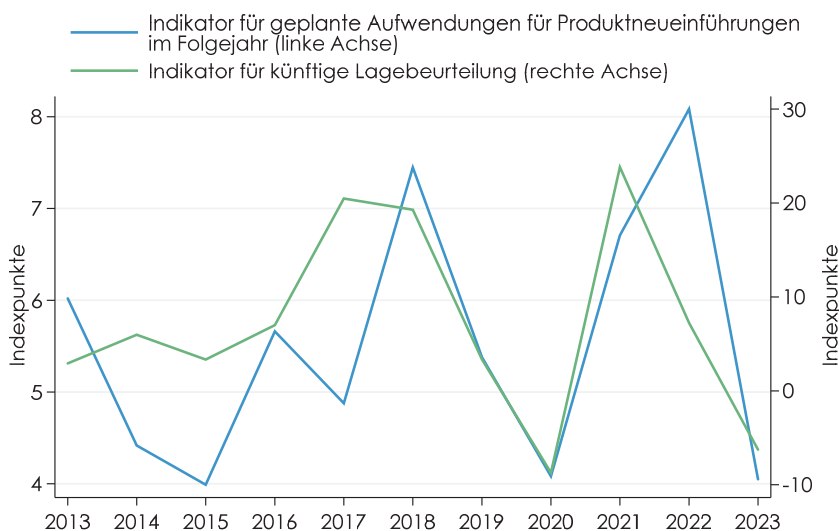


Unternehmensausgaben für neue Produkte dürften 2024 nur schwach wachsen

Kathrin Hofmann, Agnes Kügler, Nicole Schmidt-Padickakudy

- Der Zuwachs der Ausgaben für neue Produkte und Dienstleistungen blieb auch 2023 überdurchschnittlich.
- In fast allen Branchen dämpften jedoch die weltweite Abschwächung der Industriekonjunktur und die gestiegene Unsicherheit die Bereitschaft, 2024 in Produktneueinführungen zu investieren.
- Der Anteil der österreichischen Unternehmen, die neue Produkte eingeführt haben, stabilisierte sich 2023 auf niedrigem Niveau.
- Im Vergleich zu den Jahren vor der COVID-19-Pandemie haben die Produktneueinführungen in allen Unternehmensgrößenklassen abgenommen.
- Externe Finanzierung kann für Produktneueinführungen von Bedeutung sein. Die Zahl der Neukredite von Unternehmen ist in Österreich seit Ausbruch der COVID-19-Pandemie rückläufig.

Geplante Aufwendungen für neue Produkte und Dienstleistungen sowie künftige Lagebeurteilung



"Unternehmen planen ihre Ausgaben für neue Produkte und Dienstleistungen nicht losgelöst vom erwarteten Konjunkturverlauf. Sind die unternehmerischen Einschätzungen zur künftigen Wirtschaftsentwicklung optimistischer, werden entsprechend höhere Ausgaben für Produktneueinführungen vorgesehen."

Der Indikator der Ausgabenplanung für das kommende Jahr, der von der laufenden Konjunkturschätzung bzw. den Erwartungen geprägt ist, sank 2023 auf 4,1 Punkte ab, nachdem er 2021 und 2022 noch einen deutlichen Ausgabenzuwachs im jeweiligen Folgejahr signalisiert hatte (Q: WIFO-Konjunkturtest, WIFO-Berechnungen).

Unternehmensausgaben für neue Produkte dürften 2024 nur schwach wachsen

Kathrin Hofmann, Agnes Kügler, Nicole Schmidt-Padickakudy

Unternehmensausgaben für neue Produkte dürften 2024 nur schwach wachsen

2023 verzeichneten österreichische Unternehmen einen überdurchschnittlichen Anstieg der Ausgaben für neue Produkte und Dienstleistungen. Unternehmen, die bereits im Vorjahr ihre Innovationsausgaben erhöht hatten, behielten diesen Kurs überwiegend bei. Obwohl die Innovationsausgaben 2023 zulegten, führte nur etwa ein Fünftel der befragten Unternehmen neue Produkte oder Dienstleistungen ein. Seit der COVID-19-Krise ist ein genereller Rückgang der Innovationanstrengungen zu beobachten, vor allem in kleinen und mittleren Unternehmen. Ebenso ist die Finanzierung über Kredite, ein wichtiger Motor für die Einführung neuer Produkte, seit der Pandemie rückläufig. Jedes vierte Unternehmen meldete im Jahr 2023 Hindernisse bei der Kreditvergabe.

JEL-Codes: O31, D22, E32 • **Keywords:** Produktneueinführungen, Konjunkturschwankungen, Konjunkturtest

Begutachtung: Werner Hölzl • Abgeschlossen am 28. 2. 2024

Kontakt: Kathrin Hofmann (kathrin.hofmann@wifo.ac.at), Agnes Kügler (agnes.kuegler@wifo.ac.at), Nicole Schmidt-Padickakudy (nicole.schmidt-padickakudy@wifo.ac.at)

Corporate Expenditure on New Products is Expected to Grow Only Weakly in 2024

In 2023, Austrian companies recorded an above-average increase in expenditure on new products and services, although only around a fifth of the companies surveyed introduced new products or services. Companies that had already increased their innovation expenditure in the previous year largely maintained this course. Since the outbreak of the COVID-19 crisis, there has been a general decline in innovation efforts, particularly in small and medium-sized enterprises. Financing through loans, which can be a significant driver for the introduction of new products, has also decreased since the pandemic. In 2023, one in four companies reported obstacles to lending.

1. Einleitung

Österreichs Wirtschaft befindet sich derzeit in einer Rezession. Die heimische Wirtschaftsleistung sank 2023 um voraussichtlich 0,8%; die Folgen des Nachfrageeinbruchs und des Energiepreisschocks sind nach wie vor spürbar (Ederer & Schiman-Vukan, 2023). Infolge des Ukraine-Krieges stiegen die Energiepreise und insbesondere der Erdgaspreis kräftig an, was vorrangig energieintensive Unternehmen in der Sachgütererzeugung traf. Die Industrieproduktion dürfte sich nur langsam erholen. Die Investitionsdynamik wird durch die Unsicherheit bezüglich der Energiepreisentwicklung und das hohe Preisniveau belastet (Friesenbichler & Hölzl, 2024). Die hohen Energiepreise trieben die Inflation, was eine Straffung der Geldpolitik zur Folge hatte. Damit wurde es für Unternehmen teurer, ihren Kreditbedarf zu decken. Die Investitionsdaten der Volkswirtschaftlichen Gesamtrechnung (VGR) lassen darauf schließen, dass sich das Wachstum der wissensintensiven "sonstigen Anlageinvestitionen" 2023 auf 4,2% verlangsamt hat (-0,8 Prozentpunkte im Vergleich zu 2022). Für 2024 rechnet das WIFO mit einem Zuwachs von nur 3% (Ederer & Schiman-Vukan, 2023).

In der Literatur herrscht weitgehend Einigkeit darüber, dass unternehmensinterne Forschung und Entwicklung (F&E) einen wichtigen Beitrag zur Flexibilität leisten und Unternehmen in die Lage versetzen, wirtschaftlichen Veränderungen erfolgreicher zu begegnen (Geroski et al., 1993; Meghir et al., 1996). Solche Unternehmen können sich mithilfe ihres Wissenskapitals durch Innovationen in Produkt- und Geschäftsprozessen besser an wechselnde Marktsituationen anpassen und wettbewerbliche Herausforderungen bewältigen. Dadurch sind sie widerstandsfähiger gegen Krisen (Archibugi et al., 2013; Friesenbichler et al., 2020). So verzeichnen insbesondere kleine und mittlere Unternehmen (KMU), die in Krisenzeiten neue Produkte auf den Markt bringen, ein stärkeres Beschäftigungswachstum als andere Unternehmen (Peters et al., 2022). Durch die Einführung neuer Produkte können innovative Unternehmen Nachfrageeinbrüche nach bestehenden Produkten kompensieren. Allerdings verhalten sich die aggregierten Innovationsausgaben der Unternehmen häufig azyklisch und schrumpfen bei schlechterer Konjunktur.

Dieser Beitrag präsentiert die Ergebnisse der aktuellen WIFO-Befragung österreichischer Unternehmen zur Einführung neuer Produkte und Dienstleistungen sowie zu den dafür getätigten und geplanten Ausgaben. Bereits 2022 hatte sich ein deutlicher konjunkturbedingter Rückgang der Innovationstätigkeit österreichischer Unternehmen gezeigt (Kügler et al., 2023). Dieser Trend konnte auch im Jahr 2023 nicht durchbrochen werden: der Anteil der Unternehmen, die neue Produkte oder Dienstleistungen

einführten, stagnierte auf einem niedrigen Niveau. Die unternehmerischen Aufwendungen für Produktneueinführungen blieben zwar per Saldo überdurchschnittlich, die hohe wirtschafts- und geopolitische Unsicherheit trübte jedoch merklich die Planung für 2024. Dies spiegelt sich auch im Rückgang der Kreditvertragsabschlüsse durch Unternehmen bzw. den vermehrten Meldungen über Beschränkungen bei der Kreditvergabe.

2. Datengrundlage

Seit 2011 werden im Rahmen des WIFO-Konjunkturtests einmal jährlich Fragen zur Einführung neuer Produkte gestellt¹⁾. Die letzte Erhebung fand im Dezember 2023 statt. Die daraus gewonnenen Ergebnisse vermitteln ein erstes Stimmungsbild zum Innovations-

verhalten österreichischer Unternehmen. An der aktuellen Befragungswelle nahmen 432 Unternehmen teil. Die Indikatoren, die den Auswertungen zugrunde liegen, sind im folgenden Textkasten zusammengefasst.

Verwendete Indikatoren

Veränderung der Aufwendungen für Produktneueinführungen im Meldejahr im Vergleich zum Vorjahr: Die Unternehmen melden, ob sie derartige Aufwendungen getätigt haben und ob diese gegenüber dem Vorjahr höher, niedriger oder gleich hoch ausgefallen sind. Die Meldungen gehen beschäftigungsgewichtet in die Berechnung des Indikators für die Gesamtwirtschaft ein. Bei einem Indikatorwert größer null überwiegen die (beschäftigungsgewichteten) Meldungen der Unternehmen, die eine Ausweitung der Aufwendungen planen, die (beschäftigungsgewichteten) Meldungen der Unternehmen, die ihre Ausgaben kürzen dürften. Bei einem Indikatorwert von null halten sich positive und negative Meldungen die Waage. Darüber hinaus werden auch die (ungewichteten) Anteile der Unternehmen, die ihre Ausgaben gesteigert, gleich gehalten bzw. gesenkt haben, nach Größenklassen und Branchen berechnet.

Geplante Aufwendungen für Produktneueinführungen im Folgejahr im Vergleich zum Meldejahr: Berechnung analog zum vorigen Indikator.

Anteil der Unternehmen mit Produktneueinführungen: Anteil aller positiven Meldungen zur Frage, ob im abgelaufenen Jahr neue Produkte oder Dienstleistungen eingeführt wurden, an allen befragten Unternehmen (vgl. Reinstaller, 2019).

Indikator der künftigen Lagebeurteilung: Der Indikator setzt sich aus monatlichen Meldungen zu Fragen zur Entwicklung der Produktion und der Beschäftigung in den kommenden drei Monaten und zur Entwicklung der Geschäftslage in den kommenden sechs Monaten zusammen. Die Meldungen zu diesen Fragen wurden für jedes Unternehmen zuerst über die monatlichen Meldungen der drei Indikatoren saldiert und daraus ein (beschäftigungsgewichteter) Jahresdurchschnitt über alle Meldungen in einem Jahr berechnet.

Anteil der Unternehmen mit neuen Kreditverträgen im Meldejahr: Der Anteil wird aus monatlichen Meldungen zu Fragen zur Kreditvergabe berechnet. Die Unternehmen melden, ob sie in den letzten 3 Monaten einen oder mehrere Kreditverträge (z. B. Neukredit, Ausweitung eines bestehenden Kredits oder eines Überziehungsrahmens, usw.) mit Banken abgeschlossen haben.

Anteil der Unternehmen mit Beschränkungen bei Kreditvorhaben: Die Berechnung basiert auf demselben Fragenkatalog wie der vorherige Indikator. Beschränkungen umfassen sowohl eine Abweichung in der erwarteten Kredithöhe und/oder den Kreditbedingungen als auch ein Nichtzustandekommen eines Kredites aufgrund der Ablehnung durch die Bank. Sollte ein Unternehmen gar nicht erst um einen Kredit angesucht haben, da es keine realistische Chance darauf sah, gilt auch dieser Umstand als Beschränkung.

3. Aufwendungen für die Einführung neuer Produkte werden im Einklang mit den Konjunkturerwartungen geplant

Die unternehmerischen Erwartungen trübten sich im Laufe des Jahres 2023 wieder ein. Es war geprägt durch hohe wirtschaftliche und geopolitische Unsicherheit infolge des russischen Angriffskrieges, der gestiegenen Energiekosten und hoher Inflationsraten. Unternehmen planen ihre Ausgaben für neue Produkte und Dienstleistungen nicht losgelöst vom erwarteten Konjunkturverlauf. Sind die

unternehmerischen Einschätzungen zur künftigen Wirtschaftsentwicklung optimistischer, werden entsprechend höhere Ausgaben für Produktneueinführungen vorgesehen.

In Österreich zeigen die geplanten Ausgaben für neue Produkte und Dienstleistungen einen prozyklischen Verlauf (Abbildung 1). So wurde der Einbruch der unternehmeri-

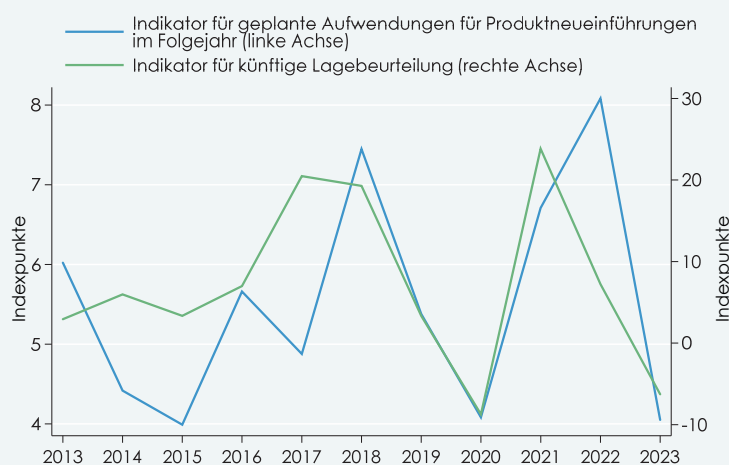
¹⁾ Siehe Reinstaller (2019) für eine detaillierte Beschreibung der Teilerhebung zur Einführung neuer Produkte

und Dienstleistungen bzw. Hölzl und Schwarz (2014) für eine Beschreibung des WIFO-Konjunkturtests.

schen Erwartungen zur Konjunktorentwicklung im Jahr 2020 von einem Rückgang der geplanten Aufwendungen für Produktneueinführungen begleitet. 2021 waren die befragten Unternehmen wieder optimistischer in Bezug auf die künftige Wirtschaftsentwicklung. Der Konjunkturaufschwung wurde

jedoch in den beiden Folgejahren durch geopolitische Unsicherheit, Liefer- und Energieengpässe und die daraus folgenden weltweiten Preissteigerungen gedämpft. Die Rückmeldungen zu den geplanten Ausgaben für neue Produkte und Dienstleistungen folgten diesem Konjunkturverlauf.

Abbildung 1: **Geplante Aufwendungen für neue Produkte und Dienstleistungen sowie künftige Lagebeurteilung**



Q: WIFO-Konjunkturtest, WIFO-Berechnungen. Die Stichprobengröße des WIFO-Konjunkturtests liegt bei jährlich rund 1.500 Unternehmen (2023: 1.547), davon beantworteten im Dezember 2023 321 Unternehmen die Frage zu den geplanten Aufwendungen für die Neueinführung von Produkten und Dienstleistungen. Der Indikator für die Veränderung der geplanten Aufwendungen für Produktneueinführungen wurde als beschäftigungsgewichteter Überhang berechnet. Bei einem Wert größer null überwiegen die (beschäftigungsgewichteten) Rückmeldungen der Unternehmen, die eine Ausweitung der Aufwendungen planen, die (beschäftigungsgewichteten) Rückmeldungen der Unternehmen, die ihre Ausgaben kürzen dürften. Der Indikator der künftigen Lagebeurteilung zeigt den (beschäftigungsgewichteten) Durchschnitt der unternehmerischen Erwartungen der befragten Unternehmen.

Übersicht 1: **Aufwendungen für neue Produkte und Dienstleistungen im Meldejahr sowie geplante Aufwendungen im Folgejahr**

	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023
Indikator für Aufwendungen für Produktneueinführungen im Meldejahr	6,2	6,2	5,3	6,4	6,5	8,0	6,8	3,5	11,9	7,1	7,6
Indikator für geplante Aufwendungen für Produktneueinführungen im Folgejahr	6,0	4,4	4,0	5,7	4,9	7,5	5,4	4,1	6,7	8,1	4,1

Q: WIFO-Konjunkturtest, WIFO-Berechnungen. Die Indikatoren für die Veränderung der getätigten bzw. geplanten Aufwendungen für Produktneueinführungen im Melde- bzw. im Folgejahr wurden als beschäftigungsgewichtete Überhänge berechnet. Bei einem Wert größer null überwiegen die (beschäftigungsgewichteten) Rückmeldungen der Unternehmen, die ihre Aufwendungen ausweiten wollen bzw. bereits ausgeweitet haben, die (beschäftigungsgewichteten) Rückmeldungen der Unternehmen, die Ausgabenkürzungen planen bzw. durchgeführt haben.

Österreichs Unternehmen dürften ihre Ausgaben für neue Produkte und Dienstleistungen 2024 deutlich schwächer ausweiten als im Durchschnitt der letzten 10 Jahre.

Die erste Zeile in Übersicht 1 zeigt die Veränderung der im jeweiligen Meldejahr aufgeführten Aufwendungen für neue Produkte und Dienstleistungen. Die Aufwendungen waren nach einem zurückhaltenden Jahr 2020 im Folgejahr kräftig angestiegen (per Saldo). Ab 2022 fiel der Anstieg aber wieder geringer aus. Der beschäftigungsgewichtete Indikator der Veränderung der Ausgaben blieb mit Werten von 7,1 (2022) und 7,6 (2023) dennoch überdurchschnittlich, wenn man die letzten 10 Jahre als Vergleichszeit-

raum heranzieht (10-Jahres-Durchschnitt: 6,8).

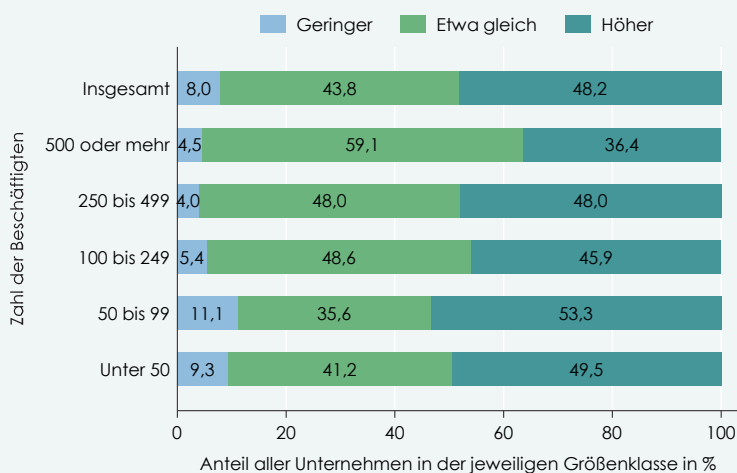
Der Indikator der für das jeweilige Folgejahr geplanten Aufwendungen für neue Produkte und Dienstleistungen bildet die Planungsunsicherheit der Unternehmen ab und ist von der laufenden Konjunkturschätzung bzw. den Erwartungen geprägt. Hatte der Indikator 2021 und 2022 noch einen deutlichen Ausgabenzuwachs im jeweiligen Folgejahr signalisiert, so sackte er 2023 auf

4,1 Punkte ab (Übersicht 1, 2. Zeile). Damit lag er zwar weiterhin im positiven Bereich, doch deutlich unter dem 10-Jahres-Durchschnitt von 5,5 Punkten. Dies lässt für 2024 nur einen unterdurchschnittlichen Anstieg der Aufwendungen erwarten und spiegelt die pessimistischen Geschäftsaussichten der Unternehmen um die Jahreswende 2023/24 wider (Hölzl et al., 2024). Mit Ausnahme des

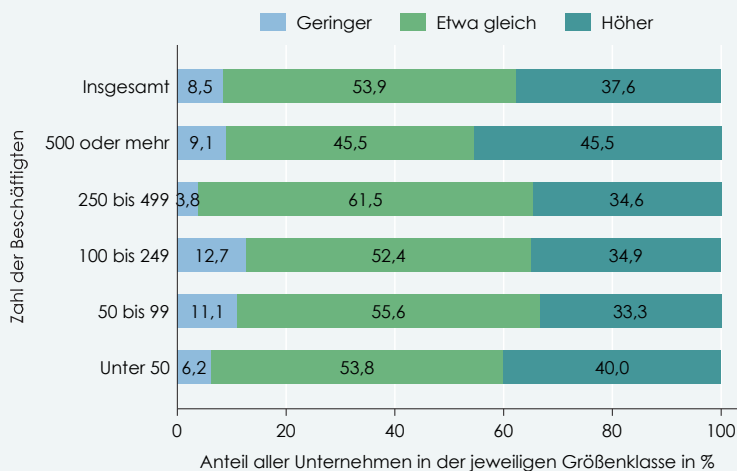
Dienstleistungsbereichs stieg die unternehmerische Unsicherheit infolge der weltweiten Abschwächung der Industriekonjunktur in allen Sektoren merklich über den langjährigen Durchschnitt. Eine erhöhte gesamtwirtschaftliche Unsicherheit geht wiederum oftmals mit einem zögerlichen Investitionsverhalten der Unternehmen einher.

Abbildung 2: **Aufwendungen für die Einführung neuer Produkte und Dienstleistungen im Meldejahr nach Unternehmensgrößenklassen**

2022



2023



Q: WIFO-Konjunkturtest, WIFO-Berechnungen. Die zugrunde liegenden Fragen lauten: "Die Gesamtzahl unserer Beschäftigten (Arbeiter und Angestellte) in Österreich beträgt rund . . .". "Wurden bzw. werden von Ihrem Unternehmen heuer neue oder wesentlich veränderte Produkte bzw. Leistungen auf dem Markt (national oder international) eingeführt?". "Wie hoch waren die Aufwendungen dafür heuer im Vergleich zum Vorjahr?". 2022: 226 Beobachtungen, 2023: 295 Beobachtungen.

Insgesamt meldeten 37,6% der befragten Unternehmen, im Jahr 2023 mehr für Produktneueinführungen aufgewendet zu haben als im Vorjahr. 2022 waren es noch 48,2% gewesen. Der Anteil sank in fast allen Größenklassen (Abbildung 2), eine Ausnahme bilden lediglich große Unternehmen ab 500 Beschäftigten (2022: 36,4%, 2023:

45,5%). Mit 20 Prozentpunkten ist der größte Rückgang in der Gruppe der Unternehmen mit 50 bis 99 Beschäftigten auszumachen (2022: 53,3%, 2023: 33,3%).

8,5% aller befragten Unternehmen gaben an, ihre Ausgaben für die Einführung neuer Produkte und Dienstleistungen im Jahr 2023

Die Mehrzahl der befragten Unternehmen hat ihre Aufwendungen für Produktneueinführungen 2023 konstant gehalten.

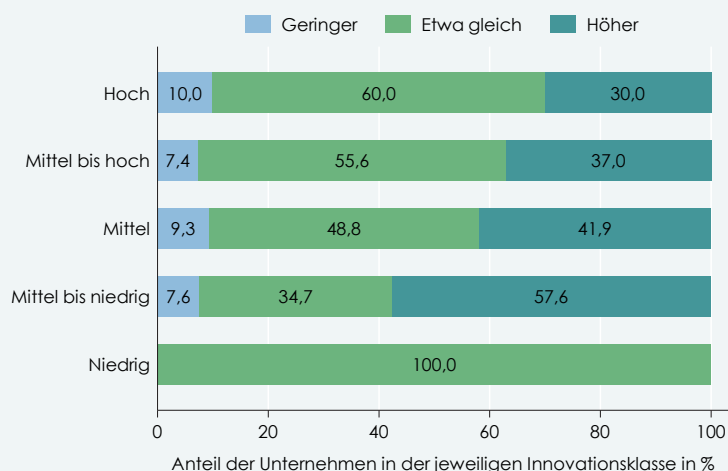
gesenkt zu haben. Deutlich zurückhaltender als im Vorjahr waren Unternehmen mit 100 bis 249 Beschäftigten (+7,3 Prozentpunkte auf 12,7%).

Die Mehrheit der Unternehmen – insgesamt 53,9% der Stichprobe – meldete für 2023 eine Stagnation ihrer Aufwendungen für neue Produkte und Dienstleistungen im Vergleich zum Vorjahr. In der Gruppe der

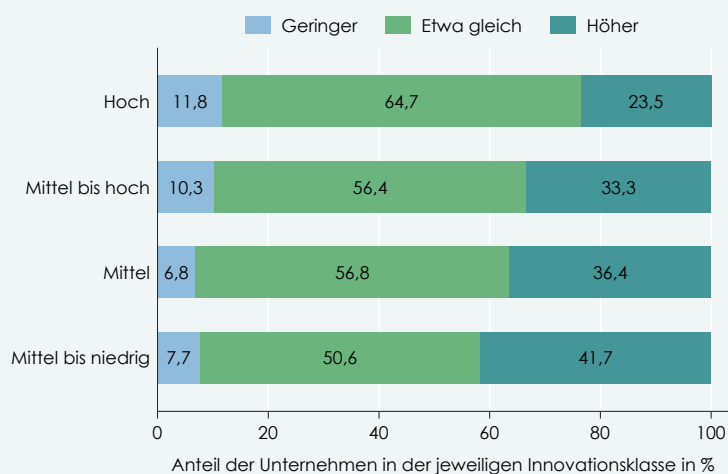
Unternehmen mit 250 bis 499 Beschäftigten lag dieser Anteil sogar bei 61,5%. Angesichts der hohen Inflation im Jahr 2023 bedeutet dies einen realen Rückgang der Investitionen in Produktneueinführungen. Von den Großunternehmen mit mehr als 500 Beschäftigten gaben nur 45,5% an, ihre Ausgaben im Vergleich zum Vorjahr in etwa gleich gehalten zu haben.

Abbildung 3: **Aufwendungen für die Einführung neuer Produkte und Dienstleistungen im Meldejahr nach der Innovationsintensität der Branche**

2022



2023



Q: WIFO-Konjunkturtest, WIFO-Berechnungen. Die zugrunde liegenden Fragen lauten: "Wurden bzw. werden von Ihrem Unternehmen heuer neue oder wesentlich veränderte Produkte bzw. Leistungen auf dem Markt (national oder international) eingeführt?". "Wie hoch waren die Aufwendungen dafür heuer im Vergleich zum Vorjahr?". 2022: 226 Beobachtungen, 2023: 295 Beobachtungen. 2023 wurde diese Frage von keinem Unternehmen in einer Branche mit "niedriger" Innovationsintensität beantwortet.

In einem nächsten Schritt wurden die befragten Unternehmen gemäß der F&E-Intensität ihrer Branche (vgl. Galindo-Rueda & Verger, 2016) in fünf Subgruppen eingeteilt (Abbildung 3). 2023 ging der Anteil der Unternehmen, die ihre Aufwendungen für neue Produkte und Dienstleistungen erhöht

haben, im Vorjahresvergleich in allen Branchengruppen zurück. Am stärksten fiel der Rückgang in Branchen mit mittlerer bis niedriger Innovationsintensität aus (-15,9 Prozentpunkte auf 41,7%).

Aber auch in den hoch innovationsintensiven Branchen dürften die Unternehmen mittlerweile deutlich zurückhaltender agieren. Hatten 2021 noch 61,1% der betreffenden Unternehmen angegeben, ihre Aufwendungen für neue Produkte und Dienstleistungen erhöht zu haben, so sank dieser Anteil im Jahr 2022 auf 30% und 2023 weiter auf 23,5%. Eine ähnliche Entwicklung – wenn auch abgemildert – zeigen Unternehmen in mittel bis hoch F&E-intensiven Branchen: hier

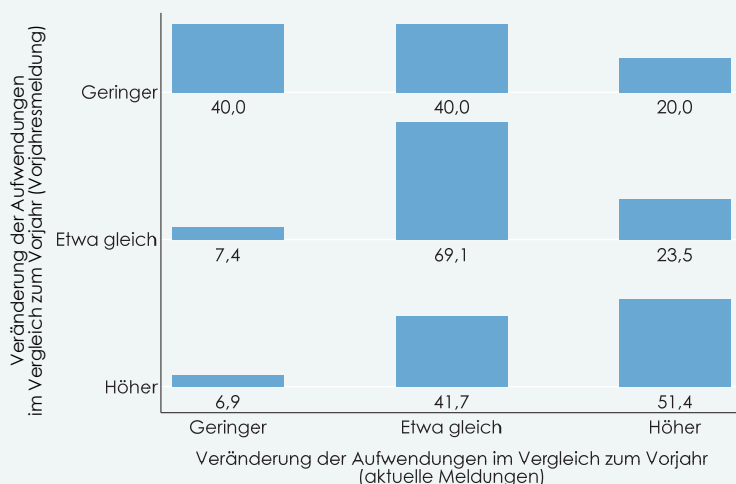
schrumpfte der Anteil von 46,8% (2021) auf 37% (2022) bzw. auf 33,3% (2023).

Unternehmen in Branchen mit mittlerer und mittlerer bis niedriger Innovationsintensität meldeten 2023 verstärkt eine Stabilisierung der Ausgaben. Zu Ausgabenkürzungen kam es vermehrt in Branchen mit hoher (+1,8 Prozentpunkte) und mittlerer bis hoher (+2,9 Prozentpunkte) Innovationsintensität.

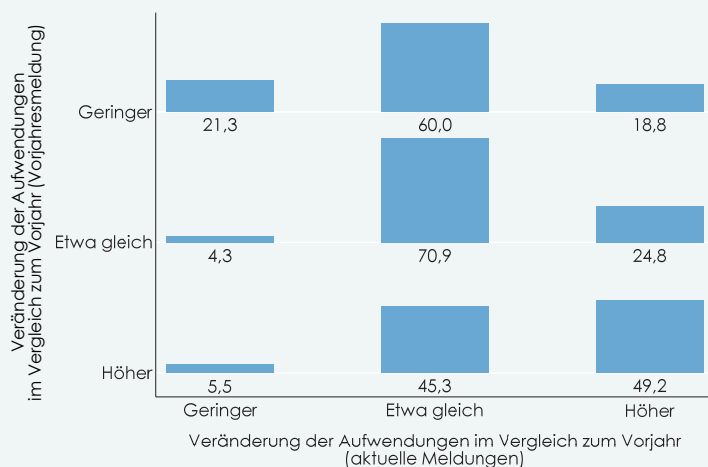
Abbildung 4: **Aufwendungen für die Einführung neuer Produkte und Dienstleistungen im Meldejahr im Vergleich zur Vorjahresmeldung**

Anteil der Unternehmen in % der Vorjahresmeldungen je Antwortkategorie

2023



Ø 2010/2019



Q: WIFO-Konjunkturtest, WIFO-Berechnungen. Die zugrunde liegenden Fragen lauten: "Wurden bzw. werden von Ihrem Unternehmen heuer neue oder wesentlich veränderte Produkte bzw. Leistungen auf dem Markt (national oder international) eingeführt?". "Wie hoch waren die Aufwendungen dafür heuer im Vergleich zum Vorjahr?". 2023: 150 Beobachtungen, 2010/2019: 1.418 Beobachtungen.

4. Stabile Verhaltensmuster bei Investitionen in Produktneueinführungen

Langfristig neigen die Unternehmen dazu, ihre Aufwendungen für die Einführung neuer Produkte und Dienstleistungen konstant zu halten oder diese zu erhöhen. Abbildung 4

(obere Grafik) setzt die Veränderung der Ausgaben der Unternehmen für Produktneueinführungen in den Meldejahren 2022 und 2023 zueinander in Beziehung. Je höher die

Unternehmen, die ihre Innovationsausgaben 2022 gleich gelassen hatten, hielten diese mehrheitlich auch 2023 auf ähnlichem Niveau. Gut 51% der Unternehmen, die ihre Innovationsausgaben 2022 ausgeweitet hatten, steigerten diese auch 2023.

Anteile in der Hauptdiagonale (links oben nach rechts unten) sind, desto stabiler sind die Verhaltensmuster der Unternehmen über die Zeit. Um durch die Krisenjahre ausgelöste Verhaltensänderungen zu identifizieren, wurden in einer weiteren Grafik die Durchschnittswerte aus den Jahren 2010 bis 2019 vor der COVID-19-Krise dargestellt (Abbildung 4, untere Grafik). Wie der Vergleich zeigt, ist die Hauptdiagonale in der oberen Grafik deutlich dominanter als in der unteren. Die Persistenz der Ausgabenmuster trat also im von multiplen Krisen geprägten Jahr 2023 nochmals deutlicher zum Vorschein als in "normalen" Jahren.

40% jener Unternehmen, die ihre Aufwendungen bereits 2022 verringert hatten, senkten diese auch 2023. 69,1% der Unternehmen, die ihre Aufwendungen 2022 gleich gelassen hatten, beließen sie auch 2023 unverändert. Und knapp über der Hälfte

(51,4%) der Unternehmen, die ihre Ausgaben für Produktneueinführungen 2022 erhöht hatten, weiteten sie 2023 abermals aus. Damit steigerte rund eines von vier befragten Unternehmen (24,6%; 2022: 29,7%) seine Aufwendungen für Produkte und Dienstleistungen zwei Jahre in Folge und ein weiteres knappes Drittel (31,3%; 2022: 31%) beließ sie zwei Jahre in Folge konstant.

Für 2024 planen insgesamt 34% der Unternehmen eine Ausweitung und 56,3% eine Beibehaltung ihrer Aufwendungen im Vergleich zu 2023. 9,7% der Unternehmen gaben an, ihre Aufwendungen 2024 voraussichtlich reduzieren zu müssen (Übersicht 2).

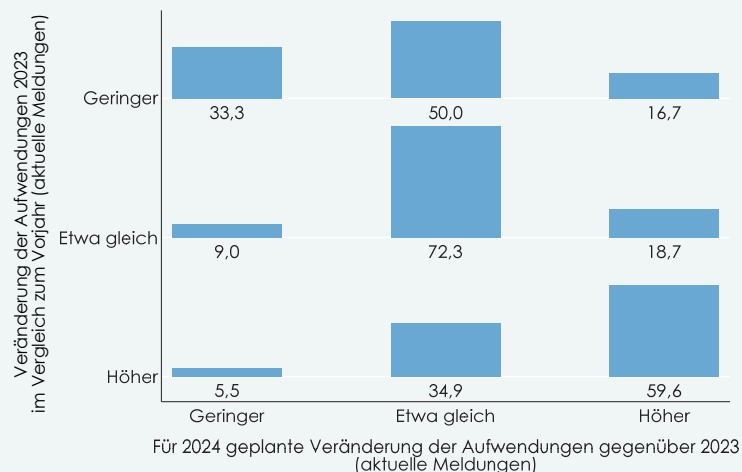
Übersicht 2: Für 2024 geplante Aufwendungen für neue Produkte und Dienstleistungen im Vergleich zu 2023

	Unternehmen	
	In %	Anzahl
Insgesamt	100,0	288
Geringer als 2023	9,7	28
Etwa gleich hoch wie 2023	56,3	162
Höher als 2023	34,0	98

Q: WIFO-Konjunkturtest, WIFO-Berechnungen.

Abbildung 5: Aufwendungen für die Einführung neuer Produkte und Dienstleistungen 2023 und geplante Veränderung 2024

Anteil der Unternehmen in % der Meldungen je Antwortkategorie (zu den Aufwendungen im Meldejahr)



Q: WIFO-Konjunkturtest, WIFO-Berechnungen. Die zugrunde liegenden Fragen lauten: "Wurden bzw. werden von Ihrem Unternehmen heuer neue oder wesentlich veränderte Produkte bzw. Leistungen auf dem Markt (national oder international) eingeführt?". "Wie hoch waren die Aufwendungen dafür heuer im Vergleich zum Vorjahr?". "Wie schätzen Sie die Aufwendungen dafür im nächsten Jahr im Vergleich zu heuer ein?". 288 Beobachtungen.

Grundsätzlich erweist sich das Verhalten der Unternehmen auch in der Vorausschau als sehr beständig (Abbildung 5). Die höchsten Anteile sind abermals tendenziell in der Hauptdiagonale zu finden. 72,3% der Unternehmen, die ihre Ausgaben für neue Produkte 2023 konstant gehalten hatten, planten dies auch für 2024. Analog beabsichtigten 59,6% der Unternehmen, die ihre Aufwendungen 2023 erhöht hatten, auch für 2024 eine Anhebung. In der Gruppe der Unternehmen, die ihre Ausgaben 2023 verringern mussten, ist die Persistenz am geringsten: nur rund ein Drittel (33,3%) gab an, die

Aufwendungen 2024 weiter zu reduzieren. Ähnlich wie in der Rückschau wollen die meisten Unternehmen ihre Aufwendungen 2024 entweder gleich halten oder ausweiten.

Werte abseits der Hauptdiagonale spiegeln Verhaltensänderungen wider. Von jenen Unternehmen, die ihre Aufwendungen 2023 verringern mussten, planten nur 16,7% eine Aufstockung im Jahr 2024. Umgekehrt beabsichtigten nur 5,5% nach der Erhöhung im Vorjahr eine Senkung.

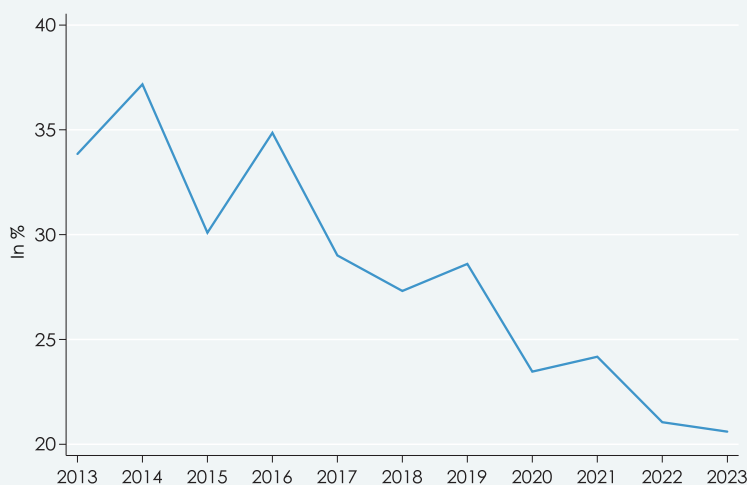
5. Anteil der Unternehmen mit Produktneueinführungen stagnierte 2023 auf niedrigem Niveau

Der Anteil der Unternehmen, die im WIFO-Konjunkturtest eine Einführung neuer Produkte oder Dienstleistungen meldeten, sank 2023 um weitere 0,4 Prozentpunkte auf 20,6%. Seit etwa 2016 wurde bei den innovierenden Unternehmen ein rückläufiger

Trend beobachtet, den auch die zwischenzeitlichen Anstiege 2019 und 2021 nicht umkehren konnten. 2023 stabilisierte sich der Anteil der Unternehmen mit Produktneueinführungen auf niedrigem Niveau (Abbildung 6).

Der Anteil der Unternehmen, die neue Produkte eingeführt haben, pendelte sich 2023 auf bescheidenem Niveau ein. Eine Trendumkehr ist nicht in Sicht.

Abbildung 6: Anteil der Unternehmen mit neuen Produkten und Dienstleistungen



Q: WIFO-Konjunkturtest, WIFO-Berechnungen. Die zugrunde liegende Frage lautet: "Wurden bzw. werden von Ihrem Unternehmen heuer neue oder wesentlich veränderte Produkte bzw. Leistungen auf dem Markt (national oder international) eingeführt?". 4.700 Beobachtungen.

Abbildung 7 (oben) zeigt den Anteil der Unternehmen, die im Jahr 2023 neue Produkte oder Dienstleistungen eingeführt haben, nach Unternehmensgröße, sowie die Veränderung zum Vorjahr. Verglichen mit 2022 verringerte sich der Anteil der Unternehmen mit Produktneueinführungen in der Gruppe der größten Unternehmen ab 500 Beschäftigten um 9,2 Prozentpunkte auf 32,1%. Auch in den kleinsten Unternehmen mit weniger als 50 Beschäftigten war im Vergleich zu 2022 ein Rückgang zu beobachten (-2,7 Prozentpunkte auf 13,1%). In den mittleren bis großen Unternehmen stiegen die Anteile hingegen an: in Unternehmen mit 250 bis 499 Beschäftigten um 10 Prozent-

punkte (auf 33,3%) und in Unternehmen mit 100 bis 249 Beschäftigten um 5 Prozentpunkte (auf 30,8%).

Vergleicht man die rezenten Ergebnisse mit den Werten, die zwischen 2010 und 2019 beobachtet wurden (Abbildung 7, unten), so wird eine Abweichung vom langfristigen Durchschnitt sichtbar. Wie bereits 2022 war auch 2023 der Anteil der Unternehmen mit neuen Produkten oder Dienstleistungen in allen Größenklassen niedriger als im Durchschnitt der Vorkrisenjahre. Hatten in den Jahren 2010 bis 2019 – also vor der COVID-19-Pandemie – noch durchschnittlich 44,4% der Unternehmen ab 500 Beschäftigten sowie

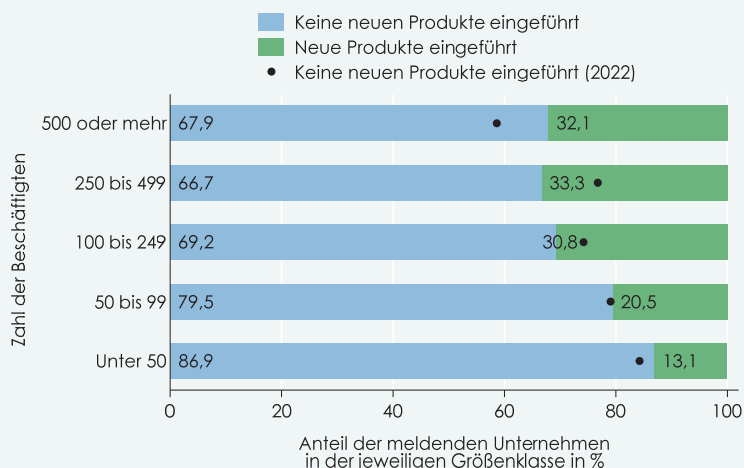
Im Vergleich zu den Jahren vor der COVID-19-Krise hat die Innovationskraft über alle Größenklassen hinweg abgenommen. Neben den kleinsten schneiden nun auch KMU nur unterdurchschnittlich ab.

37,6% der Unternehmen mit 250 bis 499 Beschäftigten die Einführung neuer Produkte gemeldet, so waren es 2023 lediglich 32,1% bzw. 33,3%. Von den Unternehmen mit 50 bis

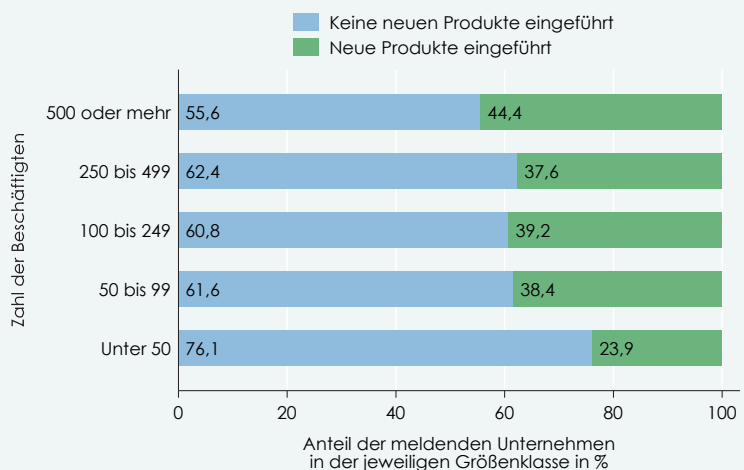
99 Beschäftigten waren es vor der COVID-19-Pandemie 38,4% (2023: 20,5%), von kleinen Unternehmen mit weniger als 50 Beschäftigten 23,9% (2023: 13,1%).

Abbildung 7: Anteil der Unternehmen mit Produktneueinführungen im Meldejahr nach Unternehmensgrößenklassen

2023



Ø 2010/2019



Q: WIFO-Konjunkturtest, WIFO-Berechnungen. Die zugrunde liegende Frage lautet: "Wurden bzw. werden von Ihrem Unternehmen heuer neue oder wesentlich veränderte Produkte bzw. Leistungen auf dem Markt (national oder international) eingeführt?". 2023: 432 Beobachtungen, 2010/2019: 3.761 Beobachtungen.

Wie bereits die Ergebnisse für 2022 zeigten, hat sich das generelle Muster im Vergleich zu den Vorkrisenjahren leicht verschoben. 2010/2019 wiesen nur die kleinsten Unternehmen einen unterdurchschnittlichen Anteil an Unternehmen mit neuen Produkten oder Dienstleistungen auf, während alle anderen Gruppen über dem gesamtwirtschaftlichen Durchschnitt von 31,8% notieren. Im Jahr 2023 lag dagegen zum wiederholten Mal auch die Gruppe der Unternehmen mit 50 bis 99 Beschäftigten unter dem durchschnittlichen Anteil von 20,6% (2023) bzw. von 21,1% (2022). Demnach drücken nicht mehr

nur die kleinsten Unternehmen den Durchschnitt, sondern auch die kleinen bis mittleren Unternehmen.

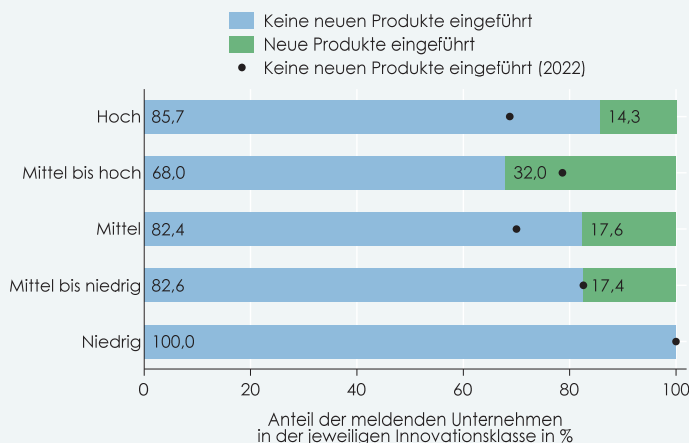
Schlüsselt man die Anteile nach der Innovationsintensität der Branchen auf (Abbildung 8), so zeigt sich, dass 2023 insbesondere Unternehmen in hoch innovationsintensiven Branchen seltener neue Produkte einführen als noch im Vorjahr (-17 Prozentpunkte gegenüber 2022; -33,8 Prozentpunkte gegenüber dem Durchschnitt 2010/2019). Ähnliches gilt für Unternehmen in Branchen mit mittlerer Innovationsintensität:

Hier sank der Anteil der Unternehmen mit Produktneueinführungen von 30% (2022) auf 17,6% (2023). Damit lag er um 13,1 Prozentpunkte unter dem Durchschnitt der Vorkrisenjahre (30,7%). In Branchen mit mittlerer bis

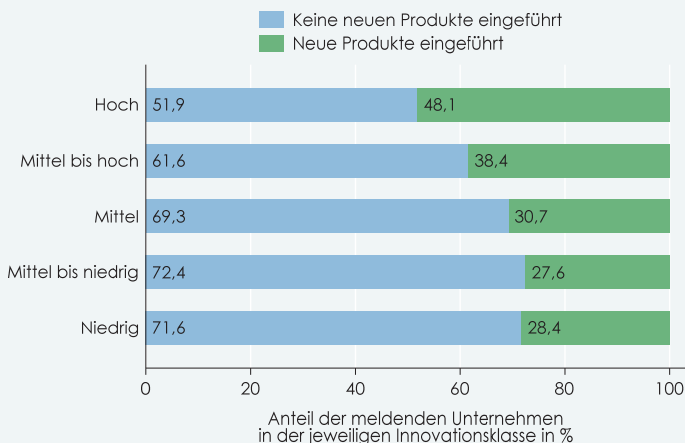
hoher Innovationsintensität war der Anteil 2023 hingegen um 10,7 Prozentpunkte höher als 2022. Mit 32% war der Abstand zum Durchschnittswert vor der COVID-19-Pandemie (38,4%) noch vergleichsweise gering.

Abbildung 8: Anteil der Unternehmen mit Produktneueinführungen nach Innovationsintensität der Branche

2023



Ø 2010/2019



Q: WIFO-Konjunkturtest, WIFO-Berechnungen. Die zugrunde liegende Frage lautet: "Wurden bzw. werden von Ihrem Unternehmen heuer neue oder wesentlich veränderte Produkte bzw. Leistungen auf dem Markt (national oder international) eingeführt?". 2023: 432 Beobachtungen, 2010/2019: 3.761 Beobachtungen.

6. Die Rolle der Kreditvergabe bei der Einführung neuer Produkte und Dienstleistungen

Seit Beginn der COVID-19-Krise konnte ein Rückgang bei den abgeschlossenen Kreditverträgen beobachtet werden. 2023 schlossen insgesamt 25,7% der befragten Unternehmen einen oder mehrere Kreditverträge mit einer Bank ab, während 74,3% angaben, keinen neuen Kredit eingegangen zu sein. Damit lag der Anteil der Unternehmen, die neue Kredite aufgenommen haben, um 3,6 Prozentpunkte unter dem durchschnittlichen Vorkrisenwert von 29,3% (2010/2019).

Von den Unternehmen, die 2023 einen neuen Kredit abgeschlossen haben, brachten 31% im selben Jahr neue Produkte oder Dienstleistungen auf den Markt. Dieser Anteil ist gut doppelt so hoch wie in der Gruppe der Unternehmen ohne neue Kredite (14,6%). Die Diskrepanz war 2023 deutlich größer als im Durchschnitt der Jahre 2010 bis 2019 (34,1% gegenüber 29,9%).

Jedes vierte Unternehmen meldete, 2023 mit Beschränkungen bei Kreditvorhaben konfrontiert gewesen zu sein.

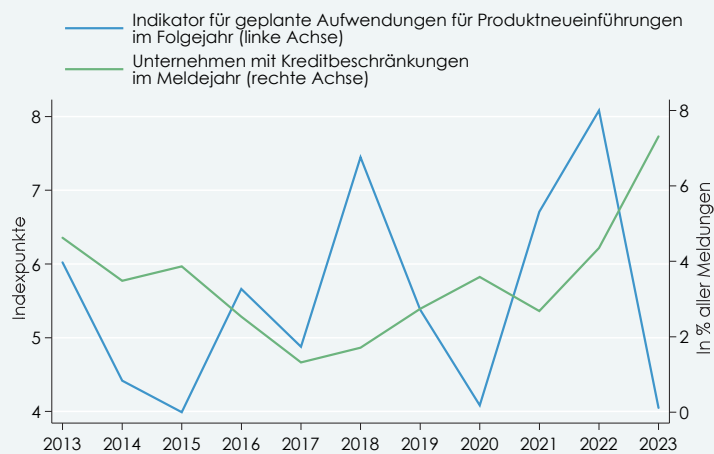
Auch der Anteil der Unternehmen, die angaben, bei Kreditvorhaben mit Beschränkungen konfrontiert gewesen zu sein, nahm 2023 deutlich zu (zur Definition siehe Kasten "Verwendete Indikatoren").

Insgesamt meldeten 2023 24,6% der befragten Unternehmen Kreditbeschränkungen, wogegen 75,4% durch keinerlei Beschränkungen der Kreditvergabe beeinträchtigt waren. In diesem Fall fielen die Höhe und die Bedingungen des Kredites entweder wie erwartet aus, oder die Unternehmen hatten 2023 keinen Bedarf an neuen Krediten. Von den Unternehmen, die 2023 einen oder mehrere neue Kreditverträge abgeschlossen haben, gaben 44,4% an, ihre Aufwendungen für neue Produkte und Dienstleistungen im Folgejahr erhöhen zu wollen. In der

Gruppe ohne neue Kreditverträge waren es hingegen nur 30,2%.

Der Anteil der Unternehmen, die mit Kreditbeschränkungen konfrontiert sind, fällt allerdings deutlich geringer aus, wenn man ihn beschäftigungsgewichtet berechnet (Abbildung 9). Das lässt darauf schließen, dass insbesondere kleinere Unternehmen mit weniger Beschäftigten von Kreditbeschränkungen betroffen sind. Wie Abbildung 9 zeigt, verlaufen die Veränderung der geplanten Investitionen in neue Produkte und Dienstleistungen und die Kreditbeschränkungen asynchron. Sind viele Unternehmen mit Kreditbeschränkungen konfrontiert, so sinkt der Anteil der Unternehmen, die planen, ihre Ausgaben für Produktneueinführungen im Folgejahr zu erhöhen, und umgekehrt.

Abbildung 9: Kreditbeschränkungen und geplante Aufwendungen für neue Produkte und Dienstleistungen



Q: WIFO-Konjunkturtest, WIFO-Berechnungen. Die Stichprobengröße des WIFO-Konjunkturtests liegt bei jährlich rund 1.500 Unternehmen (2023: 1.547). Davon beantworteten im Dezember 2023 321 Unternehmen die Frage zu geplanten Aufwendungen für die Neueinführung von Produkten und Dienstleistungen und 557 Unternehmen die Fragen zur Kreditvergabe. Der Indikator für die Veränderung der geplanten Aufwendungen für Produktneueinführungen wurde als beschäftigungsgewichteter Überhang berechnet. Bei einem Wert größer null überwiegen die (beschäftigungsgewichteten) Rückmeldungen der Unternehmen, die eine Ausweitung der Aufwendungen planen, die (beschäftigungsgewichteten) Rückmeldungen der Unternehmen, die ihre Ausgaben kürzen dürften. Der (beschäftigungsgewichtete) Anteil der Unternehmen, die mindestens einmal im jeweiligen Meldejahr mit Kreditbeschränkungen konfrontiert waren, umfasst etwaige Beschränkungen betreffend die Höhe, die Laufzeit und die Konditionen der Kredite, wie auch die gänzliche Ablehnung eines Kredites durch die Bank.

7. Zusammenfassung und Schlussfolgerungen

Im Jahr 2023 war die Wirtschaftslage in Österreich aufgrund geopolitischer Spannungen, steigender Energiekosten und hoher Inflationsraten schwieriger als zuvor, insbesondere für energieintensive Unternehmen. Die Aufwendungen für neue Produkte und Dienstleistungen entwickelten sich in den letzten Jahren tendenziell im Einklang mit der Konjunktur. Nach einem Wachstumsrückgang im Jahr 2020 stiegen sie im Folgejahr (per Saldo), waren im Jahr 2022 jedoch wieder rückläufig, obwohl sie insgesamt auf

einem überdurchschnittlich hohen Niveau blieben.

Im Jahr 2023 sank der Anteil der Unternehmen, die ihre Ausgaben für neue Produkte und Dienstleistungen erhöht haben, in allen Größenklassen mit Ausnahme der Unternehmen ab 500 Beschäftigten. Die Mehrheit der Unternehmen hielt jedoch ihre Ausgaben auf dem Niveau des Vorjahres. Dies impliziert angesichts der hohen Inflation einen realen

Rückgang der Investitionen in neue Produkte und Dienstleistungen.

Der Rückgang der Ausgabenzuwächse für neue Produkte und Dienstleistungen betraf alle Branchen, insbesondere die mittel bis niedrig innovationsintensiven Sektoren. Aber auch in hoch innovativen Bereichen ist der Anteil der Unternehmen, die Ausgabensteigerungen melden, seit dem Höchststand 2021 deutlich gesunken. Trotz der Herausforderungen neigen Unternehmen dazu, ihre Ausgaben langfristig konstant zu halten oder zu erhöhen, wobei in Krisenjahren eine stärkere Persistenz des Ausgabenverhaltens erkennbar ist als in normalen Jahren.

Aufgrund der weltweiten Abschwächung der Industriekonjunktur stieg die unternehmerische Unsicherheit in allen Branchen mit Ausnahme des Dienstleistungssektors über den langjährigen Durchschnitt, was oft zu einer zurückhaltenden Investitionstätigkeit führt. Die Planung der Unternehmensausgaben für neue Produkte und Dienstleistungen spiegelt die wachsende Unsicherheit wider: 2024 dürfte der Anstieg der Aufwendungen per Saldo deutlich unter dem 10-Jahres-Durchschnitt bleiben.

Der Anteil der Unternehmen, die neue Produkte oder Dienstleistungen einführen, sank 2022 leicht auf 20,6% und blieb 2023 nahezu stabil. Nach Unternehmensgröße lag der Anteil in allen Größenklassen unter dem Durchschnitt der Vorkrisenjahre. Nach Innovationsintensität der Branche meldeten insbesondere Unternehmen in hoch und mittel innovativen Branchen weniger Produktneueinführungen als im Vorjahr.

Seit Ausbruch der COVID-19-Pandemie ist die Zahl der von Unternehmen abgeschlossenen Kreditverträge zurückgegangen. Unternehmen, die neue Kredite aufgenommen haben, führten 2023 doppelt so häufig wie andere Unternehmen neue Produkte oder Dienstleistungen ein. Zudem entwickeln sich die Meldungen über Kreditbeschränkungen und die geplanten Ausgaben für neue Produkte und Dienstleistungen asynchron. Die befragten Unternehmen waren 2023 häufiger als im Vorjahr von Kreditbeschränkungen betroffen; 24,6% der Unternehmen meldeten Kreditbeschränkungen in irgendeiner Form. Kleinere Unternehmen waren überproportional betroffen.

8. Literaturhinweise

- Archibugi, D., Filippetti, A., & Frenz, M. (2013). Economic crisis and innovation: Is destruction prevailing over accumulation? *Research Policy*, 42(2), 303-314.
- Ederer, S., & Schiman-Vukan, S. (2023). Konjunkturerholung verzögert sich. Prognose für 2023 bis 2025. *WIFO-Konjunkturprognose*, (4). <https://www.wifo.ac.at/www/pubid/71307>.
- Friesenbichler, K., & Hölzl, W. (2024). Investitionspläne für 2024 weiter gekürzt. Ergebnisse der WIFO-Investitionsbefragung vom Herbst 2023. *WIFO-Monatsberichte*, 97(1), 19-27. <https://monatsberichte.wifo.ac.at/71401>.
- Friesenbichler, K. S., Janger, J., Kügler, A., & Reinstaller, A. (2020). *Auswirkungen der COVID-19-Pandemie auf die Forschungs- und Innovationsaktivität*. WIFO. <https://www.wifo.ac.at/www/pubid/66049>.
- Galindo-Rueda, F., & Verger, F. (2016). OECD Taxonomy of Economic Activities Based on R&D Intensity. *OECD Science, Technology and Industry Working Papers*, (2016/04). <https://doi.org/10.1787/5jlv73sqap8r-en>.
- Geroski, P., Machin, S., & Van Reenen, J. (1993). The profitability of innovating firms. *The RAND Journal of Economics*, 24(2), 198-211.
- Hölzl, W., & Schwarz, G. (2014). Der WIFO-Konjunkturtest: Methodik und Prognoseeigenschaften. *WIFO-Monatsberichte*, 87(12), 835-850. <https://monatsberichte.wifo.ac.at/50863>.
- Hölzl, W., Bierbaumer, J., Klien, M., & Kügler, A. (2023). Konjunkturerwartungen trüben sich ein. Ergebnisse des WIFO-Konjunkturtests vom Mai 2023. *WIFO-Konjunkturtest*, (5). <https://www.wifo.ac.at/www/pubid/70775>.
- Kügler, A., Friesenbichler, K., & Janger, J. (2023). *Innovationen und Investitionen österreichischer Unternehmen in der Krise*. WIFO. <https://www.wifo.ac.at/www/pubid/70681>.
- Meghir, C., Ryan, A., & Van Reenen, J. (1996). Job creation, technological innovation and adjustment costs: Evidence from a panel of British firms. *Annales d'Economie et de Statistique*, (41/42), 255-274.
- Peters, B., Dachs, B., Hud, M., & Köhler, C. (2022). Employment and innovation in recessions: Firm-level evidence from European Countries. *Industrial and Corporate Change*, 31(6), 1460-1493.
- Reinstaller, A. (2019). Produkteinführungen österreichischer Unternehmen und Konjunkturschwankungen. *WIFO-Monatsberichte*, 92(3), 173-182. <https://monatsberichte.wifo.ac.at/61702>.
- Reinstaller, A. (2022). *Auswirkungen der COVID-19-Pandemie auf die Innovationsfähigkeit von Unternehmen in Österreich*. WIFO. <https://www.wifo.ac.at/www/pubid/69398>.
- Statistik Austria (2023). Globalschätzung: Bruttoinlandsausgaben für F&E 2005-2023. Finanzierung der in Österreich durchgeführten Forschung und experimentellen Entwicklung. <https://www.statistik.at/statistiken/forschung-innovation-digitalisierung/forschung-und-experimentelle-entwicklung-fe/forschungsquote-globalschaetzung> (abgerufen am 30. 5. 2023).