

KOMMENTAR

Angstgegner Bitkom

Er fühle sich vom Bitkom „erdrückt“, hat Harald A. Summa, Geschäftsführer des Eco-Verbandes, vor einiger Zeit gesagt. Auch beim BVDW ist man auf den Bitkom nicht allzu gut zu sprechen: Immer wieder muss zum Beispiel Paul Mudter, Vorsitzender des innerhalb des BVDW enorm einflussreichen



Frank Kemper,
Stv. Chefredakteur

Online-Vermarkterkreises (OVK), auf Pressekonferenzen Fragen beantworten, warum die OVK-Zahlen zum deutschen Onlinewerbemarkt so ganz anders ausfallen als diejenigen, die der Bitkom seit einiger Zeit regelmäßig herausgibt. „Der Bitkom räubert in letzter Zeit ein bisschen rum“, sagt BVDW-Geschäftsführerin Tanja Feller und drückt damit aus, was viele bei BVDW und Eco denken: Der ITK-Industrieverband, der Konzerne wie IBM, Hewlett Packard und Siemens zu seinen Mitgliedern zählt, soll sich aus Branchen heraushalten, in denen er nichts verloren hat und von denen er nichts versteht.

Vor diesem Hintergrund ist die auf der Cebit verkündete Kooperation zwischen BVDW und Eco verständlich. Die Interessen eines technikgetriebenen Webhosters mögen sich mit denen eines Onlinemarketing-Spezialisten vielleicht auf den ersten Blick kaum überschneiden. Aber keiner von den beiden kleineren Verbänden möchte tatenlos zusehen, wie seine Themen – und auch seine Mitglieder – vom übermächtig erscheinenden Bitkom absorbiert werden. Aus der Allianz zwischen BVDW und Eco könnte bald eine Fusion werden. Zwar wird diese Entwicklung von Funktionären der beiden Verbände derzeit noch pflichtschuldigst dementiert, aber um gegen einen Industrieverband vom Kaliber des Bitkom auf die Dauer mit einem eigenständigen Profil bestehen zu können, braucht es eine kritische Masse, die der Eco allein nicht hat – und der BVDW vermutlich auch nicht.