



Stadstuin gerealiseerd door Van den Heuvel Tuinen.

Van idee tot internationaal merk: een decennium Luca Lifestyle

‘Ik zeg wel eens voor de grap: het begint steeds meer op een écht bedrijf te lijken’

Luca Lifestyle viert dit jaar zijn tienjarig bestaan. Wat begon als een ambitieus idee, groeide uit tot een merk dat in veertig landen de toon zet met duurzame designpotten. Voor eigenaar Gerard van Tilborg is het jubileum vooral een uitnodiging om vooruit te kijken.

Auteur: Fleur Dil

Tien jaar Luca Lifestyle is het verhaal van een ondernemer die haarfijn aanvoelde waar de markt behoefte aan had en onvermoeibaar werkte aan een beter alternatief. De zoektocht naar het juiste materiaal, de samenwerking met vakmensen in Vietnam en de opbouw van een hecht team vormen de basis onder een merk dat op het juiste moment een nieuwe standaard zette. ‘Het begon met het idee dat het écht anders kon,’ zegt Van Tilborg. ‘Maar dan moet je het nog wel realiseren. Dat is een zoektocht geweest.’

Het moment waarop alles begon

Van Tilborg werkte al jaren in de sector en zag veel aanbod, maar weinig kwaliteit. Lichtgewicht potten braken, zwaardere alternatieven waren onpraktisch en de ontwerpen waren saai. Dat moest beter kunnen. De vraag was alleen: hoe? De zoektocht leidde naar polyester, maar dan in een nieuwe, verfijnde samenstelling geschikt voor alle weersomstandigheden. Een vriend met een scheikundige

achtergrond hielp bij het ontwikkelen van de materiaalsamenstelling die uiteindelijk de kern van de collectie werd. ‘Ik wilde iets wat mooi blijft, vormvast is en wat je in alle denkbare vormen kunt gieten,’ vertelt Van Tilborg. ‘Met dit materiaal had ik de juiste samenstelling te pakken.’

Vietnam als fundament

Met het materiaal stond het concept, maar zonder vakmensen geen product. Die vond Van Tilborg in Vietnam, waar in 2017 de eerste samenwerking ontstond en daarmee de basis voor alle collecties die volgden. Die stap bleek cruciaal. Het gaf volledige controle over ontwerp, samenstelling, kwaliteit en afwerking. ‘Doordat we alles zelf produceren, houden we het hele proces in eigen hand. Dat was de doorbraak.’ Inmiddels is de fabriek uitgegroeid tot een moderne productielocatie met meer capaciteit dan ooit, om de groei bij te kunnen benen.

Groei met obstakels

Waar de eigen productieomgeving in Vietnam voor stabiliteit zorgde, bracht de markt een andere dynamiek met zich mee. De vraag schoot omhoog en de druk op capaciteit en logistiek nam toe. Van Tilborg: 'Kwaliteit moet leidend blijven, ook als de vraag stijgt. Daar hebben we vanaf het begin nooit concessies aan gedaan.' De uitdagingen tijdens corona staan Van Tilborg nog scherp voor de geest, toen de zeevrachtprijzen ineens vertienvoudigden. Toch bleek het ook een periode van kansen. Mensen besteedden meer aandacht aan hun huis en tuin, en juist in die periode groeide de vraag naar kwalitatief sterke designpotten. 'Covid was een lastige periode, maar het heeft onze groei tegelijkertijd versneld. We hebben het doorstaan en deze groei kunnen vasthouden.'

Een naam die blijft hangen

Pas de laatste jaren voelt Van Tilborg dat Luca Lifestyle écht een gevestigde naam is. Niet alleen door cijfers, maar vooral door wat hij terug hoort uit de markt. 'Afnemers dragen ons product met zoveel passie uit,' zegt hij. 'Dat is het mooiste teken van dat je iets goeds aan het doen bent.' Ook het team speelt een sleutelrol. In tien jaar tijd groeide er een hechte club mensen die de merkwaarden uitdragen. 'Ik zeg wel eens voor de grap: het begint steeds meer op een écht bedrijf te lijken.'

Grigio als doorbraak

De collectie die Luca Lifestyle definitief op de kaart zette, is de Grigio-serie. Een lichtgewicht pot met betonlook in rustige, natuurlijke tinten. Met eigen siliconenmallen werden lijnen en verhoudingen verfijnd en ontstond de herkenbare signatuur. 'Duurzaam, tijdloos en praktisch inzetbaar,' zegt Van Tilborg. 'Geen extreme vormen, maar wel met karakter.' Inmiddels vinden de designpotten ook hun weg naar binnen. Veertig tot vijftig procent van de collectie wordt gebruikt in hotels, woningen en kantoren. 'Dat is voor ons een groot compliment,' aldus Van Tilborg.

Terugkijken én vooruit tijdens het jubileum

Op 27 november viert Luca Lifestyle zijn jubileum met een besloten evenement voor klanten en partners. Bezoekers krijgen een terugblik én een inkijk in wat komt. De jubileumcollectie blijft nog even geheim: 'We willen het spannend houden. We kijken ernaar uit onze klanten en partners te verrassen met onze nieuwe producten en met hen te proosten op tien jaar Luca Lifestyle.' Wat hij wél wil delen, is zijn ambitie: internationaal verder groeien met nieuwe designs, materialen en nog verfijnere collecties. 'We willen een wereldmerk worden. Als mensen aan een plantenbak denken, moeten ze aan ons denken.'

Luca Cares

Met het succes kwam ook de wens om iets terug te doen. In Vietnam ondersteunt Luca Lifestyle al jaren meerdere weeshuizen en sinds kort ook een kinderkankerziekenhuis. Deze initiatieven worden nu gebundeld onder Luca Cares. Tijdens het jubileum kunnen bezoekers vrijwillig bijdragen via een QR-code. 'Het land heeft ons veel gebracht, dus we willen graag iets terug doen,' besluit Van Tilborg. 'Ik kan de wereld niet redden. Maar ik kan wel iets teruggeven.'



Fraaie stadstuin gerealiseerd door Van den Heuvel Tuinen.

Gerard van Tilborg



BE SOCIAL
Scan, lees & deel!