

Besøg på Rosco i Stamford, Connecticut

Inden besøget på Rosco var jeg bekymret for, at det ville blive et lidt trivielt firmabesøg hvor vi bare fik vist produkter frem, men ikke fik noget at tænke over. Men det viste sig overhovedet ikke at være tilfældet. Vi blev rigtig varmt modtaget, og lærte en hel masse, ikke bare om firmaet selv, men også en masse generel lyshistorie og Broadway-historie, da Rosco jo har været på banen i rigtig mange år. Besøget på Rosco endte med at vi spiste frokost med medarbejderne fra firmaet, og det var super spændende fordi man på den måde fik lejlighed til at udveksle erfaringer om lys og teater, og få mere fornemmelse for miljøet omkring Broadway, historien og arbejdsmetoderne.



Vores vært, Mark, som selv havde været på Rosco i 20 år, introducerede os til firmaets historie. Rosco blev startet i 1910, hvor de startede med at fremstille lak til at male glødepærer med, som blev brugt på Broadway, både farvet lak og lak til diffusion. Da branchen for film og senere tv begyndte at vokse, groede Rosco med og begyndte at fremstille fx lim til filmstrimler. Selvfølgelig blev deres primære produkt hurtigt farvefiltre. I USA kaldes farvefiltre for "gels", fordi de første, tidligere filtre var lavet af gelatine. Men Rosco har et motto der lyder "Rosco is not just gel" for at gøre opmærksom på at de netop producerer en masse andre ting, alt fra lyskilder til specielle typer maling og dansevinyl, og at de hele tiden er lydhøre overfor nye ideer til produkter der kan passe ind

i deres sortiment.

Selv om de er et stort internationalt firma gør de meget ud af også at kunne lave specialløsninger til enkelte kunder, fx fortalte de at de har lavet en lampe med en bestemt farvetemperatur til et museum, for at den kunne matche det gamle udstyr museet havde i forvejen.



Rosco har siden starten set sig selv som et firma der skaber udstyr til lysdesignere, og har gjort meget ud af at være lydhøre overfor branchen og klar til at udvikle nye produkter, og de har gennem tiden også fået et stort marked udenfor USA. Således er halvdelen af deres salg lige nu udenfor USA.

For hele tiden at kunne være tæt på kunderne og deres behov, har de altid været et decentralt firma, med kontorer rundt omkring. Deres næststørste kontor er i London. Men alligevel er det en sjov detalje at de producerer stort set alle deres produkter i USA, og at hver eneste Rosco filter man selv bruger derfor sådan set har været forbi hovedkvarteret før det blev sendt ud til forhandlere og lokale kontorer.

Vi blev også vist rundt i hovedkvarteret, og lagde mærke til at det virkede som arbejdsplads med humor, fx er alle dørene til deres kontorer malet efter en farve i deres filtersortiment, og på alle gange hænger en masse blandede billeder fra firmaets historie som man kan gå på opdagelse i.

I deres produktionshal så vi hvordan kæmpestore ruller med filtre bliver skåret ud til alle de størrelser vi kender, ruller og sheets, samt lavet til filterprøvebøger. De fortalte at de sender en kvart million filterbøger ud om året, og 6000 sheets og 400-500 sheets supergel om dagen.



Alt i alt var indtrykket af Rosco at de er et firma der trods sin størrelse af bevaret en direkte kontakt til kunderne samt til deres eget produkt. Forstået på den måde at de både virkede som om de oprigtigt interesserede sig for deres kunder, og dermed for os, og deres kunders behov, men også at sælgerne havde en dag til dag kontakt med det produkt de sælger. Mange større virksomheder kan virke meget upersonlige, men på Rosco virkede det til at afstanden mellem produkt, sælger og kunde er ligeså lille som den fysiske afstand i hovedkvarteret mellem kontorerne og produktionshallen.