

Jämför bredband på din adress - enkelt och kostnadsfritt

bredbandsval.se jämför bredband från Sveriges största bredbandsleverantörer.

Tillgänglighetsgranskning av bredbandsval.se

Sammanfattning

Stelacon har genomfört en tillgänglighetsgranskning av Bredbandsval.se utifrån tillgänglighetsriktlinjer i WCAG 2.0 nivå AA samt med hjälp av användbarhetstester med personer med funktionsvariationer.

Tillgänglighetsgranskningen visar att de flesta av testpersonerna upplever bredbandsval.se som relativt enkel att använda. De förstår sidans syfte och kan tänka sig att använda tjänsten i framtiden. Granskningen och användartesterna visar dock att det finns förbättringspotential, framförallt för användare som navigerar med skärmläsare.

Många av förbättringsåtgärderna är enkla att genomföra och kommer att resultera i märkbar förbättring om de genomförs. Följande punkter bör prioriteras i arbetet med att förbättra tillgängligheten på bredbandsval.se:

- Färger & kontraster – webbplatsen har överlag för låga kontrastvärden, framförallt på grund av den ljusblå färg som används genomgående. Om den blå färgen ändras till en något mörkare blå nyans förbättras sidans kontraster märkvärt.
- Alternativtexter – Det finns många ikoner på hemsidan. Många av dem saknar alternativtext vilket gör att bildens källa läses upp i en skärmläsare. Om ikonerna får alternativtexten alt="" blir sidan enklare att navigera med skärmläsare.
- Telefonnummer till kundtjänst – flera olika kontaktvägar till kundtjänst är viktigt. Webbplatsen hänvisar till e-post och chattfunktion, men ett telefonnummer saknas.
- Större text – större text skulle ge sidan en bättre läsbarhet.
- Korrekt rubrikstruktur – Se till att all text följer en logisk struktur med korrekt rubriktaggar där inga nivåer hoppas över.

För att stödja Bredbandsval.se i att utveckla och förbättra tillgängligheten av webbplatsen har Stelacon utformat en checklista med förslag på åtgärder som utgår ifrån användbarhetstesterna och WCAG-analysen. Dessa åtgärder bör genomföras för att bredbandsval.se ska bli tillgänglig för alla användare.

Tillgänglighetsgranskningen har genomförts av Stelacon på uppdrag av Post- och telestyrelsen. Uppdraget var att genomföra en begränsad utvärdering av tillgängligheten på bredbandsval.se med hjälp av användbarhetstester och en WCAG 2.0-analys. Målet med uppdraget var att svara på vad användarna tycker om tjänsten och hur tjänsten förhåller sig till befintliga tillgänglighetsstandarder.

Sammanfattning.....	2
1. Inledning.....	4
1.1. Bakgrund	4
1.2. Uppdrag & syfte	4
1.3. Målgrupp	5
2. Resultat från användbarhetstester & WCAG-analys.....	6
2.1. Bristande kontrast mellan text och bakgrund.....	6
2.2. Samtliga bilder ska ha alternativtext.....	7
2.3. Att söka är enkelt	9
2.4. Sidan ”Svara på tre enkla frågor” har flera brister	9
2.5. Resultatsidan kan förbättras för personer som navigerar med skärmläsare....	11
2.6. Kontaktuppgifterna till kundtjänst kan samlas på en sida	13
2.7. Länkarnas tillgänglighet kan förbättras.....	16
2.8. Det är svårt för användare att navigera med tabb-tangenten.....	17
2.9. Skapa rubriker med HTML-element (h1 – h6), ingen nivå får hoppas över	19
2.10. Ge webbplatsen god läsbarhet.....	21
2.11. Hjälp användarna att veta var de befinner sig i strukturen	22
2.12. Förbättra formulären med aria-label	23
2.13. Sidan kan förstoras till 200 % och 400 % utan att förlora funktionalitet	25
2.14. Övriga synpunkter	25
Bilaga 1 – Sammanställning av kontrastvärden	26
Bilaga 2 – Checklista åtgärdsförslag.....	28

1. Inledning

1.1. Bakgrund

År 2016 tog Post- och telestyrelsen (PTS) fram rapporten med namnet *"Utvärdering av tillgänglighet och användbarhet i mobiloperatörernas kundtjänstkanaler"*. I studien identifierades bland annat att användarna tycker att det är svårt att jämföra olika operatörer och abonnemang. Baserat på detta har PTS gett Stelacon uppdraget att utvärdera tjänsten Bredbandsval.se som hjälper konsumenter att jämföra och beställa bredbandsabonnemang.

Bredbandsval i Sverige AB tillhandahåller en webbaserad tjänst för konsumenter som syftar till att synliggöra vilka bredbandsalternativ som konsumenten kan få på sin adress. Tjänsten förser konsumenten med information om kostnader, bredbandshastighet och bindningstid för de olika bredbandsalternativen på adressen. Dessutom får användaren hjälp med att hitta ett bredbandsalternativ som passar dennes användarbehov. Det är möjligt att beställa bredband direkt i tjänsten alternativt läsa mer och beställa på bredbandsleverantörens hemsida. Tjänsten avser att hjälpa konsumenten göra väl underbyggda bredbandsval samt spara tid och pengar.

1.2. Uppdrag & syfte

Uppdraget har varit att genomföra en begränsad utvärdering av tillgängligheten på www.bredbandsval.se med hjälp av användbarhetstester och WCAG 2.0-analys. Uppdragets syfte var att dels svara på vad användarna tycker om tjänsten och dels hur tjänsten förhåller sig till befintliga tillgänglighetsstandarder.

1.2.1. Användbarhetstester

Användbarhetstesterna har innefattat verklighetsanpassade situationer där testpersonen fått genomföra olika moment i tjänsten bredbandsval.se. Testerna inleddes med ett antal bakgrundsfrågor och avslutades med efterföljande intervju om hur testpersonen upplevde tjänsten generellt sett. Testpersonerna genomförde följande testuppgifter:

1. Titta genom sidan och se om du kan hitta information om sidans syfte.
2. Sök efter bredband till din adress och fyll i vilka bredbandsbehov du har.
3. Välj ett av prisförslagen och se om du kan hitta mer information.
4. Listan är nu sorterad efter lägsta jämförelsepris. Se om du kan sortera listan efter Hastighet istället för pris.
5. Välj ett bredbandsalternativ som går att beställa. Fyll sen i formuläret för beställning av Bredband.
6. Ta dig tillbaka till Startsidan. Du vill ställa en fråga till kundtjänst, se om du kan hitta ett sätt att komma i kontakt med bredbandval.
7. Hitta chattfunktionen på sidan. Testa att skriv något till kundtjänsten.
8. Hitta sidan med "Frågor & Svar" och se om du kan hitta ett svar till frågan "Hur lång tid tar det att byta leverantör?"

Varje fråga avslutades med flertalet följdfrågor om hur momentet upplevdes, om något saknades, om något kunde förbättras samt andra tankar och funderingar.

1.2.2. WCAG-analys

Vid WCAG 2.0-analysen har Stelacon utvärderat webbplatsen med utgångspunkt i WCAG 2.0-riktlinjer nivå AA. Analysen har innefattat en övergripande granskning av:

- Färger & kontraster
- Huvudmeny
- Rubriker & länkar
- Struktur & navigering
- Läsbarhet
- Kompatibilitet med skärmläsare

Samtliga sidor har gått igenom och en sammanställning har gjorts av förbättringsåtgärder lösningsförslag. Rapporten innefattar också goda exempel för att inte riskera att redan tillgängliga aspekter ändras.

1.3. Målgrupp

Prioriterade målgrupper i utvärderingen är personer med olika grader av funktionsvariationer, främst:

- Personer med neuropsykiatriska funktionsvariationer ex. ADHD, Autism och Asperger,
- personer med kognitiva funktionsvariationer som stroke och förvärvad hjärnskada,
- personer med synnedsättning, både synsvaga och blinda,
- personer med läs- och skrivsvårigheter,
- personer inom målgruppen äldre (75+).

En jämn fördelning av funktionsvariation, ålder, kön och datorvana har säkrats i rekryteringen till användbarhetstesterna.

2. Resultat från användbarhetstester & WCAG-analys

I följande kapitel redovisas de resultat som framkommit ur användbarhetstester samt WCAG-analys. Resultaten presenteras kring fokusområden och/eller problemområden. I Bilaga 2 återfinns en checklista med samtliga åtgärdsförslag.

2.1. Bristande kontrast mellan text och bakgrund

Alla färger har en relativ färgstyrka. Är skillnaden i färgstyrkan mellan text och bakgrund för liten innebär det att texten kommer bli svår att läsa. Digital text anses vara tillgänglig enligt WCAG 2.0 nivå AA om förhållandet i färgstyrka mellan text- och bakgrundsfärg inte understiger förhållandet 4,5:1. För stor text, d.v.s. minst 18 punkters textstorlek eller 14 punkters textstorlek i fetstil, så är gränsvärdet 3,0:1.

Sidan har genomgående för låga kontraster. Stora delar av sidan använder en kombination av blå och vit färg. Den blå färgen är för ljus i förhållande till den vita färgen. Däremot är den blå färgen på texten bredvid loggan samt färgen på texten i huvudmenyn bra, se Figur 1.

Byt till den mörkare blå färgen över hela sidan så blir allt blått/vitt godkänt kontrastmässigt. Även testpersonerna tycker att kontrasterna mellan den blå och vita färgen för dålig. Se en sammanställning av samtliga färgkombinationers kontrastvärden och hur väl de mäter sig med riktlinjerna återfinns i Bilaga 1.

Figur 1: Den blå färgen i huvudmenyn har tillräcklig kontrast mot den vita bakgrunden till skillnad mot stora delar av webbplatsen där en ljusare blå nyans används.



Jämför bredband Frågor & Svar Om oss

På startsidan ligger det text på en bakgrundsbild som har ett blått transparent lager ovanpå. Överlag rekommenderar riktlinjerna att undvika att lägga text på bild, men just denna bild är så pass diskret att den kan vara okej. Vi avråder ändå från att lägga text på bild, då det av många upplevs som svårläst och störande med en bild bakom text. Oavsett är den blå färgen även här för ljus, kontrastvärdet hamnar på 4,0:1.

Figur 2: Enligt riktlinjerna ska text inte ligga ovanpå en bild.



2.2. Samtliga bilder ska ha alternativtext

2.2.1. Alternativtexter i teorin

Alternativtext används för att personer som navigerar med skärmläsare ska kunna veta vilken information som bilder innehåller. En alternativtext ska beskriva bildens syfte, eller om bilden är en länk så ska den beskriva var bilden leder.

Samtliga bilder och ikoner ska ha en alternativtext, men, det är inte nödvändigtvis så att alternativtexten måste innehålla några ord. Om bilden inte innehåller någon information utan enbart är dekorativ som exempelvis en ikon så sätts alternativtexten till `alt=""`. Om alternativtexten sätts till `alt=""` ignorerar skärmläsaren bilden och går till nästa element, se exempel i nedan.

Obs! Om ingen alternativtext anges läser skärmläsare istället upp var bilden är lagrad, vilket inte underlättar. Notera att det inte räcker med att lägga till attributet `title` till bilden.

En bild ska alltid ha en av dessa två.

1. En bild som innehåller information: `Alt="Bredband för 100 kr hos ComHem"`
2. En bild som endast är dekorativ, t.ex. en ikon: `alt=""`

2.2.2. Alternativtexter på bredbandsval.se

Sidans logotyp i headern saknar alternativtext, vilket gör att en del skärmläsare läser upp bildens källa `"/images/bredbandsval_light_bg.svg"`. För att förenkla navigeringen borde alternativtext läggas till och förslagsvis vara `alt=""`.

För att göra navigeringen ännu tydligare för skärmläsare kan `aria-label="Startsida bredbandsval.se"` läggas till i a-elementet, se gula markeringar i kodrutan nedan. Detta leder till att en användare av skärmläsare förstår att länken leder tillbaka till startsidan.

```
<a href="/">
  
  <h1 class="header__title" aria-label="Startsida bredbandsval.se">bredbandsval.se</h1>
</a>
```

Samtliga bilder på startsidan som beskriver vilka företag som bredbandsval jämför mellan saknar alternativtext. Dessa bör ha alternativtexter enligt följande `alt="Ownit"`, `alt="AllTele"` etc.

Figur 3: Samtliga företagsbilder saknar alternativtext.



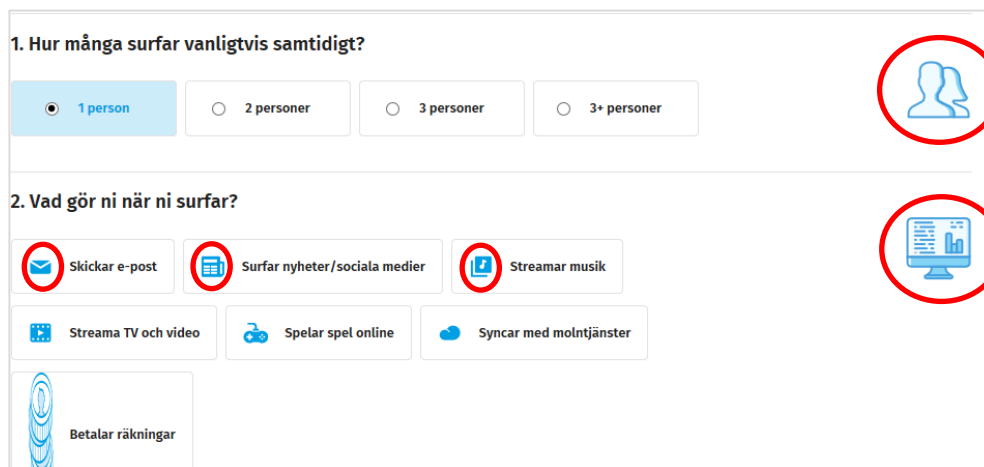
Under rubriken "Visste du att" finns tre ikoner/bilder. Dessa har alla varsin alternativtext som är satt till `alt="Bredbandsvalen"`. Dessa ikoner/bilder är "dekorativa" vilket innebär att de inte innehåller någon information och därmed kan deras alternativtext med fördel vara `alt=""`. Detta innebär att hjälpmedel såsom skärmläsare kan ignorera bilderna.

Figur 4: Dessa ikoner innehåller ingen information, därför bör deras alternativtexter sättas till `alt=""`.



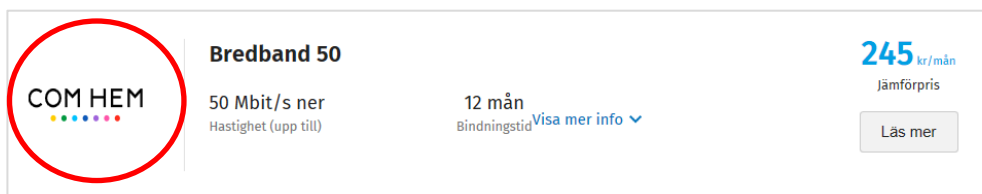
På sidan där användaren ska "Svara på tre enkla frågor.." finns ett stort antal ikoner. Alla dessa ikoner är dekorativa och bör ha `alt=""`.

Figur 5: Samtliga ikoner och bilder på denna sida är dekorativa. `Alt=""`.



Logotyperna som beskriver vem som levererar bredbandet på resultatsidan saknar alternativtext vilket gör att de som navigerar med skärmläsare inte vet vilken bolag som erbjuder vad. Det gör även att det är svårt att veta var ett erbjudande slutar och ett annat börjar. Alternativtexten bör vara `alt="Comhem"` etc.

Figur 6: Logotyperna som beskriver vem som levererar bredbandet saknar alternativtext.



2.3. Att söka är enkelt

Vid genomförandet av användartesterna fick testpersonerna som första uppgift att ta reda på sidans syfte samt genomföra en sökning på en adress. Samtliga testpersoner upplevde att det var enkelt att förstå sidans syfte samt hur man ska gå tillväga för att genomföra en sökning. I vissa fall uppstod förvirring kring varför inte sin kommun/ort kom upp som förslag i listan, men det hindrade inte någon testperson från att gå vidare i sökningen.

Figur 7: Testpersonerna tycker att tjänstens syfte är tydligt samt att det är enkelt att söka.



2.4. Sidan "Svara på tre enkla frågor" har flera brister

När adressen är ifylld och användaren klickat på "Sök" hamnar användaren på en sida med tre frågeområden¹ gällande antal personer i hushållet, vad surfen ska räckas till samt om man accepterar bindningstid, se Figur 8.

Frågorna upplevs som relevanta och enkla att fylla i. Ord som "Streama" och "Syncar med molntjänster" uppfattas dock som svåra att förstå för några av de äldre testpersonerna.

"Frågorna är bra, för att det är relevanta frågor när man ska välja ett bredband. I synnerhet gällande hastigheten."

– Testperson med synnedsättning

När en användare som navigerar med skärmläsare hamnar på första frågan fungerar det bra, varje alternativ är markerat med en radioknapp (Radioknapp, se röd markering i Figur 8) och läses upp med ett tydligt tillägg "Alternativ 1 av 4" etc. Detsamma gäller för fråga 3. När användaren kommer till fråga "2. Vad gör ni när ni surfar?" finns det däremot förbättringspotential. Alternativen i fråga två är textelement vilket gör att skärmläsaren ser alternativen som just textelement och inte som knappar som går att välja. Detta gör att en person som navigerar med skärmläsare inte kan välja mellan de olika alternativen. Alternativen borde kodas som checkboxar eller liknande så att användaren vet att de kan välja mellan de olika alternativen.

Följande punkter kan också förbättras:

- Förslagsvis bör det framgå i titeln att man får välja flera alternativ på fråga 2.
- Samtliga ikoner saknar i dagsläget alternativtext, läs mer i avsnitt 2.2.
- En markerad knapp blir idag ljusblå. Blå text på ljusblå bakgrund har för svaga kontraster, läs mer om kontraster i avsnitt 2.1.

¹ Anmärkning 2018-04-16: Sidan fanns under användartesterna men är vid rapportskrivande borttagen.

Figur 8: Sidan med tre frågor har förbättringspotential när det gäller radioknappar, ikoner och färger.

1. Hur många surfar vanligtvis samtidigt?

☒ 1 person ☐ 2 personer ☐ 3 personer ☐ 3+ personer

2. Vad gör ni när ni surfar?

Skickar e-post Surfar nyheter/sociala medier Streamar musik

Streama TV och video Spelar spel online Syncar med molntjänster

Betalar räkningar

3. Accepterar du bindningstid?

vidare

När användaren har fyllt i sina val och klickat på "vidare" hamnar användaren på en sida medan sökmotorn arbetar, se Figur 9. Testpersonerna har inga invändningar mot sidan utan tycker att den fyller sin funktion i form av att den visar att sökningen pågår. Många testpersoner är dock förvånade över att det tar väldigt lång tid att få fram resultat.

"Det är alltid jobbigt att vänta"

– Testperson med ADHD & Asperger

Figur 9: Testpersonerna tycker att sökningen tar längre tid än förväntat.



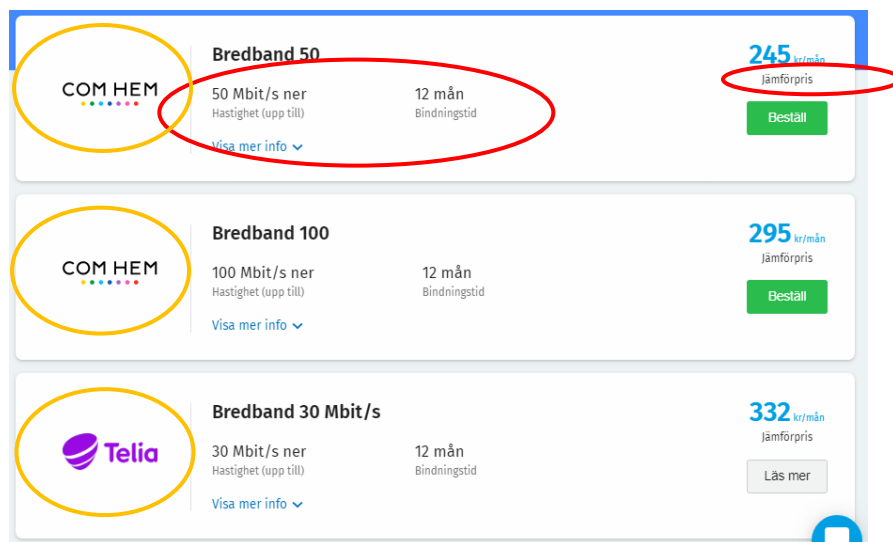
2.5. Resultatsidan kan förbättras för personer som navigerar med skärmläsare

2.5.1. Resultatsidan upplevs som bra och överskådlig för seende användare

Sökningens resultat presenteras enligt Figur 10. En seende användare får en tydlig överblick över vilka abonnemang som finns och till vilket pris. Kontrasterna på orden "Hastighet (upp till)", "Bindningstid" och "Jämförpris" är dock för dåliga, även textstorleken på dessa ord upplevs vara för liten.

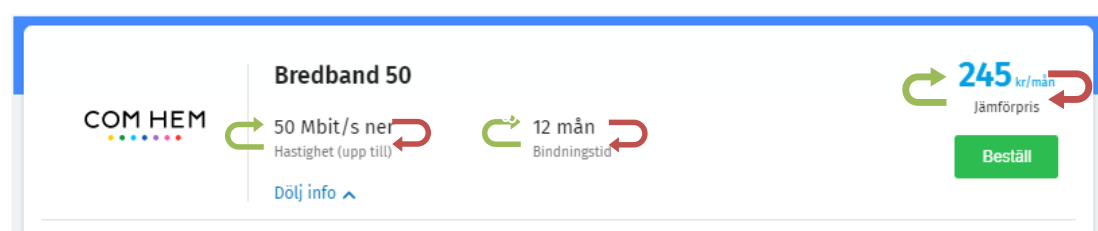
För en person som inte ser och därför navigerar med skärmläsare är det svårare att få en överblick av resultatsidan. Skärmläsaren presenterar att det finns en lista med x antal objekt där varje element motsvarar en resultatruta, vilket är bra. Men, logotyperna saknar alternativtext vilket gör att det är omöjligt att förstå att ett nytt erbjudande presenteras. Samtliga logotyper behöver ha alternativtext `alt="Comhem"`, `alt="Telia"` etc. Se orangea markeringar i Figur 10..

Figur 10: Viss text är för liten och har för svaga kontraster (markerat i rött). Logotyperna saknar alternativtext (markerat i orange).



En annan anledning som gör att det är svårt att få överblick samt att förstå informationen är att skärmläsaren läser upp informationen enligt de röda pilarna i Figur 11, se nedan. Det innebär att det som läses upp i resultatet är exempelvis "12 mån" "bindingstid" istället för "Bindningstid" "12 mån". Helst ska det stå i ett "Bindningstid 12 månader" men samma effekt går att uppnå genom att använda sig av `aria-describedby` och `aria-labelledby` då texten under kan ges ett id som sedan kopplas till raden ovanför med ovan nämnda aria-tag.

Figur 11: Information på sidan kan bli svår att förstå när skärmläsare används (röda pilar). Med korrekt användning av exempelvis "aria-describedby" kan flödet göras tydligare (gröna pilar).



2.5.2. Den dolda informationen beskrivs som strukturerad och kompakt men texten är något för liten

Samtliga testpersoner hittade länken "Visa mer info" som tar fram den dolda informationen. Den dolda informationen beskrivs som tydlig, kompakt och strukturerad, dock finns det flera svåra ord såsom router som några enstaka testpersoner inte förstår vad de betyder. Textstorleken upplevs vara något för liten.

"Informationen är begriplig, men texten är väldigt liten. Det är den alltid när det gäller information om pengar."

– Testperson över 75 år

Figur 12: Textstorleken i den dolda informationen är för liten.

The screenshot shows a webpage for 'COM HEM' with a header for 'Bredband 100'. It lists '100 Mbit/s ner' and '12 mån' binding time. A price of '295 kr/mån' is shown as a 'Jämförpris'. A green 'Beställ' button is present. A red rounded rectangle highlights a section with the following details:

Typ	Kostnad
Bredband via tv-uttaket (koaxial)	249 kr/mån i 12 månader
Hastighet	Därefter: 399 kr/mån
Upp till 100 Mbit/s ner (ladda ned filer)	Startavgift: 399 kr
Upp till 10 Mbit/s upp (ladda upp filer)	Frakt: 149 kr
Router ingår	Router: 0 kr
Ja	Totalt: 3 536 kr första året
Bindningstid	Jämförpris: 295 kr/mån
12 månader	Jämförpriset per månad är summan av alla kostnader under bindningstiden (eller under första året om bindningstiden är kortare än 12 månader), utslaget per månad. Detta inkluderar både fasta startavgifter och löpande månadsavgifter.

Testpersonerna som använder skärmläsare upplevde det svårt att skilja på innebörden av knapparna "Läs mer" och "Visa mer info". Anledningen till detta är att det inte är tydligt att det finns dold information som expanderas när man klickar på "Visa mer info". För att åtgärda detta bör ARIA-attributen `aria-expanded="false"` och `aria-haspopup="true"` läggas till i länken. Aria-attributen gör att skärmläsare vet att länken är minimerad och går att expandera, annars uppfattas den som en vanlig länk. Förslagsvis byts även samtliga "Läs mer" knappar ut till gröna "Beställ"-knappar för att undvika att ha två länkar/knappar med liknande innebörd.

Vid skärmläsaranvändning hamnar man i den minimerade informationen även om man klickar eller inte klickar på länken "Visa mer info". Detta bör åtgärdas då en längre lista med flera olika bredbandserbjudanden blir svår att överskåda om man måste gå genom all information för varje erbjudande.

2.5.3. Sortering av resultaten

Flera testpersoner hade svårt att hitta sorteringsfunktionen i överkant. Det visar sig att sorteringsfunktionen inte finns från start utan endast efter att användaren klickat på "Fler alternativ".²

När testpersonerna väl hittat sorteringsfunktionen var det flera som upplevde att de saknade att få välja om sorteringen skulle gå från högt till lågt eller lågt till högt. En testperson föreslår att betygsättning kan läggas till som sorteringsfunktion. Dropdown-listorna har även för dåliga kontraster.

"Sorteringen är tydlig, men man borde få en möjlighet att sortera från högst till lägst också (hastighet)."

– Testperson med synnedsättning

Under användartesterna var det inte möjligt att sortera eller filtrera med skärmläsaren JAWS. Det gick att öppna dropdown-menyn men inte att ta del av innehållet i menyn. Detta kan dock bero på att användaren har en gammal version JAWS och/eller webbläsare. Med skärmläsarna NVDA och Voiceover går det däremot bra att sortera och filtrera.

2.6. Kontaktuppgifterna till kundtjänst kan samlas på en sida

2.6.1. Testpersonerna saknar ett telefonnummer till kundtjänst

Det är bra att det finns många vägar till olika kundtjänstkanaler på bredbandsval.se. Användaren kan gå via "Om oss" eller "Frågor & svar" i huvudmenyn, via "Kontakt" i sidfoten samt via chatt-symbolen i det nedre högra hörnet. Det är positivt att det både finns mail och chattfunktion, däremot saknas ett telefonnummer, vilket flera användare efterfrågar.

"Jag tycker att det vore bra med ett telefonnummer så att jag kunde ringa till Bredbandsval. För mig känns det lättare att ringa."

– Testperson över 75 år

"Jag vill kunna ringa för kundtjänst för att försäkra mig om att jag förstått rätt."

– Testperson med förvärvad hjärnskada

Alla testpersonerna hittar kontaktuppgifter till kundtjänst via någon av vägarna ovan. Det riktades dock viss kritik mot att "kontakt" i sidfoten öppnar ett mailfönster utan förvarning. Detta stämmer överens med riktlinjen inom WCAG att alltid ha en varning om en länk öppnar ett nytt fönster eller i en ny flik, läs mer i avsnitt 2.7.3.

För att förenkla för användarna bör samtliga kontaktlänkar leda till en och samma sida där alla olika kontaktuppgifter till kundtjänst finns samlade.

"Länken 'kontakt' borde inte leda vidare till ett mailfönster, utan snarare till en sida med fullständiga kontaktuppgifter."

² Anmärkning 2018-04-16: Detta verkar ha förändrats sedan användartesternas genomförande, sorteringsfunktionen finns idag direkt på resultatsidan.

2.6.2. Chatten

Chatten får en del kritik av testpersonerna. Inledningsvis har inte alla lätt att förstå symbolen som leder till chattfunktionen, den upplevs inte vara tydlig nog. Däremot startas chatten av sig själv ibland och ger ifrån sig ett ljud, vilket gör att den uppmärksammas av flera testpersoner. Den största bristen i chattfunktionen är att det är svårt att läsa texten, det beror dels på kontrasten mellan bakgrund och textfärg och dels på att texten är liten.

”Texten i chatten är svår att läsa. Vit på blå bakgrund är katastrof, och svart på grå är dålig. Gör chattbubblorna tydligare och större. Eller placera i alla fall rutorna mer tydligt i chattboxen. Skickaknappen är dålig. Även emoji och gifarna har usla kontraster.”

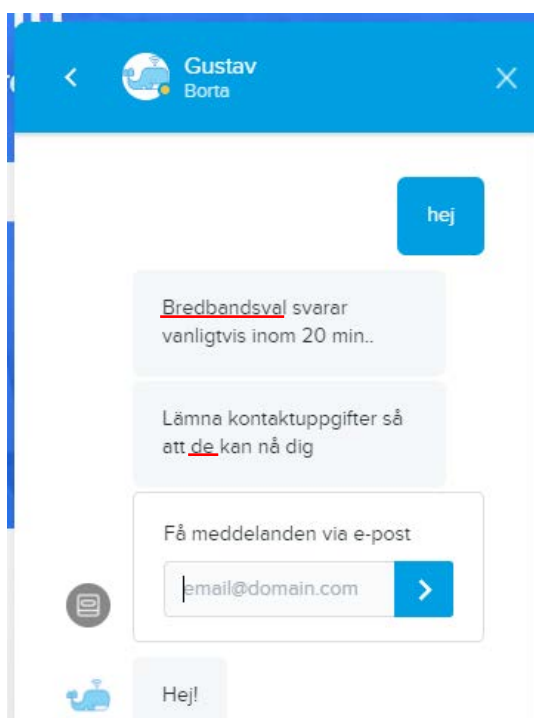
– Testperson med synnedsättning

En testperson tycker det är svårt att förstå vilka man egentligen kontaktar med chattfunktionen. Hon funderar över om det är Bredbandsval eller bredbandsbolagen som kommer att svara på meddelandet. Det är även något oklart att chatten har automatiska meddelanden i tredje person.

Chatten upplevs också för långsam. Svar inom 20 minuter är för lång tid enligt testpersonerna, då anser de att de likaväl kan maila än att sitta vid datorn och vänta på svar.

I chatten ombeds användaren att skriva in sin mailadress, se Figur 13 nedan. Testpersonerna blev osäkra på om det var obligatorisk att skriva in mailadressen samt ifrågasatte varför detta var nödvändigt i en chattkonversation. Förtydliga för användaren om mailadressen är obligatorisk att fylla i samt varför.

Figur 13: Chatten har flertalet brister gällande textstorlek, kontraster och tydlighet.



De testpersoner som navigerar med skärmläsare hittade chatten via startsidan, men kunde inte använda den. Chattfunktioner är dock ofta komplicerade att använda med hjälp av skärmläsare vilket gör att det är ännu viktigare att det finns alternativa kontaktvägar till kundtjänst.

Följande punkter är problematiska för en skärmläsare i chatten:

- När första meddelande är skickat så kommer en ruta i chatten upp där man ska fylla i sin epost. Skärmläsare säger endast "email@domain.com, redigera" utan att förklara varför man ska skriva in sin epost där.
- Den blå "Skickaknappen" bredvid textrutan för epost heter endast "knapp".
- Svaret från chatten läses upp men den säger inte att det är operatören som skrivit det, vilket gör att en konversation blir svår att följa.
- GIF-knapp, emoji-knapp, bifogaknapp och skickaknapp berättar inte vad de har för syfte.

Figur 14: Knappar i chatten som inte är korrekt döpta.



2.6.3. Frågor & svar

Att hitta länken i huvudmeny till "Frågor & svar" upplever nästan alla testpersoner som en enkel uppgift. Utseendet på sidan för Frågor & svar uppskattas av testpersonerna framförallt på grund av en bra kategorisering av frågorna. Däremot önskas en något större textstorlek på informationen under respektive fråga, samt bättre kontrast mellan den blå färgen och den vita bakgrunden. Radlängden kan med fördel kortas ner på denna sida för att förbättra läsbarheten, mer om god läsbarhet i avsnitt 2.10.

Figur 15: Testpersonerna uppskattar kategoriseringen av frågorna på sidan. Större textstorlek och kortare radlängd skulle dock öka läsbarheten.

Frågor & Svar

Vanliga frågor

[Vad gör bredbandsval.se?](#)
[Varför ska jag använda bredbandsval.se?](#)
[Vad skiljer bredbandsval.se från andra prisjämförelsetjänster?](#)

När du köper en produkt på nätet spelar det ingen roll var du bor – produkten är densamma oavsett. Bredband är lite annorlunda då utbudet och priset varierar mellan adresser. För att veta vilka bredband du kan få, hur snabbt det kan gå och hur mycket det kostar för dig krävs en exakt adress (postnummer räcker inte). Vi presenterar rätt priser (samma som leverantörerna) och låter dig beställa direkt!

[^ Dölj svar](#)

[Kan jag lita på de priser som finns på bredbandsval.se?](#)
[Vilka leverantörer finns med på bredbandsval.se?](#)

Intresset för bredbandsval.se från tjänsteleverantörer har varit väldigt stort så endast de som uppfyller våra krav på kvalitet, teknik och kundservice kommer komma med. För tillfället jämför vi bredband från Alltele, Bahnhof, Boxer, Bredband2, Bredbandsbolaget, Com Hem, Ownit, Telia och Universal Telecom.

Om du är leverantör och intresserad av att vara med på bredbandsval.se ber vi dig kontakta oss på info@bredbandsval.se.

[^ Dölj svar](#)

2.7. Länkarnas tillgänglighet kan förbättras

2.7.1. Gör de klickbara ytorna större

Det ska vara lätt att aktivera klickbara ytor med en muspekare eller med ett finger på en touchskärm. Detta görs genom att generera tillräckligt stor klickbar yta och genom att ha tillräckligt stort avstånd mellan ytorna. De flesta länkarna på sidan har en klickbar yta som är liten, se exempel i den blå markeringen i Figur 16 nedan, dessa kan med fördel bli större. Genom att öka graden av "padding" i stilmallen så ökas den klickbara ytan. Se kodexempel nedan.

```
ul.breadcrumbs a{padding:5px;}
```

Figur 16: Den klickbara ytan är för liten, detta korrigeras genom att öka graden av "padding" i stilmallen.

Om oss | Frågor & Svar | [Allmänna villkor](#) | Kontakt | Press

2.7.2. Framhäv länkarna grafiskt så användarna förstår vad som är länkad text

För att en länk ska vara tillgänglig ska den helst förstärkas på minst två olika sätt. Exempelvis med färg samt med en understrykning eller en symbol framför länktexten, se exempel på en tydlig länk i Figur 17.

Figur 17: Exempel på hur man kan förstärka en länk med en länkpil och eller en understrykning.

 [Starta eget](#)

De länkar som finns i nederkant på startsidan, se Figur 18, behöver förstärkas med en utstickande färg och/eller en symbol/understrykning.

Figur 18: Det är svårt att urskilja dessa som länkar eftersom att de saknar både förstärkande färg och/eller en understrykning/länkpil.

Om oss | Frågor & Svar | [Allmänna villkor](#) | Kontakt | Press

2.7.3. Varna om länkar/dokument öppnas i ett nytt fönster eller i en ny flik

Om ett nytt fönster eller ny flik öppnas så ska användaren få en varning om detta i förväg. Detta gynnar alla men framförallt de som navigerar med skärmläsare. Om en länk öppnas i ett nytt fönster och ingen varning ges kan den som navigerar med skärmläsaren tappa bort sig i flödet.

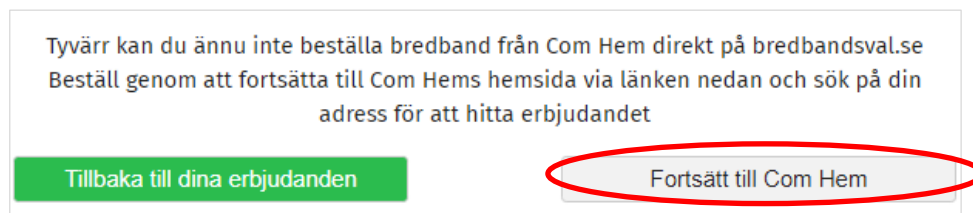
Varningen kan ingå i länktexten - "Fortsätt till ComHem (nytt fönster)" eller så kan varningen bestå av en symbol med alternativtext `alt="Nytt fönster"`. Det är viktigt att varningen finns placerad inom länkelementet.

Det finns flera exempel på länkar på de testade sidorna som öppnar en ny flik när de aktiveras utan att varna användaren för detta. Exempelvis:

- Knappen med texten "Fortsätt till xxxx", se Figur 19.
- Länken "Allmänna villkor" (finns i sidfoten samt i beställningsformuläret), se Figur 20.
- Bilderna/länkarna till "Dagens Nyheter" etc., se Figur 20.
- Länken "kontakt" öppnar ett mailfönster, se Figur 20.
- Länkarna "Gilla" och "Dela" till Facebook öppnar ett nytt fönster, se Figur 20.

Gå igenom sidan och se till att samtliga länkar/knappar som öppnas i ett nytt fönster har en varning om detta.

Figur 19: Knappen som leder till ComHems hemsida öppnar ett nytt fönster. För att detta ska vara tillgängligt måste det finnas en "varning" om detta.



Figur 20: Dessa länkar öppnas i nytt fönster/flik utan förvarning.



2.8. Det är svårt för användare att navigera med tabb-tangenten

Enligt riktlinjerna ska det gå att navigera genom hela hemsidan med tangentbordets tabb-tangent. För att detta ska fungera bra krävs dels att tabbordningen är genomtänkt samt att markeringen för tangentbordsfokus är tillräckligt tydlig.

2.8.1. Förstärk tangentbordsfokus med en tydlig markering

De flesta fokuserbara/klickbara element som finns på sidan har en markering för tangentbordsfokus som består av standardmarkeringen i webbläsaren som är en tunn linje som är otydlig, se röd markering i Figur 21.

En bra fokusmarkering är en kraftig ruta runt den länk som har fokus, se svart markering i Figur 21, genom att till exempel införa följande kod i stilmallen så erhålls en tydligare markering för tangentbordsfokus:

```
div#contenttext a:focus,div#contenttext a:hover{border:3px solid #23527c;}
```

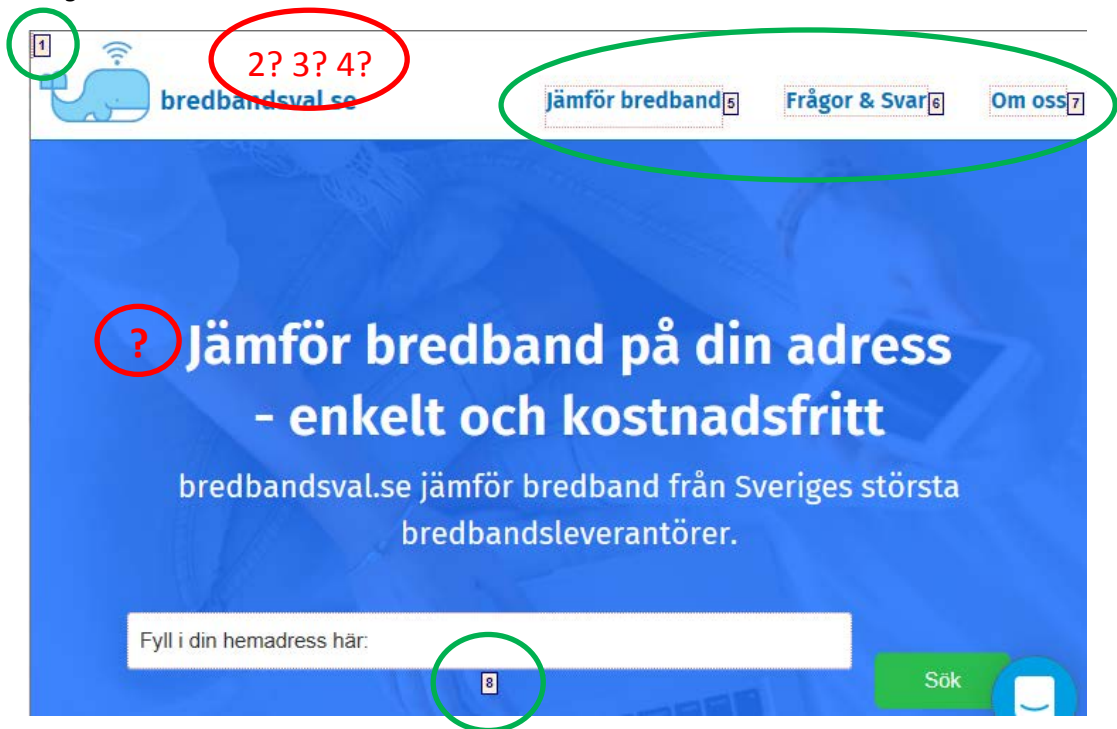
Figur 21: Den blå markeringen för tangentbordsfokus är otydlig. Den svarta markeringen är en tydlig tangentbordmarkering.



2.8.2. Tabbordningen behöver ses över

Hemsidans tabbordning bör ses över. Ordningen är i dagsläget inte logiskt och det finns vissa element som inte har ett tabbindex. Gå igenom sidans tabbindex och se till att rubriker och text som exempelvis "Jämför bredband på din adress..." har ett index och att ordningen börjar högst upp och går nedåt i lämplig ordning.

Figur 22: Tabbordningen bör ses över. Vissa steg "saknas" vilket gör att tabbordningen blir ologisk.



2.9. Skapa rubriker med HTML-element (h1 – h6), ingen nivå får hoppas över

Skärmläsare behöver en korrekt strukturkod för att kunna beskriva för användarna vad som är en rubrik. Märk därför upp rubriker med h1, h2 och så vidare i hierarkisk ordning, ingen nivå får hoppas över. En h1-rubrik ska normalt vara rubriken för hela webbplatsen, och bara förekomma en gång i koden, som första rubrik.

Tänk på att undvika att särskilja en rubrik från brödtext enbart genom formgivning. Välj inte rubriknivå efter textstorleken i webbläsarna. Utgå från semantiken och använd CSS för att styra presentationen.

2.9.1. Startside

Nuläge:

<h1> bredbandsval.se</h1>

< h1> Jämför bredband på din adress- enkelt och kostnadsfritt</h1>

< h2> bredbandsval.se jämför bredband från Sveriges största bredbandsleverantörer.</h2>

< h1> Så funkar det</h1>

< h2> 1. Sök</h2>

< h3> Det är enkelt - och gratis!</h3>

< h1> Visste du att</h1>

< h3> Du kan spara upp till 1 500 kr per år... </h3>

< h1> Vanliga frågor</h1>

Förslag till ändrad rubrikstruktur:

<h1> bredbandsval.se</h1>

**< h2> Jämför bredband på din adress- enkelt och kostnadsfritt
bredbandsval.se jämför bredband från Sveriges största bredbandsleverantörer.</h2>**

< h2> Så funkar det</h2>

<h3>1. Sök – det är enkelt och gratis</h3>

<h3>2. Jämför – det lönar sig</h3>

<h3>3. Välj – bästa bredbandet för dig</h3>

< h2> Visste du att</h2>

<h3> Du kan spara upp till 1500kr per år</h3>

...

< h2> Vanliga frågor</h2>

<h3>Vad är bredbandsval.se? </h3>

<h3>Varför ska jag använda mig av bredbandsval.se och inte någon annan jämförelsesida?</h3>

2.9.2. Resultatsida

Förslag till ändrad rubrikstruktur:

<h2>"Möjliga bredbandsval på.." </h2>

2.9.3. Beställsida

Förslag till ändrad rubrikstruktur:

<h2>Beställ

Bredband 100/10 Mbit/s

I samarbete med Bredband2</h2>

< h3> Detaljer</h3>

< h3> Dina uppgifter </h3>

< h3> Leveransadress </h3>

2.9.4. Det saknas rubriker på vissa platser

Rubriken "Vi jämför bredband från" saknas på pts.bredband.se jämfört med bredbandsval.se. Denna bör finnas för att bör finnas en rubrik som beskriver var länkarna/bilderna leder till i botten av sidan. Rubriken bör vara en <h2> .

Figur 23: På pts.bredbandsval.se saknas rubriken "Vi jämför bredband från" som finns på bredbandsval.se.

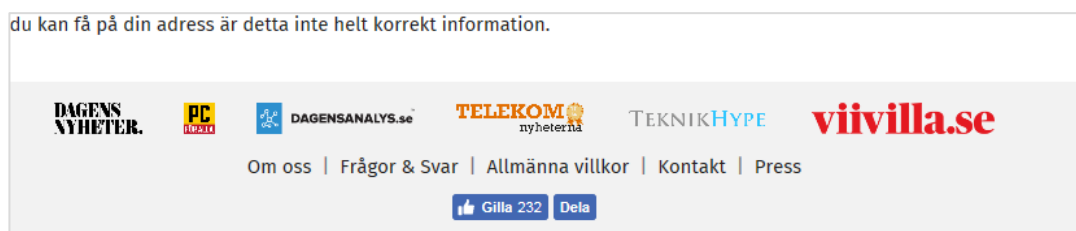


Detsamma gäller för länkarna som leder till olika artiklar. Dessa behöver en rubrik som exempelvis "Läs vad andra har skrivit om oss". En testperson reagerade även på detta.

"Det borde finnas en förklaring till varför det står DN osv längst ner".

– Testperson med Asperger

Figur 24: Det saknas en rubrik till artiklarna på sidan.



2.10. Ge webbplatsen god läsbarhet

Sidan har en relativt god läsbarhet. Det innebär exempelvis att webbplatsen:

- Har versalgemena menyposter och rubriker, det vill säga att de har stor begynnelsebokstav och sedan små bokstäver. (Ord som är skrivna med versaler är svårare att känna igen och försämrar därför läsbarheten.)
- Undviker att använda kursiv stil.
- Har ett tydligt typsnitt.

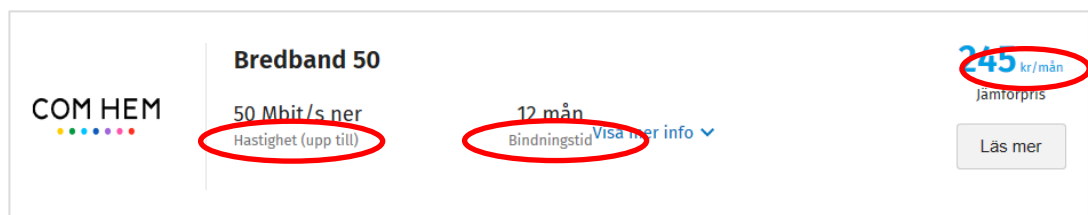
Följande kan förbättras gällande god läsbarhet:

- Webbplatsen har något liten textstorlek ibland, exempelvis när abonnemangen presenteras i resultatlistan är orden bindningstid och hastighet för små, se Figur 25. Även texten vid beställning av bredband är för liten, se Figur 26.
- Radlängden bör inte överstiga 80 tecken. Bäst läsbarhet är det med en spaltbredd på mellan 45 och 55 tecken.

"Det är en aning liten text längst ner på sidan. Även länkarna högst upp är lite väl små. Det är lite väl jobbigt att läsa när det är så kompakt och smått."

– Testperson med ADHD

Figur 25: "Hastighet", "Bindningstid" och "kr/mån" är exempel på text som är för liten.



Figur 26: Exempel på för liten text som gör det svårt att läsa.

A screenshot of a form titled 'Dina uppgifter' and 'Leveransadress'. Under 'Dina uppgifter', the labels 'Förnamn*', 'Efternamn*', and 'Personnummer' are circled in red. The 'Personnummer' label is followed by the placeholder text 'AAAAMDD-XXXX'. Under 'Leveransadress', the labels 'Adress', 'Postnummer', 'Postort', and 'Lägenhetsnummer' are visible. The 'Adress' field contains 'Kammakargatan 29', the 'Postnummer' field contains '111 60', and the 'Postort' field contains 'Stockholm'.

2.11. Hjälp användarna att veta var de befinner sig i strukturen

Det ska framgå för användaren var han befinner sig i strukturen. När en länk är vald i huvudmenyn så ska det framgå med markeringar i färg, form eller kontrast vad som är valt. Detta är tydligt och bra på hemsidan tack vare den blå understrykningen.

Figur 27: Understrykningen gör det enkelt för användaren att veta var hen befinner sig i strukturen.



För användare med skärmläsare är det inte alltid tydligt att man hamnat på en ny sida. På sidan där tre frågor ställs finns en "Vidare"-knapp. När den aktiveras börjar sidan att söka efter tillgängliga och passande erbjudanden. Det tar en stund innan resultatet presenteras och under denna tid får användaren väldigt skilda upplevelser beroende på vilken skärmläsare som används. Det är svårt att göra sidor helt optimerade för alla kombinationer av skärmläsare och webbläsare men generellt sätt om man använder sig av aria landmärkesroller så underlättar det för skärmläsaranvändaren. I detta fall skulle `role="main"` kunna läggas till i div-elementet med `id="content"`.

I användartesterna fick testpersonerna i uppgift att hitta tillbaka till startsidan. Ungefär hälften tog sig tillbaka till startsidan genom att klicka på bredbandsvalen i sidhuvudet. Hälften testade att klicka på "bakåt" knappen i webbläsaren men fastnade och lyckades inte ta sig hela vägen tillbaka till startsidan.

"Det enda som jag tyckte var väldigt svårt var att veta hur man skulle återvända till startsidan."

– Testperson över 75 år

Detta är nära sammankopplat med datorvana, det är dock viktigt att det finns flera vägar tillbaka till startsidan, därför kan det finnas en fördel att addera en länk eller knapp under sökprocessen som säger "tillbaka till startsidan".

2.12. Förbättra formulären med aria-label

När användare klickar på "beställ" hamnar de i ett beställningsformulär. Formuläret går bra att fylla i för seende testpersoner. Felmeddelandena var tydliga i de fall där något blivit fel. Ett återkommande problem var att testpersonerna missade att skriva 19xx i början av personnumret, trots att formatet står i rutan. På vissa andra sidor korrigeras detta automatiskt, vilket uppskattas av testpersonerna.

"Bra med hjälptext i rutan för personnummer. Enkelt formulär att fylla i."

– Testperson med ADHD & Dyslexi

Texten ovanför respektive fält är för liten samt har för dåliga kontraster.

Figur 28: Formuläret fungerar ganska bra, det finns vissa brister dock.

För skärmläsaren går det relativt bra att ta sig igenom formuläret men det finns några förbättringsområden.

1. De obligatoriska fälten är markerade med en *, det är bra. För att förtydliga detta för skärmläsaren bör de obligatoriska fälten aria-taggen `aria-required="true"` läggas till.
2. Adressen från sökningen hamnar automatisk i formuläret och är inte redigerbar. För en person som inte ser går det inte att veta att dessa fält existerar eller att de redan är ifyllda. Det innebär att när användaren tabbar igenom de olika fälten går det i ordningen Förnamn – Efternamn – Personnummer – E-mail – Telefon – Startdatum – Lägenhetsnummer. När "lägenhetsnummer" dyker upp skapas förvirring om var adressen är ifylld.

2.12.1. Felaktigt inmatad adress

När en felaktig adress matas in på startsidan hamnar man i ett formulär där man blir informerad om att adressen inte kunde hittas och blir ombedd att fylla i adressen en gång till, se Figur 29.

Vid användning av skärmläsare hamnar fokus direkt i formulärfältet "Gata" utan att rubriken "Vi kunde tyvärr inte hitta din adress.." läses upp. Detta blev förvirrande för en testperson under användartestet då hon precis hade fyllt i sin adress och nu ombads att göra det igen.

Ett sätt att göra formuläret enklare att förstå för användare med skärmläsare är att:

- Rubriken (h1) flyttas in innanför form-taggen och bäddas in i ett legend-element.
- Attributet fieldset bäddar in allt innanför form-taggen.

```
<form class="address-form" id="addressForm" style="max-width: 30rem; margin: 0 auto;">
  <fieldset>
    <legend>
      <h1 class="text-content__title" tabindex="0" tabindex="0">
        <p>Vi kunde tyvärr inte hitta din adress</p>
        <p class="title--larger" style="margin: 0.5rem 0">- fyll i formuläret nedan
          för att söka</p>
      </h1>
    </legend>
    <div class="form__row"><label class="form...
      .....
      ...style="margin-top: 0.5rem">Sök</button></div>
    </fieldset>
  </form>
```

Sedan fyllde testpersonen i sin gatuadress samt nummer i samma fält i formuläret. Eftersom gata och nummer förväntas skrivas i separata textrutor fick hon ett felmeddelande. Detta gjorde testpersonen irriterad. För en seende är detta inget problem, men för den som inte ser blir det svårt att få en överblick, och därför är det en fördel om det är extra tydligt. För att göra detta tydligare kan platshållaren "Gata" vara oförändrad, istället läggs `aria-label="mata in ditt gatunamn utan gatunamn"` till i koden, se exempel nedan.

```
<input class="form__input" id="street" placeholder="t.ex: Testgatan" aria-label="Mata
gatunamn utan gatunummer">
```

Figur 29: Formulärruta som dyker upp om när adress inte fyllts i korrekt.

Vi kunde tyvärr inte hitta din adress

- fyll i formuläret nedan för att söka

Gata*

Nummer

Uppgång (om din adress har en sådan)

Postnummer*

Postort*

Fyll i alla obligatoriska fält (markerade med *)

Sök

2.13. Sidan kan förstöras till 200 % och 400 % utan att förlora funktionalitet

Texten ska kunna förstöras till 200 % utan att innehåll och/eller funktionalitet går förlorad. I WCAG 2.1, som är under arbete och inte fastslagen, föreslås att det ska gå att förstöra till 400 % av ursprungsstorleken.

Vid zoom till 200 % hamnar sidan i mobilversion vilket fungerar mycket bra på samtliga sidor. Det enda som kan anmärkas är att "Läs mer"/"Beställ"-knappen får en placering som gör att den tar uppmärksamheten från "Visa mer info". Ett förslag kan vara att byta plats på dessa två och göra "Läs mer"/"Beställ"-knappen mindre. Även i 400 % fungerar sidan utan att tappa någon funktionalitet.

Figur 30: Sidan klarar av att förstöras till 200 % och 400 % utan att någon funktionalitet går förlorad. Placering av "Läs mer"-knappen kan funderas över.

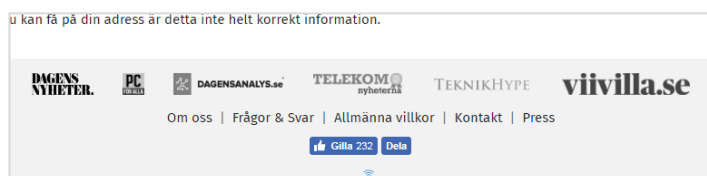


2.14. Övriga synpunkter

Här sammanställs några övriga punkter som Stelacon noterat:

- Sidan behöver ha svenska som språk, `lang=sv`.
- Ett förslag är att förtydliga vilken hastighet som rekommenderas utifrån de val man har gjort. T.ex. "eftersom 3 personer streamar i hemmet bör du ha minst 100 Mbit/s"
- Ibland upplevs det som att sökresultaten är på förhand sorterade, exempelvis visas endast resultat från AllTele på en sökning, men när fler alternativ visas finns andra leverantörer som har lika låga eller lägre priser. Alltså verkar det först vara sorterat på leverantör. Detta kan vara en bugg?
- Olika webbläsare ger färg/svartvitt. Det spelar inte någon större roll för tillgängligheten men kan vara bra att vara medveten om. Se Figur 31 och Figur 32

Figur 31: Chrome visar svartvita bilder.



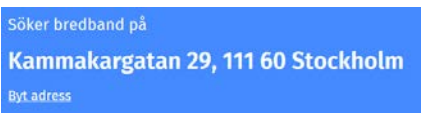
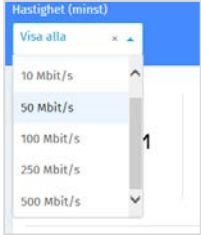
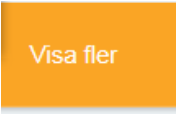
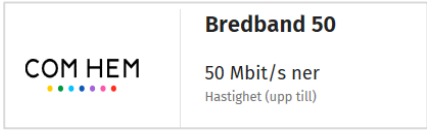
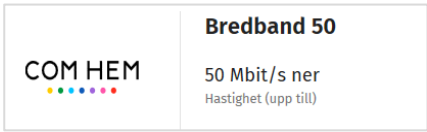
Figur 32: Internet Explorer visar färgbilder.



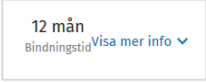
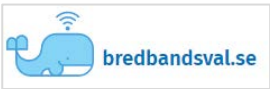
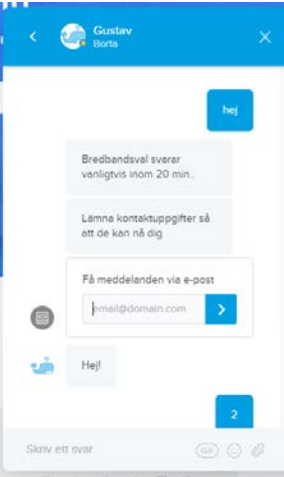
Bilaga 1 – Sammanställning av kontrastvärden

Nedan är två tabeller som sammanställer olika färgkombinationer och kontrastvärden från bredbandsval.se. Kolumnen längst till höger anger om färgkombinationen uppfyller kontrastkraven i WCAG 2.0 nivå AA. Även en del godkända värden finns med i tabellen för att färger inte ska bytas ut i onödan, dock inte *alla*. Tips för att testa kontraster själv, använd tillägget Web Accessibility Toolbar i Internet Explorer.

Tabell 1: Tabellen beskriver exempel på olika färgkombinationer och dess kontrastvärde. Över 4,5:1 är ett godkänt kontrastvärde för nivå AA.

Färg	Exempel	Kontrastvärde	Uppfyller kraven?
Vit text på ljusblå bakgrund		3,3:1	Nej
Blå text på vit bakgrund samt ljusgrå text på vit bakgrund. "Visa alla" "10 Mbit/s"		3,3:1	Nej
Blå text på ljusblå bakgrund i formulär "Skickar e-post" "Surfar nyheter/" etc		2,4:1	Nej
Vit text på grön bakgrund. "Vidare", "Beställ", "Sök".		2,5:1	Nej
Vit text på orange bakgrund. "Visa fler"		2,0:1	Nej
Grå text på vit bakgrund, "Hastighet upp till" "Bindningstid"		3,4:1	Nej
Svart/mörkgrå text på vit bakgrund "Bredband 50" "50 Mbit/s ner"		15,9:1	Ja

Tabell 2: Fortsättning på tabell 1. Tabellen beskriver exempel på olika färgkombinationer och dess kontrastvärde. Över 4,5:1 är ett godkänt kontrastvärde för nivå AA.

Färg	Exempel	Kontrastvärde	Uppfyller kraven?
Blå text på vit bakgrund. "Visa mer info" <i>Dock för liten text!</i>		5,0:1	Ja
Svart text på grå bakgrund. "Läs mer"		14,2:1	Ja
Mörkgrå text på vit bakgrund "Allmänna villkor" "Frågor & svar" etc.		15,9:1	Ja
Grå text på vit bakgrund "@Bredbandsval i Sverige AB"		4,2:1	Nej
bredbandsval.se (däremot kan valen vara svår att se)		5,1:1	Ja
Ljusgrå alldeles för liten text i formulärfält vid beställning av bredband. "Förnamn" etc.		2,8:1	Nej
Vit text på blå bakgrund har för låga kontraster. "Hej" "Gustav"		2,6:1	Nej
Grå text på grå bakgrund. "Skriv ett svar.." "Vi använder Intercom"		2,1:1	Nej
Svart text på grå bakgrund "Bredbandsval svarar vanligtvis inom.."		12:1	Ja
Vit text på grå bakgrund		3,3:1	Nej

Bilaga 2 – Checklista åtgärdsförslag

Hänvisning i rapport	Åtgärd	Genomfört
2.1	Ändra färgkombinationerna över sidan så att kontrasterna blir tillräckligt bra.	
2.2.2	Ändra så att samtliga dekorativa ikoner på webbplatsen har alternativtexten alt="". Exempelvis ikonerna under "Visste du att" och ikonerna på sidan "Svara på tre enkla frågor".	
2.2.2	Ändra så att alla logotyper på startsidan och på resultatsidan har en lämplig alternativtext, alt="Comhem".	
2.2.2	Lägg till aria-label="startside bredbandsval.se" i a-elementet för logotypen på startsidan.	
2.4	Ändra alternativen i fråga "2. Vad gör ni när ni surfar?" från textelement till radioknappar eller checkboxar.	
2.4	Lägg till information att det går att välja fler alternativ i fråga "2. vad gör ni när ni surfar"	
2.4	Ändra så att en markerad knapp får tydligare kontraster mellan bakgrund och text.	
2.5.1	Använd aria-describeby och aria-labeledby för att få informationen kring bindningstid, hastighet och jämförpris att läsas upp i rätt ordning.	
2.5.2	Öka storleken på texten som finns under den expanderbara länken "Visa mer info".	
2.5.2	Lägg till aria-expanded="false" och aria-haspopup="true" till länken "Visa mer info" för att skärmläsaren ska förstå att länken har innehåll som går att expandera/minimiera.	
2.5.2	Byt ut samtliga "Läs mer"-knappar till "Beställ"-knappar	
2.5.2	Gör så att skärmläsaren hamnar i den dolda informationen endast med hjälp av att klicka på "Visa mer info". Annars måste all information gås igenom för att komma till nästa resultat i listan.	
2.5.3	Lägg till möjligheten att sortera hastighet från hög till låg eller låg till hög.	
2.5.3	Ändra så att kontrasterna i dropdown-listorna för sortering blir tillräckliga.	
2.6.1	Lägg till ett telefonnummer till kundtjänst	
2.6.1	Ändra så att "kontakt" i sidfoten leder till en kontaktsida med alla kontaktalternativ samlade.	
2.6.2	Fundera på om det går att göra chattsymbolen tydligare.	

Hänvisning i rapport	Åtgärd	Genomfört
2.6.2	Ändra färgkombinationerna i chatten mellan bakgrund och text så att kontrasterna blir bättre.	
2.6.2	Förstora texten i chatten.	
2.6.2	Förtydliga varför mailadress ska skrivas in i chatten.	
2.6.2	Gör chatten kompatibel med skärmläsare.	
2.6.3	Förstora "Svarstexten" under respektive fråga på "Frågor & svar"	
2.6.3	Förkorta radlängden på svarstexten under respektive fråga på "Frågor och svar"	
2.7.1	Öka graden padding i stilmallen så att klickytorna blir större på länkar.	
2.7.2	Förtydliga länkarna i nederkant med en färg, understrykning eller länkpil. Var konsekvent över hela sidan.	
2.7.3	Lägg till (Nytt fönster) eller (Ny flik) på de länkar/knappar som öppnas i ett nytt fönster.	
2.8.1	Skapa en tydligare markering för tangentbordsfokus.	
2.8.2	Gå igenom sidans tabbindex och se till att rubriker och text som exempelvis "Jämför bredband på din adress..." har ett index och att ordningen börjar högst upp och går nedåt i lämplig ordning.	
2.9	Uppdatera rubrikstrukturen enligt kapitel 2.9	
2.9.4	Lägg till rubriken "Vi jämför bredband från" på startsidan	
2.9.4	Lägg till rubriken "Läs vad andra har skrivit om oss.." eller liknande ovanför länkarna som leder till DN etc.	
2.11	Lägg till en länk eller knapp under sökprocessen som säger "tillbaka till startsidan".	
2.11	Se till att skärmläsaren vet att en ny sida har laddats.	
2.12	Förstora texten ovanför respektive formulärfält.	
2.12	Förbättra kontrasten mellan text och bakgrund på texten ovanför respektive formulärfält.	
2.12	Lägg till aria-taggen aria-required="true" i de obligatoriska fälten.	
2.12.1	Lägg till aria-label="mata in ditt gatunamn utan gatunamn" till i koden för att göra formuläret "Vi kunde tyvärr inte hitta din adress"	
2.14	Lägg till lang=sv.	