

Pressemitteilungen 01.01.2008

Seit 1. Januar 2008 ist omedia24 in Marokko unter einer neuen Adresse erreichbar. Das neue Büro der omedia24 mit 5 Mitarbeiter wurde Ende 2007 eingerichtet und bietet insbesondere kleinen und mittleren Unternehmen Online Marketing Dienstleistungen, Beratung und IT-Dienstleistungen für arabische und afrikanische Unternehmer sowie Einstiegshilfen in den europäischen Online Markt an.

Die arabischen und afrikanischen Märkte sind sehr viel versprechend. Die arabischen und afrikanischen Länder zählen weiterhin zu den sich am dynamischsten und spannendsten entwickelnden Herkunftsmärkten. In der Marktbearbeitung gilt es, den Fokus auf die oben genannten und für die arabischen und afrikanischen Märkte spezifische Motive zu lenken, neue Werbe-Maßnahmen einzuführen und zu entwickeln und dabei die Marken und Dienstleistungen diese Märkte in eindeutiger Art und Weise online zu positionieren. Die Einführung von Suchmaschinen-Optimierung (SEO), Suchmaschinen-Marketing (SEM) und der Aufbau von kommerziellen Portale und Online Marketing Netzwerke kann diese Märkte nur stärken und konkurrenzfähig machen. Das Potential für eine weitere positive Entwicklung ist laut Prognosen vorhanden.

Die wirtschaftliche Öffnung Marokkos setzt sich weiter fort. Marokko hat zahlreiche Freihandelsabkommen abgeschlossen, darunter das Assoziationsabkommen mit der EU aus dem Jahre 2000. Mit dem allmählichen Zollabbau wurde begonnen und bis 2012 sollen alle Zollschranken fallen. Die marokkanischen Exporte haben sich 2006 mit einem Plus von 11,2% erneut erfreulicher als im Vorjahr (7,4%) entwickelt. Die Exporte erreichen nur 22,6% des BIP (Vorjahr 20,8%). Der Exportanteil von Konsumgütern betrug 31,3% der marokkanischen Exporte (Vorjahr: 32,4%).

Besonders erfreulich entwickelte sich der Export von Bekleidung - des wichtigsten Exportgut Marokkos - mit einem Zuwachs von 16,9% und einem Exportanteil von 18,7%. Halbfertigprodukte erreichten einen Anteil von 28,4% und nahmen um 18% zu. Deutsche Unternehmen haben im vergangenen Jahr rund 80 Mio. Euro investiert, zumeist waren es Erweiterungsinvestitionen deutscher Großunternehmen. Damit landete Deutschland an neunter Stelle (Vorjahr Platz 3) unter den Investoren. Der deutsche Anteil an den Auslandsinvestitionen in Marokko betrug 3%.

Erfolge sind bislang beim Aufbau von Call-Centern, in der Automobilindustrie mit dem Bau des Dacia Logan in Casablanca und im Telekommunikationsbereich verzeichnet worden. Auch die Exporte nach Europa und die Luftfahrtzulieferindustrie entwickeln sich positiv.

Steuerpräferenzen und die Förderung beruflicher Bildung sollen das Programm "Emergence" unterstützen. Auch hier können erste Fortschritte benannt werden: Firmen im offshore-Bereich, die 70% ihres Umsatzes im Export erzielen, können mit erheblichen steuerlichen Entlastungen und mit einer Beteiligung an den Ausbildungskosten des einheimischen Personals rechnen. Zusammenfassende Bewertung Marokko steht unter großem Druck, die Herausforderungen der Handelsliberalisierung zu bestehen und die Modernisierung der Wirtschaft zu einem Erfolg zu führen. Viele Maßnahmen werden diskutiert und initiiert.

Zur Expansion von omedia24 in Marokko sagt Rida Mekaoui, Managing Director omedia24 Deutschland: "Durch unsere Expansion in Mehdyia / Marokko zeigen wir, wie wichtig Marokko als Standort für omedia24 ist, und dass eine starke internationale Präsenz für uns unverzichtbar ist. Unser Bekenntnis zu Marokko als weiterer bedeutender Standort unterstreicht unsere Verbundenheit mit dem arabischen und afrikanischen Online Markt. Im arabischen Markt sehen wir ein sehr hohes Entwicklungspotenzial im Online Marketing, E-Commerce und im IT-Bereich. Viele Unternehmen setzen bisher noch keine Online Werbe-Maßnahmen zum Verkauf ihrer Produkte oder Dienstleistungen ein".

Für Rückfragen: Rida Mekaoui Managing Director omedia24 Deutschland.

Tel.: +49/(0)89 / 12 71 12 - 57

E-Mail: rida.mekaoui@omedia24.de

Internet: <http://www.omedia24.de>