

## Riktlinjer för Växjö kommuns webbplatser

### Innehåll

Riktlinjer för Växjö kommuns webbplatser .....	1
Inledning .....	2
Vision och mål för www.vaxjo.se och bolagens webbplatser .....	2
Långsiktiga mål .....	2
Kortsiktiga mål .....	2
Tillgänglighet .....	2
Målgrupper .....	3
Invånare .....	3
Företagare .....	3
Övriga .....	4
Struktur .....	4
Innehåll .....	4
Andra myndigheters information .....	5
Andra språk .....	5
Nyhetsinnehåll .....	5
Evenemang .....	5
Språket .....	5
Huvudrubrik .....	6
Ingress .....	6
Brödtext .....	7
Länkar .....	8
Länkar i brödtext .....	9
Högermenyn .....	9
Profilerade webbplatser .....	7
Lättläst webbplats .....	11
Bild, video och ljud .....	11
Övriga filer .....	11
Broschyrer .....	11
Blanketter .....	11
Driftkostnader .....	12

## Inledning

I det här dokumentet beskrivs mål och riktlinjer för Växjö kommuns externa webbplatser som är byggda i publiceringsverktyget SiteVision. Hit räknas alltså både [www.vaxjo.se](http://www.vaxjo.se) och bolagens webbplatser samt kompletterande mall eller så kallade temawebbar såsom gymnasieskolornas och grundskolornas webbsidor.

## Vision och mål för [www.vaxjo.se](http://www.vaxjo.se) och bolagens webbplatser

Växjö kommuns externa webbplats, [www.vaxjo.se](http://www.vaxjo.se) och bolagens webbplatser i SiteVision är de främsta kanalerna för extern information och kommunikation som ska vara tillgängliga för alla. Syftet är att förenkla vardagen för invånarna genom uppdaterade och användbara webbplatser där växjöborna på sina egna villkor kan hitta information och utföra ärenden. Målgrupperna ska kunna vända sig till webbplatserna oavsett tid på dygnet eller var man befinner sig i världen och få sina kommunala behov tillgodosedda. Webbplatserna ska ge insyn och vara en plats för dialog och påverkan - målgrupperna ska kunna lämna synpunkter och förslag om kommunens verksamhet.

### Långsiktiga mål

- Det ska vara enkelt och smidigt att utföra ärenden på Växjö kommuns webbplatser. Det ska dessutom vara enkelt att hitta information som berör besökarens ärende.
- Det ska vara enkelt för användaren att hitta och ta till sig information om Växjö kommuns verksamhet, service och tjänster – oavsett om de besöker webbplatserna från en dator, mobiltelefon eller surfplatta.

### Kortsiktiga mål

- Besökaren kan hitta informationen/tjänsten.
- Informationen är korrekt/tjänsten fungerar som den ska.
- Besökaren kan förstå informationen/hur tjänsten ska användas.

### Tillgänglighet

Det är en självklarhet att alla människor ska ha tillgång till informationen på Växjö kommuns webbplatser och det är vår skyldighet att tillgodose de behoven. Därför ska webbplatserna vara lätta att använda och tillgängliga för alla, oavsett digital enhet som till exempel dator eller mobiltelefon eller användning av olika hjälpmedel. En tillgänglig webbplats innebär att alla målgrupper ska kunna ta del av informationen, oavsett om man har funktionsvariationer.

På Växjö kommuns webbplatser är utgångspunkten för tillgänglighet WCAG-riktlinjerna 2.0, nivå AA (Web Content Accessibility Guidelines). Läs om [WCAG-riktlinjerna på World Wide Web Consortiums \(W3C\) webbplats](#).

Det finns möjlighet att lyssna på texterna på våra webbplatser genom Lyssna-knappen. Om man klickar på Lyssna-knappen får man innehållet på webbplatsen uppläst. Lyssna-funktionen gör innehållet tillgängligt för personer som inte ser bra eller inte ser alls, även för de som har tillfälligt nedsatt syn efter exempelvis en operation. Funktionen kan också hjälpa bland annat dyslektiker och personer som är ovana vid att läsa på svenska.

Det finns även utvald information i Lättläst, som är utformad utifrån riktlinjer för att skriva lättläst. Lättlästa texter är texter som har arbetats om utifrån olika målgrupper för att de ska bli lättare att läsa och förstå. Det är vår skyldighet att förmedla relevant information till dem om bland annat skola, barnomsorg, evenemang, snöskottning et cetera.

Lättlästa texter kan underlätta för många, exempelvis personer som ska lära sig att läsa, som är ovana vid att läsa eller som har ett annat modersmål än svenska.

## **Målgrupper**

Informationen på Växjö kommuns webbplatser ska vara målgruppsanpassad och utformad med tanke på målgruppens behov.

På webbplatserna ska målgruppen få en tydlig överblick över kommunens verksamhet och service på ett sätt som är tydligt och lättförståeligt.

## **Invånare**

Vår största och viktigaste målgrupp är invånare. Hit räknas de som bor i Växjö kommun och de som besöker kommunen.

All information som publiceras på Växjö kommuns webbplatser ska underlätta vardagen för invånarna. De ska hitta svar på sina frågor och kunna utföra ärenden på webbplatserna. Det gäller allt ifrån barnomsorg, utbildning, boende, fritid, stöd och omsorg med mera till att kontakta och påverka politiken.

## **Företagare**

En annan stor målgrupp är företagare. Hit räknas de som funderar på att starta företag, nystartade företag, befintliga företag i Växjö kommun eller de som funderar på att flytta sitt företag till Växjö kommun.

Företagaren ska hitta information som hjälper till att komma vidare eller komma igång med sitt företagande. Det kan vara allt ifrån hjälp med att hitta mark och lokaler, söka tillstånd för verksamheter, hitta andra företag eller annan information som kommunen riktar direkt till företagare.

## Övriga

Övriga målgrupper är inte lika omfattande. Där är föreningar och media samt andra kommuner och myndigheter inkluderade.

## Struktur

Växjö kommuns webbplatser är strukturerade efter övergripande ämnen. På [www.vaxjo.se](http://www.vaxjo.se) finns exempelvis information kopplad till äldreomsorg, social hjälp och hemsjukvård under ämnet Stöd och omsorg. I huvudmenyn finns ingångar till alla ämnen som i sin tur har egna startsidor. På de startsidorna finns ett nyhetsflöde och en högermeny.

Strukturen ska inte vara styrd av hur organisationen ser ut eftersom det inte tillför något till målgrupperna. Vi ska utgå från att målgrupperna tänker i ämnen, inte hur kommunens organisation ser ut. Därför ska alla redaktörer ställa sig frågan om var informationen ska publiceras utefter målgruppens perspektiv.

Om informationen hör hemma på flera ställen, väljer du ut den plats där den passar bäst att publicera, informationens "hem". Antingen kan du göra en exakt spegling av sidan, eller så länkar du till sidan från andra sidor där informationen är relevant. Om exakt samma information finns inklistrad på flera ställen på webbplatsen riskerar vi att hamna lägre i träfflistorna på externa sökmotorer.

Om du ser behov av att skapa en ny sida på [www.vaxjo.se](http://www.vaxjo.se) kontaktar du din huvudredaktör som kan avgöra om det finns andra bättre lösningar för placering av informationen. Om det gynnar målgruppen att skapa en ny sida tar huvudredaktören kontakt med kommunikationsenhetens webbgrupp på [webb@vaxjo.se](mailto:webb@vaxjo.se) som tar ställning och skapar sidan. Tidigare erfarenhet visar att ju fler sidor en webbplats har, desto svårare är det att kvalitetssäkra och hålla informationen uppdaterad. Det resulterar i att målgruppen har svårare att hitta information eller hittar felaktig eller inaktuell information.

Information som är återkommande periodvis, till exempel datum för skolavslutning, får sparas som en avpublicerad sida. En avpublicerad sida syns endast i redigeringsläget. Webbplatsen ska dock inte användas som ett arkiv. Gör en medveten bedömning om informationen är relevant inom sex månader, annars kan den tas bort. Sidor som får finnas kvar trots att de är avpublicerade ska namnges med (SPARAS) innan själva rubriken på sidan. Detta för att särskilja vilka sidor som är bortglömda och egentligen kan tas bort.

## Innehåll

I de allra flesta fallen besöker målgrupperna Växjö kommuns webbplatser för att få frågor besvarade. Det är vårt ansvar att besvara målgruppens frågor. För att bedöma vilken information som ska finnas på Växjö kommuns webbplatser, utgå från målgruppens behov. Dra gärna nytta av kontaktcenter (vanliga frågor) samt statistik för webben.

Innehållet på webbplatserna ska vara aktuellt, vilket innebär att informationen ska uppdateras minst två gånger per år och att information som är inaktuell ska tas bort. Även om sidan inte behöver redigeras, ska den uppdateras för att få ett nytt datum(Sitevision).

Den huvudsakliga informationen är till för att besvara målgruppens frågor. Om det finns behov av fördjupande information som är relevant för innehållet (i form av till exempel broschyrer eller länkar till andra webbplatser), går det bra att länka dit. Då kan målgruppen aktivt välja att ta sig vidare till den fördjupande informationen.

Beskriv aldrig organisationen utom på sidor som handlar om den. De sidor som handlar om organisationen ska placeras under Politik och demokrati. Exempelvis beskriver vi inte utbildningsförvaltningens organisation under Förskola och skola, utan endast det som är relevant till det ämnet. Under ämnet Politik och demokrati är det däremot relevant med information om organisationen.

### **Andra myndigheters information**

Information som är andra myndigheter eller organisationers ansvar ska vi inte publicera eftersom vi inte kan svara på följdfrågor. Om det ger mervärde till innehållet går det bra att länka till andra myndigheters eller organisationers webbplatser.

### **Andra språk**

I sidhuvudet på Växjö kommuns webbplatser finns funktionen Google Translate som kan användas för att få webbsidans innehåll översatt till ett annat språk. Alla språk är inte valbara, men ett stort antal. Vissa utvalda webbsidor på [www.vaxjo.se](http://www.vaxjo.se) finns översatta till engelska, riktade till en internationell målgrupp, till exempel Technical visits. Technical visits är internationella studiebesök som Växjö kommun anordnar där fokus ligger på Växjös hållbarhetsarbete.

### **Nyhetsinnehåll**

Vi ska endast publicera nyheter med ett innehåll som vänder sig till våra målgrupper och som handlar om Växjö kommun eller där Växjö kommun på något sätt medverkar. Innehållet ska beskriva vilken roll eller vilket ansvar Växjö kommun har i sammanhanget. Exempelvis om Växjö kommun har en monter vid ett evenemang där vi inte är arrangörer, ska vi endast berätta om vår medverkan i evenemanget men inte marknadsföra själva evenemanget i sin helhet. Läs mer i [riktlinjerna för nyheter](#).

### **Evenemang**

I dagsläget finns ingen evenemangskalender på Växjö kommuns webbplatser, därför kan evenemang publiceras som nyheter. Vi kan publicera information kring evenemang där Växjö kommun är arrangör eller medarrangör. Precis som vid nyheter, ska fokus ligga på vilken roll eller vilket ansvar Växjö kommun har i sammanhanget.

### **Språket**

Innan du börjar formulera din text, fundera alltid över din målgrupp och hur du bäst skriver anpassat för den.

Tänk på att alltid skriva i klarspråk. Språket ska vara vårdat, enkelt och lätt att förstå.

Följ alltid Språkrådets rekommendationer. Språkrådet är Sveriges officiella organ för språkvård och språkpolitik. I Språkrådets rekommendationer ingår [Myndigheternas skrivregler](#) (2014) och [Svenska skrivregler](#) (2017). Myndigheternas skrivregler finns som digital fullversion gratis. Svenska skrivregler går att beställa hos de flesta bokhandlare.

När du formulerar dina texter, utgå också alltid från Växjö kommuns riktlinjer [Inkluderande texter och bilder](#).

Använd inte versaler (stora bokstäver), *kursiv text*, understruken text eller **fetstilt** text. Fetstilt text får endast användas i brödtexten (med måtta) för att markera ut extra viktig information.

Tänk på att all text ska vara rätt formaterad med huvudrubrik, ingress, mellanrubriker och brödtext.

Skriv **alltid** ut hela ord. Förkortningar ska inte användas, främst för att vi inte ska anta att alla besökare förstår förkortningar. Dessutom är det inte säkert att alla hjälpmedel kan tolka förkortningar eller att översättningsverktyg såsom Google Translate kan översätta förkortningar korrekt.

Förkortningar kan också minska sökbarheten från sökmotorer. Besökaren söker hellre på ”Växjö kommun telefon” än på förkortningen ”Växjö kommun tel.”

## Huvudrubrik

Rubriken ska vara kort, gärna en rad om det går. Den ska vara informativ och beskriva innehållet. Välj formatet Rubrik 1 till din huvudrubrik.

Besökare till Växjö kommuns webbplatser kan komma dit på olika sätt. De kan klicka på en länk som leder till webbplatsen, skriva in länkadressen i adressfältet eller komma från en extern sökmotor. Tänk på att besökare som kommer från en extern sökmotor kommer direkt till sidan och inte har sett ovanliggande sidor. Därför är det viktigt att ha en tydlig rubrik som kan förstås utan att besökaren har klickat sig igenom strukturen. Om rubriken är tydlig, hamnar vi dessutom högre upp i träfflistorna i externa sökmotorer.

1. **Bra exempel:** Om Katedralskolan
2. **Bra exempel:** Jobba i Växjö kommun
3. **Mindre bra exempel:** Om skolan
4. **Mindre bra exempel:** Jobba hos oss

## Ingress

Ingressen ska kortfattat och tydligt beskriva innehållet på din webbsida. Textens inledning är den chans du har att fånga besökaren till att läsa mer. Försök därför att få fram den viktigaste informationen först. Forskning visar att besökaren är som mest uppmärksam högst upp på sidan och blir mindre uppmärksam ju längre ned på sidan hen kommer. I många fall lämnar besökaren sidan om hen inser att hen inte fått svar på sin fråga inom 3 sekunder. Genom en informativ ingress får besökaren snabbt veta om hen kan få svar på sin fråga.

Ingress ska därför användas på alla sidor. Det enda undantaget är sidor med väldigt korta brödtexter där en ingress inte hade tillfört något, utan endast blivit en upprepning av brödtexten.

Tänk på att välja formatet Ingress till din ingress-text.

## Brödtext

Brödtexten är den löpande texten på sidan. Den ska vara korrekt formaterad och överskådlig med hjälp av bland annat mellanrubriker och i vissa fall även listor.

För markering av viktiga ord använd **fet** stil, men med måtta.

## Mellanrubrik

Mellanrubriken ska dela in texten i tydliga stycken och bidra till att göra texten mer överskådlig. Undvik att formulera din rubrik som en fråga. Tänk i stället på att redan i rubriken besvara den fråga besökaren har.

Du kan ha en mellanrubrik direkt under ingressen om det krävs istället för att skriva en text som inte fyller något syfte eller bara som utfyllnad före första mellanrubriken.

Formatera mellanrubriken korrekt genom att välja rätt rubrikformat, till exempel Rubrik 2 eller Rubrik 3. Tänk på att inte välja fet brödtext i stället för rubrikformat.

## Listor

Använd listor vid uppräknings där tre eller flera saker följer efter varandra. Använd numrerad lista då innehållet följer på varandra i en given ordning, annars en punktlista.

## Tabeller

Använd inte tabeller, de är varken tillgängliga eller responsiva. Att en webbplats är responsiv innebär att den fungerar lika bra oavsett digital enhet (till exempel dator eller mobiltelefon). Se avsnittet [Tillgänglighet](#) för mer djupgående information om vad tillgänglighet på webben innebär. I stället för att använda tabeller skriver vi i löpande text, det blir ofta mer överskådligt för alla.

## Länkar

Länkar ska publiceras i anslutning till den information de tillhör, alltså på den webbsida de tillhör. Det får inte finnas några sidor som bara är länksamlingar, utan övrig text.

**Skapa endast länkar till fördjupad information om det tillför innehållet något och ger ett mervärde till målgruppen.**

## Länkar till egna webbsidor och andras webbplatser

Länkar till webbsidor på [www.vaxjo.se](http://www.vaxjo.se) kallas för interna länkar och länkar till andra webbplatser kallas för externa länkar.

Det är tillåtet att länka till andra myndigheter och organisationer.

Det är inte tillåtet att länka till enskilda företag eftersom det kan framstå som att vi rekommenderar eller framhåller något företag framför andra. Vi måste i så fall länka till samtliga företag inom samma bransch.

Interna och externa länkar ska när besökaren klickar på dem alltid öppnas i samma fönster.

## Placering av länkar på webbsidan

Länkar kan placeras

- i brödtexten
- efter textstycket som länken relaterar till i form av en så kallad stylad punktlista eller en så kallad Actionknapp
- i länklistorna Relaterade dokument eller Relaterade länkar

**Placera aldrig länkar i ingress.**

## Brödtextlänkar

Använd länkar i brödtexten med måtta, för många länkar i texten gör texten svårsläst.

Du kan bland annat få kostnadsfri ekonomisk rådgivning hos kommunens [budget- och skuldrådgivare](#). Eventuellt kan du även ha rätt till socialbidrag, eller [ekonomiskt bistånd](#) som det kallas för idag.

## Fördelar med länkar i brödtext

- Det blir tydligt vilken länk som knyter an till vilken del av texten.
- Användare kan missa att det erbjuds möjlighet till fördjupning om länkarna ligger separat. Detta är särskilt relevant när länken går till en ordförklaring.
- Det blir möjligt för skribenten att direkt i texten antyda vad som är egna påståenden och vad som baseras på källor.
- Genom att markera eller följa länken kan användaren direkt under läsningen få hjälp att bedöma referensens värde och relevans. Ibland räcker det att undersöka vems adress länken leder till.

## Nackdelar med länkar i brödtext

- Framför allt handlar det om att läsbarheten blir sämre.
- En separat länklista kan bli överskådlig på ett annat sätt än en brödtext med infällda länkar.
- Avsändaren riskerar att tappa läsare innan texten hunnit ”tala till punkt”, det vill säga att användaren följer länken omedelbart och missar en del av budskapet.



- I löpande text är det ofta svårt att formulera länktexter som beskriver länkmålet på ett rättvisande sätt utan att bli krystade.

## Länk efter textstycket

Ibland blir det tydligt att placera länkar direkt efter ett textstycke. Det gäller länkar som är direkt relaterade till innehållet i stycket.

Om Actionknapp eller stylad lista används ska det inte finnas textlänkar eller relaterade länkar till samma mål på webbsidan.

## Stylad punktlista

Stylad punktlista ska användas för länkar som inte är brödtextlänkar.

> [Dina arbetsuppgifter som vikarie.](#)

## Actionknapp

Actionknappen ska användas till länkar som leder till något som besökaren måste göra (en action), som att fylla i ett formulär, blankett, e-tjänst eller liknande.



[Beställ utdrag för skola eller barnomsorg på Polisens webbplats.](#) 

## Relaterade dokument och relaterade länkar


Här publiceras länkar som kan vara bra för besökaren, fördjupad information som kan ge ett mervärde men som inte är absolut nödvändigt för besökaren att känna till.


Under relaterade länkar publiceras länkar som går till en intern sida eller en extern webbplats. Under relaterade dokument publiceras länkar till ett dokument, en pdf-fil.

### Relaterade länkar

 [Kallelse KFN 2018-10-24](#) (1.9 MB)

### Relaterade dokument

 [Protokoll, 2017-02-08](#) (276.4 kB)

 [Protokoll, 2017-03-08](#) (430.6 kB)

## Så här skriver du tydliga länkar

Tydliga länkar underlättar för alla, men är särskilt viktigt för personer som använder vissa hjälpmedel.

Länkens namn ska tydligt visa vart man tas när man klickar på länken och vad man kan göra.

Länka aldrig orden ”Läs mer om”, eftersom det ofta är underförstått hos besökaren. Länka inte heller endast orden ”klicka här”.

Länktextern ska berätta vilken information man får och vilken tjänst man kan utföra om man klickar på länken. Använd gärna den länkade sidans titel eller rubriktext.

Om länken är extern, alltså länkar till annan webbplats, skriv ut organisationens eller webbplatsens namn i slutet av länken.

### **Exempel**

[Ansök om förhandsbesked](#)

[Ansök om bostadstillägg på Försäkringskassans webbplats](#)

**Tänk på att man ska förstå vart länken går även om man skulle lyfta den ur sitt sammanhang.**

## **Länkar till e-post och telefonnummer**

### **E-post**

Skriv ut hela e-postadressen, så här:

E-post: [namn.efternamn@vaxjo.se](mailto:namn.efternamn@vaxjo.se).

Tänk på att göra e-postadressen till en länk.

### **Telefonnummer**

Skriv ut hela telefonnumret, länkat som ett telefonnummer.

### **Gruppera telefonnummer på detta sätt:**

Telefon [0470-12 34 56](#)

Telefon [0470-410 00](#)

Telefon [076-123 45 67](#)

## **Profilerade webbplatser**

De före detta profilerade webbplatserna togs bort inför lansering september 2017. De är numera utplacerade utefter ämne i strukturen, precis som övriga webbsidor. Exempelvis finns Växjö konsthalls webbsidor under Se och göra – Kultur och nöje – Konst.

## Lättläst webbplats

Strukturen på den lättlästa webbplatsen är densamma som på [www.vaxjo.se](http://www.vaxjo.se) men den innehåller färre sidor med mindre information. Tidigare följde webbsidorna på den lättlästa webbplatsen de riktlinjer som är framtagna av Centrum för lättläst vid certifieringen av Växjö kommuns lättlästa webbplats. Centrum för lättläst har avvecklats och fortsatt arbete med lättläst drivs av Myndigheten för tillgängliga medier (MTM). Ett förändringsarbete pågår inom MTM och vi saknar idag aktuellt underlag för hur vi ska arbeta med lättläst webb. Mer aktuella riktlinjer för att skriva lättläst förväntas vara framtagna under tidigast 2018, enligt besked från Myndigheten för tillgängliga medier.

## Bild, video och ljud

För information kring användning av bild, video och ljud, se dokument ”Riktlinjer för bilder och film på Växjö kommuns webbplatser”.

## Övriga filer

### Broschyrer

Broschyrer ska i första hand fungera som ett komplement eller fördjupning av innehållet på en webbsida. De ska inte ersätta det viktigaste innehållet.

För att personer som använder talsyntes ska kunna läsa filerna ska de följa Växjö kommuns grafiska profil och innehålla digital text. Word-, Excel-, eller PowerPoint-filer får alltså **inte publiceras** utan ska sparas om till pdf-filer.

När en fil, blankett eller broschyr, ska uppdateras ska den nya ersätta den gamla filen. Inga dubletter får finnas på webbplatsen.

Filer som laddas upp på Växjö kommuns webbplatser får maximalt vara 30 MB. Undantag för den begränsningen är filmer som publiceras på Insidan, men laddas upp i filarkivet för [www.vaxjo.se](http://www.vaxjo.se).

### Blanketter

Blanketter ska laddas upp till filarkivet i mappen ”\_Blanketter” och publiceras på den informationssida de tillhör. Det får endast laddas upp ett exemplar av varje blankett.

## **Driftkostnader**

Kommunikationsenheten står för alla årliga driftkostnader som är gemensamma för hela [www.vaxjo.se](http://www.vaxjo.se). Speciella önskemål från förvaltningar, till exempel särskilda tekniska lösningar eller tjänster, får varje förvaltning betala för.