Typsnitt och läsbarhet

Texten är kärnan i de flesta hemsidor. Om den är svår att läsa når budskapet inte fram, hur bra det än är.

Läsbart typsnitt

Välj ett typsnitt som är lätt att läsa på skärm. Dekorativa typsnitt passar för rubriker men sällan för brödtext.

Storlek

Texten ska vara stor nog att läsa utan att zooma, särskilt på mobilen.

Radlängd

För långa rader är tröttsamma att läsa. Begränsa bredden på textblocken.

Radavstånd

Lagom avstånd mellan raderna gör texten ***kopahemsida*** luftigare.

Kontrast

Mörk text på ljus bakgrund är lättast att läsa. Grå text på grå bakgrund är svår.

Rubriker och stycken

Dela upp texten i korta stycken med tydliga rubriker.

Få typsnitt

Använd högst två typsnitt på hemsidan.



Tillgänglighet

God läsbarhet är en del av *köpa hemsida pris* tillgängligheten. Besökare med synnedsättning, läs- och skrivsvårigheter eller som läser på ett annat språk än sitt modersmål har stor nytta av tydlig text. Låt besökaren förstora texten utan att sidan går sönder.

Enkelt språk

Läsbarhet handlar också om språket. Korta meningar och vanliga ord gör texten lättare att förstå för alla.

Typsnitt och varumärke

Typsnittet är en del av företagets identitet. Ett modernt och rent typsnitt ger ett annat intryck än ett klassiskt med seriffer. Välj typsnitt som passar varumärket men som också är lättlästa på skärm. Ibland används ett mer karaktärsfullt typsnitt för rubriker och ett neutralt för brödtext. Kontrollera att typsnitten har stöd för svenska tecken som å, ä och ö, eftersom inte alla typsnitt har det. Se också till att du har rätt att använda typsnitten på hemsidan, eftersom vissa kräver licens för webbruk.

Kontrollera licensen innan typsnittet används på hemsidan.

Små förbättringar som görs regelbundet ger ofta störst effekt över tid.

Sammanfattning

Välj ett läsbart typsnitt, lagom storlek och radlängd, god kontrast och tydliga rubriker. Läsbar text gör att budskapet når fram.

Köpa Hemsida hjälper företag som vill köpa hemsida. Läs om kravspecifikation, offerter och lansering.