

LM Vintertræf og virksomhedsbesøg hos

Schultz Sejlmageri

Af Herluf Jensen.

Lørdag den 9. oktober 2021 kl. 10 åbnede ejer, Nicolai Schultz – 4 generation i virksomheden – dørene sammen med 2 medarbejdere for LM Klubbens 28 fremmødte medlemmer. Klubben besøgte sidste gang virksomheden i 2016.



Nicolai Schultz indledte besøget med at fortælle om virksomhedens historie op gennem tiderne og lagde ikke skjul på, at med LM bådernes søsætning sidste i 60'erne og begyndelse af 70'erne også gav starten på en succes for Schultz Sadelmageri. Med bådernes indtog i virksomheden ændredes navnet til Schultz Sejlmageri. At virksomheden blev involveret så stærkt i LM bådene var lidt af en tilfældighed da Aage Skouboe bad virksomheden om at lave en kaleche til en LM båd. Derefter blev det til rigtig mange kalecher gennem årene.

Nicolai er nu 4. generation i virksomheden som i dag har 11 ansatte. Virksomheden har pt. 2 ledige stillinger og Nicolai lagde ikke skjul på, at håndværket som syerske med kalecher ikke er noget alle syerske kan. På skolerne har man kun yderst begrænset lære omkring emnet og derfor må virksomheden ofte selv videreudanne syerskerne.

Virksomheden kan nu også levere sejl fra HYDE SAILS til kunderne. Sejlene er et internationalt anerkendt sejlmærke, som bliver syet i østen. Schultz Sejlmageri foretager opmåling til sejlene og sender ordrene videre.

På sejloftet over produktionshallen var indrettet plads til at måle sejl op, ligesom man have glasfiber-skabeloner af mange af LM bådene stående. Det var af praktiske årsager, at LM leverede disse skabeloner til bådene for at Schultz Kalecher kunne afprøve og kvalitetssikre deres produkter. Kalecherne er standardkalecher og forudsætter dermed at bådejerne ikke har foretaget personlige ændringer. Har man foretaget ændringer kan man også klare dette blot virksomheden får de nødvendige informationer ved bestillingen.



Nicolai guidede LM Klubbens medlemmer rundt i produktionshallen, hvor han og en medarbejder demonstrerede hvorledes man elektronisk computerstyret skæremaskine udskar kalechestoffet og mærker blev afsat til syerskerne med farver, som kun kunne ses i ultraviolet lys. Stoffet bliver holdt på plads på bordet med vakuum /bliver suget til bordet så det ikke glider under tilskæringen. En sådan digitaliseret skæremaskine koster noget over 1. mill. Kroner og der skal således sælges ret mange kalecher før den har tjent sig ind og er betalt.

Virksomheden sætter meget stor vægt på deres produkters kvalitet og stof er ikke bare stof og tråd ikke bare tråd. De får stof fra Spanien og tråden er en bomuldstråd omviklet en nylontråd. Bomulden har den funktion, at det efter kort tid udvider sig lidt og dermed lukke hullet som synålen laver til tråden. Uden denne bomuldsdel ville syningerne være utætte.



Virksomheden har skabeloner liggende af alle deres producerede kalecher – og i dag er de digitaliseret. En kaleche til en helt ny båd vil man skulle måle op og skære til i hånden første gang. Ejeren fremsætter sine ønsker til hvorledes kalechen skal se ud. Derefter går man ud på båden, sætter bøjer på – og med dobbeltdklæbende folie/plast tilpasser og måles en kaleche op med tusch-streger og mærker til lynlåse osv. Herefter er det hjem på værkstedet hvor tingene rentegnes og klippes – og måles op til computeren.

Nicolai fortalte en del om vedligeholdelse af kalecherne. Virksomheden var holdt op med at tage imod kalecher til vask, idet opgaven tog for meget tid og vasken faktisk blev udført af underleverandør. Man var også bekymret over måden vasken blev udført på, hvor flere kalecher blev puttet i en stor vaskemaskine med risiko for lynlåse og andre dele kunne beskadige stoffet.

Bådejerne bør være meget forsigtig med hvad man brugte til rengøring og imprægnering. Iblødsætning i finvask middel i ca. 6 timer. Afskyldning og rengøring med blød børste og svamp. Hård børste vil ødelægge stoffet og trådene.

Vejledning kan findes på virksomhedens hjemmeside. Det anbefales imprægneringsmiddel med silikone.

Nicolai opfordrede til, at man efter 3-4 år begyndte at give kalechen imprægnering lagt på med pensel som en jævn maling. Anbefalede ikke spray, der blot ville lægge sig ovenpå stoffet – svine omgivelserne og nabobådene. Spray ville ikke trænge ned i stoffet og ville ved en håndstrygning eller børste fjernes fra kalechen og dermed ikke gøre gavn. En kalechers levetid – afhængig af brug m.v. – var omkring 10 år. Vinduerne ville med tiden begynde at blive mælkehvide og dermed være de første tegn på ælde.

En god ide var i august måned eller når man deromkring skiftede sin sommerkaleche ud med en ældre kaleche til vinterbrug. Derved skånedes man sin sommerkaleche for efterårets fugtige vejr, som kunne give skimmel på indvendige side og dermed forkorte kalechens levetid.

Reparationer. Ofte ønskede bådejerne at forlænge kalechens levetid lidt med nye syninger – men hvis der yderligere skulle nye vinduer til – var det nok tvivlsomt om det kunne betale sig af reparere i forhold til at købe ny kaleche. Ofte så man behovet for at kalechebøjen skulle rettes op for at kalechen var stram og udspændt godt nok. Her anbefalede man bøjler i aluminium og ikke rustfrit stål. Rustfrit stål var problematisk at bøje korrekt og gav yderligere problem med rustdannelser langs kalechevinduerne. Der opstod kemisk forbindelse som gav rustbrun farve på ruderne og som næsten var umuligt at fjerne igen.

LM Klubbens medlemmer stillede mange gode spørgsmål og mon ikke alle fik et godt og brugeligt svar med sig hjem. Efter gennem gruppen havde gået virksomhedens produktionshal og sejlløftet igennem blev der tid til at nyde godt at virksomhedens kaffe og kage m.m. samt få sig en uddybende personlig snak med de ansatte og indgive ordre – og der blev indgivet ordre.

Som Nicolai fremhævede, så havde virksomhedsbesøget ikke salg som hovedtema. Man ville gerne fastholde den tætte forbindelse til sine LM Båd- kunder, der gennem tiderne har og stadig betyder rigtigt meget for virksomheden.

LM Klubbens medlemmer, kom – så – og nød godt at virksomhedens imødekommenhed – og rabatter.



De kom fra nord. De kom fra syd. De kom fra øst og vest. Fra Århus i nord – fra Als i syd, fra Esbjerg vest og fra Dragør i øst. Jo klubben var geografisk godt repræsenteret denne dag. Skal vi lege lidt med statistiske tal, så kan vi fortælle der var 87% fremmøde. Af de fremmødte indgav ca. 60 % en ordre.

Vigtigst for LM Klubben var 100 % tilfredshed for virksomhed og klub – og det tror vi på at have opnået. For vi kommer gerne igen om nogle år.

