

Yvonne Kooi is Drents Ondernemer van het Jaar. Eindelijk weer eens een vrouw, zo verzuchten de ondernemers in de TT Hall in Assen.



Yvonne Kooi spreekt een dankwoord. Op de voorgrond haar prijs. FOTO: JASPAR MOULIJN

# Yvonne Kooi niet van porselein

BOUKE NIELSEN

**ASSEN** Ze is niet van porselein, meldde Drents gedeputeerde en juryvoorzitter Ad van der Tuuk. Een mooie woordspeling op de Drentse ondernemer van het jaar, want het gaat hier om Yvonne Kooi van keramisch producent Royal Goedewaagen uit Nieuw Buinen.

Kooi heeft Royal Goedewaagen langzaam omgetoverd van een op de retail georiënteerd bedrijf tot een maakbedrijf dat zich sterk focust op business-to-business, dus opdrachten uitvoerend voor andere bedrijven. Van der Tuuk: „Ze vormde Goedewaagen om en bleef gericht op de relatie, zowel naar binnen als naar buiten.”

Het maakbedrijf, of beter ambachtsbedrijf, vervaardigde afgelopen herfst nog liefst 86.000 keramische huisjes voor Heineken. Een megalus, maar wel 86.000 keer een uniek product. „Ik nomineer dan ook onze medewerkers voor deze

*‘Onze producten zijn uniek, zoiets gooi je nooit weg als je het krijgt’*

prijs”, stelde Yvonne Kooi, „want zij zijn degenen die ons bedrijf uniek maken. Het zijn stuk voor stuk specialistische ambachtslieden. Vakmensen die er hun levenswerk van hebben gemaakt om de projecten bij Goedewaagen tot een prachtig resultaat te brengen.”

Kooi benadrukte het speciale karakter van Goedewaagen, waar ambachtslieden – van mallenmaker tot gieter, van glazuurder tot decoratieve schilder – steeds weer wat bijzon-

ders maken. „Wat wij maken is puur Nederlands ambacht en we staan symbool voor de Nederlandse maakindustrie”, stelde ze.

Maar waar de maakindustrie door robotisering en automatisering tot hoge aantallen en lage arbeidskosten komt, daar blijft Goedewaagen het traditionele pad bewandelen. Kooi: „De handen van een van de juryleden jeukten ook om een technisch-machinaal sausje over ons productieproces te gooien, maar uiteindelijk erkende hij ook dat hij ons snapte.”

En Kooi vervolgde: „Wat voor waarde heeft keramiek nog als het niet door minstens veertien handen tot stand is gekomen? Wat voor waarde heeft het product met het kwaliteitsstempel Royal Goedewaagen nog als het rechtstreeks uit China wordt geïmporteerd?” En ze gaf zelf het antwoord: „Geen enkele waarde.”

Royal Goedewaagen maakt keramiek voor grote partijen als KLM en

Heineken, maar ook voor bedrijven die het personeel een jubileumgeschenk of een kerstcadeau willen geven. „Het is iets heel persoonlijks. Je gooit het niet weg”, aldus Kooi. „Je kunt zoiets met trots geven. En onze klanten waarderen dat enorm.”

Yvonne Kooi, deels opgegroeid in Ten Boer en nu woonachtig in Borger, deed een hotelopleiding en werkte in Engeland en Parijs. Je ziet steeds vaker dat de hotelschool een goede basis blijkt voor een topfunctie in het bedrijfsleven.

„Misschien wel meer dan 80 procent van de afgestudeerden komt niet eens in het hotelwezen terecht”, constateerde ze. „Je wilt wat van de wereld zien en je zo breed mogelijk oriënteren. Maar je leert wel uitermate klantgericht te zijn. Het is geen dienstbaarheid die je etaleert, maar wel oog en oor voor de klant. Je denkt niet geprogrammeerd, je leert ook aanpassen en improviseren. De hotelschool is daarom een goede leerschool.”