

Interviewartikel

9. marts 2026

Et praktisk, trygt og skalérbart genbrugsmarked

Af Torben Bundgaard Vad, ChooseReuse

Interview med Jan Rohde, stifter og direktør i GreenDozer

I dag fylder genbrugsmarkedet langt under 1 procent af det samlede danske marked for byggematerialer. Hvis genbrugsandelen skal vokse, skal handlen gøres meget mere praktisk, tryk og skalérbar for køberne, uanset om det er bygherrer, rådgivere eller entreprenører. Det er den hovedudfordring, Jan Rohde, stiftende partner og direktør for B2B-plattformen GreenDozer, arbejder med at løse hver dag.

ChooseReuse projektet har interviewet Jan Rohde om genbrugsmarkedets udfordringer og barrierer, og hvad GreenDozer har gjort for at løse dem for at kunne tage nogle større bidder af markedet.

Usikkerhed om ansvar og garantier

Jan Rohde er hurtig til at fastslå, at en af de største barrierer for genbrug i byggeriet er usikkerheden om ansvar, garanti og risiko. Mange bygherrer og entreprenører er i tvivl om, hvem der hæfter, hvis et genbrugsmateriale svigter. For at løse dette har GreenDozer valgt en forsikringsbaseret tilgang.

“Vi har en produktansvarsforsikring, som dækker skader, hvis et genbrugsmateriale svigter. Det særlige er, at forsikringsselskabet ikke har regressret – altså kan de ikke sende regningen videre til en producent, som måske ikke findes længere,” forklarer Jan Rohde.

Forsikringen betyder, at genbrugsmaterialer kan indgå i projekter på mere lige vilkår med nye materialer, også i udbud og kontrakter. Samtidig arbejder virksomheden med dokumentation på materialeniveau, så bygherrer og entreprenører ved præcis, hvad de får.

Minimering af risiko handler dog også om at handle med de rigtige materialer, ifølge Jan Rohde. “Vi går ikke ind i materialer med høj strukturel risiko. Vi arbejder med materialer som gulve, facadematerialer, kabelbakker og sanitet, hvor risikoen er relativt lav,” tilføjer han.

Vanetænkning i branchen

Ud over de juridiske spørgsmål spiller vaner en stor rolle. Mange projekter bliver stadig planlagt ud fra en lineær logik, hvor materialer købes nye, bruges én gang og derefter bortskaffes. Ifølge Jan Rohde skyldes det, at talen om genbrug ofte først kommer meget sent i byggeprocessen.

”Hvis leverandører af genbrugsmaterialer ikke er med fra de tidlige faser, så lykkes det sjældent. Så bliver genbrug bare et bilag eller en option i udbuddet – og så gør man som man plejer.” Derfor arbejder GreenDozer hele tiden på at blive involveret tidligt, så genbrugsmaterialer kan tænkes ind i designet og i udbudsgrundlaget fra starten. Det øger sandsynligheden for, at genbrugsmaterialer faktisk bliver brugt.

”Vi kobler entreprenører med praktisk erfaring i genbrug på projekterne – ellers kan det let ende hos rådgivere med gode intentioner, men uden eksekverbare løsninger.

Leveringssikkerhed og volumen

En anden klassisk bekymring i branchen er leveringssikkerhed. Kan man få nok genbrugsmaterialer i den rigtige kvalitet – og til tiden? Her arbejder GreenDozer med lager og standardiserede materialepakker. ”Hvis vi ved, at en boligorganisation skal bruge genbrugte toiletter eller gulve i deres drift, kan vi sørge for at have dem på lager i en aftalt kvalitet og volumen,” siger Jan Rohde.

GreenDozer fungerer dermed som et bindeled mellem nedrivning, lager og nye byggeprojekter. Materialer bliver typisk taget ned ved selektiv nedrivning, transporteret til lager, kvalitetssikret og først leveret til byggepladsen, når entreprenøren er klar til at bruge dem.

Logistikken er afgørende, understreger han. ”Hvis entreprenøren bare sørger for nedbrydning, og tager materialer ned og sætter dem i et hjørne på byggepladsen, risikerer man, at de står der i et år – eller at nogen smider dem ud, fordi de tror, det er affald.”

Genbrug må ikke være dyrere

En udbredt antagelse i branchen er, at genbrugsmaterialer automatisk er dyrere. Ifølge Jan Rohde er det en misforståelse.

”Vi går efter at være konkurrencedygtige på den samlede pakke. Nogle materialer kan være dyrere, andre billigere. Men samlet set skal det hænge sammen,” siger han. Når ressourcekortlægning og afsætning planlægges tidligt, og der er større mængder på de genbrugte materialer, kan genbrug leveres prisneutralt og uden at forlænge tidsplanen.

En vigtig pointe er dog, hvad man sammenligner med. Et massivt genbrugsgulv kan eksempelvis ikke konkurrere med det absolut billigste klikgulv på markedet – men det kan godt konkurrere med et tilsvarende massivt gulv i ny produktion.

Derfor handler prissammenligninger ofte om at vælge den rigtige reference.

Ikke alle materialer egner sig til genbrug

GreenDozer har også lært på den hårde måde, at ikke alle materialetyper egner sig til genbrug i større projekter. Genbrug af døre i det professionelle byggeri er svært. "Variationerne er for store, og håndteringen er simpelthen for dyr i forhold til værdien af en ny dør," forklarer Jan Rohde.

Derfor fokuserer virksomheden på materialetyper, hvor der både er volumen, relativ ensartethed og realistisk økonomi.

Digital platform og nye arbejdsgange

GreenDozer beskriver sig selv som en digital B2B-handelsplatform for genbrug og overskudsmaterialer i byggeriet. Platformen skal gøre det lettere for rådgivere og entreprenører at finde materialer og integrere dem i projekter. Digitaliseringen spiller en vigtig rolle, fordi den skaber overblik over materialer, dokumentation og logistik.

"Vi kan se, at nogle af de største transaktioner faktisk er opstået, fordi en rådgiver har set materialerne på platformen og tænkt: det kan vi bruge i vores projekt," siger Jan Rohde.

Et marked i sin spæde start

Selvom genbrug stadig fylder meget lidt i byggeriet, oplever Jan Rohde en stigende interesse – især fra ambitiøse bygherrer og i større renoveringsprojekter.

Nøglen til at få markedet til at vokse er ifølge ham bedre samarbejde på tværs af værdikæden: bygherrer, rådgivere, entreprenører, nedrivere og materialeleverandører.

"Man skal starte med få materialekategorier i et projekt, hvor der er volumen og skala – og så udvide derfra," siger han. Hvis genbrug skal blive en reel del af byggebranchen, kræver det ikke bare gode intentioner, men nye arbejdsgange, bedre logistik og klare ansvarsmodeller.

"Det er præcist der, vi forsøger at flytte markedet."