

Föreläsning av Re-Creos grundare, Hanna Carlzon och Filip Karlsson

Från Uppsala:2030s event Fina ord eller handling – Cirkulär ekonomi är mer än återvinning på Scandic Uppsala Nord 8 maj 2026.

Moderator:

Jag är nyfiken på vad det var som fick er att starta Kreo. Var kom ursprunget, idén ifrån?

Filip:

– Jag tror att ursprungsidén kom från att jag har suttit i många byggprojekt och sett alla krav som kom från beställare och uppifrån EU-nivå. Jag har jobbat en del med återbruksprojekt och inte riktigt känt att det har funnits någon form av plattform där man kan nå ut och matcha med andra företag, andra kunder eller privatpersoner, och få en enkel och smidig affär egentligen.

Hanna:

Sedan har jag pratat med dig lite vid middagsbordet: "Fan, nu beställde vi 20 fönster fel och var tvungna att slänga dem." Och då går ju du i taket över att vi slänger tillgångar.

Filip:

Så absolut, för oss har det varit ett frö som har legat och grott länge. När det gång på gång ändå sker måste man agera.

– Hanna Carlzon heter jag, är vd och medgrundare till Re-Creo.

– Och jag heter Filip Karlsson och jobbar som operativ chef här på Re-Creo.

Det är inspirerande att höra om alla de här andra fantastiska initiativen som pågår och allt som bubblar. Jättekul såklart att få berätta lite mer om oss i just det här forumet.

Lite kort om vad vi kommer att prata om: vilka vi är, varför vi gör det vi gör, vad det innebär att vara säljare hos Re-Creo eller partner till Re-Creo. Vår marknadsplats är ju vår huvudprodukt.

Det här är kanske inte nyheter för de allra flesta av er, men det tål att upprepas: varför finns Re-Creo?

Bygg- och anläggningssektorn står i dag för cirka 20 procent av Sveriges klimatutsläpp, och där är material en väldigt stor del. Det slängs upp mot 14 miljoner ton bygg- och



rivningsavfall varje år. Det motsvarar cirka 40 procent av vårt årliga avfall. Jag tycker att det talar ganska tydligt för varför vi finns och varför vi behövs.

Sveriges regering har som mål att gå mot nettonollutsläpp 2045. Är byggbranschen inte med på det tåget kommer vi absolut inte att nå dit.

Dessutom är mycket, inte allt såklart, men mycket av det som slängs sådant som med fördel skulle kunna få ett nytt liv någon annanstans, antingen i upcyclat eller befintligt skick. Det vill vi tillgängliggöra via vår marknadsplats.

Vår målbild är att göra det möjligt för aktörer inom bygg-, fastighets- och anläggningssektorn att enkelt sälja sådant som annars går förlorat. Samtidigt vill vi hjälpa aktörer, både säljare och köpare, att vinna på svinn.

Kort bara för att nämna det: våra säljare i dag är uteslutande företag. Köpare är både företag och konsumenter. Olikt våra konkurrenter vill vi verkligen göra de här tillgångarna tillgängliga också för privatpersoner. Det är annars någonting som många drar sig för.

Vad menar vi då när vi säger rest- och överskottsprodukter?

Restprodukter är sådant som har haft ett tidigare liv, men som kan återanvändas och med fördel få ett nytt liv i befintligt eller upcyclat skick.

Överskottsprodukter är sådant som blir över. Oftast beställer man mer än man faktiskt behöver, för att slippa stå där mitt i processen och behöva beställa nytt. Eller sådant som blev fel. Det händer alltför ofta att det blir felbeställningar.

Vi ser stora fördelar med att omvandla det som i dag är en kostnad för de flesta. Det är en kostnad med transporter, en kostnad med återvinning och i värsta fall deponikostnader. Vi vänder det till en potentiell intäkt.

I vårt fall tar Re-Creo bara betalt när man faktiskt genomför en försäljning. Då tar vi 20 procent av försäljningspriset och säljaren behåller 80 procent. Det är en modell som är väldigt olik de flesta av våra konkurrenter när vi sonderar terrängen. Många tar en betydligt större del, eller till och med hela delen av kakan.

Som många redan har varit inne på ökar incitamentsmodellerna, inte minst bland beställare, för att faktiskt främja cirkulära materialflöden och att man agerar mer hållbart. Det finns stora ekonomiska incitament, ofta inbakade i upphandlingar till exempel.

Men det finns också stora konkurrensfördelar. Jag märker att man blir en mer attraktiv partner när man har en mer hållbar och klimatvänlig profil.

Dessutom innebär resurs- och materialeffektivisering att det ersätter behovet av att köpa nytt. Vi sänker kostnaderna där också. Via vår produkt kan man dels sälja externt, men vi



gör det också möjligt att omfördela sina tillgångar och resurser internt. På så sätt kan man också sänka kostnaderna och behovet av att köpa nytt.

Som sagt: minskad avfallshantering, återvinning och deponi, färre transporter.

Bättre överblick. I samtal med våra befintliga partners och säljare har vi insett att de flesta har väldigt dålig koll på vad som finns i de olika projekten. Man har väldigt bra koll på sitt eget projekt, men kanske inte lika bra koll på kollegans projekt.

Genom att man skapar sin produktbank kommer alla i företaget direkt åt och kan se vad som finns inom företaget. På så sätt kan man mycket enklare omfördela det.

Som jag var inne på tidigare gör arbetet med cirkulära materialflöden och återbruk också att man får en mycket starkare hållbarhetsprofil. Det har väldigt många fördelar. Dels är det en konkurrensfördel rent krasst. Man blir en attraktivare arbetsgivare, inte minst bland yngre generationer, har vi märkt. Det finns väldigt tydliga studier på det.

Vi ser absolut att det här är en kravbild som ökar bland beställare, men också en kravbild som ökar på nationell och internationell nivå. Det kommer komma en punkt där du inte har något val. Du måste hoppa på tåget.

Att hoppa på det tidigt och kunna gå i bräschen för det här gör att man står redo och är rustad när vi väl är där.

Partnerskapet med Re-Creo då. Vår roll är såklart att synliggöra marknadsplatsen, driva trafik till marknadsplatsen och göra reklam för det som blir varje enskild säljares skyltfönster och butik.

Vi matchar köpare med säljare. Vi har utvecklat en hel del olika verktyg för att underlätta den processen. Vi vet och förstår att problemet i bygg ofta är skrymmande, stora produkter som tar mycket plats. Det finns inte utrymme att lagra och det kostar pengar. Därför vill vi göra matchningsprocessen så tids- och kostnadseffektiv som möjligt.

Vi erbjuder också en hel del handledning och support, allt för onboarding. Vi kan till och med komma ut och skapa de första annonserna åt er.

Vi vill också dela de insikter vi får i form av vår kunddata: vilka produkter som efterfrågas och säljs just nu, vad man ska lägga sitt fokus på så att det faktiskt genererar en affär.

För en säljare, vilket ju då är ett företag, blir det upp till det enskilda företaget att identifiera vilka överskott och material de har som de vill göra synliga för extern försäljning, och vad de kanske hellre bör hålla internt för omfördelning.

Det ligger absolut på säljarna att publicera annonserna. Det har de helt och hållet ägarskap över. Det är också säljaren som faktiskt slutför affären med köparen.



När vi startade har vi alltid haft ambitionen att träffa den breda massan. Tidigare har man kanske pratat om återbruk med stora fastighetsägare och större byggaktörer. Men vi har alltid haft som mål att se brett.

Vi vill få in installationsföretag, små och medelstora bolag, inte bara de största bolagen. Jag tror att det finns 110 000 byggföretag i den sektorn i dag. Jag tror att om den stora massan kan komma in och bidra med någonting – det behöver inte vara så mycket, men någonting – så kan vi komma väldigt långt.

Det kan vi se här nu. Här är några axplock av våra kunder i dag. ByggConstruct är en lite större byggaktör, som kanske jobbar lite mer strukturellt med återbruk, inventeringar, tidiga skeden och projekterar in återbruk.

Samtidigt har vi SSK Golv, som är en mindre golvfirma. De jobbar helt annorlunda. De har ett litet lager, de tar hand om överskott och försöker lägga ut till försäljning till andra golvföretag eller privatpersoner.

Sedan har vi även fått in lite installationsbolag. Vi tror på att vi ska vara en entreprenörsdriven marknadsplats där vi får in så brett och så många bolag som möjligt. Då tror jag att vi kan få upp volymen på återbruk, och då tror jag också att vi kan träffa rätt med privatpersoner om vi får upp volymen.

Här är ett bra exempel. Vi har gjort ett samarbete med ByggConstruct, som egentligen har varit med från start, och som vi har kört en pilot med. Det har varit en väldigt bra lärpunkt för oss, för vi har fått komma in i deras process och se hur de jobbar.

Då har det kommit fram att de faktiskt har jobbat med återbruk förut, men kanske utan att ha verifikat på det. Man har inte kunnat fakturera vidare en produkt som man ändå har återanvänt någon annanstans.

Då har vi lyckats ta fram vår marknadsplats där vi har verifikat, betalning och det här inventeringsverktyget som man kan ta del av för att fördela resurser internt. Vi har hjälpt dem att komma igång med det här.

Nu tror jag att nästan varje nytt projekt som de startar har någonting med återbruk, stort eller litet beroende på storlek. Det som jag har pratat med Kalle om, som är kvalitetsansvarig, är att förr trodde de att det var så himla jobbigt. Det var så tungt med det här återbrukssnacket och att komma igång. Men nu känns det mer som en vardag för dem. Det är kul att ha kunnat vara där och bidra. Jag tror att det är ett gott exempel.

Så har vi marknadsplatsen. Den är live just nu och tillgänglig för både privatpersoner och företag. Egentligen fungerar den som en marketplace, en Blocket-sida, men produkterna

kommer renodlat från byggföretag och företag. Det är sådana produkter som inte kunde ha synliggjorts förut.

Det är inbyggt en enkel betalösning för privatpersoner. För företag har vi fakturalösning, för det är så man hanterar ekonomin i byggprojekt, och med verifikat.

Är man i inloggat läge som säljare har man sin struktur där man kan lägga upp projekt eller på företagsnivå, där man har sina annonser.

Det är även i den vyn man kan se och få ut sin klimatdata på projektnivå eller företagsnivå, som man sedan kan nyttja i sin hållbarhetsrapport senare under året.

Vi har försökt bygga den så enkelt och användarvänligt som möjligt, för byggbranschen är inte den bästa inom teknik. Det är en ganska trög bransch. Vår största utmaning när vi träffar kunder är egentligen att ändra beteendet där ute. Byggsidan har väldigt svårt att förändra någonting, så det pushar vi mycket på.

Moderator:

– Vad är det som saknas för att det här ska lyfta och bli naturligt?

Re-Creo:

– Jag tror att det är många komponenter vi har stött på. Om man agerar säljare så är det tid och resurser. Det saknas tid. Exempelvis som ByggConstruct: att kartlägga, inventera och skapa annonserna och sedan möta upp kunderna.

Pratar vi i egenskap av säljare, eller om vi pratar om köpare, till exempel företag, så är det volymerna som saknas. Det kostar mycket i tid och pengar att skrapa ihop de volymer som behövs inom ett projekt.

Därför tror vi, och är ganska övertygade om, att initialt kommer vår största kundgrupp i form av köpare att vara privatpersoner, tills vi har jobbat upp det, eller tills det har blivit tillräckligt mycket branschstandard och det finns tillräckliga volymer även för företag att köpa och inkorporera i sina projekt.

Moderator:

– Det bubblar ju av olika initiativ nu. Vem är det som kommer att ta den här marknaden? Det är väldigt spännande att se vad som händer framöver, och vi är så glada att ni är en av de här aktörerna som tar oss några steg framåt.

Hållbarhetsnätverket [Uppsala:2030](#) är en accelerator för hållbar omställning och erbjuder samtalsarenor med kunskap, inspiration och idéutveckling för ledare och medarbetare som vill ta ansvar för vår framtid. Där får du kreativt lösa utmaningar tillsammans med

andra, bygga relationer och samarbeten. Eventen utgår från Uppsala och livesänds så att hela Sverige kan delta i föreläsningar och samtal via Zoom 4 gånger per år.

Transkriberad från inspelning av Mia Ulin mia@ uppsala2030.com

