

e-Luscious benoemt **Berend-Jan Taken tot Label General Manager van de Wijnbeurs en **Bas Spierenburg** tot Chief Digital Officer**

e-Luscious, eigenaar van onder meer de webshops Wijnvoordeel.nl, Wijnbeurs.nl, Colaris.nl en Koffievoordeel.nl heeft Bas Spierenburg als Chief Digital Officer (per 1 juni 2019) en Berend-Jan Taken (per 1 juli 2019) als Label General Manager van de Wijnbeurs aangetrokken. Beiden zullen toetreden tot de directie van e-Luscious. Hiermee versterkt e-Luscious het leiderschap om de groeiambitie verder vorm te geven. Eerder dit jaar werden al Bart Kuppens als CEO en Spike Huisman als Label General Manager van Wijnvoordeel aangetrokken. Centraal bij deze versterkingen staat de senior ervaring met internationale groei, e-commerce en bovenal passie voor het product, met als doel om zowel het aanbod in Nederland, België en Duitsland te verbeteren.

Over Berend-Jan Taken

Berend-Jan Taken neemt de eindverantwoordelijkheid als Label General Manager van de Wijnbeurs per 1 juli 2019 over van Annemijn Hofdijk na bijna 12 jaar betrokkenheid. Berend-Jan was hiervoor verantwoordelijk voor Upfield als General Manager Margarine, voormalig onderdeel van Unilever en nu investering van KKR. Eerder was Berend-Jan betrokken als Marketing Director Spreads & Dressings bij Unilever in verschillende leidinggevende rollen bij Essent en Procter&Gamble. Berend-Jan heeft een grote passie voor, en kennis van wijn.

Berend-Jan over zijn overstap: “Na ruim tien jaar als hobby actief te zijn geweest met online wijn in- en verkoop, als bestuurslid en voorzitter van vereniging het Wijncollectief, was deze kans om van mijn hobby mijn professe te maken, te mooi om te laten lopen. De kans om als ondernemer, dankzij Gilde, met een groep zeer capabele en gepassioneerde mensen aan groei te kunnen werken moest ik gewoon pakken. Ik ben ervan overtuigd dat ik zowel door mijn passie voor wijn, als door mijn brede mix aan business ervaring aan deze groei kan bijdragen”.

Over Bas Spierenburg

Bas Spierenburg zal in de rol van Chief Digital Officer verantwoordelijk zijn voor het ontwerp en de implementatie van de overall digitale roadmap van e-Luscious. Bas is hiervoor werkzaam geweest bij Dollar Shave Club Europe (onderdeel van Unilever) in een e-commerce pure play omgeving. Eerder werkte Bas bij Akzo Nobel en Tommy Hilfiger waar hij verantwoordelijk was voor customer loyalty, CRM en digital platform development op mondiale schaal. Met zijn digitale expertise en passie voor data-gedreven persoonlijke service, zal Bas een significante bijdrage gaan leveren aan de groei van e-Luscious.

Bas over zijn overstap: “Ik kijk er erg naar uit om samen met de collega’s van het e-Luscious een customer centric en schaalbaar digitaal ecosysteem te bouwen om de groeipotentie van de organisatie te verwezenlijken”. Wijn en koffie zijn echte ervaringsproducten met een hoog engagement gehalte. Het is een prachtige uitdaging om de brede wijnkennis en selectie binnen e-Luscious via de webshop en mobiele applicaties over te brengen. Om zo de consumentenervaring van dé wijnslijterij online naar een nieuw niveau te tillen. Persoonlijk én met een mooie prijs, en goede service, en goede shop—ervaring”.