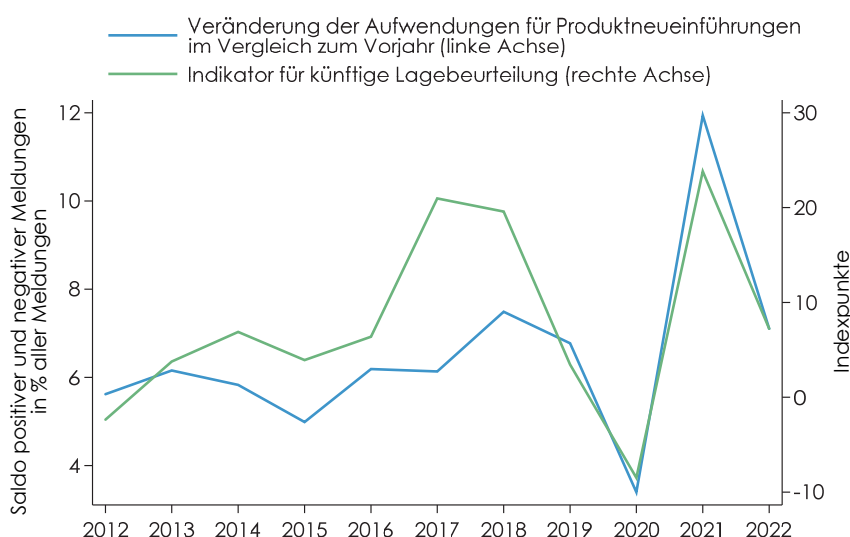


Ausgaben der Unternehmen für Produktneueinführungen 2022 gekürzt

Agnes Kügler, Nicole Schmidt-Padickakudy, Tim Slickers

- Der Anteil der österreichischen Unternehmen, die neue Produkte eingeführt haben, sank 2022 abermals gegenüber dem Vorjahr.
- Die Ausgaben für die Einführung neuer Produkte und Dienstleistungen nahmen deutlich ab, insbesondere in Branchen mit höherer Innovationsintensität. Der entsprechende Indikator erreichte per Saldo in etwa den Stand von 2019.
- Während 2021 eine breit getragene Expansion der Innovationsausgaben zu beobachten war, beschränkte sich die Erhöhung 2022 auf jene Unternehmen, die bereits im Vorjahr verstärkt in Innovation investiert hatten.
- Die Unsicherheit infolge des Ukraine-Krieges dämpfte vor allem in größeren Unternehmen die Bereitschaft, in Innovationsprojekte zu investieren.
- Die Meldungen zu den für 2023 geplanten Innovationsausgaben fielen demgegenüber etwas zuversichtlicher aus.

Aufwendungen für neue Produkte und Dienstleistungen sowie künftige Lagebeurteilung



"Der Konjunkturaufschwung wurde im Jahr 2022 durch den Angriffskrieg Russlands gegen die Ukraine und die drohende Energieknappheit gedämpft. Die Rückmeldungen zu den Ausgaben für neue Produkte und Dienstleistungen folgen diesem Konjunkturverlauf."

Mit der Eintrübung der Erwartungen senkten die heimischen Unternehmen 2022 ihre Innovationsausgaben (Q: WIFO-Konjunkturtest, WIFO-Berechnungen).

Ausgaben der Unternehmen für Produktneueinführungen 2022 gekürzt

Agnes Kügler, Nicole Schmidt-Padickakudy, Tim Slickers

Ausgaben der Unternehmen für Produktneueinführungen 2022 gekürzt

Wie die Ergebnisse des WIFO-Konjunkturtests vom Dezember 2022 zeigen, fielen die Konjunkturschätzungen der österreichischen Unternehmen im Jahr 2022 aufgrund der gestiegenen geopolitischen Unsicherheit weniger zuversichtlich aus als im Vorjahr. Dies ging mit einem Rückgang der Ausgaben für neue Produkte und Dienstleistungen einher. Die Ausgabenpläne für das Jahr 2023 spiegeln dagegen eine Stimmungsaufhellung wider. Langfristig tendieren Unternehmen dazu, ihre Ausgaben für Produktneueinführungen konstant zu halten oder zu erhöhen. Der Anteil der Unternehmen, die neue Produkte einführen, ist in Österreich jedoch seit Jahren rückläufig.

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

Begutachtung: Werner Hölzl • Abgeschlossen am 7. 6. 2023

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

Corporate Spending on New Product Launches Cut in 2022

As the results of the December 2022 WIFO-Konjunkturtest (business cycle survey) show, the economic assessments of Austrian companies in 2022 were less confident than in the previous year due to increased geopolitical uncertainty. This was accompanied by a decline in spending on new products and services. Spending plans for 2023 again reflect a brightening of sentiment. Companies tend to hold constant or increase their spending on new product launches over the long run. However, the share of companies with new product launches has been declining in Austria for years.

1. Einleitung

In der Literatur herrscht grundsätzlich Konsens, dass Unternehmen, die in der Forschung und Entwicklung (F&E) aktiv sind, flexibler sind als andere Unternehmen und bessere Chancen haben, mit wirtschaftlichen Veränderungen erfolgreich umzugehen (Geroski et al., 1993; Meghir et al., 1996). Ihre Fähigkeit, Produkte und Geschäftsprozesse durch Innovationen an veränderte Marktlagen anzupassen und wettbewerbliche Herausforderungen durch Wissenskapital zu bewältigen, ermöglicht es solchen Unternehmen auch, Krisen besser zu meistern (Archibugi et al., 2013; Friesenbichler et al., 2020). So zeigen laut Peters et al. (2022) insbesondere kleine und mittlere Unternehmen (KMU), die während Krisen neue Produkte einführen, ein stärkeres Beschäftigungswachstum als andere Unternehmen. Innovierende Unternehmen können durch die Einführung neuer Produkte Nachfrageausfälle bei bestehenden Produkten ausgleichen. Eine mögliche Erklärung für diese Beobachtung liegt in den höheren Investitionsquoten von F&E-aktiven Unternehmen, was darauf hindeuten könnte, dass sie besser in

der Lage sind, geschäftliche Chancen zu erkennen.

Nachdem es im Jahr 2021 noch zu einem Anstieg der Innovationstätigkeit österreichischer Unternehmen gekommen war (Reinstaller, 2022), ließ sich 2022 das Gegenteil beobachten. Die hier präsentierten Ergebnisse des WIFO-Konjunkturtests vom Dezember 2022 deuten auf einen konjunkturbedingten und deutlichen Rückgang der Innovationsausgaben im Jahr 2022 hin. Bei der Einführung neuer Produkte waren die heimischen Unternehmen angesichts des unsicheren Umfeldes abermals vorsichtig.

Die Ergebnisse des WIFO-Konjunkturtests werden durch die im Frühsommer 2023 veröffentlichte Globalschätzung der Statistik Austria nur zum Teil gestützt: Demnach sank 2022 der Anteil des Unternehmenssektors an den gesamten F&E-Ausgaben in Österreich nur geringfügig von 44,8% auf 44,6%. Für 2023 wird mit einem weiteren, etwas kräftigeren Rückgang auf 43,3% gerechnet¹⁾.

¹⁾ <https://www.statistik.at/statistiken/forschung-innovation-digitalisierung/forschung-und->

[experimentelle-entwicklung-fe/forschungsquote-globalschaetzung](https://www.statistik.at/statistiken/forschung-innovation-digitalisierung/forschung-und-) (abgerufen am 30. 5. 2023).

In absoluten Zahlen entspricht dies aber einem leichten Anstieg der F&E-Ausgaben des Unternehmenssektors von 5,77 Mrd. € im Jahr 2021 auf 6,38 Mrd. € 2022 bzw. auf geschätzte 6,69 Mrd. € im Jahr 2023.

Die Investitionsdaten der Volkswirtschaftlichen Gesamtrechnung (VGR) stützen dagegen die Resultate des WIFO-Konjunkturtests hinsichtlich des Konjunkturmusters und des Innovationsverhaltens in den letzten zwei Jahren (Kügler et al., 2023). Das Quartalswachstum der wissensintensiven "sonstigen

Anlageinvestitionen" lag im langjährigen Durchschnitt bei 4,5%, fiel im I. Quartal 2020 aber auf 2,1% ab. Auf die Erholung im Jahr 2021 folgte ein erneuter Rückgang der wissensintensiven Investitionen im Jahr 2022.

Dieser Beitrag stellt die Ergebnisse der letzten WIFO-Befragung österreichischer Unternehmen zur Einführung neuer Produkte und Dienstleistungen sowie zu den dafür getätigten und geplanten Ausgaben dar.

2. Datengrundlage

Seit 2011 werden im Rahmen des WIFO-Konjunkturtests einmal jährlich Fragen zur Einführung neuer Produkte gestellt²⁾. Die letzte Erhebung fand im Dezember 2022 statt. Die daraus gewonnenen Ergebnisse vermitteln ein erstes Stimmungsbild zum Innovations-

verhalten österreichischer Unternehmen. An der aktuellen Befragungswelle nahmen 379 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 derartige Aufwendungen getätigt wurden und ob diese gegenüber dem Vorjahr höher, niedriger oder gleich hoch ausgefallen sind. Die Meldungen werden als Salden ausgewiesen. Dabei wird vom Anteil der positiven Meldungen an allen Meldungen eines Jahres der Anteil der negativen Meldungen abgezogen. Der Indikator wurde so normiert, dass er Werte zwischen -1 und +1 annehmen kann. Bei einem Wert von null halten sich positive und negative Meldungen die Waage.

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 Jahresdurchschnitt über alle Meldungen des Unternehmens in einem Jahr berechnet.

3. Aufwendungen für die Einführung neuer Produkte entwickeln sich im Einklang mit den Konjunkturerwartungen

Die unternehmerischen Erwartungen trübten sich im Jahresverlauf 2022 ein. Der Angriffskrieg Russlands gegen die Ukraine und die damit gestiegene geopolitische Unsicherheit dämpften die Erwartungen zur wirtschaftlichen Entwicklung bereits im Frühjahr 2022 deutlich. Gleichzeitig war im Vergleich zum Vorjahr ein spürbarer Rückgang der Aufwendungen für neue Produkte und Dienstleistungen beobachtbar. Dies ist kein Zufall, da beide Faktoren positiv miteinander korreliert sind³⁾. Wenn sich die Einschätzungen zur künftigen Konjunkturdynamik aufhellen, steigen die Aufwendungen für neue Produkteinführungen entsprechend an und umgekehrt.

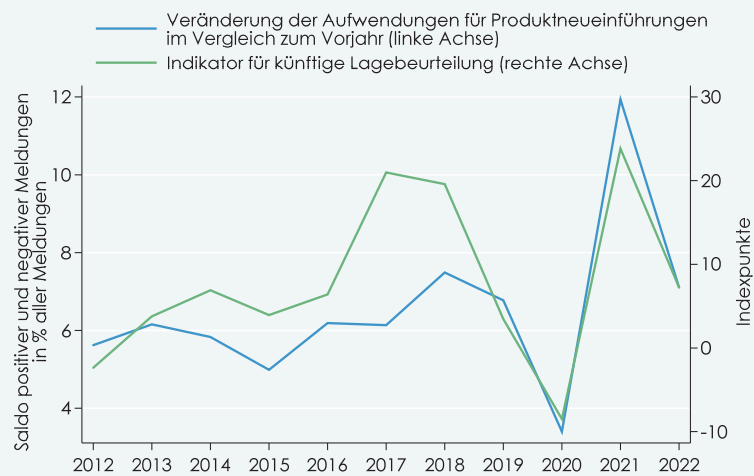
In Österreich zeigen die Ausgaben für neue Produkte und Dienstleistungen einen prozyklischen Verlauf (Abbildung 1). So wurde der Einbruch der unternehmerischen Erwartungen zur Konjunkturentwicklung im Jahr 2020 von einem Rückgang der Aufwendungen für Produktneueinführungen begleitet. 2021 waren die befragten Unternehmen wieder optimistischer in Bezug auf die künftige Wirtschaftsentwicklung. Der Konjunkturaufschwung wurde jedoch im Jahr 2022 durch den Ukraine-Krieg und die drohende Energieknappheit gedämpft. Die Rückmeldungen zu den Ausgaben für neue Produkte und Dienstleistungen folgen diesem Konjunkturverlauf.

Die Aufwendungen für die Einführung neuer Produkte und Dienstleistungen sanken 2022 deutlich im Vergleich zum Vorjahr.

²⁾ Siehe Reinstaller (2019) für eine detaillierte Beschreibung der Teilerhebung zur Einführung neuer Produkte bzw. Hölzl und Schwarz (2014) für eine Beschreibung des gesamten WIFO-Konjunkturtests.

³⁾ Zieht man als Beobachtungszeitraum die letzten 10 Jahre heran, so beträgt der Korrelationskoeffizient 0,76 und ist bei einem Signifikanzniveau von 5% statistisch signifikant (vgl. Kügler et al., 2023).

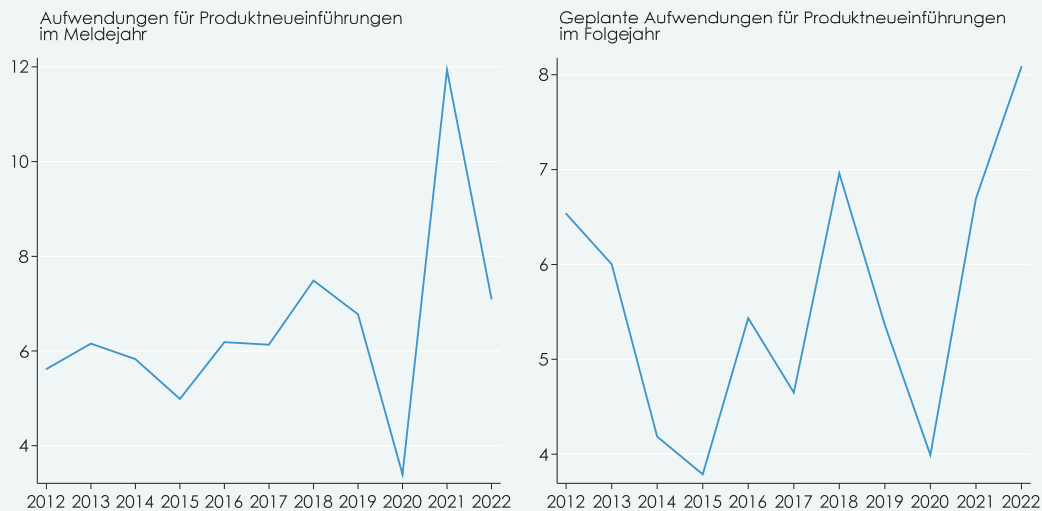
Abbildung 1: Aufwendungen für neue Produkte und Dienstleistungen sowie künftige Lagebeurteilung



Q: WIFO-Konjunkturtest, WIFO-Berechnungen. Die Stichprobengröße liegt im Fall der Aufwendungen für neue Produkte bei 4.709, im Fall der Konjunkturerwartungen bei 55.337 Beobachtungen. Die Veränderung der Aufwendungen für Produktneueinführungen wurde als beschäftigungsgewichteter Überhang berechnet. Bei einem Wert größer null überwiegt der (beschäftigungsgewichtete) Anteil der Unternehmen mit gestiegenen Aufwendungen den Anteil der Unternehmen, die einen Ausgabenrückgang meldeten. Der Indikator der künftigen Lagebeurteilung des WIFO-Konjunkturtests zeigt den (beschäftigungsgewichteten) Durchschnitt der unternehmerischen Erwartungen der befragten Unternehmen.

Abbildung 2: Aufwendungen für neue Produkte und Dienstleistungen im Meldejahr sowie geplante Aufwendungen im Folgejahr

Saldo positiver und negativer Meldungen in % aller Meldungen, Gewichtung nach Unternehmensgröße



Q: WIFO-Konjunkturtest, WIFO-Berechnungen.

Die Aufwendungen (Abbildung 2, linke Grafik) waren 2021 per Saldo kräftig angestiegen, sanken jedoch 2022 spürbar. Dennoch lag der gewichtete Überhang positiver Meldungen im Jahr 2022 bei 7,1%, nach 11,9% 2021. Damit nahm der gewichtete Anteil der Unternehmen, die ihre Innovationsausgaben gegenüber dem Vorjahr erhöht haben, um 4,8 Prozentpunkte ab und befand sich auf einem ähnlichen Niveau wie vor der COVID-19-Pandemie (2018: 7,5%).

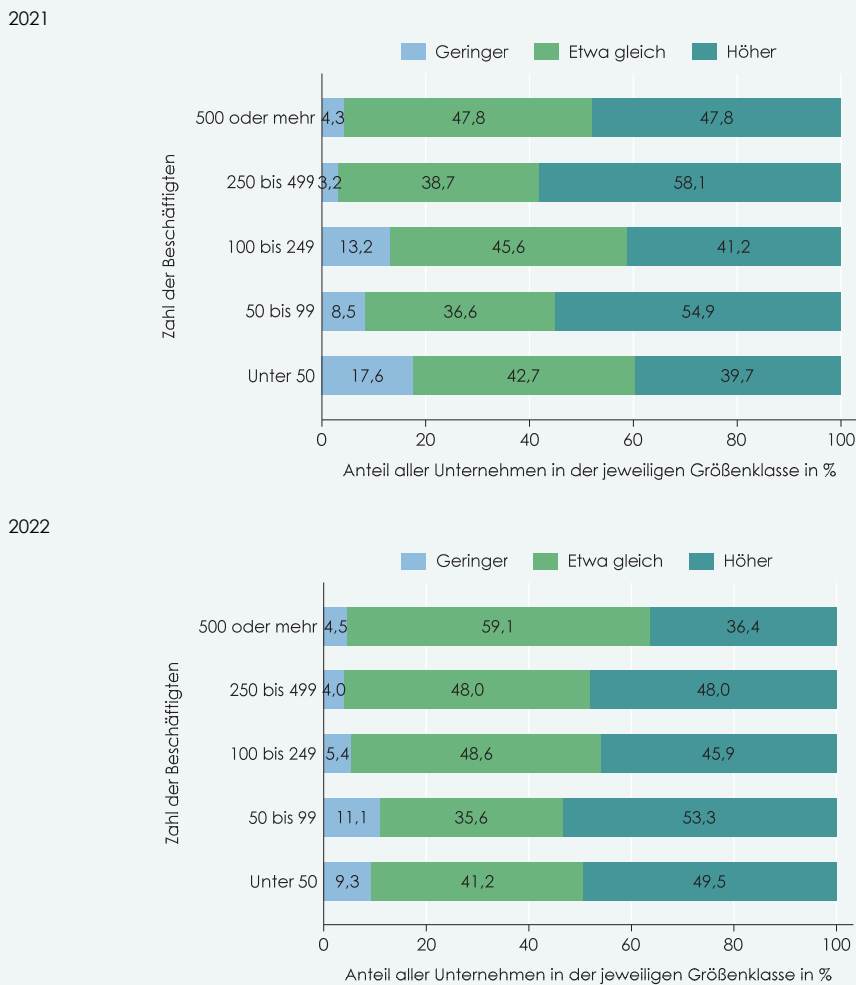
Abbildung 2 (rechte Grafik) zeigt die Veränderung der für das jeweilige Folgejahr geplanten Aufwendungen für neue Produkte und Dienstleistungen. Dieser Indikator bildet die Planungsunsicherheit der Unternehmen ab und ist stark von der laufenden Einschätzung geprägt. So waren die befragten Unternehmen bereits im Meldejahr 2021 mehrheitlich davon ausgegangen, ihre Ausgaben für Produktneueinführungen im nächsten Jahr zu erhöhen. Der Indikator lag bei

6,7%. Trotz des Ukraine-Krieges fiel der Wert im Meldejahr 2022 sogar noch optimistischer aus und erreichte mit 8,1% den höchsten Stand seit zehn Jahren. Dies ist auch auf den Zeitpunkt der Befragung im Dezember 2022 zurückzuführen. Die unternehmerischen Erwartungen für 2023 waren Ende 2022 wieder zuversichtlicher als zur Jahresmitte. Zudem

kann davon ausgegangen werden, dass technologische Entwicklungen trotz oder sogar verstärkt wegen der Energiekrise 2022 ein leitendes Investitionsmotiv österreichischer Unternehmen geblieben sind. Dies sollte sich auch in der Einführung neuer Produkte und Dienstleistungen niederschlagen (vgl. Kügler et al., 2023).

Der Anteil der Unternehmen, die ihre Aufwendungen für neue Produkte und Dienstleistungen erhöht haben, ging 2022 zurück. Trotzdem notierte der entsprechende Indikator per Saldo auf ähnlichem Niveau wie 2019 vor der COVID-19-Pandemie.

Abbildung 3: **Aufwendungen für die Einführung neuer Produkte und Dienstleistungen im Meldejahr nach Unternehmensgrößenklassen**



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?". 2021: 324 Beobachtungen, 2022: 226 Beobachtungen.

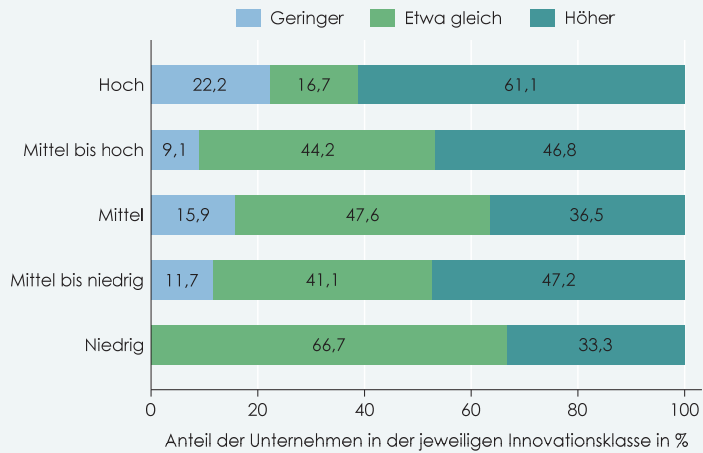
Nach Unternehmensgröße zeigten sich 2022 die größten Veränderungen in den Gruppen der (sehr) großen und der kleinen Unternehmen, während mittlere Unternehmen ihre Aufwendungen im Vorjahresvergleich relativ konstant hielten (Abbildung 3). Unter kleinen Unternehmen mit weniger als 50 Beschäftigten stieg der Anteil der Unternehmen, die ihre Aufwendungen für neue Produkte im Vergleich zum Vorjahr ausgeweitet haben, von 39,7% (2021) auf 49,5% (2022). Ein umgekehrter Trend war in der Gruppe der Groß-

unternehmen ab 500 Beschäftigten zu beobachten: hier sank der entsprechende Anteil um rund 11 Prozentpunkte (2022: 36,4%, 2021: 47,8%). Dies bedeutet jedoch nicht, dass (sehr) große Unternehmen ihre Aufwendungen gekürzt haben. Vielmehr behielten 2022 deutlich mehr dieser Unternehmen das Ausgabenniveau des Vorjahres bei (500 und mehr Beschäftigte +11,3 Prozentpunkte gegenüber 2021).

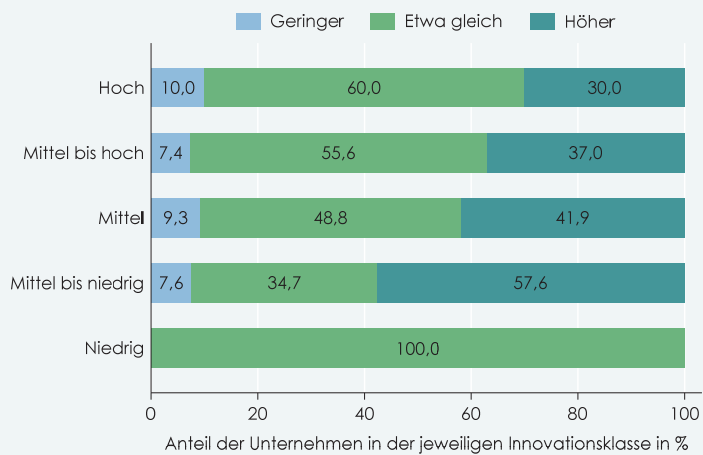
Die Meldungen zu den für 2023 geplanten Aufwendungen für Produktneueinführungen spiegeln die vorsichtig optimistischen unternehmerischen Erwartungen Ende 2022 wider. Die Mehrzahl der Unternehmen plante, die Ausgaben konstant zu halten oder zu erhöhen.

Abbildung 4: Aufwendungen für die Einführung neuer Produkte und Dienstleistungen im Meldejahr nach der Innovationsintensität der Branche

2021



2022



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?". 2021: 324 Beobachtungen, 2022: 226 Beobachtungen.

Hatten 2021 vor allem hoch innovative Branchen zur Expansion beigetragen, so meldeten 2022 insbesondere Unternehmen in mittel bis niedrig innovationsintensiven Sektoren Ausgabenerhöhungen.

In einem nächsten Schritt wurden die befragten Unternehmen gemäß der F&E-Intensität ihrer Branche (vgl. Galindo-Rueda & Verger, 2016) in fünf Subgruppen eingeteilt. Die Auswertung zeigt für 2022 eine Tendenz zur Stabilisierung der Innovationsausgaben in Branchen mit höherer Innovationsintensität, und eine Ausweitung in Branchen mit mittlerer bis niedriger Innovationsintensität (Abbildung 4).

Hatten 2021 in hoch innovativen Branchen noch 61,1% der Unternehmen angegeben, ihre Aufwendungen für neue Produkte und Dienstleistungen erhöht zu haben, so war

dieser Anteil im Jahr 2022 nur mehr rund halb so hoch (30%). Eine ähnliche Entwicklung – wenn auch etwas abgemildert – zeigen Unternehmen in mittel bis hoch F&E-intensiven Branchen. Beide Gruppen von Unternehmen dürften ihre Ausgaben für Produktneueinführungen jedoch auf hohem Niveau eingefroren haben. In Branchen mit mittlerer bis niedriger Innovationsintensität stieg der Anteil der Unternehmen, die ihre Ausgaben für Produktneueinführungen erhöht haben, um 10,4 Prozentpunkte (2022: 57,6%, 2021: 47,2%). Zudem sank in allen Branchengruppen der Anteil jener Unternehmen, die ihre Ausgaben zurückgefahren haben.

4. Ausgabenverhalten im Vorjahresvergleich mehrheitlich stabil

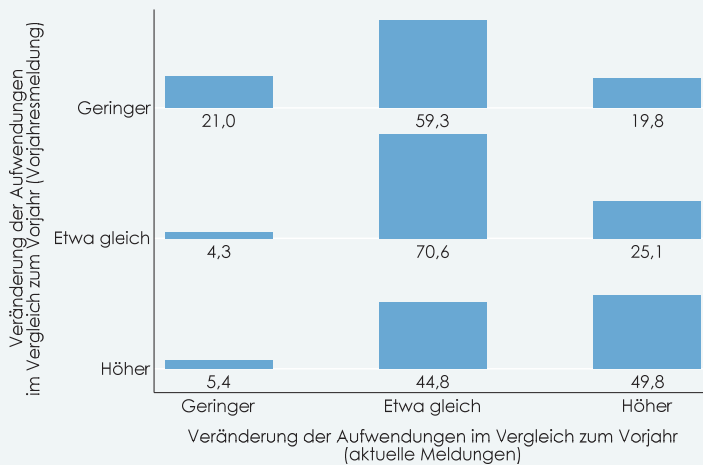
Langfristig neigen die Unternehmen dazu, ihre Aufwendungen für die Einführung neuer Produkte und Dienstleistungen konstant zu halten oder diese zu erhöhen. Abbildung 5 (untere Grafik) setzt die Veränderung der Ausgaben der Unternehmen für Produktneu-

einführungen in den Meldejahren 2021 und 2022 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.

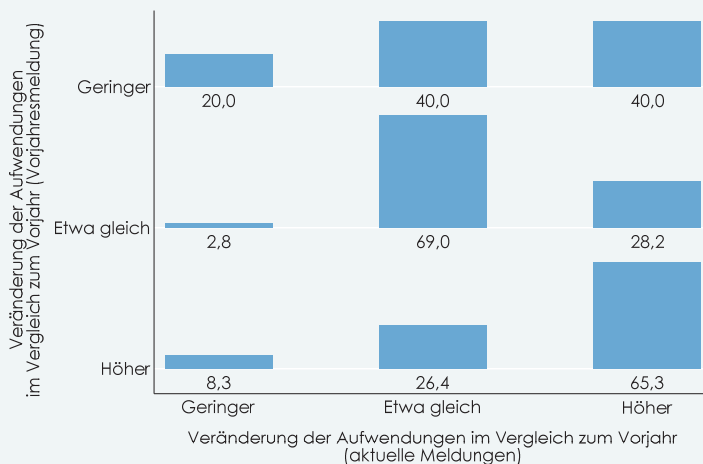
Abbildung 5: **Aufwendungen für die Einführung neuer Produkte und Dienstleistungen im Meldejahr im Vergleich zur Vorjahresmeldung**

Anteil der Unternehmen in % der Vorjahresmeldungen je Antwortkategorie

Ø 2010/2019



2022



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?". 2010/2019: 1.440 Beobachtungen, 2022: 158 Beobachtungen.

20% jener Unternehmen, die ihre Aufwendungen bereits 2021 verringert hatten, senkten diese auch 2022. 69% der Unternehmen, die ihre Aufwendungen 2021 gleich gelassen hatten, beließen sie auch 2022 unverändert. Und fast zwei Drittel (65,3%) der Unternehmen, die ihre Ausgaben für Produktneueinführungen 2021 erhöht hatten, weiteten sie 2022 abermals aus. Damit erhöhten gut

zwei von sieben aller befragten Unternehmen (29,7%) ihre Aufwendungen für Produkte und Dienstleistungen zwei Jahre in Folge und ein weiteres knappes Drittel (31%) beließ sie zwei Jahre in Folge konstant.

Vergleicht man diese Verhaltensmuster mit dem langfristigen Durchschnitt vor Ausbruch der COVID-19-Pandemie (2010/2019; Abbil-

Unternehmen, die ihre Innovationsausgaben 2021 gleich gelassen hatten, hielten diese 2022 mehrheitlich auf ähnlichem Niveau. Gut 65% der Unternehmen, die ihre Innovationsausgaben 2021 ausgeweitet hatten, steigerten diese auch 2022.

derung 5, oben), so zeigen sich Abweichungen. Während die Anteile der Unternehmen, die angaben, ihre Ausgaben 2022 verringert zu haben, in allen Gruppen in etwa dem Durchschnitt vor der COVID-19-Krise entsprechen, sind die Anteile der Unternehmen, die ihre Ausgaben unverändert gelassen haben, gesunken. Die Anteile jener Unternehmen, die ihre Ausgaben im Vergleich zum Vorjahr erhöht haben, waren 2022 dagegen höher als im Durchschnitt 2010/2019. Diese Ergebnisse deuten darauf hin, dass das sehr persistente Verhaltensmuster der Unternehmen vor Ausbruch der COVID-19-Pandemie durch die Krisen der vergangenen Jahre etwas aufgebrochen wurde.

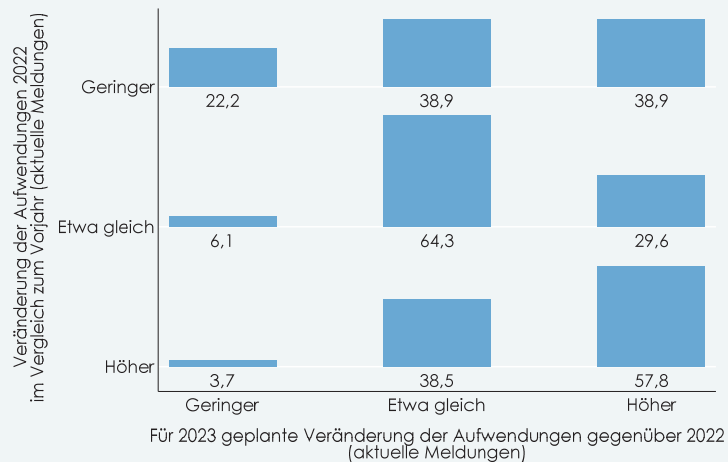
Im Durchschnitt 2010/2019 lag der Prozentanteil der Unternehmen, die ihre Ausgaben für Produktneueinführungen nach einer Reduktion im Vorjahr im jeweiligen Meldejahr erhöhten, bei rund 19,8%. Im Vergleich dazu lag er im Jahr 2022 bei rund 40%. Gut 65% der Unternehmen, die ihre Ausgaben für Produktneueinführungen 2021 ausgeweitet hatten, steigerten diese auch 2022. Im Durchschnitt vor der COVID-19-Krise lag der Vergleichswert nur bei 49,8%.

In der Vorausschau erweist sich das Verhalten der Unternehmen ebenfalls als sehr beständig (Abbildung 6); die höchsten Anteile sind abermals tendenziell in der Hauptdiagonale zu finden. 64,3% der Unternehmen, die ihre Ausgaben für neue Produkte 2022 konstant gehalten hatten, planten dies auch für 2023. Analog beabsichtigten 57,8% der Unternehmen, die ihre Aufwendungen 2022 erhöht hatten, auch für 2023 eine Anhebung. In der Gruppe der Unternehmen, die ihre Ausgaben 2022 verringern mussten, ist die Persistenz am geringsten: nur rund jedes fünfte Unternehmen (22,2%) gab an, seine Aufwendungen 2023 weiter zu reduzieren.

Werte abseits der Hauptdiagonale spiegeln Verhaltensänderungen wider. Ähnlich wie in der Rückschau wollen die meisten Unternehmen ihre Aufwendungen 2023 entweder gleich halten oder ausweiten. Unter jenen Unternehmen, die ihre Aufwendungen 2022 verringern mussten, planten 38,9% eine Aufstockung im Jahr 2023. Dagegen beabsichtigen nur 3,7% nach der Erhöhung im Vorjahr eine Senkung.

Abbildung 6: Aufwendungen für die Einführung neuer Produkte und Dienstleistungen 2022 und geplante Veränderung 2023

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?". 225 Beobachtungen.

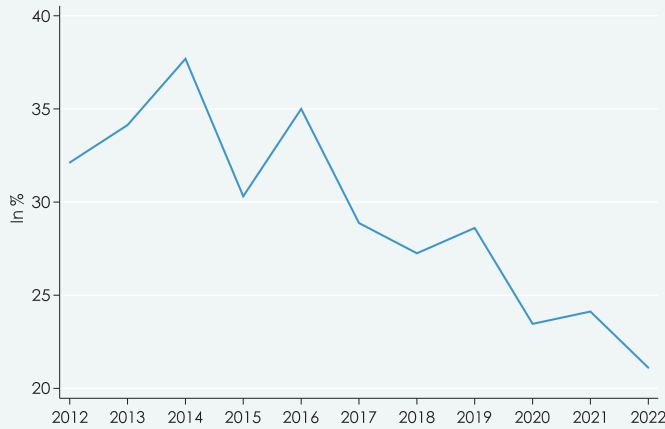
Der Anteil der Unternehmen, die neue Produkte eingeführt haben, sank 2022 gegenüber dem Vorjahr. Damit setzte sich ein langjähriger Trend fort.

5. Anteil der Unternehmen mit Produktneueinführungen abermals gesunken

Der Anteil der Unternehmen, die im WIFO-Konjunkturtest eine Einführung neuer Produkte oder Dienstleistungen meldeten, sank 2022 um 3,0 Prozentpunkte auf 21,1%. Damit

setzte sich der seit etwa 2016 beobachtete und 2019 nur vorübergehend unterbrochene rückläufige Trend fort.

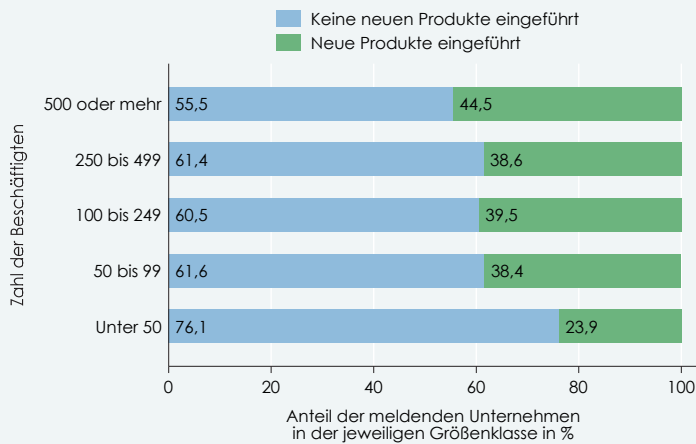
Abbildung 7: Anteil der Unternehmen mit neuen Produkten und Dienstleistungen



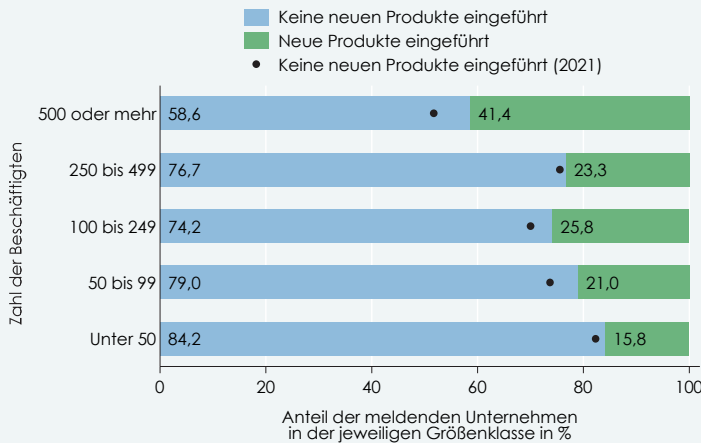
Q: WIFO-Konjunkturtest, WIFO-Berechnungen. Die zugrunde liegende Frage lautet: "Wurden bzw. werden von Ihrem Unternehmen heuer neue oder wesentlich veränderte Produkte bzw. Leistungen auf dem Markt (national oder international) eingeführt?". 4.709 Beobachtungen.

Abbildung 8: Anteil der Unternehmen mit Produktneueinführungen im Meldejahr nach Unternehmensgrößenklassen

Ø 2010/2019



2022



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?". 2010/2019: 3.799 Beobachtungen, 2021: 485 Beobachtungen, 2022: 379 Beobachtungen.

Im Vergleich zu den Jahren vor der COVID-19-Krise hat die Innovationskraft in mittleren Unternehmen am deutlichsten an Dynamik verloren.

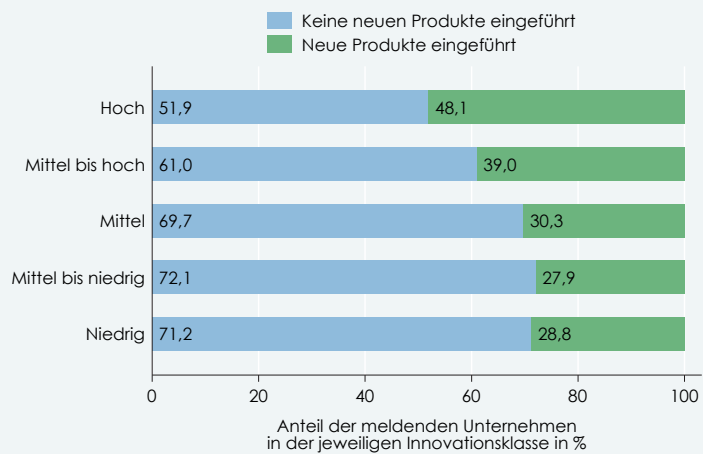
Nach Unternehmensgröße beruht der Anteilsrückgang auf allen Größenklassen (Abbildung 8, unten). Ausgeprägte Unterschiede zwischen den Größenklassen sind nicht erkennbar.

Vergleicht man hingegen die rezenten Ergebnisse mit den Werten, die zwischen 2011 und 2019 beobachtet wurden (Abbildung 8, oben), so wird eine Abweichung vom langfristigen Durchschnitt sichtbar. Hatten in den Jahren 2010 bis 2019 – also vor der COVID-19-Pandemie – noch durchschnittlich 39,5%

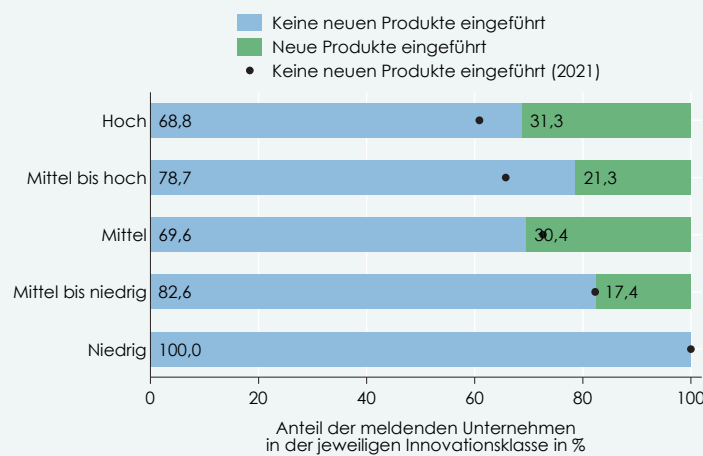
der Unternehmen mit 100 bis 249 Beschäftigten sowie 38,6% der Unternehmen mit 250 bis 499 Beschäftigten die Einführung neuer Produkte gemeldet, so waren es 2022 lediglich 25,8% bzw. 23,3%. Bei Unternehmen mit 50 bis 99 Beschäftigten waren es vor der COVID-19-Pandemie 38,4% (2022: 21,0%), bei kleinen Unternehmen mit weniger als 50 Beschäftigten 23,9% (2022: 15,8%). Der Anteil der Unternehmen mit neuen Produkten oder Dienstleistungen ist also in allen Größenklassen zurückgegangen, am stärksten jedoch unter mittleren Unternehmen.

Abbildung 9: Anteil der Unternehmen mit Produktneueinführungen nach Innovationsintensität der Branche

Ø 2010/2019



2022



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?". 2010/2019: 3.799 Beobachtungen, 2021: 485 Beobachtungen, 2022: 379 Beobachtungen.

Schlüsselt man die Anteile nach der Innovationsintensität der Branchen auf (Abbildung 9), so liegen sowohl Unternehmen in

hoch als auch solche in niedrig innovativen Branchen deutlich hinter dem

langjährigen Durchschnitt zurück⁴). Nur die Unternehmen in Branchen mit mittlerer Innovationsintensität liegen mit einem Anteil von 30,4% nahe am Durchschnitt vor der COVID-19-Pandemie.

Das Gros der Vorjahresveränderung (2022 gegenüber 2021) machen allerdings Unternehmen in Branchen mit hoher bzw. mittlerer bis hoher Innovationsintensität aus (Abbil-

dung 9, unten). So lag 2022 der Anteil der Unternehmen mit neuen Produkten in Branchen mit einer hohen Innovationsintensität 7,8 Prozentpunkte unter dem Vorjahreswert und sogar 16,8 Prozentpunkte unter dem langjährigen Durchschnitt. In Branchen mit mittlerer bis hoher Innovationsintensität war der Anteil 2022 um 13 Prozentpunkte geringer als 2021 und um 17,7 Prozentpunkte geringer als vor der COVID-19-Pandemie.

6. Zusammenfassung und Schlussfolgerungen

Nachdem die Innovationstätigkeit im heimischen Unternehmenssektor 2021 erstartet war, deuten die Ergebnisse des WIFO-Konjunkturtests vom Dezember 2022 auf einen Rückgang der Innovationsausgaben im Jahr 2022 hin. In Österreich zeigen Aufwendungen für die Einführung neuer Produkte und Dienstleistungen einen deutlich prozyklischen Verlauf. Bei günstigen Konjunkturerwartungen steigen die Aufwendungen im Vergleich zum Vorjahr und umgekehrt. Der Konjunkturaufschwung und der Optimismus der Unternehmen wurden 2022 durch den Ukraine-Krieg und die gestiegene Energieknappheit gedämpft.

Der Anteil der Unternehmen, die ihre Ausgaben für neue Produkte und Dienstleistungen erhöhten, ging 2022 per Saldo zurück. Insbesondere in F&E-intensiveren Industriezweigen flachte das Ausgabenwachstum ab. Der Anteil der Unternehmen, die neue Produkte eingeführt haben, sank 2022 abermals im Vergleich zum Vorjahr, wobei mittlere Unternehmen gegenüber den Jahren vor der COVID-19-Pandemie am stärksten an Innovationskraft einbüßten.

Der Anteil der Unternehmen, die angaben, ihre Aufwendungen für Produktneueinführungen ausgeweitet zu haben, entsprach 2022 in etwa dem Niveau des Vorkrisenjahres 2019. Der Ausblick auf 2023 fällt hingegen etwas günstiger aus. Die für 2023 geplanten Ausgabensteigerungen spiegeln die vorsichtig optimistischen Geschäftserwartungen zum Befragungszeitpunkt Ende 2022 wider.

Da die konjunkturelle Dynamik sowohl für die Aufwendungen als auch für die Zahl der neu auf dem Markt eingeführten Produkte und Dienstleistungen entscheidend ist, ist für 2023 allerdings nur vorsichtiger Optimismus angebracht. Die Ergebnisse des WIFO-Konjunkturtests vom Mai 2023 zeigten eine Verschlechterung der Konjunkturerwartungen, die breit von allen Branchen getragen wurde (Hözl et al., 2023). Auch die Kreditnachfrage der Unternehmen sowie die von den Unternehmen eingeschätzte Bereitschaft der Banken zur Kreditvergabe gingen zurück. Beides spricht für eher zurückhaltende Investitionen in Forschung und Entwicklung.

7. Literaturhinweise

- Archibugi, D., Filippetti, A., & Frenz, M. (2013). Economic crisis and innovation: Is destruction prevailing over accumulation? *Research Policy*, 42(2), 303-314.
- 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/10.1787/5j1v73sqap8r-en>.
- Geroski, P., Machin, S., & Van Reenen, J. (1993). The profitability of innovating firms. *The RAND Journal of Economics*, 24(2), 198-211.
- Hözl, W., & Schwarz, G. (2014). Der WIFO-Konjunkturtest: Methodik und Prognoseeigenschaften. *WIFO-Monatsberichte*, 87(12), 835-850. <https://monatsberichte.wifo.ac.at/50863>.
- Hözl, 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. <http://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.

⁴ Die zugrundeliegende Innovationstaxonomie ist in Galindo-Rueda und Verger (2016) genau beschrieben.

- 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. <http://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).