



De Brusselse Cowboy-fietsen zijn niet goedkoop. De e-bikes kosten minstens 2.000 euro volgens de website. © TIM DIRVEN

Miljoenenverlies voor hippe Cowboy-fietsen

Cowboy, het hippe Belgische merk van elektrische fietsen, boekte vorig jaar 3 miljoen euro verlies. Een nieuwe kapitaalronde ligt in het verschiet.

LUKAS VANACKER

Het Brusselse Cowboy verkoopt blitse elektrische racefietsen met tal van technologische snufjes. Eind augustus had het naar eigen zeggen al drie keer meer fietsen verkocht dan in heel 2018. Goedkoop zijn die niet. Volgens de website kost een e-bike minstens 2.000 euro.

Maar winst maakt de start-up, opgericht in 2017, voorlopig niet. Cowboy boekte vorig jaar een nettoverlies van 3 miljoen euro, blijkt uit het jaarverslag. In het opstartjaar 2017 maakte het bedrijf, dat geen omzet- en verkoopcijfers publiceert, een nettoverlies van 1,1 miljoen euro.

Toch maakt Cowboy zich geen zorgen over de grote verliezen. 'We maken al winst per verkochte fiets', zegt financieel verantwoordelijke

Alexander Cram. 'Maar we investeren zwaar in de productontwikkeling, zowel in hardware als in software, om fietsers de best mogelijke ervaring te bieden. Door de hoge investeringen was het verlies verwacht en in lijn met onze financiële plannen.'

Cowboy ontwikkelde onder meer een app voor de smartphone, die eenmaal bevestigd op de fiets een soort dashboard met gps en livestatistieken vormt. De fietsenbouwer wil ook zijn modelgamma uitbreiden.

Daarom is het volgens Cram 'aannemelijk' dat het bedrijf in de toekomst meer kapitaal ophaalt. Cowboy haalde bij de oprichting 2,4 miljoen euro op bij Index Ventures, Hardware Club, Kima Ventures en andere businessangels.

Vorig jaar volgde een naar Belgische normen enorme kapitaalronde van 10 miljoen euro, onder meer bij het Amerikaanse durfkapitaalfonds Tiger Global Management. Dat investeerde ook in de

Cowboy haalde deze week een grote vis binnen: de Brusselaar Jeremy Le Van, die zijn app voor 100 miljoen verkocht aan Microsoft.

mobielebetaaldienstenleverancier Stripe, de Indiase webshop Flipkart en de Zweedse streamingdienst Spotify. Met het geld boort Cowboy vier nieuwe markten aan: Frankrijk, Nederland, Duitsland en het Verenigd Koninkrijk.

Cowboy werd opgericht door drie bekende koppen uit de Belgische start-upwereld: Adrien Roose, Karim Slaoui en Tanguy Gorette. Roose en Slaoui waren CEO en directeur bedrijfsvoering bij de maaltijdbezorgdienst Take Eat Easy, die door Deliveroo uit de markt werd geknikkerd. Gorette richtte mee de Uber-variant Djump op, die in 2015 overgenomen werd.

Dinsdag raakte bekend dat Cowboy een nieuwe grote vis binnenhaalt. Jeremy Le Van, de oprichter van de agenda-app Sunrise, wordt verantwoordelijk voor het product en de softwareontwikkeling bij Cowboy. De Brusselaar verkocht zijn app in 2015 voor 100 miljoen dollar aan Microsoft, dat de app niet veel later in Outlook integreerde.



De Tijd 06/09/2019, bladzijden 14 & 15

All rights reserved. Gebruik and reproductie enkel mits toelating van de uitgever via De Tijd

