

# Ilford : Inkjet und Foto liefern sich ein Kopf-an-Kopf-Rennen

Autor(en): **Balmer, Pascal / Brugger, Pierre-Alain / hOFMANN, rITA**

Objektyp: **Article**

Zeitschrift: **Fotointern : digital imaging**

Band (Jahr): **5 (1998)**

Heft 18

PDF erstellt am: **09.08.2024**

Persistenter Link: <https://doi.org/10.5169/seals-979916>

## **Nutzungsbedingungen**

Die ETH-Bibliothek ist Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Inhalten der Zeitschriften. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern.

Die auf der Plattform e-periodica veröffentlichten Dokumente stehen für nicht-kommerzielle Zwecke in Lehre und Forschung sowie für die private Nutzung frei zur Verfügung. Einzelne Dateien oder Ausdrucke aus diesem Angebot können zusammen mit diesen Nutzungsbedingungen und den korrekten Herkunftsbezeichnungen weitergegeben werden.

Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. Die systematische Speicherung von Teilen des elektronischen Angebots auf anderen Servern bedarf ebenfalls des schriftlichen Einverständnisses der Rechteinhaber.

## **Haftungsausschluss**

Alle Angaben erfolgen ohne Gewähr für Vollständigkeit oder Richtigkeit. Es wird keine Haftung übernommen für Schäden durch die Verwendung von Informationen aus diesem Online-Angebot oder durch das Fehlen von Informationen. Dies gilt auch für Inhalte Dritter, die über dieses Angebot zugänglich sind.

**Editorial**



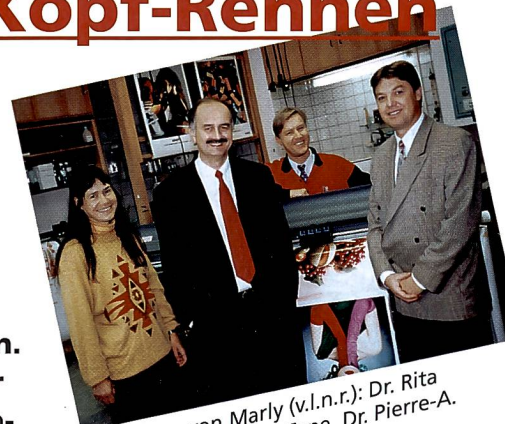
Urs Tillmanns  
Fotograf, Fach-  
publizist und  
Herausgeber von  
FOTOintern

Stellen Sie sich vor, Hayek hätte seinen Smart stillschweigend auf den Markt gebracht, ohne dafür auch nur einen Werbefranken auszugeben. Undenkbar! Er hätte kein Stück seines witzigen Autos verkauft, und niemand wüsste, was sich hinter dem neuen Markennamen verbirgt. Schon bevor Hayek wusste, wie sein neuartiges Gefährt aussehen sollte, war dem Werbe- und PR-Profi klar, dass der Swatch-Erfolg in der Autobranche nur dann einer werden würde, wenn dem Produkt eine unüberhörbare Werbebotschaft vorausginge. Keine Frage: Jeder weiss, was ein Smart ist, und jeder dreht sich nach dem kurzgequetschten Querparker um. Was das Ganze mit der Fotobranche zu tun hat? Eigentlich gar nichts – bis auf das Gespräch, das ich kürzlich mit einem Importeur hatte, der mir glaubhaft machen wollte, es lohne sich nicht, für sein Produkt Werbung zu machen, weil es sich «nur an Berufsfotografen» richte. 30 Prozent unserer Leser sind ebensolche, lieber Herr XY, und wenn Sie für die Bekanntheit Ihres Superdingsbums nichts tun wollen, wird es sich auch nie erfolgreich verkaufen. «Tue Gutes und sage es ...»

*Urs Tillmanns*

## Ilford: Inkjet und Foto liefern sich ein Kopf-an-Kopf-Rennen

**Ilford hat bewegte Zeiten hinter sich. Die Eigner haben gewechselt, Rezession und Reorganisation haben massive Sparmassnahmen zur Folge gehabt, und die Fotografie wird immer digitaler. Das drängt den einstigen Schwarzweiss-Spezialisten zu neuen Geschäftsbereichen. Wie Ilford ihre Zukunft sieht, wollten wir von der Leitung des Ilford Forschungszentrums in Marly bei Fribourg wissen.**



Die Spitze von Marly (v.l.n.r.): Dr. Rita Hofmann, Dr. David Tune, Dr. Pierre-A. Bruggner und Pascal Balmer

**FOTOintern:** Nach Ciba und International Paper gehört Ilford jetzt Doughty Hanson & Co. Wie hat sich dieser Wechsel auf die Ilford in der Schweiz ausgewirkt?

**Pascal Balmer:** Für uns ist dieser Wechsel zu Doughty Hanson & Co. sehr positiv. Vor allem haben wir jetzt klare Verhältnisse. Wir haben in Doughty Hanson & Co. einen starken Partner, und eine lange Wartezeit der Unsicherheit

ist vorbei. Auch lässt uns der neue Eigentümer weitgehend freie Hand, welche Produktlinien und Strategien wir entwickeln.

**FOTOintern:** Welche sind dies?

**Balmers:** Uns geht es in erster Linie darum, die Marke Ilford in unseren vier Geschäftsbereichen neu zu positionieren. Diese sind der Schwarzweissbereich mit Filmen, Papieren und Laborgeräten, der Digi-

talbereich mit Archiva-Tinten und Inkjet-Materialien, dann der Bereich des Farbmaterials mit Ilfochrome und Ilfocolor und schliesslich der Chemiebereich, in dem wir neben den fotografischen Verarbeitungsmaterialien auch Laminier- und Montagematerialien für den Bildfinish anbieten.

**FOTOintern:** Für welche Bereiche wird hier in Marly

Fortsetzung Seite 3

**5 SVPG**

Präsident Hans Peyer würdigt den verstorbenen ISFL-Präsidenten Peter Schmid, der sich stets sehr für die Anliegen des SVPG eingesetzt hatte.

**7 Markt**

Schwarzweiss wird keineswegs durch die Farb- und Digitalfotografie verdrängt. Ab Seite 7 die Übersicht der aktuellen Schwarzweissfilme des Weltmarktes.

**11 Mosaik**

Robert Silvers hat eine eigene Technik für Fotomosaik entwickelt. Auf Seite 13 steht, wie er arbeitet und welches seine internationalen Kunden sind.

**14 APS**

Vier aktuelle APS-Kameras im Vergleich. Das neue Fotosystem bringt eine neue Kamerageneration mit noch faszinierenderen Möglichkeiten.

**16 CD-RW**

Die wiederbeschreibbaren CDs kommen. Was zunächst in der Audiowelt Furore macht, dürfte bald auch als Datenspeicher für Bilder interessant sein.

**23 PMA**

Die grösste Fach- und Händlermesse Amerikas findet vom 18. bis 21. Februar 1999 in Las Vegas statt. Details und Arrangements auf den Seiten 19 und 23.



**Nikon**  
Digital Visions

5.8-17.4mm

Make the moment digital.



1,3 Mio Pixel CCD



3x Zoom-Nikkor



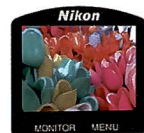
Weitwinkelobjektiv  
(optional)



Kompaktes, schlankes  
Design



CompactFlash™ Card



2,5" LCD-Farbmonitor

Schliessen Sie Bekanntschaft mit einer Kamera, die auch Ihre letzten Vorbehalte gegenüber der digitalen Fotografie ausräumt: mit der neuen Nikon COOLPIX 900. Legendäre Nikon-Optik und digitaler Erfindergeist haben die erste Megapixel-Kamera mit hochauflösendem 3x Zoom-Nikkor und 1,3 Mio Pixel CCD hervorgebracht. Um sicher zu gehen, dass jedes Bild der Wirklichkeit verblüffend nahe kommt, haben wir einen präzisen Autofokus mit 945 Schärfestufen, drei Belichtungsmodi und eine automatische Belichtungskorrektur hinzugefügt. Ausserdem haben wir das kleine Ding besonders schnell gemacht, damit Ihnen keine Gelegenheit für gute Aufnahmen entgeht. **COOLPIX 900**, die neue Kamera ohne Grenzen und Kompromisse. Die neue Lust aufs digitale Bild.



Fortsetzung von Seite 1

Forschung und Produktentwicklung betrieben?

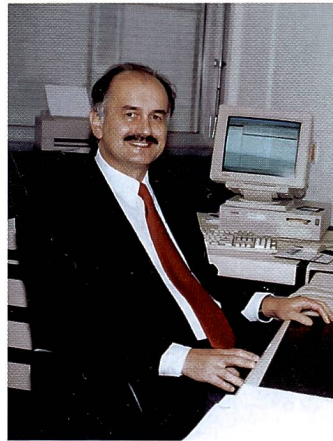
**David J. Tune:** Für den Inkjet-Bereich, die Farbprodukte sowie die Laminier- und Montagematerialien. Seit 25 Jahren befinden sich hier in



Pascal Balmer, geschäftsführender Direktor der Ilford Imaging Switzerland GmbH

**FOTOintern:** 50 Forscher in Marly. Wieviele davon arbeiten für die herkömmliche Fotografie und wieviele für den Digitalbereich?

**Tune:** Das lässt sich so nicht beantworten, weil das von den Projektschwerpunkten abhängt. Zudem gibt es sehr



Dr. David J. Tune, Direktor der Ilford Forschung in Marly

Marly die zentrale Forschung und Entwicklung für die meisten Produktebereiche von Ilford. Das betrifft sowohl die herkömmliche Fotografie mit dem Schwergewicht auf unseren Farbpapieren und Filmen Ilfochrome und Ilfocolor, dann aber auch den Digitalbereich mit den Inkjet-Tinten und Ausgabemedien.

**FOTOintern:** Daneben werden hier ja auch die Farbmaterialien gegossen ...

**Tune:** Das ist richtig. Sämtliche Inkjet- und Fotofarbmateriale von Ilford werden hier in Fribourg im «Tunnel 4» gegossen. Dann werden die «Jumbo-Rollen» nach Moberley in England gebracht, wo daraus verschiedene Formate geschnitten werden.

**FOTOintern:** Wieviele Personen arbeiten hier in Fribourg und bei Ilford weltweit?

**Balmer:** Wir beschäftigen mehr als 50 Forscher und 250 Angestellte in der Produktion in Marly. Dazu kommen noch etwa 150 Personen in Fribourg, 1000 in Moberley, und die gesamte Ilford-Gruppe zählt weltweit etwa 2000 Personen.

viele Forschungsaufgaben, deren Ergebnisse sowohl in die Farbmaterialien als auch beispielsweise in die Archivatinte einfließen. Gerade durch diese Synergien sind wir im Bereich der lichtbeständigen Tinten aktiv geworden.

**FOTOintern:** Wann haben Sie mit der Entwicklung von Farbtinten begonnen?

**Pierre-Alain Brugger:** Das war vor fünf oder sechs Jahren. Der grosse Erfolg der Ilfochrome-Papiere und die Möglichkeit, technologisch verwandte Farbstoffe in Tinten zu verwenden, zeigte völlig neue Möglichkeiten auf, Tinten herzustellen, die bis zu zwanzigmal lichtbeständiger sind als andere Fabrikate. Darauf haben wir auch eine ganze Reihe von Patenten, wie zum Beispiel das Yellow 104 und das Magenta 377.

**FOTOintern:** Der Markt der Inkjet-Tinten und Ausgabematerialien boomt. Produzieren Sie auch für andere Marken?

**Balmer:** Das ist so, doch sagen wir nicht für wen. Es ist auch naheliegend, und besonders extrem ist es bei den Inkjet-Papieren: Hier gibt

es zur Zeit ein paar hundert Anbieter mit sehr grossen Qualitätsunterschieden. Die Materie ist komplexer als man meint, so dass sich die Produktentwicklung und die Produktion nur auf wenige Hersteller beschränken. Der ganze Rest wird gelabelt.



Dr. Rita Hofmann, Chemikerin und Forschungsmanagerin für Digital Imaging

**FOTOintern:** Seit wann befasst sich Ilford mit digitaler Fotografie?

**Rita Hofmann:** Wir haben damit in den frühen achtziger Jahren begonnen, weil wir ahnten, wie sich die Fotografie technologisch entwickeln würde. Das war übrigens noch vor der PC-Zeit. Damals stand für uns die Belichtung digitaler Daten auf Ilfochrome- bzw. damals noch Cibachrome-Material im Vordergrund. Heute können wir dafür zwei verschiedene Systeme anbieten: Erstens die Belichtung digitaler Bilddaten auf Ilfochrome Classic- und Ilfocolor-Material mit einer ausserordentlich hohen Auflösung und bester Lichtechtheit und zweitens das Ausplotten der Daten mit einem grossformatigen Tintenstrahldrucker mit lichtechten Archivatinten auf Spezialpapier. Dabei haben beide Technologien ihre ganz klar definierten Einsatzgebiete.

**FOTOintern:** Wie wird sich dieses Kopf-an-Kopf-Rennen weiterentwickeln?

**Hofmann:** Es kommt darauf an, für welche Anwender. Inkjet kommt der fotografi-

schen Qualität schon erstaunlich nahe, wenn alle Bedingungen ideal sind. Aber dennoch sind dort ein paar Probleme zu lösen, die in der Farbfotografie schon längst gelöst sind – die Produktivität und die Bildtrocknung beispielsweise. Die Ausgabe auf



Dr. Pierre-Alain Brugger, Chemiker und Forschungsmanager für Inkjet-Medien

Fotomaterial wird immer eine Spur besser und die Produktivität höher sein als der Inkjet-Ausdruck.

**FOTOintern:** Und wie entwickelt sich in Zukunft die Fotochemie?

**Hofmann:** Auch im Bereich der Fotochemie ist noch sehr viel zu erwarten. Wie rasant die Entwicklung hier vor sich geht, zeigen folgende Zahlen: Als 1964 Cibachrome eingeführt wurde, hatte der Prozess zehn Stufen und dauerte 46 Minuten. Dreissig Jahre später verarbeitete man ein Ilfochrome Classic deluxe in fünf Stufen und neun Minuten. Und heute besteht das Passbildsystem «photo-Me» – das in Zusammenarbeit mit Ariel Tecnica entwickelt ebenfalls auf unserer Technologie beruht – aus vier Stufen und liefert in einer Minute fertige Farbbilder. Dabei handelt es sich bei unserem Prozess um absolut umweltfreundliche Chemikalien, wenn man den tiefen pH-Wert des Bleichbades wie vorgeschrieben neutralisiert.

**FOTOintern:** Meine Dame, meine Herren, wir danken Ihnen für dieses Gespräch.