



anon\_stock.adobe.com ©

Check am Einlass - für viele Veranstaltungen sind jetzt Hygienekonzepte notwendig

---

Wie können sich Unternehmen der Veranstaltungsbranche in der Coronakrise behaupten? Mit Flexibilität, sagt die Eventagentur G.R.A.L. und baut einen neuen Geschäftsbereich auf.

Eva Elisabeth Ernst, Ausgabe 01/21

Dass sich sein Jurastudium noch als höchst nützlich erweisen würde, hätte Alexander Wolfrum, Gründer und Geschäftsführer der G.R.A.L. GmbH, bis vor Kurzem nicht gedacht. Doch jetzt hilft ihm sein Know-how rund um Gesetze und Paragraphen beim Aufbau eines neuen Geschäftsbereichs: Seit Mitte 2020 übernimmt seine Eventagentur die Entwicklung, Abstimmung und Implementierung gesetzeskonformer individueller Hygienekonzepte - nicht nur für die eigenen Veranstaltungen, sondern auch für Büros, Produktions-, Gastronomie- und Einzelhandelsflächen. »Selbst für einige Kollegen aus der Veranstaltungsbranche haben wir bereits Hygienekonzepte ausgearbeitet«, sagt Wolfrum.

G.R.A.L. gehört zu jenen Firmen, die sich mit großer Flexibilität und Kreativität an die sich rasant verändernden Rahmenbedingungen anpassen wollen. Mit maßgeschneiderten Hygienekonzepten hat die Agentur noch vor dem zweiten Lockdown Präsenz- und Hybridveranstaltungen ermöglicht. Diese Expertise baut die Eventagentur nun aus.

### **Juristischer Hintergrund hilft**

Wolfrums juristisches Fachwissen erleichtert es dem 54-Jährigen, die laufend angepassten offiziellen

Vorgaben zur Eindämmung des Virus in den Hygienekonzepten zu berücksichtigen und die nötigen Genehmigungen von Gesundheitsämtern und Sicherheitsbehörden in Kreisverwaltungsreferaten oder Landratsämtern einzuholen. »Die Schwierigkeit ist, dass nicht exakt vorgegeben wird, was zu tun ist. Es gibt keine Standardchecklisten, die man einfach abarbeiten kann«, erklärt Wolfrum. »Die Behörden legen vielmehr Wert auf individuelle Konzepte, in denen die Gegebenheiten vor Ort, insbesondere die Belüftungsmöglichkeiten, berücksichtigt werden.«

### **Vor Ort genauso wichtig wie digitale Elemente**

Daher sei es nicht nur unverzichtbar, sich jeden Veranstaltungsort im Vorfeld genau anzusehen, um Raum-, Lauf- und Bestuhlungspläne, Reinigungs- und Desinfektionsregeln sowie Wegeleitsysteme mit Beschilderungskonzepten darauf abzustimmen. Auch datenschutzkonforme Datenbanken und digitale Tools zur Mitarbeiter-, Teilnehmer- und Besucherregistrierung plus Kontaktnachverfolgung gehören zum Leistungsspektrum. Hinzu kommt: »Da wir schon seit Jahren einen medizinischen Dienst für die eigenen Mitarbeiter unterhalten, sind wir auch berechtigt, Coronaschnelltests zu kaufen, die vor vielen Events von medizinischem Fachpersonal durchgeführt und abgelesen werden«, sagt Wolfrum. »Inzwischen testen wir aber auch ohne Eventanlass bei unseren Kunden.«

### **Pandemie verändert Ziele von Live Communication**

Seit seiner Gründung 1995 hat G.R.A.L. mehr als 2100 Kongresse, Incentives, Galas, Roadshows, Produktpräsentationen, Konferenzen, Messeauftritte, Promotions und Publikumsveranstaltungen organisiert. Sogar im vergangenen Jahr kam das Eventgeschäft nicht vollkommen zum Erliegen: »Es wurden zwar einige Veranstaltungen abgesagt. Doch selbst während des ersten Lockdowns sowie in der Zeit zwischen den beiden Lockdowns fanden noch bereits geplante Events statt«, berichtet Wolfrum. »Viele davon allerdings in hybriden Formaten, also in einer Mischung aus on- und offline, bei denen die Akteure in der Regel an einem realen Ort zusammenkommen und die Teilnehmer über Videokonferenzsoftware eingebunden und mit dabei sind.«

Seit Beginn der Pandemie beobachtet Wolfrum eine Veränderung bei den Zielsetzungen von Live Communication: »Es gibt deutlich weniger typische Spaßveranstaltungen. Die Unternehmen legen mittlerweile weitaus mehr Wert auf Botschaften und Inhalte.« Seit Corona steigen daher die Umsätze, die G.R.A.L. mit Beratungsleistungen erwirtschaftet, während der Fremdkostenanteil für externe Partner eher sinkt.

Ohne Buffet, Smalltalk und Tanzen müssen Veranstaltungen noch besser durchdacht sein. Insbesondere die Ansprüche an hybride oder rein virtuelle Events sind hoch. »Um Teilnehmer daheim am Bildschirm zu packen und zu fesseln, sind ein perfektes Setting inklusive vorbereiteter Videos mit Informationen oder Unterhaltungselementen sowie eine durchgängig spannende Dramaturgie nötig«, sagt Wolfrum.

### **»Auf Stärken besonnen und Alternativen entwickelt«**

Dass die Coronapandemie auch bei G.R.A.L. zunächst zu einer gewissen Verunsicherung geführt hat und für einen kleinen Teil des Teams Kurzarbeit angemeldet werden musste, räumt Wolfrum offen ein. »Wir haben uns dann aber auf die Stärken und Vorzüge der Agentur besonnen und schnell Alternativen entwickelt.« Dabei war und ist es hilfreich, dass der Großteil der Agenturkunden in Branchen tätig ist, die von Corona weniger stark beeinträchtigt sind. Zudem läuft das neue Geschäftsfeld rund um Sicherheits- und Hygienekonzepte gut an.

Dennoch will Wolfrum selbstverständlich auch weiterhin Veranstaltungen im Rahmen der rechtlichen Möglichkeiten organisieren. Er hofft, dass bald wieder attraktive und vielleicht sogar

auch spaßbetontere Live-Formate möglich sind. Schließlich steht das Kürzel G.R.A.L. für »Gründliche Realisierung allgemeiner Lebensfreude«.

---