

Servicecontracten: winst gegarandeerd?

09-06-2006 00:00

Het is een vergeten groeimarkt: handel in plusgaranties. Voor retailers kan de verkoop van servicecontracten lucratief zijn, maar de concurrentie neemt toe. De vraag is wie hierin het voortouw neemt: sterke merken, retailers die een kanaalmonopolie hebben of onafhankelijke verzekeraars.

Plusgaranties zijn een aantrekkelijk product. Aan de vraagzijde staat de consument die voor een relatief klein extra bedrag aanvullende zekerheid koopt. Aan de aanbodzijde zijn retailers actief, verzekeringsbedrijven, fabrikanten en gespecialiseerde servicecontractors die allemaal goed verdienen aan de verkoop en afwikkeling van aanvullende garanties. Iets te goed, mopperen consumentenorganisaties die de markt voor servicecontracten onvoldoende transparant vinden.

Maar dat weerhoudt consumenten niet van de aanschaf. Eén op de vijf grotere aankopen in de Nederlandse consumentenelektronica wordt inmiddels opgewaardeerd met een plusgarantie. En deze service wint ook in andere sectoren aan populariteit. Auto's, mobiele telefoons, cv-installaties, inbouwkeukens en zelfs vakanties: vrijwel alles kan verkocht worden met extra zekerheid.

Het gehele artikel is te lezen in het juninummer van [RetailTrends](#)