland findet man bei Kleider- und Schuhgrößen: Hier ist in Südafrika das britische Größensystem üblich. Die Währung in Südafrika ist der Südafrikanische Rand (ZAR, Bsp.: R 1000).

### Gestaltungstipps auf einen Blick

„Made in Germany“ ist in Südafrika gefragt. Nutzen Sie Ihre deutsche Herkunft für Markenbildung und Marketingzwecke.

Damit Ihre Website von Ihrer Zielgruppe bei Google gefunden wird, sollten Sie Ihre Inhalte von Beginn an suchmaschinenoptimiert lokalisieren lassen.

Orientieren Sie sich bezüglich der Produktbeschreibungen an Ihrer deutschen Unternehmensseite.

Beachten Sie, dass es Unterschiede zwischen British English und South African English gibt. Lassen Sie Ihre Website professionell ins Englische übersetzen.

Denken Sie daran, dass in Südafrika ein Komma anstatt eines Punkts als Trennzeichen für die 1.000er-Notation verwendet wird. Die Währung ist der Südafrikanische Rand (ZAR).

<sup>2</sup><https://www.kapstadtmagazin.de/deutsche-gesch%C3%A4fte-kapstadt> <sup>3</sup><https://www.gtai.de/GTAI/Navigation/DE/Trade/Maerkte/Future/made-in-germany,t=made-in-germany-geniesst-in-suedafrika-den-besten-ruf,did=1961992.html>

<sup>4</sup><https://worldsites-schweiz.ch/suchmaschinenmarketing-und-seo-in-sudafrika.htm> <sup>5</sup><https://public.oed.com/blog/south-african-english/#>



## 3.1 Kundenservice

Das Thema Service spielt in Südafrika eine wichtige Rolle, und das Bedürfnis nach einem guten Kundendienst ist entsprechend groß. Mit dem „Ask Afrika Orange Index“ werden seit 2001 die Unternehmen mit dem besten Kundenservice in Südafrika ausgezeichnet. 2018/19 waren gleich drei deutsche Unternehmen in den Top 10 vertreten: BMW, Audi und Mercedes-Benz.<sup>6</sup> Vor allem von deutschen Unternehmen wird ein qualitativ hochwertiger, freundlicher Kundenservice erwartet. Sorgen Sie daher für einen kompetenten, englischsprachigen Ansprechpartner.<sup>7</sup> Im Idealfall spricht dieser weitere südafrikanische Amtssprachen – dies ist allerdings kein Muss, ein englischsprachiger Service ist in Südafrika ganz normal. Erwartet werden außerdem eine lokale Kontaktadresse und Telefonnummer sowie eine Kontaktmöglichkeit per E-Mail.

## Unterstützung

Die IHK Mittlerer Niederrhein ist NRW-Länderschwerpunktkammer für Südafrika, Ghana und Nigeria und bietet Unternehmen u. a. Informations- und Veranstaltungsangebote.

[subsahara-afrika-ihk.de](https://www.subsahara-afrika-ihk.de)

## 3.2 Kommunikationskanäle

Die Zahl von Social-Media-Nutzern in Südafrika nimmt rapide zu. Die mit Abstand wichtigste Plattform ist Facebook, mit bereits 16 Millionen Nutzern im Jahr 2018 (etwa 35% der Gesamtbevölkerung) – 2016 waren es noch rund 14 Millionen.<sup>8</sup> Neben den üblichen Kommunikationskanälen wie Telefon und E-Mail, empfehlen wir die Einbindung einer Facebook-Unternehmensseite für Ihre südafrikanische Website, mit der Sie Ihren Kunden eine weitere Kontaktmöglichkeit bieten.



## Gestaltungstipps auf einen Blick:

Geben Sie auf Ihrer südafrikanischen Website eine lokale Adresse und Telefonnummer sowie eine Kontaktmöglichkeit per E-Mail an.

Sorgen Sie für einen kompetenten, englischsprachigen Ansprechpartner im Kundenservice. Im Idealfall spricht dieser weitere südafrikanische Amtssprachen – dies ist allerdings kein Muss.

Richten Sie eine Facebook-Unternehmensseite ein und bieten Sie so Ihren Kunden einen weiteren Kommunikationskanal.

<sup>6</sup><http://askafrika.co.za/news/2018/service-excellence-celebrated-2018-ask-afrika-orange-index-winners-announced>

<sup>7</sup><https://www.gtai.de/GTAI/Navigation/DE/Trade/Maerkte/Future/made-in-germany,t=made-in-germany-genieusst-in-suedafrika-den-besten-ruf,did=1961992.html> <sup>8</sup>Ornico Et World Wide Worx: SA Social Media Landscape 2018.

## 4.1 Hosting

Mit einem Marktanteil von rund 20 Prozent kommt das beliebteste Hosting-Unternehmen in Südafrika 2018 tatsächlich aus Deutschland: Hetzner Online<sup>9</sup> liegt weit vor den südafrikanischen Anbietern Afrihost<sup>10</sup> (ca. 10%) oder Webafrica<sup>11</sup> (ca. 6%).<sup>12</sup> Eine Übersicht zu möglichen Hostern finden Sie bei HostAdvice.<sup>13</sup> Es ist nicht notwendig, Ihre südafrikanische Website in Südafrika zu hosten.

## 4.2 Domain-Registrierung

Sichern Sie sich für Ihren südafrikanischen Internetauftritt die landesspezifische Top-Level-Domain (ccTLD) **.co.za**. Die Domain-Endung wird von der .za Domain Name Authority (.ZADNA)<sup>14</sup> verwaltet und von Südafrikanern selbst sowie von international tätigen Unternehmen – die in Südafrika Niederlassungen haben – genutzt. Die Registrierung einer solchen Domain ist prinzipiell für jeden Nutzer möglich. Einige Besonderheiten müssen Sie allerdings beachten:<sup>15</sup> Die Mindestlänge für Ihre südafrikanische Domain beträgt drei Zeichen und die maximale Länge lediglich 30 Zeichen (bei den meisten ccTLDs sind es 60 Zeichen). Im Domain-Namen sind Sonderzeichen wie deutsche Umlaute nicht erlaubt, er darf auch nicht komplett aus Ziffern bestehen. Die Registrierung verläuft automatisiert, dennoch kann der Abschluss bis zu drei Tage dauern. Mögliche Anlaufstellen für die Registrierung Ihrer Südafrika-Domain sind beispielsweise united-domains<sup>16</sup>, PROLINK<sup>17</sup> oder easyname<sup>18</sup>.

## 4.3 Responsive Webdesign

Die meisten südafrikanischen Internetnutzer sind über mobile Endgeräte wie Smartphones oder Tablets aktiv. Beim mobilen Zahlungsverkehr zum Beispiel nimmt Südafrika weltweit eine führende Rolle ein.<sup>19</sup> Auf Facebook sind ganze 14 Millionen der landesweit 16 Millionen Nutzer über Mobilgeräte online.<sup>20</sup> Achten Sie daher unbedingt darauf, Ihre südafrikanische Unternehmensseite für diverse mobile Endgeräte zu optimieren.

## Gestaltungstipps auf einen Blick:

Nutzen Sie für Ihre südafrikanische Unternehmensseite die landesspezifische Top-Level-Domain mit der Endung „.co.za“.

Ihre Website muss nicht zwingend in Südafrika gehostet werden. Das beliebteste Hosting-Unternehmen in Südafrika kommt aus Deutschland.

Optimieren Sie Ihre Website unbedingt für diverse Endgeräte.

## Unterstützung

Die Deutsche Industrie- und Handelskammer für das südliche Afrika (Auslandshandelskammer, AHK) unterstützt deutsche Unternehmen bei Markteintritt und Geschäftspräsenz in Südafrika und der Region südliches Afrika.

[suedafrika.ahk.de](http://suedafrika.ahk.de)



<sup>9</sup><https://www.hetzner.com/> <sup>10</sup><https://www.afrihost.com/> <sup>11</sup><https://www.webafrica.co.za/> <sup>12</sup><https://de.hostadvice.com/marketshare/za/> <sup>13</sup><https://de.hostadvice.com/marketshare/za/> <sup>14</sup><https://www.zadna.org.za/>

<sup>15</sup><https://www.checkdomain.de/blog/domains-hosting/vergabestellen/domainendung-mit-besonderheiten-sudafrikas-tld-co-za/> <sup>16</sup><https://www.united-domains.de/za-domain/> <sup>17</sup><http://www.prolink.de/de/domains/domain-shop.php?tld=co.za>

<sup>18</sup><https://www.easyname.de/de/co.za-domain> <sup>19</sup><https://www.ip-insider.de/mobile-kommunikation-als-wachstumstreiber-a-568760/> <sup>20</sup>Ornico & World Wide Worx: SA Social Media Landscape 2018.

## 5.1 Allgemeines

Die südafrikanische entspricht grundsätzlich der europäischen Rechtslage, da sich der seit 2002 geltende Electronic Communications and Transactions Act<sup>21</sup> an den europäischen Richtlinien etwa zu den Themen E-Commerce, Verbraucherschutz oder elektronische Kommunikation und Transaktionen orientiert.<sup>22</sup> Allerdings können sich aus der „Broad-Based Black Economic Empowerment“-Politik Südafrikas Anforderungen an Unternehmen ergeben, die sich auf die inhaltliche Gestaltung der Unternehmenswebsite niederschlagen können (vgl. Kapitel 5.2).

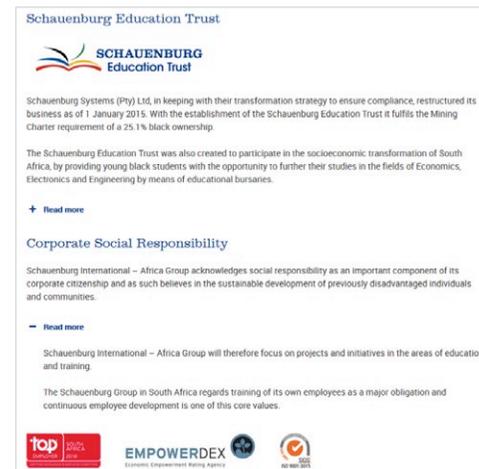
## 5.2 Broad-Based Black Economic Empowerment

Mit dem von der südafrikanischen Regierung 2003 eingeführten Programm „Broad-Based Black Economic Empowerment“ (B-BBEE) und der entsprechenden Gesetzgebung sollen die während der Apartheid benachteiligten Bevölkerungsschichten Südafrikas in das von einer weißen Minderheit dominierte Wirtschaftsleben integriert und Chancengleichheit hergestellt werden. Danach sind Unternehmen z. B. angehalten, Schwarze am Eigentum bzw. an der Führung des Unternehmens zu beteiligen sowie die Aus- und Weiterbildung schwarzer Mitarbeiter zu fördern. Für solche und andere B-BBEE-Maßnahmen erhalten die Firmen nach einem nor-

Die deutschen Unternehmen Schauenburg und Mercedes-Benz haben ihren B-BBEE-Status und die entsprechenden Aktivitäten auf unterschiedliche Weise auf ihren südafrikanischen Websites abgebildet.

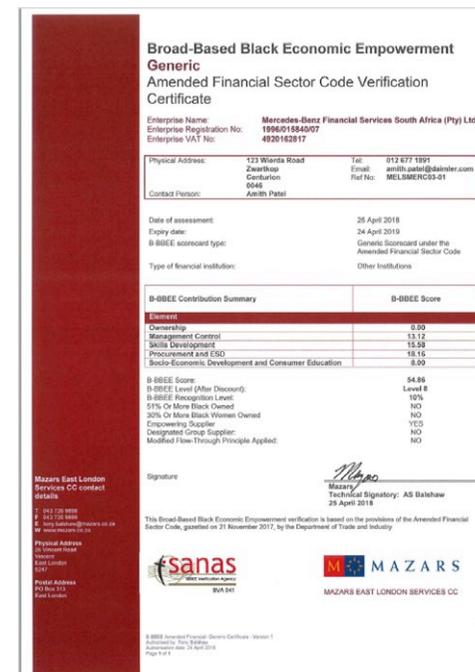


Social Responsibility Seite von Mercedes-Benz Südafrika, [www.mercedes-benzsa.co.za/corporate-social-responsibility/](http://www.mercedes-benzsa.co.za/corporate-social-responsibility/), abgerufen am 05.02.2019



Abschnitt zum Thema CSR und B-BBEE auf der Website von Schauenburg Südafrika, [www.schaenburg.co.za/about-schaenburg-systems/](http://www.schaenburg.co.za/about-schaenburg-systems/), abgerufen am 05.02.2019

Mercedes-Benz etwa bietet auf der südafrikanischen Unternehmensseite sogar ein großes Kapitel zum Thema Social Responsibility an, sowie das komplette B-BBEE-Zertifikat zum Download.



B-BBEE-Zertifikat auf der Website von Mercedes-Benz Südafrika, [www.mercedes-benzsa.co.za](http://www.mercedes-benzsa.co.za), abgerufen am 05.02.2019

mierten System Punkte. Dieser Status hat Auswirkungen u. a. auf die Berücksichtigung bei der Vergabe öffentlicher Aufträge. Weiterführende Informationen finden Sie auf der Website des südafrikanischen Ministeriums „Department of Trade and Industry“<sup>23</sup>. Es bietet sich daher für Ihre südafrikanische Website an, dort ihren positiven B-BBEE-Status und ihre entsprechenden Aktivitäten darzustellen. Auf der Website sollten Sie im Übrigen auch alle weiteren Projekte prominent abbilden, die Ihr Unternehmen in Südafrika in Wahrnehmung einer sozialen Verantwortung (Corporate Social Responsibility, CSR) unternimmt. Solche Maßnahmen haben über eine mögliche B-BBEE-Verpflichtung hinaus im Land eine hohe Bedeutung.<sup>24</sup>

## Gestaltungstipps auf einen Blick:

Stellen Sie den guten B-BBEE-Status Ihres Unternehmens auf Ihrer Website z. B. durch eine eigene Rubrik oder sogar durch Veröffentlichung des B-BBEE-Zertifikats deutlich sichtbar dar.

Auch wenn ein entsprechendes Engagement rechtlich nicht gefordert ist: Kommunizieren Sie auf Ihrer südafrikanischen Unternehmensseite ihr soziales Engagement in Südafrika, und stellen Sie Ihre CSR-Projekte prominent vor.

<sup>21</sup><https://www.gov.za/documents/electronic-communications-and-transactions-act> <sup>22</sup><https://www.e-recht24.de/artikel/vertragsrecht/66.html> <sup>23</sup>[https://www.thedti.gov.za/economic\\_empowerment/bee\\_codes.jsp](https://www.thedti.gov.za/economic_empowerment/bee_codes.jsp) <sup>24</sup><https://www.subsahara-afrika-ihk.de/blog/2013/08/05/csr/>

# ALLE GESTALTUNGSTIPPS AUF EINEN BLICK

LEITFADEN WEBSITEGESTALTUNG FÜR DEN SÜDAFRIKANISCHEN MARKT

## DESIGN



Orientieren Sie sich hinsichtlich des Aufbaus von Struktur und Navigation Ihrer südafrikanischen Internetpräsenz an Ihrer deutschen Website.

Verwenden Sie übersichtliche Navigationselemente.

Achten Sie darauf, dass Informationen in Textform möglichst prägnant sind. Verwenden Sie weiterführende Links, um möglichst wenig Text auf der Startseite unterbringen zu müssen. Südafrikanische Websites sind im Vergleich zu deutschen Seiten oftmals weniger textlastig.

Gestalten Sie Ihre südafrikanische Website hinsichtlich der Farben und Bilder angelehnt an Ihre deutsche Unternehmensseite.

## INHALT UND SPRACHE



„Made in Germany“ ist in Südafrika gefragt. Nutzen Sie Ihre deutsche Herkunft für Markenbildung und Marketingzwecke.

Damit Ihre Website von Ihrer Zielgruppe bei Google gefunden wird, sollten Sie Ihre Inhalte von Beginn an suchmaschinenoptimiert lokalisieren lassen.

Orientieren Sie sich bezüglich der Produktbeschreibungen an Ihrer deutschen Unternehmensseite.

Beachten Sie, dass es Unterschiede zwischen British English und South African English gibt. Lassen Sie Ihre Website professionell ins Englische übersetzen.

Denken Sie daran, dass in Südafrika ein Komma anstatt eines Punkts als Trennzeichen für die 1.000er-Notation verwendet wird. Die Währung ist der Südafrikanische Rand (ZAR).

## KONTAKT UND SERVICE



Geben Sie auf Ihrer südafrikanischen Website eine lokale Adresse und Telefonnummer sowie eine Kontaktmöglichkeit per E-Mail an.

Sorgen Sie für einen kompetenten, englischsprachigen Ansprechpartner im Kundenservice. Im Idealfall spricht dieser weitere südafrikanische Amtssprachen – dies ist allerdings kein Muss.

Richten Sie eine Facebook-Unternehmensseite ein und bieten Sie so Ihren Kunden einen weiteren Kommunikationskanal.

## IT



Nutzen Sie für Ihre südafrikanische Unternehmensseite die landesspezifische Top-Level-Domain mit der Endung „.co.za“.

Ihre Website muss nicht zwingend in Südafrika gehostet werden. Das beliebteste Hosting-Unternehmen in Südafrika kommt aus Deutschland.

Optimieren Sie Ihre Website unbedingt für diverse Endgeräte.

## RECHT



Stellen Sie den guten B-BBEE-Status Ihres Unternehmens auf Ihrer Website z. B. durch eine eigene Rubrik oder sogar durch Veröffentlichung des B-BBEE-Zertifikats deutlich sichtbar dar.

Auch wenn ein entsprechendes Engagement rechtlich nicht gefordert ist: Kommunizieren Sie auf Ihrer südafrikanischen Unternehmensseite ihr soziales Engagement in Südafrika, und stellen Sie Ihre CSR-Projekte prominent vor.

<b>Herausgeber</b>	<b>Industrie- und Handelskammer Mittlerer Niederrhein</b> KdöR, vertreten durch den Präsidenten und den Hauptgeschäftsführer Friedrichstraße 40, 41460 Neuss <a href="https://www.mittlerer-niederrhein.ihk.de">mittlerer-niederrhein.ihk.de</a>
<b>Ansprechpartner</b>	Stefan Enders, <a href="mailto:enders@mittlerer-niederrhein.ihk.de">@enders@mittlerer-niederrhein.ihk.de</a>   Aleksandra Kroll, <a href="mailto:kroll@mittlerer-niederrhein.ihk.de">@kroll@mittlerer-niederrhein.ihk.de</a>
<b>Autor</b>	Lingua-World GmbH (Thorsten Schnug) Lingua-World ist ein international tätiger Sprachdienstleister. Zum Portfolio gehören Übersetzungen und Dolmetschen sowie die strategische Beratung zu Internationalisierung, die Lokalisierung von Websites und SEO-Übersetzungen. <a href="https://www.lingua-world.de">lingua-world.de</a>
<b>Stand</b>	März 2019
<b>Bezug   weitere Leitfäden</b>	Der Lokalisierungsleitfaden Südafrika kann als PDF unter <a href="https://www.mittlerer-niederrhein.ihk.de/17774">mittlerer-niederrhein.ihk.de/17774</a> kostenlos heruntergeladen werden. Unter dieser Adresse sind weitere landesspezifische Lokalisierungsleitfäden erhältlich.
<b>Copyright</b>	Alle Rechte liegen beim Herausgeber. Ein Nachdruck – auch auszugsweise – ist nur mit ausdrücklicher Genehmigung des Herausgebers und Quellenangabe gestattet.
<b>Haftungsausschluss</b>	Die Inhalte dieser Publikation wurden mit größter Sorgfalt erarbeitet und zusammengestellt. Für ihre Richtigkeit und Vollständigkeit sowie für zwischenzeitliche Änderungen übernimmt der Herausgeber jedoch keine Gewähr. Dies gilt auch für die Inhalte der hier lediglich zu Informationszwecken angegebenen externen Internetseiten.
<b>Bildnachweise</b>	Titelseite: 360° Design; S. 6, 7: Adobe Stock
<b>Design</b>	360° Design, Krefeld

**Lingua-World**



Industrie- und Handelskammer  
Mittlerer Niederrhein