

de Ondernemer

Pagina 3

Henk Patat doet niet aan email



Pagina 9

Thema: Relatiemarketing



Pagina 16

Ondernemers tussen de beelden



Van poses houdt ze niet. "Je moet volledig jezelf kunnen zijn om optimaal te presteren." Daarom werd de Haagse binnenhuisarchitect Nino Graziosi twee jaar terug Nina. Zakelijk bezien een gok, die naar haar zeggen heel goed uitpakte.

Bij Berk accountants en belastingadviseurs in Den Haag startte de architect een klus als Nino en nam ze afscheid als Nina. Ook één van haar grote opdrachtgevers, kledingketen The Sting, ging enkele jaren terug met haar in zee toen ze zich nog als man presenteerde. Afgelopen maand heropende de in de 'Koektrommel' gevestigde winkel van deze keten nadat Nina hem geheel had 'gerestyled'. Toen Nina enkele jaren terug besloot te allen tijde in haar gewenste gedaante naar buiten te treden, had ze geen flauw idee hoe klanten daarop zouden reageren. Toch nam ze de gok. Simpelweg omdat ze niet anders kon. "Ik zat helemaal vast, deels gevangen in een schijnwereld."

Macho man

Nina noemt Nino "een echte macho man. Hij hield van stoere outfits, die 'power' uitstraalden." Een ex-schoolgenoot herinnert zich nog de stoere brommer, waarmee Nino altijd ten tonele verscheen. Vader Graziosi was een 'traditioneel Italiaanse' man. Nina nu: "Ik heb mijn best gedaan om vanuit die traditionele Italiaanse sfeer een goede man te zijn." Nino trouwde dan ook volgens het boekje en kreeg later kinderen. Langzaam ontstond er een proces van bewustwording. De liefde voor het dragen van vrouwenkleding was er altijd al, maar dat gebeurde stiekem. Vanaf zijn

Nina Graziosi, binnenhuisarchitect

"Leven op de manier die bij mij past"

foto's: Henriëtte Guest
tekst: Theo Calcoen



zevende trok Nino met regelmaat meisjeskleding aan. Eenmaal getrouwd en volwassen verdween die drang niet. "Op een goed moment ging ik vaak 's avonds naar kantoor, kleepte me daar om en ging vervolgens aan het werk. Dan pas voelde ik me happy."

Dubbelleven

Het dubbelleven ging steeds meer

wringen en natuurlijk ontstonden er ook in het jonge gezin Graziosi strubbelingen. "Ik werd depressief. Mensen gingen klagen dat ik niet betrokken was. Ze misten emotie. Ik zat op slot. En steeds maar die angst. Zit de mascara nog in mijn wimpers? Ook heel vermoeiend allemaal."

In 2000 startte Nino met de voorbereidingen voor een definitieve

gedaantewisseling. Er volgde een scheiding en de architect kocht vervolgens een oud appartement in het Haagse Benoordenhout, wendde alle vakkennis aan om die om te toveren tot een moderne kunstzinnige woning en ging definitief als vrouw door het leven.

Lees verder op pagina 6.

Jeugdzonde

De zomer is weer voorbij. De haringen en komkommers kunnen weer de kast in. De tv-sporters rukken weer in. Het werk gaat weer beginnen. Gebronsde medewerksters kleuren nazomers in hun mantelpakjes, de witte boorden van de roze overhemden steken hard af tegen zongebruinde nekken van frisgeschooren accountmanagers. En iedereen heeft er weer zin in, lekker uitgerust en vol goede moed. Het is fijn om weer te mogen werken, om weer te mogen bijdragen aan het Product, de Dienst of de Wereldeconomie in zijn totaliteit.

Ondertussen buigt een redacteur zijn hoofd, moe van het berichten over alles wat er in de tussentijd in dit miezerende land gebeurde. Moe van vooral het gezeur over wat 'er twintig jaar geleden in een onbezonnen moment gebeurde. Toen de hele beschaafde jongerenwereld nog links was en recalcitrant, zoals jeugdigen behoren te zijn. Toen prille journalisten nog ondeugende krantjes maakten, bedoeld om te provoceren en de wereld te verbeteren. Toen burgerlijke ongehoorzaamheid nog een deugd was en iedere kraker een geus. Wisten wij veel dat we er 20 jaar later op afgerekend zouden worden? Twintig jaar later is iedereen gegroeid in de maatschappij, leidend geworden, geconfronteerd met de verantwoordelijkheden die voortvloeien uit privaat ondernemerschap. Sommigen zijn zelfs minister geworden.

Laat ik het maar gewoon zeggen: ook ik was vroeger jong en ondeugend. Ik heb gekraakt, mijn Puchje opgevoerd en ook wel eens een appel gepikt. Ik heb wel eens iets lelijks tegen een agent gezegd en een paar uur moeten brommen. Mea culpa en niets minder dan dat. Zo, dat is eruit. Pak van m'n hart. Hoef ik er tenminste niet omheen te draaien als ze mij straks vanwege mijn linkse jeugdzonde etnisch komen zuiveren.

RJ. Rueb

Ondernemer
Special:
Bedrijfsronroerendgoed
Zie achterzijde krant

Wat doet u als het
bedrijfsnetwerk niet lekker
meer loopt?
Dan schakelt u studenten
van de Haagse Hogeschool in.
Kijk voor alle mogelijkheden op
www.regioregisseur.nl
of bel (070) 445 88 35

Eerst het zuur dan
het zoet?
Zie pagina 3
Het is tijd voor
economische stimulansen.
Het is tijd voor de Rabobank.

BERK
Accountants en Belastingadviseurs
Meer Berk
Zie pagina 11

Ondernemer
In oktober staat
de Ondernemer
in het teken van
Starters
De volgende Ondernemer
verschijnt op 14 oktober



Vervolg van de voorpagina.

Het appartement biedt één bijzondere plek: een ruime kinderspeelkamer. "Eén van de moeijlijkste aspecten aan het hele proces was: Hoe vertel ik het mijn kinderen? Ik ben niet het type van de pauwenveren en een theatrale uitstraling. Ik draag zakelijke kleding, maar wel vrouwelijk en ik ben nu vrouw. Ik wilde geen nieuw leven, maar wel leven op de manier die bij mij past. Om dat over te brengen aan mijn kinderen heb ik de hulp van een psycholoog ingeroepen."

CV

Naam:	Nina Graziosi (45)
Is:	Vormgeefster (binnenhuisarchitect)
Opleiding:	Koninklijke Academie voor Architectonische Vormgeving Den Haag
Zelfstandig gevestigd sinds:	1993
Naam onderneming:	Graziosi Progetti BV
Vestigingsplaats:	Den Haag, Rijksmonument Nirwana
Klantenkring:	Bedrijven (o.a. T-Mobile, The Sting, Elsevier, Berk, Accor Hotels) en particulieren, beleggers en projectontwikkelaars.
Personeel:	6

Mannenjuk

Drie jaar terug verdween Nino dus definitief van het toneel en werd het dag en nacht Nina. Eenmaal verlost van het 'mannenjuk' ging Nina weer keihard aan de slag. Omdat ze nu geen 'verstoppertje' meer hoeft te spelen, voelt ze zich emotioneel vrij. En ze merkte: "Klanten waarderen dat."

Woordvoerder van kledingketen The Sting, Marco van Muiswinkel, beaamt dat. The Sting ging ruim 25 jaar terug van start. Van Muiswinkel: "De winkels ademen een jaren dertig stijl van de vorige eeuw, met

veel wit of bruin houtwerk, glas in lood en houten balustrades. The Sting richt zich op mensen tussen de 15 en 30 jaar. Wil je de jongeren van nu binnen krijgen, dan moet je die op hun eigen manier aanspreken. Er was behoefte aan een geheel nieuwe uitstraling. Aantrekkelijk voor jongeren, maar ook weer niet te schreeuwerig, zodat ouderen worden afgeschrokken. Dat idee heeft Nina heel goed opgepakt. Zij is betrokken bij de restyling van iedere winkel die nu voor een verbouwing in aanmerking komt."