

**LBBW**

Bereit für Neues

# Burkerts Blick

Strategy Research | Kommentar des LBBW Chefvolkswirts

## „Früher war mehr La- metta“

### Weihnachten virtuell? Und dann?

Jetzt also auch noch Weihnachten. Virtuell. Mit Zoom, Webex, Teams und Co. die Feiertage gestalten, per Livestream die Weihnachtsgottesdienste empfangen. Und als Vorübung digitale Adventskalender. „Früher war mehr Lametta“ würde Loriots Opa Hoppenstedt wohl sagen. Der Wunsch vieler, Weihnachten real und nicht virtuell zu erleben, wird m. E. bestehen bleiben, auch wenn die auferlegte Ruhe dieses Jahr vielleicht zu den immer wieder gewünschten besinnlichen Weihnachtstagen führt. Doch wie sieht es beim Thema Weihnachtsgeschenke aus?

#### „Bleib zu Hause“-Profiteur Nr. 1: Online-Handel

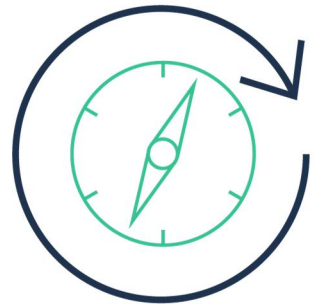
Die Covid-19-Pandemie hat maßgebliche Auswirkungen auf den Einzelhandel. Während der Lebensmitteleinzelhandel vom stärkeren Zu-Hause-Konsum profitiert, wird der Nicht-Lebensmittelhandel durch Einschränkungen gegen die Verbreitung des Virus deutlich belastet. Trotz der Covid-19-Pandemie erwartet der Handelsverband Deutschland (HDE) eine Steigerung der Einzelhandelsumsätze in Deutschland um 1,5% auf 552 Mrd. EUR. Das Wachstum findet dabei nur online statt. Der Onlinehandel dürfte im Jahr 2020 um 18% auf 70 Mrd. EUR zulegen. Der Anteil des Online-Handels am gesamten Einzelhandelsumsatz steigt damit im Jahr 2020 überdurchschnittlich auf dann 13%.

#### Zweite Corona-Welle trifft auf Weihnachtsgeschäft

Das Weihnachtsgeschäft ist für den Einzelhandel mitentscheidend für das Jahresergebnis. Nach Umfragen wird zwar ein ordentliches Weihnachtsgeschäft erwartet, Wachstum dürfte allerdings nur im E-Commerce erzielt werden. Denn: Verbraucher planen vorausschauender und kaufen gezielter, Erlebnis- und Impulseinkäufe treten vermehrt in den Hintergrund. Das bedeutet, dass die Kundenfrequenz in den Innenstädten sinkt, auch

**Uwe Burkert**Chefvolkswirt und  
Leiter Research

LBBWResearch@LBBW.de



---

**Corona und  
Handel - eCom-  
merce ist nicht  
aufzuhalten.**

---

---

**Weihnachten -  
entscheidend für  
Jahresergebnis  
im Handel**

---

wegen fehlender Weihnachtsmärkte und Touristen. Die Folge: Der Einkauf wird verstärkt online getätigt. Aber auch der Einkauf im stationären Handel wird zunehmend online vorbereitet. Zwar stellen sich die Einzelhändler mit zusätzlichen Zahlungsmöglichkeiten, gezielten Rabatten und neue Liefermöglichkeiten darauf ein, aber verändertes Kundenverhalten und stärkere Online-Affinität bleiben auch nach Corona.



## Splittung Mehrwertsteuer, verkaufsoffene Sonntage, Ausbau E-Commerce

Dem stationären Handel bieten die neuen Entwicklungen aber auch Chancen, z. B. die digitale Optimierung der Betriebsabläufe und Lieferketten bis hin zur Etablierung neuer Vertriebskanäle über das Internet. Die vollkommene und nahtlose Verknüpfung sämtlicher Vertriebskanäle bietet dem Kunden dann das, was er heute wünscht: Ein durchgängiges Einkaufserlebnis. Während der Corona-Beschränkungen im Jahr 2021 schlagen wir eine zeitlich begrenzte Senkung der Mehrwertsteuer im stationären Handel und Beibehaltung im Online-Handel vor. Ebenso plädieren wir für verkaufsoffene Sonntage in dieser Zeit, um eine bessere Verteilung der Kundenströme, Hygienemaßnahmen und Abstandsregeln zu sichern. „Früher war mehr La-metta“, aber morgen braucht es lebendige Innenstädte.

---

### Disclaimer:

Diese Publikation richtet sich ausschließlich an Empfänger in der EU, Schweiz und in Liechtenstein.

Diese Publikation wird von der LBBW nicht an Personen in den USA vertrieben und die LBBW beabsichtigt nicht, Personen in den USA anzusprechen.

Aufsichtsbehörden der LBBW: Europäische Zentralbank (EZB), Sonnemannstraße 22, 60314 Frankfurt am Main und Bundesanstalt für Finanzdienstleistungsaufsicht (BaFin), Graurheindorfer Str. 108, 53117 Bonn / Marie-Curie-Str. 24-28, 60439 Frankfurt.

Diese Publikation beruht auf von uns nicht überprüfbaren, allgemein zugänglichen Quellen, die wir für zuverlässig halten, für deren Richtigkeit und Vollständigkeit wir jedoch keine Gewähr übernehmen können. Sie gibt unsere unverbindliche Auffassung über den Markt und die Produkte zum Zeitpunkt des Redaktionsschlusses wieder, ungeachtet etwaiger Eigenbestände in diesen Produkten. Diese Publikation ersetzt nicht die persönliche Beratung. Sie dient nur Informationszwecken und gilt nicht als Angebot oder Aufforderung zum Kauf oder Verkauf. Für weitere zeitnähere Informationen über konkrete Anlagemöglichkeiten und zum Zwecke einer individuellen Anlageberatung wenden Sie sich bitte an Ihren Anlageberater.

**Wir behalten uns vor, unsere hier geäußerte Meinung jederzeit und ohne Vorankündigung zu ändern. Wir behalten uns des Weiteren vor, ohne weitere Vorankündigung Aktualisierungen dieser Information nicht vorzunehmen oder völlig einzustellen.**

Die in dieser Ausarbeitung abgebildeten oder beschriebenen früheren Wertentwicklungen, Simulationen oder Prognosen stellen keinen verlässlichen Indikator für die künftige Wertentwicklung dar.

Die Entgegennahme von Research Dienstleistungen durch ein Wertpapierdienstleistungsunternehmen kann aufsichtsrechtlich als Zuwendung qualifiziert werden. In diesen Fällen geht die LBBW davon aus, dass die Zuwendung dazu bestimmt ist, die Qualität der jeweiligen Dienstleistung für den Kunden des Zuwendungsempfängers zu verbessern.

---

## Splittung Mehrwertsteuer und verkaufsoffene Sonntage während der Corona-Beschränkungen!

---