

Aus Liebe zur Technologie

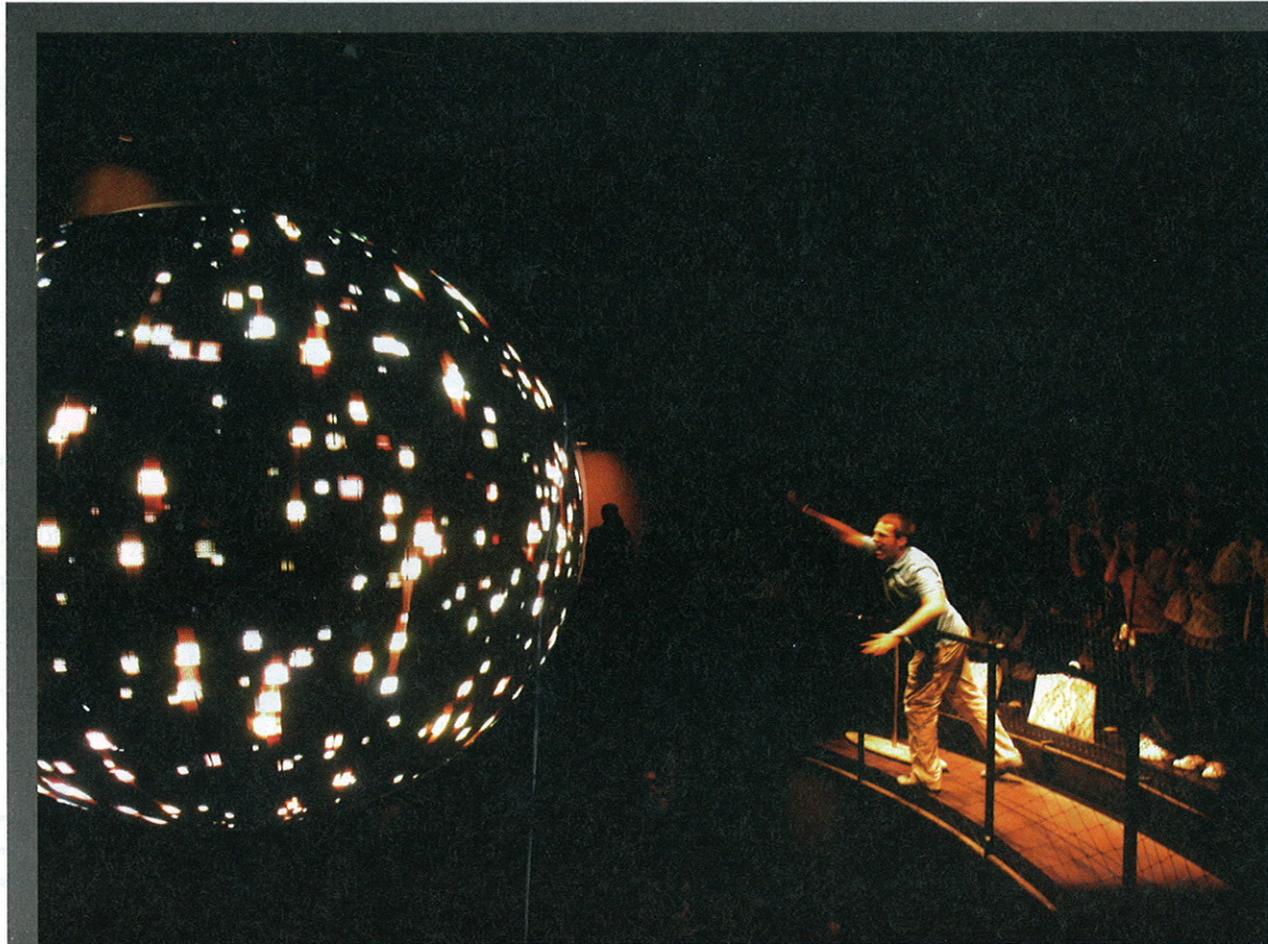
Milla & Partner: Die Agentur für Kommunikation im Raum gründet ein Innovationslabor / Claudius Brodmann übernimmt die Leitung

Von Bärbel Unckrich

Milla & Partner ist in mehrfacher Hinsicht auf Expansionskurs. Erst vorige Woche hat die Stuttgarter Agentur für Kommunikation im Raum die Eröffnung einer Niederlassung in Berlin bekannt gegeben. Die Hauptstadt-Dependance wird von Erkan Karakoç geleitet. Ihm zur Seite steht David Riebner, der bereits seit März 2010 für Milla & Partner tätig ist und zuvor beim Art Directors Club für Deutschland als Projektleiter für die Organisation des ADC Wettbewerbs verantwortlich war. Aber nicht nur in Berlin gibt es Neuigkeiten. Auch in Stuttgart wurden Veränderungen angestoßen.

Unter dem Dach des Stammsitzes hat Agenturgründer Johannes Milla ein Innovationslabor errichtet. Claudius Brodmann leitet die Unit, deren Ziel es ist, neue Medien und Kommunikationsformate zu erforschen. Dabei liegt der Fokus auf der Verbindung von Raum, Medien und Interaktion. Brodmann wird unterstützt von Mediendesigner Thomas Frenzel und Programmierer Ingo Wörner. Die kleine Mannschaft sei bereits jetzt sehr gut ausgelastet und soll personell weiter aufgestockt werden, sagt Milla.

„Als wir die Agentur vor 22 Jahren gegründet haben, war es eigentlich gar nicht unser Ziel, auf Technologie fokussiert so sein“, erinnert sich Milla. „Wir wollten in unserer Kreation frei von Auslastungsüberlegungen einer Technikabteilung sein.“ Allerdings habe das Team in den vergangenen 15 Jahren gemeinsam mit Subunternehmern so viele Innovationen angestoßen, dass man es im Sinne der Wertschöpfungskette für klüger hält, solche Entwicklungen künftig inhouse zu realisieren. ADC-Mitglied Milla will sich mit der Bekanntgabe der neuen Unit offiziell als technologisches Innovationsunternehmen „outen“. Auf bisherige Erfindungen der Agentur angesprochen, verweist er auf Anwendungen, die heute aus dem Bereich Szenografie nicht mehr wegzudenken sind: programmiertes Kunstlicht und wandelnde Klänge beispielsweise, die 1995 bei der Automobilausstellung in Turin erstmals im Auftrag des Kunden



1989 gründete Johannes Milla (Foto) zusammen mit Peter Redlin-Pape seine Agentur für Kommunikation im Raum. Heute sind 45 Mitarbeiter an den Standorten Stuttgart und Berlin tätig, drei davon arbeiten im Innovationslabor



Mercedes-Benz entwickelt wurden. Auch im Bereich Augmented Reality habe sein Team bereits experimentiert, als dieses Trendthema noch gar nicht existierte. So hat die Agentur für die Expo 2000 ein interaktives Fernrohr geschaffen, das es erlaubte, ein Bild der realen Umgebung durch eine digital eingespielte Informationsebene zu erweitern.

Eine ganze Reihe von Innovationen sind voriges Jahr zur Expo in Shanghai entstanden. Hier hat das Team zusammen mit dem Architekturbüro Schmidhuber + Kaindl den Deutschen Pavillon zum Thema „Balancity – eine Stadt im Gleichgewicht“ umgesetzt. Die dort präsentierten Exponate, die mittels intuitiver Gegensteuerung bedient werden konnten, erinnern an den Film „Minority Report“. Die in dem Blockbuster mit Tom Cruise dargestellten Requisiten galten 2002 als Prototypen für zukünftige Entwicklungen in der Informationstechnik. Heute finden sich solche Anwendungen zwar (noch) nicht im Alltag wieder, aber sie halten Einzug bei zukunftsweisenden Messen und Ausstellungen.

Trotz allen Fortschritts sieht der Agenturchef insbesondere im Bereich mobiler Informationssysteme in Verbindung mit permanenten und temporären Markenräumen noch immer „extremen“ Entwicklungsbedarf. Woran seine Innovationscrew in diesem Segment tüfelt, will Milla nicht verraten, um die Wettbewerber nicht aufzuschrecken. Aber einige Innovationen wird die Agentur im Laufe dieses Jahres sicherlich noch präsentieren – zum Beispiel im Erwin-Hymer-Museum, das im Sommer 2011 in Bad Waldsee eröffnet wird. Der Hersteller von Reisemobilen verspricht auf seiner Website „eine einzigartige Entdeckungstour durch Geschichte, Gegenwart und Zukunft des mobilen Reisens“ und hat Milla & Partner als „Reiseleiter“ engagiert. Dieser Auftrag, den die Agentur in einer Wettbewerbspräsentation Ende 2010 ergattern konnte, bietet gewiss Potenzial für ein weiteres preisgekröntes Beispiel in der Kategorie „Kommunikation im Raum“ – eine Sparte, die beim ADC Wettbewerb zu den größten Wachstumsbereichen gehört und in der Milla & Partner in schöner Regelmäßigkeit überzeugen kann.