



## **Kommunikationspolicy**

Denna policy fastställdes av Castellum AB (publ) styrelse den 15 juni 2022.

## Innehåll

1	Inledning .....	2
2	Kommunikationspolicyns syfte .....	2
3	Omfattning och ansvar .....	2
4	Kännetecken för Castellums varumärke .....	3
5	Kännetecken för Castellums kommunikation .....	3
6	Målgrupper.....	4
7	Huvudsaklig kommunikation.....	4
8	Marknadskommunikation.....	4
9	Intern kommunikation .....	5
10	Finansiell kommunikation .....	6
11	Kommunikationskanaler för extern kommunikation.....	7
12	Talespersoner för extern kommunikation .....	7
13	Speciella kommunikationssituationer .....	9
13.1	Politiskt ställningstagande .....	9
13.2	Informationsläckage och rykten.....	9
13.3	Krishantering.....	9
13.4	Whistleblowing.....	10
14	Dokumentägare .....	10
15	Överträdelser mot policyn.....	10

## 1 Inledning

Kommunikation är ett strategiskt och operativt verktyg till stöd för Castellum att nå uppsatta mål. Företagets kommunikation ska spegla, utveckla och hålla samman Castellums varumärke. Den ska också driva beslutade positionsförflyttningar av varumärket.

Externt syftar kommunikationen till att stödja Castellums affärsverksamhet och bidra till ökat aktieägarvärde genom att skapa förutsättningar för en rättvisande extern värdering av bolaget och därmed av aktien. Den externa kommunikationen ska också bidra till att skapa attraktivitet för Castellum som arbetsgivare.

Internt är kommunikationens uppgift att underlätta styrning och ledning av Castellum och att skapa mening och förståelse för det som sker i bolaget. Kommunikationen ska även levandegöra varumärket internt, förankra beslut, skapa engagemang, stödja utveckling och öka kunskapen om Castellums omvärld. Det är viktigt att både chefer och medarbetare tar ansvar för företagets kommunikation. Den är ett av de redskap som får Castellums verksamhet att fungera och utvecklas.

Castellum är förutseende i sitt kommunikationsarbete och beaktar alltid kommunikationsaspekten vid beslutstillfället. Företaget planerar sin kommunikation och vad som ska uträttas med hjälp av den. Företaget ska kommunicera via kanaler som är relevanta och effektiva för interna och externa aktörer.

All kommunikation ska baseras på Castellums affärsidé och strategi, stödja affärsmålen och ligga i linje med företagets värdegrund Castellumandan. Kommunikationen ska vara en integrerad del i all strategisk planering och implementering, samordnad och proaktiv samt präglas av öppenhet, trovärdighet och tydlighet.

Castellum är ett noterat bolag på Nasdaq Stockholm ("Börsen") och omfattas därmed av Nasdaq Stockholms regelverk för emittenter ("Börsens regelverk"), Svensk kod för bolagsstyrning ("Koden") samt övrig relevant lagstiftning. Detta innebär att Castellum ska kommunicera i enlighet med dessa regelverk.

## 2 Kommunikationspolicyns syfte

Syftet med policyn är att sätta riktlinjer för hur Castellum ska kommunicera internt och externt. I policyn framgår dels vad Castellum ska kommunicera till följd av att bolaget är börsnoterat, dels vad Castellum vill kommunicera för att stärka varumärket och affärsnyttan.

## 3 Omfattning och ansvar

Castellums vd är ytterst ansvarig för att Castellum efterlever kommunikationspolicyn. Kommunikationsdirektören ansvarar för att Castellum har de verktyg och övriga förutsättningar som krävs för att företaget ska kunna arbeta med intern och extern kommunikation som ett operativt och strategiskt verktyg för styrning och måluppfyllelse.

Kommunikationspolicyn omfattar alla medarbetare i Castellumkoncernen och all intern och extern kommunikation om företaget och verksamheten som sker i de kanaler Castellum väljer att arbeta genom, exempelvis webbplatsen, sociala medier, externa möten, e-post, intranätet eller personalmöten. Alla chefer och medarbetare är företrädare för företaget och ska därför vid behov söka

stöd i kommunikationspolicyen för sin egen professionella kommunikation. Därutöver har företagets särskilt utsedda talespersoner ett extra ansvar att följa policyen eftersom talesmannarollen, till exempel via media eller deltagande i paneldebatter, utgör en viktig kommunikationskanal i sig.

Medlemmarna i Castellums koncernledning ansvarar för att informera sina organisationer om kommunikationspolicyen och dess innebörd och säkerställa att den efterlevs. Dessutom har varje medarbetare ett eget ansvar att aktivt söka information om och känna till vad policyen innebär.

## 4 Kännetecken för Castellums varumärke

Förtroende är Castellums viktigaste kapital och de gemensamma värderingarna kan sammanfattas som värd att lita på. Affärsverksamheten kännetecknas av långsiktighet och tillväxt i kassaflödet till låg finansiell risk. Tillväxten skapas på ett ansvarsfullt sätt och utifrån hållbarhetsbegreppets tre aspekter – ekonomiskt, socialt och miljömässigt. Som en aktiv samhällsutvecklare som låter tala om sig bidrar Castellum till framtidens hållbara städer, gemenskap mellan människor och kreativitet som skapar nya tjänster och produkter nyttiga för kunder och samhället i övrigt. Värdeorden Personliga, Passionerade, Proaktiva och Pålitliga ska genomsyra både agerande och kommunikation, internt och i relationen till omvärlden.

## 5 Kännetecken för Castellums kommunikation

Castellums kommunikation ska synliggöra bolaget som en samhällsutvecklare med hög expertkunskap, samhällsengagemang och investeringskapacitet – och därigenom göra Castellum till en naturlig part för media och andra offentliga arenor att kontakta när det gäller bransch- och samhällsutvecklingsfrågor, som till exempel byggande och design för att främja välmående och samverkan, coworking, urbanisering, digitalisering, logistik, hållbar konsumtion och e-handel.

Castellums kommunikation ska kännetecknas av att vara:

- Samordnad:** Kommunikation ska alltid ske i enlighet med Castellums budskapsplattform och uppfylla de krav som ställs på Castellum utifrån ett legalt och kapitalmarknadsrelaterat perspektiv.
- Proaktiv:** Information ska ges kontinuerligt och finnas tillgänglig snabbt och, så långt möjligt, samtidigt för alla målgrupper för att undvika rykten och för att säkerställa att Castellum får tolkningsföreträde i frågor som rör den egna verksamheten.
- Trovärdig och öppen:** Kommunikationen ska vara öppen, sanningsenlig, baserad på fakta och behandla både positiva och negativa aspekter på ett balanserat sätt. Undantag från öppenhet sker endast då konkurrensskäl, lagar eller andra regler och förordningar ställer krav på det. Talespersoner ska vara tillgängliga och pålästa samt kommunicera med en tonalitet i linje med Castellumandan.
- Tydlig:** All information och kommunikation ska vara tydlig och lätt att förstå.

**Målgruppsanpassad och relevant:**

Kommunikationen ska i möjligaste mån anpassas till målgruppernas intressen, kunskap och erfarenhet, med beaktande av kravet på att behandla alla aktörer på aktiemarknaden likvärdigt.

**Central och lokal:**

Castellums varumärke byggs utifrån ett gemensamt ramverk och en budskapsplattform som tas fram, samordnas och drivs centralt, i syfte att åstadkomma en enhetlig och positiv bild av varumärket. Kommunikationen ska dock vidareutvecklas och användas operativt och strategiskt lokalt, eftersom Castellums affärer görs lokalt. Castellum uppmuntrar till intern och extern dialog i syfte att levandegöra budskapen. Castellums medarbetare ska vara lätta att komma i kontakt med.

## 6 Målgrupper

Målgrupper i kommunikationen är:

- Externa intressenter: nuvarande och potentiella kunder, kommuner, myndigheter, riksdag och regering, branschen, media och allmänheten
- Medarbetare: nuvarande och potentiella medarbetare, inklusive universitet och skolväsende
- Aktörer på kapitalmarknaden: långgivare, befintliga och potentiella investerare samt analytiker

## 7 Huvudsaklig kommunikation

Castellums kommunikation kan i huvudsak delas in i tre områden:

- *Marknadskommunikation och övrig extern kommunikation* syftar till att stödja affärsverksamheten genom att skapa affärsnytta och ett starkt varumärke lokalt, nationellt och nordiskt.
- *Intern kommunikation* syftar till att chefer och medarbetare ska känna engagemang för och ha kunskap om företagets strategier och mål. Internkommunikationen ska också vara ett verktyg som möjliggör förändringsarbete, underlättar kunskapsutbyte mellan verksamhetens olika delar, stödjer affärsutveckling samt stärker Castellumandan.
- *Finansiell kommunikation* syftar till att skapa förutsättningar för en positiv och rättvisande bild av Castellum på marknaden och därmed en korrekt värdering av aktien. Den finansiella kommunikationen styrs av Börsens regelverk. Även intern och övrig extern kommunikation kan ibland vara insiderkommunikation, som i så fall måste följa Börsens regelverk. Se även Insiderpolicyen.

## 8 Marknadskommunikation

Marknadskommunikationen är ett viktigt verktyg för att åstadkomma affärsnytta genom ökad kännedom om koncernen och dess erbjudanden, och därigenom skapa ökade konkurrensfördelar och ökat förtroende. Inom Castellum finns en övertygelse om att affären är lokal – men att enhetlig och konsekvent kommunikation bäddar för bra genomslag. Castellums kommunikationsavdelning ansvarar för den övergripande marknadskommunikation som syftar till att synliggöra, positionera och stärka

Castellums erbjudande och varumärke. Kommunikationsavdelningen ska också skapa förutsättningar för regioners och affärsområdets marknadskommunikation, vars syfte är att stödja försäljning och uthyrning samt bygga kundrelationer på regionala marknader. Marknadskommunikationsaktiviteter ska baseras på ett beslutsunderlag där relationen mellan insatsen och affärsnyttan tydliggörs, beslutas av kommunikationsdirektören i samråd mellan respektive region- vd och genomförs med stöd av centrala resurser. För att nå största möjliga genomslag ska all marknadskommunikation ha ett tydligt kundfokus samt följa de formmässiga och språkliga riktlinjer som kommunikationsavdelningen ansvarar för att ta fram.

Kommunikationsavdelningen ansvarar för samordning av Castellums varumärkesarbete.

Event och sponsring beslutas i samråd med Castellums kommunikationsdirektör och rapporteras årligen till densamma.

## 9 Intern kommunikation

Syftet med den interna kommunikationen är att åstadkomma affärsnytta genom att öka den samlade kunskapen i koncernen och stimulera till kunskapsutbyte inom hela verksamheten, för att på så sätt möjliggöra gemensam affärsutveckling. Den ska också stärka kunskapen om Castellums värderingar, mål, strategier och policys, med målet att skapa förutsättningar för ansvarstagande, engagemang och motivation. Ett annat viktigt syfte är att möjliggöra framtida rekryteringar genom att göra befintliga medarbetare till ambassadörer för koncernen.

Den interna kommunikationen ska präglas av hög kvalitet och kontinuitet. Castellum strävar efter tvåvägskommunikation på alla nivåer.

Alla medarbetare har ett eget ansvar att aktivt söka upp den information som krävs för att kunna utföra arbetsuppgifterna. Castellums chefer har ett särskilt ansvar både för att hålla sig uppdaterade om strategi, mål och övriga aktuella frågor och händelser av vikt för verksamheten, och för att sprida denna kunskap så att medarbetarna förstår sin roll och på vilket sätt den är viktig för och i linje med verksamhetens strategi och måluppfyllelse. Cheferna har också ansvar för att säkerställa ett löpande flöde av information och kommunikation inom det egna ansvarsområdet, samt för att synpunkter och signaler från organisationen fångas upp och når företagets ledning. De ska också aktivt medverka till att upprätthålla ett flöde av information och kommunikation inom hela bolaget, för att förstärka "Ett Castellum".

All relevant företagsinformation av övergripande karaktär ska distribueras via det koncerngemensamma intranätet. Det är dock ett chefsansvar att förtydliga och fördjupa såväl bilden av som dialogen om verksamheten inom respektive organisation. Personlig, muntlig kommunikation mellan medarbetare och chef ska vara den primära kommunikationskanalen för detta.

Castellums kommunikationsdirektör ansvarar för att utveckla och underhålla företagets interna kommunikationskanaler, inklusive att i samarbete med HR stödja chefernas utveckling mot ett kommunikativt ledarskap.

Medlemmarna i koncernledningen har det huvudsakliga ansvaret för att skapa ett öppet och tillitsfullt kommunikationsklimat och en kultur som överensstämmer med Castellumandan och Uppförandekoden. I koncernledningen har kommunikationsdirektören ett särskilt ansvar för att säkerställa att kommunikationsaspekten beaktas i beslutsfattandet.

Alla medarbetare har ett viktigt ansvar att kommunicera på ett professionellt sätt, att själva inhämta information som finns tillgänglig, att dela med sig av information samt bidra till ett öppet kommunikationsklimat.

## 10 Finansiell kommunikation

Castellum har finansiella instrument som är noterade på Børsen och informationsgivningen styrs av Børsens regelverk. Bolaget ska vara ett attraktivt och långsiktigt placeringsalternativ och målet för Castellumaktien är att leverera konkurrenskraftig totalavkastning i förhållande till risk, samt hög likviditet. Den finansiella kommunikationen syftar till att uppfylla regelverk, regleringar och standarder, samt till att skapa förståelse och kunskap om strategi, mål, affärsverksamhet och finansiell ställning, stärka förtroendet för bolaget och stödja en rättvisande värdering av de finansiella instrumenten, vilken i sig utgör ett skydd mot oönskade budsituationer. Castellums agerande ska utgå från ett långsiktigt perspektiv där en öppen och rättvisande redovisning till aktieägare, kapital- och kreditmarknaden samt till media eftersträvas, dock utan att enskilda affärsrelationer exponeras.

Castellums investor relationsfunktion (IR-funktion) leds av bolagets CFO, som är ytterst ansvarig för den finansiella kommunikationen samt kontakten med Børsen. IR-funktionen har även det huvudsakliga ansvaret för informationsgivning och dialog med kapitalmarknadens olika intressenter, som investerare, analytiker och finansiell media. Talespersoner inom finansiell kommunikation är vd, CFO och treasurychef.

Castellum ska enligt Børsens regelverk så snart som möjligt offentliggöra så kallad insiderinformation. Informationsgivning som berör insiderinformation hanteras separat i Castellums insiderpolicy. Ansvarig för denna informationsgivning är koncernens insiderkommitté, som består av vd, CFO, treasurychef och chefsjurist, med den sistnämnda som sammankallande.

Med hänsyn till det särskilda regelverket för hantering av insiderinformation ska kommunikationsavdelningen vara uppmärksam på att en motpart i en fastighetstransaktion vid köp eller försäljning, eller avtalad entreprenör vid ny-, till- och ombyggnation inte får skicka pressmeddelande å sina egna vägnar utan att Castellum gett sitt godkännande av innehåll och tidplan.

Medarbetarna i Castellum ska få information om insiderinformation i anslutning till att den offentliggjorts. Målsättningen är att medarbetarna ska få förstahandsinformation från Castellum och inte få kännedom via medier.

## 11 Kommunikationskanaler för extern kommunikation

Castellum arbetar med följande kommunikationskanaler i sin marknadskommunikation och övriga externa kommunikation:

- Köpta kanaler, som annonsering i digitala, tryckta och sociala medier, utomhusmedier, sökordsmarknadsföring (Google Ads), event
- Förtjänade kanaler, som traditionella och sociala medier, opinionsbildning, sökordsoptimering, seminarier/webinars
- Egna kanaler, som hemsida, egna sociala medier, bloggar, nyhetsbrev, möten, ytor på fastigheter
- Profilskapande och säljande trycksaker
- Sponsring

PR-driven kommunikation genom förtjänade kanaler samt digital annonsering är tillsammans med de egna kanalerna prioriterade kommunikationsvägar. Resultatet av kommunikationsinsatserna ska mätas och följas upp.

## 12 Talespersoner för extern kommunikation

Castellums talespersoner står för en viktig del av företagets kommunikationsarbete, eftersom de kan bredda och fördjupa frågeställningar och bilden av Castellum samt personifiera företagets värderingar. Talespersonerna är utsedda utifrån sin expertkompetens och roll. Ansvaret innefattar att sprida och förtydliga information om bolaget och därigenom stärka bilden av Castellum. Talespersonerna får inte offentliggöra icke tidigare offentliggjord information som skulle kunna vara insiderinformation.

För att Castellum så långt möjligt ska få tolkningsföreträdare i frågor som rör den egna verksamheten, samt uppnå branschtaliansmannastatus är talespersonernas tillgänglighet för kommunikationsavdelningen och för omvärlden central. Kontaktpersoner mot kapitalmarknad och media ska finnas angivna på hemsidan och i pressmeddelanden. Kommunikationsavdelningen ansvarar för att utse talespersoner i specifika, aktuella frågor samt ge stöd i form av till exempel budskapsformulering och medieträning.

Castellum använder särskilt utsedda talespersoner som en del av det strategiska kommunikationsarbetet, främst gentemot kapitalmarknaden och media. Utöver detta uppmanas samtliga medarbetare att i den löpande professionella kommunikationen berätta om Castellums styrkor och särskiljande drag. Kommunikationsavdelningen ansvarar för att tillhandahålla aktuella budskap som underlättar skapandet av en stark, tydlig och enhetlig bild av Castellum.



Castellum fördelar talesmannaskapet på följande sätt:

#### Huvudsakliga talespersoner:

- *Styrelsens ordförande*  
Styrelsens ordförande uttalar sig om bolagsstyrningsfrågor som exempelvis ägarfrågor, styrelsenomineringar, styrelsemöten och ersättningar, såvida inte annat överenskommit med vd.
- *Verkställande direktör*  
Castellums verkställande direktör är huvudsaklig talesperson för koncernen i övergripande frågor, som koncernens finansiella ställning, strategi, marknadsbevakning och konkurrentanalyser. I vissa av dessa frågor kan även styrelseordföranden vara talesperson.
- *CFO och treasurychef*  
CFO respektive treasurychef är, tillsammans med vd, koncernens talespersoner i finansiella frågor. Av det följer att vederbörande även uttalar sig i frågor utöver de rent finansiella, som strategi etc., för att på ett tillfredsställande sätt möta kapitalmarknadens behov av information om Castellums verksamhet och utveckling. CFO ansvarar även för kontakten med Börsen.
- *Kommunikationsdirektör*  
Kommunikationsdirektören är koncernens talesperson i allmänna frågor.

#### Övriga:

- *Region- vd och affärsområdeschef*  
Ansvariga för en region eller ett affärsområde ska uttala sig i media och andra offentliga sammanhang i frågor som rör den egna verksamheten. Samordning ska i relevanta fall ske med kommunikationsdirektören eller chefen för medierelationer.
- *Press och PR-ansvarig*  
Castellums Press och PR-ansvariga ansvarar för att samordna kontakterna med media, erbjuda medieträning och annat stöd samt ska säkerställa att talespersonerna har kunskap om hur media fungerar. Press och PR-ansvarig kan själv utgöra talesperson i undantagsfall
- *Övriga medarbetare*  
Övriga medarbetare kan uttala sig å koncernens vägnar i en specifik fråga, till exempel som expert, om detta överenskommit med kommunikationsdirektören. Medarbetare ska i sådana fall få råd och stöd i sin externa kommunikation. Alla medarbetare har rätt att som privatpersoner göra personliga uttalanden, till exempel i sociala medier. Det ska framgå tydligt att det är individens och inte Castellums åsikter som förs fram. I medarbetaransvaret ligger att vara medveten om att man i alla sammanhang, även privata, kan uppfattas om en representant för Castellum. Insikten om detta kan tjäna som vägledning för vilka frågor man kommenterar och med vilket tonläge.

Medarbetare som kontaktas av media eller andra externa kontakter i finansiella frågor som rör Castellum ska hänvisa till vd, CFO eller treasurychef.

## 13 Speciella kommunikationssituationer

### 13.1 Politiskt ställningstagande

Castellums talespersoner tar inte någon partipolitisk position och deltar inte i några initiativ som kan betraktas som ett partipolitiskt ställningstagande. Kommentarer på förslag om ny lagstiftning eller nytt regelverk kan göras, men ska samordnas och godkännas av kommunikationsdirektören. Finansiellt stöd till politiska partier är inte tillåtet.

### 13.2 Informationsläckage och rykten

Informationsläckage och rykten kan orsaka stor skada i form av kostsamma störningar i verksamheten, negativ publicitet och till och med förlorade affärer och urholkande av Castellums anseende. Koncernens övergripande förhållningssätt är att inte kommentera rykten, men att agera proaktivt och snabbt för att förhindra att dessa uppstår. Minsta tecken på kris, ryktesspridning eller läckor av betydande karaktär ska omedelbart meddelas kommunikationsdirektör, som utifrån händelsens karaktär ska vidta relevanta åtgärder. Beslut, aktiviteter och uttalanden ska förankras med vd, och när det bedöms relevant, styrelsens ordförande.

Om Castellum får reda på att insiderinformation oavsiktligt har läckt ut innan ett offentliggörande skett ska denna information offentliggöras så snart som möjligt.

För att begränsa risken för informationsläckage ska Castellum:

- Regelbundet informera personer som har tillgång till icke offentliggjord insiderinformation om att sådan information inte får spridas och om eventuella konsekvenser om detta skulle ske.
- Offentliggöra kvartalsrapporter, inklusive bokslutskommuniké, snarast möjligt.
- Inte involvera fler personer än nödvändigt vid större transaktioner. Dessa personer ska också skriva på tystnadspliktsavtal, såvida det inte täcks av anställningsavtal.
- Upprätta hög grad av förberedelse och beredskap för informationsgivning med kort varsel vid planerade situationer som är av stor vikt för koncernen, som till exempel budsituationer.

### 13.3 Krishantering

Om en allvarig olycka, kris eller potentiell kris uppstår som berör Castellums medarbetare eller andra personer med nära koppling till bolaget, Castellums verksamhet eller anseende ska vd och COO omedelbart informeras och den Centrala krisgruppen sammankallas. Relevanta kommunikativa insatser ska planeras och vidtas.

Castellum har en separat plan för krishantering. Vd är ansvarig för planen och för att en central krisgrupp och process finns etablerad. I varje region ska det finnas lokala krisplaner och -grupper som länkar in i den centrala krishanteringsprocessen. Samtliga krisgrupper ska regelbundet genomföra krisövningar. En förutsättning för att hålla en god beredskap för potentiella kriser är omvärldsbevakning, en annan en öppen intern dialog och ett klimat som uppmuntrar till att tidigt påpeka potentiella risker.

### 13.4 Whistleblowing

Castellum har en whistleblowing-tjänst – ”Visselblåsning” – vilken nås via Castellums hemsida och intranät. Whistleblowing-tjänsten är en kanal som ger både medarbetare och externa intressenter en möjlighet att anonymt rapportera eventuella avvikelser från Castellums värderingar och affärsetiska principer. Tjänsten administreras av en extern part för att säkerställa anonymitet och professionalism. Castellums ledning är tacksam för påpekanden om eventuella missförhållanden i verksamheten. Därtill att ordförande i styrelsens revisionsutskott tar del av ärenden från den externa tjänsten. För mer information om whistleblowing hänvisas till <https://report.whistleb.com/sv/Castellum> och till företagets complianceansvarig.

## 14 Dokumentägare

Krav på och riktlinjer för bolagets informationsgivning förändras kontinuerligt. Castellums kommunikationspolicy ska revideras regelbundet och minst en gång per år fastställas av styrelsen. Castellums verkställande direktör är dokumentägare och ansvarar för policyn. Revideringar bereds av Castellums kommunikationsdirektör.

Vid frågor om kommunikationspolicyn, kontakta kommunikationsdirektören.

## 15 Överträdelser mot policyn

Överträdelser mot denna policy ska rapporteras till Castellums compliance-funktion, tillika koncernens chefsjurist, vilken i sin tur meddelar verkställande direktören.