

# ВСЕГДА ЛИ КЛИЕНТ ПРАВ?

## Hat der Kunde immer Recht?

Die Werbung von Kunststofffenster erweckt bei dem Endverbraucher manchmal allzuhohe Erwartungen. Das bezieht sich vor allem auf die Isolierteigenschaften, welche in der Tat zu einem Nachteil werden koennen. Die meisten Problemen haengen mit Kondensatbildung zusammen. Im Artikel werden die einzelnen Beispiele von solchen Problemfaellen analysiert. Um dieses Problem zu vermeiden bzw. zu mildern, sollen die Fensterhersteller mehr Aufmerksamkeit den Fragen des Luftwechsels schenken.

Butzev Boris Ivanovich  
AERECO-Luftungssysteme  
Vertriebsleiter Russland

Очень часто знаменитую фразу "клиент всегда прав" произносят как заклинание, особенно не задумываясь над ее смыслом. А почему, собственно, он прав всегда? Да, если нарушены сроки поставки товара, окна плохо сделаны и плохо смонтированы, вопрос очевиден. Несколько строительных форумов переполнены негативными отзывами о работе оконных фирм. Но среди рекламаций есть описания характерных ситуаций, при которых, казалось бы, очевидные доказательства "вины" оконной фирмы трактуются совершенно неправильно и никакой вины на самом деле нет. Я имею ввиду ситуации с появлением конденсата на стеклопакетах и откосах в холодное время года.



За что может и должна нести ответственность оконная фирма-производитель? За соответствие выпускаемой продукции и ее монтажа нормативным документам. Но окна являются только частью так называе-

мого инженерного оборудования здания, где системы отопления, остекления, вентиляции и т.д. тесно связаны между собой. И если хозяин квартиры взял на себя ответственность за переоборудование своего жилья, в том числе и с заменой старых окон на принципиально другие, он сам должен позаботиться о согласованности различных инженерных систем. Если строители загородного дома взяли на себя ответственность за работоспособность всех систем, они обязаны учесть специфику новых окон, в первую очередь их очень высокую герметичность. На самом деле часто бывает наоборот. Приведу несколько классических примеров из практики.



В одной из квартир в августе были установлены деревянные евроокна со стеклопакетами, установлены по дурной традиции до начала капитального ремонта. Бригада "умельцев" из ближнего зарубежья успела начать мокрые работы (стяжки, новые перегородки и т.д.), причем качество работ было таким, что довольно быстро хозяйка с ними рассталась. Квартира была закрыта примерно на месяц, после возобновления работ оказалось, что створки уже не открываются из-за разбухания древесины, лакокрасочный слой поврежден и т.п. Конечно, во всех



грехах была обвинена оконная фирма, якобы плохо сушившая древесину и плохо покрасившая окна. На самом деле, к таким плачевным результатам при-

вело длительное пребывание деревянных окон в условиях аномально высокой влажности в невентилируемой квартире.



Другой пример. Постоянно встречаются случаи проведения капитального ремонта квартир (обустройства коттеджей) с многочисленными мокрыми работами в зимнее время. Высокая влажность воздуха приводит к появлению конденсата на стеклопакетах и откосах, что вызывает массу нареканий заказчиков. При этом объяснения происходящих явлений настолько "очевидны", насколько неверны. Производителя окон пытаются уличить в плохом монтаже, несоответствии окон нашим суровым климатическим условиям, причем главный аргумент сводится к тому, что "раньше со старыми окнами такого не было". Конечно, не было. Во-первых, ремонт носил обычно косметический характер и проводился во время летнего отпуска. Окна же были с таким количеством щелей, что помещения постоянно вентилировались свежим более сухим внешним воздухом, уносящим избытки воды наружу.

Еще один хрестоматийный пример. В одном из элитных жилых домов на двух верхних этажах были угроблены шведские деревоалюминиевые окна во время отделочных работ в зимнее время. В течение нескольких зимних месяцев теплый влажный воздух со всех этажей под-



нимался по лестничным пролетам без дверей, скапливаясь наверху. Ненормальная повышенная влажность воздуха, который не мог покинуть здание с неработающей вентиляцией, приводила к обильному запотеванию стеклопакетов, разбуханию и почернению древесины, повреждениям лакокрасочного слоя. Естественно, были очень настойчивые попытки виновной представить фирму - поставщика окон.



Чтобы получить незаслуженные рекламации на свою продукцию и монтаж оконной фирме необязательно попасть на объект с "зимним" ремонтом. Прошлой зимой в Самаре фирма "Самарские оконные конструкции" имела большие проблемы с рекламациями и в обычных обжитых квартирах. Снижение мощности отопления и последующее падение температуры в жилых помещениях отбило у жильцов и так небольшое желание проветривать помещения. А куда деваться воде, выделяемой жильцами при дыхании, стирке-готовке и т.д.? Результат плачевный - конденсат вплоть до наледи на стеклопакетах, повреждения откосов и обоев, плесень, плохое качество воздуха. Виноватой опять представляется оконная фирма, обещавшая "энергоэффективные" окна.



Все перечисленные случаи объединяет одно: помещения плохо вентилировались. Нельзя рассматривать работоспособность современного окна в отрыве от системы вентиляции помещений. Окна могут соответствовать всем нормативным требованиям и иметь все сертификаты, но это еще не гарантия отсутствия

рекламаций по поводу конденсата. В подавляющем большинстве случаев это вентиляционные проблемы, и производитель окон не виноват.

Что же можно посоветовать производителям окон в таких ситуациях, когда их хотят сделать "крайними"? Опыт показывает, что ограничиться только заявлениями, что "мы сделали герметичные окна, которые Вы просили" не удастся. Тот же владелец жилого помещения, увидев необратимые повреждения на деревянных евроокнах из-за конденсата, будет стараться свалить вину на оконщиков ("должны были предупредить, не объяснили и т.д."). Выход видится в более корректном позиционировании современных окон в рекламе. Пока же реклама формирует у потребителя завышенный уровень ожиданий от предстоящей покупки, постоянно проводится мысль, что будет "тепло и тихо" в качестве гарантии комфорта. Фразы "третий контур уплотнения полностью исключает сквозняки" формируют у клиентов стойкое убеждение, что именно абсолютно герметичное окно обеспечит комфорт в их доме.



что появившаяся после замены окон духота и конденсат воды на стеклопакетах вызывают раздражение заказчиков. Реклама должна более подробно объяснять специфику современных окон и их эксплуатации, взаимосвязь окон с работой других инженерных систем. В идеале оконная реклама должна формировать у клиентов представление о хорошем окне как о теплом, звукоизолирующем, с гарантированным и контролируемым притоком воздуха, соответствующим нормам по вентиляции, а не допустимым требованиям по воздухопроницанию. Наиболее полно этим противоречивым требованиям соответствует герметичное окно со встроенным шумозащитным вентиляционным клапаном.

Бутцев Борис Иванович  
aerum@aereco.ru  
<http://www.aereco.ru>



#### Справка

На сегодняшний день ПГ БФК:

-Произвела и установила 298 тысяч 842 квадратных метров окон.

-Освоила выпуск ламинированного подоконника (до сих пор ни одна российская компания не смогла этого сделать).

-Увеличила объемы производства в три раза.

-Наращивает производственные мощности.

-Линии по производству стеклопакетов могут производить до 40000 изделий в месяц.

-Общий штат сотрудников - более 500 человек.

-Постоянно работает с крупными объектами и строительными организациями города Новосибирска.

#### Только цифры

4 октября 1995 года - создание «БФК» - компании по производству и установке окон пластикового профиля.

1996 год - организация «БФК-алюминий» и «ГЛАСтек».

1999 год - диплом второй степени Всероссийского конкурса на лучшее предприятие строительной индустрии.

2001 - на Берлинской конференции «Инвестиции в России» производственная группа БФК названа в числе наиболее динамично развивающихся предприятий России.

2003 - обладатель диплома «Новосибирская марка».

## Уважаемые коллеги, дорогие друзья!

Восемь лет - дата вроде бы не юбилейная. Но если мы говорим о возрасте компании, то она, особенно с учетом "национальных особенностей" российского бизнеса, не может не внушать уважения. Тем более, если речь идет о такой мощной компании, как БФК, отметившей 3 октября годовщину своего основания. За восемь лет работы из небольшой торговой фирмы компания превратилась в мощный производственный холдинг, став одним из признанных лидеров строительного рынка Сибири и Дальнего Востока. А зная серьезность наших новосибирских партнеров и амбициозность их проектов, можно смело предположить, что следующий день рождения БФК будет еще более радостным, а результаты работы очередного года - еще более впечатляющими.

От всей души поздравляю руководителей и сотрудников БФК с Днем рождения холдинга.

**Успехов вам,  
счастья и процветания!**

Генеральный директор  
ООО VEKA Rus  
Josef Leo Beckhoff