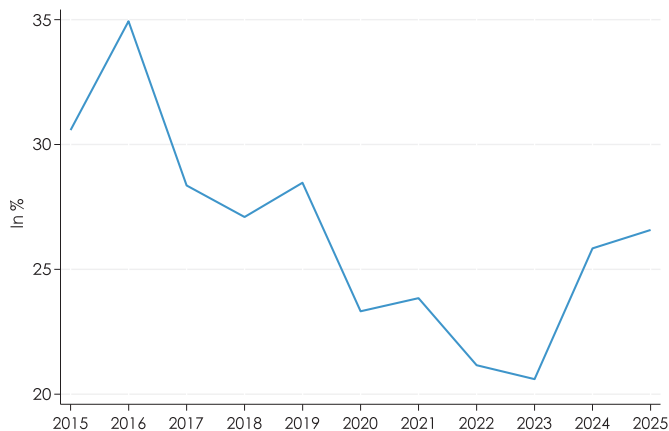


Allmählich wieder mehr Produktneueinführungen und höhere Innovationsausgaben

Agnes Kügler, Nicole Schmidt-Padickakudy

- Auch 2025 blieb das Umfeld für die Sachgütererzeugung schwierig und geprägt von schwacher Konjunktur, hoher Unsicherheit und geringen Investitionen.
- Die Aufwendungen für neue Produkte und Dienstleistungen lagen insgesamt nahe am langjährigen Durchschnitt und entwickelten sich wenig dynamisch.
- Für 2026 planten die Unternehmen wieder verstärkte Investitionen in Produkt- und Dienstleistungsneueinführungen. Die Befragung fand allerdings im Dezember 2025 vor Ausbruch des Iran-Krieges statt.
- Der Anteil der Unternehmen, die neue Produkte oder Dienstleistungen einführten, erreichte 2025 mit 26,6% den höchsten Wert seit der COVID-19-Krise, blieb aber deutlich unter dem Niveau von 2015/16.
- Die Kreditaufnahmen stiegen 2025 leicht und gehen im längerfristigen Vergleich mit einer höheren Ausgabendynamik für Neueinführungen einher.

Anteil der Unternehmen mit neuen Produkten und Dienstleistungen



"2025 erreichte der Anteil der Unternehmen, die neue Produkte oder Dienstleistungen eingeführt haben, das höchste Niveau seit Ausbruch der COVID-19-Pandemie (26,6%, +0,7 Prozentpunkte gegenüber 2024)."

Die Abbildung zeigt den Anteil der Unternehmen, die nach eigenen Angaben neue Produkte oder Dienstleistungen eingeführt haben (Q: WIFO-Konjunkturtest, WIFO-Berechnungen. 6.194 Beobachtungen).

Allmählich wieder mehr Produktneueinführungen und höhere Innovationsausgaben

Agnes Kügler, Nicole Schmidt-Padickakudy

Allmählich wieder mehr Produktneueinführungen und höhere Innovationsausgaben

Das Umfeld für die österreichische Sachgütererzeugung blieb auch 2025 von Konjunkturschwäche, hoher Unsicherheit und verhaltener Investitionsneigung geprägt. Die Aufwendungen für neue Produkte und Dienstleistungen lagen im Aggregat zwar nahe am langjährigen Durchschnitt, entwickelten sich aber wenig dynamisch. Zugleich planten die befragten Unternehmen für 2026 eine Ausweitung der Innovationsausgaben, was vermehrten Optimismus signalisierte. Der Anteil der Unternehmen mit Produkt- oder Dienstleistungsneueinführungen erreichte mit 26,6% den höchsten Wert seit Ausbruch der COVID-19-Pandemie, blieb jedoch klar unter dem Niveau von 2016. Die Kreditaufnahmen stiegen 2025 leicht. Im längerfristigen Vergleich gehen sie mit einer höheren Ausgabendynamik für Neueinführungen einher, während der rückläufige Anteil kreditbeschränkter Unternehmen tendenziell eine Vergrößerung der Finanzierungsspielräume anzeigt.

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

Begutachtung: Werner Hölzl • Abgeschlossen am 16. 2. 2026

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

Gradual Increase in Product Launches and Higher Innovation Expenditure

In 2025, the environment for Austrian manufacturing remained characterised by economic weakness, high uncertainty, and a cautious investment climate. Although aggregate spending on new products and services was close to the long-term average, it showed little momentum. At the same time, planned expenditure for 2026 increased significantly, signalling a cautious return to optimism. The proportion of companies launching new products or services rose further to 26,6 percent, reaching its highest level since the outbreak of the COVID-19 pandemic, but remained well below the 2015 level. Borrowing increased slightly in 2025 and, in a longer-term comparison, is accompanied by higher spending momentum for new launches, while the declining proportion of credit-constrained companies tends to signal improved financing scope.

1. Einleitung

Die Einführung neuer oder wesentlich verbesserter Produkte und Dienstleistungen ist ein zentraler Mechanismus, über den Unternehmen ihre Wettbewerbsposition absichern und sich an veränderte Marktbedingungen anpassen. Produkt- und Dienstleistungsinnovationen können etwa dazu beitragen, neue Kundensegmente zu erschließen, Qualität und Funktionalität bestehender Angebote zu erhöhen oder ergänzende Servicekomponenten aufzubauen. Gerade für die österreichische Sachgütererzeugung, die stark in internationale Wertschöpfungsketten eingebunden ist, hängt die Fähigkeit zur kontinuierlichen Erneuerung des Angebotes eng mit wirtschaftlichem Erfolg, Produktivität und Exportleistung zusammen.

Angesichts der Konjunkturschwäche und der erhöhten internationalen Unsicherheit war das Jahr 2025 für viele heimische Industrieunternehmen herausfordernd. Auf wichtigen europäischen Absatzmärkten, insbesondere im industriellen Kernraum, stabilisierte sich die Lage nur zögerlich und der Wettbewerbsdruck in der Sachgütererzeugung

blieb hoch (Scheiblecker, 2026). In solchen Phasen wird die Entwicklung neuer Produkte und Dienstleistungen für Unternehmen zu einer schwierigen Abwägung: Einerseits steigt die strategische Bedeutung von Differenzierung und Effizienzsteigerung, andererseits erschweren unsichere Absatzperspektiven und volatile Rahmenbedingungen die Planung und Finanzierung von Vorlaufkosten (z. B. für Entwicklung, Produktionsanpassungen, Markteintritt). Die Fachliteratur hebt allerdings hervor, dass unternehmensinternes Wissenskapital, insbesondere Forschung und Entwicklung, im Allgemeinen die Fähigkeit stärkt, auf Veränderungen im Wettbewerbs- und Technologieumfeld zu reagieren, und damit die Krisenfestigkeit der Unternehmen erhöht (Bristow & Healy, 2018; Cefis & Marsili, 2019; Friesenbichler et al., 2020; Gorodnyi, 2025). Innovationsaktivität kann daher gerade in Phasen erhöhter Unsicherheit auch als Anpassungsstrategie verstanden werden, bei der Unternehmen ihre Mittel gezielt auf Vorhaben konzentrieren, die Marktpositionen stabilisieren, Kosten senken oder neue Erlösquellen erschließen (z. B. inkrementelle

Verbesserungen, servicebasierte Ergänzungen). Laut aktuellen Ergebnissen der WIFO-Investitionsbefragung hat allerdings die Investitionsneigung zuletzt deutlich abgenommen, insbesondere in der exportorientierten Sachgütererzeugung (Friesenbichler & Hölzl, 2026). Diese Befunde sind auch für innovationsbezogene Aufwendungen relevant, weil sie die Budgetierung und Projektselektion beeinflussen und damit den Spielraum für Markteinführungen und Entwicklungsaktivitäten mitbestimmen.

Der vorliegende Beitrag präsentiert die Ergebnisse der Sonderbefragung zu Produkt-

und Dienstleistungsneueinführungen im Rahmen des WIFO-Konjunkturtests. Die aktuelle Erhebung wurde im Dezember 2025 durchgeführt und bezieht sich damit auf das Meldejahr 2025 sowie auf das Planungsjahr 2026. Zur Einordnung werden die Resultate der Vorjahreserhebung (Dezember 2024) sowie die Durchschnittswerte der Jahre 2020 bis 2024 herangezogen. Somit kann die Veränderung der Innovationsaktivität bzw. der Planungen im Lichte der Konjunktüreinschätzungen vom Jahresbeginn 2026 nachvollzogen werden.

2. Datengrundlage

Seit 2011 wird der monatliche WIFO-Konjunkturtest einmal jährlich um Fragen zur Einführung neuer Produkte und Dienstleistungen erweitert¹⁾. Die Ergebnisse vermitteln ein erstes Stimmungsbild zum Innovationsverhalten österreichischer Sachgütererzeuger. In der aktuellen Befragungswelle vom Dezember 2025 beantworteten 446 Unternehmen die

Sonderfragen zu den Produktneueinführungen. Bezogen auf die zur Teilnahme am WIFO-Konjunkturtest eingeladenen Industrieunternehmen betrug die Rücklaufquote rund 57%. 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 derartige Aufwendungen getätigt wurden 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 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 (ungegewichteten) 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.

Indikator der künftigen Lagebeurteilung: Der Indikator setzt sich aus monatlichen Meldungen zur erwarteten Entwicklung von Produktion und Beschäftigung in den kommenden drei Monaten sowie zur erwarteten 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 drei Monaten vor der Befragung einen oder mehrere Kreditverträge (z. B. Neukredit, Ausweitung eines bestehenden Kredites 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 bzw. den Bedingungen 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. Geplante Aufwendungen für neue Produkte und Dienstleistungen folgen den Konjunkturerwartungen

Für die Sachgütererzeugung blieb das internationale Umfeld auch 2025 herausfordernd. Österreichs exportorientierte Industrie litt besonders unter der Nachfrageschwäche im

Euro-Raum. Zentrale Absatzmärkte – allen voran Deutschland – standen weiter unter Druck (Scheiblecker, 2026). Durch neue handels- und geopolitische Risikofaktoren sind

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

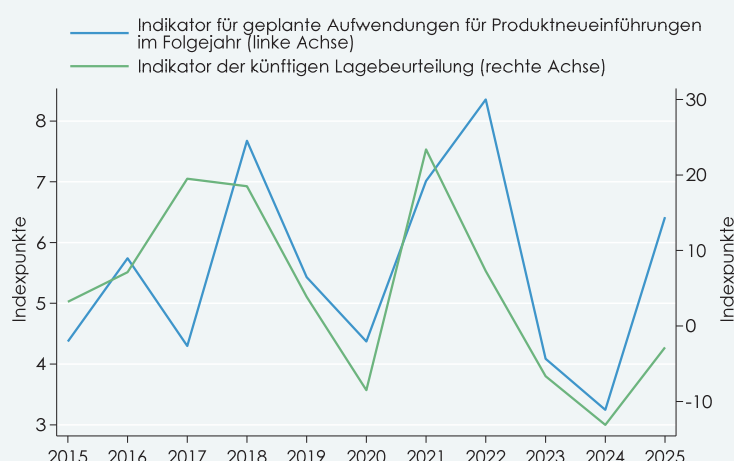
bzw. Hölzl und Schwarz (2014) für eine Beschreibung des WIFO-Konjunkturtests.

insbesondere Investitionen in neue Produkte und Dienstleistungen riskanter geworden. Eine Quelle von Unsicherheit ist laut WIFO-Investitionsbefragung die schwer vorhersehbare Zollpolitik der USA; sie dürfte auch in den kommenden Jahren die Investitionsbereitschaft dämpfen (Friesenbichler & Hölzl, 2026).

Angesichts der Kombination aus schwacher Auslandsnachfrage und erhöhten Risiken setzen Unternehmen vermehrt auf ein vorsichtiges "Sequenzieren" von Ausgaben. Entwicklungs- und Markteinführungskosten werden stärker an kurzfristige Nachfrageindika-

toren gekoppelt oder auf Vorhaben konzentriert, die rasch zur Kostenreduktion, Qualitätssteigerung oder Absicherung von Marktpositionen beitragen (z. B. servicebasierte Erweiterungen, Effizienzverbesserungen in energieintensiven Prozessen oder Diversifizierung von Zulieferbeziehungen). Dass Vorsicht weiterhin handlungsleitend ist, zeigte auch die Quartalsbefragung des WIFO-Konjunkturtests vom Jänner 2026. Gegenüber dem Herbst war eine leichte Stimmungsaufhellung erkennbar und die unternehmerischen Erwartungen verbesserten sich, insgesamt blieben die Einschätzungen allerdings gedämpft (Hölzl et al., 2026).

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 (2025: 1.701), davon beantworteten im Dezember 2025 345 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**

	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024	2025
Indikator der Aufwendungen für Produktneueinführungen im Meldejahr	5,7	6,6	6,2	8,5	7,0	3,8	12,5	7,2	7,7	3,8	6,8
Indikator der geplanten Aufwendungen für Produktneueinführungen im Folgejahr	4,4	5,7	4,3	7,7	5,4	4,4	7,0	8,4	4,1	3,2	6,4

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.

Vor diesem von Konjunktur und Unsicherheit geprägten Hintergrund sind auch die Zeitreihenbefunde zu den Aufwendungen einzuordnen. In Österreich zeigen die geplanten Aufwendungen für neue Produkte und Dienstleistungen einen prozyklischen Verlauf

(Abbildung 1): So ging der Einbruch der Konjunkturerwartungen der Unternehmen im Jahr 2020 mit einer restriktiveren Ausgabenplanung einher. Der Aufschwung ab 2021 spiegelte sich wiederum in einer expansiveren Planung, die in den Folgejahren durch

Unsicherheit, Kostenimpulse (u. a. bei Energie) und eine insgesamt fragile internationale Konjunktur gedämpft wurde. In diesem Kontext sind auch die Meldungen zum Planungsjahr 2026 zu interpretieren, die im Vorjahresvergleich weitaus positiver ausfielen als die künftige Lagebeurteilung.

Übersicht 1 unterscheidet zwei Indikatoren der Aufwendungen für neue Produkte und Dienstleistungen; der erste bezieht sich auf das Meldejahr (Rückblick), der zweite auf das Folgejahr (Planung). Der beschäftigungsgewichtete Indikator zu den vergangenen Aufwendungen stieg nach dem Tiefstand im COVID-19-Krisenjahr 2020 wieder deutlich an. Auch 2022 (7,2 Punkte) und 2023 (7,7 Punkte) blieb er weiter über dem Zehnjahresdurchschnitt, fiel 2024 aber wieder auf das Niveau von 2020 zurück. Für 2025 entspricht der Indikator nahezu dem langfristigen Durchschnittswert (Ø 2015/2024: 6,9 Punkte).

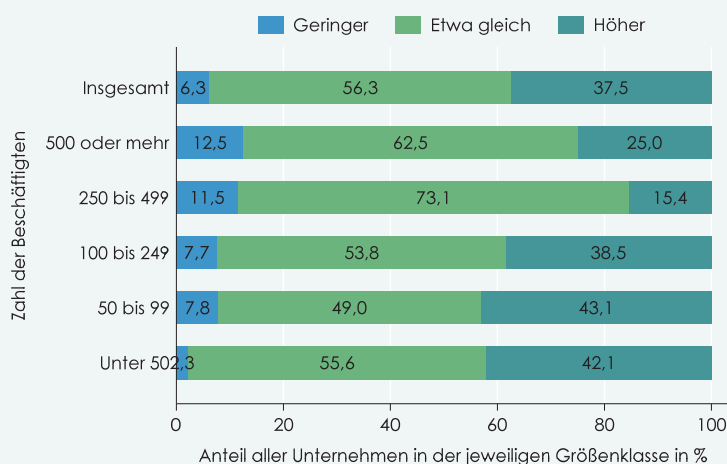
Der zweite beschäftigungsgewichtete Indikator bildet die Planungsunsicherheit der Unternehmen ab und ist entsprechend stark

von der laufenden Konjunktureinschätzung bzw. den Erwartungen geprägt. 2024 erreichte er mit 3,2 Punkten den Tiefstand der letzten 10 Jahre. Eine erhöhte Unsicherheit wirkt sich typischerweise dämpfend auf Investitions- und Beschäftigungsentscheidungen aus und dürfte auch die Bereitschaft verringern, Vorlaufkosten für Markteinführungen rasch auszuweiten (Glocker & Hölzl, 2022). Laut WIFO-Konjunkturtest vom Jänner 2026 war die Unsicherheit in den meisten Sektoren etwas geringer als im Vorquartal und lag mit 59,4 Punkten nahe am langfristigen Durchschnitt (60,6 Punkte; Hölzl et al., 2026). In Übereinstimmung damit zeugt auch der Indikator für die geplanten Aufwendungen für Produktneueinführungen wieder von einem zunehmenden Optimismus und liegt bei überdurchschnittlichen 6,4 Punkten (Ø 2015/2024: 5,5 Punkte). 2026 wären damit wieder spürbare Zuwächse an Aufwendungen zu erwarten, die sowohl die zaghaft optimistischen Konjunkturerwartungen der Unternehmen als auch die Normalisierung der Unsicherheitseinschätzungen widerspiegeln. Die Befragung fand allerdings vor Ausbruch des Iran-Krieges statt.

Die Aufwendungen für Produktneueinführungen fielen 2025 durchschnittlich aus.

Anfang 2026 fielen die Konjunkturerwartungen noch zuversichtlich aus. Österreichs Unternehmen planen, ihre Ausgaben für neue Produkte und Dienstleistungen im Jahresverlauf auszuweiten.

Abbildung 2: **Aufwendungen für die Einführung neuer Produkte und Dienstleistungen im Meldejahr nach Unternehmensgrößenklassen 2025**



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?". 2025: 320 Beobachtungen.

Im Rückblick auf 2025 meldeten 37,5% der befragten Unternehmen, ihre Ausgaben für Produktneueinführungen im Vergleich zum Vorjahr erhöht zu haben²⁾. In mittelgroßen und insbesondere in kleinen Unternehmen nahm die Investitionsbereitschaft zu (Abbil-

dung 2): Letztere weiteten ihre Ausgaben deutlich öfter aus (+6,3 Prozentpunkte gegenüber 2024). Auch mittelgroße Unternehmen meldeten etwas häufiger eine Erhöhung ihrer Aufwendungen als im Vorjahr (50 bis 99 Beschäftigte +3,1 Prozentpunkte, 100

²⁾ Die Frage erlaubt keinen Rückschluss darauf, ob es sich um nominelle oder reale Ausgabenveränderungen handelt. In Anbetracht der hohen Inflation der

vergangenen Jahre dürfte der ausgewiesene Wert eine Obergrenze für den Anteil der Unternehmen darstellen, die ihre Ausgaben real erhöht haben.

Die Aufwendungen für Produktneueinführungen blieben 2025 stabil, Zuwächse meldeten vor allem kleinere bis mittelgroße Unternehmen.

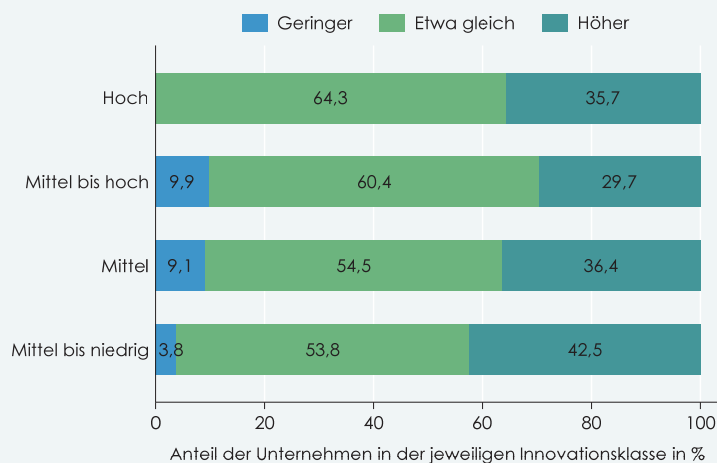
bis 249 Beschäftigte +0,8 Prozentpunkte). Der Anteil der größeren Unternehmen ab 250 Beschäftigten, die im Vergleich zum Vorjahr eine Ausweitung meldeten, sank hingegen bereits zum zweiten Mal in Folge (250 bis 499 Beschäftigte –6 Prozentpunkte, mehr als 500 Beschäftigte –3 Prozentpunkte).

6,3% aller befragten Unternehmen gaben an, ihre Ausgaben für die Einführung neuer Produkte und Dienstleistungen im Jahr 2025 gesenkt zu haben (–2,6 Prozentpunkte gegenüber 2024). Spürbar größer als im Vorjahr war dieser Anteil in Unternehmen ab 500 Be-

schäftigten (+4,5 Prozentpunkte). Aber auch mittelgroße Unternehmen mit 100 bis 249 Mitarbeiter:innen (+2,8 Prozentpunkte) bzw. 50 bis 99 Beschäftigten (+1,1 Prozentpunkt) gaben häufiger an, ihre Ausgaben gekürzt zu haben.

Eine knappe Mehrheit der Unternehmen (insgesamt 56,2%) meldete 2025 ein Gleichbleiben ihrer Aufwendungen im Vergleich zum Vorjahr. Damit blieb der Anteil gegenüber 2024 annähernd konstant. In Unternehmen ab 250 Beschäftigten lag er 2025 sogar bei rund 73%.

Abbildung 3: Aufwendungen für die Einführung neuer Produkte und Dienstleistungen im Meldejahr nach der Innovationsintensität der Branche 2025



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?". 2025: 320 Beobachtungen. 2025 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 in fünf Subgruppen eingeteilt (vgl. Galindo-Rueda & Verger, 2016; Abbildung 3). 2025 war der Anteil der Unternehmen, die ihre Aufwendungen für neue Produkte und Dienstleistungen erhöhten, in Branchen mit niedriger bis mittlerer F&E-In-

tensität (42,5%) am höchsten, gefolgt von Branchen mit mittlerer (36,4%) und hoher F&E-Intensität (35,7%). Am geringsten war er in Bereichen mit mittlerer bis hoher F&E-Intensität (29,7%). Im Gegensatz dazu hatten 2024 am häufigsten Unternehmen mit hoher F&E-Intensität ihre Ausgaben ausgeweitet (38,5%).

4. Unternehmen hielten ihre Aufwendungen 2025 häufig konstant

Abbildung 4 setzt die Veränderung der Aufwendungen für die Einführung neuer Produkte und Dienstleistungen in den Meldejahren 2024 und 2025 zueinander in Beziehung. Sie berücksichtigt daher nur jene Unternehmen, welche die entsprechenden Fragen in beiden Jahren beantwortet haben. Die farbliche Kennzeichnung erlaubt eine Einordnung, ob Unternehmen ihre Aufwendungen im Jahr 2025 überwiegend stabil gehalten

(grün) oder eher ausgeweitet (türkis) bzw. reduziert (blau) haben. Zudem entspricht die Fläche der Rechtecke in Abbildung 4 den Zellprozenten – je größer der Anteil, desto größer die Rechtecke. So zeigt sich, wie sehr die Ausgabenmuster von der Vorjahresentwicklung geprägt sind, also ob das Ausgabenverhalten in den letzten beiden Jahren eher gleichgeblieben ist oder ob Anpassungen dominieren.

Die Mehrheit der Unternehmen hielt ihre Ausgaben für neue Produkte und Dienstleistungen 2025 konstant. 39,2% der Unternehmen ließen ihre Ausgaben sogar bereits zwei Jahre in Folge unverändert. Deutlich weniger froren sie nach einer Erhöhung (18,1%) bzw. Senkung (5,2%) im Jahr 2024 ein.

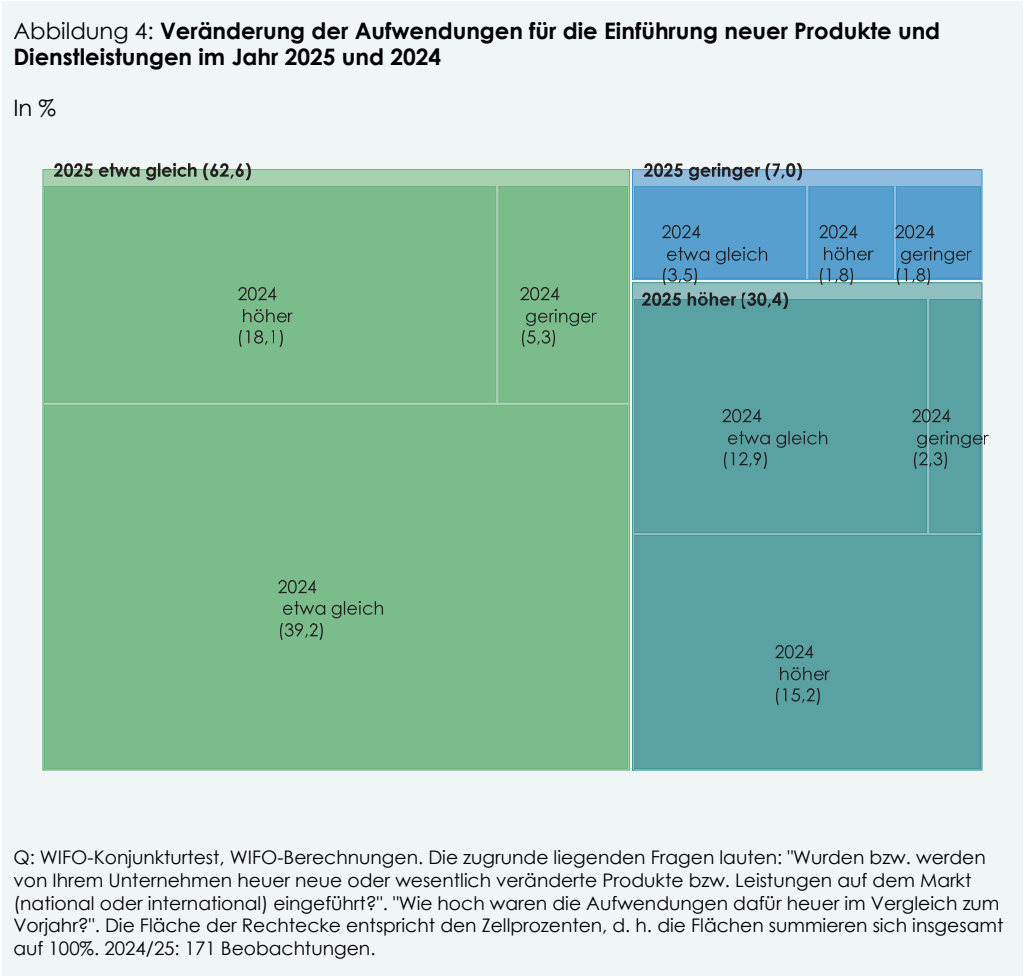
Die zweitgrößte Gruppe sind jene Unternehmen, die ihre Aufwendungen 2025 erhöhten. Aber nicht einmal jedes 6. Unternehmen (15,2%) steigerte seine Aufwendungen für Produkte und Dienstleistungen bereits zwei Jahre in Folge. 12,9% hielten ihre Ausgaben 2024 konstant und erhöhten diese im Folgejahr, 2,3% hoben sie nach einer Senkung wieder an.

Die Gruppe jener Unternehmen, die ihre Aufwendungen zurückschrauben, ist üblicher-

weise die kleinste. Zweimal in Folge senkten nur 1,8% der befragten Unternehmen ihre Ausgaben für Produktneueinführungen. Ebenso klein ist der Anteil der Unternehmen, die ihre Aufwendungen 2024 erhöhten und im Folgejahr wieder reduzierten. 3,5% froren sie 2024 ein und senkten sie 2025.

Im Vergleich zum Durchschnitt der Jahre 2020/2024 war 2025 der Anteil der Unternehmen, die ihre Aufwendungen für Produktneueinführungen zwei Jahre in Folge einfroren, größer (Ø 2020/2024: 34,3%), der Anteil jener, die ihre Ausgaben zweimal in Folge erhöhten, hingegen merklich kleiner (Ø 2020/2024: 19,9%). Das deutet darauf hin, dass das Ausgabenverhalten der Unternehmen 2025 spürbar vorsichtiger war als in den Jahren zuvor.

Nur 15,2% der befragten Unternehmen steigerten ihre Ausgaben zwei Jahre in Folge, während 39,2% ihre Innovationsausgaben seit zwei Jahren eingefroren haben.



Für 2026 planen insgesamt 37,1% der Unternehmen eine Ausweitung ihrer Aufwendungen für Produktneueinführungen im Vergleich zu 2025, weitere 56,5% wollten sie konstant halten. 6,4% der Unternehmen gaben an, ihre Ausgaben im Jahr 2026 reduzieren zu müssen (Übersicht 2).

Abbildung 5 setzt die für 2026 geplanten Ausgaben und das Ausgabenverhalten im Jahr 2025 zueinander in Beziehung. Je höher

die Anteile in der Hauptdiagonale (links oben nach rechts unten) sind, desto stabiler sind die Verhaltensmuster der Unternehmen über die Zeit. Grundsätzlich erweisen sie sich als beständig, die Hauptdiagonale bildet tendenziell die dominante Strategie der Unternehmen ab. 77,5% der Unternehmen, die ihre Ausgaben für neue Produkte und Dienstleistungen 2025 konstant gehalten hatten, planten dies auch für 2026. Gegenüber dem Vorjahr entspricht dies einer Zu-

nahme um 3,6 Prozentpunkte (2024: 73,9%). Ebenso beabsichtigten 54,7% der Unternehmen, die ihre Aufwendungen 2025 erhöht hatten, auch für 2026 eine Anhebung (2024: 52,1%). In der Gruppe der Unternehmen, die ihre Ausgaben 2025 verringern mussten, ist die Persistenz weiterhin am geringsten: 35% gaben an, ihre Aufwendungen 2026 weiter zu reduzieren, deutlich weniger als im Vor-

jahr (2024: 41,7%). Dagegen planten 50% ihr Ausgabeniveau beizubehalten und weitere 15% eine Aufstockung. Umgekehrt beabsichtigten nur 5,1% der Unternehmen, die ihre Aufwendungen 2025 gesteigert hatten, eine Senkung im Jahr 2026. Solche Werte abseits der Hauptdiagonalen spiegeln geplante Verhaltensänderungen wider.

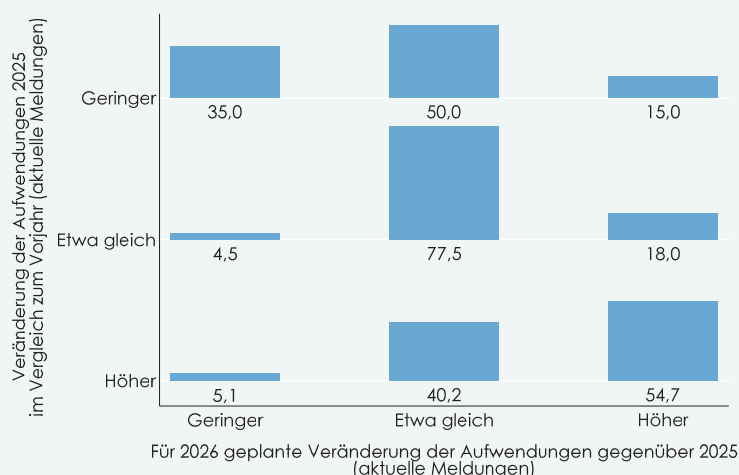
Übersicht 2: Für 2026 geplante Aufwendungen für neue Produkte und Dienstleistungen im Vergleich zu 2025

	Unternehmen	
	In %	Anzahl
Insgesamt	100,0	315
Geringer als 2025	6,4	20
Etwa gleich hoch wie 2025	56,5	178
Höher als 2025	37,1	117

Q: WIFO-Konjunkturtest, WIFO-Berechnungen.

Abbildung 5: Aufwendungen für die Einführung neuer Produkte und Dienstleistungen 2025 und geplante Veränderung 2026

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?". 315 Beobachtungen.

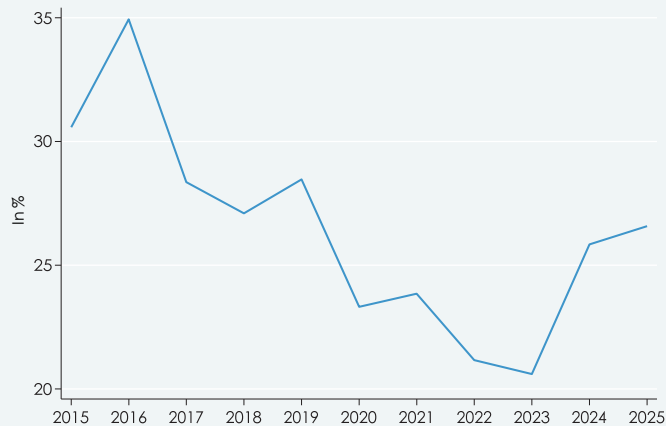
5. Anteil der Unternehmen mit Produkt- und Dienstleistungsneueinführungen entwickelt sich zufriedenstellend

Im Jahr 2025 führte gut jedes vierte heimische Industrieunternehmen neue Produkte oder Dienstleistungen ein. Dieser Anteil liegt jedoch deutlich unter dem Niveau von 2016.

Der Anteil der Unternehmen, die im WIFO-Konjunkturtest eine Einführung neuer Produkte oder Dienstleistungen meldeten, sank von 2019 bis 2023 kontinuierlich von 28,5% auf 20,6%, insgesamt also um rund 8 Prozentpunkte (Abbildung 6). In den Folgejahren begann sich der Anteil der innovierenden Unternehmen wieder zu erholen und erreichte 2025 mit 26,6% den höchsten Wert

seit Ausbruch der COVID-19-Pandemie (+0,7 Prozentpunkte gegenüber 2024). Trotzdem liegt er noch immer deutlich unter dem Niveau von vor zehn Jahren (2016: 34,9%). Die große Mehrheit der Unternehmen (73,4%) gab an, 2025 keine neuen Produkte oder Dienstleistungen auf den Markt gebracht zu haben.

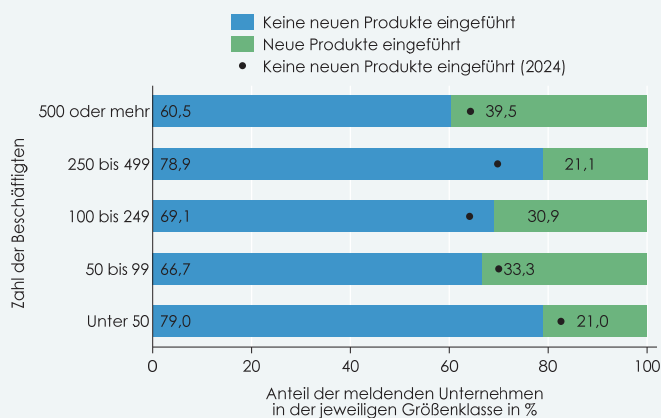
Abbildung 6: Anteil der Unternehmen mit neuen Produkten und Dienstleistungen



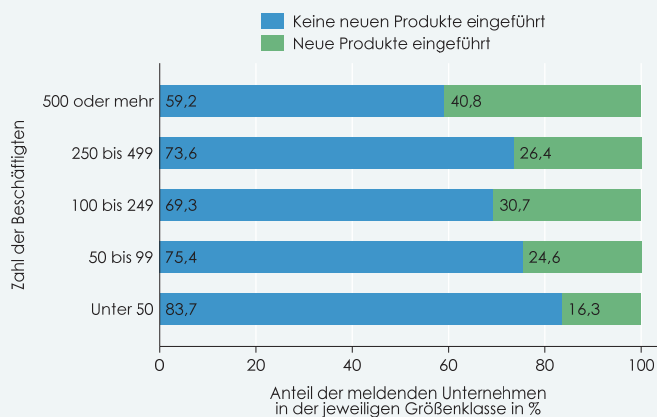
Q: WIFO-Konjunkturtest, WIFO-Berechnungen. Die zugrunde liegende Frage lautet: "Wurden bzw. werden von Ihrem Unternehmen heuer neue oder wesentlich veränderte Produkte bzw. Leistungen auf dem Markt (national oder international) eingeführt?". 6.194 Beobachtungen.

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

2025



Ø 2020/2024



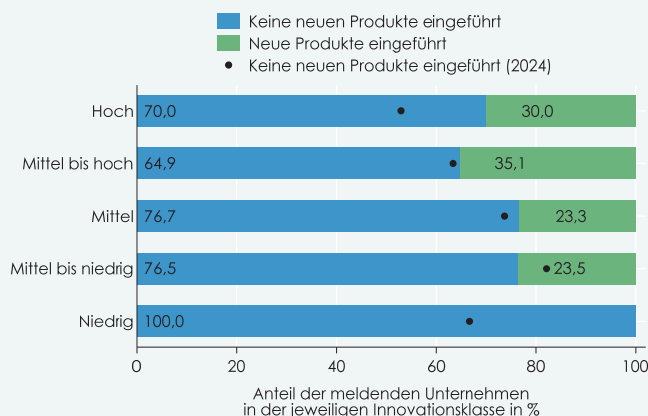
Q: WIFO-Konjunkturtest, WIFO-Berechnungen. Die zugrunde liegende Frage lautet: "Wurden bzw. werden von Ihrem Unternehmen heuer neue oder wesentlich veränderte Produkte bzw. Leistungen auf dem Markt (national oder international) eingeführt?". 2025: 444 Beobachtungen, 2020/2024: 2.121 Beobachtungen.

Abbildung 7 (obere Grafik) zeigt den Anteil der Unternehmen, die im Jahr 2025 neue Produkte oder Dienstleistungen einführten, nach Unternehmensgröße sowie die Veränderung zum Vorjahr. Die untere Grafik ermöglicht einen Vergleich mit dem Fünfjahresdurchschnitt 2020/2024. Im Vorjahresvergleich erhöhte sich 2025 der Anteil der Unternehmen mit Produktneueinführungen in drei von fünf Gruppen, wenn auch nur

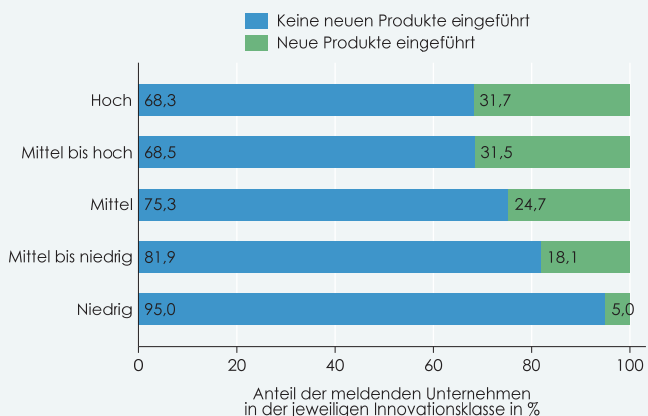
geringfügig. Mit rund 4 Prozentpunkten fiel die Steigerung in Großunternehmen ab 500 Beschäftigten am stärksten und in Unternehmen mit 50 bis 99 Beschäftigten (rund +3 Prozentpunkte) am schwächsten aus. In Unternehmen mit 250 bis 499 Beschäftigten verringerte sich der Anteil um 9,1 Prozentpunkte, in jenen mit 100 bis 249 Beschäftigten um 5 Prozentpunkte.

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

2025



Ø 2020/2024



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?". 2025: 444 Beobachtungen, 2020/2024: 2.121 Beobachtungen.

Der Zuwachs an Produktneueinführungen wurde 2025 vor allem von KMU und Unternehmen in Branchen mit mittlerer bis niedriger Innovationsintensität getragen.

Im Vergleich mit den Durchschnittswerten 2020/2024 war im Jahr 2025 der Anteil innovierender Unternehmen in den unteren Größenklassen deutlich höher (unter 50 Beschäftigte: 21%, Ø 2020/2024: 16,3%, 50 bis 99 Beschäftigte: 33,3% versus 24,6%). In den übrigen Größenklassen war er im Jahr 2025 hingegen (geringfügig) niedriger als in den fünf Jahren davor. Insbesondere Unternehmen mit 250 bis 499 Beschäftigten kamen mit 21,1% nicht an den Fünfjahresdurchschnitt von 26,4% heran.

Nach der Innovationsintensität der Branche (Abbildung 8) waren Unternehmen im Jahr 2025 in fast allen Branchengruppen zurückhaltender bei der Einführung von neuen Produkten als im Vorjahr. Höher und zugleich höher als im Fünfjahresdurchschnitt war der Anteil ausschließlich in Unternehmen mit mittlerer bis niedriger Innovationsintensität (+5,6 Prozentpunkte gegenüber 2024). In hoch innovationsintensiven Branchen lag er mit 30% zwar deutlich unter dem des Vorjahres, aber dennoch nahe am Durchschnitt der letzten fünf Jahre (31,5%).

6. Kreditaufnahmen 2025 wieder etwas häufiger, einhergehend mit höherer Ausgabendynamik

Seit Beginn der multiplen Krisen ab 2020 konnte ein kräftiger Rückgang der abgeschlossenen Kreditverträge beobachtet werden. 2025 schlossen insgesamt 27,7% der befragten Unternehmen einen oder mehrere Kreditverträge mit einer Bank ab. Damit stieg der Anteil im Vorjahresvergleich etwas an (+2,3 Prozentpunkte) und entsprach nahezu dem Fünfjahresdurchschnitt ($\bar{x}$ 2020/2024: 27,6%).

Die Einführung neuer Produkte und Dienstleistungen erfordert einerseits zusätzliche Mittel (z. B. für Entwicklung, Umstellungen und Markteinführung), andererseits aber auch Zeit für Planung und Umsetzung. Ein Zusammenhang zwischen Finanzierung und Ausgabenverhalten zeigt sich daher am ehesten mit einem zeitlichen Vorlauf. Betrachtet man die Kreditabschlüsse im Vorjahr (2024) und die tatsächlichen Aufwendungen im Meldejahr 2025, weisen Unternehmen mit einem Kreditneuabschluss deutlich häufiger Ausgabensteigerungen (37,5%) aus als Unternehmen ohne Kreditneuabschluss (31,2%). Umgekehrt ist der Anteil der Unternehmen mit unveränderten Aufwendungen in der Teilmenge ohne Kreditneuabschluss höher (60,4% gegenüber 50%). Insgesamt spricht dieses Muster für eine lebhaftere Ausgabendynamik in Unternehmen mit Kreditaufnahme³⁾.

Ein ähnlicher Zusammenhang zeigt sich bei den geplanten Aufwendungen für 2026 und den Kreditabschlüssen im Jahr 2025: Unternehmen mit Kreditneuabschluss planen häufiger eine Ausweitung ihrer Aufwendungen (42,4% gegenüber 32,5%) – und zugleich etwas häufiger eine Reduktion (3,5% gegenüber 2,6%) –, während Unternehmen ohne Kreditneuabschluss eher ein konstantes Ausgabenniveau angeben (64,9% gegenüber 55,2%)⁴⁾.

Ein Konnex zwischen der Kreditaufnahme und der Einführung neuer Produkte bzw. Dienstleistungen ist insbesondere in der längerfristigen Betrachtung erkennbar. Im Fünfjahreszeitraum (2020 bis 2024) meldeten Unternehmen mit neuen Kreditverträgen häufiger Neueinführungen als Unternehmen ohne Kreditabschluss: In der Gruppe mit Kreditabschluss lag der Anteil der innovierenden Unternehmen bei 26,2%, in der Gruppe ohne Kreditabschluss bei 20,3%. Der Unterschied ist statistisch signifikant (Pearson- χ^2 -

Test: $p = 0,025$). Für das Meldejahr 2025 ist das Muster zwar ebenfalls erkennbar (mit Kreditneuabschluss 32,8%, ohne Kreditneuabschluss 25,0%), jedoch nicht statistisch signifikant ($p = 0,228$). Nichtsdestotrotz gehen Kreditneuaufnahmen im längerfristigen Vergleich mit einer höheren Wahrscheinlichkeit von Produktneueinführungen einher.

Der Anteil der Unternehmen, die bei Kreditvorhaben mit Beschränkungen konfrontiert waren, sank 2025 etwas im Vergleich zum Vorjahr. Diese Beschränkungen können vielfältig sein: So können etwa die Höhe des Kredites geringer oder die Kreditbedingungen ungünstiger ausfallen als erwartet. Als Beschränkungen gelten auch eine Ablehnung des Kreditantrages durch die Banken oder der Fall, dass Unternehmen gar nicht erst einen Kredit beantragen, da sie ihre Erfolgchancen als zu gering einschätzen.

Jedes fünfte Unternehmen (20,3%) meldete, 2025 mit solchen Beschränkungen konfrontiert gewesen zu sein. Bei den übrigen 79,7% fielen die Höhe und die Bedingungen des Kredites entweder wie erwartet aus, oder die Unternehmen hatten 2025 keinen Bedarf an neuen Krediten. Unternehmen ohne Kreditbeschränkungen in der Vorperiode führten 2025 etwas häufiger neue Produkte oder Dienstleistungen ein als Unternehmen, die 2024 mit Kreditbeschränkungen konfrontiert waren (28,5% gegenüber 20,9%)⁵⁾.

Der Anteil der Unternehmen mit Kreditbeschränkung fällt deutlich geringer aus, wenn man ihn beschäftigungsgewichtet berechnet. Das lässt darauf schließen, dass insbesondere kleinere Unternehmen mit weniger Beschäftigten von Kreditbeschränkungen betroffen sind. Abbildung 9 stellt die Veränderung der geplanten Ausgaben für neue Produkte und Dienstleistungen den gemeldeten Kreditbeschränkungen gegenüber. Die beiden Indikatoren entwickeln sich üblicherweise gegenläufig. In Jahren, in denen viele Unternehmen mit Kreditbeschränkungen konfrontiert sind, sinkt der Anteil derer, die beabsichtigten, ihre Aufwendungen für Produktneueinführungen im Folgejahr zu erhöhen, und umgekehrt. Auch zuletzt spiegelte sich der Rückgang der (beschäftigungsgewichteten) Kreditbeschränkungen im Jahr 2025 in einer erhöhten Ausgabenbereitschaft für die Einführung neuer Produkte und Dienstleistungen im Jahr 2026.

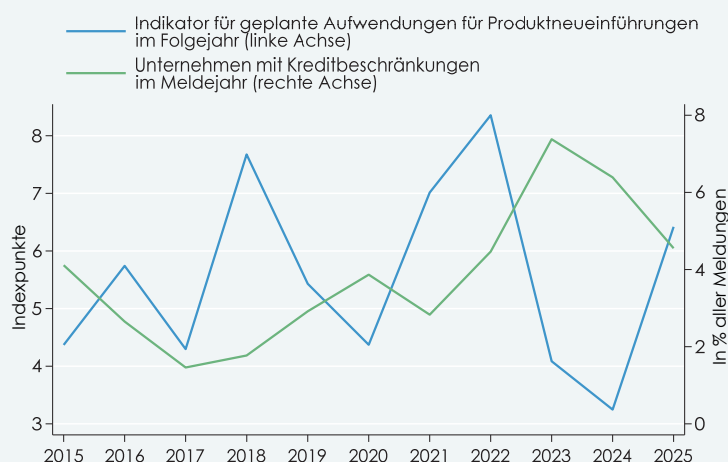
Unternehmen mit Kreditabschlüssen führten tendenziell häufiger neue Produkte und Dienstleistungen in den Markt ein.

³⁾ Der Zusammenhang war im Jahr 2025 allerdings nicht statistisch signifikant. In der Stichprobe der Jahre 2020/2024 war er noch deutlich ausgeprägter und signifikant (Pearson- χ^2 -Test: $p = 0,000$). Damit ist der Befund zwar in der Gesamtschau der letzten Jahre sichtbar, für die aktuelle Befragungswelle sollte er aber vorsichtig interpretiert werden.

⁴⁾ Auch hier ist der Zusammenhang in der Fünfjahresstichprobe statistisch signifikant. Für das Jahr 2025 allein sind die Unterschiede zwischen Unternehmen mit und ohne Kreditabschluss hinsichtlich der Planungen für 2026 dagegen klein und ein Pearson- χ^2 -Test nicht statistisch signifikant.

⁵⁾ Der Zusammenhang ist für 2025 allerdings nicht statistisch signifikant (Pearson- χ^2 -Test: $p = 0,318$).

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



Q: WIFO-Konjunkturtest, WIFO-Berechnungen. Die Stichprobengröße des WIFO-Konjunkturtests liegt bei jährlich über 1.500 Unternehmen (2025: 1.701). Davon beantworteten im Dezember 2025 345 Unternehmen die Frage zu geplanten Aufwendungen für die Neueinführung von Produkten und Dienstleistungen und 516 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 der Höhe, der Laufzeit und die Konditionen der Kredite, wie auch die gänzliche Ablehnung eines Kredites durch die Bank.

7. Zusammenfassung und Schlussfolgerungen

Im **Jahr 2025** blieb das Umfeld für die Sachgütererzeugung herausfordernd. Konjunkturschwäche und Wettbewerbsdruck hielten an, während sich wichtige europäische Absatzmärkte nur zögerlich stabilisierten. Zudem dämpften die hohe Unsicherheit sowie ein ungünstiges Kosten- und Finanzierungsumfeld die Investitionsneigung. Die Auswertung der Sonderfragen zur Neueinführung von Produkten und Dienstleistungen im **WIFO-Konjunkturtest** spiegelt diese Herausforderungen wider. Die **Aufwendungen** für Produkt- und Dienstleistungsneueinführungen lagen 2025 **nahe am langfristigen Durchschnitt** (6,8 Punkte, Ø 2015/2024: 6,9 Punkte). Gleichzeitig dominierte eine Strategie der Zurückhaltung: mehr als die Hälfte der Unternehmen hielt die Aufwendungen gegenüber dem Vorjahr konstant (56,2%). Die **Planungen für 2026** fielen dagegen wieder deutlich expansiver aus (6,4 Punkte, Ø 2015/2024: 5,5 Punkte), 37,1%

der befragten Unternehmen planen eine Ausweitung und 56,5% ein gleichbleibendes Ausgabenniveau.

Der Anteil der Unternehmen mit **Produkt- oder Dienstleistungsneueinführungen** erholte sich 2025 weiter und stieg auf **26,6%**, blieb aber weit unter dem Niveau von 2016 (34,9%). Der Anteil der Unternehmen mit Kreditneuverträgen nahm leicht zu (27,7%). Dies signalisiert eine vorsichtige Ausweitung der künftigen Innovationsausgaben, zumal Unternehmen mit Kreditneuabschlüssen im Langfristvergleich häufiger neue Produkte oder Dienstleistungen einführen. Inwiefern die geplanten Investitionen tatsächlich umgesetzt werden, hängt aber entscheidend von der konjunkturellen und wirtschaftspolitischen Entwicklung im Jahr 2026 ab. Neue Risiken wie der Iran-Krieg sind in den hier präsentierten Befragungsergebnissen vom Dezember 2025 noch nicht berücksichtigt.

8. Literaturhinweise

- Bristow, G., & Healy, A. (2018). Innovation and regional economic resilience: An exploratory analysis. *The annals of regional science*, 60(2), 265-284.
- Cefis, E., & Marsili, O. (2019). Good times, bad times: Innovation and survival over the business cycle. *Industrial and Corporate Change*, 28(3), 565-587.
- Friesenbichler, K., & Hölzl, W. (2026). Investitionspläne für 2026 zeigen allmähliche Bodenbildung an. Ergebnisse der WIFO-Investitionsbefragung vom Herbst 2025. *WIFO-Monatsberichte*, 99(1), 27-35. <https://www.wifo.ac.at/publication/pid/66502810>.

- 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/publication/pid/4150114>.
- 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>.
- Glocker, C., & Hölzl, W. (2022). A direct measure of subjective business uncertainty. *German Economic Review*, 23(1), 121-155.
- Gorodnyi, N. A. (2025). The Role of Innovations in the Resilience of Russian Companies in Global Value Chains. *Journal of Applied Economic Research*, 24(3), 990-1022.
- Hölzl, W., Bierbaumer, J., Klien, M., & Kügler, A. (2026). Verhaltene Verbesserung der Konjunktüreinschätzungen. Ergebnisse der Quartalsbefragung des WIFO-Konjunkturtests vom Jänner 2026. *WIFO-Konjunkturtest*, (1). <https://www.wifo.ac.at/publication/pid/66377096>.
- Hölzl, W., & Schwarz, G. (2014). Der WIFO-Konjunkturtest: Methodik und Prognoseeigenschaften. *WIFO-Monatsberichte*, 87(12), 835-850. <https://www.wifo.ac.at/publication/pid/4096384>.
- Reinstaller, A. (2019). Produkteinführungen österreichischer Unternehmen und Konjunkturschwankungen. *WIFO-Monatsberichte*, 92(3), 173-182. <https://www.wifo.ac.at/publication/pid/4141312>.
- Scheiblecker, M. (2026). Österreichs Industrieproduktion im Ländervergleich. Aktualisierung 2026. *WIFO-Monatsberichte*, 99(1), 17-26. <https://www.wifo.ac.at/publication/pid/66502882>.