



Interactieve sessie communicatie, werkconferentie TOP's en routenetwerken 6 november 2014

Uitgangspunt: De gebruiker/recreant dient centraal te staan, daar doen we het voor, dus vanuit de gebruiker denken en redeneren, je verplaatsen in de recreant.

1. aandachtspunten: in het veld, door Ko Droogers

Naamgeving:

Nu hebben we TOP's Poorten, Natuurpoorten, Transferia, Fietstops, Groene Entree's. Deze beogen in grote lijnen allemaal hetzelfde: Plekken waar routes starten en waar je kunt parkeren. Meestal is er ook nog horeca bij. Voor de gebruiker nu niet echt duidelijk

Zouden we kunnen afspreken dat we in de communicatie de term TOP (Toeristisch overstappunt) gebruiken. De locatie kan best poort of entree blijven. Als de locatie voldoen aan startpunt van routes, parkeerplaatsen heeft, info over de routes en horeca in de buurt, is het voor de gebruiker een TOP. We zijn er allemaal bij gebaat als dit een herkenbaar begrip wordt voor de recreant, waar hij ook naar op zoek gaat.

De verschijningsvorm in het gebied is ook verschillend: grashalm, stenen kegel, paneel. Hier kunnen we nu weinig meer aan doen.

Voorbeelden van TOP's



Bewegwijzering:

TOP's moeten gemakkelijk vanaf de doorgaande wegen te vinden zijn. Hiervoor moeten ze goed en herkenbaar bewegwijzerd zijn. Nu zijn veel TOP's niet bewegwijzerd, terwijl juist de functie van de TOP is dat je er gemakkelijk met de auto naar toe kan.

Voor bewegwijzering langwerpige bruine bewegwijzeringsborden gebruiken, met in ieder geval de herkenningsnaam TOP er op en natuurlijk de naam van

de locatie en dat kan weer natuurpoort De Peel. Zo combineren we herkenbaarheid met gebiedseigen. Een probleem is nog dat Rijkswaterstaat en sommige provinciale diensten geen bewegwijzering naar de TOP's toestaan. Herkent u dat en kunnen we wellicht door landelijke afspraken hier iets aan doen? Voorbeelden van borden.



2. Aandachtspunten digitaal, door Arjan Lagerwaard

Vindbaarheid op het internet:

Maandelijks wordt de zoekopdracht "fietsroute" zo'n 500.000 keer ingetoetst. Dit levert 509.000 resultaten op. De zoekopdracht "fietsroute met parkeerplaats" levert 252.000 resultaten op. TOPs zijn op beide zoekresultaten niet te zien, althans niet op de 1^e 3 pagina's.

Dat betekent dat er een uitdaging ligt om de TOPs te vinden met de juiste zoekwoorden: samenwerken met organisaties / sites die beter gevonden worden (ANWB, Staatsbosbeheer, provincies etc.) en zelf ook aan de slag om de TOPs relevanter in de zoekresultaten te laten zijn en daarmee hoger in de resultaten terecht te komen.

Moeten de TOP's overal op dezelfde manier gevonden worden? Google "houdt" niet van dubbele content, m.a.w. kopieën van informatie van de ene site op een andere zorgt voor een slechter resultaat voor beide sites.

Dat zou pleiten voor een kern-website met alle relevante informatie en delen van deze site, of onderdelen van deze site die gedeeld worden met andere sites (zoals ANWB, provincie, SBB etc.) Kunt u zich daar in vinden? Op welke bezwaren zou zoiets stuiten? En de routes die vanaf een TOP vertrekken, wie zorgt daarvoor?