

# Kommunikationspolitik

Juni 2010

Freja er et statsligt aktieselskab med Den Danske Stat som ene-ejer. Forventningerne til selskabets måde at drive forretning på stiller særlige krav til selskabets eksterne kommunikation.

## Kommunikation

For statslige aktieselskaber gælder den særlige regel, at den eksterne kommunikation skal foregå efter de samme regler, som er gældende for børsnoterede selskaber, dog med den forskel, at regnskabs- og pressemeddelelser skal sendes til Erhvervs- og Selskabsstyrelsen i stedet for til Københavns Fondsbørs. Lige som børsnoterede selskaber har pligt til at underrette Fondsbørsen først om alle væsentlige hændelser, resultater og forhold, der kan tænkes at påvirke markedets vurdering af selskabets fremtidige indtjeningssevne og dermed kursfastsættelsen, har Freja pligt til at underrette Erhvervs- og Selskabsstyrelsen først.

Freja ønsker at være kendt for åbenhed om sit virke og sine resultater. Kommunikation sker via:

- Delårs- og årsrapporter
- Selskabets hjemmeside
- Øvrige aktiviteter

Generel information udsendes løbende i form af *delårs-* og *årsrapporter*, hvori der gøres grundigt rede for selskabets virke og de opnåede resultater. Rapporterne søger indholdsmæssigt at leve op til "best practice" for børsnoterede selskaber. Udover at tilgå Erhvervs- og Selskabsstyrelsen og eneaktionæren, udsendes delårs- og årsrapporter til pressen og til et bredt udsnit af interessenter. Endelig publiceres de via selskabets hjemmeside. I tilfælde af særlige hændelser udsendes pressemeddelelser.

Selskabets *hjemmeside* udbygges til stadighed, og der kommunikeres løbende med selskabets interessenter. Der kan i denne forbindelse henvises til selskabets interessent-politik. Via hjemmesiden kan yderligere information om selskabet rekvireres.

Derudover står selskabet *til rådighed for politikere, presse og private*, der måtte ønske information om selskabet, lige som selskabets ledelse holder foredrag om selskabet på konferencer og ved andre lignende lejligheder.