Zeitschrift: Fotointern : digital imaging
Herausgeber: Urs Tillmanns
Band: 5 (1998)
Heft: 2

Artikel: Cokin : von einer bunten Idee zur Weltmarke
Autor: Heintz, Marc
DOI: https://doi.org/10.5169/seals-979830

Nutzungsbedingungen
Die ETH-Bibliothek ist die Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften auf E-Periodica. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Zeitschriften und ist nicht verantwortlich für deren Inhalte. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern beziehungsweise den externen Rechteinhabern. Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen sowie auf Social Media-Kanälen oder Webseiten ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. Mehr erfahren

Conditions d'utilisation
L'ETH Library est le fournisseur des revues numérisées. Elle ne détient aucun droit d'auteur sur les revues et n'est pas responsable de leur contenu. En règle générale, les droits sont détenus par les éditeurs ou les détenteurs de droits externes. La reproduction d'images dans des publications imprimées ou en ligne ainsi que sur des canaux de médias sociaux ou des sites web n'est autorisée qu'avec l'accord préalable des détenteurs des droits. En savoir plus

Terms of use
The ETH Library is the provider of the digitised journals. It does not own any copyrights to the journals and is not responsible for their content. The rights usually lie with the publishers or the external rights holders. Publishing images in print and online publications, as well as on social media channels or websites, is only permitted with the prior consent of the rights holders. Find out more

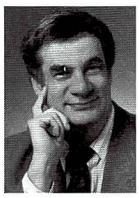
Download PDF: 09.08.2025

ETH-Bibliothek Zürich, E-Periodica, https://www.e-periodica.ch

FOTO
MIT DIGITAL IMAGING
FOTOintern
http://www.fotoline.ch
NEUHEITEN
HA
WIRTSCHAFT
Marktübersicht
Alle Mittelformatkameras

INTERN
Nr. 2/98
2. Februar 1998
FOTOintern, 14-tägliches Informationsblatt für Berufsfotografen, den Fotohandel und die Fotoindustrie
Abo-Preis für 20 Ausgaben Fr. 48.–

Editorial



Urs Tillmanns Fotograf, Fachpublizist und Herausgeber von FOTOintern

Mittelformatkameras sind das Schwerpunktthema dieser Ausgabe, zu dem eine komplette Marktübersicht sämtlicher aktueller Modelle mit allen technischen Details und ein aufschlussreicher Einleitungsartikel ab Seite 13 zu finden ist.

Mittelformatkameras dürften wieder populärer werden. Erstens steht die Markteinführung der neuen Pentax 645N bevor, die als erste Mittelformat-Spiegelreflexkamera mit Autofokus ausgestattet ist. Und dass sich dieser höhere Bedienungskomfort positiv auf den Verkauf auswirken kann, hat Minolta vor Jahren schon bei Kleinbild-Spiegelreflexmodellen gezeigt. Natürlich bleibt Pentax nicht lange alleine, denn es wird vermutet, dass die anderen Mittelformat-Kamerahersteller spätestens auf der Photokina mit Ähnlichem aufwarten werden.

Zweitens zeichnet sich in der Fotografie langsam, aber deutlich ein Trend zu mehr Qualität ab – eine logische Reaktion auf den enormen Technikschub der Digitalfotografie. Und da liegt Mittelformat genau richtig. Das ist eine Qualität, die man selbst erlebt haben muss, um andere davon überzeugen zu können.

Cokin: Von einer bunten Idee zur Weltmarke

Der Name Cokin ist zum Inbegriff für Effektfilter geworden. Aber nur wenig ist über dieses französische Unternehmen bekannt. Wir haben die Firma Cokin in Rungis ausserhalb von Paris besucht und uns mit dem Geschäftsführer Marc Heintz unterhalten.

Marc Heintz ist Geschäftsführer von Cokin

FOTOintern: *Die Geschichte der Effektfilter von Monsieur Coquin ist mehr als 25 Jahre alt. Wann begann die Story?*

Marc Heintz: Sie geht zurück in die frühen sechziger Jahre. Damals war Jean Coquin ein berühmter Werbefotograf in Paris, der 1962 seine Firma Studiolabo gründete. Um in der harten Konkurrenzsituation der vielen Werbefotografen bestehen zu können, suchte er laufend nach Ideen, um neue Bildeffekte zu schaffen. Dazu verwendete er unter anderem auch verschieden eingefärbte Kunststoffscheiben. Nach zehn Jahren entschloss er sich, diese zu vermarkten, und so wurde 1972 die Firma Cromofilter gegründet.

FOTOintern: *Wie muss man sich das damalige Filtersortiment vorstellen?*

Heintz: Zunächst gab es nur eine Produktelinie, nämlich Verlauffilter mit verschiedenen Farben und in zwei Stärken. Sie waren vor allem in der Landschaftsfotografie gefragt, weil sich damit der Himmel in einer anderen Farbe darstellen liess als die Landschaft. Cokin hatte enorm viel Zeit investiert, um laufend neue Filter zu entwickeln, so dass schon bald ein sehr breites Filtersortiment zur Verfügung stand.

FOTOintern: *Gute Ideen sind oft eine Sache, diese auf den Markt zu bringen eine ganz andere. Wie hat Cokin die Marktakzeptanz geschafft?*

Heintz: Erstens hat ihm sein Name viel geholfen. Jean Coquin war als guter Werbefotograf bekannt, und so fan-

Fortsetzung Seite 3

4 Gewinner
Die Würfel sind gefallen: Das sind die besten Anzeigen des Jahres 1997 in FOTOintern! Dazu die Namen und Fotos der glücklichen Gewinner.

8 Occasion
Gebrauchte Profiprodukte sind einerseits ein gutes Geschäft, andererseits eine Fundgrube für denjenigen, der etwas Günstiges sucht.

10 Digital
Die Langzeithaltbarkeit von digitalen Bilddaten ist ein wichtiges Thema. Was dabei zu beachten ist, steht in einem Artikel von Helmut G. Hofmann.

13 Markt
Alle Mittelformatkameras auf einen Blick. Welche Modelle bieten welche Vorzüge? Welches sind die Besonderheiten und Trends?

11 Internet
Neue Adressen zum Rumsurfen. Eine umfassende Liste aller aktuellen Foto-Homepages kann übrigens bei der Redaktion angefordert werden.

22 Yashica
Zwei neue Modelle von Yashica, eine Zoomkompakte und eine APS-Zoom, kamen auf den Markt. Interessantes Preis-/Leistungs-Verhältnis.

EPSON PHOTO STUDIO

Sieger EISA Awards '97/98
Der EPSON Stylus Photo wurde von den 40 führenden Fachmagazinen aus 18 Ländern zum weltweit besten Fotodrucker gewählt!

EPSON macht mehr aus Ihren Fotos

Früher kam die Vergrösserung als Abzug aus dem Labor. Heute kommt sie aus dem neuen EPSON Stylus Photo-Drucker.

EPSON Photo PC 600

Mit der Digitalkamera EPSON Photo PC 600 können Sie Fotos auch direkt – ohne Umweg über den PC oder Mac – auf dem EPSON Stylus Photo produzieren. Einfach abdrücken, anschliessen und ausdrucken. Der integrierte Druckertreiber garantiert Fotoqualität in den verschiedensten Formaten.
Die Photo PC 600 schiesst digitale Bilder der XGA-Klasse, mit einer brillanten Auflösung von 1024 x 768 Pixel und ist Teil der Komplettlösung EPSON Photo Studio.

EPSON Photo PC 600
Fr. 1450.–
Die XGA-Digitalkamera für den Direktdruck ab dem EPSON Stylus Photo

EPSON Stylus Photo
Fr. 848.–
Referenzpreis inkl. MWST
Das persönliche Fotostudio

Auch als Normal-Drucker einsetzbar.

EPSON Stylus Photo-Drucker

Der neue EPSON Stylus Photo druckt Fotos in den unterschiedlichsten Formaten bis A4 bzw. bis 20 x 28 cm – mit der immer gleichen, einzigartigen Brillanz – ganz gleich, ob die Daten auf der Festplatte über den Filmscanner, den Flachbettscanner oder die digitale Kamera eingelesen wurden. Dank Piezo-Technologie und sechs Druckfarben liefert er kräftige, leuchtende Farben und brilliert auch bei Pastell- und Hauttönen. Und mit der im Lieferumfang enthaltenen Bildbearbeitungssoftware LivePix können Sie noch mehr aus Ihren Fotos herausholen. Sie ermöglicht es Ihnen, z. B. Farben zu optimieren, Hintergründe zu verändern, den Kontrast zu verbessern und vieles mehr.

Bitte senden Sie mir weitere Produktinformationen.

Name _____

Strasse _____

PLZ/Ort _____

Excom AG, Moosacherstrasse 6, Au, 8820 Wädenswil
Info-Service: d 01 / 782 25 13, f 021 / 621 92 20
Telefon 01 / 782 21 11, Fax 01 / 781 13 61
Internet: www.excom.ch

EPSON
TECHNOLOGIE, DIE ZEICHEN SETZT.

PH-0797

Fortsetzung von Seite 1

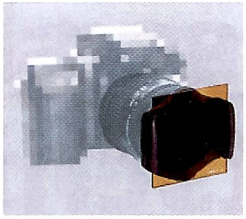
den seine Produkte auf Anhieb Anklang. Dann interessierten sich namhafte Firmen wie Hoya und Nikon für die Filter und waren beim Aufbau des weltweiten Vertriebs behilflich. Übrigens gehörte auch die Firma Gujer, Meuli & Co. zu den Partnern der ersten Stunde, die die Cromofilter bereits 1974 in ihr Vertriebssortiment aufnahm.

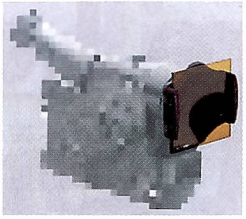
FOTOintern: *Der entscheidende Durchbruch kam aber erst mit der photokina 1978. Was war damals?*

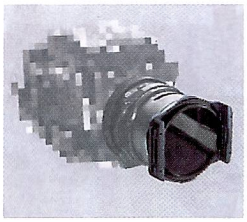
Heintz: 1978 wurde aus einem breiten Filtersortiment ein System. Der Cokin Filterhalter wurde vorgestellt, und die Produkte wurden von Cromofilter auf Cokin umbenannt. Schon damals wurde das Filtersortiment in 23 Länder exportiert – heute sind es 109. Verbunden mit der Namensänderung war ein entscheidender technischer Fortschritt: Der bisherige Kunststoff wurde durch CR-39 ersetzt, ein Spezialkunststoff für die Optik, der absolut homogen ist und glasähnliche Eigenschaften aufweist.

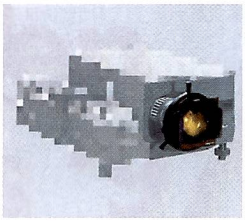
FOTOintern: *Das ist die Zeit, wo Sie in das Unternehmen einstiegen.*

Heintz: Richtig. Ich war zuvor in der Verrerie de Goetzenbrück (Vergo) im Elsass tätig, ein Werk für optisches Glas, das 1721 gegründet und später von der American Optical übernommen und stillgelegt wurde. Wir waren eines der ersten Unternehmen, das CR-39 produzierte, und so kam ich mit Jean Coquin in Kontakt. Das war amüsant: Coquin fragte mich eines Tages, ob er einige Muster von CR-39 für Versuchszwecke haben könnte. Er dachte wahrscheinlich an ein Dutzend Plättchen. «Natürlich», sagte ich, «wieviele möchten Sie. Fünfhundert, tausend oder fünftausend?». Das waren in der Brillenindustrie übliche Grössenordnungen einer Bemusterung. Coquin









blieb die Sprache weg, und wahrscheinlich hat er mit der ersten Musterlieferung seinen Jahresumsatz an Filtern hergestellt.

FOTOintern: *Der Schlüssel Ihrer Filterqualität liegt also beim CR-39. Können Sie uns etwas mehr über diesen Kunststoff verraten?*

Heintz: CR-39 hat hervorragende optische Qualitäten, ist bis zu fünfmal leichter als Glas und unzerbrechlich. Deshalb wird CR-39 auch vorwiegend in der Brillenoptik verwendet. Das Material lässt sich einzeln oder in der Masse einfärben, und wir haben ein spezielles Verfahren entwickelt, mit dem sich besonders gleichmässige Farbverläufe realisieren lassen. Allerdings ist die Herstellung nicht ganz ungefährlich, weil die Rohstoffe explodieren können. Weltweit gibt es lediglich fünf oder sechs Hersteller von CR-39. Damit können Sie sich auch vorstellen, in welchen Grössen die Produktion ablaufen muss. Dann führen wir eine sehr strenge Qualitätskontrolle durch. Jeder Filter wird genauestens auf seine Homogenität und eventuelle Fehler geprüft. Das gilt auch für die Farbstoffe, die übrigens von einer Schweizer Firma geliefert werden.

FOTOintern: *In den frühen neunziger Jahren wurde es um Cokin ruhiger. Was war damals?*

Heintz: Das war bei uns eine bewegte Zeit. Herr Coquin zog sich aus dem Geschäft zurück, und es fand ein klassisches Management-Buyout statt. Hinzu kamen starke Umsatzeinbussen, weil der Spiegelreflexmarkt stark rückläufig war, und sich unser Filterangebot für die populären Kompaktkameras als Fehlschlag erwies. Wir versuchten, unser Know-how der CR-39 Verarbeitung auf andere Produkte umzulegen, die zu einem grossen Teil für den strategischen Bereich hergestellt werden, wie beispielsweise die Armee, die Nasa oder die Raumfahrtindustrie. Das ist auch der Grund, weshalb ich Ihnen unsere Werke, weder dieses ausserhalb von Paris noch die Fertigungsstätte im Elsass zeigen kann.

FOTOintern: *Wie gross ist der Umsatzanteil der Fotoprodukte heute?*

Heintz: Rund 20 bis 30 Prozent der Gesamtproduktion, wobei die Tendenz wieder stark steigend ist. Das hängt sicher auch mit dem Anteil an Spiegelreflexkameras einerseits zusammen, andererseits sind neue Märkte im Fernen Osten, insbesondere China, dazugekommen. Dieses Land ist zur Zeit gerade dabei, die Faszination von Kreativfiltern zu entdecken und nimmt natürlich enorme Mengen ab.

FOTOintern: *Gute Ideen werden oft kopiert. Spüren Sie einen starken Konkurrenzdruck?*

Heintz: Nein. Zwar versucht hin und wieder jemand neu auf den Markt zu kommen, doch ist der Name Cokin mittlerweile weltweit so stark verbreitet, dass jeder Neueinstieg mit einem enormen finanziellen Aufwand verbunden wäre.

FOTOintern: *Woher schöpfen Sie die Ideen neuer Kreativfilter?*

Heintz: Sehr viele Ideen kommen von begeisterten Anwendern, wobei viele der Vorschläge kaum realisierbar oder kommerziell uninteressant sind. Einige davon verfolgen wir weiter und fertigen Praxismuster an, die wir an Berufsfotografen abgeben, die die Filter testen. Dann wird entschieden, ob ein neuer Filter in Produktion geht.

FOTOintern: *A propos Profis: Verwenden viele Berufsfotografen Cokin-Filter, oder setzen sich Ihre Anwender vor allem aus Amateuren zusammen?*

Heintz: Wir kennen den genauen Prozentsatz der Profis nicht, aber wir wissen auf Grund der Kundenreaktionen, dass Cokin-Filter von sehr vielen Profis benutzt werden – nur sagen es viele nicht, weil sie das Geheimnis ihrer Erfolgsaufnahmen nicht preisgeben wollen. Ein deutliches Indiz ist der Umsatz mit unserem Profisortiment, das gegenwärtig stark zulegt. Wir werden übrigens zur PMA in New Orleans eine neue Filterlinie für Profis vorstellen. Aber mehr sage ich Ihnen heute noch nicht ...

FOTOintern: *Wir sind gespannt darauf und danken Ihnen für dieses interessante Gespräch.*