

# Manual til kortlægning af producenter, importører og forhandlere

Erik Hansen, Carsten Lassen & Claus Lübeck Christensen

COWI A/S

Miljøstyrelsen vil, når lejligheden gives, offentliggøre rapporter og indlæg vedrørende forsknings- og udviklingsprojekter inden for miljøsektoren, finansieret af Miljøstyrelsens undersøgelsesbevilling.

Det skal bemærkes, at en sådan offentliggørelse ikke nødvendigvis betyder, at det pågældende indlæg giver udtryk for Miljøstyrelsens synspunkter.

Offentliggørelsen betyder imidlertid, at Miljøstyrelsen finder, at indholdet udgør et væsentligt indlæg i debatten omkring den danske miljøpolitik.

# Indhold

<b>FORORD</b>	<b>5</b>
<b>1 OVERSIGT</b>	<b>7</b>
<b>2 AFGRÆNSNING AF PRODUKTER, MARKEDSOMRÅDER OG BRANCHER</b>	<b>9</b>
2.1 HVAD SKAL DER FORMIDLES, TIL HVEM OG HVORDAN?	9
2.2 INDLEDENDE SCREENING MED DEFINERING AF PRODUKTTYPER OG MARKEDSOMRÅDER	10
2.3 AKTØRERNES ORGANISERING OG KOMMUNIKATION	11
<b>3 OPSTILLING AF VIRKSOMHEDSLISTER</b>	<b>13</b>
3.1 DATA FRA REGISTRERINGSORDNINGER	13
3.2 DATA FRA PRODUKTREGISTRET	13
3.3 DATA FRA BRANCHEFORENINGER	14
3.4 INDLEDENDE UDTRÆK FRA VIRKSOMHEDSDATABASER	14
3.5 VURDERING AF HVILKE BRANCHER DER SKAL OMFATTES	17
3.6 ENDELIGT UDTRÆK FRA VIRKSOMHEDSDATABASER	18
<b>4 VIDERE DATABEHANDLING</b>	<b>20</b>
<b>5 KONTROL AF RESULTATET</b>	<b>22</b>
Bilag A	Datakilder
Bilag B	Dokumentationsskema
Bilag C	Eksempler for screeningsresultater for udvalgte produktgrupper
Bilag D	Afprøvning på desinfektionsmidler og mindre dagligvarebutikker med egen import af specialprodukter. (i separat dokument, dokumentet offentliggøres ikke)
Bilag E	CVR registerets alfabetiske indgang til NACE kategorier. (i separat dokument, dokumentet offentliggøres ikke)
Bilag F	CVR registrets systematiske indgang til NACE kategorier. (i separat dokument, dokumentet offentliggøres ikke)
Bilag G	Alfabetisk liste over varer og serviceydelser i Kompass. (i separat dokument, dokumentet offentliggøres ikke)
Bilag H	Systematisk præsentation af erhvervsorganisationer med udgangspunkt i medlemsstrukturen for Dansk Arbejdsgiverforening. (i separat dokument, dokumentet offentliggøres ikke)

- Bilag I Alfabetisk præsentation af erhvervsorganisationer.  
(i separat dokument, dokumentet offentliggøres ikke)
- Bilag J Branchebeskrivelser.  
(i separat dokument, dokumentet offentliggøres ikke)

# Forord

Regeringens handlingsplan for en styrket kemikalieindsats 2006-2009, anbefaler en mere målrettet kommunikation til virksomhederne.

Miljøstyrelsen har derfor udarbejdet denne manual. Formålet med manualen er at beskrive en metode til at identificere aktører beskæftiget med udvalgte produktgrupper for dermed effektivt at kunne sprede viden om nye regler og anden information til relevante aktører.

De enkelte handlinger, der skal foretages, er markeret med →. Baggrundsoplysninger om datakilder og overvejelser, som måske kun skal læses én eller to gange, er markeret med gråt.

Det forventes, at hele manualen læses igennem, før man går i gang.

Manualen består af en hoveddel og en række bilag, som mere indgående beskriver de enkelte datakilder, samt et dokumentationsskema som udfyldes elektronisk ved planlægningen af den enkelte informationskampagne.

Manualens metode har været afprøvet på to eksempler "Virksomheder der producerer eller importerer produkter indeholdende desinfektionsmidler" og "Mindre dagligvarebutikker med egen import af specialprodukter fra Afrika, Mellemøsten eller Fjernøsten". Denne afprøvning er flere gange i manualen refereret til som "metodeafprøvningen".

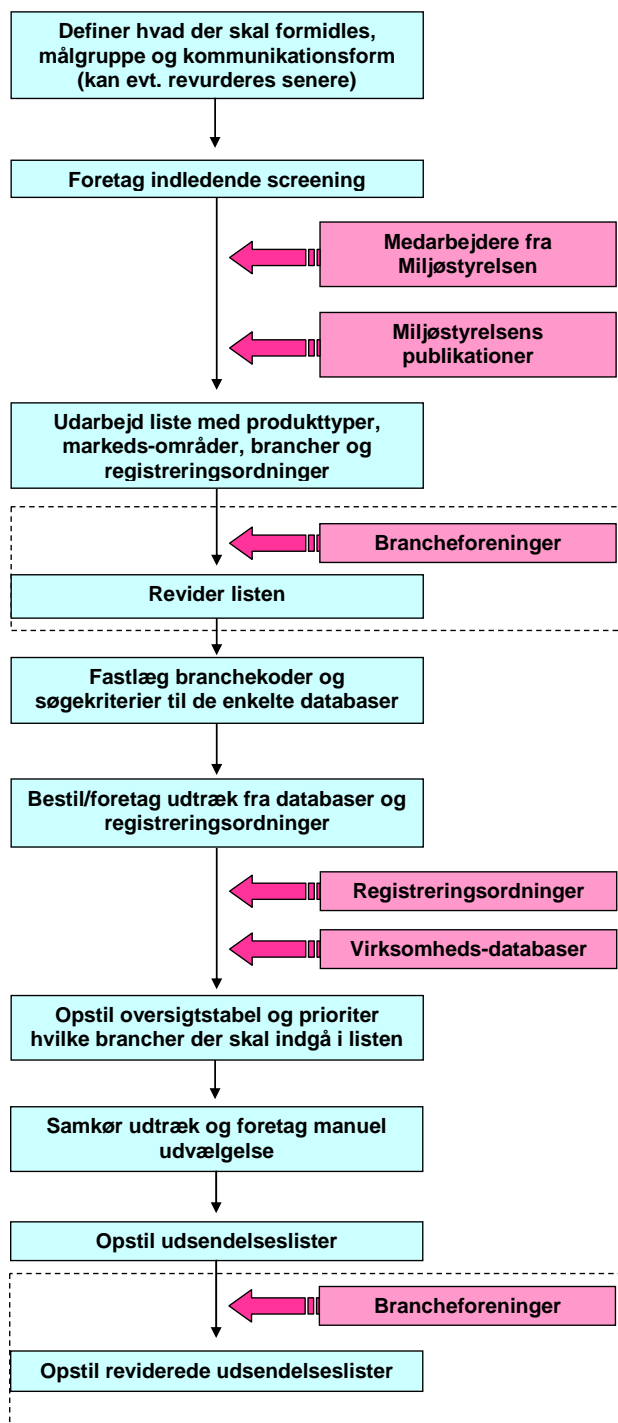
Flere steder i manualen er det benyttet at indsætte links til relevante Internet adresser.

Manualen er udviklet af Erik Hansen, Carsten Lassen og Claus Lübeck Christensen, COWI A/S.



# 1 Oversigt

Den følgende figur viser på oversigtsniveau de forskellige trin i den proces, som beskrives i den følgende manual. De blå felter er aktiviteter, som skal foretages, mens de røde felter repræsenterer datakilder. De stiplede linier markerer datakilder og aktiviteter, som eventuelt kan inddrages, men som ikke er en del af den faste procedure.



***Fasthold den indsamlede information***

Bilag 2 indeholder et skema som skal anvendes til at fastholde den indsamlede information og bruges til intern kommunikation mellem forskellige parter inden for Miljøstyrelsen. Skemaet vil også senere fungere som dokumentation for den information og de valg, der ligger til grund for den enkelte formidlingsindsats. To eksempler på udfyldte skemaer fra afprøvningen af denne manual (desinfektionsmidler og dagligvarebutikker med egen import) kan findes i bilag B.



## 2 Afgrænsning af produkter, markedsområder og brancher

2.1 Hvad skal der formidles, til hvem og hvordan?

→ Afklar følgende tre spørgsmål:

- Hvad skal der formidles?
- Hvem er den primære målgruppe for informationen?
- Hvilket medie forventes det at bruge (normal post, e-post eller andet)?

Disse tre spørgsmål skal foreløbigt afklares i forbindelse med beslutningen om at igangsætte en formidling. Det er muligt, at målgruppe og medie senere revurderes, når der er indsamlet mere information.

### ***Målgruppe i relation til produktkæden***

→ Fastlæg hvilke led i produktkæden der skal dækkes af informationen: er det kun produktion og import, eller er det også forhandling af produkterne til slutbrugerne?

På dette niveau er målgruppeformuleringen meget overordnet som fx "Virksomheder der importerer eller producerer desinfektionsmidler".

Bemærk at import ikke nødvendigvis foretages af importører, der har import som deres hovedaktivitet og er registreret som sådan.

Det er relevant at skelne mellem fire led i produktkæden med tilhørende aktører (i parentes):

- Produktion (producenter);
- Import (importører);
- Distribution, grossistled(distributører);
- Forhandling, detailed (forhandlere).

Der ses i dag en stigende tendens til at de samme aktører repræsenterer flere led i produktkæden, således at virksomheder der forhandler produkterne også selv er importører, hvorved distributionsledet (grossister) falder bort eller distributionen foregår inden for kæder, der dækker alle tre led: import, distribution og forhandling.

I forbindelse med regulering bruges ofte betegnelsen "virksomheder der markedsfører", hvilket for fysiske produkter (modsat serviceydelser) i praksis vil være producenter, importører og distributører .

### ***Hvor bredt skal der formidles?***

→ Fastlæg om der skal sigtes mod:

- **kun at formidle til dem, som informationen er relevant for med en risiko for ikke at henvende sig til alle (nettoliste);**
- **at henvende sig til alle som informationen potentielt kunne være relevant for med risiko for at henvende sig til mange som informationen ikke er rettet mod (bruttoliste);**
- **noget midt imellem - præcisér nærmere.**

For ikke at skulle henvende sig til for mange aktører, vil det ofte være hensigtsmæssigt at indsnævre listen af potentielle aktører. I de fleste tilfælde vil det ikke være muligt at lave en 100% målrettet formidling, hvor formidlingen sker til alle relevante aktører og kun dem. I processen skal der ske en afvejning mellem antallet af aktører, der kontaktes og dækningsgraden for de aktører, for hvem informationen er relevant

Man kan skelne mellem en nettoliste og en bruttoliste, og der vil mellem disse to lister kunne være forskellige mellemformer. Nettolisten består af aktører, som med nogenlunde sikkerhed vides at kunne være relevante modtagere af informationen, og nettolisten kan derfor betragtes som en minimumliste. Bruttolisten består af alle aktører, som potentielt kan have relevante aktiviteter, dvs. den indeholder udover nettolisten en række aktører, for hvem det ikke kan afvises, at de kan have relevante aktiviteter, men formentlig er det kun en mindre del af dem, der faktisk har det. Der vil oftest være stor forskel på de to listers længde.

Hvorvidt man sigter mod en nettoliste eller bruttoliste eller noget imellem afhænger af typen af den information, der skal formidles. Det vil også afhænge af antallet af aktører, hvilket først præcist afklares senere i processen, men det er hensigtsmæssigt allerede på dette trin at have en indledende forestilling om, hvor bredt man vil formidle, og så senere revurdere dette.

Indsnævring kan ske på forskellige niveauer:

**Led i produktkæden.** Skal alle potentielle importører dækkes, eller er det nok at henvende sig til de mest oplagte, fx virksomheder som er registrerede som producenter, importører eller grossister (fx i Kompass)? Hvis alle potentielle importører skal dækkes kan det være nødvendigt at inkludere alle forhandlere, da de i princippet kan have egen import.

**Brancher, som der rettes henvendelse til.** Skal der kun rettes henvendelse til virksomheder inden for de mest oplagte brancher, eller skal også tilgrænsende brancher, inden for hvilke produkterne potentielt kunne markedsføres, også inkluderes?

**Skal der kun søges på primære branchekategorier?** Skal der kunne søges på virksomheder der har relevante branchekategorier (NACE kategorier) som deres primære kategori, eller skal søgningen også omfatte virksomheder, der har branchekategorien som sekundær kategori (dvs. virksomhederne kan have relevante aktiviteter, med det er ikke deres primære aktivitet).

**Indsnævring inden for den enkelte virksomhed.** Skal der rettes henvendelse til alle produktionssteder/forretninger, eller vil det være tilstrækkeligt med én henvendelse til hver virksomhed (fx én henvendelse til Danfoss eller henvendelse til alle Danfoss' produktionssteder)? Henvendelse til alle produktionssteder/forretninger sikrer bedre at informationen kommer frem.

## 2.2 Indledende screening med definering af produkttyper og markedsområder

Næste trin i processen er en indledende screening, hvor relevante produkttyper og markedsområder opstilles. Formålet er at få indkredset relevante produktgrupper og aktører og dermed få nogle indgange til den efterfølgende datindhentning.

### **Videnbase**

Videnbasen i Miljøstyrelsen, som der i første omgang kan trækkes på, består af Miljøstyrelsens medarbejdere, styrelsens hjemmeside samt publicerede kortlægningsrapporter, miljøprojekter og arbejdsrapporter.

### **Brainstorm**

→ Gennemfør en kort brainstorm med relevante personer fra især Kemikalieenheden og Pesticidenheden. Til brainstormen stilles følgende spørgsmål (listen kan udvides om fornødent):

- I hvilke produkttyper indgår stofferne?
- Hvor og af hvem bruges stofferne og de produkter, hvori de indgår?
- Hvem producerer, importerer og forhandler stofferne og de produkter, hvori de indgår?
- Findes der relevante rapporter (primært rapporter publiceret af Miljøstyrelsen)?
- Hvorledes er aktørerne organiserede og hvordan kan de tænkes at være kategoriserede i virksomhedsdatabaserne?
- Vil produkterne typisk skulle anmeldes til Produktregistret?
- Findes der andre registrerings- eller godkendelsesordninger, som omfatter relevante aktører?

Ved brainstormen er det en fordel at skelne mellem aktørgrupper, som vil skulle indgå i en nettoliste og øvrige aktører, som kan være relevante ved udarbejdelse af en bruttoliste.

Ved kategoriseringen af produkter og markedsområder er det en fordel, at der udvises sproglig kreativitet, så der for samme produkttype eller markedsområde fremkommer flere betegnelser, der kan anvendes ved de videre søgninger.

→ Fyld resultaterne af denne brainstorm ind i dokumentationsskemaet.

### **Eksisterende kortlægningsrapporter og redegørelser**

→ Suppler med relevant information hentet fra Miljøstyrelsens publikationer.

→ Fyld resultaterne af oversigtslæsningen ind i dokumentationsskemaet.

Kortlægningsrapporter for kemiske stoffer i forbrugerprodukter er samlet i en særlig liste på Miljøstyrelsens hjemmeside. Kortlægningsrapporterne indeholder ofte en kort beskrivelse af produktområderne.

Miljøprojekter og arbejdsrapporter fra Miljøstyrelsen kan findes via Publikationsdatabasen. Hvis medarbejderne ikke kan pege på relevante rapporter vil det dog oftest være for omfattende en opgave at begynde at søge efter rapporter, da der er begrænsede muligheder for søgning i publikationsdatabasen. Det kan derfor være relevant at supplere med en fuldttekstsøgning på Miljøstyrelsens hjemmeside.

## 2.3 Aktørernes organisering og kommunikation

Brancheforeninger vil ofte være en god indgang til centrale aktører og har kendskab til relevante produktområder.

### ***Brancheforeninger***

→ Opstil en liste over relevante brancheorganisationer via Branchelink.dk, og orienter dig på deres hjemmeside, hvis de har en sådan.

→ Kontakt de mest relevante brancheforeninger telefonisk, oplys formål med informationskampagnen og navnet på Miljøstyrelsens sagsbehandler og stil følgende spørgsmål (listen kan udvides om fornødent):

- Har foreningen forslag til anvendelsesområder, produkttyper og aktører?
- I hvilket omfang organiserer brancheforeningen relevante aktører?
- Kan foreningen levere lister over relevante aktører, som er organiseret i foreningen (i dag er foreningernes medlemslister normalt tilgængelige via Internettet)?
- Finder der registrerings eller godkendelsesordninger for relevante produktgrupper?
- Har foreningen forslag til, hvordan andre aktører kan identificeres?

→ Send eventuelt de foreløbige resultater vedrørende anvendelsesområder, produkttyper og aktører til brancheforeningerne.

→ Revider listen over anvendelsesområder, produkttyper og aktører på grundlag af oplysningerne fra brancheforeningerne

En vigtig kilde til information om relevante aktører inden for et område er brancheforeninger. Foreningerne vil ofte kunne bruges direkte til at distribuere information til foreningernes medlemmer, eller vi kunne udlevere medlemslister, der kan anvendes til distributionen. Brancheforeningerne vil typisk vide om medlemmerne er producenter, importører eller forhandlere. Brancheforeninger dækker ofte de centrale aktører, men har normalt ikke en 100% dækning af aktørerne, og der vil derfor altid skulle suppleres med data fra andre kilder

Bilag A indeholder en oversigt over de vigtigste erhvervsorganisationer og de associerede brancheforeninger.

En god indgang til at finde relevante brancheforeninger er Branchelink.dk ([www.branchelink.dk](http://www.branchelink.dk)), som indeholder en meget overskuelig nøgle til at identificere relevante brancheforeninger. Eksempelvis kan man gå ind via kategorien "Forbrugerprodukter" → "Guld og sølv" og få en liste med links til brancheforeninger med tilknytning til guld og sølv samt relevante fagblade og fagportaler.

Lister over brancheforeninger/erhvervsorganisationer kan bl.a. også findes på De Gule Sider og Jubii.

## 3 Opstilling af virksomhedslistes

Ved opstilling af virksomhedslistes kombineres virksomhedsinformationer fra brancheorganisationer, registreringsordninger og virksomhedsdatabaser med det formål at lave en kampagneliste, der har hovedparten af de relevante virksomheder med, men samtidig ikke har en mængde virksomheder med, for hvem informationen ikke er relevant.

### 3.1 Data fra registreringsordninger

→ Undersøg om registreringsordninger dækker de relevante produktgrupper fx ved at se på hjemmesiden for ordningen eller ved henvendelse til sekretariatet.

For så vidt denne forudsætning er opfyldt vil alle virksomhederne skulle med på kampagnelisten.

→ Se om fuld kontaktinformation vedrørende registrerede virksomheder er tilgængelig på ordningen hjemmeside.

Hvis fuld kontaktinformation er tilgængelig:

→ Kopier/importer listerne til et Excel regneark.

Hvis fuld kontaktinformation ikke fremgår af de offentligt tilgængelige lister:

→ Ret henvendelse til den relevante myndighed/organisation for at bede om et udtræk med virksomhedernes navn, CVR nummer, adresse, e-mail (hvis den skal bruges) og telefonnummer. Ved henvendelse oplyses formål med informationskampagnen og navnet på Miljøstyrelsens sagsbehandler. Det er mest hensigtsmæssigt at få en elektronisk liste, som kan importeres i Excel, men det er ikke sikkert at det er muligt. Kopier/importer listerne til et Excel regneark.

### 3.2 Data fra Produktregistret

I visse tilfælde, hvor det som skal formidles vedrører et specifikt stof, som er fareklassificeret, vil det kunne være relevant at få foretaget et udtræk fra Produktregistret.

→ Bestil via Miljøstyrelsens kontaktperson i Produktregistret et udtræk på alle virksomheder som markedsfører produkter indeholdende et specificeret CAS nr. (kemisk registreringsnummer). Udtrækket skal indeholde følgende oplysninger organiseret med én række per virksomhed: CVR nr.; Virksomhedsnavn, Adresse (post); Telefon; e-mail; branche.

→ Importer udtrækket i Excel.

### 3.3 Data fra brancheforeninger

→ Identificer i samråd med relevante brancheforeninger, hvilke medlemsvirksomheder det vil være relevant at sende informationen til (fx en særlig sektion inden for brancheforeningen).

→ Se om fuld kontaktinformation vedrørende de virksomheder som af brancheforeningen vurderes at være potentielle aktører er tilgængelig på foreningens hjemmeside.

Hvis fuld kontaktinformation er tilgængelig:

→ Kopier/importer listerne til et Excel regneark.

Hvis fuld kontaktinformation vedrørende virksomhederne ikke fremgår af offentligt tilgængelige lister:

→ Anmod brancheforeningen om at levere et udtræk med virksomhedernes navn, CVR nummer, adresse, e-mail (hvis den skal bruges) og telefonnummer. Brancheforeningen har ingen pligt til at udlevere lister, og vil i nogle tilfælde foretrække selv at udsende informationen.

→ Kopier/importer listerne til et Excel regneark.

Hvis liste med komplet kontaktinformation ikke kan indhentes fra brancheforeningen eller hjemmesiden:

→ Importer eller indtast virksomhederne navne i Krak Markedsdata (se manual for Krak markeds data for detaljer om format mm.) og match navnene til virksomheder i databasen, hvorved fuld kontaktinformation bliver tilgængelig.

→ Gem listen i Krak Markeds data og lav samtidig et udtræk som gemmes i en EXCEL fil (se under Krak Markedsdata vedr. dataformat)

### 3.4 Indledende udtræk fra virksomhedsdatabaser

Ved søgningen anvendes grundlæggende to forskellige tilgange: en branchetilgang (fx med brug af NACE kategorier) og en produkttilgang med brug af søgeord for produkter og ydelser.

#### ***Produkttilgang i KompassOnline***

Kompass Online har sin styrke i gode muligheder for søgning på produkter på business to business niveau. En søgning i Kompass er derfor kun relevant, hvis kampagnen også skal omfatte producenter og grossister.

→ Lav en søgning i Kompass online på [Produkter og serviceydelser] med en relevant produktkategori. Til søgningen sættes ⇒ for alle leverandørtyper.

→ Vurder resultatet af søgningen kritisk. Klik de kategorier, der vurderes at være relevante, af og vælg [Søg], hvorved der genereres en liste i det format som er valgt. (Bemærk at kategorierne i Kompass ikke er identiske med NACE kategorierne).

→ Vælg format for download under [Format]. Det anbefales i første omgang at vælge følgende format (kan ændres hvis det viser sig hensigtsmæssigt):

CVR nr, Firmanavn; Adresse (postal); Postnummer (postal); By (postal); Telefon; e-mail; Leverandørtype. Gem formatet så det kan bruges senere.

→ Download den genererede liste med [download] og vælg under download-format "Excelformat".

→ Gentag evt. alle 4 trin med andre relevante produktkategorier.

→ Saml alle søgeresultater til én virksomhedsliste i ét regneark i EXCEL.

→ Notér de brugte søgekriterier og resultater i dokumentationsskemaet.

→ Importér virksomhedslisten fra Kompas i Krak Markedsdata (se manual for Krak Markedsdata for detaljer). Undlad at importere virksomheder der ikke kan matches, men behold dem i EXCEL arket.

→ Lav et udtræk fra Krak Markedsdata (se under dette for detaljer) og analyser i EXCEL, hvilke NACE kategorier virksomhederne primært er opført under. Brug resultaterne, sammen med resultaterne af den tidligere brainstorm, ved opstilling af liste over relevante NACE kategorier.

Formålet er dels at undersøge, hvilke NACE kategorier virksomhederne er ført under, dels at supplere den efterfølgende branchespecifikke søgning med virksomheder som kan have relevante aktiviteter, men som ikke vil være omfattet af de NACE kategorier, der vil blive søgt på i.

Ved import i Krak Markedsdata undlader man at importere de virksomheder, der ikke kan matches, men beholder virksomhederne i Excel arket. Da formålet er at få et overblik over, hvilke NACE kategorier virksomhederne er klassificeret under, er der ingen grund at bruge meget tid på at matche alle virksomheder. Krak markedsdata har en funktion til at analysere fordeling af NACE kategorier, men det fungerer ikke på tilstrækkeligt detaljeret niveau til dette formål, og det er derfor nemmere at lave et udtræk til Excel og derefter at analysere dataene i regnearket ved hjælp af autofilter funktionen. Vælg den øverste række i datasættet i regnearket og vælg [Data] > [Filter] > [Autofilter] hvorved der indsættes filtre i toppen af kolonnerne. Med brug af filtrene kan man vælge at se kun en del af datasættet fx kun se virksomheder de virksomheder der optræder under en bestemt NACE kategori. Herved kan opnås et overblik over hvilke NACE kategorier virksomhederne primært er ført under.

### ***Krak Markedsdata Online***

Søgninger med en branchetilgang foretages med Krak Markedsdata Online.

→ Gå ind i Krak Markedsdata via [BRANCHE] > [faggruppe]. Indtast et faggruppenavn, som forventes at være dækkende. Undersøg listen med [Vis liste], hvor der under [vælg opstilling] afkrydses følgende oplysninger: Virksomhed, faggruppe (første) og Primær NACE. Noter hvilke primær NACE kategorier som optræder hyppigst og som vurderes at være mest relevante for den videre søgning.

→ Gå ind i Krak Markedsdata via [BRANCHE] > [Nace]. Vælg [ søg kun primær Nace] og identificér og vælg med et klik relevante brancher ved at åbne strukturen af NACE kategorier. Vælg [SØG].

→ Vælg [Filer] > [Gem søgning] og vælg et sigende filnavn. Notér antallet af virksomheder for hver NACE kategori i dokumentationsskemaet.

➔ Gentag de to trin med [➔ søg kun primær Nace]. Notér også totalen (som ikke er identisk med summen af de enkelte NACE Kategorier) ind i dokumentationsskemaet.

➔ Lav en kontrolsøgning på følgende måde: Udvid søgningen med [BRANCHE] > [Nace] > [indtast betegnelse]. Indtast en relevant betegnelse og se om resultatet af søgningen overlapper den eksisterende søgning på grundlag af NACE kategorier. Hvis den ikke gør, skal det overvejes at udvide med flere NACE kategorier.

➔ Vælg en gruppe virksomheder og lave et udtræk med de samlede oplysninger om virksomhederne. Vurder om der eventuelt kan laves en indskrænkning af søgningen på grundlag af nogle af de viste oplysninger.



Det er nødvendigt at sætte sig grundigt ind i KRAK Markedsdata og læse i manualen inden man går i gang. Det anbefales at bruge noget tid til at prøve sig frem i NACE strukturen, da betegnelserne for nogle af de overordnede kategorier ikke særligt præcist antyder, hvilke kategorier man kan finde på de underliggende niveauer. NACE er en kategorisering af alle brancher, inddelt på fire niveauer, eksempelvis:

- 52 Detailhandel undtagen med biler mv.; reparationsvirksomhed
  - 52.1 Detailhandel fra ikke-specialiserede forretninger
    - 52.11 Detailhandel fra ikke-specialiserede forretninger med hovedvægten lagt på føde-, drikke- og tobaksvarer
      - 52.11.10 Kolonialhandel

Som strukturen er bygget op på Krak Markedsdata kan man få det indtryk at der er 5 niveauer og at eksempelvis 51 er en underrubrik til 50, hvilket ikke er tilfældet. Det øverste niveau i strukturen er således kun en praktisk foranstaltning, hvor flere niveau-1 kategorier er slået sammen (50,51,52,53 og 54 er således slået sammen under 50).

Det anbefales, at bruge denne struktur til at orientere sig grundigt i opbygningen af NACE kategoriseringen evt. kombineret med at orientere sig i de elektroniske lister i Bilag A, som indeholder links til en nærmere beskrivelse af de enkelte kategorier på CVRs hjemmeside. Hvis man foretrækker at læse på papir kan Dansk Branchekode rekvireres fra Danmarks Statistik eller hentes på Danmark Statistiks [hjemmeside](#). Kapitel 6, Branchebeskrivelser, indeholder en indgående beskrivelse af alle brancher.

Man skal regne med at bruge nogle dage på at sætte sig ind i Krak Markedsdata og NACE kategoriseringen og regne med at bruge yderligere et par dage til at gøre sig fortrolig med import og eksport af data mellem Krak Markedsdata og Excel og supplerende data-behandling i Excel.

Med et grundigt kendskab til kategoriseringen er det muligt i Kraks Markedsdata at klikke sig ind på relevante brancher, uden præcist at kende branchebetegnelsen eller koden. Når man med denne metode har identificeret relevante brancher, kan man lave en supplerende søgning med søgeord for faggrupper og se om man evt. af denne vej bliver opmærksom på faggrupper/brancher, der ellers var oversete.

Ved udtræk kan der vælges mellem kun at medtage virksomheder som har den pågældende NACE kategori som primær kategori (☛ søg kun primær Nace) eller også at medtage virksomheder, der har kategorien som sekundær kategori (☐ søg kun primær Nace). Ved kombineret søgning på flere kategorier fravælger databasen selv dobbeltgængere. Ved søgning som også omfatter sekundær NACE, skal altid omfatte på alle relevante NACE koder i én søgning. Hvis hensigten er at opnå bred dækning, hvor alle potentielle aktører er omfattet, er det relevant at medtage virksomheder, som har de relevante kategorier som sekundær NACE, men listen bliver hermed længere. Et første skridt ved en indskrænkning af listen vil derfor være kun at søge virksomheder, for hvilke kategorien er primær NACE.

I én og samme operation laves en kombineret søgning, hvor relevante NACE kategorier udvælges. Databasen viser løbende, hvor mange virksomheder der er udvalgt samlet for alle kategorier og i hver af de valgte kategorier. Kategorier, som ved en fejl er blevet tilvalgt, kan selektivt fravælges, så det ikke er nødvendigt at starte forfra.

### 3.5 Vurdering af hvilke brancher der skal omfattes

➔ Fremlæg resultaterne af det indledende udtræk for Miljøstyrelsens sagsbehandler. Til fremlæggelsen anvendes det udfyldte dokumentationsskema.

➔ Vurder hvilke NACE kategorier der skal indgå i udtrækket. Ved vurderingen skal der tages stilling til:

- Hvor bred er den enkelte NACE kategori i forhold til de virksomhedstyper der sigtes mod? Er der nogle af kategorierne, hvor relevante virksomheds-

typer formentlig kun udgør en meget lille del, og/eller hvor de relevante virksomheder er omfattet af lister fra andre datakilder, skal det overvejes at udelade disse kategorier;

- Skal der inddrages sekundær NACE kategorier? For NACE kategorier, der omfatter netop de virksomhedstyper der sigtes mod, vil det være relevant også at inddrage sekundær NACE. For kategorier i relation til produktion inddrages i alle tilfælde også sekundær NACE;
- Skal der foretages en indskrænkning af visse af NACE kategorierne fx på grundlag af antallet af ansatte, navn på topledelse, eksport% eller andet?

Ved prioriteringen tages der stilling til, hvilke kategorier der må forventes at have en meget lille frekvens af virksomheder, for hvem informationen er relevant. Vurderingen baseres på, hvor bredt NACE kategorien er defineret i forhold til den specifikke gruppe af virksomheder, der er relevante. Fx er NACE kategorien "Engroshandel med sportsartikler, campingudstyr og lystbåde" temmelig bred, hvis der kun skal rettes henvendelse til virksomheder der markedsfører desinfektionsmidler til kemiske toiletter, hvorimod NACE kategorien "Engroshandel med legetøj og spil" rammer ret præcist, hvis der skal rettes henvendelse til virksomheder der markedsfører legetøj.

For kategorier med en forventet meget lille frekvens vurderes det, om det vil være tilstrækkeligt at basere sig på den produktspecifikke søgning i Kompass i kombination med lister indhentet fra brancheforeninger eller registreringsordninger.

Hvis der er et begrænset budget for informationskampagnen, kan det også være en faktor, som har indflydelse på det maksimale antal af virksomheder, som skal med i kampagnen, og som dermed har indflydelse på, hvilke kategorier der eventuelt udelades.

### 3.6 Endeligt udtræk fra virksomhedsdatabaser

→ Lav det endelige udtræk fra KRAK markedsdata ved at åbne de gemte søgninger, eller ved at lave en ny søgning på grundlag af udvælgelsen af NACE kategorier beskrevet ovenfor.

→ Gem Excel filen under et sigende navn og gem ligeledes søgning i Krak Markedsdata med [Filer] > [Gem søgning].

→ Bestil et udtræk fra CVR på virksomheder med reklamebeskyttelsen inden for de samme NACE kategorier og specificer for hver kategori, hvorvidt om der også skal sekundær NACE med.

→ Angiv i dokumentationsskemaet, hvilke NACE kategorier der indgår i den endelige kampagneliste.

Under [Format] kan man vælge format for udskrift og download og formatet kan gemmes til senere brug. Det anbefales i første omgang at vælge følgende format:

CVR nr.; Virksomhedsnavn, Adresse (post); Telefon; e-mail; primær branche NACE.

Samme format vælges ved indhentning af oplysninger fra CVR, hvorved listerne let kan kombineres i et EXCEL ark.

Til visse søgninger vil det kunne være hensigtsmæssigt at ændre format og fx have antal ansatte, eller topledelse med.

Da udtræk fra Krak Markedsdata ikke indeholder reklamebeskyttede virksomheder (ca 2%), bestilles et udtræk på de reklamebeskyttede virksomheder hos CVR. Til bestillingen

laves en liste over de NACE kategorier, som man har valgt skal indgå, som sendes til CVR.

---

## 4 Videre databehandling

Den videre databehandling i EXCEL har til formål at samle alle lister til én liste, og frasortere virksomheder, som optræder på flere af listerne. Den sorte-rede liste skal bruges til at flette med det brev, som skal sendes ud til virksomhederne.

### **Organisering af data**

- Fjern Post adresselinie 2-5 fra udtrækket fra KRAK Markedsdata, så kun "Post adresselinie1" står tilbage.
- Flyt rundt på kolonnerne i listerne fra Kompass og andre datakilder så de følger samme format, som udtræk fra KRAK Markedsdata: CVR nr; Virksomhedsnavn; Post adresselinie1; Post postnr; Post postdistrikt; Telefon; E-mail; Primær Nace nr; Primær Nace betegnelse.
- Kopier alle lister ind i ét regneark, så alle virksomheder står under hinanden. Kontrollér at samme type af oplysninger (fx firmanavn) står i samme kolonne.
- Lav en sortering efter Post adresselinie1.
- Gå listen igennem se efter om der er virksomheder som optræder to gange med samme adresse og virksomhedsnavn. Fjern i givet fald den række med færrest oplysninger.
- Gem Excel filen, som skal bruges til at trykke labels og til at flette sammen med det brev, som skal sendes ud.

Fra både Krak, Kompass og CVR er det muligt at udtrække virksomhedslistes der umiddelbart kan importeres i et databaseprogram eller regneark (MS Excel).

Når man skal forene resultater fra flere datakilder, skal man sikre sig, at data fra de forskellige datakilder er opstillet ens, så eksempelvis bynavn er i samme kolonne, både i udtræk fra Krak og Kompass og i lister fra brancheforeninger. I Excel gøres det ved at flytte rundt på kolonnerne. Hvis der i nogle af listerne ikke optræder en bestemt information (eksempelvis CVR nummer) vælger man at have tomme felter for disse oplysninger.

Udtrækkene fra de enkelte datakilder kopieres herefter over i det samme regneark. Udtræk med mange tusinde virksomheder håndteres uden problemer på denne måde. Det anbefales at alle udtræk håndteres i samme fil (regnebog) med et regneark for hver datakilde, samt et regneark med den samlede liste. Herved er det muligt senere at gå tilbage og se de enkelte udtræk, hvis der er behov for det.

For at undgå at der sendes flere breve ud til den samme virksomhed er det nødvendigt at foretage en sortering, hvis oplysninger fra flere datakilder er forenet. Til sortering af dataene anvendes funktionen Data > Sort hvor dataene sorteres efter én eller flere af søjlerne. Til dette formål har det vist sig mest hensigtsmæssigt at sortere efter vejnavn og nummer, som generelt er angivet på samme måde i de fleste datakilder, hvorimod virksomhedsnavne kan angives på forskellig måde. CVR nummeret er entydigt og derfor den bedste parameter, men det indgår ofte ikke i de lister, som kan indhentes fra brancheforeninger og registreringsordninger.

En manuel frasortering vil som oftest dog tage relativt kort tid.

---

Virksomhedsnavnene kan godt være anført forskelligt, selvom der er tale om den samme virksomhed fx som A/S Triton, Triton A/S eller TRITON. To virksomheder på samme adresse skal have væsentligt forskellige navne eller forskelligt CVR for her at blive betragtet som to forskellige virksomheder.

Et Excel regneark kan uden videre bruges som datakilde til funktionen "flet breve" [Mail Merge] i Word, hvorved navne- og adresseoplysninger kan flettes ind i breve. Se hjælpefunktionen i Word for en nærmere beskrivelse af flettefunktionen.

Regler for samkøring af personoplysninger fra flere offentlige registre, er fastlagt i lov om behandling af personoplysninger LOV nr. 429 af 31/05/2000. Samkøring af oplysninger om virksomheders adresser og produkter, som der er tale om her, er ikke omfattet af loven, og der er således ingen begrænsning i at kombinere oplysninger fra flere datakilder.

---

## 5 Kontrol af resultatet

Det er meget vanskeligt at vurdere, hvor dækkende en liste vil være, og man kan ikke beskrive en enkelt kontrolprocedure, som kan bruges ved alle søgninger.

En mulig kontrol vil bestå i at undersøge om virksomheder, som positivt vides at have relevante aktiviteter, er med på listerne.

### ***Virksomheder identificeret via brancheforeninger***

Hvis man ønsker en bred dækning bør hovedparten af de aktører, som er identificerede gennem brancheforeninger, også optræde på de branchespecifikke lister fra Krak Markedsdata.

Dette undersøges ved at flette listerne (som beskrevet i kapitel 4). Hvis det viser sig at en stor del ikke optræder på listerne fra Krak, vil næste skridt være at undersøge, hvorledes virksomhederne er kategoriserede i Krak. Hvis mange af virksomhederne er kategoriserede under NACE kategorier, der ikke er omfattet af søgningen, bør det overvejes at udvide søgningen med nogle af disse kategorier. Da ikke alle virksomheder er medlemmer af brancheforeningerne, må det forventes, at der inden for de samme brancher vil kunne være andre aktører med relevante aktiviteter.

For meget specifikke produktområder, hvor der er et begrænset antal virksomheder, kan det overvejes at sende hele listen til den relevante brancheforening og få deres kommentar til listen. Metoden vurderes ikke at være brugbar, hvor der er tale om flere produktområder og lister med flere tusinde virksomheder.

### ***Virksomheder identificeret via registreringsordninger***

Samme procedure kan i princippet også bruges i relation til lister indhentet via registreringsordninger. I dette tilfælde er det dog ikke så entydigt, at virksomhederne også skal optræde på listerne fra Krak.

Hvis en godkendelsesordning dækker alle produkter inden for et produktområde, er man sikker på at have alle med, og der er ikke noget behov for at suppleres med et branchesøgning, der vil resultere i en meget længere liste. Eksempelvis vil alle leverandører af midler til yverhygiejne være dækket af godkendelsesordningen. Disse virksomheder optræder i Krak under en lang række NACE kategorier, som illustreret ved afprøvningen for desinfektionsmidler, og et udtræk omfattende alle disse giver mere end 7000 virksomheder, mens kun 40 virksomheder optræder på Fødevarestyrelsens liste.

Der vil muligvis være registreringsordninger, hvor kun en del af de relevante produkter inden for produktgrupperne vil være omfattet af ordningerne, og i disse tilfælde vil det være relevant at lave en kontrol på samme måde som for virksomhedslistes fra brancheforeninger.

### ***Internet***

Med en søgning på Internettet på produktgrupper vil man umiddelbart mest finde forhandlere og internetsøgning vil primært være en kontrolmulighed, hvis virksomhedslisterne også skal omfatte detailedet.

### ***De Gule Sider***

Hvis listen omfatter virksomheder i detailledet kan man evt. prøve at lave en søgning på de Gule Sider, og kontrollere om en række virksomheder, som vurderes at være relevante, er med på kampagnelisten

### ***Udvidelse af listen***

I det omfang man ved kontrollen bliver opmærksom på relevante virksomhedstyper, der ikke er med på listen, kan søgningen i databaserne udvides og den derved fremkomne liste flettes med den eksisterende liste.





# Bilag A

## Datakilder

### Hvilke datakilder skal benyttes

Datakilder, som kan benyttes, kan opdeles i lovbestemte registreringsordninger, brancheforeninger og virksomhedsdatabaser.

Direkte søgninger på Internettet kan være et supplement, fx i forbindelse med kontrol af udarbejdede lister, men det er generelt for tungt at udarbejde virksomhedslistes på grundlag af Internetsøgninger.

#### ***Lovbestemte registreringsordninger***

I visse tilfælde findes der lovbestemte registreringsordninger, som meget effektivt kan anvendes til at udarbejde lister over aktører med relation til bestemte produktområder. Inden man går videre med søgning i virksomhedsdatabaser, bør man undersøge i hvilket omfang lister kan udarbejdes på grundlag af relevante registreringsordninger. Eksempler på ordninger er nævnt i afsnit 0 i hovedrapportem.

#### ***Brancheforeninger***

En overordnet beskrivelse af brancheforeninger er givet senere i dette bilag, men en systematisk præsentation af erhvervsorganisationer med udgangspunkt i medlemsstrukturen for Dansk Arbejdsgiverforening er vist i Bilag H (bilaget er ikke offentliggjort)

#### ***Virksomhedsdatabaser***

Der findes en række virksomhedsdatabaser med oplysninger om virksomheder i Danmark.

I dette bilag er følgende virksomhedsdatabaser beskrevet:

- Det Centrale Virksomhedsregister (CVR);
- Krak, herunder Krak Markedsdata Online.
- Kompass;
- De Gule Sider;
- Eniro;
- KOB. ;

CVR, Kompass og Krak er nærmere beskrevet følgende bilag. CVR fordi det er basis for alle andre databaser; Krak og Kompass fordi de indgår i den beskrevne metode.

Ved afprøvningen blev det vurderet at Eniro og de Gule Sider ikke indeholdt væsentlig information, som ikke kunne findes i de øvrige databaser. Der findes også andre virksomhedsdatabaser, herunder Greens Erhvervsinformation, som allerede ved den indledende screening blev vurderet ikke at være anvendelige til dette formål, og som derfor ikke er nærmere beskrevet.

Alle databaserne er grundlæggende baseret på oplysninger fra det Centrale Virksomhedsregister og oplysninger fra telefonselskaberne, evt. suppleret med oplysninger indhentede direkte fra virksomhederne. Det betyder at databaserne følger kategoriseringen i CVR, den internationale såkaldte NACE kategorisering.

### ***Information om, hvorvidt virksomhederne har import***

Til målretning af informationskampagnen, og indsnævring af mængden af virksomheder der skal kontaktes, ville det være en stor fordel, hvis virksomheder der har importaktiviteter var registrerede. Virksomheder, der importerer fra lande uden for EU, skal registreres hos Erhvervs- og Selskabsstyrelsen, og denne registrering vil fremgå af oplysningerne i CVR. Registreringen viser ikke om de faktisk importerer.

Der findes ifølge oplysninger fra Told og Skat ikke en tilsvarende registrering af virksomheder der importerer fra andre EU lande, og der er ikke nogen mulighed for at samkøre virksomhedsoplysninger fra CVR med oplysninger om import fra lande inden for EU. I mange tilfælde vil mindre virksomheders import fra lande uden for EU gå via en mellemhandler fx i Tyskland og vil derfor ikke være registreret som import fra lande uden for EU.

#### A.1 Lovbefalede registreringsordninger

Hvis der findes relevante registreringsordninger må det forventes at de kommer for dagens lys under brainstormen og kontakt til brancheforeningerne, men disse kan evt. suppleres med en kort Internetsøgning med søgekriteriet <registrering\*> eller <godkendelse\*> suppleret med relevante ord.

Nedenfor er nævnt tre registreringsordninger, men der findes formentlig flere for specifikke produktgrupper.

##### *Produktregistret*

Virksomheder, der producerer eller importerer kemiske stoffer og materialer, skal anmelde produkterne til Produktregistret, hvis produkterne skal klassificeres som farlige eller er optaget på Arbejdstilsynets grænseværdiliste eller, hvis de indeholder 1 % eller mere af et stof, der er klassificeret som sundheds- eller miljøfarlig eller optaget med en grænseværdi på Arbejdstilsynets grænseværdiliste. Der er en række undtagelser fra anmeldeordningen, som fremgår af Produktregistrets [hjemmeside](#). Udtræk fra produktregistret vil være meget relevant for grupper af kemiske produkter, for hvilke der typisk vil være anmeldeligt, eksempelvis malinger baseret på organiske opløsningsmidler.

Sammensatte produkter, som ikke er rene kemiske stoffer og materialer, vil generelt ikke være registrerede og lister fra Produktregistret vil således være af begrænset anvendelse for de fleste forbrugerprodukter.

Miljøstyrelsen kan rekvirere lister over virksomheder, som er registreret at markedsføre relevante produkter, og bruge disse lister til at sende information til virksomhederne.

##### *Elektriske og elektroniske produkter - WEEE-system*

Producenter og importører, som markedsfører elektriske og elektroniske produkter i Danmark, skal registreres i [WEEE](#)-systems producentregister, med nærmere oplysninger om produktkategorier og mærker. Virksomhederne er enten registreret individuelt eller via den kollektive ordning Elretur.

Individuelt registrerede virksomheder kan identificeres via WEEE systems hjemmeside "[Registrerede virksomheder](#)". Medlemmer af Elretur fremgår af Elreturs [hjemmeside](#). Fra begge registre vil der formentlig kunne rekvireres en fil med virksomhedsoplysninger, som kan importeres i Excel.

Danske producenter af komponenter til elektriske og elektroniske produkter vil ikke være opført i registret og skal altså identificeres på anden måde.

### *Fødevarestyrelsens godkendelse af desinfektionsmidler*

Alle desinfektionsmidler som kan komme i kontakt med fødevarer, samt midler til pattedyr, yverhygiejne, og tilsætningsmidler til autoklavevand skal godkendes af Fødevarestyrelsen. Lister over godkendte produkter, med angivelse af producent navn kan findes på Fødevarestyrelsens hjemmeside, og adresser på virksomheder, der har anmeldt produkterne, kan fås ved henvendelse til Fødevarestyrelsen.

## A.2 Det Centrale Virksomhedsregister

Det Centrale Virksomhedsregister, CVR er den samlede indgang til information og data om alle virksomheder i Danmark. Dækningsgraden er derfor 100%. For alle virksomhedsformer (fx aktieselskaber, anpartsselskaber, andelsselskaber, interessentskaber) findes oplysninger om både selve virksomheden (også kaldet den juridiske enhed), og dens produktionsenheder (P-enheder, som også kan være butikker).

Disse oplysninger kan bl.a. bruges til at afgøre om eksempelvis butikker med samme koncept er organiseret som kæder (med én juridisk enhed, fx Føtex) eller er baseret på et franchise koncept, hvor butikkerne har forskellige ejere, som betaler for at bruge konceptet (fx 7/11 og McDonald's).

Alle danske virksomheder har et CVR-nummer. CVR-nummeret er et 8-cifret nummer, der er unikt for den enkelte virksomhed. CVR numrene indgår også i de øvrige databaser, men fremgår typisk ikke af de umiddelbare oplysninger tilgængelige i internet-versioner.

Virksomhederne er brancheinddelt ud fra NACE kategoriseringen. Der er kun knyttet en primær NACE kategori til hver virksomhed. CVR indeholder ikke oplysninger om, hvilke produkter virksomhederne producerer eller forhandler eller hvorvidt virksomhederne er producenter, importører eller forhandlere, bortset fra den information der ligger i selve branchekategoriseringen.

## A.3 Krak Markedsdata Online

Krak Markedsdata Online er baseret på oplysninger fra CVR suppleret med andre oplysninger om virksomhederne. Udover at være kategoriseret på primær NACE kategorier er der til mange af virksomhederne også knyttet sekundære NACE kategorier (som dækker dele af virksomhedernes aktiviteter) og produktinformationer. En søgning på primær NACE kategori vil kun få de virksomheder med, for hvem NACE kategorien repræsenterer virksomhedens primære aktivitet. Da mange virksomheder har mange forskellige aktiviteter, vil det for en bred søgning være en fordel også at kunne identificere virksomheder som har sekundære aktiviteter som er dækket af den relevante NACE kategori.

Da databasen samtidig indeholder bedre søgefaciliteter end CVR, kan bruges til at importere virksomhedslistes fra andre datakilder og er prismæssig konkurrencedygtig foreslås det, at anvende dette værktøj.

Værktøjet har visse svagheder, mht. til kun al lave udtræk på de juridiske enheder (og dermed ikke have produktionsenheder med). Desuden kan der ikke laves udtræk af de reklamebeskyttede virksomheder (ca. 2%) som derfor supplerende skal indhentes fra CVR registret.

## A.4 Kompass

Kompass Online har sin styrke i at have mange oplysninger om hvilke produkter og serviceydelser de enkelte virksomheder kan levere på business-to-business niveau. Databasen er således god til selektivt at udvælge producenter og grossister, der leverer bestemte produkter. Udtræk fra basen vurderes at være et godt supplement til udtræk fra Krak Markedsdata, og kan i tilfælde, hvor der ikke er en god overensstemmelse mellem branchekategorier og relevante aktører, evt. erstatte branchespecifikke søgninger, hvis der ikke ønskes en 100% dækning af alle potentielle aktører.

Udtræk fra Kompass kan bruges til at undersøge, under hvilke NACE kategorier virksomheder med relevante aktiviteter er registrerede, og dermed danne grundlag for en branchespecifik (NACE kategori specifik) søgning i Krak Markedsdata.

# Det Centrale Virksomhedsregister

## 1 Navn / Kontaktoplysninger

Det Centrale Virksomhedsregister, CVR, <http://www.cvr.dk>

Erhvervs- og Selskabsstyrelsen, Kampmannsgade 1, 1780 København V,  
Telefon 33 30 77 00, Fax 33 30 77 99, CVR-nr 10150817.

Email: [cvrweb@eogs.dk](mailto:cvrweb@eogs.dk)

Kontaktperson for søgninger: Tina Ronæs Drejer: [tdr@eogs.dk](mailto:tdr@eogs.dk)

Kontaktperson-tekniske spørgsmål: Nicolai Sondrup [nso@eogs.dk](mailto:nso@eogs.dk)].

Miljøstyrelsen har allerede et CVR-Online abonnement. Miljøstyrelsens kontaktperson er John Egholm Jensen. Abonnementet kan i følge John Egholm bruges til at finde virksomhedsoplysninger på enkeltvirksomheder, men kan ikke bruges til brede søgninger på brancher.

## 2. Produkter / Markedsområder og dækningsgrad

CVR er den samlede indgang til information og data om alle virksomheder i Danmark. Dækningsgraden er derfor 100%. For alle virksomhedsformer (fx aktieselskaber, anpartsselskaber, andelselskaber, interessentskaber) findes oplysninger om både selve virksomheden (også kaldet den juridiske enhed), og dens produktionsenheder (P-enheder).

Alle danske virksomheder har et CVR-nummer. CVR-nummeret er et 8-cifret nummer, der er unikt for den enkelte virksomhed.

Ud over et CVR-nummer får en virksomhed også tildelt ét såkaldt P-nummer (Produktionsenhedsnummer) for hver fysisk beliggenhed, hvor virksomheden driver virksomhed fra. P-nummeret er et 10-cifret entydigt nummer. Da virksomheden tildeles et P-nummer for hver fysisk beliggenhed, hvorfra der drives virksomhed, kan der således være tilknyttet flere P-numre til samme CVR-nummer. En produktionsenhed er en adresse, der ejes af en virksomhed; en

adresse hvor virksomheden udfører aktiviteter.

De fleste virksomheder i Danmark har kun én adresse, men nogle har flere. Discountkæden Netto har fx ca. 350 p-enheder i Danmark - alle med hver deres P-nummer.

Til et CVR-nummer kan der være tilknyttet et eller flere SE-numre. SE-numre bruges af Skat til regnskabsmæssig opdeling af virksomheden.

Enkelte virksomheder - anslået 1-3% - i CVR vil være reklamebeskyttede.

Oplysninger om reklamebeskyttede virksomheder må ikke bruges til reklamehenvendelser. Oplysningerne må heller ikke bruges i forbindelse med andre henvendelser, med mindre man har specifik hjemmel i lov eller virksomheden har givet dig sit samtykke. Oplysninger om reklamebeskyttede virksomheder må videregives fra Det Centrale Virksomhedsregister – samlet eller gruppevis - såfremt modtageren af oplysningerne skriftligt erklærer at ovenstående vil blive overholdt..

### 3. Anvendt kategorisering

I Danmark branchekodes efter princippet i "DB 03" (Dansk Branchekode 2003). DB 03 er tilpasset danske forhold, og er blevet til med udgangspunkt i EU's fælles branchefortegnelse "NACE rev. 1.1". Princippet for branchekodning i DB 03 følger derfor det internationalt vedtagne princip.

Den anvendte kategorisering fremgår af Internet siden <http://branche.cvr.dk> og er vedlagt som bilag til dette oplysningsskema. Der er vedlagt to versioner af kategorisering: én hvor brancherne er kategoriseret alfabetisk (identisk med søgefaciliteten på CVRs hjemmeside) og én hvor brancherne er kategoriseret efter NACE koder. Det skal bemærkes, at de enkelte NACE kategorier i den alfabetiske brancheopdeling er opdelt på flere brancher, men det er ikke muligt at søge mere specifikt end på niveau 3 i NACE kategoriseringen. Branchen "Desinfektionsmidler, engroshandel", som kan findes via den alfabetiske brancheoversigt, er således en undergruppe under "51.55.00 Engroshandel med kemiske produkter" og udtræk kan kun foretages på dette niveau.

Uddybende bemærkninger til kategorierne fremgår af internet siden <http://branche.cvr.dk> men kan også findes via links for hver branche i de to bilag.

### 4. Aktørdata

Standarddata omfatter virksomhedens navn og adresse og CVR-nummer. Der kan tillige være angivet telefonnummer, fax og e-mail adresse, men dette er ikke altid tilfældet.

Det Centrale Virksomhedsregister opdateres en gang i døgnet - hver dag, året rundt.

For visse typer af virksomheder - i særdeleshed aktieselskaber og anpartsselskaber - findes mere detaljeret information, herunder oplysninger om regnskaber etc.

## 5. Output-format og leveringstider

Ved online søgninger vil data kunne leveres med det samme. Oplysningerne fra CVR Online kan fx. leveres i Excel format.

## 6. Indsats

Indsatsen ved at foretage et udtræk fra CVR er meget begrænset. Indsatsen ligger primært i at bestemme hvilke NACE kategorier der skal med.

## 7. Adgangskrav / afgifter

Fra den 1. juli 2006 har offentlige myndigheder i Danmark mulighed for at modtage data fra Det Centrale Virksomhedsregister (CVR) uden betaling. Miljøstyrelsens abonnement kan i følge John Egholm bruges til at finde virksomhedsoplysninger på enkeltvirksomheder, men kan ikke bruges til brede søgninger på brancher. Der er planer om at give mulighed for branchesøgninger engang i fremtiden, men det kan ifølge John Egholm have lange udsigter.

For søgninger på brancheniveau hos CVR er prisen 1,35 kr for virksomhedsnavn og adresse og 3,65 kr pr. virksomhed, hvis der også skal være telefonnummer eller andre teleoplysninger med. For hver søgning er der desuden et leveringsgebyr på 750 kr.

Udtræk bliver leveret som en semikolonsepareret fil med fastlagt recordlayout via S-FTP. Specifikation af recordlayoutet aftales med CVR-kontoret.

# Kraks Markedsdata Online

## 1. Navn / Kontaktoplysninger

Kraks Forlag AS  
Virumgårdsvej 21  
2830 Virum  
Tlf: 45 95 65 00  
Fax: 45 95 65 65  
E-mail: [info@krak.dk](mailto:info@krak.dk)

<http://www.krak.dk/Biz.aspx>

<http://www.krakmarkedsdata.dk/>

## 2. Produkter / Markedsområder og dækningsgrad

Kraks produkter omfatter dels en internetbaseret søgeportal der er opdelt i brancheportalerne: Krak Teknik, KRAK Transport, KRAK Grafisk, KRAK Byg, KRAK Tekstil og KRAK Landbrug. Dækningsgraden af disse portaler er ikke kendt men er sandsynligvis begrænset.

Hertil kommer KrakMarkedsData, som anvendes til identifikation af virksomheder som led i markedsføringsindsats o.lign. Databasen bag KrakMarkedsData opdateres en gang ugentligt med bl.a. med data fra CVR-registret (det Centrale Virksomhedsregister), samtlige teleselskaber, [www.krak.dk](http://www.krak.dk) og Kraks

egne korrekturskemaer. I kraft af at KrakMarkedsData bl.a. bygger på CVR-registret opfatter denne service alle i princippet alle produkter og virksomheder i Danmark. Ved udtræk frasorteres dog de virksomheder i CVR, der har ønsket reklameforbud. Den reelle dækningsgrad er således skønsmæssigt 97-99%.

Ved en søgning i KRAK er det ikke muligt at begrænse søgningen til de juridiske enheder og, så også nogle produktionssteder (P-numre i CVR) indgår og den samme virksomhed er hermed registreret flere gange. Hertil kommer, at samme virksomhed kan være opført med forskellige data i de forskellige informationssystemer så samme virksomhed registreres flere gange ved at kombinere data fra telefonselskaberne med CVR-registret. Fx har Krak registreret ca. 6600 frisører i Danmark mens CVR har registreret ca. 6400 frisører. I afprøvningen for desinfektionsmidler er KRAK markedsdata og CVR sammenlignet for en række brancher.

### 3. Anvendt kategorisering

Portalen Krak.dk/Biz (<http://www.krak.dk/Biz.aspx>) anvender ikke en bestemt kategorisering, men er en søgemaskine, der leder efter søgeordet i virksomhedsnavne og ledsagende tekst.

Portalen KrakMarkedsData anvender bl.a. kategoriseringen fra CVR-registret (Nace-kategorier), men også søgning ud fra faggrupper og fritekst. Hvilken søgeform, der er mest effektiv kan skifte fra emne til emne. Fx er frisører defineret som en faggruppe og søgningen derfor let at foretage, mens søgning efter frugt- og grønthandlere kun lykkes ud fra Nace-kategorier.

### 4. Aktørdata

Portalen Krak.dk/Biz angiver følgende oplysninger i det omfang de er tilgængelige for de enkelte virksomheder: Navn, adresse, tlf, fax, web site, email, Herudover kan der være data om antal ansatte og produkter, varemærker og agenturer.

KrakMarkedsData giver mulighed for udtræk af bl.a. følgende data: CVR. nr., firmanavn, adresse, telefon nr., fax nr., e-mail adresse, antal ansatte, faggruppe, web adresse, primær NACE kategori, sekundær NACE kategori, selskabstype, etableringsår, bestyrelse, direktion & funktionschefer.

### 5. Output-format og leveringstider

Begge portaler er online service. Portalen Krak.dk/Biz giver kun mulighed for copy-paste aktivitet med efterfølgende redigering, samt udprint af firmaprofiler en for en. Denne portal virker generelt ikke egnede for større søgninger.

KrakMarkedsData giver mulighed for større søgninger, der kan sorteres og udskrives eller downloades i excel-format.

### 6. Indsats

Indsatsen ved Krak består i at identificere søgeord og gennemføre søgninger samt redigere output. Der kan være tale om tidsforbrug fra ca. 1 time til flere dage afhængig af søgningens omfang.

## 7. Adgangskrav / afgifter

Portalen Krak.dk/Biz giver gratis adgang. KrakMarkedsData koster kr. 7635 (excl. moms) årligt som enkeltbruger version enten som Cd-ROM version med kvartalvise opdateringer eller som online version. Man har så frit adgang til at lave søgninger et år.



# KOMPASS Online

## 1. Navn / Kontaktoplysninger

KOMPASS Online, <http://www.kompassonline.dk/>

### Hovedkontor

Kompass Danmark A/S  
Tobaksvejen 21  
2860 Søborg

Tel: +45 45 46 09 10 (gratis hotline)

Fax: +45 45 46 09 12

E-mail: [kompass@kompass.dk](mailto:kompass@kompass.dk)

Hjemmeside: [www.kompass.dk](http://www.kompass.dk)

### Salg og support

Ina Sørensen

Tel: +45 45 46 09 24

## 2. Produkter / Markedsområder og dækningsgrad

Kompass er en vigtig kilde til informationer på et B2B (business to business) niveau. Den danske database, Kompass Online ([www.kompassonline.dk](http://www.kompassonline.dk)) indeholder data om ca. 33.000 danske virksomheder. Kompass er fokuseret på produkter og serviceydelser til virksomheder og dækker her meget bredt og detaljeret.

Den danske database skal ikke forveksles med den internationale database på [www.kompass.com](http://www.kompass.com).

Kompass bygger i Danmark på CVR, i det Kompass dog kun medtager virksomheder med 5 ansatte og derover (mindre særligt interessante virksomheder kan dog være med). Herudover er kun medtaget hovedselskabet (den juridiske enhed) og virksomheder med reel fysisk aktivitet (holdingselskaber og skuffelselskaber frasorteres således). Dermed reduceres antallet af virksomheder fra de ca. 570.000 indeholdt i CVR.

I kraft af at Kompass bygger på CVR vil dækningsgraden være 100% for de virksomheder, der er omfattet af Kompass. Basisdata fra CVR opdateres hver måned, mens øvrige data opdateres årligt. Denne opdatering sker ved at eksisterende oplysninger udsendes til kontrol hos virksomhederne.

Kompass udgives også i bogform. Denne version indeholder dog kun data for ca. 14.000 virksomheder, hvor der foreligger kontrollerede data udover basisdata. Bogudgaven indstilles fra og med 2007 på grund af for lille efterspørgsel.

## 3. Anvendt kategorisering

Den anvendte kategorisering fremgår af internet siden

<http://www.kompassonline.dk/> (produkter og serviceydelser). En kopi af kate-

goriseringen hentet fra bogversionen er vedlagt som bilag til dette oplysnings-skema.

Da Kompass vedrører Business til Business niveauet er der ingen tilgang til virksomheder i detailledet. Man vil således ikke kunne søge på <købmænd> eller <byggemarkeder>.

#### 4. Aktørdata

Standarddata omfatter følgende information firmanavn, adresse, tlf., fax, e-mail, web, grundlæggelsesår, firmatype (agentur, grossist, producent, service, underleverandør), SE/CVR. nr., kontaktpersoner (direktion og ledelse), antal ansatte, omsætning, finanstal, eksportområder, moderselskab/datterselskab, ejerforhold, aktivitetsområder efter KOMPASS klassifikationen, se også 7. Ved søgning i Kompass kan der specifikt søges på virksomheder registreret som importør, producent etc.

Kompass har især sin styrke, hvis der ønskes flere data om den enkelte virksomhed. Det er nemt at tilpasse output-data.

#### 5. Output-format og leveringstider

Ydelsen er online og data kan downloades i bl.a. Excel format. Ved mere end 500 adresser fremsendes søgeresultatet dog som fil via e-mail.

Der kan herudover aftales specialsøgninger, hvor outputtet kan leveres helt efter kundens ønske.

#### 6. Indsats

Indsatsen ved Kompass består i at identificere søgeord og gennemføre søgninger samt redigere output. Der kan være tale om tidsforbrug fra ca. 1 time til flere dage afhængig af søgningens omfang.

#### 7. Adgangskrav / afgifter

Der kan opnås online adgang til Kompass i versionerne: Basic, Mailing og Marketing. De tilgængelige funktioner afhænger af den valgte version. (se tabellen). Det vurderes, at Mailing-versionen opfylder behovet hos Miljøstyrelsen.

Ønskes flerbrugeradgang er dette også muligt. Prisen for flerbrugeradgang via IP-adresser fås ved henvendelse til Kompass Danmark A/S, tlf. 45 46 09 10.

	Basic	Mailing	Marketing
Adgang til alle firmadata	Ja	Ja	Ja
Adgang til alle søgekriterier	Ja	Ja	Ja
Download af firmaliste Format: Excel CSV Text Format	Nej	Ja Firma Adresse Individuel kontaktperson Telefon Fax E-mail Web Direktion	Ja Firma Adresse Individuel kontaktperson Telefon Fax E-mail Web Direktion Antal ansatte Omsætning Grundlæggelsesår Eksportområder SE/CVR. Nr. Klassifikation (koder)
Formatere firmaliste	Nej	Ja	Ja
Tilføje note til firmaprofilen	Nej	Ja	Ja
Download af komplet firmaprofil Format: Html ASCII	Nej	Nej	Ja
Udskrift af: Firmaliste Firmaprofil	Ja Ja	Ja Ja	Ja Ja
Sortering af firmaliste	Ja	Ja	Ja
Formatere firmaprofil	Ja	Ja	Ja
Gemme søgestrategi	Ja	Ja	Ja
Gemme brugerflade	Ja	Ja	Ja
Pris pr. land pr. adgang ekskl. moms	DKK 4.950,-	DKK 8.700,-	DKK 13.600,-

Priserne er pr. år og ekskl. moms.

# KOB

## 1. Navn / Kontaktoplysninger

KOB, <http://www.kob.dk/>

KOB  
Gammel Mønt 4  
1117 Kbh. K  
Tlf.: 70 10 01 07

E-mail: [kob@experian.dk](mailto:kob@experian.dk)

## 2. Produkter / Markedsområder og dækningsgrad

KOB's online web-løsning hedder **WEB-DIRECT**, og omfatter data fra 1991 frem til dags dato om ca. 630.000 danske virksomheder, data om 940.000 personer i virksomheder, regnskabstal for de seneste 5 år og data om firmaers struktur og ejerforhold. Det er muligt at udvælge virksomheder ud fra 100 forskellige kriterier, og programmet eksporterer data til flere formater. Der er mulighed for visning af søgninger på kort.

De 100 forskellige kriterier giver mulighed for meget specifikke virksomheds-søgninger. Udvælgelse af virksomheder kan f.eks. ske ved hjælp af en hierarkisk opbygget brancheoversigt, der giver mulighed for at vælge overordnede branchegrupper eller enkelte branchekoder. Det er f.eks. også muligt at udvælge virksomheder på baggrund af oplysninger om f.eks. selskabsform, hvornår virksomheden er oprettet, virksomhedens økonomiske status mv.

Databasen, der ligger til grund for programmet, opdateres dagligt med ca. 2.500 opdateringer. Nye virksomhedsdata opdateres dagligt via CVR registret. Visse data opdateres løbende i forbindelse med udsendelse af spørgeskemaer til virksomheder, f.eks. oplysninger om ansatte, årsregnskaber o. lign. Den samlede virksomhedsdatabase omfatter 100% af virksomhederne i Danmark, Færøerne og Grønland.

## 3. Anvendt kategorisering

Der branchekodes efter gældende dansk branchenomenklatur DB03. De første 4 cifre i DB03 svarer til NACE rev. 1.1, mens de to sidste cifre er danske underopdelinger. En komplet oversigt over DB03 kan downloades fra Danmarks Statistiks hjemmeside ved at følge nedenstående link.

<http://www.danmarks-statistik.dk/>

Udover DB03 anvendes desuden JB-Branchekoder, som er KOB A/S's egne branchekoder, der ifølge KOB er mere præcise end NACE-koderne. Oplysningerne er erhvervet gennem købet af JB Business Information A/S. Der er JB-Branchekoder på ca. 50.000 af Danmarks væsentligste selskaber indenfor Handel, Bygge & anlæg, Transport og Industri. En oversigt over JBB-Branchekoderne kan downloades via nedenstående link:

<https://www.kob.dk/>

#### 4. Aktørdata

Standarddata i WEB-DIRECT omfatter firmanavn, adresse, postnr. og by, kommune, telefonnummer, faxnummer, KOB nummer, CVR nummer, firmatype, etableringsår, antal ansatte, NACE-branchekoder tilpasset danske forhold ved DB (Dansk Branchekode), direktion og bestyrelse, funktionschefer, moder og datterselskaber, hjemmeside, e-mail adresse. Der er mulighed for at vælge oplysninger om en række økonomiske nøgletal samt f.eks. presse-nyt, hvorved der gives adgang til en liste med artikler hvori virksomhedens navn optræder.

#### 5. Output-format og leveringstider

Der eksporteres til filtyperne txt eller csv, der kan importeres i langt de fleste programmer – herunder MS Office programmer så som Excel, Word og Outlook.

#### 6. Indsats

Indsatsen ved KOB's WEB-DIRECT består i at identificere hvilke NACE kategorier der skal med i søgningen. Afhængigt af størrelsen på outputtet, kan det ligeledes overvejes, om oplysninger som virksomhedens omsætning og eventuelt antallet af ansatte skal inkluderes som kriterium. Indsatsen kan være relativt begrænset, fra ca. 1 time til flere dage afhængig af søgningens omfang.

#### 7. Adgangskrav / afgifter

Der findes 4 versioner af WEB-DIRECT:

- WEB-DIRECT Opslag
- WEB-DIRECT Mail
- WEB-DIRECT Light
- WEB-DIRECT Professionel

I de tilfælde, der er behov for oplysninger om virksomheders import og eksportområder, er det nødvendigt med versionen WEB-DIRECT Light. Desuden er der mod betaling mulighed for bestilling af en række ekstramoduler. Alle priser nedenfor er ekskl. moms.

##### **WEB-DIRECT Opslag**

WEB-DIRECT Opslag er en light-version af WEB-DIRECT. WEB-DIRECT hjælper med segmenteringen og giver adgang til at udvælge danske virksomheder. Denne version omfatter angivelse af branchekoder.

Pris: 7.900 kroner pr. år (5.900 kroner pr. år ved 3 år)

##### **WEB-DIRECT Mail**

WEB-DIRECT Mail har samme grunddata som WEB-DIRECT Opslag. Med Mail-versionen er det dog muligt at foretage brevfløtninger og masseudskrifter samt at eksportere udvalgte informationerne til Excel eller CRM- eller ERP-system. Samtidig kan WEB-DIRECT Mail versionen bruges til kreditvurdering.

Pris fra 11.900 kroner pr. år. (8.900 kroner pr. år ved 3 år)

***WEB-DIRECT Light***

WEB-DIRECT Light giver mulighed for udvidede oplysninger om bl.a. brancher, ejerforhold, virksomheders import- og eksportområder. Desuden giver WEB-DIRECT adgang til udvidede regnskabsoplysninger.

Pris fra 16.900 kroner pr. år. (12.900 kroner pr. år ved 3 år)

***WEB-DIRECT Professionel***

Den samlede løsning med alle mulighederne fra de andre løsninger. Programmet giver bl.a. overblik over kreditoplysninger, og giver adgang til komplette regnskabstal og eksport af udvalgte data.

Pris fra 33.900 kroner pr. år. (25.900 kroner pr. år ved 3 år).

# Eniro

## 1. Navn / Kontaktoplysninger

Eniro, <http://firma.eniro.dk/>

**Eniro Danmark A/S**  
Sydmarken 44 A  
2860 Søborg

Telefon 88 38 38 00  
Telefax 88 38 38 10

<http://www.eniro.dk/kontaktos/>

## 2. Produkter / Markedsområder og dækningsgrad

Eniro er en søgetjeneste, der i princippet dækker alle brancher og alle produkter. Eniro Danmark A/S står udover søgetjenesten også bag trykte og elektroniske informationstjenester som fx Mostrup Vejviser, Den Røde Lokalbog og Kommunal Håndbogen. Oplysninger hos Eniro leveres via telefonselskaberne.

Data i Eniro opdateres minimum 1 gang om ugen.

## 3. Anvendt kategorisering

Den anvendte kategorisering fremgår af Internet siden <http://firma.eniro.dk/> (tryk faggrupper).

## 4. Aktørdata

Standard data der er tilgængelige omfatter firmanavn, adresse, telefon, evt. hjemmeside. Hertil kan komme uddybende tekst om den enkelte virksomhed.

## 5. Output-format og leveringstider

Eniro er et online værktøj. Data hentes ved copy-paste til fx Word-dokument med efterfølgende redigering.

## 6. Indsats

Indsatsen varierer med søgningens omfang. Der må dog påregnes en relativ stor indsats til redigering af søgeresultatet. Eniro virker ikke velegnet til større søgninger.

## 7. Adgangskrav / afgifter

Gratis online service.

# De Gule Sider

## 1. Navn / Kontaktoplysninger

De Gule Sider, <http://www.degulesider.dk/>

De Gule Sider A/S  
Rødovrevej 241  
2610 Rødovre  
Tlf.: 70 10 36 36  
Fax: 70 11 36 36

i samarbejde med NNMarkedsdata, <http://www.nnmarkedsdata.dk/>

Øster Parkvej 15  
8270 Højbjerg  
Tlf: 70 10 13 16  
Fax: 70 11 13 16

Email: [info@nnmarkedsdata.dk](mailto:info@nnmarkedsdata.dk)

NNMarkedsdata er en del af firmaet De Gule Sider A/S. En anden underafdeling er firmaet Fagbog Danmark, <http://www.fagbogdanmark.dk/>

## 2. Produkter / Markedsområder og dækningsgrad

De Gule Sider® dækker de informationer om virksomheder og personer, der er tilgængelige i telefonbøger og lignende informationsmidler, herunder den internetbaserede udgave af de gule sider. Dækningen omfatter alle produkter og markedsområder og dækningsgraden er skønsmæssigt omkring 50% af det samlede antal virksomheder, da de gule sider kun omhandler virksomheder som bevidst ønsker reklame. Der er i øvrigt ingen mekanisme for automatisk opdatering og De Gule Sider kan sagtens omfatte virksomheder, som ikke længere er aktive. De Gule Sider vil typisk være svage hvad angår mindre virksomheder, som ikke er interesseret i reklameværdien i at optræde på De Gule Sider.

Special søgninger henvises til NNMarkedsdata [Mathiasen 2006]. Deres data bygger på flere kilder herunder CVR og De Gule Sider. Dækningsgraden for denne virksomhed er derfor reelt 100%.

Data fra CVR opdateres ugentligt. Data fra andre datakilder med andre intervaller. I kraft af at NNMarkedsdata kombinerer data fra CVR med data fra andre registre, er disse data reelt af højere kvalitet end CVR i sig selv, hvad angår telefonnumre osv.

## 3. Anvendt kategorisering

I De Gule Sider anvendes den kategorisering som fremgår af Internet siden <http://www.degulesider.dk/> (firmaer) der er vedlagt som bilag til dette oplysningsskema. Denne kategorisering er en lidt forenklet version af det søgeregister, der findes i en almindelig telefonbog (fagbog).



NNMarkedsdata anvender både kategoriseringen fra CVR og kategoriseringen fra De Gule Sider.

#### 4. Aktørdata

Standarddata hos De Gule Sider omfatter virksomhedens navn, adresse og telefonnummer. Der kan tillige være angivet faxnummer, e-mail adresse og Internet adresse, men dette er ikke altid tilfældet.

Det samme er tilfældet for NNMarkedsdata. Kontant rummer databasen ca. 570.000 adresser, heraf vil ca. 67.000 adresser være forsynet med e-mail adresse, ca. 106.000 adresser være forsynet med fax nummer og ca. 69.000 med web-adresse.

For NNMarkedsdata kan der fx tillige søges på antal ansatte samt om virksomheden er registreret som fremstillingsvirksomhed eller agentur.

Data om andre aktiviteter end hovedbeskæftigelsen kan forekomme, men kan ikke påregnes - det afhænger af om virksomheden har ønsket at orientere herom.

Der kan sagtens indføres afgrænsning/forfining af eksisterende søgninger fx ved at bruge ekstra søgekriterier.

#### 5. Output-format og leveringstider

Ved små søgninger er det muligt manuelt at kopiere data fra internetsiden <http://www.degulesider.dk/> til en Word-fil eller andet.

Ved større søgninger via NNmarkedsdata kan resultatet leveres efter aftale, fx som en Word el. Excel fil. Leveringstider vil være et par dage.

#### 6. Indsats

Indsatsen ved NNMarkedsdata består i at definere søgeord og outputformat.

Ved brug af De Gule Sider bruges der herudover tid til søgninger og redigering af output. Der kan være tale om tidsforbrug fra ca. 1 time til flere dage afhængig af søgningens omfang.

#### 7. Adgangskrav / afgifter

Små søgninger kan udføres gratis online via internetsiden <http://www.degulesider.dk/>. Der er ikke mulighed for at lave lister som kan importeres i et regneark, men oplysningerne for hver virksomhed skal hentes manuelt.

For større søgninger (500 - 10.000 adresser), der foretages via NNmarkedsdata gælder typisk følgende regler:

Opstartsafgift: 1500 kr. pr. søgning

Afgift pr. adresse: 2,5 kr

Minimums afgift: ca. 3500 kr.

Priser kan forhandles ved større opgaver eller mere permanent samarbejde.

**Reference:**

Mathiasen 2006. Personlig kommunikation med Nicolaj Mathiasen, NNMarkedsdata, November 2006

# Brancheforeninger

## 1. Navn / Kontaktoplysninger

I Danmark findes en lang række brancheforeninger og andre erhvervsorganisationer.

I bilag H (ikke offentliggjort) er givet en systematisk præsentation med udgangspunkt i medlemsstrukturen for Dansk Arbejdsgiverforening. Der er i dette bilag kun givet kontaktoplysninger i begrænset omfang.

I bilag I (ikke offentliggjort) er givet en alfabetisk præsentation hentet fra telefonbogen ([http://www.fagbogdanmark.dk/Fakta/ERV\\_O\\_MA.asp](http://www.fagbogdanmark.dk/Fakta/ERV_O_MA.asp)). Denne præsentation indeholder kontaktoplysninger.

## 2. Produkter / Markedsområder og dækningsgrad

Der findes erhvervsorganisationer for (formodentlig) alle produktområder. Disse organisationer vil typisk dække en stor del af de relevante aktører inden for de pågældende områder, men sjældent eller aldrig alle.

Ifølge paraplyorganisationen Dansk Erhverv er der ikke noget samlet overblik over hvor stor en del af aktørerne inden for de enkelte brancher, som de enkelte foreninger dækker og det vil variere betydeligt (Dansk Erhverv 2007. Personlig kommunikation med konsulent Mette Herget, marts 2007.).

Som eksempler er dækningsgrader for en række organisationer angiven i nedenstående tabel. Brancheforeningerne omfatter ofte de større virksomheder og repræsenteres således i mange tilfælde en større del af omsætningen end af det samlede antal aktører. Plastindustrien i Danmark omfatter således ca. 64% af virksomhederne inden for branchen, men disse virksomheder repræsenterer ca. 80% af omsætningen. Inden for den enkelte branche vil dækningen for de enkelte aktørgrupper kunne variere, som eksemplificeret med Guldsmedebranchens Leverandørforening der repræsenterer ca. 95% af producenterne mod 80% af grossisterne. Der vil derfor i forbindelse med den enkelte kampagne være behov for at indhente oplysninger om, i hvilket omfang de enkelte brancheforeninger dækker virksomhederne inden for branchen.

Branche/forening	Dækningsgrad	Reference
Plastindustrien i Danmark (organiseret i Dansk Industri)	ca. 64% af ca. 500 virksomheder der arbejder med plast ca. 80 % af omsætningen	Foreningens hjemmeside <a href="http://www.plast.dk">www.plast.dk</a> , november 2006
Brancheorganisationen for sæbe, parfume og teknisk/kemiske artikler (SPT)	ca. 80% af producenter ca. 90% af omsætningen Procenten kan evt. være mindre for enkelte produktområder	Personlig kommunikation, Anne-Dorte Mathiesen, SPT, september 2006 og Jakob Zeuten, SPT, marts 2007
Danmarks Frisørmesterforening	3600 medlemmer 55-60% af selvstændige frisørmestre	Personlig kommunikation, John Pedersen, Dansk Frisørforening, marts 2007
Danmarks Farve- og Lakindustri (FDLF) (organiseret i Dansk Industri)	Dækning for både produktion og import (i % ad omsætning): Bygningsmaling : Ca. 98% Industri: Ca. 95% Trykfarver: 90-95% Lim og fugemasser: 90-95% For alle områder 80-90% af aktørerne, laveste procentdel inden for bygningsmaling	Personlig kommunikation, Vibeke Plambeck, FDLF, marts 2007
Foreningen af Auto- og Industrilakerere (FAI)	ca. 75% af autolakerere få % af industrilakerere (organiseret andetsteds)	Personlig kommunikation, Klaus Plum, FAI, marts 2007
Foreningen Dansk Møbelindustri (tager sig kun af afsætningsrelaterede emner - for andre spørgsmål henvises til Træets Arbejdsgiverforening)	82 % af producenter af møbler	Personlig kommunikation, Keld Korsager, Foreningen Dansk Møbelindustri, marts 2007
Danske Møbelhandlere (organiseret i Dansk Erhverv)	Ca. 300 medlemsbutikker ca. 50% af møbelbutikker ca. 80% af møbelsalget til private	Foreningens hjemmeside <a href="http://www.moebler.com/">http://www.moebler.com/</a>
Dansk Dagligvareleverandørforening (DLF) 3313 9292	145 medlemmer ca. 90% af detailhandelens omsætning af dagligvarer	Foreningens hjemmeside <a href="http://www.dansk-dlf.dk/faktaomdlf.php">http://www.dansk-dlf.dk/faktaomdlf.php</a> , marts 2007
Guldsmedebranchens leverandørforening (omfatter Guld- og sølvvarefabrikantforeningen, Danske Guld- og Sølvvarefabrikanters Handelsforening, Guldsmedebranchens Grossistforening) (delvist organiseret i Dansk Erhverv)	ca. 95% af producenter ca. 80% af grossister ca. 75% af detailhandlere	Personlig kommunikation, Beth Vinther, Guldsmedebranchens Leverandørforening, marts 2007
Dansk Isenkram Forening (organiseret i Dansk Erhverv)	Foreningen ophører pr 1. maj - ingen oplysninger om dækningsgrader	Personlig kommunikation, Lisbeth Christiansen, Dansk Isenkram Forening, marts 2007
Kemikaliebranchen (organiseret i Dansk Erhverv)	ca. 60 medlemmer der importerer og distribuerer kemikalier ca. 70% af virksomhederne ca. 80% af omsætningen	Personlig kommunikation, Jesper Kofod, Kemikaliebranchen, marts 2007

Brancheorganisation	Dækningsgrad	Reference
ITEK (branchefællesskab i Dansk Industri for virksomheder inden for it, tele, elektronik og kommunikation)	Ca. 20% af alle aktører inden for hardware området Mange "garagevirksomheder" uden for. Importører typisk organiseret andetsteds	Personlig kommunikation, Karl Tørner, ITEK, marts 2007
Brancheorganisationen ForbrugerElektronik (BFE),	TV og andet større udstyr: ca. 70% af omsætning Clock-radioer og andet småt udstyr: ca. 30% af omsætningen Typisk de større virksomheder der er organiseret så andelen af virksomheder der er organiseret er mindre end angives ovenfor	Personlig kommunikation, Kate Lindahl, BFE, marts 2007
Legetøjsbranchens Fællesråd (organiseret i Dansk Erhverv)	LF har ingen opgørelse af, hvor stor en procentdel af aktørerne som er organiseret i LF. En del producenter er organiseret i Dansk Industri.	Personlig kommunikation, Helle Holm Baller, Legetøjsbranchens Fællesråd, marts 2007
Grafisk arbejdsgiverforening	85.90% af producenter af grafiske produkter (trykkerier) Importører af grafiske produkter er, fx tryksagsformidlere, er organiseret mange forskellige steder	Personlig kommunikation, Finn Obbekjær, Grafisk Arbejdsgiverforening, marts 2007
Medicoindustrien	Ingen oplysninger opnået inden for deadline	
Dansk Textil & Beklædning	Ca. 90% af producenterne af tekstil og beklædning Ca. 50% af handelsvirksomheder	Personlig kommunikation, Lars Schandorff, Dansk Textil og Beklædning, marts 2007
Autoriserede Kølefirmaers Brancheorganisation, AKB (brancheforening for autoriserede køleinstallatørfirmaer i Danmark Kølebranchen)	85-90% af køleinstallatører	Personlig kommunikation, Lars Vørs, AKB, marts 2007

### 3. Anvendt kategorisering

Ikke relevant

### 4. Aktørdata

Typisk vil erhvervsorganisationer ligge inde med alle relevante kontakt data på medlemsvirksomheder herunder firmanavn, postadresse, telefonnummer, fax, e-mail, web-adresse og kontaktpersoner.

### 5. Output-format og leveringstider

Kan ikke oplyses generelt, da dette vil afhænge af den enkelte organisation og dens villighed til at assistere.

## 6. Indsats

Vil variere.

## 7. Adgangskrav / afgifter

Erhvervsorganisationernes formål er at repræsentere og servicere egne medlemmer. Det kan forventes, at de i visse tilfælde vil hjælpe med at foretage udtræk af deres medlemskartoteker. Dette gælder imidlertid ikke alle organisationer. Det kan tillige forventes, at de gerne vil assistere med at viderebringe information fra Miljøstyrelsen til egne medlemmer. Den enkelte erhvervsorganisation fastsætter selv sin politik på disse områder.

Der vil næppe skulle betales afgift, men der kan være brug for en indsats til at overtale erhvervsorganisationerne til samarbejde.

# Produktregistret

## 1. Navn / Kontaktoplysninger

Produktregistret, <http://www.at.dk/sw11023.asp>

Arbejdstilsynet, Produktregistret, Postboks 850, 2100 København Ø.

Telefon 70 12 12 88.

Email: [pd@at.dk](mailto:pd@at.dk)

Miljøstyrelsens kontaktperson til produktregisteret er Lona Olsen.

## 2. Produkter / Markedsområder og dækningsgrad

Registret indeholder oplysninger om ca. 38.000 kemiske produkter, der er anmeldt af danske og udenlandske virksomheder. Endvidere indeholder registret oplysninger om ca. 140.000 kemiske stoffer. Registeret ejes af Miljøstyrelsen og Arbejdstilsynet i fællesskab.

I denne sammenhæng er relevant at registeret indeholder oplysninger om de virksomheder, der har anmeldt import eller produktion af kemiske stoffer. Ifølge At-vejledning C.0.13 om anmeldelse af stoffer og materialer, skal der ske anmeldelse af anmeldeligt produkter, som årligt fremstilles eller importeres til erhvervmæssig brug i mængder på 100 kg eller derover.

Den kontante definition af de produkter, der skal anmeldes er givet i At-vejledning C.0.13 om anmeldelse af stoffer og materialer (<http://www.at.dk/sw11050.asp>).

I de tilfælde, hvor der ønskes at identificere importører og producenter af specifikke farlige stoffer kan Produktregisteret derfor være en brugbar indgangsvej. Det må dog forventes, at man herigennem hovedsageligt vil finde frem til virksomheder, der har "orden i sagerne", mens andre virksomheder ikke nødvendigvis anmelder til Produktregisteret.

## 3. Anvendt kategorisering

Den kategorisering, der i denne sammenhæng skal anvendes til at identificere relevante virksomheder vil være stoffets CAS-nr. evt. kombineret med stoffets/produktets funktion, som skal beskrives i henhold til Produktregistrets kode for funktion (<http://www.at.dk/sw11043.asp>). Disse koder er vedlagt som bilag.

Funktionskoderne kan i visse tilfælde også bruges til søgning. Det gælder i de tilfælde, hvor koderne er meget veldefinerede. Spørgsmålet bør i hvert enkelt tilfælde diskuteres med Miljøstyrelsens kontaktperson til produktregisteret (se pkt. 1).

## 4. Aktørdata

Navn, adresse, tlf.nr. og CVR-nr. for virksomheden.

## 5. Output-format og leveringstider

Søgninger skal foretages af Produktregistret og kan leveres i Excel format. Leveringstiden vil afhænge af arbejdsbelastningen i Produktregistret.

## 6. Indsats

Variierende. Indsatsen ligger primært hos Produktregistret.

## 7. Adgangskrav / afgifter

Miljøstyrelsen er medejer af Produktregisteret og har gratis adgang til de oplysninger, der ligger i registeret. Der er dog strenge krav om fortrolighed, der skal overholdes. Reglerne om adgang til de registrerede oplysninger fremgår af Arbejdsministeriets bekendtgørelse nr. 466 af 14. september 1981 om registret for stoffer og materialer (<http://www.at.dk/sw4869.asp>).

Det er bekræftet af Lona Olsen, Miljøstyrelsen, at der kan trækkes på data om virksomheder.



# Bilag B

## Rapporteringsskema

Dokumentation for informationskampagne					
Emne					
Sagsbehandler					
Kampagneliste udført af					
Dato for igangsættelse					
Forventet dato for udsendelse af information					
Hvad skal formidles?					
Målgruppe					
Medie					
Forventet dækning					
<b>Indledende screening</b>					
Medarbejdere som er hørt i forbindelse med screeningen					
Rapporter fra Miljøstyrelsen					
MSTs hjemmeside					
Anvendelsesområder					
Produkttyper					
Aktører					
Godkendelsesordninger	Kontaktet	Hjemmeside besøgt	Aktørliste modtaget fra organisationen	Aktørliste hentet på hjemmeside	
Brancheforeninger	Kontaktet	Hjemmeside besøgt	Aktørliste modtaget fra foreningen	Aktørliste hentet på hjemmeside	Antal til kampagneliste

Database udtræk				
Kraks Markedsdata (høj prioritet markeret med grå)				
Udvælgelsesprincip				
NACE kategori	Antal Primær NACE	Indgår i kampagne-liste	Antal Primær + sekundær NACE	Indgår i kampagne-liste
Produktion				
I alt (sorteret)				
Distribution/import				
I alt (sorteret)				
Detailhandel				
I alt (sorteret)				
Alt i alt				
Kompass Online				
Søgekriterium	Antal (alle)	Antal (relevante)	Indgår i kampagneliste	

Resultat			
Vurdering			
Samlet antal virksomheder på kampagneliste			
Samlet antal virksomheder hvis 100% dækning (anslået)			

# Bilag C

## Eksempler på screeningsresultater for udvalgte produktgrupper

I det følgende er lavet eksempler på en indledende screening for 50 produktområder, hvad angår anvendelsesområder, produkttyper og aktører. Screeningen er lavet af COWI og skal tages som et første bud, som skal suppleres med en brainstorm blandt Miljøstyrelsens medarbejdere i forbindelse med planlægningen af en faktisk informationskampagne.

For alle kategorier er det, med mindre andet specifikt fremgår af kategorien, antaget, at en informationskampagne skal rette sig mod de virksomheder der markedsfører produkterne, dvs. producenter og importører. Betegnelsen (NACE) er benyttet for NACE kategorier (branchekategorier), der forventes at dække de centrale aktører.

1. Maling og lak	Anvendelsesområder	Giver sig selv
	Produkttyper	Maling, lak,
	Aktører	Producenter og importører af maling eller lak: Fremstilling af maling lak, trykfarve mv (NACE) Engroshandel med lak, maling, tapet mv (NACE) Byggemarkedskæder og supermarkedskæder med egen import
2. Bygningsmaling	Anvendelsesområder	Maling og lak til maling af bygninger, forskellige produkter til ude og inde
	Produkttyper	Maling, lak, facademaling, træimpregneringsmidler, murmaling, sokkeltjære
	Aktører	Producenter og importører af maling eller lak Fremstilling af maling lak, trykfarve mv (NACE) Engroshandel med lak, maling, tapet mv (NACE) Byggemarkedskæder og supermarkedskæder med egen import
3. Autolakering	Anvendelsesområder	Giver sig selv
	Produkttyper	-
	Aktører	Autolakererier (NACE)
4. Vaskemidler	Anvendelsesområder	Til tøjvask i hjemmet og på vaskerier
	Produkttyper	Vaskemidler, sæbe, sæber
	Aktører	Producenter og importører af sæbe og vaskemidler: sæbe- og vaskemiddelfabrikanter (NACE) Engroshandel med rengøringsmidler (NACE) Supermarkedskæder med egen import Vaskerier med egen import

5. Rengøringsmidler (private som professionelle)	Anvendelsesområder	Rengøringsmidler brugt i hjemmet Rengøringsmidler brug af professionelle rengøringsfirmaer Rengøringsmidler anvendt i virksomheder
	Produkttyper	Rengøringsmidler, sæber, toilettrens,
	Aktører	Producenter og importører af rengøringsmidler, voks samt pudse- og rensedmidler: Sæbe- og vaskemiddelfabrikanter (NACE) Engroshandel med rengøringsmidler (NACE) Supermarkeds- og byggemarkedskæder med egen import Professionelle rengøringsvirksomheder med egen import Specialrengøringsfirmaer med egen import
6. Legetøj	Anvendelsesområder	Der regnes her kun med legetøj som anvendes af babyer og større børn
	Produkttyper	Mange forskellige
	Aktører	Producenter og importører af legetøj- og spil samt babyudstyr: Fremstilling af legetøj og spil (NACE) Engroshandel med legetøj og spil (NACE) Supermarkeds- og byggemarkedskæder og varehuse med egen import Legetøjskæder med egen import Babyudstysforretninger/kæder med egen import
7. Tøj/tekstiler	Anvendelsesområder	I hjemmet, institutioner, virksomheder
	Produkttyper	Tøj, beklædning, tekstiler, sengetøj, gardiner
	Aktører	Producenter og importører af tøj og tekstiler Beklædningsindustri (NACE) Tekstilindustri (NACE) Engroshandel med tekstiler (NACE) Engroshandel med beklædning (NACE) Supermarkeds- og byggemarkedskæder og varehuse med egen import Tøjforretninger og -kæder med egen import Sengetøjskæder, gardinkæder og bolighuse med egen import
8. Børnetøj	Anvendelsesområder	Giver sig selv
	Produkttyper	Børnetøj, børnebeklædning, babytøj, tøj, beklædning, tekstiler
	Aktører	Samme som 7 Babyudstysforretninger/kæder med egen import

9. Tekstiler til husholdningen (håndklæder, vaskeklude, viskestykker mv.)	Anvendelsesområder	Giver sig selv
	Produkttyper	Håndklæder, vaskeklude, viskestykker
	Aktører	Producenter og importører af tekstiler: Tekstilindustri (NACE) Dagligvaregrossister Supermarkeds- og byggemarkedskæder og varehuse med egen import Sengetøjskæder, gardinkæder og bolighuse med egen import
10. Papirprodukter til husholdningen (toiletpapir, køkkenrulle, hygiejneartikler mv.)	Anvendelsesområder	Giver sig selv
	Produkttyper	Toiletpapir, køkkenrulle, hygiejneartikler, servietter
	Aktører	Producenter og importører af husholdnings- og toiletartikler af papir/pap Fremstilling af husholdnings- og toiletartikler af papir/pap (NACE) Dagligvaregrossister Supermarkeds-kæder med egen import
11. Brugskunstforhandlere – lys, servietter, lamper, røgelsespinde, duftposer	Anvendelsesområder	Det antages, at der menes forretninger der primært forhandler brugskunst
	Produkttyper	Lys, stearinlys, servietter, lamper, røgelsespinde, duftposer, brugskunst, dekorationsgenstande, kunsthåndværk, gaveartikler
	Aktører	Forhandlere af gaveartikler og brugskunst (NACE)
12. Kosmetik (inkl. internetsalg, "staldørssalg", hjemmeproduktion mv.)	Anvendelsesområder	Giver sig selv
	Produkttyper	Kosmetik, cremer, shampoo,
	Aktører	Producenter og importører af kosmetik Fremstilling af parfume, hårshampoo, tandpasta, mm (NACE) Engroshandel med parfumerivarer og kosmetik (NACE) Dagligvaregrossister Apotekerverer grossister Supermarkeds-kæder og varehuse med egen import Materialist-kæder, helsekostbutikker, livsstilbutikker med egen import eller produktion Økologiske urtehaver Internetbutikker med egen import Detailhandel fra postordreforretninger (NACE) kombineret med faggruppe: kosmetik.
13. Elektriske og elektroniske produkter	Anvendelsesområder	Giver sig selv
	Produkttyper	Mange forskellige
	Aktører	Virksomheder der markedsfører elektriske og elektroniske produkter omfattet af WEEE direktivet er omfattet af en registreringsordning, og kan identificeres gennem denne

14. Luftfriskere	Anvendelsesområder	I biler, i hjemmet, institutioner
	Produkttyper	Ophæng, elektriske, spray, kugler, geléplader til bord eller væg og trykdåser Luftfriskere
	Aktører	Producenter af parfumevarer Samme som rengøringsmidler pkt 5 Materialist- og isenkræmmerkæder med egen import Leverandører til tankstationer og autotilbehørsforretninger Engroshandel med reservedele og tilbehør til biler (NACE)
15. Smykker/bijouteri	Anvendelsesområder	Giver sig selv
	Produkttyper	
	Aktører	Guld- og sølvmedeværksteder samt juvelerer (NACE) Guld- og sølvvarefabrikker (NACE) Fremstilling af bijouterivarer (NACE) Guld- og juvelerforretninger (NACE) Engroshandel med guld- og sølvvarer (NACE) Livsstilsbutikker (se 20) Varehuse og supermarkedskæder med egen import Gadehandlere med egen import Tøjforretninger og -kæder med egen import
16. Plastprodukter	Anvendelsesområder	I princippet over alt - kategorien er for bred til at blive behandlet her
	Produkttyper	-
	Aktører	-
17. Telefoner og tilbehør	Anvendelsesområder	Giver sig selv
	Produkttyper	Telefoner, mobiltelefoner, opladere til mobiltelefoner, høretelefoner, frontplader
	Aktører	Fremstilling af telefonapparater, mm (NACE) Engroshandel med telekommunikationsudstyr (NACE) Supermarked- og byggemarkedskæder, varehuse, telebutikskæder, med egen import Radio- og TV kæder, samt IT-udstyrs-kæder med egen import Omfattet af registreringsordning for WEEE
18. Babylegetøj/baby- og småbørnsudstyr (inkl. netbutikker)	Anvendelsesområder	Giver sig selv
	Produkttyper	Babyudstyr, legetøj, babylegetøj,
	Aktører	Fremstilling af legetøj og spil (NACE) Fremstilling af babytøj (NACE) Engroshandel med legetøj og spil (NACE) Babyudstyrs- og børnetøjsforretninger (NACE) med egen import Detailhandel fra postordreforretninger (NACE) kombineret med faggruppe: babyudstyrs og børnetøjsforretninger.

19. Indvandrerbutikker	Anvendelsesområder	-
	Produkttyper	-
	Aktører	Frugt- og grøntforretninger (NACE) Kolonialhandel (NACE) Supermarkeder (NACE) Slagter- og viktualieforretninger (NACE) Frisører (NACE)
20. Livsstilsbutikker (pynt til boligen, smykker, kosmetik, lys, service, legetøj mv.)	Anvendelsesområder	-
	Produkttyper	-
	Aktører	Forhandlere af gaveartikler og brugskunst (NACE)
21. Kemikalier (enkeltstoffer, blandinger og produkter, der indeholder kemikalier)	Anvendelsesområder	I princippet over alt - kategorien er for bred til at blive behandlet her
	Produkttyper	
	Aktører	
22. Kontorartikler	Anvendelsesområder	Giver sig selv
	Produkttyper	Kontorartikler, Papir, papirclips,
	Aktører	Fremstilling af kontorartikler af papir og pap (NACE) Fremstilling af kontor- og skoleartikler af plast (NACE) Engroshandel med kontorartikler (NACE) Engroshandel med bøger, papir og papirvarer (NACE) Varehuse, supermarkedskæder og byggemarkeds-kæder med egen import Boghandlerkæder med egen import
23. Autotilbehør	Anvendelsesområder	Giver sig selv
	Produkttyper	Mange forskellige produkter
	Aktører	Fremstilling af dele og tilbehør til motorkøretøjer (NACE) Engroshandel med reservedele og tilbehør til biler mv. (NACE) Engroshandel med biler (NACE) Autoudstørsforhandlere med egen import Supermarkeds- og byggemarkeds-kæder med egen import

24. Lædervarer	Anvendelsesområder	Giver sig selv
	Produkttyper	Tøj, sko, tasker og bæltter (det antages, at "lædervarer" ikke omfatter lædermøbler)
	Aktører	Fremstilling af tasker, kufferter mm (NACE) Sko - og træskofabrikker (NACE) Fremstilling af læderbekædning (NACE) Engroshandel med fodtøj (NACE) Engroshandel med pels og skindbeklædning(NACE) Engroshandel med kufferter, lædervarer og kunsthåndværk (NACE) Tøjkæder og læderforretningskæder med egen import Varehuse, supermarkedskæder og byggemarkedskæder med egen import Boghandlerekæder med egen import
25. Spraydåser	Anvendelsesområder	Giver sig selv
	Produkttyper	Antages at der er tale om trykbeholdere: til maling, kosmetik, flødeskum, imprægneringsmidler, biplejemidler
	Aktører	Aktører indeholdt i produkttype 1 (maling), 12 (kosmetik) og 23 (autotilbehør)
26. Sexudstyr	Anvendelsesområder	Giver sig selv
	Produkttyper	Vibratorer, dildoer, stavmassageapparater, vaginæer, oppustelige dukker, latex, lak og læder beklædning.
	Aktører	Producenter og grossister af sexudstyr Pornobutikker og sexudstirsbutikker (inklusive Internetbutikker) med egen import
27. Hårfarver	Anvendelsesområder	Til farvning af hår på mennesker
	Produkttyper	
	Aktører	Producenter af frisørartikler Importører af frisørartikler: Engroshandel med parfumerivarer (NACE) kombineret med faggruppe "frisørartikler" Frisører med egen import Materialistkæder med egen import Varehuse og supermarkedskæder med egen import
28. Tatovører/tatovørfarver	Anvendelsesområder	Giver sig selv
	Produkttyper	Tatovørfarver
	Aktører	Tatovører Grossister der leverer til tatovører



29. Møbler	Anvendelsesområder	Giver sig selv
	Produkttyper	Dagligstuemøbler, kontormøbler, havemøbler, campingmøbler
	Aktører	Fremstilling af møbler (NACE) Engroshandel med møbler (NACE) Møbelkæder med egen import Varehuse, sengetøjskæder og byggemarkedskæder med egen import Producenter og importører af campingudstyr
30. Børnemøbler	Anvendelsesområder	Giver sig selv
	Produkttyper	Børnemøbler
	Aktører	Samme som produkttype 29, møbler. Legetøjskæder med egen import
31. Gift (producenter, importører og forhandlere)	Anvendelsesområder	Gift brugt i hjemmet til skadedyrsbekæmpelse Pesticider brugt i hjemmet Gift brugt af professionelle til skadedyrsbekæmpelse
	Produkttyper	Rottegift, rodenticider, insektgift, insekticider
	Aktører	Leverandører af pesticider (godkendelsesordning) Fremstilling af pesticider og andre agrokemiske produkter (NACE) Desinfektion og skadedyrsbekæmpelse (NACE) Forhandlere: Havecentre og planteskoler, materialister, byggemarkeder, stormagasiner, grovvarerelskaber, frøhandlere, kolonialbutikker,
32. Lamineringsudstyr og tilbehør	Anvendelsesområder	Det antages at der her regnes med lamineringsudstyr til brug i hjemmet
	Produkttyper	Lamineringsmaskiner til plastlaminering af papir, limkassetter, laminat, lim
	Aktører	Se produkttype 22, kontorartikler.
33. Konserveringsmidler til anvendelse i beholdere	Anvendelsesområder	Konserverer maling, rengøringsmidler og andre kemiske produkter mens de står på hylderne - det antages at der her ikke regnes med konserveringsmidler til fødevarer
	Produkttyper	konserveringsmidler, in-can konserveringsmidler,
	Aktører	Producenter og importører af kemikalier. Producenter og importører af maling, fugemasser, udfyldningsmidler, voks, rengøringsmidler, skocremer, lim mm. Fremstilling af maling, lak, trykfarve, mv samt tætningsmasser (NACE) Limfabrikker (NACE) Fremstilling af sæbe, rengøringsmidler, mm (NACE) Engroshandel med lak, maling, mm (NACE) Engroshandel med rengøringsmidler (NACE) Engroshandel med kemiske produkter (NACE)

34. Konserveringsmidler til overfladefilm	Anvendelsesområder	Konserveringsmidler til at forhindre mikrobiel vækst på: -malede overflader (udendørs maling og maling brugt i vådrum) - plastik overflader (til beskyttelse af blødgørere i PVC produkter primært til tagbelægninger og gulvbelægninger til vådrum) - fugemasse, udfyldningsmidler og lign. (primært til produkter til vådrum)
	Produkttyper	Maling til brug udendørs og i vådrum Pvc med blødgørere fx til tag, gulv, presenninger og telte Fugemasser til vådrum
	Aktører	Se produkttype 1, maling og lak. Producenter og importører af fugemasser. Producenter og importører af PVC tagfolier og gulvbelægninger.
36. Træbeskyttelsesmidler	Anvendelsesområder	Udendørs behandling af træ
	Produkttyper	Træbeskyttelsesmidler, træbeskyttelse,
	Aktører	Se produkttype 1, maling og lak Registreringsordning for de typer af træbeskyttelsesmidler, som indeholdende biocider. Træimprægneringsvirksomheder mv. (NACE) med egen import
37. Beskyttelsesmidler til fibermateriale, læder, gummi og polymeriserede materialer	Anvendelsesområder	Konserveringsmidler på tekstiler til udendørs brug: havemøbler, markiser, parasoller, telte, presenninger, mm. Konserveringsmidler på lædervarer til i princippet alle formål. Konservering af latex og visse gummiprodukter
	Produkttyper	Havemøbler, markiser, parasoller, telte, presenninger, mm.
	Aktører	Producenter og importører af ovennævnte produkter Sejlmagerier, flag- og teltfabrikker (NACE) Importører af telte: Engroshandel med sportsartikler, campingudstyr og lystbåde (NACE) faggruppe campingsudstyr Engroshandel med møbler (NACE) Møbelkæder og byggemarkeder med egen import Se produkttype 24, lædervarer
38. Midler til beskyttelse af byggematerialer (konserverings- og beskyttelsesmidler)	Anvendelsesområder	Konservering af isoleringsmaterialer af organiske fibre (papir, hør, mm)
	Produkttyper	Isoleringsmaterialer af organiske fibre (papir, hør, mm), papirisolering, hørisolering
	Aktører	Producenter og importører af isoleringsmaterialer

39. Konserveringsmidler til væske i køle- og processystemer	Anvendelsesområder	Lukkede og åbne airconditionanlæg Kølevand i fødevarerindustrien og farmaceutisk industri Fjern- og centralvarmesystemer
	Produkttyper	Konserveringsmidler
	Aktører	Producenter og importører af konserveringsmidler Producenter og importører af airconditionanlæg Producenter og importører af kølevandsanlæg
40. Midler mod slim (konserverings- og beskyttelsesmidler)	Anvendelsesområder	Begrænsning af mikrobiel vækst ved papirfremstilling
	Produkttyper	Slimicider, konserveringsmidler
	Aktører	Godkendelsesordning for slimicider Engroshandel med kemiske produkter (NACE) Papirindustri (NACE)
41. Konserveringsmidler til væsker, der anvendes ved metalbearbejdning	Anvendelsesområder	Konserverer skærevæsker, borevæsker, mm som bruges ved bearbejdning af metal med skærende værktøjer
	Produkttyper	Konserveringsmidler, skærevæsker, skæreolie, borevæsker
	Aktører	Producenter og importører af skære- og boreolier
42. Rodenticider (bekæmpelse af mus, rotter og andre gnavere)	Anvendelsesområder	Bekæmpelse af rotter, mus og mosegrise
	Produkttyper	Musegift, mosegrisegift, rottegift (kun til professionelt)
	Aktører	Godkendelsesordning for rodenticider Producenter og importører af rodenticider Desinfektion og skadedyrsbekæmpelse (NACE)
43. Fuglebekæmpelsesmidler (skadedyrsbekæmpelse)	Anvendelsesområder	Bekæmpelse af fugle i bagerier, kirker, mm
	Produkttyper	Intet kendskab
	Aktører	Intet kendskab
44. Sneglebekæmpelsesmidler (skadedyrsbekæmpelse)	Anvendelsesområder	Bekæmpelse af snegle
	Produkttyper	Molluskicider, sneglebekæmpelsesmidler, sneglegift
	Aktører	Godkendelsesordning for sneglebekæmpelsesmidler
45. Fiskebekæmpelsesmidler (skadedyrsbekæmpelse)	Anvendelsesområder	Bekæmpelse af fugle i bagerier, kirker, mm
	Produkttyper	Intet kendskab
	Aktører	Intet kendskab
46. Insekticider, acaricider og produkter til bekæmpelse af andre led-dyr	Anvendelsesområder	Bekæmpelse af insekter, mider, og lign. i hjemmet
	Produkttyper	Insektgift, insektpulver, midegift, acaricider, insekticider
	Aktører	Godkendelsesordning for insekticider, mm

47. Afskræknings- og tiltrækningsmidler (skadedyrsbekæmpelse)	Anvendelsesområder	Midler til at afskrække myg og andre insekter Midler til at afskrække rådyr, fugle og andre større dyr
	Produkttyper	Myggespray, myggebalsam, afskrækningsmidler
	Aktører	Godkendelsesordning for afskræknings- og tiltrækningsmidler
48. Konserveringsmidler til levnedsmidler eller foder	Anvendelsesområder	Beskyttelse af levnedsmidler og foder på glas, dåse og tube mens de står på hylden
	Produkttyper	Mange typer af levnedsmidler og foder på glas, dåse og tuber
	Aktører	Producenter og importører af konserveringsmidler og de produkter hvori de indgår
49. Antifoulingmidler	Anvendelsesområder	Indgår i bundmaling til både og skibe for at forhindre begroning under vandlinien
	Produkttyper	Bundmaling, antifoulingmaling,
	Aktører	Producenter og importører af maling Leverandører til skibsprovanteringsforretninger Leverandører til forhandlere af lystbåde Skibs- og bådværfter med egen import: Bygning og reparation af både (NACE) Bygning og reparation af skibe (NACE)
50. Balsamerings- og præserveringsvæsker	Anvendelsesområder	Balsamering af lig til undervisningsbrug eller i forbindelse med transport Balsamering af dyr til undervisningsbrug Udstopning af dyr
	Produkttyper	Formalin, konserveringsvæsker, konservatorvæsker,
	Aktører	Producenter og importører af kemikalier Konservatorer med egen import
51 Biocider til bekæmpelse af andre hvirveldyr	Anvendelsesområder	Bekæmpelse af muldvarpe
	Produkttyper	Muldvarpegift, mosegrisegift (samme midler)
	Aktører	Producenter og importører af kemiske produkter Engroshandel med kemiske produkter (NACE)