



Koopstromen Fryslân 2024

Factsheet
winkelgebied

Het aantal waarnemingen voor deze locatie is beperkt (N = 131 tot 240). Een deel van de resultaten is daarom indicatief. Zie de leeswijzer op de laatste pagina voor meer informatie.

Centrum West-Terschelling

gemeente Terschelling

Inhoud



Voorzieningen-
aanbod



Branchering



Werk-
gelegenheid



Bestedingen en
marktaandeel



Herkomst
omzet



Binding



Waardering

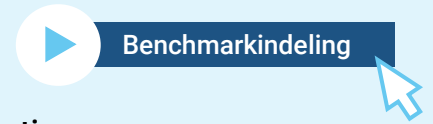


Bezoekgedrag



Straat-
enquêtes

 **Basiskenmerken**



Provincie: **Friesland**
 Gemeente: **Terschelling**

Type locatie: **centrumlocatie**
 Omvang: **< 10.000 m²**

1 *(verwijzing naar leeswijzer op laatste pagina)*



 **Voorzieningenaanbod**

Onderstaande tabel toont de ontwikkeling van het aantal verkooppunten per branche en de ontwikkeling van het aantal vierkante meter winkelvloeroppervlakte in de detailhandelsbranchen en horeca (op honderdtallen).

 **Branchering**

Onderstaande figuur toont de branchering van het voorzieningenaanbod op basis van het aantal verkooppunten en vierkante meters. Dit betreft het aandeel dat de betreffende branche inneemt binnen het totale aantal verkooppunten of oppervlak. Enkel van detailhandel wordt het oppervlak getoond.

Verkooppunten	2017	2020	2024	Branchering 2024
Dagelijks vkp	9	12	11	
Dagelijks m²	800	1.400	1.400	
Recreatief vkp	21	21	22	
Recreatief m²	2.100	2.700	2.600	
Doelgericht vkp	6	6	6	
Doelgericht m²	500	300	300	
Horeca vkp	32	29	30	
Horeca m²	-	3.100	3.200	
Cultuur & ontspanning vkp	6	5	5	
Diensten vkp	10	10	9	
Overig vkp	0	0	0	
Leegstand vkp	0	1	1	
Leegstand m² detailhandel	0	100	100	
3 Totaal vkp	84	84	84	
Totaal m² detailhandel	3.400	4.500	4.500	

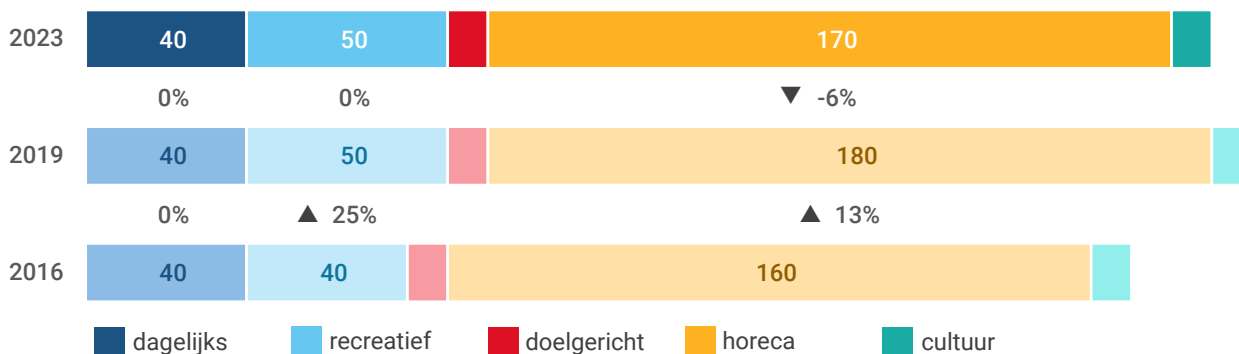
donkere staven  Centrum West-Terschelling
 lichte staven  Benchmark

Bron: Locatus, per 1 januari getoonde jaar; 2024 per 1 april



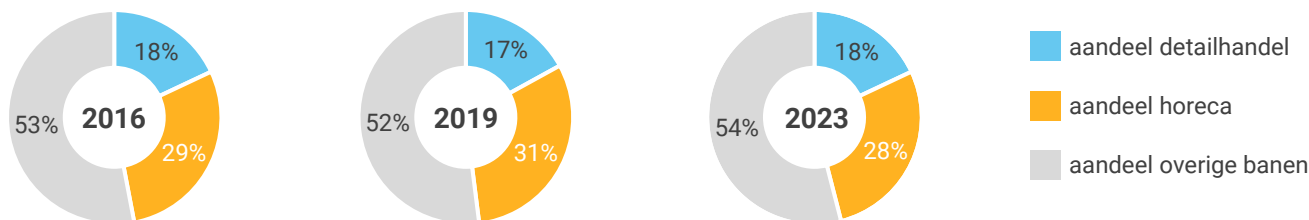
Werkgelegenheid

Onderstaande figuur toont de ontwikkeling van het aantal banen in de detailhandelsbranches, de horeca en de sector cultuur & ontspanning* in dit winkelgebied. Tussen de staven zijn de groeipercentages weergegeven.



* exclusief diensten. Bij kleine omvang van de sector worden de labels soms niet weergegeven | Bron: LISA2023, peildatum 1 april (meest recente cijfers)

Aandeel in totale werkgelegenheid

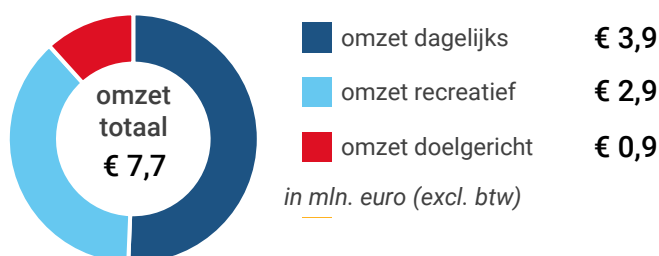


Bestedingen en marktaandeel

De linker figuur toont de omzet (toonbankbestedingen) van de fysieke detailhandel in de dagelijkse-, recreatieve en doelgerichte sector in 2024*. De rechter figuur laat zien wat het marktaandeel daarvan is binnen de totale omzet van de fysieke detailhandel in de gemeente.

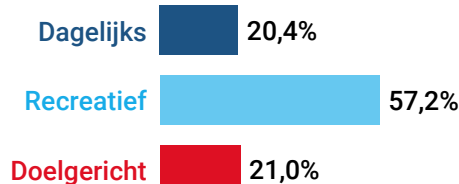
Omzet detailhandel

4



Marktaandeel

in de gemeente



Toevloeiing toerisme in gemeente

In gemeente Terschelling komen naar schatting ook €14,2 miljoen bestedingen bij detailhandel en horeca terecht afkomstig van toerisme.

Deze bestedingen zijn niet toe te bedelen aan individuele winkelgebieden. In de figuur zijn de bestedingen uitgesplitst naar motief.

5

€ 14,2 mln. →

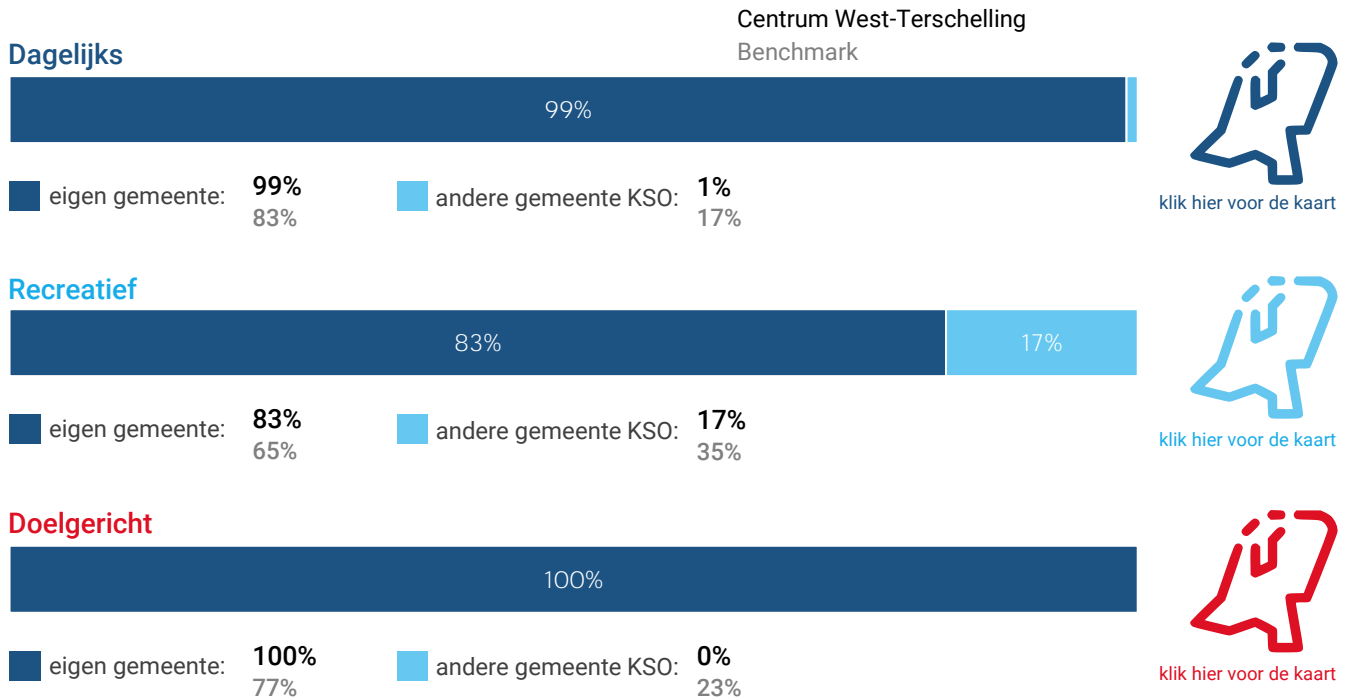


* de omzet voor 2024 is berekend op basis van de respons en kengetallen.

→ Herkomst omzet

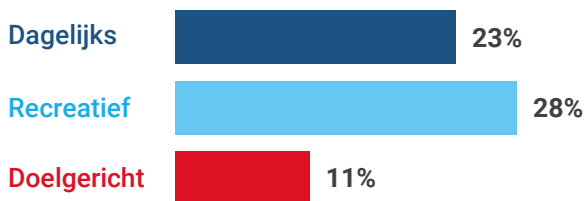
Onderstaande figuur laat zien waar de detailhandelsomzet vandaan komt. Hoe kleiner het aandeel van de omzet dat uit de eigen gemeente afkomstig is, hoe groter de toevloeiing. Ook toont de grafiek de gemiddelde herkomstpercentages van vergelijkbare winkelgebieden (benchmark). Klikken op de kaart geeft toegang tot het online kaartendashboard.

6



📶 Binding

Onderstaande grafiek toont de koopkrachtbinding. De binding betreft het aandeel van de bestedingen van consumenten uit de gemeente dat in dit winkelgebied terecht komt.



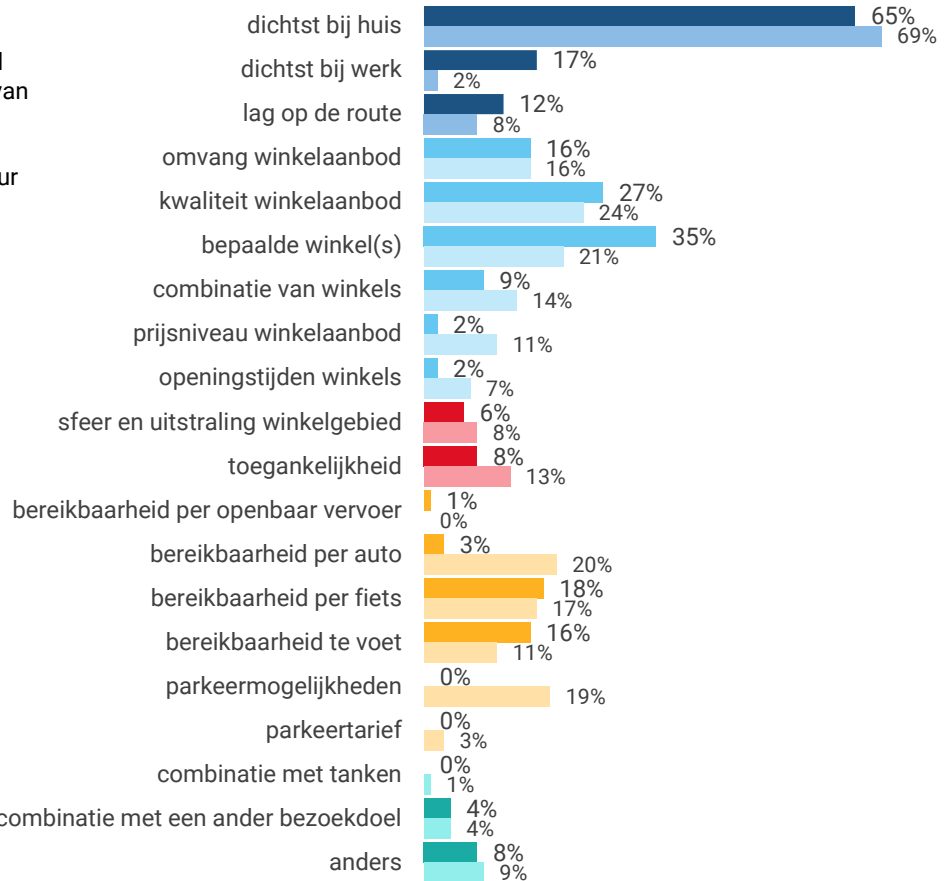
★ Waardering

Onderstaande tabel toont de gemiddelde rapportcijfers die consumenten geven aan verschillende aspecten van een winkelgebied. Bij het aspect faciliteiten gaat het bijvoorbeeld om wc, wifi, afhaalpunt en bankjes. De resultaten worden vergeleken met de benchmarkgebieden.

	2024	Benchmark
totaaloordeel	7,6	7,6
winkelaanbod	7,3	7,2
sfeer en uitstraling	7,6	7,3
veiligheid	8,3	8,0
netheid	7,6	7,8
aanwezigheid groen	6,8	6,6
faciliteiten	4,9	6,5
service	7,6	7,9
parkeren auto	5,7	8,1
stalling fiets	7,0	7,9
bereikbaarheid auto	5,8	8,3
bereikbaarheid fiets	8,1	8,6
bereikbaarheid OV	6,6	5,9
horeca	8,2	6,7

Motieven

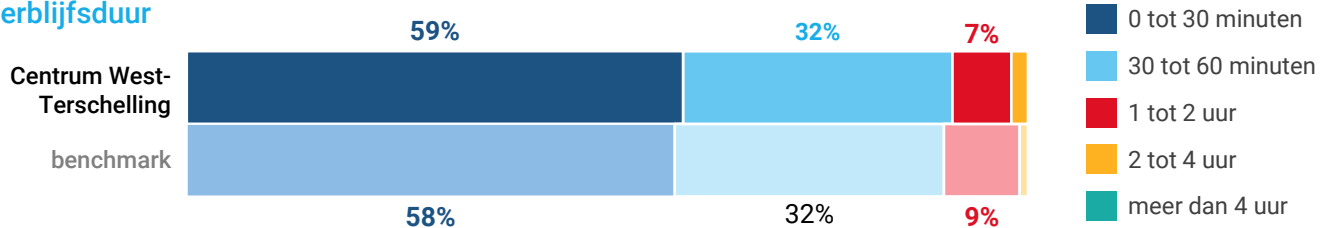
De figuur laat zien waarom consumenten voor dit winkelgebied kiezen en wat de bezoekmotieven van vergelijkbare winkelgebieden zijn (benchmark). De motieven zijn thematisch op kleur gegroepeerd.



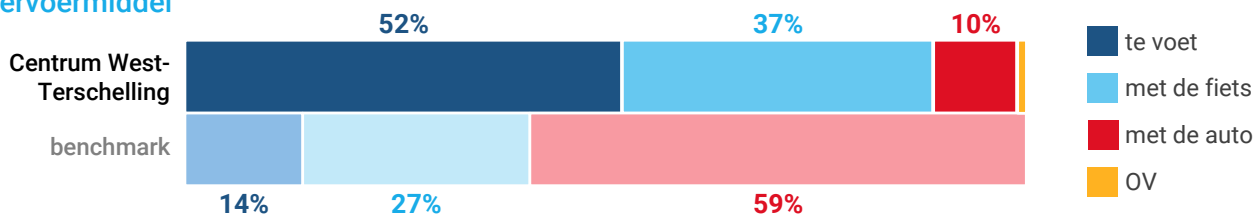
Bezoekgedrag

Onderstaande figuren laten zien hoe lang consumenten in het winkelgebied verblijven, met welk vervoermiddel ze komen en hoe vaak ze het winkelgebied bezoeken. De resultaten worden vergeleken met die van de benchmarkgebieden.

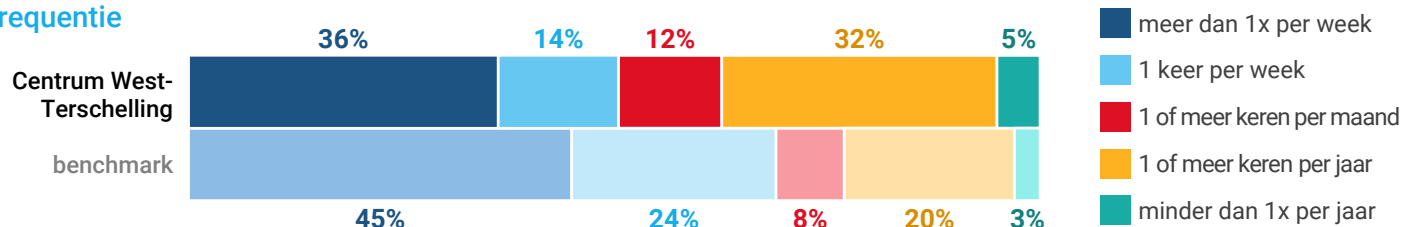
Verblijfsduur



Vervoermiddel



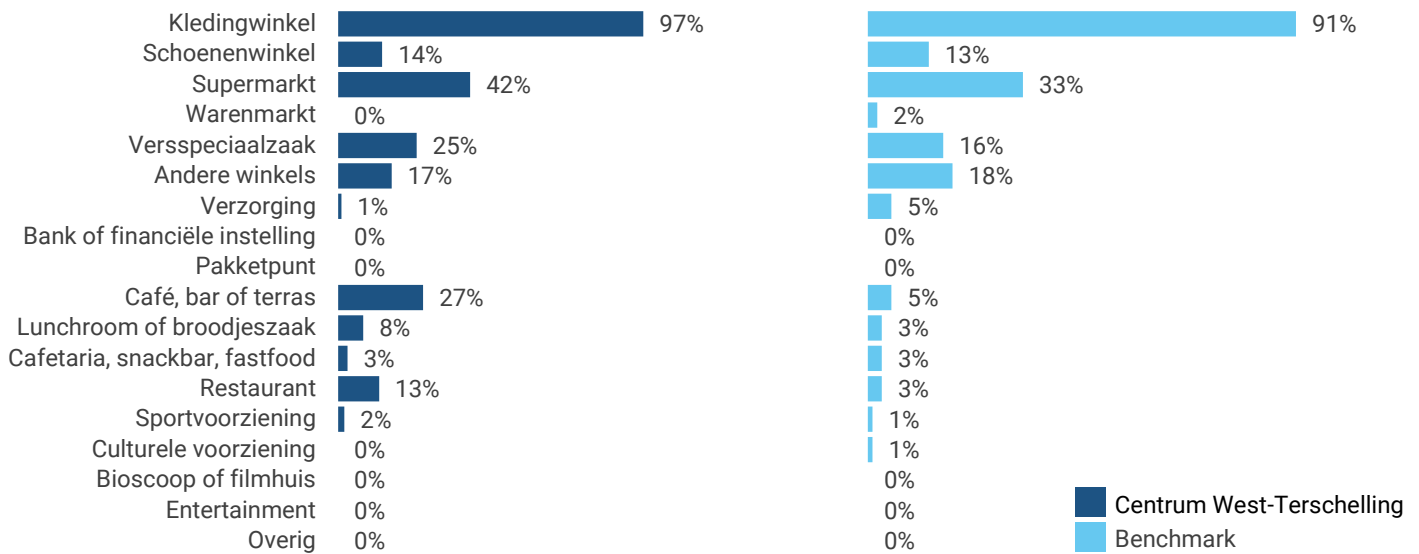
Frequentie





Bezochte voorzieningen

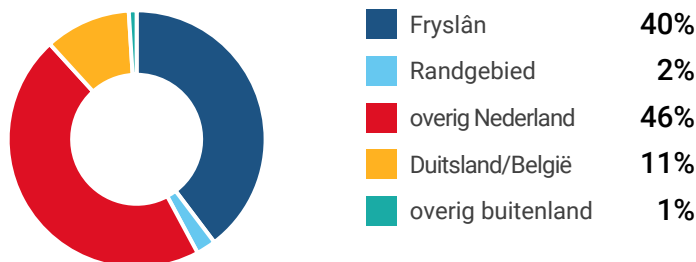
De grafiek toont bezochte voorzieningen bij bezoek voor mode-aankopen.



Resultaten straat enquêtes

7

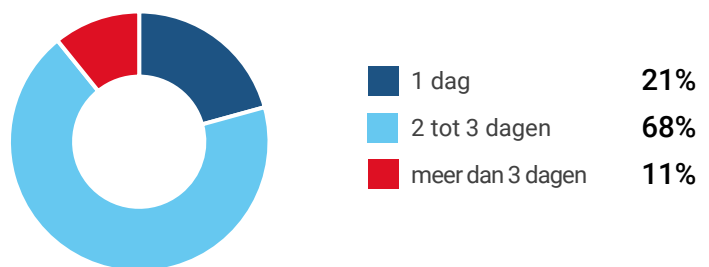
Herkomstgebieden



Bezoekers kunnen uit Fryslân komen, maar uit ook het randgebied (diverse gemeenten in Flevoland, Overijssel, Drenthe en Groningen), uit een ander deel van Nederland of uit het buitenland. In dit geval komt 40% van de bezoekers uit Fryslân zelf.

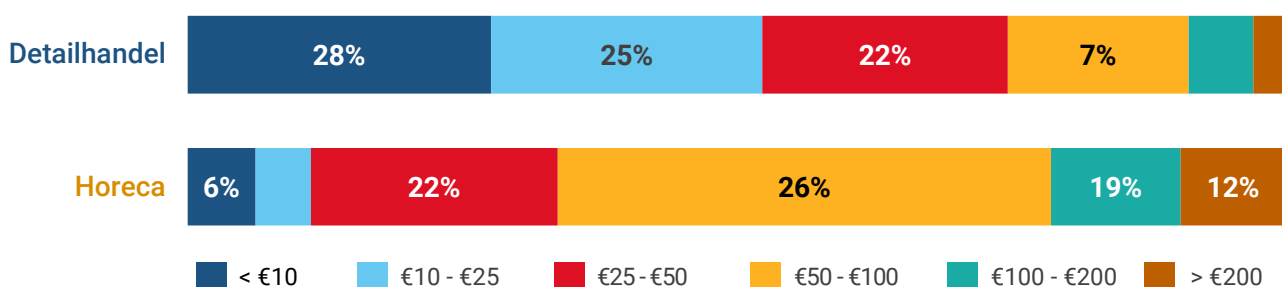
Verblijfsduur

Bezoekers die niet uit Fryslân komen, blijven in 21% van de gevallen 1 dag in het winkelgebied. 11% van de bezoekers blijft langer dan 3 dagen.



Uitgaven

Onderstaande grafiek toont de uitgaven aan detailhandel en horeca door bezoekers van het gebied tijdens hun verblijf. Het gaat om zowel bezoekers uit Fryslân als van buiten de provincie.





Leeswijzer

Het aantal waarnemingen in het onderzoek is beperkt voor deze locatie. De resultaten van de volgende onderdelen zijn daarom indicatief: Bestedingen en marktaandeel, Herkomst omzet, Binding, Waardering, Motieven, Bezoekgedrag en Bezochte voorzieningen. De uitkomsten van de stratenquête zijn wel betrouwbaar.

1) Type locatie

- *Centrale winkelgebieden*: het centrale winkelgebied van een plaats
- *Ondersteunende winkelgebieden*: wijk-, buurt- en stadsdeelcentra veelal sterk gericht op dagelijkse boodschappen.
- *Grootschalige winkelgebieden*: winkelgebieden met grootschalig winkelaanbod veelal in doelgerichte branches (zoals woonboulevards). → [Indeling winkelgebieden](#)

Omvang

Indeling van winkelgebieden o.b.v. het totaal aantal vierkante meter winkelvloeroppervlakte (alle branches inclusief leegstand).

2) Branches

In de figuur hiernaast is de indeling van branches en artikelgroepen weergegeven. De sector niet-dagelijks is opgesplitst in twee hoofdgroepen: recreatief en doelgericht.

Onder *Cultuur & ontspanning* vallen bijvoorbeeld fitnesscentra en escape rooms. Onder *Diensten* in winkelgebieden vallen onder andere ambachten (bijvoorbeeld kappers, schoenreparatie, enz.), banken, stomerijen, reisbureau's, enz. Van deze sectoren zijn geen koopstromen beschikbaar. Omdat dit type vestigingen wel vaak voorkomt in winkelgebieden zijn in de factsheet wel cijfers over aantallen verkooppunten en werkgelegenheid opgenomen.

[Klik hier voor een gedetailleerde indeling van de branches en artikelgroepen door Locatus.](#)

	BRANCHES KSO	ARTIKELGROEPEN
Sector niet-dagelijks	Sector dagelijks	
	Dagelijks	levensmiddelen persoonlijke verzorging
	Sector recreatief	
	Mode & Luxe	mode huishoudelijk sport en spel media en hobby
	Sector doelgericht	
	In & Om het huis	elektronica doe-het-zelf woninginrichting tuinartikelen en planten
	Detailhandel Overig	detailhandel overig
	Sector horeca	
	Horeca	dranken eten fastfood koffie en desserts horeca overig

3) Afkortingen

- vkp verkooppunten
- m² vierkante meter winkelvloeroppervlak

Leegstand

Leegstand vkp: het totale aantal leegstaande verkooppunten.

Leegstand m² detailhandel: het aantal leegstaande vierkante meters detailhandel (berekend conform de formule van Locatus) → [formule Locatus](#)

4) Bestedingen bij niet-aanwezige branches

Het kan voorkomen dat de factsheet bestedingen toont bij branches die niet in het winkelgebied zijn gevestigd. In dat geval hebben consumenten in de enquête aangegeven dat ze wel producten in de betreffende artikelgroep in het winkelgebied hebben gekocht. Veelal gaat het om artikelen zoals b.v. etenswaren bij een doe-het-zelf -zaak.

5) Toerisme/toeristische bestedingen

Bestedingen bij de detailhandel en horeca door binnen- en buitenlandse verblijfstoeristen en binnenlandse dagjesmensen.

6) Andere gemeenten KSO

Het gaat hier om gemeenten binnen het onderzoeksgebied en randgebied van KSO Fryslân.

7) Straatenquêtes

Op 25 plaatsen in Fryslân zijn aanvullende stratenquêtes gehouden, hoofdzakelijk om het aandeel toeristen nauwkeurig in kaart te kunnen brengen. Ook zijn enkele aspecten van de bezoekers en hun gedrag in beeld gebracht, zoals de verblijfsduur, de uitgaven en de bezoekredenen.