

2019 년 해외시장 맞춤조사



- No. 1906-25
- 품목 : 유자차(Citron Tea)
- 국가 : 독일(GERMANY)
- 구분 : 시장분석형

Content

I. Market Size (시장규모)

SUMMARY	4
1. 독일 유자차 시장규모	5
2. 독일 유자차 수출입 시장규모	6
3. 독일 유자차 소비 시장규모	7

II. Market Trend (시장트렌드)

SUMMARY	10
1. 독일 유자 인지도, 포멜로나 감귤 대비 낮은 편	15
2. 독일 유자, 감기보다는 미용 위주의 섭취 많아	16
3. 독일 과일차, 딸기차 수요가 가장 많아	17
4. 독일 과일차, 숙면 목적의 구매 많아	18

III. Distribution Channel (유통채널)

SUMMARY	20
1. 독일 유자차 유통구조	21
2. 독일 유자차 주요 유통업체	22
3. 독일 유자차 B2C 소매채널	24

IV. Customs·Quarantine (통관·검역)

SUMMARY	45
1. 독일 유자차 인증 취득	46
2. 독일 유자차 사전 심사	49
3. 독일 유자차 업체·제품 등록	50
4. 독일 유자차 라벨 심의	51
5. 독일 유자차 서류 준비	54
6. 독일 유자차 세금 납부	55
7. 독일 유자차 검역 심사	56

V. Expert Interview (전문가 인터뷰)

SUMMARY	59
Interview ① 대양(DAEYANG)	61
Interview ② 라이프스타일 드링크(Lifestyle Drinks)	63
Interview ③ 더 잉글리쉬 숍(The English Shop)	64
Interview ④ 클라우스 뵉커(Klaus Böcker)	65
Interview ⑤ 독일 소비자보호 및 식품안전청(Ministry of Food & Agriculture)	66

* 참고문헌	67
--------	----

I . Market Size

SUMMARY

1. 독일 유자차 시장규모
2. 독일 유자차 수출입 시장규모
3. 독일 유자차 소비 시장규모



Market Size

(시장규모)

독일 (GERMANY)

유자차 시장규모

지표 설정 기준: 제품의 섭취방법(차), 주재료(유자)

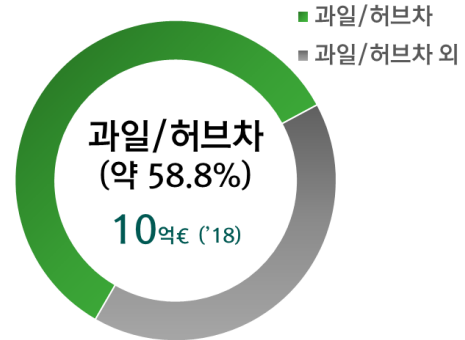
• 독일 차¹⁾ 시장 규모

..... 17억 유로 ('18)

• 독일 과일/허브차²⁾ 시장 규모

..... **10억 유로 ('18)**

(*) Euromonitor International



유자차 수출입 시장규모

지표 설정 기준: 제품의 품목(과일청), 분류(감귤류 과일)

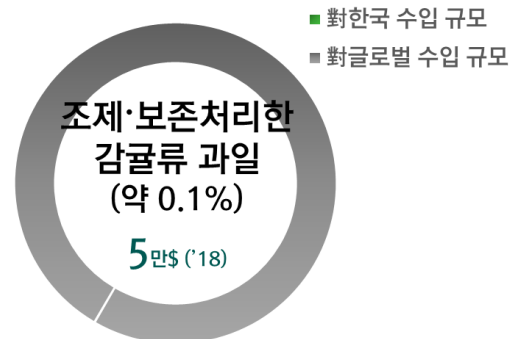
• HS 2008.30³⁾ 독일 對 글로벌 '조제·보존처리된 감귤류 과일' 수입 규모

..... 6,866만 달러 ('18)

• HS 2008.30 독일 對 한국 '조제·보존처리된 감귤류 과일' 수입 규모

..... **5만 달러 ('18)**

(*) International Trade Centre



유자차 소비 시장규모

지표 설정 기준: 잠재 소비자의 구매력을 파악하기 위해 '식품비 항목에 대한 월평균 가구지출'을 확인하고, 소비 시장 규모를 파악하기 위해 '과일/허브차 소비량과 소비 빈도'를 확인함

① 독일 월평균 가구소비 지출 ('17)

소비 지출 전체 2,517유로
1순위, 주거 관련비 897유로
공동 2순위, 식음료 및 담배 348유로
공동 2순위, 교통 348유로

② 독일 과일/허브차 소비량('17)

(원차) 소비량 53.1리터

(티백차) 소비 빈도('17)

매일 390만 명
1주일 2-3번 880만 명
1주일 1번 580만 명
1달 1번 이상 1,150만 명
1달 1번 520만 명
드물게 1,160만 명

(*) Statistisches Bundesamt, Statista

- 1) 차(Tea): 홍차, 과일/허브차, 녹차, 인스턴트 차, 그 외의 차를 지칭하며 잎차와 티백차를 포함함. 조사 제품의 섭취 방법(차)을 고려하여 지표로 선정함
- 2) 과일/허브차(Fruit & Herbal Tea): 차 하위 품목으로, 과일 또는 허브로 조제된 차를 지칭함. 조사제품의 주재료(유자)를 고려하여 지표로 선정함
- 3) HS CODE 2008.30: 조사 제품(액상 유자청)은 '조제하거나 보존처리한 과일·견과류와 그 밖의 식용에 적합한 식물 부분' 품목으로 분류됨. 조사 제품의 주재료(유자)를 고려하여, 해당 품목에서 감귤류 과일을 지칭하는 HS CODE 2008.30를 지표로 선정함

1. 독일 유자차 시장규모

독일 국가 일반 정보⁷⁾

면적	35만 7,380km ²
인구	8,141만 명
GDP	4조 달러
GDP (1인당)	48,363달러

조사 시장: '유자차'는 과일 유자를 사용하여 조제된 액상 과일청으로, 차로 우려 섭취할 수 있음. 제품의 섭취방법(차)과 주재료(유자)를 고려하여, 독일의 '차' 시장과 '과일/허브차' 시장 규모를 조사함

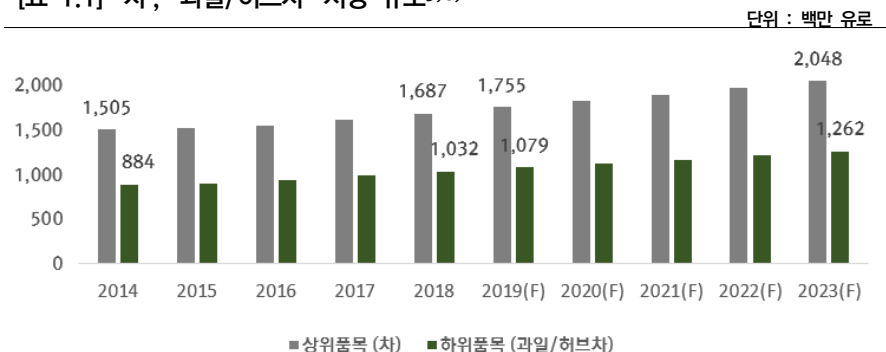
▶ 2014~2018년, 독일 '과일/허브차' 시장, 연평균성장률 3.9%

2018년 소매점 판매액 기준, 독일의 '차' 시장 규모는 16억 8,700만 유로로 과거 5년 동안 매해 평균 2.9% 증가함. '과일/허브차' 시장 규모는 10억 3,200만 유로로 연평균 3.9% 증가한 것으로 확인됨

▶ 2019~2023년, 독일 '과일/허브차' 시장, 연평균성장률(CAGR) 4%

2019년 기준, '차' 시장은 17억 5,500만 유로, '과일/허브차' 시장은 10억 7,900만 유로에 달할 것으로 나타나며 향후 5년간 각각 3.9%, 4% 증가할 것으로 전망됨. 고품질, 색다른 맛이 나는 차에 대한 수요가 증가함에 따라 과일/허브차 제품이 다양해지고 있음. 예로, 블랙커런트, 아사이베리는 물론 생강, 회향 등의 향신료 베이스 차도 소매점에 등장함⁴⁾

[표 1.1] '차', '과일/허브차' 시장 규모⁵⁾⁶⁾



분류	2014	2015	2016	2017	2018	CAGR ('14-'18)
상위 품목 차	1,505 (2.1조 원)	1,528 (2.1조 원)	1,552 (2.1조 원)	1,620 (2.2조 원)	1,687 (2.3조 원)	2.9%
해당 품목 과일/허브차	884 (1.2조 원)	900 (1.2조 원)	934 (1.3조 원)	986 (1.3조 원)	1,032 (1.4조 원)	3.9%
전망	2019(F)	2020(F)	2021(F)	2022(F)	2023(F)	CAGR ('19-'23)
상위 품목 차	1,755 (2.4조 원)	1,825 (2.5조 원)	1,897 (2.6조 원)	1,972 (2.7조 원)	2,048 (2.8조 원)	3.9%
해당 품목 과일/허브차	1,079 (1.5조 원)	1,124 (1.5조 원)	1,169 (1.6조 원)	1,215 (1.7조 원)	1,262 (1.7조 원)	4%

자료 : 유로모니터(Euromonitor)

4) 유로모니터(Euromonitor), 「Tea in Germany, Country Report」, 2019.03

5) 1유로=1,363.36원(2019.08.13., KEB 하나은행 매매기준율 기준)

6) 원 데이터(단위: 유로)와 환산된 데이터(단위: 원)는 모두 반올림됨

7) 자료: 외교부(www.mofa.go.kr)

2. 독일 유자차 수출입 시장규모

HS CODE 2008.30: 조사 제품(엑상 유자청)은 HS CODE 2008 '조제하거나 보존처리한 과일·견과류와 그 밖의 식용에 적합한 식물 부분' 품목으로 분류됨. 조사 제품의 주재료(유자)를 고려하여, 해당 품목에서 감귤류 과일을 분류한 HS CODE 2008.30를 지표로 선정함

▶ 2014~2018년, 독일 對글로벌 수입액 연평균성장률 1.7%

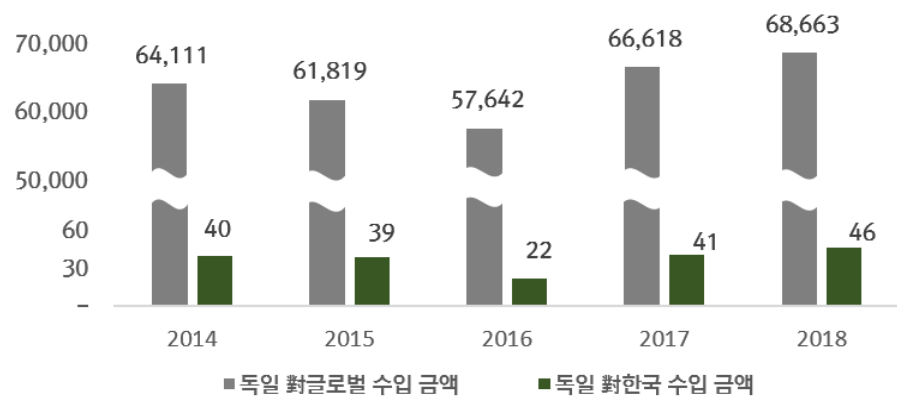
2018년, 독일 HS CODE 2008.30 품목의 對글로벌 수입액은 6,866만 3,000달러로 연평균 1.7% 성장함. 對글로벌 수입액은 2014~2016년까지 매년 5.2% 감소하였으나, 2017년도에 전년대비 15.6% 성장 이후 꾸준히 증가하고 있음

▶ 2014~2018년, 독일 對한국 수입액 연평균성장률 3.6%

2018년, 독일 HS CODE 2008.30 품목의 對한국 수입액은 4만 6,000달러로 연평균성장률 3.6%를 기록함. 對한국 수입액은 對글로벌 수입액과 마찬가지로 2014~2016년 감소추세를 보이다가, 2017년도에 전년대비 86.4% 성장한 이후 증가 추세임

[표 1.2] HS CODE 2008.30 수입 규모⁸⁾⁹⁾

단위 : 천 달러



분류	2014	2015	2016	2017	2018	CAGR* (‘14~’18)
독일 對글로벌 수입액	64,111 (779억 원)	61,819 (751억 원)	57,642 (701억 원)	66,618 (810억 원)	68,663 (835억 원)	1.7%
독일 對한국 수입액	40 (4,862만 원)	39 (4,741만 원)	22 (2,674만 원)	41 (4,984만 원)	46 (5,592만 원)	3.6%

자료 : ITC(International Trade Centre), HS CODE 2008.30 기준

8) 1달러=1,215.6원 (2019.08.13., KEB 하나은행 매매기준율 기준)

9) 해당 데이터는 반올림됨

3. 독일 유자차 소비 시장규모

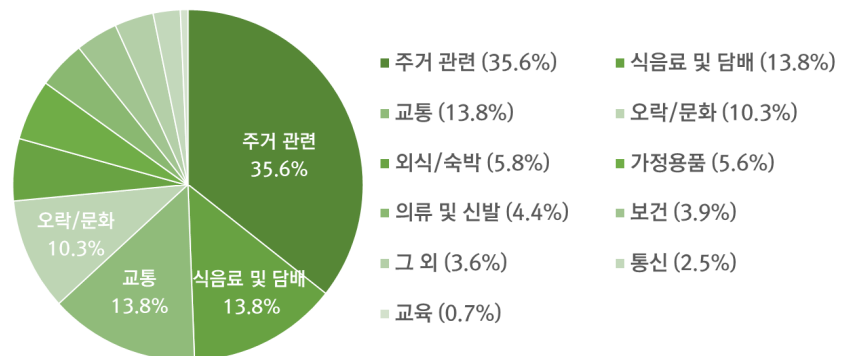
1) 독일 소득층별 식품 지출

잠재 소비자의 구매력을 파악하기 위해 '식품비 항목에 대한 월평균 가구지출'을 확인하고, 소비 시장 규모를 파악하기 위해 '과일/허브차 소비량과 소비 빈도'를 확인함

▶ 2017년, 독일 월평균 가구소비 비율, 식음료 및 담배 2순위

2017년 독일 통계청이 발간한 월평균 가구소비 지출 구조에 따르면, 전체 소비 지출 항목 중 1위가 주거 관련 비용(897유로, 35.6%), 공동 2위가 '식음료 및 담배비용'과 '교통비용' (348유로 13.8%)로 확인됨. 식음료 및 담배의 경우, 2013년 대비 월평균 지출액이 11유로 증가한 것으로 나타남

[표 1.3] 2017년, 독일 월평균 가구소비 지출 구조¹⁰⁾¹¹⁾



순위	분류	유로	비중(%)
(-)	전체 소비 지출	2,517	100
1	주거 관련	897	35.6
2	식음료 및 담배	348	13.8
3	교통	348	13.8
4	오락/문화	259	10.3
5	외식/숙박	146	5.8
6	가정용품	140	5.6
7	의류 및 신발	110	4.4
8	보건	98	3.9
9	그 외	90	3.6
10	통신	64	2.5
11	교육	18	0.7

*자료 : 독일 통계청(Statistisches Bundesamt)

10) 해당 자료는 통계청에서 발간한 '지속적 가계 예산조사(Continuous household budget survey)'로, 현재 시점 기준 최신 자료임

11) 해당 자료의 유로 부분은 반올림된 자료로, 전체 합계와 전체 소비 지출 금액이 일치하지 않을 수 있음

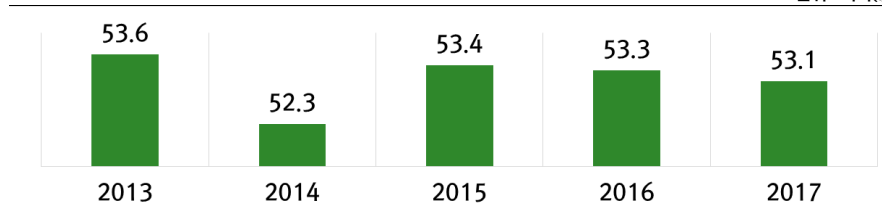
2) 독일 과일/허브차 소비량

▶ 2017년, 독일 내 과일/허브 잎차 소비량 하락 추세

2013-2017년 기준, 독일 차 시장의 60%를 차지하고 있는 잎차¹²⁾ 중 과일/허브차의 1인당 소비량은 평균 53.14리터(L)로 확인됨. 해당 기간 중 최저는 2014년도로 52.3리터, 최고는 2013년도의 53.6리터임. 2015년도에 전년대비 약 1.1리터 상승했으나, 이후 연평균 0.3리터씩 감소하는 추세임¹³⁾

[표 1.4] 2013-2017년 독일 과일/허브차 1인당 소비량

단위: 리터(L)



■ 독일 1인당 과일/허브차 소비량(리터)

분류	2013	2014	2015	2016	2017	CAGR
과일/허브차 1인당 소비량	53.6	52.3	53.4	53.3	53.1	-0.2%

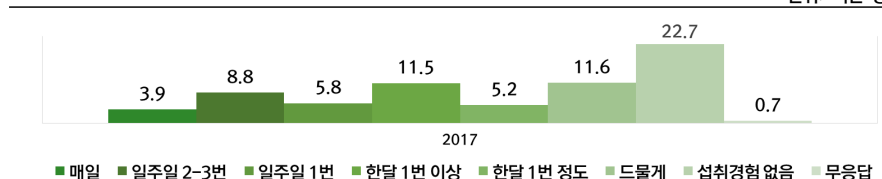
*자료 : 스타티스타(Statista)

▶ 2017년, 독일 내 과일/허브 티백차 소비 인구 4,680만 명(전체인구의 57.5%)

2013-2017년 기준, 티백차는 차 시장의 40%를 차지함¹⁴⁾. 티백차를 이용하는 인구를 대상으로 조사한 결과, 과일/허브 티백차 소비자는 약 4,680만 명으로 이는 독일 전체인구의 약 57.5%정도로 확인됨. 소비 빈도수에 따른 그룹의 비율 기준, 1위는 '드물게(1달 1번 미만)' 소비하는 인구가 1,160만 명으로 가장 많았으며, 2위는 '1달 1번 이상' 소비하는 인구(1,150만 명)로 나타남¹⁵⁾

[표 1.5] 2017년 독일 과일/허브차 1인당 소비 빈도¹⁶⁾

단위: 백만 명



분류	매일	일주일 2-3번	일주일 1번	1달 1번 이상	1달 1번 정도	드물게	섭취경험 없음	무응답
해당 인구	3.9	8.8	5.8	11.5	5.2	11.6	22.7	0.7

*자료 : 스타티스타(Statista)

12) 독일 차 협회(Deutscher Teeverband), 「The German TEA Market」, 2018

13) 스타티스타(Statista), 「Pro-Kopf-Konsum von Kräuter- und Früchtetee in Deutschland in den Jahren 2005 bis 2017(in Liter)」, 2019.07.23

14) 독일 차 협회(Deutscher Teeverband), 「The German TEA Market」, 2018

15) 스타티스타(Statista), 「Frequency of consuming herbal or fruit tea bags in Germany from 2013 to 2017, by number of people(in millions)」, 2019.06.03

16) 해당 자료는 반올림됨

II. Market Trend

SUMMARY

1. 독일 유자 인지도, 포멜로나 감귤 대비 낮은 편
2. 독일 유자, 감기보다는 미용 위주의 섭취 많아
3. 독일 과일차, 딸기차 수요가 가장 많아
4. 독일 과일차, 숙면 목적의 구매 많아



Market Trend

(시장트렌드)

독일 (GERMANY)

유자차 소비 트렌드



포멜로 감귤·수요 꾸준히 증가
'건강관리·체중감량 차원에서 수요 증가'



유자차 또는 지트로나트(Zitronat) 형태로 섭취
'아시아 전통차 또는 독일 현지식 지트로나트 섭취'

■ Germany Issue ①

독일 유자 인지도,
포멜로나 감귤 대비 낮은 것으로 드러나
'유자 유사품목인 감귤·포멜로 꾸준히 성장세'

■ Germany Issue ②

독일 유자,
감기보다는 미용 위주의 섭취 많아
'비타민 C가 풍부하여 미용에 우수하다고 인식'



오렌지, 사과, 레몬, 감귤 수요 높아
'가정에서 친숙하게 접할 수 있는 과일 토대로 DIY 과일차 인기'



뷰티, 피로회복, 면역력 유지 차원 구매
'온라인 인기제품도 효능을 강조한 홍보에 주력'

■ Germany Issue ③

독일 과일차,
딸기차 수요가 가장 많아
'친숙한 맛과 슈퍼푸드 인기'

■ Germany Issue ④

독일 과일차,
숙면 목적의 구매가 많아
'커피·에너지음료 대용으로 구매'

1. 빅데이터 분석 프로세스

○ 빅데이터 분석 요약

●
데이터 수집
소스원


(독일 농식품 매체 17개)
(독일 온라인 마켓 6개)

●
데이터 분류
키워드집


(독일 유자차 관련식품
연관 키워드집)

●
데이터 분석
연관어 분석



1) 데이터 수집

○ 빅데이터 수집

- 독일 농식품 매체, 잡지, 포스트

[표 2.1] 독일 매체 리스트

번호	매체명	홈페이지	비고
01	Bzfe	www.bzfe.de	농식품 매체
02	Zwergertl-magazin	www.zwergertl-magazin.de	라이프스타일 매거진
03	Lets have breakfast	www.letshavebreakfast.de	농식품 매체
04	Eatsmarter	www.eatsmarter.de	농식품 매체
05	scilogs.spektrum	www.scilogs.spektrum.de	농식품 매체
06	Artimondo	www.artimondo.de	농식품 매체
07	Zitrus-presse	www.zitrus-presse.de	농식품 매체
08	Gofeminin	www.gofeminin.de	라이프스타일 매체
09	Ecowoman	www.ecowoman.de	라이프스타일 매체
10	Basenfasten	www.basenfasten.de	건강 정보지
11	Test	www.test.de	라이프스타일 매체
12	Top Agra	www.topagrar.com	농식품 매체
13	Agrawelt	www.agrarwelt.com	농식품 매체
14	Agraheute	www.agrarheute.com	농식품 매체
15	Proplanta	www.proplanta.de	농식품 매체
16	Sueddeutsche	www.sueddeutsche.de	농식품 매체
17	Spiegel	www.spiegel.de	비즈니스 정보지

빅데이터 수집 기준

데이터 수집

수집 기간	18.01 ~ 19.07
수집 데이터	40,598건

데이터 정제

정제 키워드	유자 및 과일 12건
정제 데이터	1,555건

- 유자차/과일차 관련 소비자 댓글

[표 2.2] 독일 유자차/과일차 소비자 관련 매체 리스트

번호	매체명	홈페이지	비고
01	Quora	de.quora.com	커뮤니티 사이트
02	Amazon	www.amazon.de	온라인 쇼핑몰
03	Teaworld	www.teaworld.de	온라인 쇼핑몰
04	Grubauer	www.grubauer.de	온라인 쇼핑몰
05	DM	www.dm.de	온라인 쇼핑몰
06	Ecco-verde	www.ecco-verde.de	온라인 쇼핑몰

2) 데이터 분류

○ 빅데이터 분석 키워드집

- 독일 유자차 사전 경쟁 제품 조사

키워드 수집 근거

참여 기업	한국 개발사 사용 키워드
경쟁사	독일 공급업체 사용 키워드
기타	유자차 데이터 수집 결과, 상위 노출 키워드

					
브랜드	VAHDAM	브랜드	Yogi Tea	브랜드	A브랜드
제품명	유자생강차	제품명	생강 레몬 티	제품명	유자차
성분	유자, 생강, 페퍼민트	성분	생강, 레몬 등	성분	유자, 구연산 등
효능	디톡스	효능	활기, 온열 유지	효능	감기예방
홍보문구	100% 천연	홍보문구	인도 아유르베다	홍보문구	아시아의 건강차

- 독일 유자차 빅데이터 분석 키워드집

분류	항목	키워드		수집 근거(*)		
		한국어	독일어	참여기업	경쟁사	기타
유자차	유자	유자	Yuzu Zitronen	○	○	
			Yuzu	○	○	
		유자차	Zitronetee	○	○	
	감귤류	감귤	Mandarine		○	○
		포멜로	Pampelmuse		○	○
		레몬	Zitronen	○		
과일차	과일	생강	Ingwer	○		
		사과	Apfel	○		
		자몽	Grapefrucht	○		
		체리	Kirsche		○	
		복숭아	Pfirsich		○	
		딸기	Erdbeere		○	
		망고	Mango		○	
		대추	Jujube	○		
		모과	Quitte	○		
	효능	디톡스	Detox		○	
		활기	Animieren		○	
		감기	Erkältung		○	
		숙면	Tiefschlaf			○
		피로	Müdigkeit			○
		스트레스	Stress			○

빅데이터 분석 프로세스

○ 빅데이터 분석 배경 및 목적

- 독일 소비자의 유자차/과일차의 소비 형태를 분석하기 위함
- 독일 유자차 인식 분석(인지도, 구매 요인, 음용 방식)
- 독일 과일차 인식 분석(과일차 종류, 구매 요인)

○ 빅데이터 분석 기법 선정

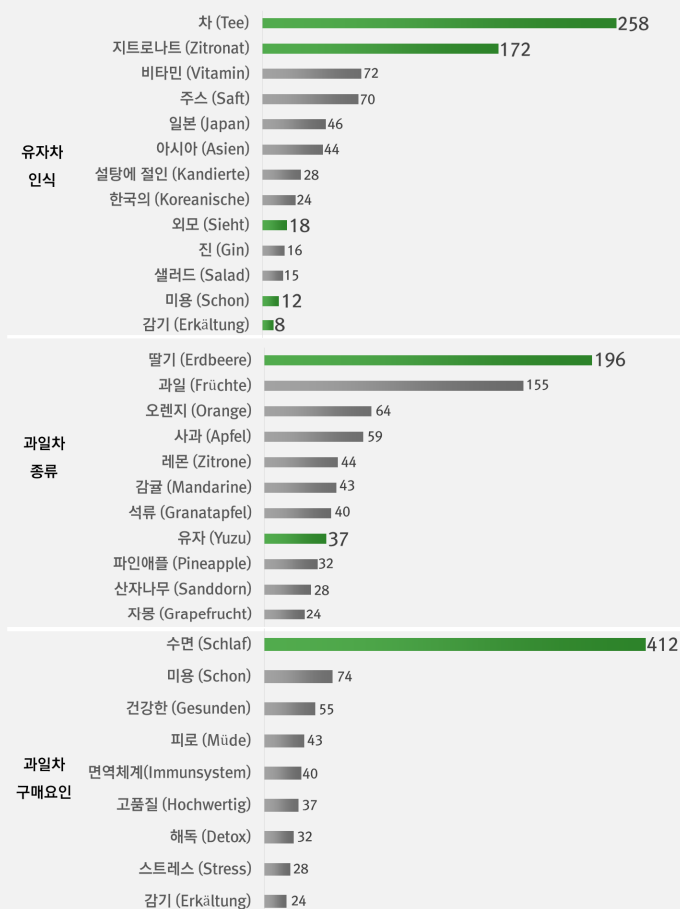
- 유자차 및 과일차 연관어 분석
- 유자차 : 인지도, 구매 요인, 음용 방식
- 과일차 : 인기 과일차, 구매 요인

○ 빅데이터 분석 값 정의

- 분석 값 : 유자차/과일차 연관 해당 키워드 발생 건 수

● 연관어 분석 (Keyword Analytics)

[독일 유자차/과일차 빅데이터 분석 결과]



1. 독일 유자 인지도, 포멜로나 감귤 대비 낮은 편으로 드러나

포멜로 인기 검색어 Top 5¹⁷⁾

- 1위 자몽과 차이점
- 2위 포멜로 칼로리
- 3위 오렌지
- 4위 뷔르츠부르크
- 5위 다이어트

감귤 인기 검색어 Top 5

- 1위 칼로리
- 2위 감귤 칼로리
- 3위 클레멘타인
- 4위 감귤 크림
- 5위 감귤 케이크

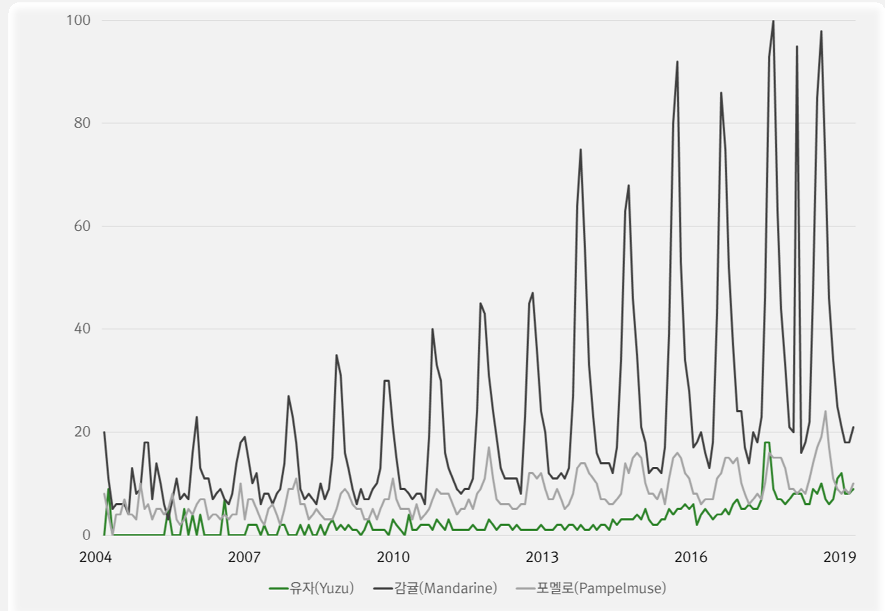
- ▶ 포멜로·감귤 수요 꾸준히 증가하고 있어
- ▶ 건강관리·체중감량으로 인한 수요 증가 추세

구글 트렌드를 통해 독일 내 유자와 포멜로, 감귤에 대한 분석을 수행함. 2004년부터 2019년까지 약 15년간의 검색 추이를 분석한 결과, 유자의 수요는 감귤, 포멜로 대비 낮았지만 2017년 이후 유자의 수요가 포멜로와 비슷한 수준까지 증가한 것으로 드러남

포멜로와 감귤은 주 수확시기인 12월을 기점으로 매년 수요가 급증하고 있으며 구글트렌드 내 인기 검색어로 칼로리, 다이어트 등이 도출되어 해당 과일을 통해 체중 관리를 시도하려는 독일 소비자들이 많은 것으로 드러남. 우리나라처럼 차 형식으로 응용하는 경우는 적은 편이며 감귤 크림(Schmand Mandarinen) 등의 형태로 줄여서 빵과 함께 먹는 경우가 많은 것으로 확인됨

- ▶ 유자 인지도, 포멜로나 감귤 대비 낮은 것으로 확인
- ▶ 포멜로·감귤 수요 꾸준히 증가하고 있으며 12월 기점으로 수요 급증

[표 2.3] 독일 '유자', '감귤', '포멜로' 검색 추이 분석¹⁸⁾



자료 : Google Trend 독일 '유자' vs '포멜로' vs '감귤' 시간 흐름에 따른 관심도 변화

17) 인기 검색어 : 가장 인기 있는 검색어로 검색빈도가 가장 높은 검색어는 100 검색빈도가 그 절반인 검색어는 50으로 지칭

18) 시간 흐름에 따른 관심도 변화 : 수치는 특정 지역 기간을 기준으로 차트에서 가장 높은 지점 대비 검색 관심도를 의미함. 예를 들어 검색빈도가 가장 높은 검색어의 경우 100, 검색 빈도가 그 절반인 검색어는 50, 해당 검색어에 대한 데이터가 충분하지 않을 시 0으로 나타남

2. 독일 유자, 감기보다는 미용 위주의 섭취 많아

▶ 유자, 차 또는 지트로나트(Zitronat) 형식으로 섭취

▶ 유자, 감기보다는 미용 관점에서 섭취

지트로나트 이미지¹⁹⁾



‘설탕에 절인 레몬 껍질 등’

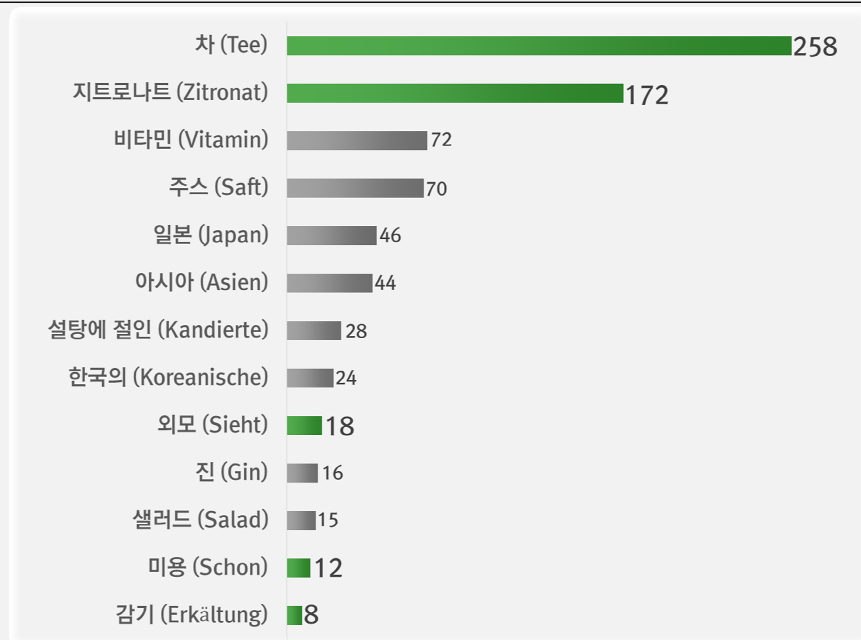
독일에서 유자와 연관된 키워드를 분석한 결과, 차(Tee)가 가장 많이 도출되었으며 유자차는 주로 일본산, 한국산 등 아시아산 유자로 제조된 제품이 많이 판매되고 있는 것으로 확인됨. 또한 독일인들의 현지식인 감귤류의 껍질을 벗겨낸 후 설탕과 조리한 지트로나트 형식의 섭취도 소개되고 있음.²⁰⁾ 이외에도 유자를 활용한 요리로는 주스, 진토닉, 샐러드 등이 확인됨

유자차는 한국에서 감기에 좋은 차로 인식되고 있지만 독일에서는 비타민 C가 풍부해 미용 부문에서 효과가 우수한 차라는 인식이 더 많은 것으로 확인됨. 현지 독일 식품매체들은 유자가 지방 연소를 촉진하여 피부를 젊어지게 하는 데에 탁월하다고 소비자들에게 소개하고 있음²¹⁾

▶ 유자 요리 키워드 ‘차(Tee)’, 258건으로 최다 빈출

▶ 유자 효능 키워드 ‘외모(Sieht)’·‘미용(Schon)’이 ‘감기(Erkältung)’보다 빈출

[표 2.4] 독일 유자 연관어 분석 - 빅데이터 분석



자료 : 독일 유자차 연관 ‘기사, 포스팅, 댓글’ 360건 분석 (18. 01 - 19. 07)

19) 사진자료 : 도이칠란드 위키피디아(de.wikipedia.org), ‘지트로나트(Zitronat)’

20) 도이칠란드 위키피디아 ‘지트로나트’ 검색결과(de.wikipedia.org/wiki/Zitronat)

21) 유주티(Yuzu-Tee), ‘Wie wirkt sich Yuzu auf die Haut aus?’

3. 독일 과일차, 딸기차 수요가 가장 많아

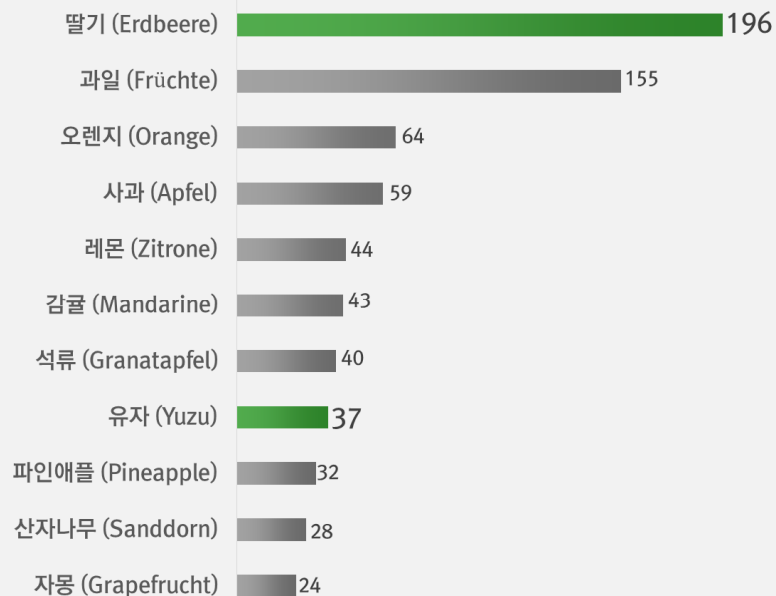
- ▶ 전체 과일차 중 딸기차 언급량 월등히 높아
- ▶ 딸기 이외로 오렌지, 사과, 레몬, 감귤 수요 높은 편

독일 과일차에 대한 종류를 분석한 결과, 딸기의 수요가 196건으로 가장 빈출된 것으로 드러남. 딸기는 독일인들에게 있어 친숙한 과일임과 동시에 슈퍼푸드로 각광받고 있어 언급량이 다른 과일 대비 높은 것으로 드러남. 독일 차 협회(German Tea Association)는 독일인이 1년에 약 26리터의 차를 마시고 있으며 딸기차는 건강 이완에 효과가 있다고 전함²²⁾

딸기차 이외로 수요가 많은 과일차 종류로는 오렌지, 사과, 레몬, 감귤, 석류 등이 있음. 건강에 대한 관심이 늘어나면서 집에서 직접 과일차를 조리하는 사례가 점점 늘어나고 있으며 이와 관련하여 가정에서 좀 더 친숙하게 접할 수 있는 과일들로 만들어진 과일차 수요가 증가하고 있음²³⁾

- ▶ 과일차 종류 ‘딸기(Beeren)’, 196건으로 최다 빈출
- ▶ ‘유자(Yuzu)’ 과일차 종류 키워드로 37건 도출

[표 2.5] 독일 과일차 종류 분석 - 빅데이터 분석



자료 : 독일 과일차 연관 ‘기사, 포스팅, 댓글’ 1,195건 분석 (18. 01 - 19. 07)

22) 비린(Beeren), ‘Wie gesund ist Erdbeer-Tee?’, 2018.12

23) 술레스비히 홀스타인(Shz.de), ‘Tee selber machen - so geht's!’, 2018.01.30

4. 독일 과일차, 숙면 목적의 구매 많아



“불면증 해결에 도움이 되었다.
정기적으로 복용하고 있다”
“수면과 휴식에 이상적인 차다.
우울증에도 효과가 있는 것 같다.”
- Amazon, 과일차
소비자 제품 구매 평가

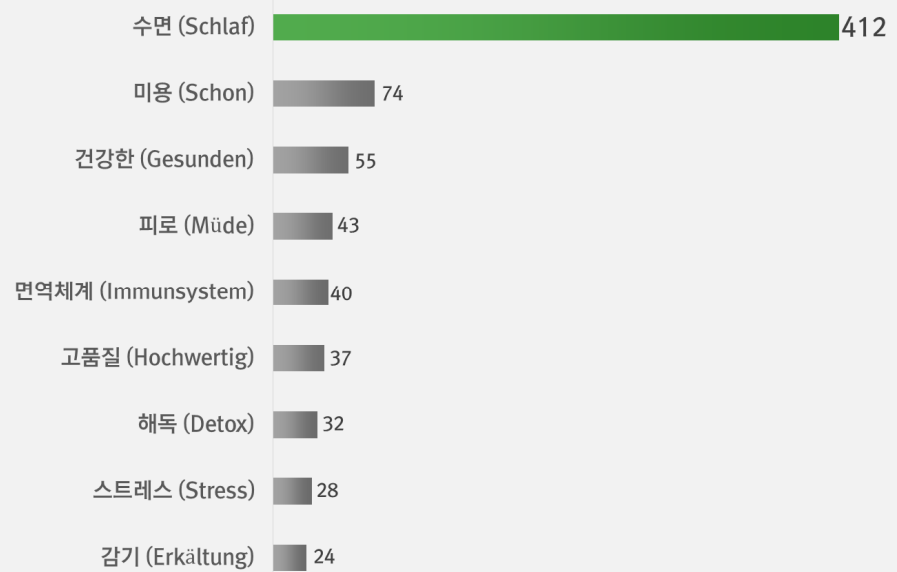
- ▶ 독일 과일차, 숙면 효능을 기대하고 구매하는 사례 빈번
- ▶ 숙면 이외에는 뷰티, 피로회복, 면역력 유지 등이 빈출

독일 차 효능 분석 결과, 숙면과 관련된 키워드들이 빈출되어 독일 소비자들이 과일차 구매 시 주로 기대하는 효과는 숙면인 것으로 파악됨. 커피·에너지 음료를 자주 마시던 소비자들은 불면증을 비롯한 수면 장애에 시달리게 되었고 과일차를 음용함으로써 이를 해결하고자 하는 경우가 많음

숙면 이외에는 뷰티, 피로회복, 면역력 향상 등과 같은 사유로 제품 구매가 자주 이루어지고 있음. 현재 독일 내 온라인에서 판매되고 있는 과일차들의 경우 제품의 맛만 강조하기보다는 뷰티, 피로회복, 면역력 향상과 같은 효능들을 고려하여 홍보문구를 수립하고 있음

- ▶ 과일차 효능 키워드, ‘수면(Schlaf)’ 256건으로 최대 빈출
- ▶ 수면 이외의 효능으로 뷰티, 피로회복, 면역력 향상 등 키워드 빈출

[표 2.6] 독일 과일차 효능 분석 - 빅데이터 분석

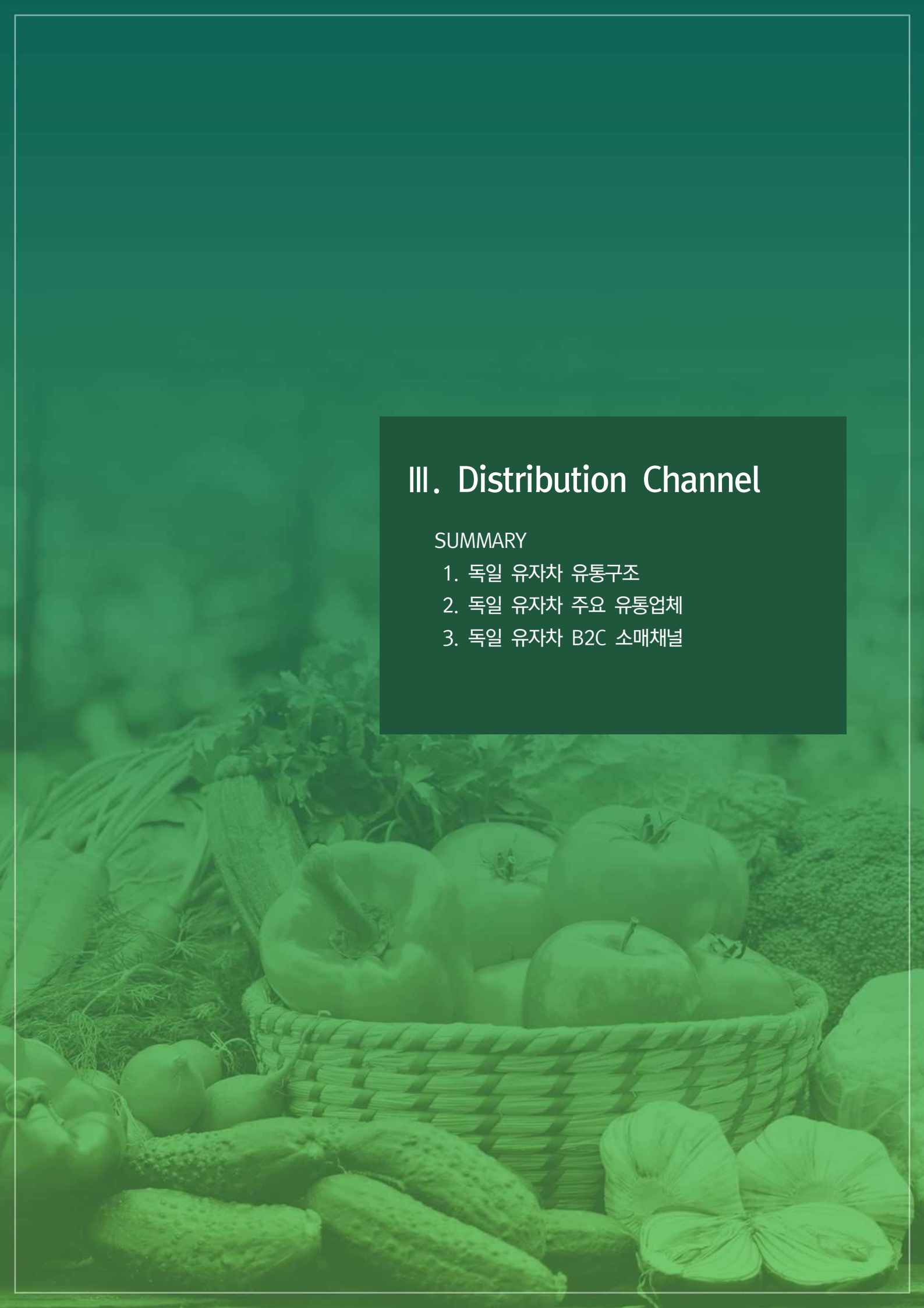


자료 : 독일 과일차 연관 ‘기사, 포스팅, 댓글’ 1,195건 분석 (18. 01 - 19. 07)

III. Distribution Channel

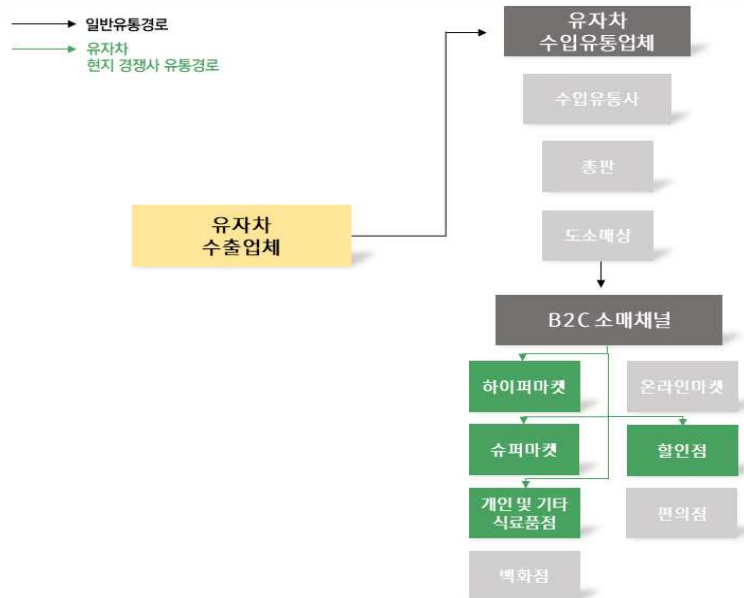
SUMMARY

1. 독일 유자차 유통구조
2. 독일 유자차 주요 유통업체
3. 독일 유자차 B2C 소매채널



Distribution Channel

(유통채널)



독일 (Germany)

유자차 유통채널 현황

채널 유형	채널 분류	점유율 ²⁴⁾²⁵⁾	주요 채널 ²⁶⁾
B2C 소매 채널	하이퍼마켓 & 슈퍼마켓	36.9%	카우플란트(Kaufland), 레알(Real), 에데카(Edeka), 레베(Rewe), 마르크트кау프(Marktkauf), 파밀라(Famila)
	개인 및 기타 식료품점 ²⁷⁾²⁸⁾	31.4%	아시아랜드(Asia Land), 장터(Zhangto), 사이공미니마켓(Sigon Minimrkt)
	할인점	20.3%	알디(Aldi), 리들(Lidl), 네토(Netto), 페니(Penny), 노르마(Norma)
	온라인	6.1%	아마존(Amazon), 오토(Otto), 잘란도(Zalando)
	백화점	3.1%	갈러리아кау프호프(Galeria Kaufhof), 칼슈타트(Karstadt), 카데베(KaDeWe)
	편의점	2.2%	요르마(Yorma's), 허브(Hub), 디비(DB), 슈파(Spar)

자료: 유로모니터(Euromonitor), 현지 진출 브랜드 진출 채널 정보 조사 결과

24) 2018년 기준, 독일 내 유자차의 유통채널 점유율임

25) '유자차'의 세부 품목에 대한 유통채널 정보 확인이 불가하여, 제품의 상위 카테고리인 '차(Tea)'의 정보를 확인함

26) 채널 분류에 따른 독일 내 주요 유통채널로 현지 기업 외 외국계기업도 포함됨

27) 기타 식료품점은 자체 체인점을 보유하고 있지 않은 키오스크를 포함한 개인 식료품점을 뜻함

28) 개인 식료품점의 경우, 특정 채널에 대한 조사가 불가능하여 조사 대상을 체인점을 보유하지 않은 아시안마트로 한정함

1. 독일 유자차 유통구조

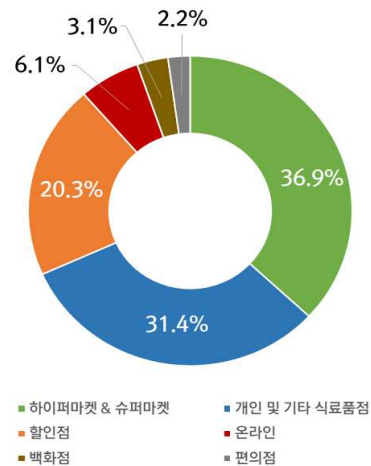
품목 구분 및 분류

품목	유자차
구분	과일차
범주	차(Tea)

▶ 독일 유자차 주요 채널

‘하이퍼마켓 & 슈퍼마켓(36.9%), 개인 및 기타 식료품점(31.4%), 할인점(20.3%)’

[표 3.1] 독일 유자차 유통채널별 점유율



자료: 유로모니터(Euromonitor)

[표 3.2] 독일 유자차 유통채널 현황

채널 유형	유자차 채널 분류		
	채널 유형	점유율	채널명
B2C 소매 채널	하이퍼마켓 & 슈퍼마켓	36.9%	카우플란트(Kaufland), 레알(Real), 에데카(Edeka), 레베(Rewe), 마크트카우프(Marktkauf), 파밀라(Famila)
	개인 및 기타 식료품점	31.4%	아시아랜드(Asia Land), 장터(Zhangto), 사이공미니마켓(Sigon Minimrkt)
	할인점	20.3%	알디(Aldi), 리들(Lidl), 네토(Netto), 페니(Penny), 노르마(Norma)
	온라인	6.1%	아마존(Amazon), 오토(Otto), 잘란도(Zalando)
	백화점	3.1%	갈러리아카우프호프(Galeria Kaufhof), 칼슈타트(Karstadt), 카데베(KaDeWe)
	편의점	2.2%	요르마(Yorma's), 허브(Hub), 디비(DB), 슈파(Spar)

자료: 유로모니터(Euromonitor), 현지 진출 브랜드 진출 채널 정보 조사 결과

2. 독일 유자차 주요 유통업체

▶ 독일 차(Tea) 취급 유통채널, 하이퍼마켓 & 슈퍼마켓과 할인점이 대표적

[표 3.3] 독일 유자차 취급 주요 유통업체

순번	기업명	기업구분	규모 (매출액 ²⁹⁾)	입점브랜드	유사제품 취급경험
1	카우플란트 (Kaufland)	하이퍼마켓 & 슈퍼마켓	약 250억 6,790만 달러 (약 30조 4,725억 원)	카우플란트클래식 (K-CLASSIC), 윌켄티(Wilken Tee)	0
2	레알 (Real)	하이퍼마켓 & 슈퍼마켓	약 82억 144만 달러 (약 9조 9697억 원)	골드만첸티 (Goldmännchen Tee), 티칸느(Teekanne), 타씨모(TASSIMO), 스페셜티(Special.T), 요기티(Yogi Tea), 메스메어(Meßmer), 아흐마드티 (Ahmad Tea)	0
3	에데카 (Edeka)	하이퍼마켓 & 슈퍼마켓	약 594억 1,310만 달러 (약 72조 2,226억 원)	메스메어(Meßmer), 티칸느(Teekanne), 알나투라(Alnatura), 씨윈스턴티 (SirWinstonTea), 뱃하일브루너 (BadHeilbrunner)	0
4	마크트카우프 (Marktkauf)	하이퍼마켓 & 슈퍼마켓	약 5,325만 8,245 달러 (약 647억 4,072만 원)	티칸느(Teekanne), 밀포드(Milford), 알레테(Alete)	0
5	파밀라 (Famila)	하이퍼마켓 & 슈퍼마켓	약 53억 5,976만 달러 (약 6조 5,153억 원)	폴슨티(Paulsen Tea), 티칸느(Teekanne), 립톤(Lipton), 메스메어(Meßmer)	0

자료: 각 기업 홈페이지, 유로모니터(Euromonitor.com)

29) 1달러=1,215.60원 (2019.08.13. KEB 하나은행 매매기준율 적용)

순번	기업명	기업구분	규모 (매출액)	입점브랜드	유사제품 취급경험
6	레베 (Rewe)	하이퍼마켓 & 슈퍼마켓	약 483억 7,275만 달러 (약 58조 8,019억 원)	티팟(teapot), 메스메어(Meßmer), 티칸느(Teekanne), 야(ja!), 크뤼거(Kruger), 립톤(Lipton)	0
7	알디 (Aldi)	할인점	약 335억 달러 (약 40조 7,226억 원)	웨스트민스터 (Westminster), 굿바이오(Gutbio), 페어(Fair)	0
8	리들 (Lidl)	할인점	약 827억 538만 달러 (약 100조 5,367억 원)	메스메어(Meßmer), 티칸느(Teekanne), 밀포드(Milford)	0
9	네토 (Netto)	할인점	약 147억 4,438만 달러 (약 17조 9,233억 원)	캡틴스티 (Captains Tea) 메스메어(Meßmer), 티칸느(Teekanne), 비간즈(Veganz)	0
10	장터 (Zhangto)	아시안마트	-	B사, C사, D사	0

자료: 각 기업 홈페이지, 유로모니터(Euromonitor.com)

3. 독일 유자차 B2C 소매채널

1) 하이퍼마켓 & 슈퍼마켓



① 카우플란트(Kaufland)

기업 기본 정보	기업명	카우플란트(Kaufland)	
	홈페이지	www.kaufland.de	
	위치	네카르줄름(Neckarsulm)	
	규모	매출액('18)	약 250억 6,790만 달러 (약 30조 4,725억 원)
		기타 규모	매장 수('18): 약 660개
기업 요약	- 1984년 설립 - 유럽 최대 규모이자 세계 4위의 유통 전문 기업 슈바르츠 그룹(Schwarz Gruppe)의 자회사 - 독일 내 약 660개의 매장을 보유 - 폴란드, 체코, 루마니아, 슬로바키아, 불가리아, 크로아티아 등 9개 국가에 진출해 있음		
	 		
기업 최근 이슈	- 2019년 3월, 약 4억 5,900만 호주달러를 투자하여 호주시장에 본격적으로 진출 하겠다고 밝힘 - 유니레버(Unilever)가 공급가격을 인상 제안을 수락하지 않겠다고 밝히며 체코, 슬로바키아, 크로아티아, 폴란드 등의 Kaufland 매장에서 제품 판매를 중단하겠다고 밝힘		
유사제품 정보		제품명	프루테티(Fruchttee)
		종류	과일차
		용량	75g
		원산지	독일

자료: 카우플란트(Kaufland) 홈페이지, 와벨(Wabel), 아이쥐디리테일애널리시스(IGD RetailAnalysis), 도이체벨레(Deutsche Welle), 로이터(Reuter), 유로모니터(Euromonitor)

사진 자료: 카우플란트(Kaufland) 홈페이지, 비즈니스리뷰(Business-review), 셔터스톡(Shutterstock)

입점 및 협력 정보

입점 제품 특징	• 입점 가능 품목 - 식품: 신선식품, 과채류, 냉동식품, 즉석식품, 차, 건강기능식품, 주류, 음료류, 유제품 등 - 일반: 의류, 자동차용품, 레저용품, 사무용품, 생활용품 등 • 특이사항 - 수입식품을 취급하고 있으나 유럽산 수입제품이 다수임 - 수입식품 대비 독일산 제품이 다수 판매되고 있음		
입점 등록 절차	등록 유형	☒ 직접 등록	☐ 벤더 등록
	등록 방법	- 유럽 서플라이체인이니셔티브 SCI(Supply Chain Initiative)를 통해 등록 절차를 이행 - (설문지작성 → 작성 가입 의도 전달 → 정식 등록 진행) (www.supplychaininitiative.eu/sign-up-our-initiative)	
	등록 정보	① 공급자 비즈니스 정보 (회사이름, 주소, 온라인사이트, 규모, 비즈니스 부문, 유럽 법인) ② 유럽 내 공급자 권한 보유 임원 정보 (유럽 내 공급자 권한 보유 임원의 이름, 지역 위치) ③ 후속 조치(예: 모니터링) 담당자 정보 (후속 조치를 위해 정식 답변 가능 권한 보유 담당자 이름, 지역 위치, 이메일, 전화번호) ④ 분쟁 해결 책임자 정보 (분쟁 해결을 위한 책임자 이름, 지역 위치, 이메일, 거주 상세 주소, 전화번호)	
	특이사항	· 가입 의도를 밝힌 기업에 한하여 다음 프로세스 진행 가능 · 가입 의도 작성 서류를 다운로드 후 사무국으로 전달 (가입 의도 서류: www.supplychaininitiative.eu/letter-intent) (사무국 전달: supplychaininitiative.eu/it/contact)	

자료: 카우플란트(Kaufland) 홈페이지, 와벨(WABEL), 서플라이체인이니셔티브(Supply Chain Initiative), 유통채널 담당자와의 인터뷰



② 레알(Real)

기업 기본 정보	기업명	레알(Real)	
	홈페이지	www.real.de	
	위치	뮌헨글라트바흐(Mönchengladbach)	
	규모	매출액('18)	약 82억 144만 달러 (약 9조 9697억 원)
		기타 규모	매장 수('18): 279개 직원 수('18): 약 36,000명
기업 요약	- 1992년 설립 - 세계적인 무역회사 METRO AG의 자회사로 다양한 종류의 식료품과 더불어 전자제품, 장난감, 가정용품, 패션 및 가구를 포함하여 광범위한 범주의 서비스를 제공 - 식료품 판매액이 전체 매출의 약 3/4을 차지하며, 특히 과일 및 채소, 육류, 소시지, 생선 및 치즈와 같은 신선식품의 품질이 좋음 - 온라인 스토어를 통하여 특정 지역에 한하여 클릭앤컬렉트(Click&Collect) 및 배달 서비스를 제공		
			
기업 최근 이슈	- 레알(Real)의 모기업이자 세계에서 4번째로 큰 METRO AG가 레알(Real) 슈퍼마켓 체인을 판매하겠다고 밝혀 투자자로부터 많은 관심을 받고 있음 - 체코의 억만장자가 인수를 희망하겠다는 의사를 밝혔으나 제안을 거절함 - MSC (Marine Stewardship Council) 인증 통조림 참치를 추가하였으며, 냉동 생선 및 해산물 특산물, 샐러드, 생선 스프레드, 훈제 생선 제품까지 범위를 확장시켜가고 있음		
유사제품 정보		제품명	믹스드 씨트러스 (Mixed Citrus)
		종류	과일차
		용량	40g
		원산지	영국

자료: 레알(Real) 홈페이지, 유러피언슈퍼마켓매거진(The European Supermarket Magazine), 유로모니터(Euromonitor)

사진 자료: 레알(Real) 홈페이지, 셔틀러스톡(Shutterstock), 프레시플라자(FreshPlaza)

입점 및 협력 정보

입점 제품 특징	• 입점 가능 품목 - 식품: 신선식품, 과채류, 음료류, 주류, 차, 소스류, 가공식품, 냉동식품, 유제품, 건강식품, 스낵류 등 - 일반: 생활용품, 전자제품, 장난감, 가정용품, 패션 및 가구, 사무용품 등 • 선호제품 - 성분 표기가 명확히 되어 있는 제품 - 알레르기 성분이 없는 제품 - 섭취 방법이 표기되어 있는 제품		
	등록 유형	☒ 직접 등록 ☒ 벤더 등록	
입점 등록 절차	등록 방법	- 유선 컨택을 통하여 입점절차 직접 문의 - 온라인 스토어(Real.de) 입점 희망 시, 하기 url주소 접속하여 진행. 가입비 有 (월 39.95~49.90유로) (www.real.de/seller/signup-marketplace/#/) - 로컬 에이전트를 통한 등록	
	등록 정보	① 공급자 정보 (이름, 연락처, 암호, ② 공급 희망 사항 기입 (희망 가게 이름, 희망 기사 제공 수) ③ 공급 회사 정보 (개인 및 법인 여부 확인, 은행계좌, 회사 주소, 신원 확인에 필요한 신분증 사본, 사업자등록증 사본, 세금 계약서 사본 등)	
	특이사항	• 입점관련 담당자 정보 - 연락처: +49 221 975979-79 - 이메일: haendler@real-marktplatz.de	

자료: 레알(Real) 홈페이지, 유통채널 담당자와의 인터뷰



③ 에데카(EDEKA)

기업 기본 정보	기업명	에데카(EDEKA)	
	홈페이지	www.edeka.de	
	위치	함부르크(Hamburg)	
	규모	매출액('18)	약 594억 1,310만 달러 ³⁰⁾ (약 72조 2,226억 원)
		기타 규모	직원 수('18): 376,000명 ³¹⁾
기업 요약	- 에데카(EDEKA) 그룹 자회사 - EDEKA market, center, express 매장 형태로 운영 - 약 3,700개의 공급업체 보유하고 있으며 각 매장마다 현지 공급업체와 계약 체결 - 육류 및 소세지 제조 시설 12개 보유 - EDEKA 24 홈페이지 통해 온라인 쇼핑 가능 - 독일 내 7개의 지역별 회사로 나누어져 운영		
	 		
기업 최근 이슈	- 2019년 8월 자체제작 브랜드 마이크로플라스틱프리(Mikro-Plastikfrei) 런칭 - 2019년 4월 기준 에데카(EDEKA) 그룹 전년 대비 매출액 2.4% 증가		
유사제품 정보		제품명	슈파니쉬오랑지 (Spanische Orange)
		종류	과일차
		중량	100g
		원산지	독일

자료: 에데카(EDEKA) 홈페이지

사진 자료: 에데카(EDEKA) 홈페이지, 이에스엔매거진(ESNMagazine) 홈페이지

30) 에데카(EDEKA) 기업 전체 매출액

31) 에데카(EDEKA) 기업 전체 직원 수

입점 및 협력 정보

입점 제품 특징	• 입점 가능 품목 - 식품: 가공식품, 신선식품, 차, 제과류, 식료품, 주류, 음료류, 건강식품, 소스류 등 - 일반: 패션용품, 유아용품, 가전제품, 화장품, 가구 잡화 등 • 선호제품 - 유기농 제품 선호 - 현지 제조업체 선호		
입점 등록 절차	등록 유형	☒ 직접 등록	☒ 벤더 등록
	등록 방법	- 회사소개서 및 카탈로그를 담당자 메일로 송부 *입점 희망하는 지점 별 담당자 상이, 해당 지점에 직접 연락 - 로컬 에이전트를 통한 등록	
	등록 정보	① 공급자 정보 (공급 업체명, 이름, 연락처, 연락담당자, 전화번호 및 이메일) ② 공급 제품 정보 (브랜드 이름, 제품 이름, 제품 사진, 판매 가격, 원산지) ③ 참고자료 (회사소개서, 카탈로그)	
	특이사항	· 중앙구매부서가 존재하지 않으며 모든 가맹점이 자체적으로 판매 제품군 결정 (www.verbund.edeka/edeka-regionen) · 구매를 담당하는 부서가 각 지점별로 상이함	

자료: 에데카(EDEKA) 홈페이지, 유통채널 담당자와의 인터뷰



④ 마르크트카우프(Marktkauf)

기업 기본 정보	기업명	마르크트카우프(Marktkauf)	
	홈페이지	www.marktkauf.de	
	위치	빌레펠트(Bielefeld)	
	규모	매출액('18)	약 5,325만 8,245 달러 ³²⁾ (약 647억 4,072만 원)
	기업 요약	- 에데카 계열사 - 지역 생산품을 주로 판매하며 식료품 및 신선제품에 주력 - 매장마다 취급하는 품목이 지역생산품에 따라 다름 - 온라인 쇼핑사이트 운영하지 않음 - 80,000개 이상의 제품 판매 - 최근 180여개의 매장에서 상호 변경이나 폐점 진행	
		 	
기업 최근 이슈	- 최근 소세지류 패키징 문제로 리콜 다수 발생 - 2019년 2월 노이부르크노드(Neuburg-Nord) 매장 에데카로 상호 변경		
유사제품 정보		제품명	히텐트럼 (Hüttentraum)
		종류	과일차
		중량	60g
		원산지	독일

자료: 마르크트카우프(Marktkauf) 홈페이지, 아이에스엔매거진(ISNMagazine) 홈페이지
 사진 자료: 마르크트카우프(Marktkauf) 홈페이지

32) 에데카 서부 지역 매출액(에데카와 마르크트카우프 등의 매장의 전체 매출액)

입점 및 협력 정보

입점 제품 특징	• 입점 가능 품목 - 식품: 가공식품, 신선식품, 차, 제과류, 식료품, 주류, 음료류, 건강식품, 소스류 등 - 일반: 패션 용품, 유아용품, 가전제품, 화장품, 가구 잡화 등 • 선호제품 - 현지 생산 제품 선호	
	등록 유형	☒ 직접 등록 ☒ 벤더 등록
입점 등록 절차	등록 방법	- 회사소개서 및 카탈로그를 담당자 메일로 송부 또는 방문 전달 - 로컬 에이전트를 통한 등록
	등록 정보	① 공급자 정보 (공급 업체명, 이름, 연락처, 연락담당자, 전화번호 및 이메일) ② 공급 제품 정보 (브랜드 이름, 제품 이름, 제품 사진, 판매 가격, 원산지) ③ 참고자료 (회사소개서, 카탈로그)
	특이사항	· 중앙 구매 부서가 존재하지 않으며 모든 지점에서 자체적으로 판매 제품군 결정 (www.verbund.edeka/edeka-regionen) · 입점 희망하는 지점 담당자에게 직접 연락 필요

자료: 마크트카우프(Marktkauf) 홈페이지, 유통채널 담당자와의 인터뷰



⑤ 파밀라(Famila)

기업 기본 정보	기업명	파밀라(Famila)		
	홈페이지	www.famila-nordost.de		
	위치	킬(Kiel)		
	규모	매출액('18)	약 53억 5,976만 달러 (약 6조 5,153억 원)	
		기타 규모	매장 수('18): 약 87개	
기업 요약	- 1974년 설립되어 6개 주에서 매장 운영 - Bartels-Langness 자회사 - 평균 매장 당 약 40,000개 판매 제품 중 900여개의 제품 할인 판매 - 자사 소시지 및 육류 제조업체 보유 - 주로 북부 독일에 제조시설 보유 - 각 매장에서 지역 특산물 판매 			
기업 최근 이슈	- 2019년 비건프렌들리슈퍼마켓(Vegan-friendly supermarket) 으로 선정 - 북부 독일 지방에서 2019년 Supermarket of the Year 선정			
유사제품 정보		제품명	하썬키르시 (Herzkirsche)	
		종류	과일차	
		중량	60g	
		원산지	독일	

자료: 파밀라(Famila) 홈페이지, 디앤비(dnb) 홈페이지, 유로모니터(Euromonitor)

사진 자료: 파밀라(Famila) 홈페이지, 트레베스(trebes) 홈페이지

입점 및 협력 정보

입점 제품 특징	• 입점 가능 품목 - 식품: 음료류, 면류, 차, 스낵류, 소스류, 가공식품, 즉석식품, 곡류 등 - 일반: 유아용품, 주방용품, 위생용품 등 • 특이사항 - 소비자의 폭넓은 선택을 위한 다양한 브랜드의 식품을 취급하고자 함 - 현지 생산 제품 선호	
	등록 유형	☒ 직접 등록 ☒ 벤더 등록
입점 등록 절차	등록 방법	- 하기 사이트를 방문하여 'product inquiry' 선택 후, 양식 내용 작성 및 제출 (www.famila-nordost.de/unternehmen/kontakt) - 로컬 에이전트를 통한 등록
	등록 정보	① 공급자 정보 (회사명, 담당자 이름, 직함, 연락처, 전화번호 및 이메일 등) ② 공급 제품 정보 (제품 이름, 브랜드 이름, 제품 사진, 판매 가격, 원산지, 제조 공장 정보 등) ③ 참고자료 (회사소개서, 카탈로그)
	특이사항	• 공통 문의 정보 - 연락처: +49 0800 777 22 33

자료: 파밀라(Famila) 홈페이지, 유통채널 담당자와의 인터뷰



⑥ 레베(REWE)

기업 기본 정보	기업명	레베(REWE)	
	홈페이지	www.rewe.de	
	위치	콜른(Cologne)	
	규모	매출액('18)	약 483억 7,275만 달러 (약 58조 8,019억 원)
		기타 규모	매장 수('18): 약 3,300개
기업 요약	- 1926년 설립 - 레베(REWE) 그룹 자회사 - REWE, REWE CITY, REWE CENTER 3개의 매장 종류로 운영 - 자사 유기농 브랜드 보유 - 상하이, 방콕, 홍콩 등 지역 구매 관리 본부 설립 통해 다양한 아시아 식품 수입 (www.rewe-fareast.com)		
	 		
기업 최근 이슈	- 2019년 플라스틱 사용량 줄이기 캠페인 진행하여 약 1,400개의 제품 포장 재디자인 - 2019년 8월 코니히스브룬(Königsbrunn)에 매장 오픈		
유사제품 정보		제품명	잉브아레몬 (Ingwer Lemon)
		종류	과일차
		중량	35g
		원산지	독일

자료: 레베(REWE) 홈페이지, 유로모니터(Euromonitor)

사진 자료: 레베(REWE) 홈페이지, 리테일디테일이유(retailldetail.eu) 홈페이지

입점 및 협력 정보

입점 제품 특징	• 입점 가능 품목 - 식품: 가공식품, 신선식품, 면류, 가공식품, 차, 유제품, 소스류, 음료류, 주류, 스낵류 등 - 일반: 유아용품, 생활용품, 주방용품 등 • 선호제품 - 패키지 형태의 상품 - 유기농제품 선호 - 높은 신선도의 제품 선호		
입점 등록 절차	등록 유형	☒ 직접 등록	☒ 벤더 등록
	등록 방법	1. 직접 등록 - 레베(REWE) 그룹 홈페이지 통해 직접연락 (www.supplier.rewe-group.com) - invitation 수신 후 회사 정보 기입 - 이메일로 입점 가능 여부 및 포탈 사용안내 회신 2. 벤더 등록 - 로컬 에이전트 소싱 - 로컬 에이전트를 통한 등록	
	등록 정보	① 공급자 정보 (공급 업체명, 이름, 성별, 직함, 연락처, 연락담당자, 전화번호 및 이메일) ② 공급 제품 정보 (브랜드 이름, 제품 이름, 제품 사진, 판매 가격, 제조사 정보, 주요 판매유통채널 정보)	
	특이사항	• 입점관련 담당자 정보 - 이메일: support@supplier.rewe-group.com	

자료: 레베(REWE) 홈페이지, 유통채널 담당자와의 인터뷰

2) 할인점



① 알디(Aldi)

기업 기본 정보	기업명	알디(Aldi)	
	홈페이지	www.aldi.com	
	위치	에센(Essen)	
	규모	매출액('18)	약 335억 달러 (약 40조 7,226억 원)
		기타 규모	- 매장 수('17): 4,135개 ³³⁾
기업 요약	- 1914년 설립되어 1961년 첫 ALDI 매장 오픈 - ALDI Nord 와 ALDI SÜD 로 나뉘어 각각 북부, 남부 독일에서 매장 운영 - 중국, 미국 포함한 19개국에서 매장 운영 - 다양한 자체 제작 브랜드 보유		
	 		
기업 최근 이슈	- 2018년 자사 e-book 서비스 런칭 - 유엔글로벌콤팩트(UNGC) 가입하여 매년 이행보고서 발간 중		
유사제품 정보		제품명	프루테티 (Früchte-Tee)
		종류	과일차
		중량	62.5g
		원산지	독일

자료: 알디(Aldi) 홈페이지, 스탯ISTA(statista.com) 홈페이지

사진 자료: 알디(Aldi) 홈페이지, 슈퍼마켓뉴스(Supermarketnews) 홈페이지

33) 전세계적으로 7,600개 매장 보유

입점 및 협력 정보

입점 제품 특징	• 입점 가능 품목 - 식품: 가공식품, 신선식품, 차, 유제품, 주류, 음료류, 건강식품, 소스류 등 - 일반: 패션 용품, 유아용품, 가전제품, 화장품, 가구 잡화 등 • 특이사항 - 매장마다 취급하는 지역 특산물 다름 - 입점 제품의 가격 변동 시 사이트에서 확인 가능		
	등록 유형	☒ 직접 등록	☒ 벤더 등록
입점 등록 절차	등록 방법	- 유선 컨택 또는 이메일을 통한 제안서 및 회사소개서 및 제품 카탈로그 제출 *ALDI Nord 와 ALDI SÜD 입점 따로 문의해야함 - 로컬 에이전트를 통한 등록	
	등록 정보	① 공급자 정보 (공급자 신상, 사업자등록증, 주소, 연락처, 이메일주소 등) ② 공급자 비즈니스 정보 (브랜드 이름, 제품 이름, 제품 사진, 판매 가격 등) ③ 참고자료 (샘플, 카탈로그, 회사소개서)	
	특이사항	• ALDI SÜD 입점관련 담당자 정보 - 연락처: +49 208 9927-2537 - 이메일: ze-qw@aldi-sued.de	

자료: 알디(Aldi) 홈페이지, 유통채널 담당자와의 인터뷰



② 리들(Lidl)

기업 기본 정보	기업명	리들(Lidl)	
	홈페이지	www.lidl.de	
	위치	네카스울름(Neckarsulm)	
	규모	매출액('18)	약 827억 538만 달러 ³⁴⁾ (약 100조 5,367억 원)
		기타 규모	- 매장 수('18): 약 3,300개
기업 요약	- 1973년 첫 매장 오픈 - 유럽국가 포함한 총 29개국에 진출하여 10,800여개의 매장 운영 - 슈왈츠그룹(Schwarz Gruppe)의 자회사 - 온라인 쇼핑사이트를 운영하여 배송 서비스 제공하지만 독일 내 식료품은 온라인 판매 진행되지 않고 있음		
	- 알디(Aldi)와 경쟁구도		
기업 최근 이슈	- 2019년 Retailer Awards 수상 및 Top Online shop으로 선정 - 2017년 미국 성공적으로 진출하여 2020년 추가적으로 25개의 매장 오픈 계획 - 최근 차 브랜드 로드넬슨(Lord Nelson)에서 발암물질 검출되어 제품 전량 판매 중단		
유사제품 정보		제품명	멀티비타민 (Multivitamin)
		종류	과일차
		중량	60g
		원산지	독일

자료: 리들(Lidl) 홈페이지, 로이터스(Reuters) 홈페이지

사진 자료: 리들(Lidl) 홈페이지, 슈퍼마켓뉴스(Supermarketnews) 홈페이지

34) 독일 내 리들 포함 미국, 유럽에 위치한 모든 매장을 포함한 수치

입점 및 협력 정보

입점 제품 특징	• 입점 가능 품목 - 식품: 가공식품, 신선식품, 차, 제과류, 식료품, 주류, 음료류, 건강식품, 소스류 등 - 일반: 생활용품, 유아용품, 가전제품, 화장품, 가구, 의류, 잡화 등 • 선호제품 - 유기농 제품 선호 • 특이사항 - 식료품 가격이 타 유통채널 대비 저렴한 편	
입점 등록 절차	등록 유형	☒ 직접 등록 ☒ 벤더 등록
	등록 방법	- 회사소개서 및 카탈로그를 담당자 메일로 송부 - 온라인 스토어(lidl.de) 입점 희망 시, 하기 url주소 접속하여 'Nehmen Sie mit uns Kontakt auf' 클릭 후 내용 기입 (www.lidl.de/de/das-lidl-partnerprogramm/s2001) - 로컬 에이전트를 통한 등록
	등록 정보	① 입점 희망 사항 선택 (온라인 스토어 / 일반 지점) ② 공급자 정보 (성별, 이름, 이메일, 주소, 연락처) ③ 공급 제품 정보 (브랜드 이름, 제품 이름, 제품 사진, 판매 가격, 원산지 등) ③ 참고자료 (회사소개서, 카탈로그 등)

자료: 리들(Lidl) 홈페이지, 유통채널 담당자와의 인터뷰



③ 네토(Netto)

기업 기본 정보	기업명	네토(Netto)	
	홈페이지	www.netto-online.de	
	위치	레겐스부르크(Regensburg)	
	규모	매출액('18)	약 147억 4,438만 달러 (약 17조 9,233억 원)
		기타규모	매장 수('18): 4,260개 직원수('18): 76,700명
기업 요약	- 1984년 설립 - 독일 3대 할인판매점 중 하나 - 에데카 계열 자회사이며 독일 최대 식품품 할인점으로 약 5,000개 이상의 제품 판매 - 온라인 쇼핑 사이트 운영 - 신선제품군에 주력 - 한 주 평균 2,100만명 고객 매장 방문 - 유기농 브랜드 포함한 자체제작 브랜드 5개 소유		
	 		
기업 최근 이슈	- 2019년 Germany's Spar Champion 선정 - 3년 연속 Best Wine Trader로 선정		
유사제품 정보		제품명	애플티믹스 (Apple Tea Mix)
		종류	과일차
		용량	28.8g
		원산지	독일

자료: 네토(Netto) 홈페이지, 스태티스카(statisca) 홈페이지

사진 자료: 네토(Netto) 홈페이지, 슈퍼마켓인사이드(Supermarket-inside) 홈페이지

입점 및 협력 정보

입점 제품 특징	• 입점 가능 품목 - 식품: 가공식품, 차류, 식료품, 주류, 음료류, 과채류, 소스류 등 - 일반: 생활용품, 유아용품, 패션용품, 화장품, 가구 잡화 등 • 선호제품 - 가격경쟁력을 갖춘 제품 • 특이사항 - 다양한 와인 종류 보유		
입점 등록 절차	등록 유형	☒ 직접 등록	☒ 벤더 등록
	등록 방법	- 회사소개서 및 카탈로그를 담당자 메일로 송부 - 로컬 에이전트를 통한 등록	
	등록 정보	① 공급자 정보 (공급 업체명, 이름, 연락처, 연락담당자, 전화번호 및 이메일) ② 공급 제품 정보 (브랜드 이름, 제품 이름, 제품 사진, 판매 가격, 원산지) ③ 참고자료 (회사소개서, 카탈로그)	
	특이사항	· 중앙구매부서가 존재하지 않으며 모든 가맹점이 자체적으로 판매제품군 결정 (www.verbund.edeka/edeka-regionen) · 입점 희망하는 지점 담당자에게 직접 연락	

자료: 네토(Netto) 홈페이지, 에데카(EDEKA) 홈페이지, 유통채널 담당자와의 인터뷰

3) 아시안마트



① 장터(Zhangto)

기업 기본 정보	기업명	장터(Zhangto)	
	홈페이지	www.facebook.com/pages/category/Grocery-Store/한국식품점-장터Koreahaus-Zhangto-326937763989725	
	위치	드레스덴(Dresden)	
	규모	기타 규모	매장 수('18): 1개
	기업 요약	- 식료품점과 간단한 식사를 할 수 있는 레스토랑 함께 운영 - 드레스덴에 위치한 한인마트 2개의 매장 중 하나로 구시가지에 위치해 접근성이 뛰어남 - 한국제품을 포함한 일본, 중국식품 등 다양한 아시아 식품 판매	
기업 최근 이슈			
			
유사제품 정보		제품명	꿀유자차
		종류	유자차
		중량	1Kg
		원산지	한국

자료: Zhangto(장터) 페이스북 홈페이지

사진 자료: Zhangto(장터) 페이스북 홈페이지

입점 및 협력 정보

입점 제품 특징	• 입점 가능 품목 - 식품: 곡물류, 과채류, 가공식품, 차, 면류, 시리얼, 소스류, 건강식품, 스낵류, 음료류, 유제품, 주류 등 • 특이사항 - 찹쌀떡, 파배기 등 다양한 한국 스낵류 판매 - 한국 제품 외에도 15개 이상의 중국, 일본산 다양한 차 종류 판매	
	등록 유형	☒ 직접 등록 ☒ 벤더 등록
입점 등록 절차	등록 방법	- 이메일 또는 유선 연락을 통한 입점 문의
	등록 정보	① 공급자 정보 (공급 업체명, 이름, 연락처, 연락담당자, 전화번호 및 이메일) ② 공급 제품 정보 (브랜드 이름, 제품 이름, 제품 사진, 판매 가격, 원산지)
	특이사항	• 입점관련 담당자 정보 - 연락처: +49 4935 14841640 - 이메일: cwahn11@naver.com

자료: Zhangto(장터) 페이스북 홈페이지, 유통채널 담당자와의 인터뷰

IV. Customs·Quarantine

SUMMARY

1. 독일 유자차 인증 취득
2. 독일 유자차 사전 심사
3. 독일 유자차 업체·제품 등록
4. 독일 유자차 라벨 심의
5. 독일 유자차 서류 준비
6. 독일 유자차 세금 납부
7. 독일 유자차 검역 심사

Customs · Quarantine

(통관 및 검역)

■ 통관/검역 일반사항 | ■ 통관/검역 주의사항

구분	내용	참조처
Step 01. 인증 취득	• 일반가공식품 강제 인증 無 - 식품 수출을 위해 인증 획득 불필요	^(*) 유럽연합 집행위원회 - Regulation (EC) 852/2004 (식품 위생에 관한 법률) - 문의처 : ec.europe.eu
Step 02. 사전 심사	• 일반가공식품 사전 심사 無 • 식품 분류 확인을 위한 BTI 신청 가능 - 수출 제품에 대한 분류 확인 절차	^(*) 유럽연합 집행위원회 - (EU) 2016/341 - 문의처 : ec.europe.eu
Step 03. 업체·제품 등록	• 수출입업자 세관 등록 - 현지에서 직접 통관을 수행하는 경우 수출업자 세관등록(EORI) 필요 • 공인경제운전자 - 해당하는 경우 통관 원활화를 위해 등록 가능	^(*) 유럽연합 집행위원회 - (EC) 648/2005 (공동체관세법 및 시행 조항) - 문의처 : ec.europe.eu
Step 04. 라벨 심의	• 일반가공식품(현지) 라벨 표기사항 - 제품명, 중량, 제조일자, 유통기한, 보관 방법, 제조자 정보, 원산지 등 - 별도 심의 사항 없음 • 알러지 유발 성분 강조 표시 필수	^(*) 독일 소비자보호 및 식품안전청 - Regulation (EC) 1169/2011 (EU 식품 정보에 관한 법률) - 문의처 : www.bvl.bund.de
Step 05. 서류 준비	• 일반 서류 • 원산지증명서 - 원산지 신고문안으로 작성하나, 필요에 따라 인증수출자 자격 획득 필요	^(*) 독일 연방관세청 - 문의처 : zoll.de ^(*) 관세청 - 문의처 : www.customs.go.kr
Step 06. 선적 및 운송	• 포워딩 업체 섭외	(-)
Step 07. 통관 신고	• 수입 신고 - 전자 또는 서면으로 신고 - 수입신고서(SAD), 상업송장 등	^(*) 독일 연방관세청 - 문의처 : zoll.de
Step 08. 세금 납부	• 통관, 검역, 검사, 부두 사용료 등 • 관세율 0% • 부가가치세 7-19%	^(*) 독일 연방관세청 - 문의처 : zoll.de
Step 09. 검역 심사	• 서류 심사 및 검사 진행	^(*) 독일 연방관세청 - 문의처 : zoll.de

1. 독일 유자차 인증 취득

인증 취득

독일로 제품 수입 시,
필요하거나 선택 가능한
인증 정보 제공

유자차

유자차 품목은
일반가공식품으로
분류하여 일반가공식품에
해당하는 정보를 제공함

▶ 독일 수입 식품 ‘적용 받는 강제 인증 無’

독일로 수출하고자 하는 식품이 현지 진출 시 꼭 취득해야하는 강제 인증은 없는 것으로 확인됨. EU 차원에서 별도 식품 인증을 강제하고 있지 않음. 다만, 수입 시 식품 생산 과정에 대한 위생 관리 계획과 관련 정보들을 제출해야 함. 이러한 위생 관리 기준은 국제적인 기준인 HACCP를 따르도록 하고 있음. HACCP 인증 취득을 필수로 부과하고 있지는 않으나 그 기준에 준하는 수준에서의 위생 요건을 요구하고 있음. ISO 22000 인증 등 기타 인증도 HACCP의 기준을 포함하는 위생 관리 인증을 부여하고 있어, 독일을 포함한 EU 역내로 식품 수입 시 위생 요건 충족을 위한 서류로 제출 할 수 있음

[표 4.1] 독일 식품 인증 취득

인증명	인증 성격	강제 유무	발급 기관	인증 Mark
HACCP	식품 생산 안전 인증	선택	식품의약품안전처 (한국식품안전관리인증원)	
ISO 22000	식품 생산 안전 인증	선택	정부 지정 인증기관 또는 국제 기준에 부합하는 인증기관	
IFS	식품 생산 안전 인증	선택	IFS 지정 인증기관	
BRC Food Safety	식품 생산 안전 인증	선택	BRCGS 지정 인증기관	
FSSC 22000	식품 생산 안전 인증	선택	FSSC 지정 인증기관	

자료 : 각 인증기관

[표 4.2] 독일 식품 인증 취득

	절차	기간
	서류	비용
HACCP	서류제출>서류심사>현장확인 및 심사>판정>인증	40일
	신청서, 식품안전관리인증계획서 등	20만원
ISO 22000	서류제출>인증계약>계획통보>서류심사>현장심사>시정 조치>인증 심의>인증>사후관리심사>갱신 심사	-
	신청서, 인증기관에서 요청하는 서류 등	-
IFS	인증의뢰>사전심사>현장심사>부적합 사항 시정 조치>인증발급	약 24주
	신청서 등	약 900~1,000만원
BRC Food Safety	인증의뢰>사전심사>현장심사>부적합 사항 시정 조치>인증발급	-
	신청서, 식품안전 및 품질에 관한 매뉴얼 등	약 900~1,000만원
FSSC 22000	서류제출>1차 현장 평가>2차 현장 평가>인증>사후관리 심사	-
	신청서, 회사 정보, 기 취득 인증 등	500~600만원

자료 : 각 인증기관

▶ 한국 유기농 인증 독일 시장에서 ‘동일하게 적용 가능’

독일로 유기농 식품을 수출하기 위해서는 EU에서 발급하고 있는 유기농인증을 획득해야함. 해당 인증은 유럽연합 집행위원회가 지정하고 있는 지정 인증기관을 통하여 획득 가능함. 다만, 한국에서 이미 유기농 인증을 획득하였다면, 2015년 2월 1일부로 발효된 상호동등성협정(Equivalence Arrangement)에 따라 독일에서도 동일하게 인정받을 수 있음. 제품의 수입 신고 시, 이를 입증할 수 있도록 유럽연합 당국에서 요구하는 검사증명서(Certificate of Inspection)를 제출해야함

[표 4.3] 한국 유기농인증 상호동등성협정 정보

인증명	발급 기관	정보	인증 Mark
EU Organic	유럽연합 집행위원회 지정 인증기관	95% 이상 유기농 원료를 사용해야함	
동등성 인정 요건			
a. 한국(또는 유럽연합)의 규정에 따라 유기농인증을 받고, 양국 내에서 최종 가공된 식품 b. 가공식품의 범위는 수입국의 분류기준 적용 c. 95% 이상 유기농 원료를 함유할 것 d. 화학합성농약, 유전자변형농산물, 방사선조사 등 금지된 물질(방법)은 사용할 수 없으며, 통관 및 유통과정에서의 금지물질에 대한 검사 및 후속조치는 수입국의 규정을 적용			
독일 수입 요건			
a. 검사증명서(Certificate of Inspection) 제출 - EU Trace(Trade Control and Expert System)을 통해 증명서 제출 - 검사증명서는 유기 인증을 획득한 국내 인증기관을 통해 발급			
라벨 사용			
- 라벨에 대한 표시사항은 EU의 유기농 인증 표시 규정을 따를 것 - 로고의 크기는 13.5mm*9mm보다 커야하나, 패키지가 작은 경우 9mm*6mm의 사이즈로 표기 가능함 - 로고의 색상은 초록색 바탕에 흰색 문양으로 작성되어야 하나, 단일 색상으로 프린트 되는 경우에는 색상 변경 허용 - 다른 어떠한 경우에도 로고의 형태, 디자인 등에 대한 변경은 불가능			

자료 : 유럽연합 집행위원회(EC), 국립농산물품질관리원

2. 독일 유자차 사전 심사

사전 심사

독일로 제품 수입 시,
품목에 대한 사전 규제
심사제도 정보 제공

유자차

유자차 품목은
일반가공식품으로
분류하여 일반가공식품에
해당하는 정보를 제공함

- ▶ 독일 식품 수출을 위해 사전 심사 ‘불필요’
- ▶ 독일 식품의 분류 확인을 위해 사전 ‘BTI 신청 가능’

BTI(Binding Tariff Information)란 EU로 제품을 수입하기 전 제품이 어떤 HS CODE 품목 분류에 해당하고 관세율은 어떻게 되는지, 또 필요한 인증이나 요구 사항은 어떤 것이 있는지 사전에 확인하기 위한 절차임. EU 국가 중 수입을 진행하고자 하는 국가 또는 현지에 사무실을 두고 있는 경우 해당 지역을 담당하고 있는 세관을 통해 신청할 수 있음. 해당 사전 심사의 경우 수입을 진행하는 과정에서 필수적으로 부과되는 심사는 아니며, 수입 시 동 품목에 대한 HS CODE 분류를 명확하게 확인하여 원활한 통관을 진행 할 수 있도록 하는 사전 절차임

[표 4.4] 독일(EU) 사전 심사

적용 규제	(EU) No 952/2013 규정에 대한 추가 규정 ‘COMMISSION DELEGATED REGULATION (EU) 2016/341’
발행 기관	a. 통관을 진행하고자 하는 국가의 세관 b. 현지에 사무실 또는 법인이 설립되어 있는 경우 통관 절차가 진행되는 국가와 관계없이 해당 기업의 법인이 설립되어 있는 국가의 세관
서류	a. BTI 신청 서류 (서면 또는 트레이드 포털 통해 신청) - 여러 개의 제품인 경우 각각의 제품 타입별로 별도 신청 - 이미지, 샘플(가능한 경우)을 포함한 자세한 제품 정보 기재 - 제공되는 정보는 정확하고 완전한 정보 일 것
비용	무료(번역, 전문가 자문 등이 진행되는 경우 해당 비용은 신청자에 청구)

자료 : 유럽연합 집행위원회(EC)

3. 독일 유자차 업체·제품 등록

업체·제품 등록

독일로 제품 수입 시,
요구되는 업체 또는 제품
등록제도 정보 제공

유자차

유자차 품목은
일반가공식품으로
분류하여 일반가공식품에
해당하는 정보를 제공함

- ▶ 독일 식품 통관을 위해 사전 ‘수출입업자 세관 등록(EORI) 필요’
- ▶ 독일 식품 통관 간소화를 위한 사전 ‘AEO 등록 가능’

수출입업자 사전 세관 등록(EORI, Economic Operators Registration and Identification)이란 EU로 통관을 하고자하는 개인 또는 사업자가 통관 절차를 진행하기 위해 부여 받게 되는 번호를 의미함. 현지에서 직접 통관을 진행해야 하는 수출업체의 경우 해당 업체 등록을 통해 등록번호를 부여받아야함. 등록 번호는 EU 역내에서 공통적으로 사용되기 때문에 한 번 등록을 하면 다른 국가에서도 공통적으로 사용 가능함

공인경제운영자(AEO, Authorized Economic Operator) 제도는 인증 기업들에 대하여 통관 절차를 간소화하기 위해서 사용되는 사전 등록 절차임. AEOC, AEOS 두 가지 인증으로 구분됨. 한국 관세청에서 ‘수출입안전관리우수공인업체’라는 명칭으로 운영되고 있으나, EU와는 상호인정약정(MRA)이 체결되어 있지 않아 국내 등록은 EU에서 인정받지 못함

[표 4.5] 독일(EU) 수출입업자 세관 등록(EORI) 정보

적용 규제	EU 공동체관세법 및 시행 조항 ‘(EC) No 648/2005’
발행 기관	a. 통관 절차가 진행 될 국가의 세관 b. 현지에 사무실 또는 법인이 설립되어 있는 경우 통관 절차가 진행되는 국가와 관계없이 해당 기업의 법인이 설립되어 있는 국가
절차	a. 독일 온라인 페이지(IBA, Internetbeteiligtenantrag) 또는 서면을 통하여 EORI 신청 b. 신청 받은 서류를 심사하여 EORI 발급

자료 : 유럽연합 집행위원회(EC), 독일 연방관세청(ZOLL)

[표 4.6] 독일(EU) 공인경제운영자(AEO) 등록 정보

적용 규제	EU 공동체관세법 및 시행 조항 ‘(EC) No 648/2005’
세부 규정	Article 39, Union Customs CODE(UCC)
발행 기관	a. EU 회원국의 통관 담당 기관 b. 한국 관세청
분류	a. 통관 원활화 b. 서류 및 샘플 검사에 대한 간소화 c. 통관 절차 수행 시 수행 내용에 대한 사전 공지

자료 : 유럽연합 집행위원회(EC)

4. 독일 유자차 라벨 심의

▶ 독일 라벨 규정

[표 4.6] 독일 라벨 관리 규정

라벨 심의	적용 규제	EU Regulation No.1169/2011	
독일로 제품 수입 시, 요구되는 제품에 대한 라벨 규정 정보 제공	세부 규정	ibid Article 9, The Food Information Regulations 2014	
● 유자차 유자차 품목은 일반가공식품으로 분류하여 일반가공식품에 해당하는 정보를 제공함	라벨 표기사항 (항목)	· 제품명 · 성분(중량의 내림차순으로 기재) *알러지 유발 성분표기 필수 · 강제 표시 사항 : 특정 성분명 및 해당 성분의 양 (ex. 제품명 또는 라벨에서 강조된 것. 딸기케이크의 딸기, 햄 피자의 햄) · 용량(순중량으로 표기) · 섭취기한(best before) 또는 최대보존일(use by) · 보관조건 및/또는 사용조건 · 제조회사명과 주소 또는 EU 내 수입업체명과 주소 · 원산지(육류의 경우, 가축의 사육지와 도축장소) · 사용방법(제품 사용방법이 어려울 경우 기재) · 알코올 도수(1.2% 이상의 알콜 음료에 해당) · 영양성분	
세부 내용		라벨 표기사항 (가이드)	표기 언어
	글자 크기		의무사항 글자크기는 최소 1.2mm이어야 함 단, 제품 면적이 80cm² 미만의 경우 글자크기는 최소 0.9mm이상이어야 함
	양적 표기		식품명과 동일한 곳에 표기, 단어, 그래픽, 그림 등 표기 가능
	제품명		정식 명칭으로 기재하되 필요 시 식품의 속성을 설명하는 명칭(descriptive name) 사용
	용량		리터(l), 센티리터(cl), 밀리리터(ml), 킬로그램(kg), 그램(g)을 포함하여 적절한 단위와 함께 표기 음료는 순중량으로 표기할 것
	원료명		완제품의 5%이상의 원료에 한해 순중량 순으로 기재. 2% 넘지 않는 성분은 뒤쪽에 표기. 백분율로 표기
	유통기한		섭취기한: Best before, Best before end와 같은 문구와 함께 '일, 월, 연도' 기재 최대보존일: Use by와 같은 문구와 함께 '일, 월, 연도'기재
	원산지		원산지 국가명 또는 지역명 표기
	기타 표시		사용방법, 알콜도수(소수점 첫째자리까지) 등 필요에 따라 표기
	라벨 표기사항 (영양성분)		성분표
알러지 유발 성분		글루텐 함유 곡류, 갑각류, 계란, 어류, 두류, 유제품, 견과류, 셀러리류, 겨자, 참깨, 이산화황 및 아황산염 제품, 루핀, 연체동물 (해당 성분 하위품목 중 예외 있음)	

자료 : EU법령포털 (EUR-LEX)

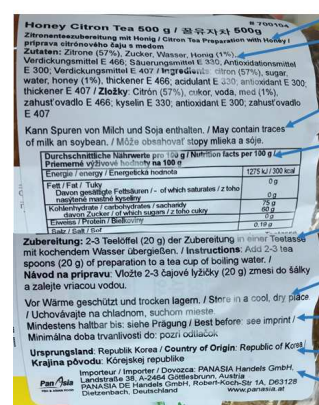
▶ 독일 유자차 라벨 샘플



[스티커 라벨링 예시]

스티커(독일어)

- ① 제품명 : Zitronenteezubereitung mit Honig
- ② 원료(Zutaten) : Zitrone 57%, Zucker, Wasser, Honig 1%, Verdickungsmittel E466, Säuerungsmittel E330, Antioxidationsmittel E300, Verdickungsmittel E407
- ③ 알레르기정보 : Kann Spuren von Milch und Soja enthalten
- ④ 영양정보(Durchschnittliche Nährwerte pro 100g) :
Energie 1275 kJ/300 kcal
Fett 0g
Davon gesättigte Fettsäuren 0g
Kohlenhydrate 75g
Davon Zucker 60g
Eiweiss 0g
Salz 0.19g
- ⑤ 섭취방법(Zubereitung) : 2-3 Teelöffel (20g) der Zubereitung in einer Teetasse mit kochendem Wasser übergießen
- ⑥ 보관방법 : Vorwärmer geschützt und trocken lagern
- ⑦ 유통기한(Mindestens haltbar bis) : Siehe Prägung



[스티커 라벨링]

스티커(국문)

- ① 제품명 : 꿀유자차
- ② 원료 : 레몬 57%, 설탕, 물, 꿀 1%, 점증제 E466, 산미제 E330, 산화방지제 E300, 점증제 E407
- ③ 알레르기정보 : 미량의 우유와 대두를 함유할 수 있습니다.
- ④ 영양정보(100g 당) :
열량 1275kJ/ 300kcal
지방 0g
포화지방산 0g
탄수화물 75g
당분 60g
단백질 0g
나트륨 0.19g
- ⑤ 섭취방법 : 2-3 티스푼(20g)을 찻잔에 넣고 끓인 물을 부어 드세요.
- ⑥ 보관방법 : 서늘하고 건조한 장소에 보관하십시오.
- ⑦ 유통기한 : 표기를 확인하십시오.

⑧ 원산지(Ursprungsland) : Republik Korea
 ⑨ 수입업체정보(Importeur) : Panasia Handels GmbH, Landstraße 38, A-2464, göttlesbrunn, Austria
 Panasia DE Handels Gmb
 HRobert-Koch-Str 1A, D63128
 Dietzenbach, Deutschland
www.panasia.at

⑧ 원산지 : 한국
 ⑨ 수입업체정보 : Panasia Trading Ltd.
 Highway 38, A-2464 Gottlesbrunn,
 Austria
 Panasia DE Trading Ltd.
 Robert Kock Street 1A, D63128,
 Dietzenbach, Germany
www.panasia.at

5. 독일 유자차 서류 준비

서류 준비

독일로 제품 수입 시,
통관 과정에서 요구되는
서류 정보 제공

유자차

유자차 품목은
일반가공식품으로
분류하여 일반가공식품에
해당하는 정보를 제공함

▶ 독일 FTA 원산지증명서 준비 필요

독일 수입신고 서면 또는 전자통관시스템을 통해 진행

독일의 수입신고는 서면 또는 독일의 전자 시스템(ATLAS-EAS)을 통하여 진행 가능함. EU에서 공통적으로 요구하고 있는 일반 서류와 기타 수입 위생에 관하여 품목별로 요구하고 있는 필수 서류를 구비하여 제출하게 됨. EU로 수입되는 모든 물품의 경우 물품이 도착함에 도착하기 이전에 사전 물품 신고 절차인 적하목록 사전제출(ENS, Entry Summary Declaration) 서류를 제출해야 함

원산지증명의 경우 수출자가 상업송장, 인도증서 또는 상업서류에 원산지신고문안을 기재함으로써 원산지 신고서를 작성할 수 있음. 그러나 EU 역내로 6,000유로(한화 약 818만 원³⁵⁾) 이상의 물품을 수입하는 경우 원산지 인증수출자 자격을 획득하여야 원산지 증명을 통한 협정관세를 부과 받을 수 있음. 해당 자격의 경우 한국 관세청을 통해서 신청 가능함

꿀을 함유한 유자차의 경우, 꿀의 원산지, 가공과정 등과 관련된 추가 서류를 요청할 수 있음

[표 4.7] 독일 통관 서류

구분	서류명	발급기관
일반 서류	수입신고서(SAD)	(-)
	운임보험	(-)
	상업송장	(-)
	선적 포장 명세서	(-)
	선하증권	(-)
	원산지 증명서	수출업체 / 관세청
	관세가격신고서	(-)

자료 : 유럽연합 집행위원회(EC), 관세청

35) 1유로=1,363.36원 (2019.08.13., KEB 하나은행 매매기준율 적용)

6. 독일 유자차 세금 납부

세금 납부

독일로 제품 수입 시, 통관 과정에서 요구되는 세금 정보 제공

유자차

유자차 품목은 일반가공식품으로 분류하여 일반가공식품에 해당하는 정보를 제공함

- ▶ 독일 유자차 HS CODE 2008.30.5590, 관세율 0% 적용
- ▶ 한국-EU FTA 발효로 협정세율 적용

유자차의 경우 독일에서는 HS CODE 2008.30(감귤류 과실)의 2008.30.5590 (기타) 세번을 사용하여 수입됨.³⁶⁾ 독일 수입 시 기본 세율은 18.40%의 세율을 적용받으나, 한국산 제품의 경우 2015년 12월 13일부로 전체 발효된 한국-EU FTA 협정으로 0%의 협정 세율을 적용받음. 관세 외에도 부가가치세(VAT)를 납부해야 하며 규정에 따라 7-19%의 세율을 적용 받음

- 수입 서류 심사비용 미소요
- 수입 서류 심사 기간은 1시간 소요
- 통관 비용 미소요
- 통관에 걸리는 시간 미소요

[표 4.8] 한국·EU HS CODE 비교 및 EU 수입 세율

구분	HS CODE	품목 분류	비고
한국	2008	그 밖의 방법으로 조제하거나 보존처리한 과실·견과류와 그 밖의 식용에 적합한 식물의 부분 (설탕이나 그 밖의 감미료나 주정을 첨가했는지에 상관없으며 따로 분류되지 않은 것으로 한정한다)	
	2008.30	감귤류 과실	
	2008.30.1000	유자	
EU (독일)		주정이 추가되지 않은 것	
		설탕을 포함하여 직접 포장되었으며, 순중량이 1kg을 넘지 않는 것	
	2008.30.55	만다린(탄제린(tangerine)과 귤(satsuma))	
	2008.30.5590	기타	
관세	기본관세율	18.40%	
	협정 세율	0%	
VAT		7-19%	

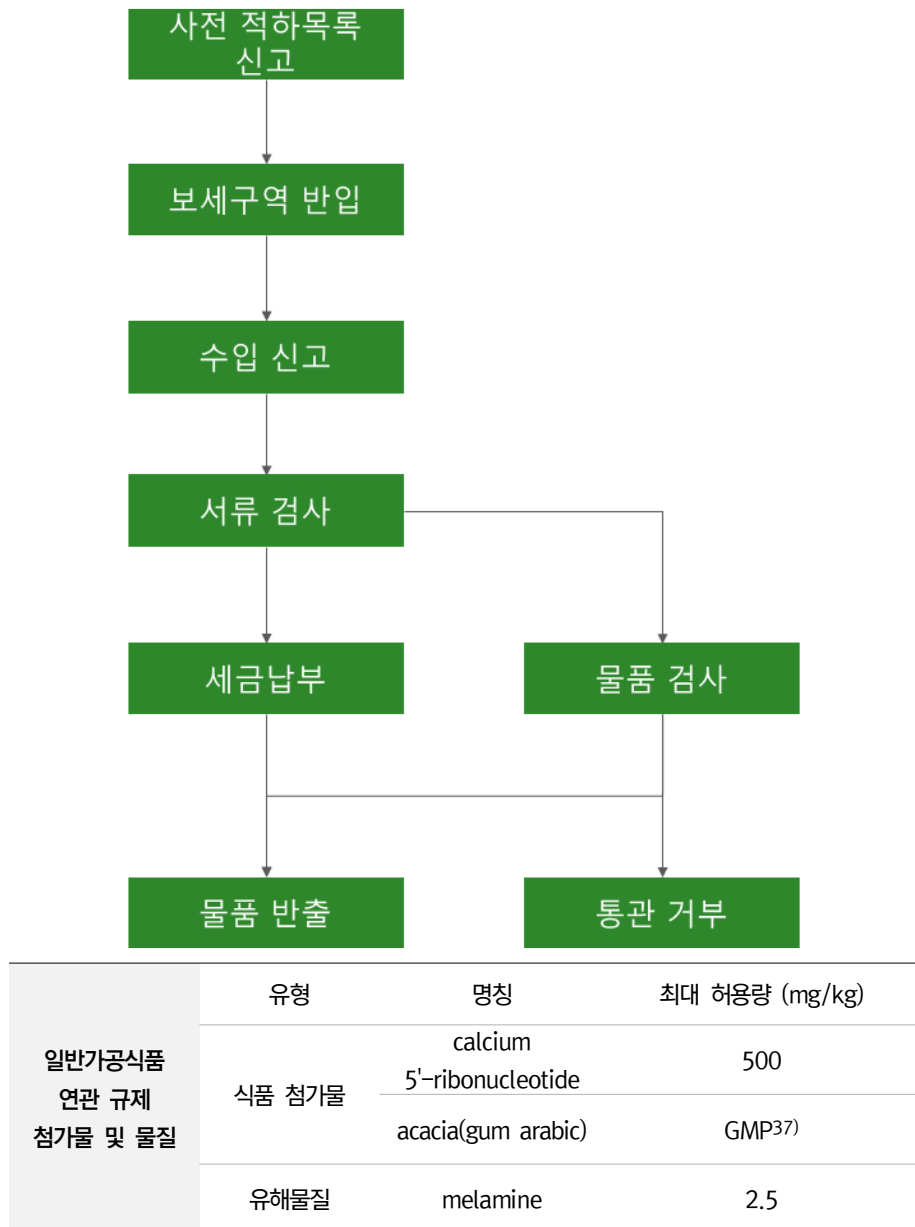
자료 : 관세법령정보포털(UNIPASS), 유럽연합 집행위원회(EC)

36) 독일 세번의 경우 HS CODE 6자리에 해당하는 2008.30 중 유자차에 적합하다고 판단되는 세 번 항목의 정보를 제공함. 다만, 해당 항목 판단의 경우 유럽연합 및 독일 세관당국의 판단과는 차이가 있을 수 있으므로, 앞서 설명한 BTI 심사 절차를 통하여 HS CODE 확정 절차를 진행하여야 해당하는 품목에 대한 명확한 HS CODE 번호를 확정할 수 있음

7. 독일 유자차 검역 심사 절차

- ▶ 독일 일반가공식품 위험도별 검역 심사 진행
- ▶ 수입업체를 기준으로 하여 검사 대상 선별 후, 필요에 따라 물품 검사 진행

[표 4.9] 독일 통관 프로세스



자료 : KATI농식품수출정보

37) GMP (Good Manufacturing Practice): 식품첨가물이 특정 식품유형에 사용 가능한 것으로 등재되어 있으나 별도의 사용기준이 설정되지 않았을 경우, 해당식품에 첨가되는 첨가물의 양은 우수제조관리기준(GMP)에 따라 물리적, 영양학적 또는 기타 기술적 효과를 내는 최소 적정량이 사용되어야 함

- ▶ 유럽연합 집행위원회의 첨가물, 유해물질 데이터베이스를 통해 확인 가능
- ▶ KATI 식품첨가물 및 유해물질 데이터베이스를 통해서도 확인 가능

식품 첨가물 규정

독일로 제품 수입 시,
요구되는 식품 첨가물,
유해 물질에 관한 규정

유자차

유자차 품목의
첨가물 규정은
KATI 식품 유형 분류 중
음료류의 액상차류로
분류하여 액상차류에
해당하는 정보를 제공함

[표 4.10] 독일 액상차류 식품 첨가물 규정

기능	이름	영문이름	최대사용량(mg/kg)
산미료	아세트산	acetic acid	GMP
보존료	벤조산	benzoic acid	600
산도조절제, 향기증진제	아디프산	adipic acid	10,000
산미료	지방산	fatty acids	GMP
조미료	이노신산	inosinic acid	500
중화제	수산화나트륨	sodium hydroxide	GMP
흡착제	산화마그네슘	magnesium oxide	GMP
보존료	산화칼슘	calcium oxide	GMP
증점제	글루콘산	gluconic acid	GMP
산화방지제	글루탐산	glutamic acid	10g/kg
감미료	에리스리톨	erythritol	GMP

자료 : KATI농식품수출정보

V. Expert Interview

SUMMARY

Interview ① 대양(DAEYANG)

Interview ② 라이프스타일 드링크
(Lifestyle Drinks)

Interview ③ 더 잉글리쉬 숍
(The English Shop)

Interview ④ 클라우스 뵉커(Klaus Böcker)

Interview ⑤ 독일 소비자보호 및 식품안전청
(Ministry of Food & Agriculture)

Expert Interview

(전문가 인터뷰)

Market Demand and Entry Barrier



- 인터뷰 기업 : 대양
(DAEYANG)
온라인 소매업체
- 인터뷰 담당자 : Mr. Kubo
(General Manager)

최근 들어 독일 내 유자차의 인지도가 높아짐

유자차는 한국인/동양인 소비자들이 즐겨먹는 제품이었지만, 최근 들어 독일인 소비자들 사이에서도 수요가 늘어났으며, 판매하는 곳도 점차 늘어나고 있습니다.

유자차에 꿀이 첨가된 경우, 엄격한 관리기준을 거쳐야 함

유자차에 꿀이 함유된 경우, 별도의 테스트를 거쳐 제품을 허가받아야 합니다. 그 외에 필요한 서류 및 요건은 EU국가로 제품을 판매하기 위한 요건과 동일합니다.

Market Demand and Distribution



- 인터뷰 기업 : 라이프스타일 드링크
(Lifestyle Drinks)
수입유통업체
- 인터뷰 담당자 : Mr. Michael
(Owner)

유자차의 수요는 다른 과일 차에 비해 낮은 편

유자는 특유의 맛이 강하고 다른 과일과 잘 어우러지지 못해서 다른 과일차에 비해 수요와 선호도가 낮은 편입니다.

유자차는 주로 슈퍼마켓, 마트, 온라인 매장에서 판매

유자차는 독일 내에서 쉽게 구할 수 있습니다. 대부분의 슈퍼마켓, 마트와 온라인 매장에서 판매하며, 일부 카페나 주스전문점에서도 음료 제조에 활용합니다.

Market Demand and Trend



- 인터뷰 기업 : 더 잉글리쉬 숍
(The English Shop)
수입유통업체
- 인터뷰 담당자 : Ms. Salvi
(Sales Manager)

유자차의 인지도와 선호도는 높은 편

소비자들은 레몬과 비슷하면서도 더 달고 향이 좋은 유자 맛을 선호합니다. 때문에 유자 맛 신제품 음료 등을 출시하는 곳이 늘어나고 있으며, 유자 음료를 제조하여 판매하는 카페도 많아졌습니다.

유자차를 판매하는 매장이 늘어나고 있는 추세

이전에는 한인마트나 수입식료품점에서만 유자차를 구입할 수 있었는데, 요즘에는 일반 마트나 슈퍼마켓에서도 유자차를 판매합니다.

Expert Interview

(전문가 인터뷰)

Market Demand and Trend



- 인터뷰 기업 : 클라우스 뵉커
(Klaus Böcker)
수입유통업체
- 인터뷰 담당자 : Ms. Salvi
(Sales Manager)

유자차의 전반적인 수요는 높은 편

독일에는 유자 및 열대과일 맛 음료의 수요가 높은 편입니다. 유자 맛은 유럽인들에게는 다소 생소한 맛이지만, 최근 들어 유자 맛 제품의 수요가 높아지고 있습니다.

젊은 독일 소비자들 사이에서 과일청의 수요 증가

최근 들어 바나 클럽에서 과일청을 사용해 제조한 칵테일이 인기를 끌면서, 젊은 소비자들 사이에서 술과 섞어 마시는 용도로 과일청을 구매하는 경우가 많습니다.

Entry Barriers and Label



- 인터뷰 기업 : 독일 소비자보호 및 식품안전청
(Ministry of Food & Agriculture)
- 인터뷰 담당자 : Mr. Hans
(Helpdesk Staff)

제조업체는 제품에 관한 모든 사항을 수입업체에 전달해야 함

제조업체는 제품에 사용된 원료, 제조과정, 품질 등 제품에 관한 모든 사항 및 서류를 수입업체에 제공해야 하는 의무가 있습니다.

제품 라벨은 독일어로 표기해야 함

제품 라벨은 무조건 독일어로 표기되어 있어야 합니다. 영어로 표기할 경우, 독일어로 번역된 내용이 함께 나와 있어야 합니다.

Interview ① 대양(DAEYANG)

●
대양
(DAEYANG)

전문가 소속

대양
(DAEYANG)
온라인 소매업체

전문가 정보

Mr. Kubo
(General Manager)



대양(DAEYANG)

General Manager, Mr. Kubo

Q. 회사 및 취급 제품을 간단히 소개해 주시기 바랍니다.

대양은 일본식품을 유럽권 국가로 유통하기 위해 설립된 온라인 소매업체로, 영국과 독일에 지사를 두고 운영 중입니다. 최근 들어 취급 품목을 한국식품과 중국식품으로 확장하였으며, 한국 D사의 꿀유자차를 취급 중에 있습니다.

Q. 현재 독일 내 유자차의 수요 및 인지도가 어떻게 되나요?

현재 독일에는 유자차 및 유자 맛 음료가 다양하게 판매되고 있습니다. 불과 몇 년 전까지만 해도 유자는 굉장히 생소한 과일이었는데, 최근 들어 다양한 유자 맛 제품이 출시되면서 인지도가 많이 올라간 상태입니다. 현재 독일 내 가장 인지도가 높은 유자차는 한국 D사의 제품입니다. 해당 제품은 바로 마실 수 있는 형태가 아닌 물에 타 마시는 액상 형태로 되어있으며, 유리병에 포장되어 있습니다.

Q. 현재 독일 내 유자차는 주로 어디서 판매하나요?

유자차는 현지 마트나 슈퍼마켓에서 판매하며, 유자차와 유자 맛 음료를 메뉴로 추가하는 카페와 주스전문점도 늘어나고 있습니다. 원래 유자차는 독일에 거주하는 한국인/동양인들만 구매하였으나, 점차 유자차를 구매하는 현지 소비자들도 늘어나고 있는 추세입니다. 현재 유자 맛 음료는 레몬 맛 음료를 대체하여 높은 인기를 끌고 있습니다.

Q. 제품 라벨은 독일어로 표기해야 하나요?

독일어로 라벨을 제작하는 것이 좋습니다. 제품 기본 라벨을 독일어로 제작하는 것이 필수는 아닙니다. 다만, 기본 라벨 위에 부착하는 스티커 라벨은 독일어로 제작해야 합니다. 독일 내 정식으로 제품을 판매하기 위해선 독일어 라벨이 꼭 필요합니다.

Q. 제품 수출 시 필요한 인증이 있나요?

식음료의 경우, 식품안전인증서가 필요합니다. 독일에 제품을 판매하기 위한 기본 요건은 대부분 EU국가로 제품을 판매하기 위한 요건들과 동일합니다. 하지만 독일 소비자보호 및 식품안전청 및 독일 정부 산하 기관의 식품안전인증서를 받을 경우, 독일의 다양한 유통채널을 통해 제품을 더 수월하게 판매할 수 있을 것입니다. 한 가지 더 주의해야 할 점은 제품 성분입니다. 독일을 포함한 모든 EU국가들은 꿀이 함유된 제품에만 적용되는 엄격한 기준이 있습니다. 따라서 판매하려는 유자차에 꿀이 함유되어 있다면 상황에 따라 별도의 테스트를 거쳐 제품 허가를 받아야 합니다.

Interview ② 라이프스타일 드링크(Lifestyle Drinks)

라이프스타일 드링크
(Lifestyle Drinks)

전문가 소속

라이프스타일 드링크
(Lifestyle Drinks)
수입유통업체

전문가 정보

Mr. Michael
(Owner)lifestyle
drinks

라이프스타일 드링크(Lifestyle Drinks)

Owner, Mr. Michael

Q. 회사 및 취급 제품을 간단히 소개해 주시기 바랍니다.

라이프스타일 드링크는 음료를 전문적으로 취급하는 수입유통업체로, 커피, 에너지 드링크, 탄산음료, 코코넛 워터, 스무디, 비건 음료, 할랄 음료 등을 판매합니다. 독일 내 호텔, 식당, 도·소매업체로 제품을 대량 납품하거나, 자사 소유의 온라인 매장과 오프라인 매장을 통해 개별 소비자들을 상대로 판매하고 있습니다.

Q. 현재 독일 내 유자차의 수요 및 인지도가 어떻게 되나요?

유자차의 주 소비자층은 어린 아이부터 나이가 많은 소비자들까지 다양합니다. 과일 음료를 즐겨 마시는 소비자들은 대부분 유자 맛을 알고 있습니다. 하지만 유자는 특유의 맛이 강해 다른 과일 맛과 잘 어우러지지 못한다는 특징이 있습니다. 따라서 유자차의 수요와 선호도는 다른 과일차에서는 다소 낮은 편입니다.

Q. 현재 독일 내 유자차는 주로 어디서 판매하나요?

독일 내 유자 맛 음료 및 유자청은 슈퍼마켓, 대형마트, 온라인 매장 등 거의 모든 곳에서 판매하고 있습니다. 카페나 주스전문점에서도 유자청을 포함해 다양한 과일청과 시럽을 사용하여 음료를 제조합니다.

Q. 제품 라벨은 독일어로 표기해야 하나요?

독일에서 판매하는 제품의 라벨은 독일어로 표기되어 있어야 합니다. 영어를 추가하는 것은 선택 사항이나, 독일어로 표기하는 것은 필수입니다. 제품 라벨은 쉽게 떼어지지 않도록 제작하는 것이 좋으며, 그 외의 라벨 품질은 크게 신경쓰지 않아도 됩니다.

Interview ③ 더 잉글리쉬 숍(The English Shop)

더 잉글리쉬 숍
(The English Shop)

전문가 소속

더 잉글리쉬 숍
(The English Shop)
수입유통업체

전문가 정보

Ms. Salvi
(Sales Manager)



더 잉글리쉬 숍(The English Shop) Sales Manager, Ms. Salvi

Q. 회사 소개와 취급 제품을 간단히 소개해 주시기 바랍니다.

더 잉글리쉬 숍은 차, 과일청, 간식류를 주로 취급하는 수입유통업체로, 온라인 매장과 두 개의 오프라인 매장을 운영 중에 있습니다. 현재 미국과 EU국가의 다양한 음료 브랜드 제품을 수입하여 판매하고 있으며, 도매와 소매 판매를 모두 하고 있습니다.

Q. 현재 독일 내 유자차의 수요 및 인지도가 어떻게 되나요?

유자차의 인지도는 높은 편이며 과일차를 마시는 대부분의 소비자들에게 친숙한 제품입니다. 최근 들어 유자 맛 음료와 시럽 등의 제품도 출시되고 있습니다. 소비자들은 유자가 레몬과 비슷한 맛이지만 더 달고 향이 좋아서 선호합니다. 따라서 많은 카페나 주스전문점에서 유자 음료를 제조하여 판매하고 있습니다.

Q. 현재 독일 내 유자차는 주로 어디서 판매하나요?

유자차가 독일에서 활발히 판매되기 시작한지는 얼마 되지 않았습니다. 예전에는 한인마트나 수입식료품점에서만 유자차를 구입할 수 있었는데, 최근 들어 유자차를 판매하는 일반 마트나 슈퍼마켓이 늘어나고 있습니다.

Q. 제품 라벨은 독일어로 표기해야 하나요?

독일 소비자들의 경우, 독일어로 제작된 제품을 선호합니다. 영어나 다른 언어를 병기하는 것은 상관없지만 가능하다면 독일어로 처음부터 제작된 라벨이 가장 좋습니다.

Interview ④ 클라우스 뵉커(Klaus Böcker)

클라우스 뵉커
(Klaus Böcker)

전문가 소속

클라우스 뵉커
(Klaus Böcker)
수입유통업체

전문가 정보

Ms. Petra
(Sales Manager)



PRODUCT OVERVIEW					
	juice NFC	juice concentrate	oil	chips	comminuted
CITRUS FRUITS					
BLOOD ORANGE	●				●
CLEMENTINE		●			
GRAPEFRUIT, PINK		●			
GRAPEFRUIT, RED		●			
GRAPEFRUIT, WHITE		●			
LEMON	●	●		●	●
LIME		●			
MANDARIN	●	●		●	●
ORANGE	●	●		●	●

클라우스 뵉커(Klaus Böcker)

Sales Manager, Ms. Petra

Q. 회사 및 취급 제품을 간단히 소개해 주시기 바랍니다.

클라우스 뵉커는 과일주스와 농축액을 주로 취급하는 수입유통업체로, 여러 국가의 생산업체와 협력하여 독일의 음료 제조업체 및 판매업체로 제품을 유통하고 있습니다. 주로 주스, 유제품, 이유식 등을 취급하는 업체로 제품을 대량 납품하고 있습니다.

Q. 현재 독일 내 유자차의 수요 및 인지도가 어떻게 되나요?

유자차 및 유자 맛 음료의 전반적인 수요는 높은 편입니다. 독일 내 유자 및 여러 열대 과일 맛 음료의 인기와 판매량은 높은 수준을 유지하고 있습니다. 유자 맛은 아시아인들에게 더 친숙하며 유럽인들에게는 다소 생소한 맛이지만, 최근 들어 유럽인들 사이에서도 유자 맛 제품의 수요가 증가하고 있습니다.

Q. 독일 내 유자차 및 과일청은 어떻게 사용되나요?

과일청은 주로 카페나 식당 등의 업체에서 사용합니다. 카페에서는 판매하는 주스나 차를 제조할 때 사용하며, 식당에서는 주스나 샐러드 드레싱을 만들 때 과일청을 사용합니다. 최근에는 과일청을 활용한 칵테일이 젊은층 사람들에게 인기를 끌고 있습니다. 이전에는 과일청이 차나 음료를 만들 때 주로 사용됐다면, 최근에는 젊은 소비자들 사이에서 술과 함께 섞어먹는 용도로 자주 사용됩니다.

Q. 제품 수출 시 필요한 인증이 있나요?

만약 제품이 유기농이라면 EU의 관련 기관 또는 제조국가의 관련기관으로부터 유기농인증서를 받아야 합니다. 추가로, 제조시설이 EU에 소속되지 않은 국가에 위치하고 있다면 안전관리인증기준(HACCP)을 충족했다는 인증서를 제출해야 합니다.

Interview ⑤ 독일 소비자보호 및 식품안전청 (Ministry of Food & Agriculture)

독일 소비자보호 및 식품안전청
(Ministry of Food & Agriculture)

전문가 소속

독일 소비자보호 및 식품안전청
(Ministry of
Food & Agriculture)

전문가 정보

Mr. Hans
(Helpdesk Staff)



독일 소비자보호 및 식품안전청 (Ministry of Food & Agriculture) Helpdesk Staff, Mr. Hans

Q. 독일로 제품 수출 시 기본적인 조건이 어떻게 되나요?

제조업체는 제품에 사용된 원료, 제품의 제조과정 및 제조방식, 품질, 유통경로 등 제품에 관한 모든 정보를 유통업체측에게 서류로 전달해야 합니다. 제품이 수입산일 경우 더욱 꼼꼼하게 서류를 준비해야하며, 제조업체는 제품에 관한 모든 사항을 수입업체에 투명하게 공개할 의무가 있습니다.

Q. 독일로 제품 수출 시 영문 라벨과 독일어 라벨이 필요한가요?

라벨을 무조건 독일어로 제작해야 합니다. 영어로 표기된 경우 독일어로 번역된 내용을 함께 표기해야 합니다. 독일 내 몇몇 제조업체들은 제품에 글로벌한 이미지를 강조하고, 해외로 수출을 용이하게 하기 위해 제품 제작 단계부터 영어와 독일어를 병기하여 라벨을 제작하는 경우도 있습니다.

Q. 라벨을 스티커 형태로 부착해도 되나요?

라벨의 형태에는 제한이 없으며, 오히려 포장 용기가 EU의 규정을 따를 수 있도록 유의해야합니다. 제품의 포장은 소비자와 환경에 해를 가하지 않는 용기를 사용해야하며, 해당 사항을 충족시킬 경우 스티커 라벨을 사용해도 무방합니다. 이외의 라벨 규정은 정해진 식품라벨 규정을 준수하면 됩니다.

[참고문헌]

■ 참고자료

1. 독일 차 협회(Deutscher Teeverband), 「The German TEA Market」, 2018
2. 스타티스타(Statista), 「Pro-Kopf-Konsum von Kräuter- und Früchtetee in Deutschland in den Jahren 2005 bis 2017(in Liter)」, 2019.07.23
3. 스타티스타(Statista), 「Frequency of consuming herbal or fruit tea bags in Germany from 2013 to 2017, by number of people(in millions)」, 2019.06.03
4. 디더블유(DW), 「Why don't Aldi and Lidl deliver?」, 2019.01.29
5. 아이에스엔매거진(ISNMagazine), 「Marktkauf in Neuburg-Nord becomes Edeka」, 2019.02.15
6. 아이에스엔매거진(ISNMagazine), 「Edeka Nord Posts 4.8% Growth In Comparable Sales In FY 2018」, 2019.06.25
7. 미국 농무부 해외농업서비스(USDA FAS), 「Germany Food and Agricultural Import Regulations and Standards Report」, 2018.10.31

■ 참고 사이트

1. 유로모니터(Euromonitor)(portal.euromonitor.com)
2. 외교부(www.mofa.go.kr)
3. ITC(International Trade Centre)(trademap.org)
4. 독일 통계청(Statistisches Bundesamt) (www.destatis.de)
5. 도이칠란드 위키피디아 (de.wikipedia.org)
6. 유주티(Yuzu-Tee) (yuzu-tee.de)
7. 비린(Beeren) (www.beeren.de)
8. 쉘레스비히 홀스타인(Shz) (Shz.de)
9. 카우플란트(Kaufland) 홈페이지 (www.kaufland.de)
10. 와벨(Wabel) (wabel.com)
11. 아이취드리테일애널리시스(IGD RetailAnalysis) (www.igd.com)
12. 도이체벨레(Deutsche Welle) (www.dw.com)
13. 로이터(Reuter) (www.reuters.com)
14. 비즈니스리뷰(Business-review) (business-review.eu)
15. 셔터스톡(Shutterstock) (www.shutterstock.com)
16. 프레시플라자(FreshPlaza) 홈페이지 (FreshPlaza.com)
17. 레알(Real) 홈페이지 (www.real.de)
18. 유러피언슈퍼마켓매거진(The European Supermarket Magazine) (www.esmmagazine.com)
19. 에데카(EDEKA) 홈페이지 (www.edeka.de)
20. 이에스엔매거진(ESNMagazine) (esn-utrecht.nl)
21. 알디(Aldi) 홈페이지 (www.aldi.com)
22. 스타티스타(statista) (statista.com)
23. 리들(Lidl) 홈페이지 (www.lidl.de)
24. 마르크카우프(Marktkauf) 홈페이지 (www.marktkauf.de)
25. 파밀라(Famila) 홈페이지 (www.famila-nordost.de)

[참고문헌]

■ 참고 사이트

26. 디앤비(dnb) 홈페이지 (www.dnb.com)
27. 레베(REWE) 홈페이지 (www.rewe.de)
28. 네토(Netto) 홈페이지 (www.netto-online.de)
29. Zhangto(장터) 페이스북 홈페이지
(www.facebook.com/한국식품점-장터Koreahaus-Zhangto-326937763989725)
30. 관세법령정보포털(UNIPASS) (unipass.customs.go.kr)
31. 미국 농무부 해외농업서비스(USDA FAS) (fas.usda.gov)
32. KATI농식품수출정보(KATI) (www.kati.net)
33. 한국 관세청 (www.customs.go.kr)
34. 유럽연합 집행위원회(EC) (ec.europa.eu)
35. EU법령정보포털(EUR-LEX) (eur-lex.europa.eu)
36. 독일 소비자보호 및 식품안전청(BVL) (www.bvl.bund.de)
37. 독일 연방관세청(ZOLL) (zoll.de)
38. 국립농산물품질관리원 친환경 인증관리정보시스템 (enviagro.go.kr)

발행 겸 편집 : aT 한국농수산물유통공사

발행일자 : 2019.08.23

본 보고서 내용의 전부 또는 일부에 대한 무단전재 및 재배포는 저작권법에 의하여 금지되어 있습니다. 본문 내용 중 문의사항이나 개선할 사항에 대해서는 aT 한국농수산물유통공사 로 연락하여 주시기 바랍니다. Copyright 2019 aT 한국농수산물유통공사 All Right Reserved. Printed in Korea

