



år i branchen, fik jeg selv åbnet op for mine kreative sluser. Så på det tidspunkt vi begyndte virksomheden, havde jeg allerede en god erfaring med selv at stå for designet. Derfor var det naturligt, at det var mig, der skulle skabe vores kollektioner."

Selvom det er Hanne, der sidder ved tegnebordet, er ægteparret med i alle hjørner af den skabende proces og produktion. Virksomheden har kun eksisteret i 1 ½ år, men på grund af parrets store kendskab til branchen fik de hurtigt researchet sig frem til de rette kontaktpersoner, interesserede forhandlere og i en branche kendt for hovsaløsninger og problematiske forhold mellem producent og leverandører, noget nær den ideelle leverandør i Kina.

UNIKT SAMARBEJDE

"Halvdelen af det vi laver, sker jo hos leverandøren, så det er utrolig vigtigt, at man har et godt forhold til hinanden. Det er jo dem, der skal forstå, hvad det er, der foregår inde i hovedet på mig. Det særlige ved vores leverandør, er, at vi også kan bestille små produktioner, så vi ikke er tvunget til kun at udkomme med to årlige kollektioner, men kan supplere med nye varer hele året. Det vil sige, får jeg en god ide eller en forespørgsel fra en kunde, så producerer vores leverandør gerne, selvom det måske kun drejer sig om et mindre antal jakker. Det er meget udsædvanligt," siger Hanne, der til gengæld har en dyrere leverandøromkostning, men til gengæld jo får det som hun vil have det – og det har kunderne også lurt. For det man som kunde

kan få hos CHDK, er skind i den allerbedste lammeskindskvalitet. Det er blødt og lækkert. Håndsyet og håndvasket.

JAKKEN TIL DEN RIGTIGE KVINDE

"Vores særkende er, at vi har et enkelt design, hvor vi gør meget ud af kvalitet, pasform og snit. Man finder ikke skindjakker her med en masse nitter og lommer, men det enkle udtryk. Det er meningen, at man skal kunne købe en skindjakke herfra og bruge den som et accessorie til både hverdag og fest," fortæller Hanne. Jakken er kerneproduktet hos CHDK. Den findes i mange udgaver. Korte og lange. Selvom udtrykket er enkelt, eksperimenteres der også. F.eks. en trenchcoat i skind, forarbejdet så det ligner klassisk jernbanefløj. Der findes også metallic-farvede dress i det blødeste skind, samt det seneste skud på stammen: Skindjakker, der ligner denim. Blå gennemfarvede 'denim' skindjakker, som Hanne har kreeret i Lundeberg med udsigt til blå himmel, hav og grønne træer. Jakkerne bliver præsenteret i denne måned på modemessen i Bella Centeret, og som altid har Hanne en helt bestemt type kvinde i hovedet, når ideerne tager form.

"Selvom en ung pige i 20'erne sagtens kan gå i vores tøj, så er vores design skabt til kvinden, der f.eks. har født et par børn og ikke tidens tynde idealstørrelser," siger Hanne fra CHDK, der er kendt for sit skindtøj til 'rigtige kvinder' – også dem i de helt store størrelser.

CHDK forhandles i hele landet, rigtig mange steder i Norge, Sverige og senest har Rusland også banket på døren. ■

Se mere på www.chdk.dk

Kvalitet hele vejen igennem

CHDK er en dansk skindvirksomhed, der har gjort en dyd ud af kvalitet og målgruppe. Bag står et ægtepar, der ikke har ambitioner om at blive kæmpestore, selvom potentialet ligger lige for.

Af Camilla Lærke Mors
Foto: Falkenberg og Kamal

Hvis du tør, kan du jo tage din finger og ridse med din negl i den nyindkøbte skindjakke fra en af landets mange tøjkedder og du vil ikke overraskende opdage, at læderet ofte er belagt med et tyndt lag film, der falder af. For sådan kommer de

billige skindjakker til at se ud. Lettere afskallede efter et stykke tids brug. Men ikke, hvis du køber en jakke hos CHDK. Til gengæld koster den også lidt mere.

"En rigtig god skindjakke vil kunne holde i årevis og bliver kun endnu lækrere af at blive slidt," lyder det fra Hanne Hogrefe, der er den kreative sjæl i CHDK. CHDK er en forkortelse for Christian og Hanne Hogrefe. DK står for Danmark, nærmere betegnet det meget idyllisk Lundeberg på

Fyn. Her slog ægteparret sig ned i 2004, efter at have gjort karriere i den danske modebranche i et halvt liv med bl.a. butik i stormagasinet Illum. Naturen skulle opleves og livet leves og arbejdet skulle kun fylde det halve med et mindre skindagentur. Men sådan gik det ikke helt.

BEHOV HOS KUNDER

"Vi oplevede, at mange af vores kunder efterlyste en bedre pasform og de var villige til at bruge flere penge på det, hvis kvaliteten samtidig var i orden," siger Hanne.

Et behov hos kunderne, som Hanne og Christian tog alvorligt og som er blevet grundstammen i de produkter, der siden er blevet produceret.

"Vi lyttede efter, hvad kunderne fortalte os, og efter alle disse

