



# Gründer om dagen, kunstner om natta

Elleve år gammel solgte han sitt første tegning til Tandberg Radiofabrikk. Som tjuetifemåring etablerte han seg som illustratør og designer, så ble han gründer av et reklamebyrå. Nå har han etablert seg som en populær bildekunstner.

AV: KLAUS WÆRPEN

**R**ino Larsen (46) fra Skedsmo har nettopp avsluttet sin første separatutstilling, med stor suksess. – Jeg er glad og ikke så rent lite stolt, men også ydmyk nok til å forstå at dette har kostet og at jeg er heldig, sier Rino Larsen. Vi møter han i Galleri Lillestrøm hvor suksessen ble sikret. Nå står

flere utstillinger for tur.

– Nå er det bare å male for alle pengene, smiler han.

## Inspirasjon i ung alder

Spiren til å tegne fikk han fra den kjente illustratøren Svein Solem.

– Han ga meg et skikkelig kick til å sette

i gang allerede som guttunge.

Mens Larsen studerte design og markedsføring, tok han like godt steget til å etablere sin egen bedrift. Han laget en mappe med egne produksjoner, gikk rundt og banket dører til forlag og andre som han mente kunne trenge illustrasjoner.

Larsen fikk raskt flere oppdrag.



**ARBEIDER:** Profileringsmateriell i forbindelse med åpningen av Wergelands Hus (over). Vannflasken er en del av et samarbeidsprosjekt hvor Hunderfossen, Olympiaparken og Hafjell markedsførte seg som ett opplevelsessted ovenfor turistbransjen (høyre).

– Ja, faktisk så mange og så gode relasjoner at jeg senere aldri har behøvd å markedsføre meg. Jeg har vært heldig, men også ganske bevisst.

Larsen mener det er mange måter å markedsføre seg på når du skal starte for deg selv. Det gjelder å tørre å trå til. Det verste du kan få, er et nei.

– Jeg tror at mange som skal starte noe blir «slått ned» av andres råd og motforestillinger. Det er viktig å få og ta imot råd, men det er like viktig å ha tro på seg selv, sier Larsen.

## Gründer for annen gang

I 1996 møtte han reklamemannen Oddbjørn Wølneberg, som tidligere hadde startet et reklamebyrå. De fant tonen og så at de kunne utfylle hverandre. Rino Larsen gjorde det bra som illustratør, men han ville prøve noe nytt og spennende. Han var dessuten utdannet innen markedsføring.

De to skulle bygge opp et design- og reklamebyrå fra å være et rent produksjonsbyrå. I 2000 omorganiserte de selskapet og Createurene Kommunikasjon og Reklame ble etablert på Hvam utenfor Lillestrøm.

– Vi valgte bevisst å etablere oss som byrå i Romeriksregionen og satse på å bli det største byrået i regionen, sier Larsen.

Og de nådde målet sitt, ifølge Larsen.

– Det er viktig å ha tro på konseptet og produktet ditt og å tørre stå på egne bein, mener Rino Larsen.

Etter hvert ble han kreativ leder for et byrå som i dag har åtte personer i stallen og som omsetter for elleve millioner kroner i året. De fikk videre med seg en tredje partner, Tom Solem.

## Satser på kultur

Createurene sponser kultur for å markedsføre seg og, for å støtte lokalmiljøet. Halvparten av selskapets overskudd går til å støtte lokalt kultur- og idrettsliv. Selskapet jobber også aktivt gjennom fotballklubben LSKs sponsorpool, Innovasjon Gardermoen, samt Kultursenteret i Lillestrøm.

– Jeg er overbevist om at slike samarbeidsformer er viktige for næringslivsbedrifter for å skaffe seg et nettverk samtidig som det bidrar til nyttig relasjonsbygging, sier Larsen.

Han anbefaler alle gründere å tenke over hvor viktig og nyttig relasjons- og nettverksbygging er når man er i starten av noe.

– Du finner alltid en eller flere som kan komplimentere deg selv, sier han.

## Ingen vekstsyke

Rino Larsen har bevisst valgt at bedriften ikke skal vokse raskt. Han mener at virk-



## Rino Larsens GRÜNDERTIPS

- Lag tydelige mål
- Skill deg ut fra mengden
- Rendyrking er et stikkord
- Sats på det du er god til
- Ta ett skritt av gangen

somheter må bygges opp stein for stein.

– Det er viktig å ha fokus, vite hvor du vil og hva du er god på, eller gjerne best til, om du vil, sier han. I Createurene er hans partner Wølneberg best på det administrative og til å skape relasjoner, mens han er best på det kreative.

– Dette er vi svært bevisst på og bruker det for alt det er verdt til å utvikle og styrke bedriften vår. Jeg har hørt at en minister i USAs regjering en gang uttalte at du først skal sette deg et tydelig og konkret mål, så skal du finne ut hva det koster deg – og så betaler du. Jeg synes dette er godt sagt.

Selv mener han at han har betalt med hard innsats og målfokus. Og at det har vært verd det.

”Det gjelder å tørre å trå til.  
Det verste du kan få, er et nei.

Rino Larsen

► **Bildekunstneren**

Rino Larsen takker maleren Knut Rose for at han ble bildekunstner.

– Jeg ble bare tent der og da, og glemte aldri arbeidene hans. Jeg bare måtte bli maler, sier han.

Da han bygde nytt hus på Skjetten, ble det også satt opp et lite atelier foran huset. Lyset i atelieret har ofte vært tent det meste av natten de siste tre årene.

– Naboene har nok lurt på hva jeg har drevet med, ler Larsen, som fortsatt har full jobb som kreativ leder av Createurene.

Og han er gift.

– Jeg er heldig som har en kone som min Mette. Hadde ikke hun vært så forståelsesfull og hatt sånn tro på meg så ville jeg nok nøydt meg med å bare være kreativ leder fortsatt, sier han.

**Drømmer**

– Det er som om jeg er i en helt annen verden når jeg maler, og det som inspirerer meg er naturens farger og mangfold.

Han bruker en egenutviklet teknikk, som er en blanding av maleren og designeren Larsen.

Salget av kunstverkene har gått over all forventning etter hans separatutstilling tidligere i år. Neste mål er å ha egen utstilling på tre kontinenter samtidig, i Asia, Europa og USA.

– Det er lov å ha drømmer. Jeg har hatt mange jeg, som gründer, og flere har jo også blitt oppfylt, sier Rino Larsen.

– Men er ikke du kjent som en forsiktig og grundig person?

– Jo, men jeg har ambisjoner. At jeg er forsiktig, tror jeg faktisk har hjulpet meg fra å gå i de verste fellene. Det er mange feller på veien for en med en gründer i magen skal jeg si deg.

**Gikk på trynet**

Larsen har selv gått skikkelig på trynet. Han forteller:

– Vi ønsket å starte egen web-avdeling og etablere web-design, men var overoptimistiske. Det skulle vise seg at vi verken hadde tilstrekkelig kompetanse eller gjort hjemmeleksa vår når det gjaldt hva dette virkelig ville kreve av prosjektledelse og salgsapparat. Det hele endte med at vi satte bort hele greia til noen som virkelig hadde rede på det og som kunne levere produktet i samarbeid med oss. Det handler om å ikke å gape for høyt, men holde deg til det du er god i og å rendyrke det, sier Rino Larsen. ■



FOTO: CREATEURENE

**OMORGANISERING:** Sammen med reklamemann Oddbjørn Wølneberg har Rino Larsen bygget opp et design- og reklamebyrå fra noe som var et rent produksjonsbyrå. I 2000 etablerte de Createurene Kommunikasjon og Reklame på Hvam utenfor Lillestrøm.

”Det handler om å ikke gape for høyt, men holde deg til det du er god i og å rendyrke det.

Rino Larsen



FOTO: KLAUS WERPEN

**BILDEKUNSTNER:** Rino Larsen takker maleren Knut Rose for at han ble bildekunstner.



FOTO: CREATEURENE

**ARBEIDER:** Createurene står for idé og emballasje til LSKs nysatsning, ostepop (venstre), og helhetlig visuell profil og logo for LillestrømBanken (høyre).