



Interaktive Präsentationen mit iPads ? Event Pad zeigt, was moderne Kommunikationstechnologie leisten kann

Interaktive Präsentationen mit iPads - Event Pad zeigt, was moderne Kommunikationstechnologie leisten kann
Wenn Informationen einem Publikum vermittelt werden sollen, wird zunehmend auf Interaktivität gesetzt. Die Erkenntnis dahinter ist ja nicht neu; man sieht es schon im Schulunterricht: wer sich häufiger beteiligt, ist zugleich aufmerksamer. Für denjenigen, der das Wissen vermitteln will, hängt der Erfolg immer entscheidend mit der Größe des Publikums zusammen. Vortragende bei Geschäftsveranstaltungen wie Kongresse, Workshops, Konferenzen, Meetings, Seminare, Produkteinführungen u.ä. haben es oft mit Teilnehmerzahlen in 3 bis 4-stelliger Höhe zu tun. Hier war in der Vergangenheit kaum daran zu denken, dass Teilnehmer während eines Vortrags Fragen stellen, Feedback und Anregungen geben, den "Unterricht" mitgestalten. So blieben die Redner oft mit Ungewissheiten zurück: Wurden die Inhalte richtig verstanden? Wie viele haben wie gut aufgepasst? Hat man die Leute wirklich erreicht? Solche Fragen werden jetzt mit einer neuen Lösung beantwortet: Tablet-PCs kombiniert mit W-Lan, Event-Software und dazugehöriger Dienstleistung. Die Firma Event Pad mit Sitz in London, Manchester, New York und Düsseldorf hat mit dieser Kombination erstmals ein Firmenkonzept entwickelt. Es wird ein separates W-Lan eingerichtet und alle Teilnehmer der Veranstaltung erhalten ein iPad, das vorab mit Informationen und interaktiver Software für das Event eingerichtet wurde. In 2012 wurden über 400 Live-Events mit Teilnehmerzahlen von 30 bis zu 900 mit Nutzung der Event Pad-Technologie durchgeführt. Mit den in Echtzeit erfassten Daten kann das Unternehmen aktive Publikumsbeteiligungen von über 90 Prozent nachweisen und geht davon aus, 2013 die Marke von 1000 Veranstaltungen zu übersteigen. Kunden stammen aus den verschiedensten Branchen: Pharmaindustrie, Investment-Unternehmen und Finanzdienstleister sind ebenso vertreten wie Modehäuser, Reifenhersteller oder Reiseagenturen uvm. So konnten bereits Geschäftsveranstaltungen, auf denen Top Manager und andere Entscheidungsträger finanzgewaltiger Unternehmen wie Google, Channel 4 oder Procter & Gamble Präsentationen vor einem großen Publikum abhielten, von Event Pad bedient und betreut werden. Dieser Erfolg lässt sich aus medienwissenschaftlicher Perspektive gut nachvollziehen: Visuell ansprechend dargestellte Inhalte regen die Aufmerksamkeit des Rezipienten an und steigern so die Bereitschaft zur Informationsaufnahme. Teilnehmer sind nicht nur an den Inhalten selber interessiert, sondern auch neugierig, wie diese auf dem iPad präsentiert werden und browsen durch die verschiedenen Menüpunkte. Die Benutzeroberfläche motiviert, auch an Umfragen teilzunehmen, mehr Hintergrundinformationen aufzurufen, häufiger Nachrichten zu versenden und Fragen zu stellen. Es entsteht mehr Interaktion. Mehr Beteiligung sorgt wiederum für erhöhte Aufmerksamkeit; man ist schließlich daran interessiert, wie der Eigeninput sich auf die Veranstaltung auswirkt. Nicht zuletzt auch damit Teilnehmer sich nicht mit ihren eigenen mobilen internetfähigen Geräten von der Veranstaltung ablenken, bietet Event Pad einen sinnvollen Ersatz, der das Publikum mehr in die Präsentation mit einbezieht. Im Zuge der Veranstaltungsplanung wird mit einem Projektmanager genau abgestimmt, welche Features in welchem Umfang genutzt werden sollen. Es liegt also letztlich beim Veranstalter selber, in welche Richtung er sein Event umgestalten möchte. Inwieweit er dabei erfolgreich war und wo es Verbesserungspotential gibt, lässt sich anhand der von den iPads erfassten Daten genau nachvollziehen. Diese werden von Event Pad statistisch aufbereitet und dem Veranstalter zur Verfügung gestellt. Es zeichnen sich hier grundlegende Veränderungen im Event-Management bei Geschäftsveranstaltungen ab, für die das britische Unternehmen den Weg bereitet hat. Es ist Event Pad gelungen, ein Erfolgskonzept zu entwerfen, das Kommunikation und Weiterbildung für die Wirtschaft vorantreibt.
inITova GmbH
Große Brinkgasse 2b
50672 Köln
Fon: +49 (0)221/29199 31-5
e-mail: t.sekler@initova.com
www.initova.com

Pressekontakt

inITova GmbH

50672 Köln

t.sekler@initova.com

Firmenkontakt

inITova GmbH

50672 Köln

t.sekler@initova.com

inITova leistet Vertrieb von und Service zu innovativen IT-Lösungen für die Marktforschung. Zusätzlich bieten wir auch Webseiten-Erstellung und PR-Service an.