

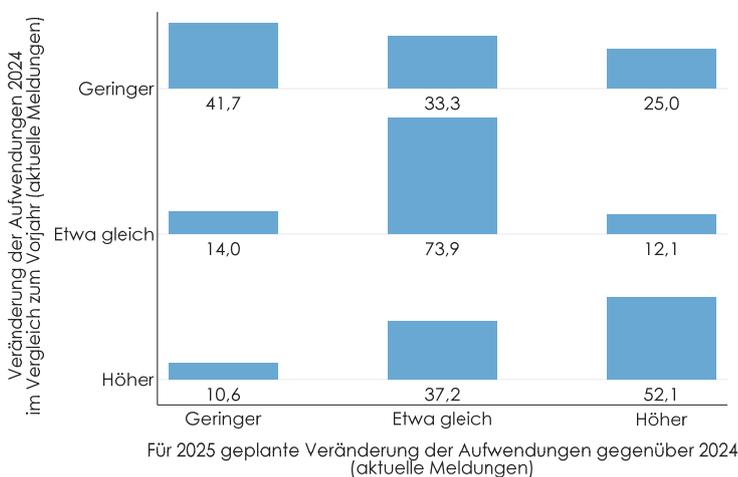
# Produktneueinführungen stiegen trotz stagnierender Investitionen

Kathrin Hofmann, Agnes Kügler

- Im Vergleich zum Vorjahr sank 2024 in den meisten Größenklassen der Anteil jener Unternehmen, die ihre Aufwendungen für neue Produkte und Dienstleistungen erhöht haben.
- Gleichzeitig hielt die Mehrzahl der Unternehmen ihre Ausgaben für neue Produkte und Dienstleistungen konstant.
- Ausgabensteigerungen für Produktneueinführungen gab es vor allem in mittel bis hoch und hoch innovativen Branchen.
- Der Anteil der Unternehmen mit neuen Produkten oder Dienstleistungen legte im Jahr 2024 zu. Dies ist angesichts der schwachen Industriekonjunktur ein kleiner Lichtblick.
- 2025 dürften die Ausgaben für Produktneueinführungen allerdings kaum wachsen. Der entsprechende Indikator erreichte ein neues Zehnjahrestief.

## Aufwendungen für die Einführung neuer Produkte und Dienstleistungen 2024 und geplante Veränderung 2025

Anteil der Unternehmen in % der Meldungen je Antwortkategorie



**"In der Gruppe der Unternehmen, die ihre Ausgaben 2024 verringern mussten, ist die Persistenz zwar weiterhin am geringsten, aber deutlich höher als im Vorjahr: 41,7% gaben an, ihre Aufwendungen im Folgejahr weiter zu reduzieren (2023: 33,3%)."**

Die Abbildung setzt die Veränderung der Unternehmensausgaben für Produktneueinführungen im Jahr 2024 mit jener der für 2025 geplanten Ausgaben 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 (Q: WIFO-Konjunkturtest, WIFO-Berechnungen).

# Produktneueinführungen stiegen trotz stagnierender Investitionen

Kathrin Hofmann, Agnes Kügler

## Produktneueinführungen stiegen trotz stagnierender Investitionen

Im Jahr 2024 befand sich die österreichische Wirtschaft weiterhin im Abschwung. Die wirtschaftspolitische Unsicherheit blieb hoch, was die Investitionsdynamik dämpfte. Die Erhöhung der Ausgaben für neue Produkte und Dienstleistungen im Vorjahr dürfte sich positiv auf den Anteil der Unternehmen mit Produktneueinführungen ausgewirkt haben: er stieg 2024 auf 25,8%, blieb jedoch unter dem Vorkrisenniveau. Gleichzeitig erreichten die für das Folgejahr geplanten Ausgaben für Produktneueinführungen einen neuen Tiefststand, was die Skepsis der Unternehmen hinsichtlich der künftigen Geschäftslage widerspiegelt.

**JEL-Codes:** O31, D22, E32 • **Keywords:** Produktneueinführungen, Konjunkturschwankungen, Konjunkturtest  
**Begutachtung:** Werner Hölzl • Abgeschlossen am 3. 3. 2025

**Kontakt:** Kathrin Hofmann ([kathrin.hofmann@wifo.ac.at](mailto:kathrin.hofmann@wifo.ac.at)), Agnes Kügler ([agnes.kuegler@wifo.ac.at](mailto:agnes.kuegler@wifo.ac.at))

## Growth in New Product Launches Despite Stagnating Investment

The Austrian economy continued to experience a period of decline in 2024, with economic policy uncertainty remaining high and exerting a negative influence on investment momentum. The uptick in expenditure on new products and services in 2023 appears to have had a favourable impact on the proportion of companies launching new products in 2024, with the share increasing to 25.8 percent, though it remained below the pre-crisis level. Concurrently, planned expenditure on new product launches for the following year has reached a new low, reflecting companies' scepticism about the future business situation.

## 1. Einleitung

Österreichs Wirtschaft befand sich 2024 weiter im Abschwung und schrumpfte um voraussichtlich 1,2%. Für die Jahre 2025 und 2026 prognostiziert das WIFO ebenfalls einen leichten BIP-Rückgang bzw. lediglich ein moderates Wirtschaftswachstum. Die Industrie dürfte im laufenden Jahr stagnieren. Die europäische Industriekonjunktur schwächelt nach wie vor. Insbesondere die durch den Energiepreisanstieg gebeutelten Vorprodukt- und Investitionsgüterbranchen dürften sich nur langsam erholen, da die wirtschaftspolitische Unsicherheit in Österreich hoch und die globalen Rahmenbedingungen herausfordernd bleiben. Zudem ist mit erheblichen Einsparungen in den öffentlichen Haushalten zu rechnen, deren Auswirkungen derzeit nicht abschätzbar sind (Ederer & Schiman-Vukan, 2024).

Die hohe wirtschaftspolitische Unsicherheit dämpfte 2024 die Investitionsbereitschaft. Laut den Ergebnissen der WIFO-Investitionsbefragung ging die heimische Investitionsnachfrage zurück (Friesenbichler & Hölzl, 2025). Auch für 2025 ist nur mit einer schwachen Investitionsdynamik zu rechnen, wobei Sachgütererzeuger erneut zurückhaltender planen als Dienstleister. Allerdings wird die Investitionstätigkeit vor allem durch technologische Entwicklungen getrieben: während Kapazitätsausweitungen in der derzeitigen Konjunkturflaute als Investitionszweck keine

nennenswerte Rolle spielen, dienen die Investitionen vor allem dem Ersatz veralteter Anlagen oder Ausrüstungen. Dies spiegelt sich auch in der Prognose der sonstigen Anlageinvestitionen, die überwiegend Investitionen in geistiges Eigentum beinhalten: nach einem schwachen Zuwachs von etwa +2,5% im Jahr 2024 rechnet das WIFO für 2025 mit +2% (Ederer & Schiman-Vukan, 2024).

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, Veränderungen in ihrem Umfeld zu begegnen (Geroski et al., 1993; Meghir et al., 1996). Mithilfe ihres Wissenskapsitals können sich Unternehmen durch Innovationen in Produkt- und Geschäftsprozessen besser an wechselnde Marktsituationen und wettbewerbliche Herausforderungen anpassen. Dadurch werden sie widerstandsfähiger gegenüber Krisen (Archibugi et al., 2013; Friesenbichler et al., 2020). Kleine und mittlere Unternehmen, die in Krisenzeiten neue Produkte auf den Markt bringen, verzeichnen ein stärkeres Beschäftigungswachstum als andere Unternehmen (Peters et al., 2022). Allerdings verhalten sich die aggregierten Innovationsausgaben der Unternehmen häufig prozyklisch und schrumpfen bei schwacher Konjunktur.

Der vorliegende Beitrag präsentiert die Ergebnisse der aktuellen WIFO-Befragung österreichischer Unternehmen zur Einführung neuer Produkte und Dienstleistungen sowie zu den dafür getätigten und geplanten Ausgaben. Im Jahr 2023 zeigte sich ein deutlicher, konjunkturbedingter Rückgang in der Innovationstätigkeit österreichischer Unternehmen, der 2024 nur teilweise durchbrochen werden konnte (Hofmann et al., 2024). Der Anteil der Unternehmen, die neue Produkte oder Dienstleistungen einführten, war 2024 zwar etwas höher als in den Vorjahren, blieb jedoch weiterhin unter dem Niveau vor

der COVID-19-Pandemie. Der Anteil der Unternehmen, die ihre Ausgaben für Produktneueinführungen erhöhten, sank im Vergleich zum Vorjahr, während die Mehrheit der Unternehmen ihre Ausgaben konstant hielt. Dies spiegelt sich in der stabilen, aber ebenfalls unterdurchschnittlichen Zahl der Kreditvertragsabschlüsse von Unternehmen. Unternehmen, die Kredite aufgenommen haben, führen tendenziell häufiger neue Produkte und Dienstleistungen ein als solche ohne Kreditaufnahme, was auf die Bedeutung der Kreditvergabe für Innovationsaktivitäten hinweist.

## 2. Datengrundlage

Seit 2011 werden im Rahmen des WIFO-Konjunkturtests einmal jährlich Fragen zur Einführung neuer Produkte gestellt<sup>1)</sup>. Die letzte Erhebung fand im Dezember 2024 statt. Die daraus gewonnenen Ergebnisse vermitteln ein erstes Stimmungsbild zum Innovations-

verhalten österreichischer Unternehmen. An der aktuellen Befragungswelle nahmen 442 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 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 (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.

**Indikator der künftigen Lagebeurteilung:** Der Indikator setzt sich aus monatlichen Meldungen 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 drei 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 seiner 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 die Einführung neuer Produkte spiegeln die Konjunkturerwartungen wider

Die unternehmerischen Erwartungen trübten sich 2024 weiter ein. Das vergangene Jahr war von hoher wirtschaftlicher und geopolitischer Unsicherheit geprägt. Insbesondere die exportorientierten Industrieunternehmen gerieten zunehmend unter Wettbewerbs-

druck. Einerseits belasteten die Schwäche des für Österreich so wichtigen Handelspartners Deutschland sowie der verstärkte Kostendruck die heimischen Unternehmen, andererseits sorgten die zunehmend schwierigen Handelsbeziehungen zu den USA und

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

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

China für weitere Unsicherheit. Österreich befand sich 2024 das zweite Jahr in Folge in einer Rezession. Dies hatte direkten Einfluss auf unternehmerische Entscheidungen. Die Planung von Unternehmensausgaben für neue Produkte und Dienstleistungen richtet sich auch nach dem erwarteten Konjunkturverlauf. Sind ihre Einschätzungen zur künftigen Wirtschaftsentwicklung optimistischer, sehen die Unternehmen mehr Ausgaben für Produktneueinführungen vor.

In Österreich zeigen die geplanten Ausgaben für neue Produkte und Dienstleistungen

demgemäß einen prozyklischen Verlauf (Abbildung 1). So ging der Einbruch der Konjunkturerwartungen der Unternehmen im Jahr 2020 mit einem Rückgang der geplanten Ausgaben einher. Der Aufschwung ab dem Jahr 2021 schlug sich in einer großzügigeren Ausgabenplanung nieder, wurde in den Folgejahren jedoch durch geopolitische Unsicherheiten, Liefer- und Energieengpässe und daraus resultierende weltweite 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 (2024: 1.681), davon beantworteten im Dezember 2024 300 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**

	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024
Indikator für Aufwendungen für Produktneueinführungen im Meldejahr	6,1	5,2	6,0	6,3	7,8	6,9	3,5	12,0	7,2	7,7	3,8
Indikator für geplante Aufwendungen für Produktneueinführungen im Folgejahr	4,3	3,9	5,4	4,5	7,2	5,5	4,1	6,7	8,2	4,1	3,2

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.

Die erste Zeile in Übersicht 1 zeigt die Veränderung der im jeweiligen Meldejahr aufgeführten Aufwendungen für neue Produkte und Dienstleistungen. Nachdem der beschäftigungsgewichtete Indikator im Jahr 2020 den Tiefststand der letzten 10 Jahre

erreicht hatte, stieg er während der Konjunkturerholung im Jahr 2021 deutlich an. Auch 2022 (7,2 Punkte) und 2023 (7,7 Punkte) blieb er weiter über dem Zehnjahresdurchschnitt (6,6 Punkte). 2024 brach der Indikator

allerdings ein und erreichte mit 3,8 Punkten beinahe wieder das Niveau von 2020.

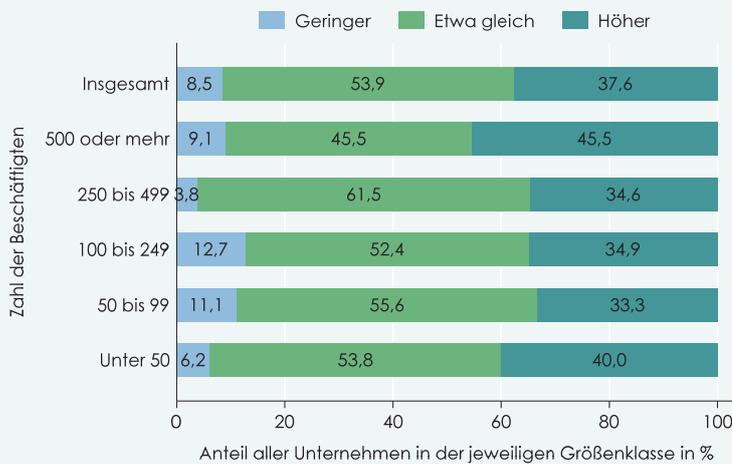
Die Veränderung der für das jeweilige Folgejahr geplanten Aufwendungen für neue Produkte und Dienstleistungen (2. Zeile in Übersicht 1) bildet die Planungsunsicherheit der Unternehmen ab und ist von der laufenden Konjunktureinschätzung bzw. den Erwartun-

gen geprägt. Hatte der Indikator 2021 und 2022 noch deutliche Ausgabenzuwächse im jeweiligen Folgejahr signalisiert, sank er 2023 auf das Niveau des Krisenjahres 2020 (4,1 Punkte) und erreichte 2024 sogar ein neues Zehnjahrestief von 3,2 Punkten. Zwar lag der Indikator damit weiterhin im positiven Bereich, doch klar unter dem Zehnjahresdurchschnitt von 5,2 Punkten.

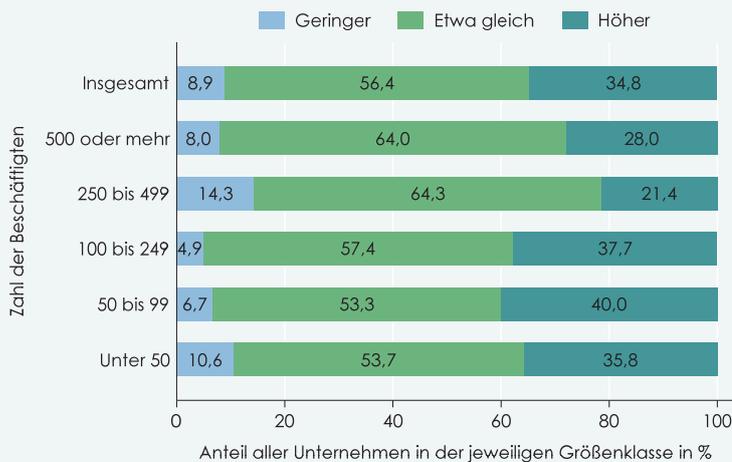
**Österreichs Unternehmen dürften ihre Ausgaben für neue Produkte und Dienstleistungen 2025 kaum ausweiten.**

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

2023



2024



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?". 2023: 295 Beobachtungen, 2024: 282 Beobachtungen.

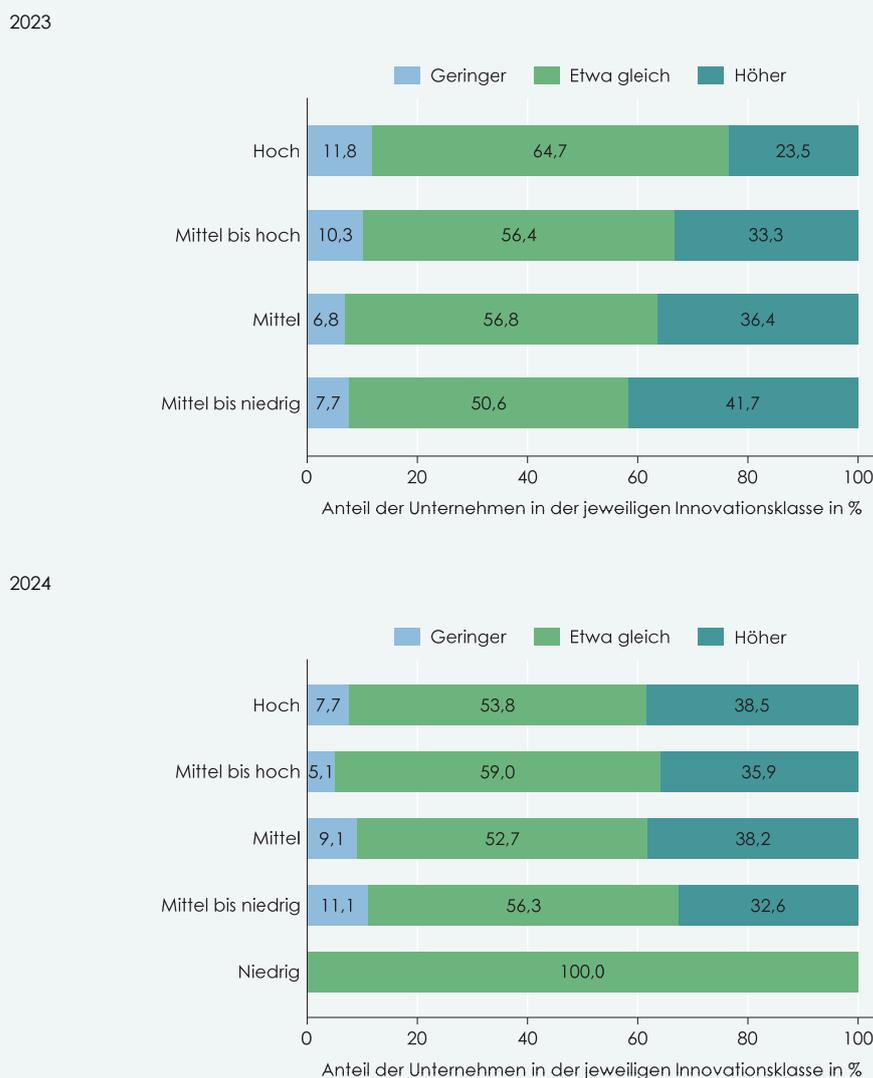
2025 sind damit nur bescheidene Zuwächse an Aufwendungen zu erwarten. Der niedrige Indikatorwert spiegelt die Skepsis der Unternehmen zur künftigen Geschäftslage um die Jahreswende 2024/25 wider. Im Dezember trübten sich die unternehmerischen Erwartungen zur konjunkturellen Entwicklung quer

über alle Sektoren ein. Der Rückgang des gesamtwirtschaftlichen Erwartungsindex wurde insbesondere durch die verhaltenen und mit hoher Unsicherheit behafteten Konjunkturaussichten in der Industrie getrieben (Hözl et al., 2024). Seit 2022 stieg die unternehmerische Unsicherheit hinsichtlich der

künftigen Geschäftslage infolge des Ukraine-Krieges und des darauffolgenden Energiepreisschocks vor allem in der Sachgütererzeugung und im Bauwesen merklich an, und blieb bis Ende 2024 auf hohem Niveau. Eine

erhöhte Unsicherheit geht wiederum mit einem zögerlichen Investitionsverhalten der Unternehmen einher (Glocker & Hölzl, 2022), das sich auch in den Ausgaben für Produktneueinführungen spiegelt.

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



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: 295 Beobachtungen, 2024: 282 Beobachtungen. 2023 wurde diese Frage von keinem Unternehmen in einer Branche mit "niedriger" Innovationsintensität beantwortet, 2024 nur von einem Unternehmen.

**Die Mehrzahl der befragten Unternehmen hielt ihre Aufwendungen für Produktneueinführungen 2024 konstant.**

Insgesamt meldeten 34,8% der befragten Unternehmen, ihre Ausgaben für Produktneueinführungen 2024 im Vergleich zum Vorjahr erhöht zu haben<sup>2)</sup>. Der entsprechende Anteil sank in den meisten Unternehmensgrößenklassen. Nur mittelgroße Unternehmen mit 50 bis 99 Beschäftigten (+6,7 Pro-

zentpunkte) bzw. 100 bis 249 Beschäftigten (+2,8 Prozentpunkte) gaben häufiger als 2023 an, ihre Ausgaben ausgeweitet zu haben (Abbildung 2). Dabei sticht die erste Gruppe von Unternehmen besonders ins Auge, da sie gleichzeitig viel seltener Ausgabenkürzungen meldete als noch im Vorjahr.

<sup>2)</sup> Die Frage erlaubt keinen Rückschluss darauf, ob es sich um nominelle oder reale Ausgabenveränderungen handelt. In Anbetracht der hohen Inflation der vergangenen Jahre ist jedoch davon auszugehen,

dass der ausgewiesene Anteil eine Obergrenze für den Anteil der Unternehmen darstellt, die ihre Ausgaben real erhöht haben.

Größere Unternehmen ab 250 Beschäftigten meldeten dagegen weit seltener Ausweitungen als 2023 (250 bis 499 Beschäftigte –13,2 Prozentpunkte, ab 500 Beschäftigte –17,5 Prozentpunkte). Ähnliches gilt für kleine Unternehmen mit weniger als 50 Beschäftigten (–4,2 Prozentpunkte).

8,9% aller befragten Unternehmen gaben an, ihre Ausgaben für die Einführung neuer Produkte und Dienstleistungen im Jahr 2024 gesenkt zu haben (+0,4 Prozentpunkte gegenüber 2023). Im Vergleich zum Vorjahr stieg der Anteil bei den Unternehmen mit 250 bis 499 Beschäftigten am kräftigsten (+10,5 Prozentpunkte von 3,8% auf 14,3%). Auch kleine Unternehmen mit weniger als 50 Mitarbeiter:innen gaben deutlich häufiger an, ihre Ausgaben gekürzt zu haben, als noch im Vorjahr (+4,4 Prozentpunkte). Dass der gesamtwirtschaftliche Anteil der Unternehmen, die ihre Ausgaben zurückgestrichen haben, nicht noch deutlicher angestiegen ist, ist vor allem auf die mittleren Unternehmen mit 50 bis 249 Beschäftigten zurückzuführen.

Die Mehrheit der Unternehmen – insgesamt 56,4% der Stichprobe – meldeten 2024 ein Gleichbleiben ihrer Aufwendungen für neue Produkte und Dienstleistungen im Vergleich zum Vorjahr. Das entspricht einem Anstieg

um 2,3 Prozentpunkte gegenüber 2023. Bei Unternehmen mit mehr als 250 Beschäftigten lag dieser Anteil sogar bei rund 64%. Angesichts der hohen Inflation im Jahr 2023 impliziert dies einen realen Rückgang der Investitionen in Produktneueinführungen durch diese Unternehmen.

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). 2024 war der Anteil der Unternehmen, die ihre Aufwendungen für neue Produkte und Dienstleistungen erhöht haben, in allen Branchen relativ ähnlich. Am höchsten war er in Branchen mit hoher F&E-Intensität (38,5%), am niedrigsten in Bereichen mit niedriger bis mittlerer F&E-Intensität (32,6%). Damit entspricht das beobachtete Ausgabenverhalten grundsätzlich den Erwartungen: wissensintensive und Hochtechnologiebranchen investieren tendenziell häufiger in neue Produkte, um wettbewerbsfähig zu bleiben. 2023 zeichneten die Rückmeldungen noch ein gänzlich anderes Bild; damals war der Anteil der Unternehmen, die ihre Aufwendungen für Produktneueinführungen gesteigert hatten, in der Gruppe der niedrig bis mittel technologieintensiven Unternehmen am höchsten (41,7%).

**2024 trugen vor allem mittel bis hoch und hochinnovative Branchen zur Ausgabensteigerung für Produktneueinführungen bei.**

#### 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 Unternehmensausgaben für Produktneueinführungen in den Meldejahren 2023 und 2024 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. Um durch die rezenten Krisenjahre ausgelöste Verhaltensänderungen zu identifizieren, wurden darunter die Durchschnittswerte aus den Jahren 2014 bis 2019 ausgewiesen. Man erkennt, dass die Hauptdiagonale im Jahr 2024 weiterhin stärker besetzt war als in den Jahren vor der COVID-19-Krise. Das deutet darauf hin, dass die Persistenz der Ausgabenmuster in Krisenjahren deutlicher zutage tritt als in "normalen" Jahren.

30,8% jener Unternehmen, die ihre Aufwendungen bereits 2023 verringert hatten, senkten diese auch 2024 (2023: 40%). 71,3% der Unternehmen, die ihre Aufwendungen 2023 gleich gelassen hatten, beließen sie auch 2024 unverändert (2023: 69,1%). Und über der Hälfte (54,4%) der Unternehmen, die ihre

Ausgaben für Produktneueinführungen 2023 erhöht hatten, weiteten sie 2024 abermals aus (2023: 51,4%). Im Vergleich zum Vorjahr nahm die Persistenz des Ausgabenverhaltens damit etwas ab und näherte sich marginal an die Verhaltensstruktur vor Ausbruch der multiplen Krisen an. Der Anteil der Unternehmen, die ihre Aufwendungen im Meldejahr verringerten, an jenen, die sie bereits im Vorjahr verringert hatten, war 2024 jedoch nach wie vor deutlich höher als vor 2020 (30,8% versus 21,1%).

Mehr als ein Fünftel (23%) der im Dezember 2024 befragten Unternehmen erhöhte ihre Aufwendungen für Produkte und Dienstleistungen zwei Jahre in Folge (2023: 24,6%); gut jedes dritte Unternehmen (35,4%; 2023: 31,3%) beließ sie zwei Jahre in Folge konstant. Nur 2,5% der befragten Unternehmen reduzierten ihre Aufwendungen für Produktneueinführungen sowohl 2023 als auch 2024.

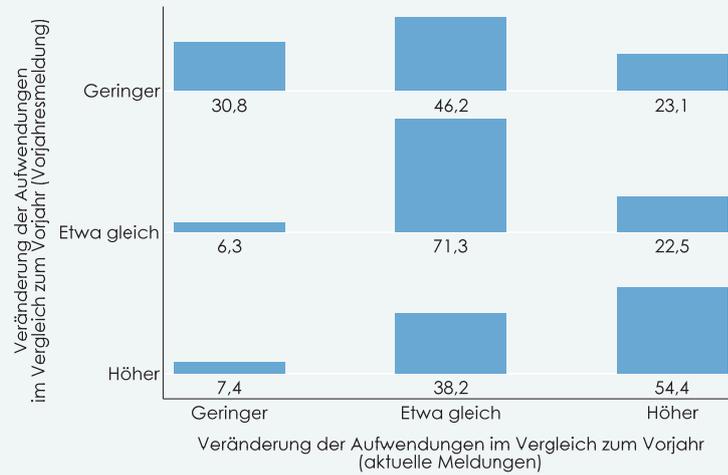
Für 2025 planten insgesamt 26,9% der Unternehmen eine Ausweitung ihrer Aufwendungen gegenüber 2024, weitere 57,8% wollen sie konstant halten. 15,3% der Unternehmen gaben an, ihre Aufwendungen im Jahr 2025 reduzieren zu müssen (Übersicht 2).

**23% der befragten Unternehmen steigerten ihre Ausgaben bereits zwei Jahre in Folge, während 35,4% ihre Ausgaben bereits zwei Jahre in Folge eingefroren hatten.**

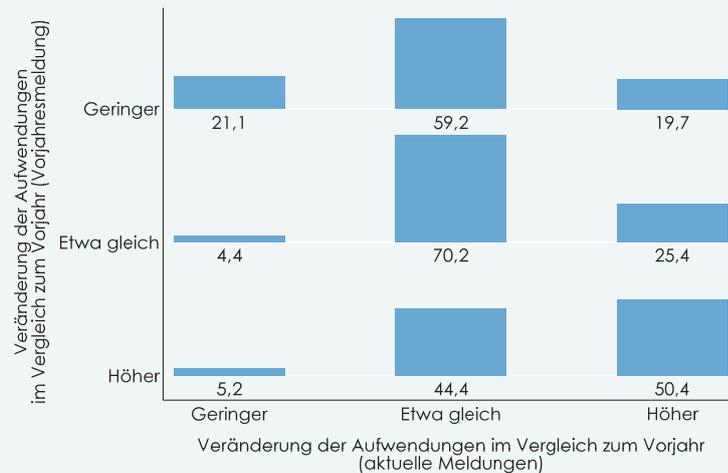
**Abbildung 4: Aufwendungen für die Einführung neuer Produkte und Dienstleistungen im Meldejahr im Vergleich zur Vorjahresmeldung**

Anteil der Unternehmen in % der Vorjahresmeldungen je Antwortkategorie

2024



Ø 2014/2019



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?". 2024: 161 Beobachtungen, 2014/2019: 1.417 Beobachtungen.

**Übersicht 2: Für 2025 geplante Aufwendungen für neue Produkte und Dienstleistungen im Vergleich zu 2024**

	Unternehmen	
	In %	Anzahl
Insgesamt	100,0	275
Geringer als 2024	15,3	42
Etwa gleich hoch wie 2024	57,8	159
Höher als 2024	26,9	74

Q: WIFO-Konjunkturtest, WIFO-Berechnungen.

Grundsätzlich erweist sich das Verhalten der Unternehmen auch in der Vorausschau als sehr beständig (Abbildung 5). Die höchsten Anteile sind aber abermals tendenziell in der Hauptdiagonale zu finden. 73,9% der Unter-

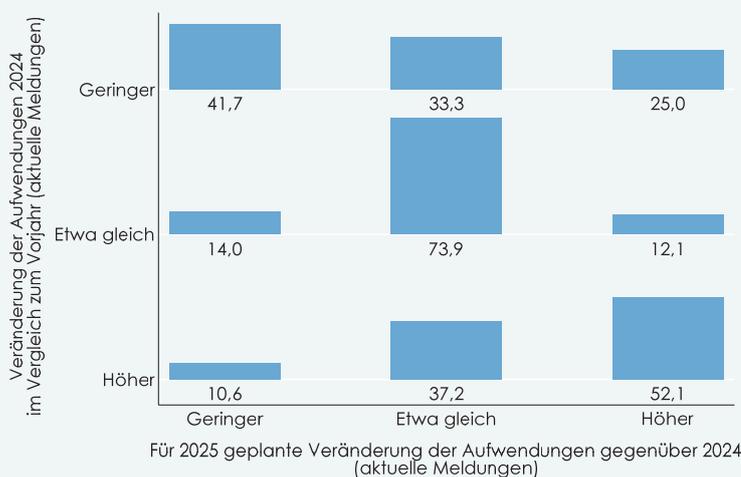
nehmen, die ihre Ausgaben für neue Produkte und Dienstleistungen 2024 konstant gehalten hatten, planten dies auch für 2025. Dieser Wert hat sich gegenüber dem Vorjahr kaum verändert (2023: 72,3%). Analog be-

absichtigten 52,1% der Unternehmen, die ihre Aufwendungen 2024 erhöht hatten, auch für 2025 eine Anhebung. In der Gruppe der Unternehmen, die ihre Ausgaben 2024 verringern mussten, ist die Persistenz zwar weiterhin am geringsten, aber deutlich höher als im Vorjahr: 41,7% gaben an, ihre Aufwendungen im Folgejahr weiter zu reduzieren (2023: 33,3%). Dies ist die größte Gruppe unter jenen Unternehmen, die ihre Aufwendungen auch schon im

Vorjahr verringert hatten. Ähnlich wie in der Rückschau spiegeln Werte abseits der Hauptdiagonale geplante Verhaltensänderungen wider. Unter jenen Unternehmen, die ihre Aufwendungen 2024 verringern mussten, plant ein Viertel (25%) eine Aufstockung im laufenden Jahr. Umgekehrt beabsichtigen nur 10,6% der Unternehmen, die ihre Aufwendungen 2024 erhöhten, eine Senkung im Jahr 2025.

Abbildung 5: **Aufwendungen für die Einführung neuer Produkte und Dienstleistungen 2024 und geplante Veränderung 2025**

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?". 275 Beobachtungen.

## 5. Anteil der Unternehmen mit Produktneueinführungen zeigt erste Erholung

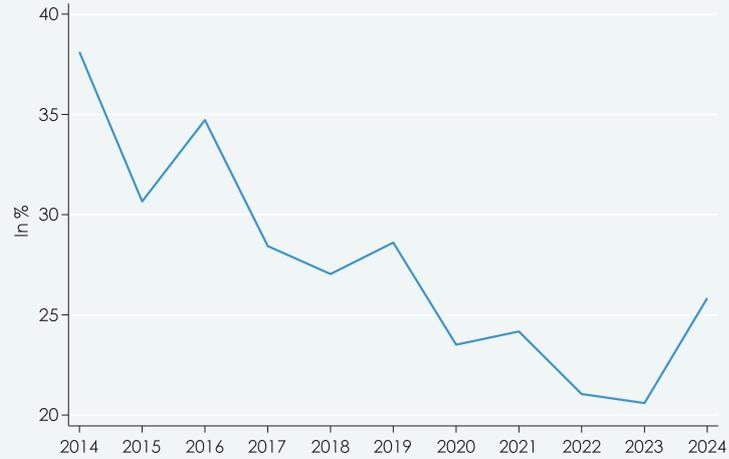
Der Anteil der Unternehmen, die im WIFO-Konjunkturtest eine Einführung neuer Produkte oder Dienstleistungen meldeten, sank von 2019 bis 2023 kontinuierlich von 28,6% auf 20,6%, insgesamt also um rund 8 Prozentpunkte (Abbildung 6). 2024 erholte sich der Anteil der innovierenden Unternehmen erstmals wieder leicht: mit 25,8% übertraf er den Durchschnitt der Krisenjahre, lag aber weiterhin deutlich unter dem Wert von vor 10 Jahren (2014: 38,1%). Die Mehrheit der Unternehmen (74,2%) brachte 2024 keine neuen Produkte oder Dienstleistungen auf den Markt.

Abbildung 7 (oben) zeigt den Anteil der Unternehmen, die im Jahr 2024 neue Produkte

oder Dienstleistungen einführten, nach Unternehmensgröße, sowie die Veränderung zum Vorjahr. Einen Vergleich mit den durchschnittlichen Anteilen in den Vorkrisenjahren 2014 bis 2019 ermöglicht die untere Grafik in Abbildung 7. Im Vergleich zum Vorjahr erhöhte sich der Anteil der Unternehmen mit Produktneueinführungen 2024 in fast allen Gruppen. Mit rund 10 Prozentpunkten fiel die Steigerung bei Unternehmen mit 50 bis 99 Beschäftigten am stärksten und bei Großunternehmen mit mehr als 500 Beschäftigten (rund +4 Prozentpunkte) am schwächsten aus. In Unternehmen mit 250 bis 499 Beschäftigten verringerte sich der Anteil um 3,1 Prozentpunkte.

**2024 legte der Anteil der Unternehmen, die neue Produkte bzw. Dienstleistungen anboten, wieder zu. Dies ist angesichts der schwachen Industriekonjunktur ein kleiner Lichtblick.**

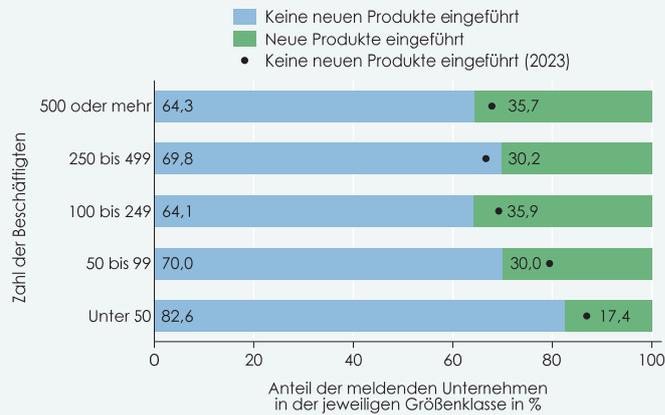
Abbildung 6: Anteil der Unternehmen mit neuen Produkten und Dienstleistungen



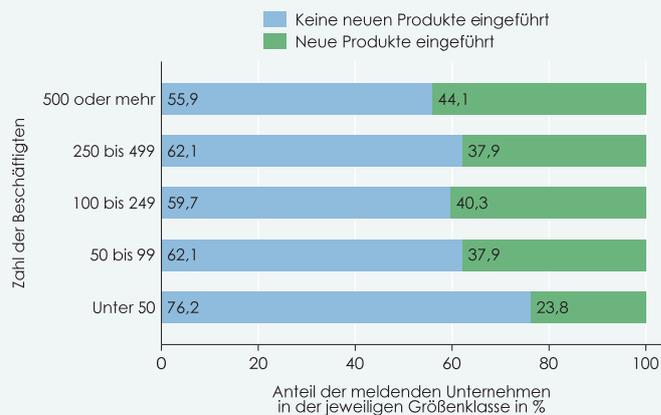
Q: WIFO-Konjunkturtest, WIFO-Berechnungen. Die zugrunde liegende Frage lautet: "Wurden bzw. werden von Ihrem Unternehmen heuer neue oder wesentlich veränderte Produkte bzw. Leistungen auf dem Markt (national oder international) eingeführt?". 5.893 Beobachtungen.

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

2024



Ø 2014/2019



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?". 2024: 387 Beobachtungen, 2014/2019: 3.755 Beobachtungen.

Vergleicht man die rezenten Ergebnisse mit den Werten, die zwischen 2014 und 2019 beobachtet wurden, so wird eine Abweichung von der Vorkrisenstruktur sichtbar. Wie bereits 2023 war auch 2024 der Anteil der Unternehmen mit neuen Produkten oder Dienstleistungen in allen Größenklassen niedriger als im Durchschnitt der Vorkrisenjahre: Hatten in den Jahren 2014 bis 2019 – also vor der COVID-19-Pandemie – noch durchschnittlich 44,1% der Unternehmen ab 500 Beschäftigten sowie 37,9% der Unternehmen mit 250 bis 499 Beschäftigten die Einführung neuer Produkte gemeldet, so waren es 2024 lediglich 35,7% bzw. 30,2%. Bei Unternehmen mit 50 bis 99 Beschäftigten waren es vor der COVID-19-Pandemie 37,9% (2024: 30%), bei kleinen Unternehmen mit weniger als 50 Beschäftigten 23,8% (2024: 17,4%). Am größten ist der Abstand zum Durchschnitt der Vorkrisenjahre bei den Großunternehmen ab 500 Beschäftigten (-8,4 Prozentpunkte), vor den

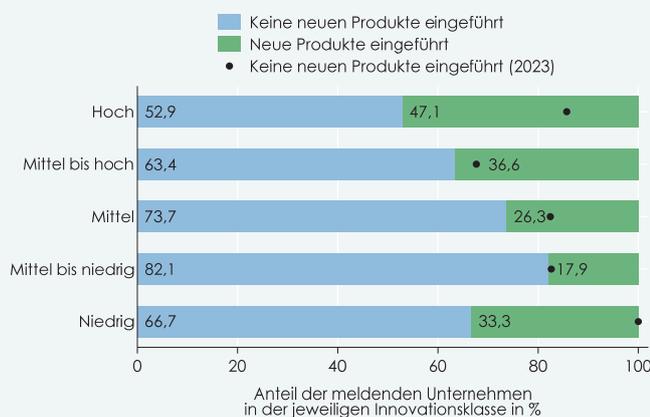
Unternehmen mit 250 bis 499 Beschäftigten (-7,7 Prozentpunkte).

Schlüsselt man die Anteile nach der Innovationsintensität der Branchen auf (Abbildung 8), so zeigt sich, dass 2024 – analog zu den Aufwendungen – insbesondere Unternehmen in sehr innovationsintensiven Branchen öfter neue Produkte eingeführt haben als im Vorjahr. Zwar stieg der Anteil der Unternehmen mit Produktneueinführungen in allen Branchengruppen, er lag jedoch nach wie vor fast überall unter dem durchschnittlichen Vorkrisenniveau. Einzig Unternehmen in Branchen mit niedriger Innovationsintensität wiesen zuletzt einen höheren Anteil auf als im Durchschnitt 2014/2019, jedoch ist der Wert mit Vorsicht zu interpretieren, da nur sehr wenige Unternehmen in der Stichprobe auf solche Branchen entfallen. In hoch innovationsintensiven Branchen erreichte der Anteil mit 47,1% beinahe wieder den Vorkrisenwert von 47,5%.

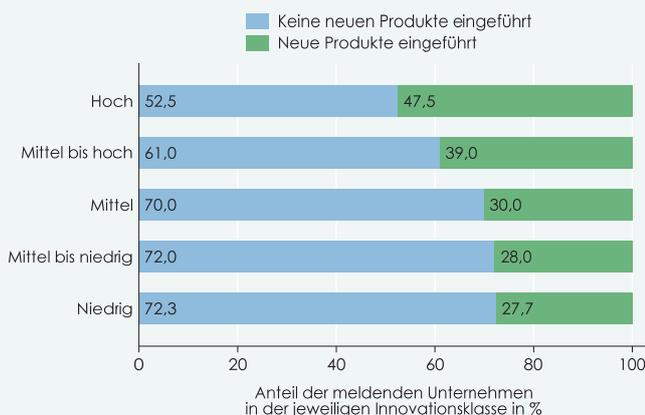
Im Vergleich zu den Jahren vor der COVID-19-Krise hat die Innovationskraft über alle Unternehmensgrößenklassen hinweg abgenommen. Den größten Abstand zum Vorkrisenniveau weisen Großunternehmen auf.

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

2024



Ø 2014/2019



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?". 2024: 387 Beobachtungen, 2014/2019: 3.755 Beobachtungen.

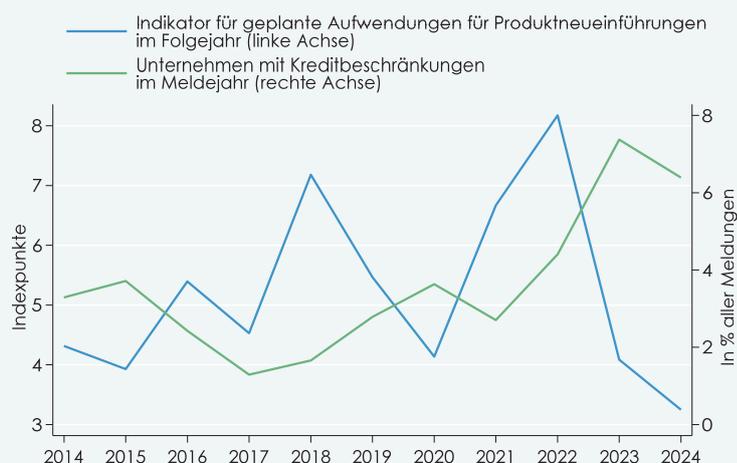
## 6. Die Rolle der Kreditvergabe bei der Einführung neuer Produkte und Dienstleistungen

Seit Beginn der multiplen Krisen ab 2020 konnte ein deutlicher Rückgang bei den abgeschlossenen Kreditverträgen beobachtet werden. 2024 schlossen insgesamt 25,3% der befragten Unternehmen einen oder mehrere Kreditverträge mit einer Bank ab. 74,7% gaben an, keinen neuen Kreditvertrag eingegangen zu sein. Damit blieb der Anteil der Unternehmen, die neue Kredite aufgenommen haben, gegenüber 2023 nahezu stabil (2023: 25,7%) und lag um 5,2 Prozentpunkte unter dem durchschnittlichen Vorkrisenwert von 30,5% (2014/2019).

Die Einführung neuer Produkte und Dienstleistungen erfordert einerseits mehr Mittel an

Kapital bzw. Arbeit, braucht andererseits aber auch Zeit. Vergleicht man die Gruppe der Unternehmen, die 2023 einen Kreditvertrag abschlossen, mit jenen, die keinen abschlossen, so zeigt sich ein deutlicher Unterschied hinsichtlich des resultierenden Anteils innovierender Unternehmen: Von den Unternehmen mit Kreditneuabschlüssen im Jahr 2023 gaben 34,6% an, 2024 neue Produkte eingeführt zu haben. In der Vergleichsgruppe ohne Kreditabschluss waren es nur 24,5%, um 9,9 Prozentpunkte weniger. Diesen Zusammenhang findet man auch in Daten für die Vorkrisenjahre 2014 bis 2019, wobei die Diskrepanz deutlich geringer ausfällt (34,5% gegenüber 30,4%).

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 (2024: 1.681). Davon beantworteten im Dezember 2024 300 Unternehmen die Frage zu geplanten Aufwendungen für die Neueinführung von Produkten und Dienstleistungen und 521 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.

**Unternehmen mit Kreditabschlüssen führen häufiger neue Produkte und Dienstleistungen in den Markt ein.**

Ein analoges Bild ergibt sich, wenn man die Kreditabschlüsse im Jahr 2024 den für 2025 geplanten Aufwendungen für Produktneueinführungen gegenüberstellt. Von jenen Unternehmen, die 2024 einen oder mehrere neue Kreditverträge abschlossen, gaben 40% an, ihre Aufwendungen für neue Produkte und Dienstleistungen 2025 erhöhen zu wollen. In der Gruppe ohne neue Kreditverträge waren es hingegen nur 28,4%.

Der Anteil der Unternehmen, die angaben, bei Kreditvorhaben mit Beschränkungen konfrontiert gewesen zu sein, blieb im Ver-

gleich zu 2023 stabil. 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 einen Kredit gar nicht erst beantragen, da sie ihre Erfolgchancen als zu gering einschätzen.

Fast jedes vierte Unternehmen (23,5%) meldete, 2024 mit solchen Beschränkungen konfrontiert gewesen zu sein. Bei den übrigen

76,5% fielen die Höhe und die Bedingungen des Kredites entweder wie erwartet aus, oder die Unternehmen hatten 2024 keinen Bedarf an neuen Krediten. Unternehmen mit und ohne Kreditbeschränkungen unterscheiden sich kaum hinsichtlich der für das Folgejahr geplanten Aufwendungen für Produktneueinführungen. In der Gruppe ohne Kreditbeschränkungen gaben 2024 31,4% an, ihre Ausgaben für neue Produkte und Dienstleistungen im darauffolgenden Jahr erhöhen zu wollen; in der Gruppe ohne Kreditbeschränkungen war der Anteil mit 33,3% nur geringfügig höher.

Der Anteil der Unternehmen, die mit Kreditbeschränkung konfrontiert sind, 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 Investitionen in neue Produkte und Dienstleistungen den gemeldeten Kreditbeschränkungen gegenüber. In der Vergangenheit verliefen die beiden Indikatoren asynchron. In Jahren, in den viele Unternehmen mit Kreditbeschränkungen konfrontiert waren, sank der Anteil derer, die beabsichtigten, ihre Ausgaben für Produktneueinführungen im Folgejahr zu erhöhen, und umgekehrt. Zwar war 2024 ein kleiner Rückgang bei den Kreditbeschränkungen zu beobachten, doch schlug sich dieser noch nicht spürbar in einer erhöhten Ausgabenbereitschaft nieder.

## 7. Zusammenfassung und Schlussfolgerungen

Im Jahr 2024 befand sich die österreichische Wirtschaft weiterhin im Abschwung; für die Jahre 2025 und 2026 wird ein Anhalten der Rezession bzw. lediglich ein moderates Wirtschaftswachstum prognostiziert. Zudem dämpft die wirtschaftspolitische Unsicherheit die Investitionsdynamik, die laut WIFO-Investitionsbefragung im Jahr 2024 abnahm.

Die vorliegende Analyse des Innovationsverhaltens österreichischer Unternehmen basiert auf dem WIFO-Konjunkturtest. Die letzte Erhebung fand im Dezember 2024 statt und umfasste 442 österreichische Unternehmen. Der Anteil der Unternehmen, die neue Produkte oder Dienstleistungen einführten, stieg 2024 auf 25,8%, blieb damit jedoch unter dem Niveau vor Ausbruch der multiplen Krisen. Die Mehrheit der Unternehmen hielt ihre Ausgaben für Produktneueinführungen 2024 konstant. Während 35,4% der Unternehmen angaben, ihre Ausgaben bereits zwei Jahre in Folge eingefroren zu haben, meldeten

immerhin 23% der Unternehmen für zwei aufeinanderfolgende Jahre Ausgabensteigerungen. Die für das Folgejahr geplanten Ausgaben für Produktneueinführungen erreichten 2024 allerdings ein neues Zehnjahrestief. Die hohe wirtschaftspolitische Unsicherheit und die Nachfrageschwäche wirken sich offenbar negativ auf die geplanten Ausgaben heimischer Unternehmen aus.

Unternehmen mit Kreditneuaufnahmen neigen eher zur Einführung neuer Produkte. Fast 25% der befragten Unternehmen berichteten allerdings von Kreditbeschränkungen, was die Herausforderungen bei der Finanzierung von Innovationen verdeutlicht. Obwohl der Anteil innovierender Unternehmen zuletzt leicht zugenommen hat, steht die allgemeine Innovationskraft in Österreich weiterhin unter Druck. Die Unternehmen müssen sich an die sich verändernden wirtschaftlichen Bedingungen anpassen, um wettbewerbsfähig zu bleiben.

## 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. (2024). Zaghafte Wirtschaftswachstum erschwert Budgetkonsolidierung. Prognose für 2025 und 2026. *WIFO-Konjunkturprognose*, (4). <https://www.wifo.ac.at/publication/pid/55969235>.
- Friesenbichler, K., & Hölzl, W. (2025). Investitionsbereitschaft auch 2025 rückläufig. Ergebnisse der WIFO-Investitionsbefragung vom Herbst 2024. *WIFO-Monatsberichte*, 98(1), 19-27. <https://www.wifo.ac.at/publication/pid/56953121>.
- 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>.
- Geroski, P., Machin, S., & Van Reenen, J. (1993). The profitability of innovating firms. *The RAND Journal of Economics*, 24(2), 198-211.
- Glocker, C., & Hölzl, W. (2022). A direct measure of subjective business uncertainty. *German Economic Review*, 23(1), 121-155.
- Hofmann, K., Kügler, A., & Schmidt-Padickakudy, N. (2024). Unternehmensausgaben für neue Produkte dürften 2024 nur schwach wachsen. *WIFO-Monatsberichte*, 97(3), 151-163. <https://www.wifo.ac.at/publication/pid/51443893>.

- Hölzl, W., Bierbaumer, J., Klien, M., & Kügler, A. (2024). Industriekonjunktur trübt Wirtschaftsklima. Ergebnisse des WIFO-Konjunkturtests vom Dezember 2024. *WIFO-Konjunkturtest*, (12). <https://www.wifo.ac.at/publication/pid/55968057>.
- 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>.
- 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://www.wifo.ac.at/publication/pid/4141312>.