

10 maj 2016

Webbkoncept för stadsutveckling inom Göteborgs Stad

Att: Niina Jurvelin

Kontaktperson: Sofia Wallström

Telefon: 076-196 88 88

E-post: sofia.wallstrom@intellecta.se

Intellecta Corporate
Box 19063
Birger Jarlsgatan 57B
SE-104 32 Stockholm
Tel +46 8 506 286 00
www.intellectacorporate.se
twitter.com/intellecta

Intellecta Corporate är en del
av Intellectakoncernen

Org.nr 556132-8526

Innehåll

Bakgrund	3
Vad är ett webbkoncept?	3
Förutsättningar	4
Intellectas process	4
Analys och insikter	5
Effektmål och nyckeltal	6
Rekommenderade effektmål och nyckeltal	6
Viktiga vägval	8
Vägval 1: Möjlighet till dialog vs hänvisning till annan kanal för dialog	8
Vägval 2: Inkludera service vs hänvisa till goteborg.se som servicefunktion.....	9
Föreslaget webbkoncept	9
Övergripande konceptformulering	10
Förståelse i fokus	10
Samhällsnytta till medborgarnytta	12
Bärande komponenter	14
Informationsstruktur.....	15
Innehållstyper	16
Tillgänglighet.....	22
Prestanda.....	23
Konsekvenser av konceptet	24
Relation till goteborg.se.....	24
Redaktionella och organisatoriska konsekvenser	24
Bilagor	25

Detta dokument innehåller insikter, effektmål och förslag till övergripande webbkoncept för stadsutveckling inom Göteborgs Stad. Konceptet ska vägleda utvecklingsarbetet för den kommande webbplatsen samt stödja den framtida förvaltningsorganisationen i såväl kommunikativa som tekniska utvecklingsfrågor.

Bakgrund

Göteborgs Stad har idag en samordnad webbnärvaro på huvudkanalen goteborg.se, där framförallt boende, besökare och företagare hittar information om stadens service och organisation. Goteborg.se är främst en webbplats av servicefunktion, som ska möta flera målgrupper med en stor mängd åtskilda behov, vilket försvårar och begränsar möjligheten att presentera stadsutveckling på ett enhetligt, sammanhållet och attraktivt sätt. Staden behöver därför ett nytt långsiktigt webbkoncept för att kommunicera stadsutveckling, vilket detta dokument beskriver och ger rekommendationer kring.

Vad är ett webbkoncept?

Ett webbkoncept beskriver de övergripande och bärande idéerna för webbplatsen och hur de möter dess definierade syften och mål. Konceptet beskriver också vilka värden webbplatsen ska signalera och vad innehållet främst ska fokusera på. I en framtida förvaltning ska varje utvecklings- och kommunikationsinsats för webbplatsen kunna svara mot en eller flera av konceptets delar. Det fungerar som vägledning vid beslut om till exempel prioriteringar av nya funktioner eller innehållsproduktion och kan användas av både kommunikatörer och den tekniska förvaltningen. Konceptet är ett stöd för organisationen och ska i första hand underlätta beslut och vägval, snarare än att hindra eller stoppa verksamhetens initiativ.

Förutsättningar

Framtaget koncept bygger till viss del på analys, slutsatser och idéer från genomförd förstudie - *Förstudie nytt koncept för stadsutveckling på goteborg.se*. I förstudien antogs ett antal centrala insikter beskrivna nedan som konceptet exempelvis har utgått ifrån:

- "I det offentliga uppdraget finns det en viss motsägelse mellan marknadsföring och granskning och problematisering. Å ena sidan behovet av att marknadsföra mark till försäljning och att staden vill attrahera nya invånare och företag. Samtidigt skall Göteborgs Stad tillgodose kraven på medborgarnas möjlighet till delaktighet och insyn i stadsutvecklingen. Ur ett kommunikativt perspektiv är det svårt att använda samma kanal för dessa olika behov."

Kommentar: Förstudien tydliggör utmaningen i att kombinera och möta olika behov, vilket stödjer konceptets val i att renodla och begränsa webbplatsens funktion till information, snarare än service som istället hänvisas till och hanteras på goteborg.se.

- "En kommande presentation av stadens arbete med hållbar stadsutveckling behöver kopplas till de tre geografiska nivåerna: Hela staden, Områden, Enskilda projekt".

Kommentar: Konceptet adresserar fyra övergripande nivåer av information. Stadsövergripande information, innehåll baserat på stadsområde och projekt som alla är geografiskt bundna. Vi kompletterar även dessa informationsnivåer med stadsövergripande fokusområden som inte har en geografisk hemvist.

- "En ny presentation av stadsutveckling måste på ett tydligt sätt presentera tidsaspekten av kommande stadsutvecklingsprojekt."

Kommentar: Tidsperspektivet är i konceptet alltid närvarande, med primär hemvist i projekten, och beskriver frågor som *Vad har gjorts fram till nu?*, *Vad pågår just nu?*, *Vad händer närmast?* och *När förväntas arbetet vara klart?*

Intellectas process

Projektet inleddes med en analys och insiktsfas, följt av en effektkartläggning och den nästkommande konceptfasen med tillhörande informationsstruktur. Vanligtvis följer sedan vårt arbete med att ta fram interaktionsdesign, grafisk formgivning och slutligen den tekniska utvecklingen samt produktionsättning. I anbudsunderlaget efterfrågades

endast de första faserna, samt att en genomförd förstudie redan hanterat en stor del av den initiala analysen. För att undvika riskerna med att konceptet tolkas fel och att tydliggöra för nästkommande leverantör i projektet, som ska ta över och realisera konceptet, har avstämningar skett både under processens gång och vid avslut.



Analys och insikter

I våra inledande faser skapade vi oss en förståelse om Göteborgs Stads digitala kommunikation för att sedan gräva djupare i specifika behov för Göteborgs stadsutveckling. Förutom att läsa in oss på tidigare material var det viktigt att göra de redan skapade insikterna till "våra", varvid en workshop samt ett antal intervjuer för att kartlägga och fastställa Göteborgs Stads behov genomfördes. Vi har också gått igenom identifierade användarbehov och innehåll på goteborg.se, samt tittat på andra relevanta och närliggande exempel på webbplatser specificerade i förstudien med liknande syfte och målgrupper.

Våra centrala slutsatser är följande:

- Webbplatsen bör fokusera på att beskriva långsiktigheten för att öka målgruppens förståelse för stadens utveckling.
- Webbplatsen bör lyfta fram den konkreta nyttan för medborgaren för att sätta stadens utveckling i en relevant kontext för besökaren och på så sätt skapa intresse.
- Webbplatsen ska beskriva helheten. Enskilda projekt och olika stadsdelars relation till varandra visar på "hela staden"-perspektivet.
- Webbplatsen bör beskriva värden snarare än detaljplaners innehåll.
- Webbplatsen ska tydligt hänvisa till former för dialog och kommunikation med medborgaren.

Effektmål och nyckeltal

För att kunna ta fram ett koncept som stödjer Göteborgs Stads kommunikationsarbete har ett antal effektmål definierats. De beskriver den effekt webbplatsen förväntas skapa när den används. Effektkartläggningen har gett input till konceptet, där dess bärande idéer är baserade på kunskaper och underbyggda antaganden om hur den förväntade nyttan bäst skapas, men har inte begränsat den konceptuella utvecklingen. Effekterna hålls medvetet på en övergripande nivå för att istället konkretisera webbplatsens funktion, och hur den möter användarens behov, i konceptbeskrivning och övrig tillhörande specifikation.

Genom att även definiera hur effektmålen ska mätas, med sk. nyckeltal (KPI:er - Key Performance Indicators), kan verksamheten genom analys skapa framtida insikter om hur webbplatsen löpande bör optimeras. Nyckeltalen utgör indikatorer för hur väl webbplatsen uppnår sitt mål och hjälper oss tillsammans med effektmålen att säkerställa att den utvecklas i önskad riktning.

Effektmålen tar sin utgångspunkt i följande övergripande syften:

- Webbplatsen ska enhetligt och attraktivt kommunicera stadsutveckling.
- Webbplatsen ska ha fokus på utveckling och visioner samt erbjuda möjligheten att presentera stadsutveckling på ett positivt, framåtriktat och korrekt sätt.
- Webbplatsen ska beskriva vad staden gör för att skapa en hållbar stad ur ett ekologiskt-, socialt- och ekonomiskt perspektiv.
- Målgruppen får trovärdig och uppdaterad information om hur staden utvecklas.

Rekommenderade effektmål och nyckeltal

Kommunikation

Dessa effektmål fokuserar på ökad kunskap och förståelse, samt ett ökat intresse hos användarna. Det ska vara enkelt att för dem hitta relevant information och följa den utveckling Göteborgs Stad presenterar på ett enkelt sätt.

Effektmål 1: Webbplatsen bidrar till ökad kännedom om stadens utveckling

Nyckeltal:

- Andel besökare som tar del av information om projekt
- Andel besökare som tar del av information om stadsområden

- Andel besökare som tar del av information om fokusområden
- Andel besökare som tar del av nyheter/statusuppdateringar
- Andel respondenter som anger att de hittar den information de söker (Webbenkät)

Effektmål 2: Webbplatsen bidrar till ett ökat intresse för stadens utveckling

Nyckeltal:

- Andel besökare som tar del av relaterad information från projekt
- Andel besökare som tar del av relaterad information från stadsområden
- Andel besökare som tar del av relaterad information från fokusområden
- Andel återkommande besökare
- Andel respondenter som anger att webbplatsen bidragit till ökad intresse för stadens utveckling (Webbenkät)

Effektmål 3: Webbplatsen bidrar till ökad förståelse för stadens utveckling

Nyckeltal:

- Andel besökare som tar del av fördjupad information
- Andel respondenter som anger att de ökat sin förståelse för stadens utveckling (Webbenkät)

Varumärke

Webbplatsen för stadsutveckling är tillsammans med goteborg.se viktiga plattformar för Göteborgs Stads varumärke och ska som sådana bidra till det övergripande varumärkesarbetet.

Effektmål 4: Webbplatsen bidrar till ökat förtroende för Göteborg Stad

Nyckeltal:

- Andel respondenter som anger att webbplatsen bidragit till ett ökat förtroende för Göteborgs Stad (Webbenkät)
- Andel medarbetare som anser att webbplatsen bidrar till ett ökat förtroende för Göteborgs Stad (Intern undersökning)

Effektmål 5: Webbplatsen bidrar till ökad kännedom om Göteborgs Stads mål och verksamhet

Nyckeltal:

- Andel besökare som tar del av Göteborgs Stads övergripande arbete (specifika sidor på webbplatsen)

Intern effektivitet

Fokuserar på intern effektivitet hos Göteborgs Stad, där webbplatsen ska bidra till ett effektivt kommunikationsarbete.

Effekt mål 6: Webbplatsen bidrar till ökad effektivitet för Göteborgs Stads arbete

Nyckeltal:

- Andel medarbetare som anser att webbplatsen bidrar till ett effektivt kommunikations-/redaktörsarbete (Intern undersökning)

Effekt målen och hur de kopplas till målgrupper, användarbehov och våra rekommenderade konceptidéer beskrivs vidare i framtagna effektkarta, se **bilaga 1: Effektkarta**.

Viktiga vägval

I konceptarbetet har ett par viktiga vägval identifierats som haft bäring på det rekommenderade konceptet.

Vägval 1: Möjlighet till dialog vs hänvisning till annan kanal för dialog

Det finns utmaningar i att öppna upp för dialog om stadsutvecklingsfrågor på webbplatsen. Dels för att det kan komma att krävas en omfattande organisation för dess hantering och moderering, med även för att ett granskande och kritiskt perspektiv kan motarbeta det övergripande syfte som definierats för webbplatsen - att presentera stadsutveckling på ett positivt, framåtriktat och korrekt sätt. Det kan också vara svårt att skapa egna plattformar för dialog när samtalet redan sker i andra kanaler.

Alternativ 1: Att tydligt visa hur och när användaren kan delta och påverka, men hänvisa dialogen till andra kanaler.

Alternativ 2: Att öppna upp för dialog och delaktighet, vilket kräver hantering av inflödet och debatten.

Rekommendation

Möjligheten till direkt dialog och delaktighet för målgruppen bör finnas, men användas sparsamt på webbplatsen. Istället hänvisar vi i första hand till andra kanaler ämnade för detta syfte. Detta skapar också en tydlighet i webbplatsens, och de närliggande webbplatsernas, funktion.

Vägval 2: Inkludera service vs hänvisa till goteborg.se som servicefunktion

När stadsutvecklingsfrågor får ytterligare en hemvist i den nya webbplatsen behöver syftet för stadsutveckling på goteborg.se tydliggöras. De formella delarna av stadsutveckling hanteras idag av goteborg.se, där ett beslut om dess framtida tillhörighet behövs.

Alternativ 1: Att avgränsa webbplatsens syfte och utelämna servicefunktionen till goteborg.se, t.ex. de formella delarna av e-tjänsten "Plan och byggprojekt".

Alternativ 2: Att tidigt hänvisa till webbplatsen för stadsutveckling från goteborg.se för att ha alla stadsutvecklingsfrågor samlade.

Rekommendation

Huvudkanalen för Göteborgs Stad - goteborg.se fungerar främst som en "servicekanal" för medborgare där boende, besökare och företagare på ett samlat ställe hittar information om stadens service och organisation. För att skapa tydlighet i respektive webbplats funktion bör webbplatsen för stadsutveckling begränsas till ett informativt syfte, med primär funktion att berätta varför, när och hur staden utvecklas, och således hänvisa till goteborg.se för service. Den rekommenderade framtida relationen webbplatserna sinsemellan beskrivs vidare under rubriken *Relation till goteborg.se*.

Föreslaget webbkoncept

Webbplatsens koncept (den kommande webbplatsen för stadsutveckling inom Göteborgs Stad) tar vid där effektkartläggningen slutar och är en beskrivning över hur webbplatsen ska uppfylla syftet och nå dess definierade mål.

Övergripande konceptformulering

Genom att berätta *varför*, *när* och *hur* staden utvecklas, och beskriva den förväntade långsiktiga nyttan, sätter vi användarens förståelse i fokus. Vi beskriver stadsutvecklingens positiva effekter för samhället och dess nyttor för medborgaren. Vi kommunicerar utvecklingen och vår vision genom underbyggd fakta, korrekt och uppdaterad information, personliga berättelser och konkreta medborgarperspektiv – alltid med hållbar stadsutveckling, och dess sociala och ekologiska- och ekonomiska dimensioner som utgångspunkt.

Det föreslagna konceptet beskrivs vidare under två rubriker: *Förståelse i fokus* och *Samhällsnytta till medborgarnytta*.

Förståelse i fokus

Genom att beskriva *varför*, *när* och *hur* staden utvecklas, samt den förväntade långsiktiga nyttan, både ur ett geografiskt perspektiv, men även genom stadsövergripande fokusområden som inte är geografiskt bundna, sätter vi användarens förståelse i fokus.

Att beskriva helheten

Stadsutvecklingen beskrivs i ett berättande "storytelling"-format, där bakgrund (varför vi utvecklar), genomförande (när och hur vi utvecklar) och den förväntade långsiktiga nyttan (vad utvecklingen bidrar till) är centrala beståndsdelar av innehållet. Innehållet ska presenteras sammanhängande på webbplatsen sidor, men behöver *inte* visas upp i ett enhetligt innehållsformat. Sidor av samma art ska presenteras med en minsta gemensamma nämnare för att skapa en redaktionell kontroll och säkerställa dess funktion, men ska också kunna byggas upp modulärt och bestå av valbara block, uppbyggda av fördefinierade innehållskomponenter (redaktionellt innehåll eller funktionalitet), för att anpassas till olika typer av information och projektens-, stadsområdens- eller hela stadens behov.

Innehållet ska kunna presenteras djupgående och tillåtas ta plats. Fördjupande innehållsblock eller viktiga faktadelar kan beskriva bakgrund eller den förväntade nyttan för ökad förståelse, en berättelse från verksamheten kan användas för ett mer personligt anslag, funktioner kan användas för kunskapsbyggande interaktivitet och framstående visionära bilder eller grafik kan skapa en önskad känsla hos användaren

intellecta corporate

kopplad till innehållet. Användaren ska kunna röra sig sömlöst mellan olika typer av innehåll, såsom bakgrundsinformation, förtydligande fakta och förklarande eller inspirerande exempel.

Det anpassningsbara upplägget skapar en flexibilitet i att kunna komplettera det berättande innehållet och gör att vi kan möta respektive verksamhets unika utmaningar i att förmedla budskapet och skapa förståelse hos användaren. Samtidigt ställer detta krav på den enskilde kommunikatörens förmåga att bibehålla kvalitét i innehållet.



Bilden ovan beskriver hur en sida på webbplatsen konceptuellt kan byggas upp av modulära block, där ett basutförande med minsta gemensamma nämnare (illustration längst till vänster) succesivt kan byggas ut med valbara komponenter (orangesträckade fält) utifrån behov. Se bilaga 4: Konceptuella skisser.

Information som beskriver stadsutvecklingsområden, övergripande fokusområden och projekt länkas samman för att alltid möjliggöra fördjupande läsning för användaren och

visar samtidigt hur olika projekt och fokusområden tillsammans bygger "hela staden". En sida som beskriver en stadsövergripande satsning (ett fokusområde) eller ett geografiskt stadsområde kan t.ex. utöver grundläggande information beskriva ett antal projekt som bidrar till den långsiktiga nyttan för stadsdelen eller det specifika fokusområdet. En projektsida kan samtidigt tydligt hänvisa till ett relaterat och närliggande fokusområde eller det stadsområde projektet i fråga hör till.

Tidsperspektivet är alltid närvarande, med primär hemvist i projekten, och beskriver historik, planering, nuvarande status och projektets framtid för användaren. Nyhetsflöden och statusuppdateringar är naturliga delar av det pågående och kommande tidsperspektivet för projekten och den övergripande stadsutvecklingen, men är inte bärande delar av konceptet till den mån att det bör användas för övergripande navigering eller liknande. Istället prioriterar vi det berättande innehållsformatet som ska vara tongivande för hela webbplatsen.

Att låta verksamheten berätta

Information ska kunna presenteras som berättelser från verksamheten för att skapa en personligare och "mänskligare" bild av stadsutvecklingen. Innehållet bör ta sin utgångspunkt i den hållbara stadsutvecklingens ekologiska, ekonomiska och sociala dimensioner, men kan beröra vitt skilda ämnen och områden. Det centrala är att avsändaren (verksamheten) är berättaren och hans budskap är det centrala i kommunikationen.

Innehållet kan med fördel presenteras som ett reportage eller en intervju med text eller rörlig bild, där människorna bakom stadsutvecklingen får stå i fokus och själva berätta om planerade projekt, det pågående arbetet, det förväntade resultatet eller den nytta som uppnåtts i och med ett pågående eller avslutat projekt.

Samhällsnytta till medborgarnytta

Istället för att problematisera utmaningar i stadsutvecklingen fokuserar webbplatsen på positiv och visionär framställning, men samtidigt med underbyggd fakta om det förväntade resultatet. Vi går från att beskriva långsiktiga effekter för samhället till att även visa konkreta exempel på nytta för medborgaren.

Att ha ett tydligt användarperspektiv

Innehåll ska beskriva hur stadsutvecklingen skapar nytta för människan - primärt för boende, besökare och finansiärer, där det sociala perspektivet med direktnyttan för medborgaren är i fokus. Medborgarnyttan beskrivs med både genomförda och kommande projekt, samt övergripande satsningar i stadens fokusområden. Innehållet kan också presenteras som medborgarberättelser med konkreta exempel på direkt upplevd nytta för medborgaren – en nytta medborgaren själv beskriver. Innehållet kan med fördel presenteras som ett reportage eller en kort intervju i text eller rörlig bild.

Stadsutvecklingen ska kunna presenteras utifrån olika användarbehov, där innehåll kan beskrivas i tre geografiska nivåer - stadsövergripande, stadsutvecklingsområden eller enskilda projekt, men även genom fokusområden som inte är geografiskt bundna. Gemensamt är att de olika aspekterna alltid är närliggande och tydligt kopplade till varandra. Nyttan av webbplatsen uppstår i användningen av den, webbplatsen ska därför utformas för att stödja de ärenden som användaren är där för att uträtta.

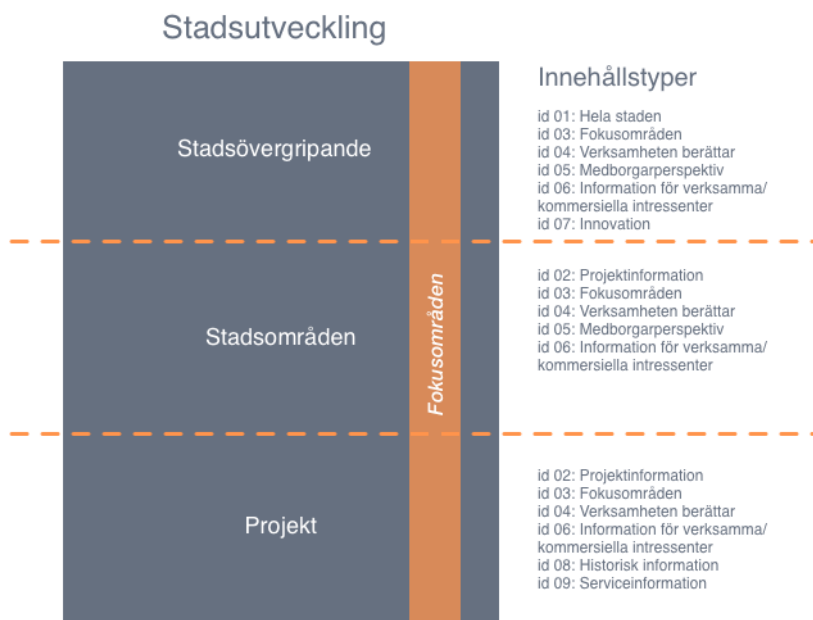


Bild ovan beskriver olika innehållsnivåer inom webbplatsen och dess tillhörande innehållstyper.

Webbplatsens innehåll struktureras efter användarperspektiv istället för intern organisation. Relevanta frågor och svar lyfts fram i rätt kontext för användaren – där det finns behov av att förtydliga informationen. Ikoner, bilder och video används också för att förenkla budskapet och förstärka sammanhanget.

Bärande komponenter

Nyheter

Nyheter tydliggör det pågående arbetet på olika nivåer, i allt från stadsövergripande satsningar till stadsområden eller enskilda projekt. De kan presenteras i form av statusuppdateringar i ett nyhetsflöde, men kan lika gärna vara i form av en berättande text av typen "detta pågår nu" eller "inom kort startar processen för..".

Projektlistning

Projekten ska kunna presenteras samlat för användaren och visas då primärt via en listvy, där projekten i listan presenteras i form av enskilda "projektkort". Projektkorten kan exempelvis innehålla bild, namn på stadsområde, samt projektnamn och inledande beskrivning. Den konceptuella vinsten av att presentera projekten med en beskrivning i listvyn är att vi redan i detta stadie introducerar det berättande anslaget. Listan bör även kunna sorteras utifrån projektens egenskaper såsom projektnamn, stadsområde eller status för att möta olika användarbehov. En kartvy kan användas som sekundär navigering för att nå projekten utifrån geografisk position.

Fördjupande eller kompletterande innehåll

Information ska kunna kompletteras med valbara innehållskomponenter, av varierande art, för att stödja eller förtydliga det redaktionella innehållet. Komponenterna kan presentera en viss innehållstyp eller en typ av funktionalitet och kan omfatta text, bild, illustrationer, grafer, video eller olika typer av interaktivitet.

Tidsperspektiv

Tidsperspektivet är en bärande del av konceptet för att öka förståelsen för stadens utveckling. Beskrivningen av tidsperspektivet är kopplat till historien, pågående processer och framtida planerade arbeten och kan beskrivas på en mängd olika sätt, där konceptet förordar ett berättande angreppssätt.

Relaterat innehåll

Information som möjliggör en sammanlänkning av stadsutvecklingen i dess olika nivåer. Den relaterade informationen används för att alltid möjliggöra fördjupande läsning. På samma sätt presenterar vi övrig relaterad information där den anses vara av nytta för användaren, t.ex. att visa upp frågor och svar i rätt kontext för användaren.

Bevakning

Alla pågående projekt och processer skall på ett eller annat sätt vara möjliga för besökaren att följa. Att följa en process kan innebära en prenumeration via ett nyhetsbrev eller att följa ett projekt via exempelvis sociala kanaler.

Sökfunktion

Sökfunktionen är en central del av webbplatsens navigering.

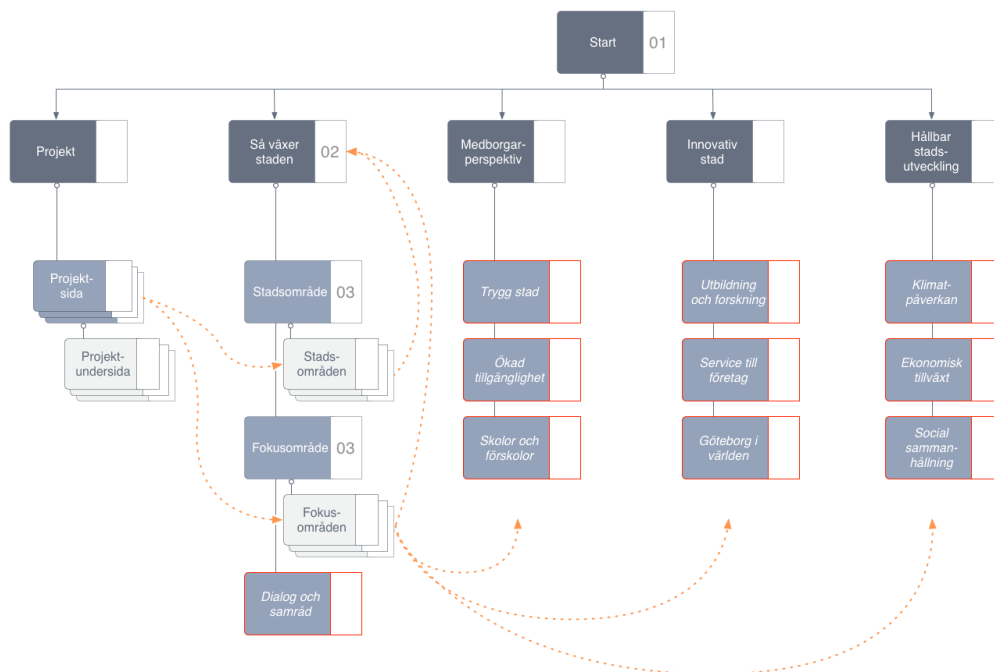
Informationsstruktur

För att låta användarna navigera utifrån olika aspekter, såsom geografisk plats, fokusområde, projektstatus, alfabetisk ordning eller sök, och enkelt hitta fram till det innehåll de söker, rekommenderas en behovsbaserad informationsstruktur.

- **Projekt** - Listar och omfattar projektsidor. De specifika projektsidorna målar i detalj upp visionen för området och siktar framåt. Hållbar stadsutveckling, tidsfaktorer, sociala aspekter och ekologiska perspektiv är viktiga beståndsdelar att ta med i kommunikationen.
- **Så växer staden** - Tar ett helhetsgrepp på de stora perspektiven och formulerar visionen för stadens stadsbyggnadsprojekt. Här ligger de breda och allmängiltiga ärendena, projekten och planerna som rör alla som bor i eller har intressen i staden.
- **Medborgarperspektiv** - Omfattar den övergripande beskrivningen av stadens utveckling utifrån medborgarperspektivet, den hållbara staden. Det sociala perspektivet med direktnyttan för medborgaren är i fokus.
- **Innovation** - Behandlar alla typer av branscher i regionen. Innovationsstrategier, statistik, utbildning och forskning, olika former av service till företag. Berör också staden egen identitet och dess relation till resten av världen.
- **Hållbar stadsutveckling** - Omfattar den övergripande beskrivningen av stadens utveckling ifrån perspektivet "hållbar stadsutveckling".

Strukturkarta

Stadsutveckling Göteborg



Se bilaga 2: Strukturkarta

Innehållstyper

En avgörande faktor för den nya webbplatsens framgång är en tydlig och användbar innehållsstrategi. Utan att ha tydliga syften kring vilket innehåll som ska finnas på webbplatsen och hur det ska användas kan effektmålen aldrig uppnås. Som ett initialt stöd har ett antal innehållstyper formulerats som var och en har tydliga syften.

Föreslagna syften för innehållet

Våra föreslagna syften handlar om att visa på avsikten med olika typer av innehåll på webbplatsen och skapar en medvetenhet om vilket jobb innehållet ska göra för besökaren. Utifrån syftet med respektive innehåll kan vi även förenkla användarupplevelsen med hjälp av specifika funktioner, element och kompletterande innehåll vi ser bidrar till syftet i fråga.

Innehållet på webbplatsen ska primärt ha följande syften:

- Öka kännedom
- Öka kunskap
- Öka förståelse

- Stötta och rådge
- Öka förtroende
- Främja stadsutveckling

Föreslagna innehållstyper

Innehållstyper är exempel på innehåll framtagna för att möta de strategiska effektmålen och det framtagna konceptet. Varje innehållstyp har ett eller flera syften, samt beskriver vilken eller vilka målgrupp den riktar sig till. Innehållstyperna tvingar oss att noga tänka igenom det innehåll som ska finnas på webbplatsen så att det har ett tydligt syfte – det vill säga att vi vet vilket jobb innehållet ska göra och vad vi vill uppnå med det.

De formulerade innehållstyperna är:

1. Hela staden
2. Projektinformation
3. Fokusområde
4. Verksamheten berättar
5. Medborgarperspektiv
6. Information för verksamma/kommersiella intressenter
7. Innovation
8. Historisk information
9. Serviceinformation

1. Innehållstyp: Hela staden

Beskrivning

"Hela staden" tar ett helhetsgrepp på de stora perspektiven och formulerar visionen för stadens stadsbyggnadsprojekt. Här ligger de breda och allmängiltiga ärendena, projekten och planerna som rör alla som bor i eller har intressen i staden.

Syfte

Ge målgruppen sammanhang och överblick i syfte att skapa förståelse för de olika projekten och hur de tillsammans bygger staden. Informera om projektens målbild, men också tydliggöra eventuella olägenheter som kan uppkomma på vägen mot det goda målet. Verka för en hållbar stadsutveckling.

Målgrupp

Närområde, stadsutveckling och opinionsbildare, kommersiella intressenter. Alla som bor och verkar i staden eller på annat sätt berörs av det som ska utföras. De som

intellecta corporate

planerar en framtid i området eller som vill investera något, tid eller pengar, där. Breda penseldrag.

Tonalitet

Engagerande och positivt. Bör signalera lugn, kompetens och framtidstro. Kommunicera med målgruppen genom att bjuda in till samtal - med gott självförtroende och tydligt fokus framåt.

2. Innehållstyp: Projektinformation

Beskrivning

Berör en enskild stadsdel, geografiskt område eller ett specifikt projekt. Målar i detalj upp visionen för området och siktar framåt. Hållbar stadsutveckling, tidsfaktorer, sociala aspekter och ekologiska perspektiv är viktiga beståndsdelar att ta med i kommunikationen.

Syfte

Ge målgruppen en tydlig bild av stadens vision inom specifika områden med utgångspunkt i perspektivet hållbar stadsutveckling. Syftet med kommunikationen är att ge målgruppen en tydlig bild av utveckling genom att besvara frågorna Var? Varför? Vem? och När? - och därigenom höja både kunskapen kring och acceptansen för projekten.

Målgrupp

Närområde, stadsutveckling och opinionsbildare. Här kan miljöorganisationer, skola och barnomsorg, historieintresserade, idrottsklubbar och pensionärsföreningar et cetera vara viktiga undermålgrupper, beroende på vilket område som berörs.

Tonalitet

Engagerande, positivt och full av framtidstro. Delaktighet och öppenhet är nyckelord. Beroende på vilket typ av projekt det gäller kan man behöva rikta kommunikationen tydligt och vara både uppsökande och lyhörd inför en liten men kraftigt berörd målgrupps perspektiv.

3. Innehållstyp: Fokusområde

Beskrivning

Håller samman projekt som inte utgår från det geografiska perspektivet utan stammar ur ett definierat fokusområde som är relevant för hela staden. Exempel kan vara ett program för bullerreduktion, jämställdhet, upprustning av cykelbanor eller park- och naturområden.

intellecta corporate

Syfte

Ge målgruppen en tydlig bild av stadens vision i specifika fokusområden. Viktigt att man i kommunikationen har både den allmänna nyttan och målbilden för ögonen och berättar varför projektet ska utföras och allt gott som kommer med projektet.

Målgrupp

Närområde, stadsutveckling och opinionsbildare. Sekundär målgrupp kan vara intresséföreningar, miljöorganisationer, patient- och stödföreningar och riksförbundet cetera. Starka krafter ur civilsamhället som berörs av och engagerar sig kring till vitt skilda frågor som buller, utsläpp eller diskriminering.

Tonalitet

Engagerande, positivt med stark framtidstro. Delaktighet och öppenhet är nyckelord. Centralt är att fånga upp underliggande intressen hos målgrupper och undermålgrupper och belysa och möta dem.

4. Innehållstyp: Verksamheten berättar

Beskrivning

Citat och storytelling från medarbetare. Kan beröra vitt skilda ämnen och områden, men avsändaren är berättaren och hans budskap är det centrala i kommunikationen.

Syfte

Skapa engagemang och förståelse för stadens utveckling. Attrahera nya intressenter och positiva krafter. Inspirera både de som redan verkar inom staden och de som fortfarande står en bit utanför. Visa goda exempel på hur staden agerar, tar ansvar och tänker.

Målgrupp

Närområde, verksamma inom fackområde. Kan appliceras på samtliga målgrupper beroende på ämnet som avhandlas.

Tonalitet

Engagerande och inkännande. Bör ha ett personligt tilltal och perspektiv, att avsändaren tar plats i berättandet och för det framåt. Storytelling är rätt här.

5. Innehållstyp: Medborgarperspektiv

Beskrivning

Den hållbara staden. Det sociala perspektivet med direktnyttan för medborgaren är i fokus.

Syfte

Att visa på medborgarnyttan med både genomförda och kommande projekt. Att besvara målgruppens frågor och möta eventuell oro innan den fått fäste. Kan också användas för att åtgärda uppkomna problem och lyfta svåra eller känsliga frågor.

Målgrupp

Närområdet. Här kan miljöorganisationer, barnomsorg, idrottsklubbar, pensionärsföreningar, patient- och stödföreningar och riksförbund vara viktiga undermålgrupper som frågan kan behöva brytas ner för eller förankras i. Starka krafter ur civilsamhället som berörs av och engagerar sig kring till vitt skilda frågor kan behöva fångas upp - och kan också användas som ambassadörer för projektet i fråga.

Tonalitet

Tydlig och informativ. Engagerande och positiv med sikte på framtiden. Öppen och inbjudande. Lättläst är inte fel här. Många språkversioner bör finnas tillgängliga.

6. Innehållstyp: Information för verksamma/kommersiella intressenter

Beskrivning

Berör information om markanvisning och exploaterbar mark. Kartor, mätning och geodata.

Syfte

Skapa effektiv kommunikation och information för kommersiella intressenter ur olika grupper. Underlätta för målgruppen att komma till ett bra beslut, komma framåt i sin process. Bjuda in affärsstarka krafter till staden och ge dem möjligheter för att lyckas.

Målgrupp

Kommersiella intressenter ur olika läger, både redan verksamma i staden och de som planerar en etablering här.

Tonalitet

Direkt och informativ. Detaljerad och fackmannamässig. Grafer, uträkningar och kartor har lika stor plats här som text. Så mycket praktisk information som möjligt bör vara

tillgänglig i direkt anslutning till den primära kommunikationen.

7. Innehållstyp: Innovation

Beskrivning

Behandlar alla typer av branscher i regionen. Innovationsstrategier, statistik, utbildning och forskning, olika former av service till företag. Berör också staden egen identitet och dess relation till resten av världen.

Syfte

Attrahera investerare och andra kommersiella intressenter att satsa i Göteborg.
Attrahera framåtdrivande krafter inom alla olika områden som är relevanta för staden.

Målgrupp

Kommersiella intressenter, stadsutveckling, opinionsbildare och spjutspetsverksamheter som söker en attraktiv plats att etablera sig på.

Tonalitet

Direkt, informativ och rak. Hög servicegrad är nyckelord. Alla typer av information här måste vara lättåtkomlig och hålla fackmannamässig nivå.

8. Innehållstyp: Historisk information

Beskrivning

En fördjupning av projekten med fokus på det berörda områdets historia. Undervisande, upplysande och bör visa på kontinuitet.

Syfte

Sätta projektet i en historisk kontext och på så sätt ytterligare höja acceptansen för projektet, men också för att ge fördjupad information och förståelse.

Målgrupp

Närområde, stadsutveckling och opinionsbildare. Sekundära målgrupper är intresseföreningar, miljöorganisationer, barnomsorg, skolor, historieintresserade och pensionärsföreningar et cetera. Dessa kan också användas som ambassadörer för projektet i fråga.

Tonalitet

Djupgående och informativ. Storytelling fungerar mycket bra för den här innehållstypen. Här kan man också ta fram kommunikation i form av utbildnings/skolmaterial för både

barn och vuxna och på så sätt engagera målgrupperna.

9. Innehållstyp: Serviceinformation

Beskrivning

Behandlar informativt innehåll av typen **Frågor och svar**, men även tillfällig information som störningar under projekts gång eller hänvisningar till relaterade kanaler för dialog och annan service.

Syfte

Att förenkla för målgruppen, svara på direkta frågeställningar om specifikt projekt eller av mer allmän karaktär.

Målgrupp

Närområde, Stadsutveckling/opinionsbildare.

Tonalitet

Direkt, informativ och rak. Hög servicegrad är nyckelord.

Tillgänglighet

I Göteborgs Stads digitala kanalstrategi fastslås att följande ska vara vägledande för all utveckling av digital kommunikation inom Göteborgs Stad:

- Web Content Accessibility Guidelines (WCAG) 2.0, Nivå AA, World Wide Web Consortium.
- Vägledning för webbutveckling, E-delegationen.
- Designprinciper för offentliga digitala tjänster, Användningsforum.

Konceptet gör inte avsteg från denna rekommendation. Om något understryker konceptet vikten av att följa rekommendationerna. Ett centralt begrepp för tillgänglighet är **Inkluderande**, vilket innebär det att all information på ett eller annat sätt skall vara tillgänglig för alla besökare. Då konceptet till stor del bygger på det redaktionella innehållet (text, bild, video) är det viktigt att dessa presenteras på ett sätt som gör informationen tillgänglig för alla. Vidare är det av stor vikt att konventioner för att bygga interaktionsdesign används, och att eventuella avsteg skall vara väl avvägda och ge konkreta effekter som stödjer de definierade effektmålen.

Prestanda

I samband med framtagande av konceptet har en prestandamätning genomförts på åtta "konkurrerande" webbplatser (se lista nedan). Prestandamätningen syftar till att identifiera mätvärden att använda vid utvecklingen av webbplatsen. Mätningen visar att sidan "Bygga och bo" på goteborg.se har ett värde för speed index som ligger bäst bland de uppmätta webbplatserna och ger oss riktlinjer för vad den nya webbplatsen ska prestera prestandamässigt. Uttrycket "speed Index" är ett mått på den upplevda prestandan för en webbplats (lågt värde = hög prestanda). Speed Index mäter den genomsnittliga tiden då de synliga delarna på webbplatsen har laddat klart och lämpar sig väl som mått vid jämförelser mellan olika webbplatser.

	Start Render	Document Complete	Speed Index	Requests
Bäst upplevd prestanda i testet	6,00s	9,11s	6599	48
Målvärden för ny webbplats	4,80s	7,29s	5279	38

Se bilaga 3: Prestandamätning

Prestandamätning genomfördes på följande webbplatser:

1. <http://alvstaden.goteborg.se>
2. <http://goteborg.se/bygga-och-bo>
3. <http://goteborg.se>
4. <http://www.stockholm.se/>
5. <http://bygg.stockholm.se>
6. <http://bygg.uppsala.se>
7. <http://malmo.se/Bo-bygga--miljo.html>
8. <http://bygg.stockholm.se/Alla-projekt/Slussen>
9. <http://goteborg.se/projektsida>

Verktyg och inställningar för testet:

- <http://www.webpagetest.org/>
- Browser/uppkoppling: Chrome - 3GFast
- Tre körningar varav medelvärdet används

Konsekvenser av konceptet

Relation till goteborg.se

Huvudkanalen för Göteborgs Stads verksamheter - goteborg.se, fungerar främst som en servicekanal mot boende, besökare och företagare, där målgrupperna enkelt ska kunna hitta information om stadens service och organisation. Portalen behandlar idag stadsutveckling under kategorier som Bygga och bo, Trafik och gator, etc. och behöver därmed ha en tydlig koppling till webbplatsen för stadsutveckling. Samtidigt behöver webbplatserna ha tydliga skiljelinjer, dels för att skapa en tydlighet mot besökaren men även för att tydliggöra interna ansvarsområden.

Konceptet bygger på att goteborg.se gällande stadsutveckling främst ska vara en plattform för service, medan webbplatsen för stadsutveckling ska fungera som en informationsportal för framåtlutad och sammanhållen information om stadens utveckling. En viktig skiljelinje webbplatserna sinsemellan är att den formella processen för stadsutveckling med exempelvis markanvisningar, detaljplaner och tillhörande handlingar bör hanteras av goteborg.se, medan övergripande presentation av projekten och stadsutvecklingen bör ske på webbplatsen för stadsutveckling.

Redaktionella och organisatoriska konsekvenser

Det föreslagna konceptet innehåller idéer som kan få konsekvenser för organisationen och ställer krav på innehållet vid genomförande:

- Produktion och strukturering av ett inspirerande och framåtlutat innehåll.
- Revidering och prioritering av befintligt innehåll för att avgöra vad som eventuellt ska migreras och vad som tillhör goteborg.se eller andra närliggande kanaler.
- Nya roller och fördelat ansvar inom förvaltningsorganisationen kan kräva rekrytering/utbildning.
- Framtagning av innehållsstrategi samt löpande redaktionell plan och uppföljning.
- Manuell hantering och optimering av innehållet på webbplatsen.

Bilagor

Bilaga 1: effektkarta.pdf

Bilaga 2: strukturkarta.pdf

Bilaga 3: prestandamätning.pdf

Bilaga 4: konceptuella_skisser.pdf

Bilaga 5: innehållstyper.pdf