

Sådan skriver du **kort, klart og klikbart**

– vejledning til at skrive bedre tekster til skanderborg.dk



Kære webredaktør

Denne vejledning skal hjælpe dig med at huske, hvordan du skriver gode webtekster til skanderborg.dk.

Vejledningen er i seks afsnit, og den har taget konkrete råd og gode teksteksempler fra den 'gamle' skanderborg.dk.

Du er altid velkommen til at kontakte kommunikations-teamet, hvis du har spørgsmål eller kommentarer.

God arbejdslyst.

Indhold

- Husk: Du skriver til nettet
- Sæt din modtager i centrum
- To modeller til at strukturere din tekst
- Brug sproget bevidst
- Gør det let at finde dine sider
- Din rolle som webredaktør

Husk: Du skriver til nettet

På nettet foregår kommunikationen på brugernes præmisser, det er modtageren, der bestemmer hvad, hvor, hvornår og hvilken information, der er brugbar. Det er vi nødt til at tage hensyn til.

Brugerne læser 25 procent langsommere på nettet end en fysisk bog – og endnu langsommere på en smartphone/tablet. Derfor skal vi skrive kort og klart.

Alle brugere på skanderborg.dk kommer for at få løst et konkret problem eller leder efter svar på et konkret spørgsmål, og de har travlt. Derfor skal vi gå lige til sagen og ikke bruge tid på fyld og small talk.

Gør din tekst skanbar

Vi læser ikke lineært på en skærm, men vi skimmer og skanner. Det tager brugeren under tre sekunder at vurdere, om man skal blive hængende på en side.

Billeder bliver ofte sprunget over i forhold til tekster – især på smartphones/tablets.

- Jo større brugervenlighed, jo mere troværdighed om din side. Derfor skal du altid skrive de informationer, som er vigtigst for brugerne, først

“

Nettet er handlingsbaseret, brugerne er målrettede og leder efter svar. Derfor skal vi ikke bruge tiden på small-talk.”

Giv et praj!

Skanderborg Kommune vil gerne være et smukt og sikkert sted at færdes – på veje og stier, i skovene og på de grønne områder. Du kan hjælpe os ved at give os et praj her på hjemmesiden, hvis du støder på forhold, der ikke er i orden.

Til daglig serger medarbejderne i Skanderborg Kommune for, at veje, stier, skove og parker er rene og velholdte, men der kan være forhold, vi ikke er opmærksomme på, og derfor har vi brug for din hjælp.

Hvis du støder på forhold – fejl eller mangler – som, du mener, bør udbedres, kan du sende os et praj. Det kan fx være huller i vejen, ødelagte vejskilte, defekt gadebelysning, beplantning, som skal beskæres, en ødelagt bænk i en park eller affald, der flyder.

Dine og andres praj hjælper os, når vi planlægger drift og vedligeholdelse af kommunens arealer. Det er desværre ikke alle praj, vi har mulighed for at gøre noget ved, men de fleste af dem vil indgå i vores langsigtede prioritering og planlægning.

Sådan gør du

Udfyld nedenstående formular - felter markeret med ikonet  skal udfyldes.

Det er vigtigt, at du tager og vedhæfter et godt billede af dit praj – gerne med en fod eller lignede som "målestok" – så vi kan vurdere problemets karakter og omfang.

Afslut med at trykke på knappen "Send" nederst i formularen.

Vi kan desværre ikke svare direkte på dit praj, men du får med det samme en kvittering på, at vi har modtaget dit praj.

Problem:

Hul i kørebane 

Giv evt. en nærmere beskrivelse af problemet:

Eksempel:
Sæt dig i modtagerens
sted og skriv altid det
vigtigste først.

Et bud på en omskrivning kunne være:

Giv et praj om huller i vejen og andre gener

Opdager du huller i vejen eller andet, der har brug for opmærksomhed og vedligeholdelse, så **giv os et praj** (udfyld en formular og vedhæft billede).

Sådan gør du

Beskriv problemet og hvor det er, og vedhæft et billede (med en målestok, fx din fod eller hånd). Du modtager en kvittering, men vi svarer ikke direkte på hvert praj.

Giv os et praj hvis du oplever:

- huller i vejen
- ødelagte vejskilte
- beplantning, der skal beskæres
- en ødelagt bænk
- affald, der flyder
- en stoppet rendestensbrønd.

Gadelys og signalanlæg

- Defekt gadebelysning skal **meldes til Aura** (åbner side til fejlmelding i et nyt vindue)
- Ved defekt signalanlæg kontakt Elcons døgnavt på telefon 7222 6500.

Sæt din mod-tager i centrum

Du skal altid kun tænke på din mod-tager, når du skriver, så fokus er på det der skaber værdi for brugeren. Det kræver, at du tænker over vægtning, vinkling og prioriteringen af din tekst.

Frem med formålet

Definer sidens 'top task' – brugerens vigtigste opgave på siden, og sørg for at det står klart som noget af det første. Ved at tænke i brugerens formål, de vigtigste svar brugeren søger – hvilke ord brugeren har i hovedet, kan du bedre målrette og handlingsaktive teksterne.

→ Definér de tre vigtigste ting brugeren skal på siden, og sørg for, at de er synlige.

Den typiske bruger

- har som udgangspunkt travlt
- er utålmodig og selvoptaget
- søger svar
- mangler en løsning til et problem
- vil have info og facts – ikke happy-talk
- skimmer, skanner og søger
- læser meget lidt tekst
- vil gerne hurtigt videre

Det, der irriterer brugeren er

- forvirrende menuer og links (hjælp din bruger på vej med selvforklarende menupunkter og links)
- dårlige søgeresultater (frem med nøgleordene)
- forældet information (kun aktuel information skal være synlig)

→ Du kan ikke tage kontrollen over brugerens bevægelser. Nettet fungerer på deres principper, så du kan lige så godt hjælpe dem på vej

“

Tænk på din tekst som en samtale med din bruger.”

Mobilscene

Skanderborg Kommunes mobilscene administreres af Staben for Kultur, Borgere & Planlægning i samarbejde med Skanderborg Festivalklub.

Mobilscenen er indkøbt på baggrund af initiativ fra Kultursamvirket i Skanderborg Kommune med støtte fra Folkeoplysningsudvalg, Festivalklub og Kultursamvirke.

Alle foreninger og institutioner i Skanderborg Kommune kan leje mobilscenen til arrangementer, som afholdes i kommunen.

» [Læs mere om lejebetingelser, pris og specifikationer](#) (pdf.- nyt vindue). Bemærk mobilscenen kan kun anvendes til udendørs formål.

Booking af mobilscenen

Mobilscenen bookes ved logind med NemId på Fritidsportalen. Benyt selvbetjeningsboksen til højre for at tilgå Fritidsportalen.

Eksempel:

Frem med svarene på siden. Sæt dig i brugerens sted, når du skriver.

Hvis brugeren har fundet vej til siden om mobilscene, så vil man umiddelbart tænke at top task er:

- 1) Må jeg leje mobilscenen?
- 2) Hvordan gør jeg?
- 3) Hvad koster det?

Et bud på en omskrivning kunne være:

Sådan lejer du en mobilscene

Alle foreninger og institutioner kan leje mobilscenen til udendørsarrangementer.

Book mobilscenen

Du lejer mobilscenen ved at **logge ind på Fritidsportalen** med dit NemId, minimum 14 dage før du skal bruge mobilscenen.

Pris for leje af scenen

Det koster 4.375 kr inkl. moms og transport for at leje mobilscenen i ét døgn (derudover 1.000 kr. i selvrisiko).

Leje og specifikationer

Du kan få mere information om mobilscenen i **lejebetingelserne** (størrelse, forsikring og billeder er samlet i en pdf).

“

Vælg din tekstmodel, før du skriver. Sæt dig i brugerens sted for at vurdere om dit budskab rammer det, der er din hensigt.”

To modeller til at strukturere din tekst

Vi arbejder med tre typer af indhold på skanderborg.dk. Nyheder, informationsartikler og handlingsanvisende tekster.

En god struktur for indholdet på din side er en god investering i forhold til brugerne – overlad aldrig det hårde arbejde til brugeren. Hvis de ikke finder det, de leder efter, går de et andet sted hen, og det er dårlig service – og dårligt for vores omdømme.

To tekstmodeller:

- 1) Nyhedstrekanten – det vigtigste kommer først
- 2) HYSS-modellen (Hey You See So) – skab opmærksomhed, konkretisering og handling.



Nyhed (overskrift, manchete, brødtekst)

Information (ét budskab – ét afsnit, fremhævnings- og punkttopstilling)

HYSS-modellen

Hey! *Hey, hør lige her.*

Fang læserens opmærksomhed (overskrift).

You! *Ja dig!*

Fortæl, hvorfor det er interessant/relevant.

See! *Nu skal du se.*

Uddyb dine informationer/giv eksempler.

So! *Så derfor.*

Vis konsekvenser/handlemuligheder

Handlingsanvisende/selvbetjening (brugerens problemstilling, vejledning, henvisning)

Information (ét budskab – ét afsnit, fremhævnings- og punkttopstilling)

Stop socialt bedrageri

Skanderborg Kommune har fokus på at forhindre uretmæssig udbetaling af offentlige ydelser.

Arbejdet kaldes helhedsorienteret sagsbehandling, da det går på tværs af kommunens forvaltninger og afdelinger. En kontrolgruppe forestår arbejdet, og samarbejder med bl.a. politi og SKAT.

Kontrolgruppens arbejde består i at håndhæve loven ved at sikre, at offentlige ydelser tildeles korrekt forebygge forekomst af socialt snyd stoppe socialt snyd så tidligt som muligt foretage virksomhedskontrol.

Oftest skyldes misbrug af offentlige ydelser, at modtageren ikke er klar over eller opmærksom på, hvilke oplysninger man har pligt til at give kommunen.

Der opfordres til dialog med kommunen for at forhindre uretmæssig udbetaling af offentlige ydelser.

Læs mere på følgende sider:

- » [Anmeld socialt bedrageri](#)
- » [Socialt bedrageri - borgere](#)
- » [Socialt bedrageri - virksomheder](#)

Eksempel: Tekst skrevet over HYSS-modellen.

Sådan anmelder du socialt bedrageri

Hvis du modtager sociale ydelser, har du pligt til at sørge for, at ydelsen er beregnet på det rigtige grundlag.

Oftest skyldes misbrug med offentlige ydelser, at du som modtager ikke er klar over eller opmærksom på, hvilke oplysninger kommunen benytter, til at beregne ydelsen.

- Hvis du er i tvivl om dine egne ydelser så **kontakt Borgerservice**
- Hvis du har mistanke om socialt bedrageri kan du **sende en (anonym) anmeldelse** (både som borger og som virksomhed).





Når strukturen er på plads, kan du arbejde med overskueligheden og læsbarheden.

Din tekst skal (altid) indeholde

1. Overskrift

Brug aktive udsagnsord og bydeform i menupunkter. Skriv hellere klart end kæk.

Overskrifter skal være så lange, at det giver mening. De skal indeholde nøgleord og handlingsanvisende ord. Overskrifter må gerne være (relevante) spørgsmål.

2. Resumé

95 % af brugerne læser hele eller dele af et resumé. Ved lange tekster kan det være en god idé at lave et resumé på 2-3 linjer, som opsummerer indholdet og skaber overblik. Tænk på hvad du ønsker outcome skal være for brugeren.

Brug aldrig resumeet som forklaring til menuen eller navigationen.

3. Afsnit med overskrifter

Jo flere afsnit – med klare overskrifter – jo nemmere læsbarhed. Brugeren skal kunne skimme siden og forstå indholdet ud fra overskrifterne.

4. En idé pr. afsnit

Med én idé eller et emne pr. afsnit, bliver underoverskrifterne også mere dækkende.

5. Fremhævnninger

Øger læsbarheden og kan understrege pointer. Fx når links bliver fremhævet ved understegning eller en anden farve. Nøgleord i afsnittene kan også fremhæves med fed. Brug ikke store bogstaver og kursiv.

6. Punktopstillinger

Brug punktopstillinger som grab'n go – indholdet bliver skanbart, læsbart og overskueligt. Brug tal, hvis der fx er tale om en proces eller instruktion.

7. Infobokse

Brug mulighederne for at fordele dit indhold på siden. Konventionen er, at handlinger fx er i bokse. 'Nice to know' kan også placeres i en boks, eller eksterne links (husk links så du kan føre brugeren videre).

8. Links

Hjælp brugeren videre ved at forudsige hans næste skridt ved hjælp af links. Trykbar 'call-to-action'.

Fører et link til en tung pdf-fil eller en video mv., så fortæl brugerne det på forhånd. Undgå meta-tekst, som 'klik her' eller 'læs mere her'. Brug de samme ord i links som i overskriften/teksten. Linket skal være beskrivende og aktivt. Eksterne links er service-minded og god stil – også selvom de bliver ledt væk fra din side (husk at linket skal åbne i en ny side).

Brug sproget bevidst

Husk at brugeren har travlt, søger løsninger og ikke har interesse i meningsløse, abstrakte og afsenderorienterede tekster. Derfor er det vigtigt, at du skriver korte og godt strukturerede tekster.

Det betaler sig, at bruge tid på at gøre sproget målrettet og handlingsorienteret. Det minimerer brugernes frustrationer, og ikke mindst henvendelser på mail og telefon. Dermed er det også et spørgsmål om kroner og ører.

Fem veje til direkte og forståeligt sprog

1) Skriv aktivt

Drop passive sætninger. Aktivt sprog er nemmere at læse/forstå. Hold fokus på hvem der gør noget (fx 'jeg', 'vi',

'medarbejderen', 'chefen'). Du skal dog være klar over, hvem din afsender er (hvem er 'vi', 'vores' og 'kommunen').

2) Skriv kort og lige ud ad landevejen

Du kan skrive kort på tre niveauer:

- a) korte tekster
- b) korte sætninger
- c) korte ord. Det giver et bedre overblik og er lettere at forstå.

Skriv sætningerne som du ville sige dem – næsten. Pas på med kunstige sætninger. Frem med hovedbudskabet først i sætningerne. Tjek din teksts lixtal, for at få en vurdering af læsbarheden. Sammensatte ord (både navne- og udsagnsord) giver et stift og officielt præg på teksterne. Skriv ordene ud eller om så de bliver mere præcise. Det gør måske din tekst lidt længere – men til gengæld nemmere at forstå.

3) Skriv konkret

Gå ned ad abstraktionsstigen, væk med abstrakte ord og vendinger. Konkrete ord skaber billeder, som er lettere at forstå og huske. Hvis du ikke kan komme uden om de abstrakte ord/vendinger, så giv et par eksempler, brugeren kan forholde sig til, da det handler om at få den relevante information frem.

4) Skriv nutidigt

Brug ord du ville bruge i en samtale, det gør det nemmere at forstå og mere imødekommende.

5) Undgå klicheer, banaliteter og bullshitbingo

Pas på med bestemte udtryk, vendinger og metaforer. De giver ingen værdi og er upersonlige. Banaliteter siger ikke noget om vores organisation, og derfor bidrager de heller ikke med værdi.

Eksempel:
Skriv i et konkret og forståeligt sprog.

Søg aktindsigt

Alle har ret til at søge om aktindsigt, der er hverken krav om alder, statsborgerskab eller lignende. Der er heller ingen krav om begrundelse for ønsket om aktindsigt, ligesom du ikke selv behøver at være involveret i sagen. Som part vil du dog ofte få tildelt flere oplysninger.

Få at få tildelt aktindsigt, skal du blot henvende dig til den rette myndighed. Myndigheden afgør så hurtigt som muligt, om en anmodning om aktindsigt kan imødekommes.

Din anmodning om aktindsigt skal færdigbehandles inden syv arbejdsdage efter modtagelsen, medmindre dette på grund af fx sagens omfang eller kompleksitet undtagelsesvis ikke er muligt. Den, der har anmodet om aktindsigt, skal i givet fald have besked om grunden til fristoverskridelsen og om, hvornår anmodningen kan forventes færdigbehandlet.

Sådan søger du aktindsigt

Alle kan søge om aktindsigt. Du behøver ikke at begrunde eller være involveret i sagen.

Hvis du er involveret i en sag, som part, får du ofte oplysningerne automatisk.

Du søger om aktindsigt ved at kontakte den relevante myndighed i kommunen.

Du får besked inden syv arbejdsdage efter modtagelsen, om du får godkendt aktindsigten.

Du får besked hvis fristen på syv arbejdsdage ikke kan overholdes. Beskeden skal indeholde:

- Grunden til at fristen overskrides
- Hvornår du kan forvente at få svar på om aktindsigten godkendes eller afvises

Se kontaktoplysninger på kommunens afdelinger.



Gør det let at finde dine sider

Google og andre søgemaskiner er med til at definere vores adfærd på nettet. Derfor er søgeoptimering (SEO search engine optimization) også vigtig – så brugeren hurtigst og nemmest finder det, de søger.

Søgemaskiner går efter ord, der bliver gentaget, med fed, overskrifter og links. Det er vigtigt at have med i baghovedet, at teksterne skal indeholde de ord, brugerne kunne finde på at søge på.

→ Indeholder din side de nøgleord 'helt almindelige brugere' ville skrive på google?

Gode råd til SEO

- Sæt aldrig strøm til en pjece. Undgå så vidt muligt at bruge pdf (også selvom det er umiddelbart er den nemme udvej)
- Tilføj altid ekstra søgeord til din side i dynamic web og vælg ord som brugerne anvender: Et søgeord som "Losseplads" er eksempelvis vigtigt på siden om Genbrugspladser
- Test om din side kan søges frem via Google og hjemmesidens søgefunktion
- Søgemaskiner som Google gemmer en kopi af vores hjemmeside. Undgå derfor at slette sider, når du skal redigere indhold. Brug den samme side, men lav i stedet indholdet om.
- Sæt altid det vigtigste søgeord i din overskrift
- Slet altid uaktuelle filer og deaktiver sider, så de ikke kommer frem i søgeresultatet.



Din rolle som webredaktør på skanderborg.dk

www.skanderborg.dk er en af vores vigtigste kommunikationskanaler i forhold til borgere, presse, samarbejdspartnere osv. Derfor skal Skanderborg Kommunes hjemmeside sikre et højt informationsniveau om kommunens aktiviteter og serviceydelser over for alle interesserede. Hjemmesiden skal være med til at sikre åbenhed, tilgængelighed og gennemsikuelighed i kommunens arbejde og opgaveløsning.

Skanderborg.dk er et fælles ansvar

Kommunikationsteamet i Byråds- og direktionssekretariatet har det overordnede ansvar for den overordnede struktur, drift og udvikling af hjemme-

siden, så den optimeres løbende med nye services og muligheder.

Borgerne skal have en emnemæssig tilgang til informationerne på skanderborg.dk og det er Kommunikations-teamet som står også for den overordnede informationsarkitektur (struktur).

Kommunikationsteamet koordinerer og publicerer nyheder på skanderborg.dk.

Fagsekretariater, stabe og kontraktstyrede enheder har ansvaret for at informationer fra deres fagområde ajourføres og løbende udvikles.

Der er omkring 60 lokale webredaktører rundt omkring i organisationen, som skal være med til at sikre relevant og aktuel information på siden. Det er op til hver enkelt afdeling at vælge det optimale antal webredaktører.

Som webredaktør har du ansvaret for at:

- lægge tekster på hjemmesiden
- give sparring i forhold til indholdet, så teksterne er korte, klare og klikbare
- sikre, at dine sider altid er aktuelle og opdaterede
- bidrage til udvikling af skanderborg.dk, hvis du har nogle gode idéer eller finder inspiration andre steder fra.

Ordliste

Abstraktionsstigen	Fra abstrakte ord (uhåndgribeligt og generelt – skaber ingen billeder) til konkrete ord (fysisk og håndgribeligt – skaber billeder).
Afsenderorienteret	Fokus på hvad vi som afsender har brug for og lyst til at fortælle.
Aktivt sprog	Sætninger med både udsagnsled og grundled. 'Politiet fjerner cykler uden ansvar.'
Bullshit bingo	Buzzwords og ord der er 'smart i en fart', uden reel værdi.
Call-to-action	Et sprog eller 'knapper' der opfordrer til handling.
Don't make me think	Brugervenligheden på siden; selvforklarende og indlysende.
F-form	Det dominerende læsemønster er at man læser i en F-form. Brugeren læser ikke lineært på nettet.
Grab 'n go	Fx punktopstillinger fungerer godt, fordi det er skanbart og nemt at overskue, så brugeren selv kan vælge hvad de vil bruge.
Happy talk	Selvpromoverende marketings- og salgstekster, uden reel værdi for brugeren.
Interne ord	Fagsprog eller sprog indforstået i organisationen.

Kliché	En udslidt udtryksmåde, et ord eller en vending, der bliver brugt så meget at forståelsen bliver udvandet.
Klikbart	Handlingsanvisende, målrettet og problemløsende.
Konventioner	Når noget har virket godt i tilstrækkelig lang tid, bliver det en konvention (fx farvet link, print-ikonet mv.) Højner genkendeligheden.
Lix	Læsbarhedsindex, beregner hvor let/svær en sætning er at forstå.
Modtagerorienteret	Fokus på hvad vores modtager har behov for at få svar på.
Papirklichéeer	Ord der lever på papiret, man aldrig ville bruge i tale.
Passivt sprog	Passivformen gør teksten uigennemskuelig og upersonlig. 'Cykler fjernes uden ansvar'.
SEO	Search Engine Optimization – at optimere tekster til søgemaskinerne.
Syntetisk sætning	En sætning, der begynder med det mindst vigtige og slutter med hovedbudskabet.