

2019년 해외시장 맞춤형조사



- No. 2003-02
- 품목 : 한방발효음료(Fermented Tea Drink)
- 국가 : 독일(Germany)
- 구분 : 시장분석형

Contents

I. Market Size (시장규모)

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

II. Market Trend (시장트렌드)

SUMMARY	11
1. 독일 건강 음료 섭취 요인 '비타민 섭취 & 다이어트'	16
2. 독일 소비자 선호 건강 음료 '홍차 & 바이오네이드'	17
3. 독일 정부, 청량음료 설탕 함량 20% 감소 정책 추진	18
4. 전 세계 비건 식품 중 15%는 '독일이 원산지'	19

III. Distribution Channel (유통채널)

SUMMARY	21
1. 독일 한방발효음료 유통구조	22
2. 독일 한방발효음료 주요 유통업체	23
3. 독일 한방발효음료 B2C 소매채널	25

IV. Customs·Quarantine (통관·검역)

SUMMARY	46
1. 독일 한방발효음료 인증 취득	47
2. 독일 한방발효음료 사전 심사	50
3. 독일 한방발효음료 업체·제품 등록	51
4. 독일 한방발효음료 라벨 심의	52
5. 독일 한방발효음료 서류 준비	56
6. 독일 한방발효음료 세금 납부	57
7. 독일 한방발효음료 검역 심사	58

V. Expert Interview(전문가 인터뷰)

SUMMARY	61
Interview ① 레베다인마켓(Rewe Dein Markt)	63
Interview ② 고아시아(GoAsia)	65
Interview ③ 카우프란트(Kaufland)	66
Interview ④ 아시아푸드랜드(Asia Food Land)	67
Interview ⑤ 미카도재패니스파인코스트(Mikado Japanische Feinkost)	68

* 참고문헌	69
--------	----

I. Market Size

SUMMARY

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



Market Size

(시장규모)

독일 (GERMANY)

한방발효음료 시장규모

지표 설정 기준: 제품의 품목(한방발효음료)

- 독일 즉석 차 음료(RTD Tea)¹⁾ 시장규모
..... 12억 7,300만 유로('18)
- 독일 즉석 무탄산 차 음료(Still RTD Tea)²⁾ 시장규모
..... **11억 6,500만 유로('18)**

(*) Euromonitor International



한방발효음료 수출입 시장규모

지표 설정 기준: 제품의 품목(한방발효음료)

- HS 2202.99³⁾ '향미가 첨가된 물 또는 기타 무알코올 음료'
독일 **對글로벌 수입규모**
..... 5억 3,156만 달러('19)
- HS 2202.99 '향미가 첨가된 물 또는 기타 무알코올 음료'
독일 **對한국 수입규모**
..... **47만 달러('19)**

(*) International Trade Centre



한방발효음료 소비 시장규모

지표 설정 기준: 조사제품 '한방발효음료'는 사삼, 연잎 등을 원료로 하는 발효차로, 다이어트, 해독, 면역력 강화 등 여러 기능이 있는 건강 음료임. 이에 제품의 기능과 품목을 고려하여 잠재 시장 규모 및 소비자의 구매력을 파악하기 위해 '독일 20-50대 인구수', '독일 소득별 인구 규모', '독일 대사성 질환 관련 인구수'를 조사함

- | | |
|---|---|
| <p>① 독일 20-50대 인구수 ('18)</p> <p>20-29세 953만 명(11%)
30-39세 1,036만 명(12%)
40-49세 1,078만 명(13%)
50-59세 1,368만 명(16%)</p> | <p>② 독일 가구당 월평균 소득 구간별 가구 분포 ('18)</p> <p>3,200-4,499유로 671만 가구(17%)
4,500-5,999유로 349만 4,000가구(9%)
6,000유로 이상 251만 1,000가구(6%)</p> |
| | <p>③ 독일 대사성 질환 보유 인구수 ('18)</p> <p>대사성 질환 관련 인구 3,732만 명(45%)</p> |

(*) World Bank, Federal Statistical Office of Germany, Statista

1) 즉석 차 음료(RTD Tea): 침출차 또는 추출차로서 즉석에서 음용 가능하도록 포장된 차 음료. 감미료나 탄산을 첨가하여 다양한 맛을 가질 수 있음
2) 즉석 무탄산 차 음료(Still RTD Tea): 잎차 또는 분말차를 제외한 무탄산 음료 제품
3) HS CODE 2202.99: 해당 코드는 설탕, 기타 감미료 또는 향을 첨가한 물이나 기타 무알코올 음료를 지칭함(단, 과일 주스 및 채소 주스는 제외함). 제품의 품목(즉석 차)을 고려하여 지표로 선정함

1. 독일 한방발효음료 시장규모

독일 국가 일반 정보⁶⁾

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

조사 시장: 해당 ‘한방발효음료’는 다이어트와 해독 효능을 보유한 무카페인 발효음료로 즉석에서 음용 가능하도록 포장됨. 제품의 특징과 포장 형태를 고려하여 ‘즉석 무탄산 차 음료(Still RTD Tea)’와 이를 포함한 상위 품목 개념인 ‘즉석 차 음료(RTD Tea)’를 지표로 선정하여 해당 시장 규모를 조사함

▶ 독일의 ‘즉석 무탄산 차 음료’, ‘즉석 차 음료’ 시장의 약 92%

독일의 ‘즉석 무탄산 차 음료(Still RTD Tea)’는 ‘즉석 차 음료(RTD Tea)’ 시장 규모의 약 92%를 차지함. 2014년 ‘즉석 차 음료’ 시장 규모의 92%를 차지한 ‘즉석 무탄산 차 음료’는 2017년 약 91%로 감소하였다가 반등하여 2018년 92%를 기록함. ‘즉석 차 음료’시장에서의 ‘즉석 무탄산 차 음료’ 비중은 2019년부터 점차 증가하여 2023년에 약 92.5%를 차지할 것으로 예상됨

▶ 2019-2023년 독일 ‘즉석 무탄산 차 음료’ 시장, 연평균성장률 6%

지난 4년(2014-2018년)간 독일의 ‘즉석 차 음료’는 2%, ‘즉석 무탄산 차 음료’는 1%의 연평균성장률을 보임. 해당 시장은 2019년 이후 4년(2019-2023년)간 연평균 6%씩 성장하여 2023년 ‘즉석 차 음료’는 약 16억 9,500만 유로, ‘즉석 무탄산 차 음료’는 약 15억 6,800만 유로를 보일 것으로 예상됨

[표 1.1] ‘즉석 차 음료’, ‘즉석 무탄산 차 음료’ 시장 규모(‘14-’23)⁴⁾⁵⁾



자료 : 유로모니터(Euromonitor) 홈페이지

4) 1유로=1,342.67원(2020.04.03., KEB 하나은행 매매기준율 적용)

5) 원 데이터와 환산된 데이터(단위: 원)는 모두 반올림됨

6) 자료: 외교부(www.mofa.go.kr)

2. 독일 한방발효음료 수출입 시장규모

HS CODE 2202.99 : 해당 코드는 설탕, 기타 감미료 또는 향을 첨가한 물이나 기타 무알코올 음료를 지칭함(단, 과일 주스 및 채소 주스는 제외). 제품의 품목(즉석 차)을 고려하여 해당 HS CODE를 선정함

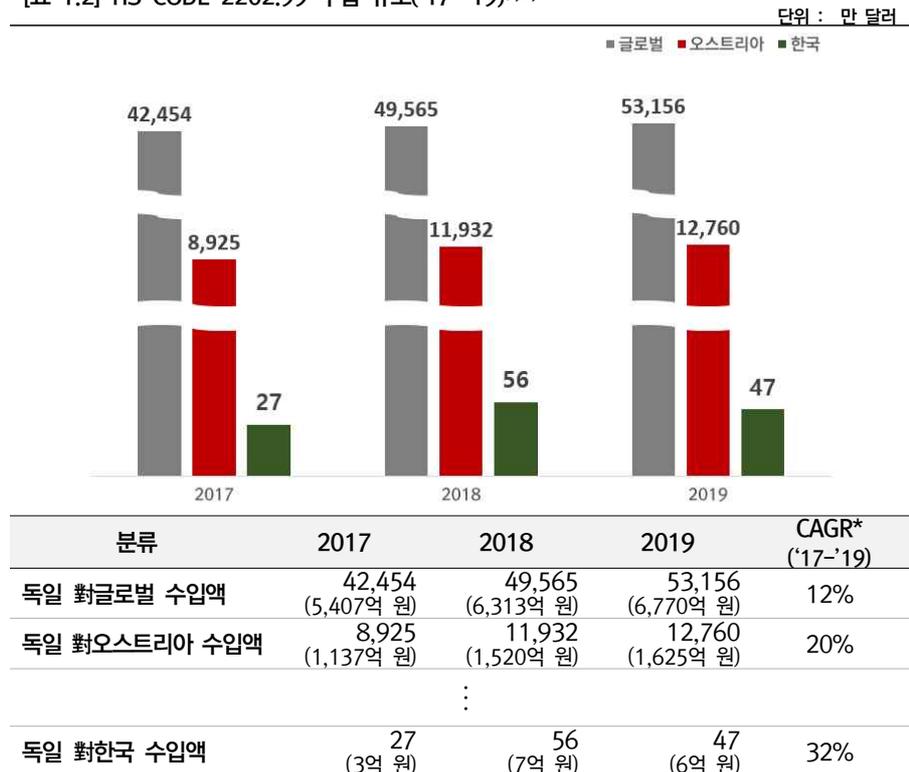
▶ 2017-2019년, 독일 對글로벌 수입액 연평균성장률 12%

독일의 HS CODE 2202.99 품목 對글로벌 수입액은 지난 3년(2017-2019년)간 연평균성장률 12%를 보이며, 2017년 4억 2,454만 달러에서 2019년 5억 3,156만 달러로 증가함. 2019년 독일의 對글로벌 수입액 기준 1위 국가는 오스트리아로 전체 수입액의 24%인 1억 2,760만 달러를 기록함

▶ 2017-2019년, 독일 對한국 수입액 연평균성장률 32%

독일의 HS CODE 2202.99 품목의 對한국 수입액은 지난 3년(2017-2019)간 연평균성장률 32%를 기록함. 해당 수입액은 2018년 전년 대비 106% 증가하였으나, 2019년 전년 대비 16% 감소하여 47만 달러를 기록함

[표 1.2] HS CODE 2202.99 수입 규모('17-'19)⁷⁾⁸⁾



자료 : ITC(International Trade Centre) 홈페이지, HS CODE 2202.99 기준

7) 1달러=1,273.60원 (2020.04.03., KEB 하나은행 매매기준율 적용)

8) 원 데이터와 환산된 데이터(단위: 원)는 모두 반올림됨

3. 독일 한방발효음료 소비 시장규모

1) 독일 20-50대 인구수

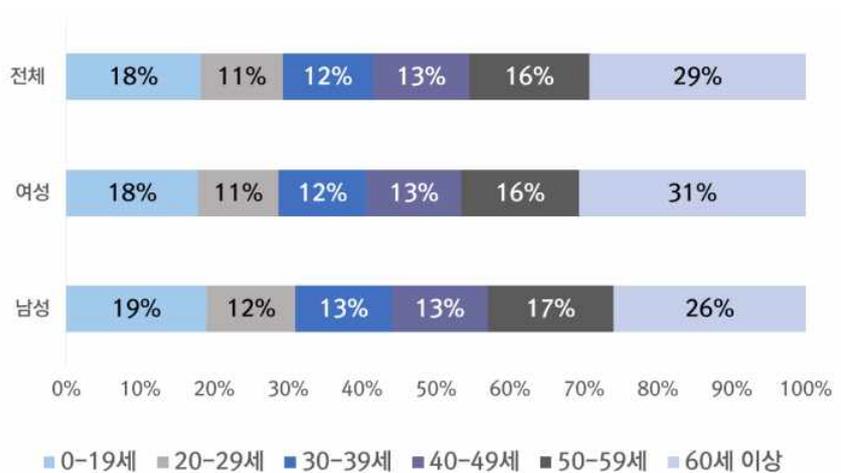
조사제품 ‘한방발효음료’는 사삼, 연잎 등을 원료로 하는 발효차로, 다이어트, 해독, 면역력 강화 등 여러 기능이 있는 건강 음료임. 이에 제품의 기능과 품목을 고려하여 잠재 시장 규모 및 소비자의 구매력을 파악하기 위해 ‘독일 20-50대 인구수’, ‘독일 소득별 가구 분포’, ‘독일 대사성 질환 관련 인구수’를 조사함

▶ 2018년, 독일 20-50대 인구 4,435만 명

월드뱅크(Worldbank)에 따르면, 2018년 독일의 총 인구 수는 8,293만 명임. 연령별로는 60대 이상 인구, 성별로는 여성의 인구가 남성보다 많은 것으로 확인됨. 독일의 60대 이상의 인구는 전체 인구의 29%로 가장 많으며, 20대 미만(전체 인구의 18%), 50대(16%), 40대(13%), 30대(12%), 20대(11%) 순으로 나타남. 독일 20-50대의 인구는 전체 인구의 53%인 4,435만 명으로 해당 연령층의 여성의 인구는 약 2,184만 명(전체 인구의 26%), 남성의 인구는 약 2,251만 명(27%)로 확인됨¹⁰⁾

[표 1.3] 독일 연령대별 인구 분포(18)¹¹⁾

단위 : 만 명



	0-19세	20-29세	30-39세	40-49세	50-59세	60세 이상
전체	1,534 (18%)	953 (11%)	1,036 (12%)	1,078 (13%)	1,368 (16%)	2,366 (29%)
여성	756 (18%)	462 (11%)	504 (12%)	546 (13%)	672 (16%)	1,302 (31%)
남성	777 (19%)	491 (12%)	532 (13%)	532 (13%)	696 (17%)	1,064 (26%)

자료: 월드뱅크(World Bank) 홈페이지

10) 자료: 월드뱅크(World Bank), 「Population, Total」, 2018

11) 인구수와 비율(%)은 반올림하여 작성한 수치로, 합산 시 전체 수 또는 전체 비율(%)을 미달, 초과할 수 있음

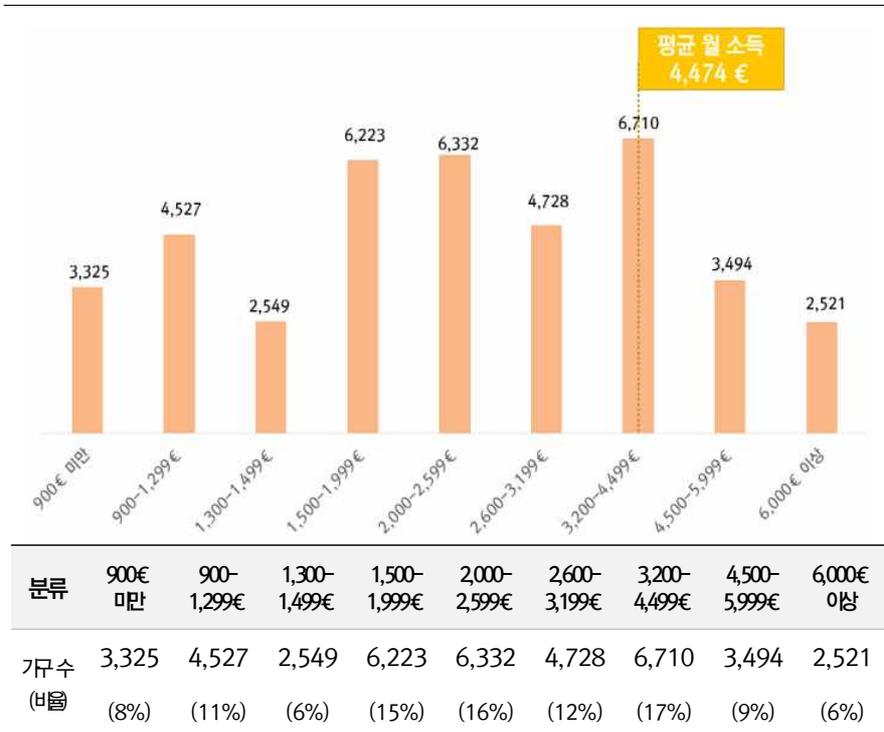
▶ 2018년, 독일 가구당 월평균 소득 4,474유로

2) 독일 소득별 가구 규모

독일 연방 통계청 자료에 따르면 2018년 기준 독일 가구당 월평균 소득은 4,474유로(약 601만 원)임.¹²⁾ 독일 월평균 소득 구간별 가구 분포는 3,200-4,499유로(약 430-604만 원)에 해당하는 가구 수가 671만 가구로 가장 많으며 전체 가구 수의 17%를 차지함. 이외 2,000-2,599유로(약 269-349만 원) 633만 2,000가구(전체 가구 수의 16%), 1,500-1,999유로(약 201-268만 원) 622만 3,000가구(15%) 등의 순으로 확인됨. 가구당 월평균 소득이 가장 적은 구간인 900유로(약 121만 원) 미만인 가구는 332만 5,000 가구(8%), 6,000유로(약 806만 원) 이상인 가구는 252만 1,000가구(6%)로 조사됨

[표 1.4] 독일 가구당 월평균 소득 구간별 가구 분포('18)¹³⁾

단위 : 천 가구



자료: 독일 연방 통계청(Federal Statistical Office of Germany), 「Households: Germany, years, sex of the reference person, household net income classes」, 2018.

12) 자료: 독일 연방 통계청(Federal Statistical Office of Germany), 「64% of gross income earned from employment」

13) 해당 자료는 가구 구성원 중 한 명 이상이 지역 농업에 종사하는 가구와 무응답 가구(970만 가구)를 제외한 수치임. 가구 수와 비율(%)은 천 단위에서 반올림하여 작성한 수치로, 합산 시 전체 가구 수 또는 전체 비율이 미달, 초과할 수 있음

▶ 2018년 대사성 질환을 겪고 있는 독일 인구, 전체 인구의 45%

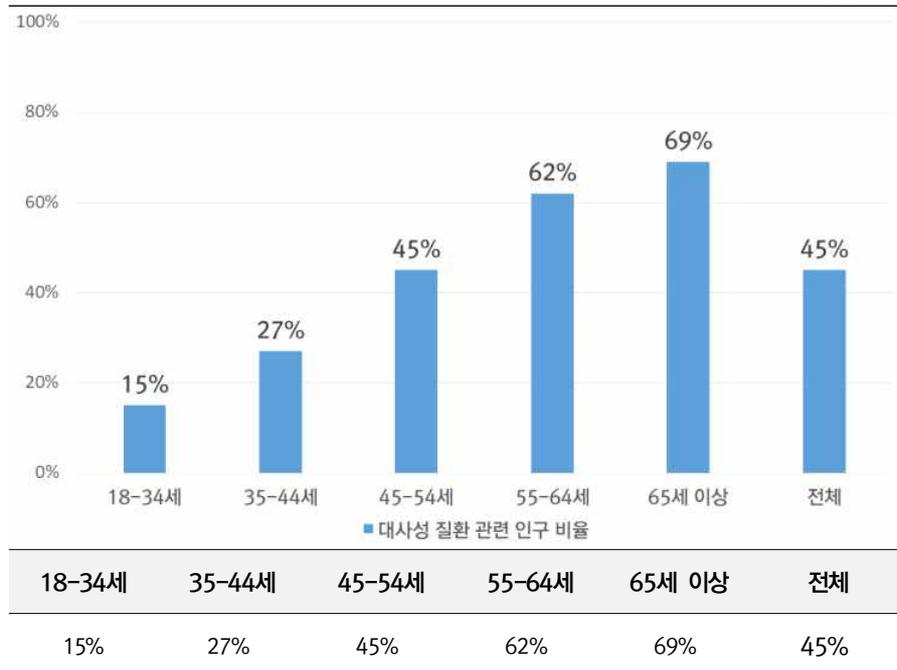
3) 독일 대사성 질환 관련 인구수

월드뱅크(Worldbank)에 따르면, 2018년 기준 독일 전체 인구 중 45%인 약 3,732만 명 이상이 대사성 질환¹⁴⁾을 겪고 있는 것으로 추산됨. 연령별로는 55세 이상의 인구 중 약 60%, 65세 이상의 인구 중 약 69%가 대사성 질환을 겪고 있는 것으로 조사됨¹⁶⁾

스테티스타(Statista)에 따르면, 대사성 질환을 겪고 있는 독일 성인 중 57%는 해당 질병 치료를 위해 병원에서 처방된 의약품만을 복용하고 있음. 이 외에 9%는 처방약 이외에 일반의약품(OTC drug¹⁸⁾)과 천연물 의약품(Herbal Products)을 함께 복용하고 있으며, 2%는 일반의약품과 천연물 의약품만을 복용하고 있는 것으로 확인됨. 나머지 32%는 특별한 의약품을 복용하지 않는 것으로 조사됨¹⁹⁾

[표 1.5] 독일 연령대별 대사성 질환 관련 인구 비율('18)²⁰⁾²¹⁾

단위 : %



자료 : 스테티스타(Statista) 홈페이지

14) 대사성 질환에는 고콜레스테롤 혈증, 고혈압, 비만, 갑상선 질환, 당뇨병 등이 포함됨

16) 자료: 월드뱅크(World Bank), 「Population, Total」, 2018

18) 일반의약품(OTC drug): Over-the-Counter의약품으로, 의사의 처방전 없이 구입 가능한 일반 의약품 등을 말함

19) 자료: 스테티스타(Statista), 「Share of medicines used by individuals with a metabolic condition in Germany in 2018」, 2018

20) 자료: 스테티스타(Statista), 「Metabolic conditions in Germany 2018, by age」, 2018

21) 원 데이터와 환산된 데이터(단위: 원)는 모두 반올림됨

II. Market Trend

SUMMARY

1. 독일 건강 음료 섭취 요인 '비타민 섭취 & 다이어트'
2. 독일 소비자 선호 건강 음료 '홍차 & 바이오네이드'
3. 독일 정부, 청량음료 설탕 함량 20% 감소 정책 추진
4. 전 세계 비건 식품 중 15%는 '독일이 원산지'



Market Trend

(시장트렌드)

독일 (GERMANY)

독일 한방발효음료



독일 '여름을 앞둔 4월' 이후, 다이어트 식음료 인기
'생강, 사과, 식초, 레몬' 함유 다이어트 음료 이슈



유기농 발효음료인 '바이오네이드' 수요 급증
수요 증가 요인은 '유기농 제품에 대한 소비자 관심 증대'

■ GERMANY Issue ①

독일 건강 음료 섭취 요인
'비타민 섭취 & 다이어트'

섭취 목적 관련 '비타민' 키워드 최다 빈출

■ GERMANY Issue ②

독일 소비자 선호 건강 음료
'홍차 & 바이오네이드'

독일 소비자 차 선호도 1위 홍차(73%)



프리미엄 음료 트렌드 '유기농, 수제, 원산지, 식물 추출물'
생강 카디몬, 로즈마리 등 식물 성분 추출 음료 관심 증가



독일 '어린이의 고카페인 및 고당 음료 과다 섭취' 경로
독일 어린이(청소년) 중 10%는 하루 1리터 이상의 에너지 음료 섭취

■ GERMANY Issue ③

독일 정부, 청량음료 설탕 함량
'20% 감소 정책 추진'

독일 소비자 '저설탕 및 무설탕 음료' 관심 증가

■ GERMANY Issue ④

전 세계 비건 식품 중,
15%는 독일이 원산지

소비자 관련 '비건' 키워드 최다 비출

데이터 분석 프로세스

○ 데이터 분석 요약

●
데이터 수집
 소스원

 (독일 뉴스매체 5개)

●
데이터 분류
 키워드집
 (한방발효음료)

●
데이터 분석
 - 연관어 분석



1) 데이터 수집

● 데이터 수집 기준

데이터 수집

수집 기간	18.01 - 20.03
수집 데이터	4,479건

데이터 정제

정제 유형	건강음료
정제 데이터	2,282건

○ 빅데이터 수집

- 독일 한방발효음료 관련 데이터 소스원 리스트

[표 2.1] 독일 한방발효음료 소스원 리스트

번호	매체명	홈페이지	비고
01	Getränk news	getraenke-news.de	뉴스
02	About Drink	www.about-drinks.com	뉴스
03	T-Online	www.t-online.de	뉴스
04	News Feed-Reader	news.feed-reader.net	뉴스
05	lebensmittelzeitung	www.lebensmittelzeitung.net	뉴스

[표 2.2] 독일 한방발효음료 데이터 수집 키워드

건강 음료 (Health Drink)	건강 드링크 (Health Beverage)	기능성 음료 (Functional Drink)	기능성 드링크 (Functional Beverage)
-------------------------	-----------------------------	------------------------------	----------------------------------

2) 데이터 분류

○ 데이터 분석 키워드집

- 독일 한방발효음료 관련 데이터 분석 키워드집

[표 2.3] 독일 한방발효음료 관련 분석 키워드

키워드 수립 근거		분류	키워드			수립 근거(*)	
			의미	영어	독어	참여기업	상위 도출
참여기업	한국 개발사 사용 키워드	섭취 목적	다이어트	Diet	Diät	○	○
			항산화	Antioxidant	Antioxidans		
혈압	Fatigue		Ermüden				
스테미나	Stemina		Stemina				
상위도출	상위 빈도 도출 키워드		피로	Pressure	Blutdruck		
			면역	Immunity	Immunität		
			소화	Digestive	Verdauungs		
			클렌징	Cleansing	Reinigung	○	○
			디톡스	Detox	Detox		
			물질대사	Metabolism	Stoffwechsel		
			숙취	Hangover	Kater		
			비만	Obesity	Fettleibigkeit		○
			수면	Sleep	Schlafen		○
			뼈	Bone	Knochen		
			위경련	Cramps	Krämpfe		
			독감	Flu	Grippe		
			박테리아	Bacteria	Bakterien		
			간	Liver	Leber		
			당뇨	Diabetes	Diabetes		○
			혈관	Vessels	Blutgefäß		
		미용	Beauty	Schönheit			
		시력	Vision	Sehkräfte			
		변비	Constipation	Verstopfung			
		폐경기	Menopause	Menopause			
		칼슘	Calcium	Calcium		○	
		비타민	Vitamin	Vitamin		○	
		콤부차	Kombucha	Kombucha		○	
제품		비타민 드링크	Vitamin Drink	Vitamin Drink			
		녹차	Green Tea	Grüner Tee			
		허브차	Herbal Tea	Kräutertee			
		이온 음료	Ionic Drink	Ionisches Getränk			
		에너지 드링크	Energy Drink	Energiegetränk		○	
		스포츠 드링크	Sports Drink	Sportgetränk			
		홍차	Black Tea	Black Tee		○	
		바이오테이	Bionade	Bionade		○	
		대마차	Hemp Tea	Hemp		○	
		말차	Matcha	Matcha		○	
		약용수	Medicinal water	Heilwasser		○	
	특징		저당	Low Sugar	Wenig Zucker		
		무첨가제	No additives	Keine Zusatzstoffe			
		무설탕	Sugar Free	Zuckerfrei		○	
		천연	Natural	natürlich		○	
		무차색제	Colorless	Farblos			
		유기농	Organic	Bio	○	○	
		발효	Fermented	Fermentiert	○		
		저지방	Low Fat	Fettarm			
		저칼로리	Low Calorie	Wenig Kalorien			
		할랄	Halal	Halal			
		무지방	Non Fat	Nicht fett			
		케토제닉	Keto	Keto			
		무카페인	No Caffeine	Kein Koffein			
		프리미엄	Premium	Premium		○	
		추출	Extract	Extrakt		○	
	첨가물	Additives	Zusatzstoffe		○		
소비자		아기	Baby	Baby			
		유아	Born, Infant, Toddler	Geboren, Säugling			
		어린이	Child, Kid, Children	Kind		○	
		채식주의자	Vegan, Vegetarian	Vegan		○	
		여성	Woman	Frau			
		사무직	Office	Büro		○	
		임산부	Pregnant	Schwanger			
		노인	Senior, Old, Elderly	Senior		○	
		다이어터	Dieter	Dieter			
		밀레니얼	Milleniel	Milleniel			
		학생	Student	Schüler			
		젊은	Young	Jung			
	젊은 여성	-	Tochter		○		

3) 데이터 분석

○ 데이터 분석 과정

1. 독일 농식품 매체 내 '건강 음료' 이슈 기사를 분석함
2. 이슈 기사 내 키워드 출현 빈도(TF) 산출

※ TF, Term Frequency 개념

문서 1	문서 2	문서 3		
빅데이터가 다양한 가치를 만들어내기 시작하면서 사람들은 빅데이터를 '원유'에 비유하기 시작했다. 기름이 없으면 기기가 돌아가지 않듯, 빅데이터 없이 정보시대를 보낼 수 없다는 의미에서다.....	미 국무청의 사례는 빅데이터의 활용 사례 중 일부다. 이제 빅데이터를 적절하게 처리하고 분석하면 미 국무청의 사례처럼 예전에는 생각도 못했던 일들도 가능해졌다. 대체 빅데이터가 뭐길래?	미국 국무청은 2011년 대용량 데이터와 IT기술을 결합해 '통합형 탈세 및 사기 범죄 방지 시스템'을 구축했다. 사기 방지 솔루션으로 이상 징후를 미리 찾아냈는데, 예측 모델링을 통해 납세자의...		
키워드 빈도 산출 방식				
TF, Term Frequency (키워드 출현 빈도)	문서1	문서2	문서3	TOTAL
	3	3	0	6회
DF, Document Frequency (키워드 포함 문서 수)	포함	포함	비포함	2건

●
연관어 분석
(Keyword Analytics)

[독일 한방발효음료 빅데이터 분석 결과]

구분	키워드	빈도	구분	키워드	도출
섭취 목적	비타민(Vitamin)	176	특징	유기농(Organic)	1,200
	칼슘(Calcium)	41		프리미엄(Premium)	403
	수면(Sleep)	14		천연(Natural)	215
	다이어트(Diet)	7		무설탕(Sugar Free)	75
	비만(Obesity)	4		추출(Extract)	74
제품	홍차(Black Tea)	402	소비자	채식주의자(Vegan)	170
	바이오네이드(Bionade)	178		어린이(Children)	154
	약용수(Medicinal Water)	126		젊은 여성(Tochter)	96
	말차(Matcha)	106		나이 많은(Old)	50
	에너지 드링크(Energy Drink)	86		사무 직원(Office)	3

1. 독일 건강 음료 섭취 요인 '비타민 섭취 & 다이어트'

코카콜라 에너지 드링크



제조사	코카콜라 (Coca-cola)
용량	250ml
가격	1.44유로 ²²⁾ (약 1,933원)
주요 성분	포도당, 천연 아로마, 이노시톨, 나이아신 및 비타민 B6 등

자료 : 칩365(Chip365)

- ▶ 코카콜라, '비타민 함유 에너지 드링크' 독일 시장 출시
- ▶ 스위스 비타민웰(Vitamin Well), 독일 시장 진출

독일 농식품 매체에서 건강 음료와 관련하여 가장 많이 빈출된 '섭취 목적' 키워드는 '비타민(Vitamin)'으로 나타남. 독일에서는 다양한 비타민 음료가 판매되고 있음. 최근 코카콜라(Coca-cola)는 비타민 함유 '코카콜라 에너지 드링크'²³⁾, 스위스 비타민웰(Vitamin well)에서는 '어웨이크(Awake)' 등의 제품을 출시함²⁴⁾

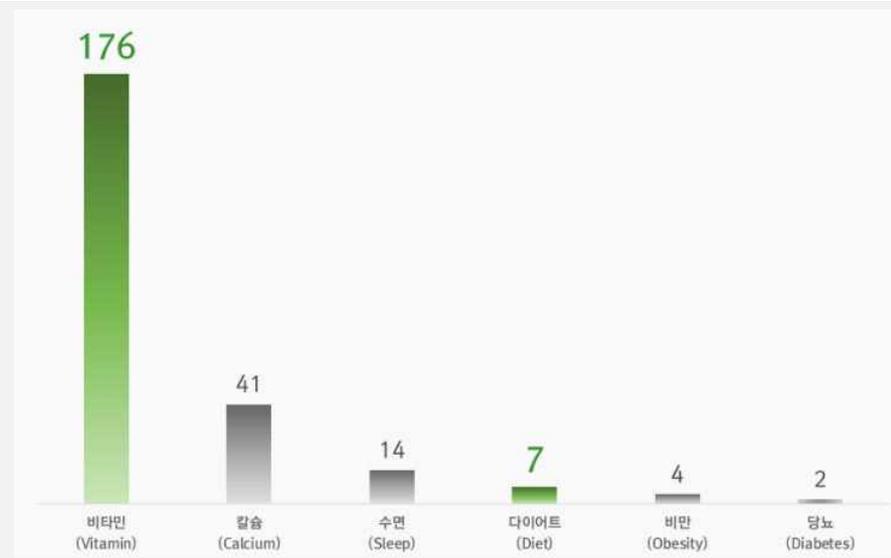
- ▶ 여름을 앞둔 4월 이후, 다이어트 관련 식음료 인기

독일에서 다이어트 음료는 주로 여름 시즌 전인 4월부터 시장에서 유행하는 추세임. 현지 식음료 매체는 다이어트와 관련된 음료로 '생강', '사과', '식초', '레몬' 성분이 함유된 음료를 추천하고 있음²⁵⁾

- ▶ 독일 건강 음료 연관 주요 발생 '섭취 목적' 키워드

① 비타민(Vitamin) ④ 다이어트(Diet)

[표 2.4] 독일 농식품 매체 '건강 음료' 연관 발생 섭취 목적 키워드 수



자료 : 독일 농식품 매체 내 '음료' 관련 기사글 2,282건 분석
값 설명 : 해당 키워드 발생 건 수

22) 1유로=1,342.67원(2020.04.03., KEB 하나은행 매매기준율 적용)

23) 칩365(Chip365), 「Coca-Cola bringt neues Getränk auf den Markt: CHIP hat es bereits getestet.」, 2019.06.01

24) 프라우드마그(Proud MAG), 「VITAMIN WELL AWAKE DER NEUE KICK GEGEN DIE FRÜHJAHRSMÜDIGKEIT.」, 2018.04.11

25) 메커르(Merkur), 「Neuer Abnehm-Trend aus Amerika: So effektiv ist "Switchel" gegen Bauchfett.」, 2019.04.19

2. 독일 소비자 선호 건강 음료 '홍차 & 바이오네이드'

▶ 로네펠트(Ronnefeldt)로 유명한 독일의 홍차 섭취 문화

독일 농식품 매체에서 건강 음료와 관련하여 가장 많이 빈출된 '제품' 키워드는 '홍차(Black Tea)'와 '바이오네이드(Bionade)'임. 독일 현지에서 차 문화는 식음료 문화의 한 부분으로 자리잡고 있음. 독일의 1인당 차 소비량은 연평균 28리터(L)로 소비자들이 선호하는 차 종류는 '홍차(73%)'와 '녹차(27%)'로 확인됨²⁸⁾. 글로벌 3대 차 브랜드²⁹⁾ 중 로네펠트(Ronnefeldt) 역시 독일 기업임

독일 바이오네이드



브랜드 바이오네이드 (Bionade)

용량 330ml

단가 3.99유로 (약 5,357원)

자료 : 아마존(Amazon)

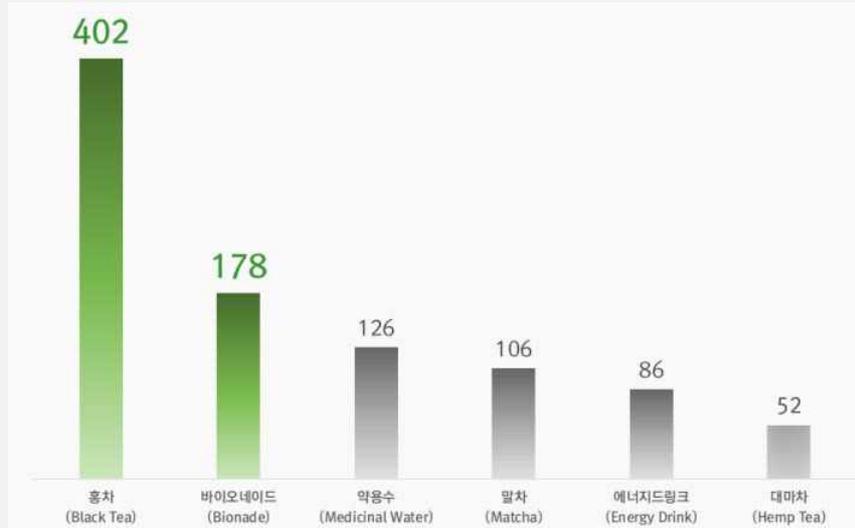
▶ 무알코올 유기농 발효음료 바이오네이드(Bionade) '시장 수요 급증'

홍차에 이어 빈출도가 높은 건강 음료 키워드는 '바이오네이드'임. '바이오네이드'는 독일 바이에른에서 생산된 '무알콜·유기농·발효·탄산 음료'로 2006년 기준 세계 판매량은 7,000만 병에 달하였으나, 이후 10년간 판매 부진과 감소를 거듭함. '바이오네이드'의 매출은 2018년 7%, 2019년 10% 성장하였으며, 이는 '유기농 제품'에 대한 수요 급증에 따라 성장한 것으로 확인됨³⁰⁾

▶ 독일 건강 음료 연관 주요 발생 '제품' 키워드

① 홍차(Black Tea) ② 바이오네이드(Bionade)

[표 2.5] 독일 농식품 매체 '건강 음료' 연관 발생 제품 키워드 수



자료 : 독일 농식품 매체 내 '음료' 관련 게시물 2,282건 분석
값 설명 : 해당 키워드 발생 건 수

28) 독일차협회(Teeverband), 「The german Tea Market」, 2018

29) 글로벌 3대 차 브랜드 : 영국 - 포트넘앤메이슨(Fortnum & Mason), 프랑스 - 마리아쥬프레르(Mariage Frères), 독일 - 로네펠트(Ronnefeldt)

30) 벨트(Welt), 「Die unerwartete Wiederauferstehung von Bionade」,

2020.02.07

3. 독일 정부, 청량음료 설탕 함량 20% 감소 정책 추진

- ▶ 독일 프리미엄 음료 업계 트렌드 '유기농, 수제, 원산지, 식물 추출물'
- ▶ '생강, 카다몬, 로즈마리' 등 식물 성분 추출 음료 관심 증가

독일 심라이즈(Symrise) 음료 사업부 마케팅 관리자 샬럿켄(Charlotte Kern)은 2019년 독일 음료 트렌드 중 하나로 '프리미엄 음료 시장'을 언급함. 해당 시장의 특징으로 '유기농 인증, 수제 음료, 전통이 있는 원산지' 등이 있으며, 이밖에 마테차 및 말차 등에 함유되는 생강·카다몬·로즈마리와 같은 식물 추출 성분에 대한 독일 소비자들의 관심은 증가할 것으로 예측함³¹⁾

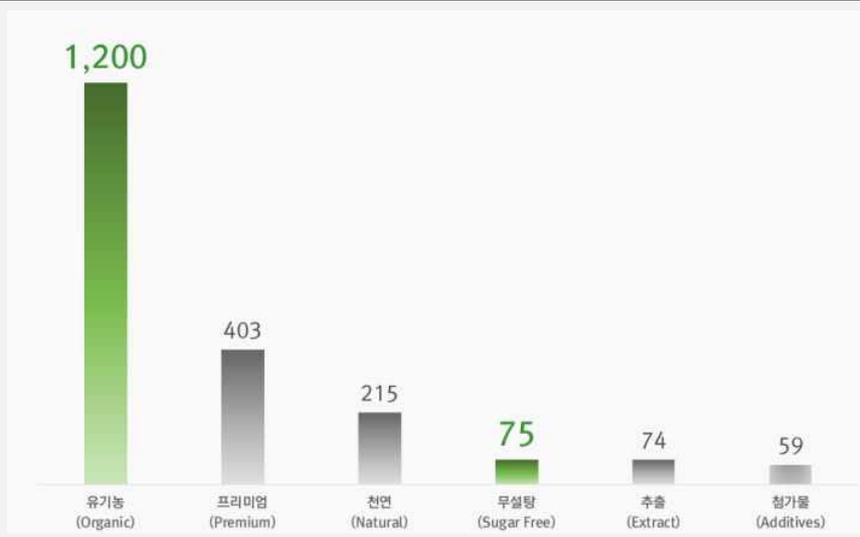
- ▶ 독일 언론 및 시민단체 '설탕세(Sugar Tax) 도입' 촉구
- ▶ 독일 정부, 청량음료 업계 대상 '설탕 함량 20% 감소 추진 정책' 수립

2020년 독일 음료 업계의 가장 큰 이슈 중 하나는 설탕세³²⁾와 저당(무당) 음료임. 독일 정부는 주변국인 '프랑스, 영국, 이탈리아'의 설탕세 정책 추진과 맞물려 2019년 1월 청량음료 제조업계를 대상으로 '설탕 함량 20% 감소' 지침을 발표함³³⁾

▶ 독일 건강 음료 연관 주요 발생 '특징' 키워드

- ① 유기농(Organic) ② 무설탕(Sugar Free)

[표 2.6] 독일 농식품 매체 '건강 음료' 연관 발생 특징 키워드 수



자료 : 독일 농식품 매체 내 '음료' 관련 게시물 2,282건 분석
 값 설명 : 해당 키워드 발생 건 수

31) 겐트랭크뉴스(GetrankeNews), 「Deutschland ist ein traditioneller Markt.」, 2019.09.04

32) 설탕세(Sugar Tax) - 설탕 함량별 세금을 부과하는 제도로 탄산음료 리터당 '50~100원' 내외의 세금을 부과하는 정책

33) 푸드내비게이터(Food Navigator), 「Germany calls for food manufacturers to voluntarily reduce sugar, fats, and salts.」, 2019.01.08

4. 전 세계 비건 식품 중 15%는 '독일이 원산지'

▶ 전 세계에서 비건(Vegan) 식품 중 15%는 독일에서 생산

독일 농식품 매체에서 건강 음료와 관련되어 가장 많이 빈출된 ‘소비자’ 키워드는 비건(Vegan)으로 나타남. 독일은 비건 관련 식품 최대 생산국으로, 글로벌 전체 비건 식품 생산량 중 15%는 독일에서 생산됨³⁴⁾ 독일을 제외한 비건 식품 주요 생산국으로는 영국(전체 비건 식품 생산량 중 14%), 미국(12%), 프랑스(4%), 스페인(4%) 등이 있음

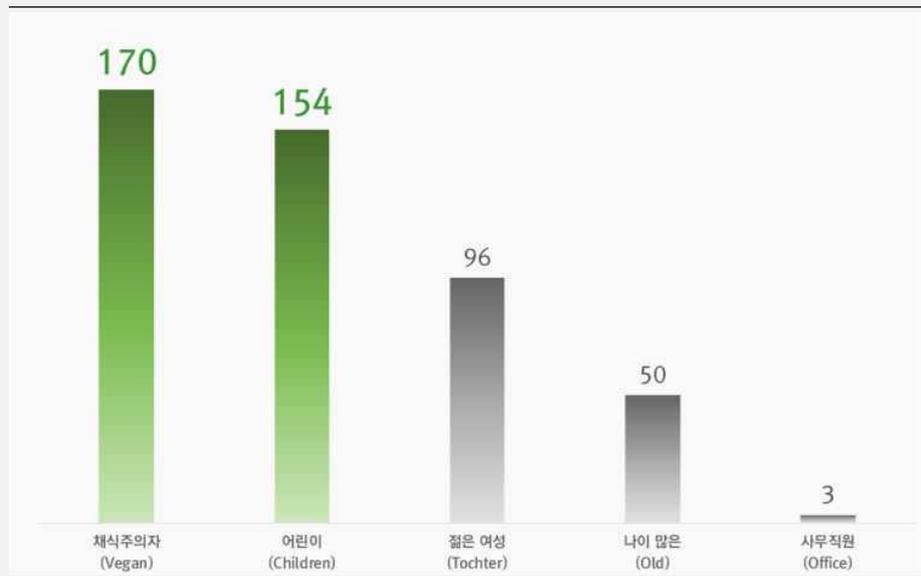
▶ 독일 언론, '어린이의 고카페인 및 고당 음료 섭취'에 대한 경고

설탕제와 더불어 최근 독일 시장에서 화제가 되고 있는 음료 이슈 중 하나는 어린이 및 청소년의 ‘고당·고카페인 에너지 음료’ 과다 섭취임. 현지 언론에서는 독일 내 어린이와 청소년 중 10%는 하루 1L 이상의 에너지 음료를 섭취한다고 보도하며, 이는 성장이 완벽하지 않은 어린 소비자의 사망으로도 이어질 수 있음을 경고함³⁵⁾

▶ 독일 건강 음료 연관 주요 발생 ‘소비자’ 키워드

- ① 채식주의자(Vegan) ② 어린이(Children)

[표 2.7] 독일 농식품 매체 ‘건강 음료’ 연관 발생 소비자 키워드 수



자료 : 독일 농식품 매체 내 ‘음료’ 관련 게시물 2,282건 분석
 값 설명 : 해당 키워드 발생 건 수

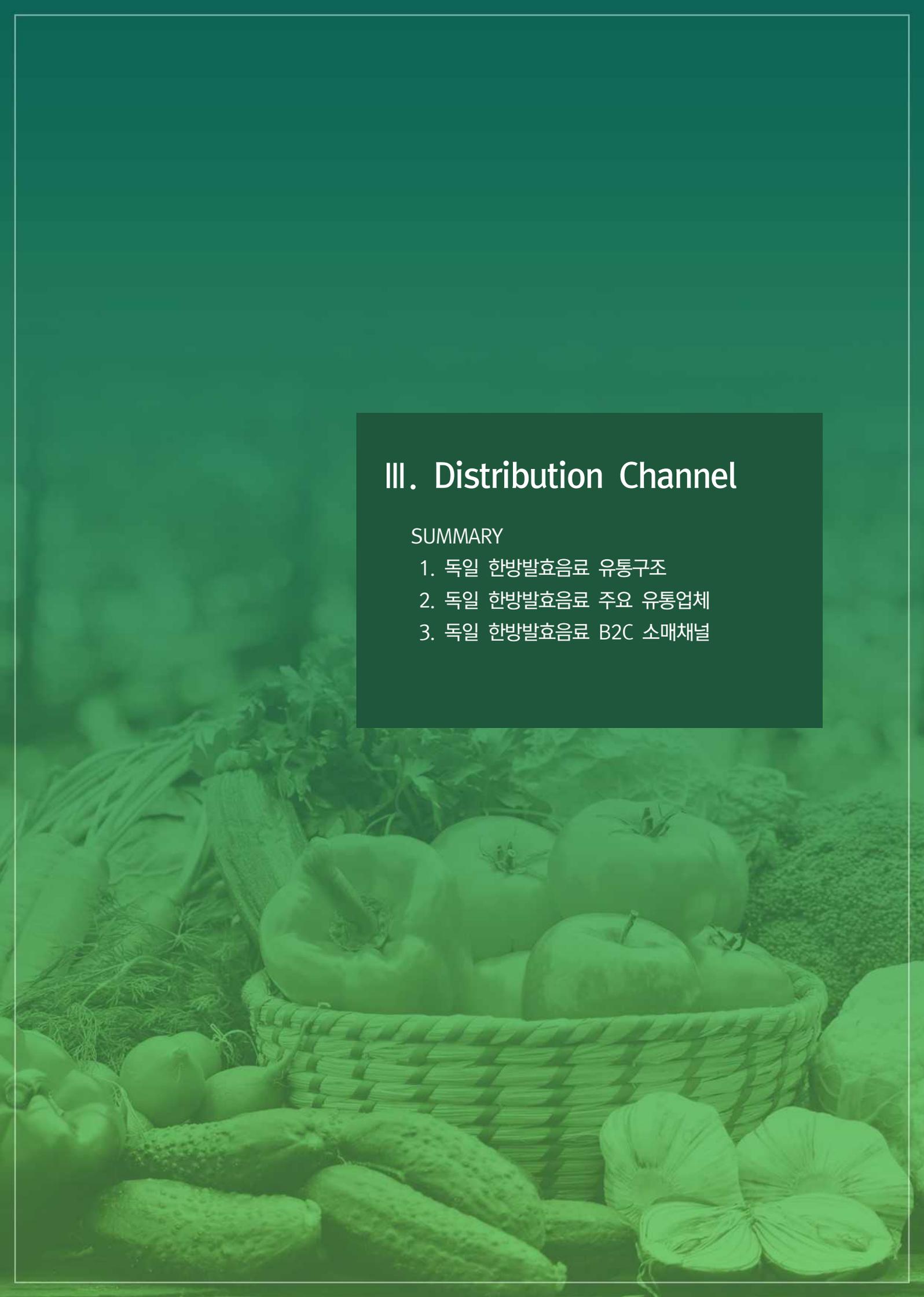
34) 민텔(Mintel), 「DEUTSCHLAND DOMINIERT WEITERHIN BEI VEGANEN PRODUKTEINFÜHRUNGEN」, 2018.06.30

35) 비알(BR), 「Energydrinks: Risiko für Kinder und Jugendliche」, 2019.11.26

III. Distribution Channel

SUMMARY

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



Distribution Channel

(유통채널)



독일 (GERMANY)

한방발효음료³⁶⁾ 유통채널 현황

채널 유형	채널 분류	점유율 ³⁷⁾	주요 채널 ³⁸⁾
B2C 소매 채널	하이퍼마켓 & 슈퍼마켓	42.7%	카우플란트(Kaufland), 레알(Real), 에데카(Edeka), 레베(Rewe), 마르크트카우프(Marktkauf), 파밀라(Famila)
	할인점	42.2%	알디(Aldi), 리들(Lidl), 네토(Netto), 페니(Penny), 노르마(Norma)
	개인 및 기타 식료품점 ³⁹⁾ 40)	8.8%	티게슈벤드너(Tea Gschwendner), 장터(Zhangto), 한독(Handok), 덴스비오마켓(Denns Bio Markt), 알나투라(Alnatura)
	편의점	4.0%	스파익스프레스(Spar Express)
	온라인	2.3%	아마존(Amazon), 오토(Otto), 잘란도(Zalando), 브링마에스터(Bringmeister)

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

36) '한방발효음료'의 세부 품목에 대한 유통채널 정보는 제품의 상위 카테고리인 '즉석 차 음료(RTD Tea)'의 정보로 확인함

37) 2019년 기준, 독일 내 '즉석 차 음료(RTD Tea)'의 유통채널 점유율임

38) 채널 분류에 따른 독일 내 주요 유통채널로 현지 기업 외 외국계 기업도 포함됨

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

40) 개인 식료품점의 경우, 유사제품이 확인된 차 전문점, 유기농 전문점, 아시안마트를 조사함

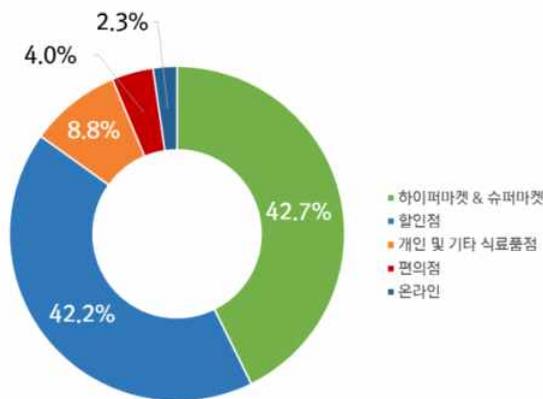
1. 독일 한방발효음료 유통구조

품목 구분 및 분류	
품목	한방발효음료
구분	한방발효음료
범주	즉석 차 음료 (RTD Tea)

▶ 독일 한방발효음료 주요 채널

‘하이퍼마켓 & 슈퍼마켓(42.7%), 할인점(42.2%), 개인 및 기타 식료품점(8.8%)’

[표 3.1] 독일 한방발효음료 유통채널별 점유율



자료: 유로모니터(Euromonitor)

[표 3.2] 독일 한방발효음료 유통채널 현황

채널 유형	한방발효음료 채널 분류		
	채널 유형	점유율	채널명
B2C 소매 채널	하이퍼마켓 & 슈퍼마켓	42.7%	카우플란트(Kaufland), 레알(Real), 에데카(Edeka), 레베(Rewe), 마르트카우프(Marktkauf), 파밀라(Famila)
	할인점	42.2%	알디(Aldi), 리들(Lidl), 네토(Netto), 페니(Penny), 노르마(Norma)
	개인 및 기타 식료품점	8.8%	티게슈벤드너(Tea Gschwendner), 장터(Zhangto), 한독(Handok), 덴스비오마켓(Denns Bio Markt), 알나투라(Alnatura)
	편의점	4.0%	스파익스프레스(Spar Express)
	온라인	2.3%	아마존(Amazon), 오토(Otto), 잘란도(Zalando), 브링마에스터(Bringmeister)

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

2. 독일 한방발효음료 주요 유통업체

▶ 하이퍼마켓 & 슈퍼마켓, 할인점이 대표적

개인 및 기타 식료품점에서 유사 제품 판매가 확인되어 조사 채널에 포함

[표 3.3] 독일 한방발효음료 취급 주요 유통업체

순번	기업명	기업구분	규모 (매출액 ⁴¹⁾ , 매장 수)	입점브랜드	유사제품 취급경험
1	티게슈벤드너 (Tea Gschwendner)	차 전문점	매장 수('18): 약 130개	티게슈벤드너 (Tea Gschwendner), 핏포펀(Fit For Fun)	0
2	알나투라 (Alnatura)	유기농 전문점	약 1,240만 달러 (약 158억 원)	알나투라(Alnatura), 차리티(Charitea)	0
3	덴스비오마켓 (Dennis Bio Markt)	유기농 전문점	약 12억 1,568만 달러 (약 1조 5,483억 원)	페어먼트(Fairment), 쿠마(Kuma), 요기티(Yogi Tea)	0
4	장터 (Zhangto)	아시안마트	매장 수('19): 1개	A사	0
5	한독 (Handok)	아시안마트	매장 수('19): 3개	A사, B사, C사	0

자료: 각 기업 홈페이지, 유로모니터(Euromonitor) 홈페이지

41) 1달러=1,273.60원 (2020.04.03., KEB 하나은행 매매기준을 적용)

순번	기업명	기업구분	규모 (매출액)	입점브랜드	유사제품 취급경험
6	레베 (Rewe)	하이퍼마켓 & 슈퍼마켓	약 483억 7,275만 달러 (약 61조 6,075억 원)	볼빅(Volvic), 비오네이드(Bionade), 차리티(ChariTea)	0
7	에데카 (Edeka)	하이퍼마켓 & 슈퍼마켓	약 594억 1,310만 달러 (약 75조 6,685억 원)	카르페디엠 (Carpe Diem), 볼빅(Volvic), 퓨즈티(Fuze Tea)	0
8	카우플란트 (Kaufland)	하이퍼마켓 & 슈퍼마켓	약 250억 2,837만 달러 (약 31조 8,761억 원)	페너(Pfanner), 애리조나(Arizona) 산테라(San Terra)	0
9	네토 (Netto)	할인점	약 147억 3,112만 달러 (약 18조 7,616억 원)	애리조나(Arizona), 볼빅(Volvic), 카르페디엠 (Carpe Diem)	0
10	리들 (Lidl)	할인점	약 827억 538만 달러 (약 105조 3,952억 원)	페너(Pfanner), 애리조나(Arizona) 솔레비타(Solevita)	0

자료: 각 기업 홈페이지, 유로모니터(Euromonitor 홈페이지)

3. 독일 한방발효음료 B2C 소매채널

1) 차 전문점



① 티게슈벤드너(Tea Gschwendner)

기업 기본 정보	기업명	티게슈벤드너(Tea Gschwendner)	
	홈페이지	www.teegschwendner.de	
	위치	노르트라인베스트팔렌(North Rhine-Westphalia)	
	규모	기타 규모	매장 수('18): 약 130개
기업 요약	<ul style="list-style-type: none"> - 1978년 설립 - 독일, 오스트리아, 미국, 룩셈부르크 등 7개국에서 매장 운영 - 300종류 이상의 차 판매 - 홈페이지 내 블로그에서 차에 대한 정보 제공 - 온라인몰 운영 중 		
기업 최근 이슈	<ul style="list-style-type: none"> - 2020년 일부 매장에서 배달 서비스 시작 - 2017년 그린 프랜차이즈 어워드(Green Franchise Award) 수상 		
유사제품 정보		제품명	아이스티홀룬더블뤼테 (Ice Tea Holunderblüte)
		종류	뎃나무꽃 아이스티
		용량	500ml
		원산지	독일

자료: 티게슈벤드너(Tea Gschwendner) 홈페이지
 사진 자료: 티게슈벤드너(Tea Gschwendner) 홈페이지

입점 및 협력 정보

입점 제품 특징	<ul style="list-style-type: none"> • 입점 가능 품목 <ul style="list-style-type: none"> - 식품: 차(茶)류, 스낵류 등 - 일반: 식기류, 차 액세서리류 등 • 선호제품 <ul style="list-style-type: none"> - 유기농 제품 - 고품질 제품 • 특이사항 <ul style="list-style-type: none"> - 선물세트 판매 - 한국 차 카테고리 내 제주 녹차 판매 중 - 판매되는 차 중 약 45.3%가 유기농 차 		
	등록 유형	<input checked="" type="checkbox"/> 직접 등록	<input type="checkbox"/> 벤더 등록
입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	유선 연락 또는 이메일을 통한 입점 문의 - 등록 시 필요한 일반적 정보 <ul style="list-style-type: none"> ① 공급자 정보 (공급자 이름, 주소, 연락 담당자, 전화번호 및 이메일 주소 등) ② 공급 제품 정보 (브랜드 이름, 제품 이름, 제품 사진, 판매 가격, 할인, 소비자가격 등) ③ 참고자료 (회사소개서, 카탈로그 등) 	
	특이사항	- 문의사항 연락처 이메일: service-gastro@teegschwendner.de 전화: +49-(0)22-25-921-40 팩스: +49-(0)22-25-921-420	

자료: 티게슈벤드너(Tea Gschwendner) 홈페이지, 유통채널 담당자와의 인터뷰

2) 유기농 전문점



① 알나투라(Alnatura)

기업 기본 정보	기업명	알나투라(Alnatura)		
	홈페이지	www.alnatura.de		
	위치	다름슈타트(Darmstadt)		
	규모	매출액('19)	약 1,240만 달러 (약 158억 원)	
		기타 규모	매장 수('18): 약 130개 직원 수('18): 약 2,950 명	
기업 요약	<ul style="list-style-type: none"> - 1987년 설립 - 독일과 스위스에서 매장 운영 - 약 1,200여개의 유기농 제품을 제조, 자사 슈퍼마켓과 에다카(Edeka) 등 파트너 유통채널을 통해 판매 			
기업 최근 이슈	<ul style="list-style-type: none"> - 2019년 스타른베르크(Starnberg) 지역에 신규 매장 오픈 - 2019년 싱(XING)⁴²⁾사로부터 뉴워크어워드(New Work Award)⁴³⁾ 수상 			
유사제품 정보		제품명	차리티그린 (Charitea Green)	
		종류	생강맛 녹차	
		용량	330ml	
		원산지	독일	

자료: 알나투라(Alnatura) 홈페이지, 이커머스디비(E-commerce DB) 홈페이지
사진 자료: 알나투라(Alnatura) 홈페이지

42) 온라인 비즈니스 네트워크 플랫폼 기업

43) 미래 지향적 사업 모델을 개발하는 회사에게 수여하는 상

입점 및 협력 정보

입점 제품 특징	<ul style="list-style-type: none"> • 입점 가능 품목 <ul style="list-style-type: none"> - 식품: 신선식품, 차(茶)류, 유제품, 소스류, 빵류, 냉동식품, 오일류, 견과류, 스낵류, 커피류, 이유식류 등 • 선호 제품 <ul style="list-style-type: none"> - 유기농 식품 • 특이사항 <ul style="list-style-type: none"> - 아시아 제품을 파는 카테고리가 따로 존재 	
	등록 유형	<input checked="" type="checkbox"/> 직접 등록 <input type="checkbox"/> 벤더 등록
입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	<ol style="list-style-type: none"> 1. 홈페이지를 통한 직접 등록 <ul style="list-style-type: none"> - 홈페이지 상단 메뉴에 ‘KONTAKT“ 클릭 - 홈페이지 기입 정보: <ul style="list-style-type: none"> 문의내용, 이름, 이메일, 연락처, 국가, 주소 등 2. 유선연락 또는 이메일을 통한 입점 문의 <ul style="list-style-type: none"> - 등록 시 필요한 일반적 정보 <ul style="list-style-type: none"> ① 공급자 정보 (공급자 이름, 주소, 연락 담당자, 전화번호 및 이메일 주소 등) ② 공급 제품 정보 (브랜드 이름, 제품 이름, 제품 사진, 판매 가격, 할인가, 소비자가격 등) ③ 참고자료 (회사소개서, 카탈로그 등)
	특이사항	<ul style="list-style-type: none"> - 문의사항 연락처 전화: +49-(0)6151-3566000 이메일: info@alnature.de

자료: 알나투라(Alnature) 홈페이지, 유통채널 담당자와의 인터뷰



② 덴스비오마켓(Bio Markt)

기업 기본 정보	기업명	덴스비오마켓(Dennis Bio Markt)	
	홈페이지	www.dennis-biomarkt.de	
	위치	토펜(Töpen)	
	규모	매출액(*18)	약 12억 1,568만 달러 (약 1조 5,483억 원)
기업 요약	기타 규모	매장 수(*18): 약 1,400개 직원 수(*18): 약 6,600명	
	<ul style="list-style-type: none"> - 2003년 설립 - 약 6,000개의 유기농 식품, 자연친화 화장품, 약품 등 판매 - 15년간 유기농 전문 리테일 채널 운영 - 지역 농가 직접 식품을 공급 - 홈페이지에서 다양한 레시피 정보를 제공 		
기업 최근 이슈	<ul style="list-style-type: none"> - 2019년 전년 대비 매출액 9.5% 증가 - 2019년 자회사 확장을 위하여 4,000만 유로⁴⁵⁾(약 537억 원) 투자 		
유사제품 정보		제품명	콤부차클래식 (Kombucha Klassik)
		종류	콤부차
		용량	330ml
		원산지	독일

자료: 덴스비오마켓(Dennis Bio Market) 홈페이지
 사진 자료: 덴스비오마켓(Dennis Bio Market) 홈페이지

45) 1유로=1,342.67원(2020.04.03., KEB 하나은행 매매기준율 적용)

입점 및 협력 정보

입점 제품 특징	<ul style="list-style-type: none"> • 입점 가능 품목 <ul style="list-style-type: none"> - 식품: 신선식품 유제품, 차(茶)류, 음료류, 빵류, 냉동식품, 와인류, 음료류 등 - 일반: 화장품, 의류 등 • 선호 제품 <ul style="list-style-type: none"> - 유기농 식품 • 특이사항 <ul style="list-style-type: none"> - 판매 중인 유기농 제품은 'EU유기농조항(EU Organic Regulation)' 충족 - 대부분의 유기농 제품들이 유기농 농업 조합의 품질 기준 충족 	
	<p>등록 유형</p> <p><input checked="" type="checkbox"/> 직접 등록 <input type="checkbox"/> 벤더 등록</p>	
입점 등록 절차	<p>등록 방법 및 등록 정보</p>	<p>1. 홈페이지를 통한 입점 문의</p> <ul style="list-style-type: none"> - 홈페이지 하단 왼쪽에 'Kontakt' 클릭 - 홈페이지 기입 정보: 문의지점, 문의내용, 이름, 주소, 이메일, 연락처 등 <p>2. 유선연락 또는 이메일을 통한 입점 문의</p> <ul style="list-style-type: none"> - 등록 시 필요한 일반적 정보 <ul style="list-style-type: none"> ① 공급자 정보 (공급자 이름, 주소, 연락 담당자, 전화번호 및 이메일 주소 등) ② 공급 제품 정보 (브랜드 이름, 제품 이름, 제품 사진, 판매 가격, 할인가, 소비자가격 등) ③ 참고자료 (회사소개서, 카탈로그 등)
	<p>특이사항</p>	<ul style="list-style-type: none"> - 문의사항 연락처 전화: +49-(0)9295-18-1818 (8:00 am - 6:00 pm) 이메일: info@denns.de

자료: 덴스비오마켓(Denns Bio Market) 홈페이지

3) 아시안마트



① 장터(Zhangto)

기업 기본 정보	기업명	장터(Zhangto)	
	홈페이지	bitly.kr/p6uF4qi3	
	위치	드레스덴(Dresden)	
	규모	기타 규모	매장 수('19): 1개
기업 요약	<ul style="list-style-type: none"> - 마트 내 간단한 식사를 할 수 있는 음식점을 함께 운영 - 구시가지에 위치해 접근성이 우수 - 한국산 제품 외에도 일본, 중국 식품 등 다양한 아시아 식품을 판매 - 자사 페이스북 페이지를 통해 신제품 입고 및 할인 정보 제공 		
			
기업 최근 이슈	<ul style="list-style-type: none"> - 2019년 8월 라면 품목 세일 및 SNS 이벤트 진행 - 2019년 비빔밥, 찹쌀떡 입고 - 2017년 일본산 닛토 입고 		
유사제품 정보		제품명	V라인 옥수수수염차
		종류	옥수수수염차
		용량	500ml
		원산지	한국

자료: 장터(Zhangto) 페이스북 페이지
 사진 자료: 장터(Zhangto) 페이스북 페이지

입점 및 협력 정보

입점 제품 특징	<ul style="list-style-type: none"> • 입점 가능 품목 <ul style="list-style-type: none"> - 식품: 곡물류, 신선식품, 차(茶)류, 면류, 시리얼, 소스류, 건강식품, 스낵류, 음료류, 유제품, 주류 등 • 특이사항 <ul style="list-style-type: none"> - 찹쌀떡, 껌배기 등 다양한 한국 스낵류 판매 - 한국 제품 외에도 15개 이상의 중국, 일본산 다양한 차 종류 판매 	
	등록 유형	<input checked="" type="checkbox"/> 직접 등록 <input type="checkbox"/> 벤더 등록
입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	이메일 또는 유선 연락을 통한 입점 문의 - 등록 시 필요한 일반적 정보 ① 공급자 정보 (공급자 이름, 주소, 연락 담당자, 전화번호 및 이메일 주소 등) ② 공급 제품 정보 (브랜드 이름, 제품 이름, 제품 사진, 판매 가격, 할인가, 소비자가격 등) ③ 참고자료 (회사소개서, 카탈로그 등)
	특이사항	- 문의사항 연락처 이메일: cwahn11@naver.com 전화: +49-(0)351-4841640

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



② 한독(Handok)

기업 기본 정보	기업명	한독(Handok)	
	홈페이지	handokmall.kr	
	위치	헤센(Hesse)	
	규모	기타 규모	매장 수('19): 2개
	기업 요약	<ul style="list-style-type: none"> - 온라인몰을 중심으로 운영 - 판매 중인 제품 포장 상태 우수, 소비자들이 선호 - 회원제 운영 - 독일 내 50유로 이상 구매 시 배송비 무료 서비스 제공 - 오버우어젤, 프랑크푸르트, 솔츠바흐에서 매장 운영 	
기업 최근 이슈	<ul style="list-style-type: none"> - 2020년 오버우어젤(Oberursel) 본점은 코로나19로 4월 13일까지 임시 휴업 - 2020년 온라인에서 100유로 이상 구매 시 5% 할인 프로모션 진행 - 2020년 솔츠바흐(Sulzbach) 3호점 폐쇄 		
유사제품 정보		제품명	블랙보리
		종류	보리차
		용량	520ml
		원산지	한국

자료: 한독(Handok) 홈페이지
 사진 자료: 한독(Handok) 홈페이지

입점 및 협력 정보

입점 제품 특징	<ul style="list-style-type: none"> • 입점 가능 품목 <ul style="list-style-type: none"> - 식품: 신선식품, 육류, 곡류, 김치, 반찬류, 즉석식품, 냉동식품, 스낵류, 캔디류, 차류, 장류 등 - 일반: 화장품, 주방용품, 가전제품, 욕실용품 등 • 특이사항 <ul style="list-style-type: none"> - 냉장, 냉동식품의 경우 5유로 추가비용 지불 시 익스프레스 배송 서비스 제공 - 타임세일 품목 제공하여 유통기한 임박한 제품을 저렴하게 판매 - 명절 선물세트 판매 - 내수용 제품 카테고리 보유 		
	등록 유형	<input checked="" type="checkbox"/> 직접 등록	<input type="checkbox"/> 벤더 등록
입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	이메일 또는 유선 연락을 통한 입점 문의 - 등록 시 필요한 일반적 정보 <ul style="list-style-type: none"> ① 공급자 정보 (공급자 이름, 주소, 연락 담당자, 전화번호 및 이메일 주소 등) ② 공급 제품 정보 (브랜드 이름, 제품 이름, 제품 사진, 판매 가격, 할인가, 소비자가격 등) ③ 참고자료 (회사소개서, 카탈로그 등) 	
	특이사항	- 문의사항 연락처 이메일: handokmall@gmail.com 전화: +49-(0)6196-5256910	

자료: 한독(Handok) 홈페이지, 유통채널 담당자와의 인터뷰

4) 하이퍼마켓 & 슈퍼마켓



① 레베(Rewe)

	기업명	레베(Rewe)	
	홈페이지	www.rewe.de	
	위치	퀸른(Cologne)	
	규모	매출액('18)	약 483억 7,275만 달러 (약 61조 6,075억 원)
기타 규모		매장 수('18): 약 3,300개	
기업 기본 정보	<ul style="list-style-type: none"> - 1926년 설립 - 레베(Rewe) 그룹의 자회사 - 레베, 레베시티(Rewe City), 레베센터(Rewe Center) 등 3가지 종류의 매장 운영 - 자사 유기농 브랜드 보유 		
기업 요약	<ul style="list-style-type: none"> - 상하이, 방콕, 홍콩 등 지역 구매 관리 본부를 통해 다양한 아시아 식품 수입 		
	 		
기업 최근 이슈	<ul style="list-style-type: none"> - 2019년 10월, 라임 및 아보카도 등 신선식품에 먹을 수 있는 코팅 포장지 사용 계획 발표 - 2019년 플라스틱 사용량 줄이기 캠페인 실시, 약 1,400개 제품의 포장을 재디자인 - 2019년 8월, 쾨니히스브론(Königsbronn)에 매장 오픈 		
유사제품 정보		제품명	볼빅바이오루이보스티 (Volvic Bio Rooibos Tee)
		종류	루이보스차
		중량	750ml
		원산지	프랑스

자료: 레베(Rewe) 홈페이지, 비즈니스인사이드(Businessinsider), 유로모니터(Euromonitor)
 사진 자료: 레베(Rewe) 홈페이지, 리테일디테일이유(Retaildetail.eu)

입점 및 협력 정보

<p>입점 제품 특징</p>	<ul style="list-style-type: none"> • 입점 가능 품목 <ul style="list-style-type: none"> - 식품: 신선식품, 면류, 차(茶)류, 유제품, 소스류, 음료류, 식용유, 주류 등 - 일반: 유아용품, 생활용품, 주방용품 등 • 선호제품 <ul style="list-style-type: none"> - 패키지 형태의 상품 - 유기농 제품 - 신선제품 • 선호제품 <ul style="list-style-type: none"> - 온라인 몰 내에서 제공되는 유기농 제품의 경우 유기농 마크가 표시되어 있음 	
<p>입점 등록 절차</p>	<p>등록 유형</p>	<p><input checked="" type="checkbox"/> 직접 등록 <input checked="" type="checkbox"/> 벤더 등록</p>
	<p>등록 방법 및 등록 정보</p>	<p>1. 유선 연락 또는 이메일 통한 입점 문의</p> <ul style="list-style-type: none"> - 구매부로 문의하여 'Invitation' 수신 후 회사 정보 기입 - 이메일로 입점 가능 여부 및 포탈 사용안내 회신 - 등록 시 필요한 일반적 정보 <ul style="list-style-type: none"> ① 공급자 정보 (공급자 이름, 주소, 연락 담당자, 전화번호 및 이메일 주소 등) ② 공급 제품 정보 (브랜드 이름, 제품 이름, 제품 사진, 판매 가격, 할인가, 소비자 가격 등) ③ 참고자료 (회사소개서, 카탈로그 등) <p>2. 로컬 에이전트를 통한 등록</p>
	<p>특이사항</p>	<ul style="list-style-type: none"> - 문의사항 연락처 이메일: support@supplier.rewe-group.com 전화: +49-(0)221-149-0
<p>벤더 리스트</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Orkidia (식품 브로커) <ul style="list-style-type: none"> - 홈페이지 : www.orkidia.eu - 전화번호 : +43-(0)732-300-515 / 이메일: info@orkidia.eu - 기업소개 : 레베를 포함한 다양한 유통업체 납품 및 판매 활동지원 	

자료: 레베(Rewe) 홈페이지, 울키디아(Orkidia) 홈페이지, 유통채널 담당자와의 인터뷰



② 에데카(Edeka)

기업 기본 정보	기업명	에데카(Edeka)		
	홈페이지	www.edeka.de		
	위치	함부르크(Hamburg)		
	규모	매출액('18)	약 594억 1,310만 달러 ⁴⁶⁾ (약 75조 6,685억 원)	
		기타 규모	직원 수('18): 약 37만 6,000명 ⁴⁷⁾	
기업 요약	<ul style="list-style-type: none"> - 에데카(Edeka) 그룹 자회사 - 에데카 마켓(Market), 센터(Center), 익스프레스(Express) 매장 형태로 운영 - 약 3,700개의 공급업체 보유, 각 매장별 현지 공급업체와 계약 체결 - 에데카24(EDEKA 24) 홈페이지를 통해 온라인 서비스 제공 - 독일 내 7개의 지역별 회사로 나누어 운영 			
				
기업 최근 이슈	<ul style="list-style-type: none"> - 2019년 11월 자체제작 글루텐 프리 유기농 파스타 제품 출시 - 2019년 8월 마이크로플라스틱프리(Mikro-Plastikfrei) 라벨을 제작하여 미세 플라스틱을 사용하지 않은 자체제작 화장품 제품에 부착 - 2019년 4월 기준 그룹 전체 매출액 전년 대비 2.4% 증가 			
유사제품 정보		제품명	콤부차클래식티드링크 (Kombucha Classic Tea Drink)	
		종류	콤부차	
		용량	1,000ml	
		원산지	오스트리아	

자료: 에데카(Edeka) 홈페이지

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

46) 에데카(Edeka) 그룹 통합 매출액

47) 에데카(Edeka) 그룹 통합 직원 수

입점 및 협력 정보

<p>입점 제품 특징</p>	<ul style="list-style-type: none"> • 입점 가능 품목 <ul style="list-style-type: none"> - 식품: 신선식품, 차(茶)류, 스낵류, 식용유, 주류, 음료류, 소스류 등 - 일반: 유아용품, 가전제품, 화장품, 가구용품, 잡화류 등 • 선호제품 <ul style="list-style-type: none"> - 유기농 제품 - 현지 제조업체의 제품 		
<p>입점 등록 절차</p>	<p>등록 유형</p>	<p><input checked="" type="checkbox"/> 직접 등록 <input checked="" type="checkbox"/> 벤더 등록</p>	
	<p>등록 방법 및 등록 정보</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. 홈페이지를 통한 입점 문의 <ul style="list-style-type: none"> - 홈페이지 왼쪽 하단에 'Kontakt' 클릭 - 홈페이지 기입 정보: <ul style="list-style-type: none"> 담당자명, 이메일 주소, 연락처 등 2. 유선연락 또는 이메일을 통한 문의 <ul style="list-style-type: none"> 등록 시 필요한 일반적 정보 <ol style="list-style-type: none"> ① 공급자 정보 (공급자 이름, 주소, 연락 담당자, 전화번호 및 이메일 주소 등) ② 공급 제품 정보 (브랜드 이름, 제품 이름, 제품 사진, 판매 가격, 할인가, 소비자 가격 등) ③ 참고자료 (회사소개서, 카탈로그 등) 	
	<p>특이사항</p>	<ul style="list-style-type: none"> - 중앙구매부서가 존재하지 않으며 각 지역 지사가 자체적으로 판매 제품군 결정 (verbund.edeka/edeka-regionen) - 문의사항 연락처 이메일: info@edeka.de 전화: +49-(0)49-40-63-77-0 	
<p>벤더 리스트</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Orkidia (식품 브로커) <ul style="list-style-type: none"> - 홈페이지 : www.orkidia.eu - 전화번호 : +43-(0)732-300-515 / 이메일: info@orkidia.eu - 기업소개 : 에데카를 포함한 다양한 유통업체 납품 및 판매 활동지원 		

자료: 에데카(Edeka) 홈페이지, 올키디아(Orkidia) 홈페이지, 유통채널 담당자와의 인터뷰



③ 카우플란트(Kaufland)

기업 기본 정보	기업명	카우플란트(Kaufland)	
	홈페이지	www.kaufland.de	
	위치	네카르줄름(Neckarsulm)	
	규모	매출액('18)	약 250억 2,837만 달러 (약 30조 9,751억 원)
기업 요약	기타 규모	매장 수('18): 약 660개	
	- 1984년 설립 - 슈바르츠 그룹(Schwarz Gruppe) ⁴⁸ 의 자회사 - 제품 판매 외에도 항공권 예약, 이동 통신 서비스 등 다양한 서비스 제공 - 폴란드, 체코, 루마니아, 슬로바키아, 불가리아, 크로아티아 등 9개 국가에서 매장 운영		
기업 최근 이슈		- 2019년 11월 비건 신제품인 '미라클핵(Miracle Hack)'과 '미라클버거(Miracle Burger)' 런칭 - 2019년 3월 약 3억 704만 달러(약 3,910억 원)를 투자하여 호주 시장 진출 계획 발표	
유사제품 정보		제품명	퓨어티바이오화이자티 (Pure Tea Bio Weißer Tee)
		종류	덧나무꽃차
		용량	1,000ml
		원산지	오스트리아

자료: 카우플란트(Kaufland) 홈페이지, 바벨(Wabel), 아이지디리테일어날리시스(IGD Retailanalysis), 도이체벨레(Deutsche Welle), 로이터(Reuter), 저스트푸드(Justfood), 루르24(Ruhr24), 텔러리포트(Teller Report), 유로모니터(Euromonitor)
 사진 자료: 카우플란트(Kaufland) 홈페이지, 비즈니스리뷰(Business-review), 셔터스톡(Shutterstock)

48) 매출액 기준 세계 4대 유통 기업으로 카우플란트(Kaufland), 리들(Lidl)을 운영

입점 및 협력 정보

입점 제품 특징	<ul style="list-style-type: none"> • 입점 가능 품목 <ul style="list-style-type: none"> - 식품: 신선식품, 냉동식품, 즉석식품, 스낵류, 차(茶)류, 건강기능식품, 주류, 음료류, 유제품 등 - 일반: 의류, 자동차용품, 레저용품, 사무용품, 생활용품 등 • 특이사항 <ul style="list-style-type: none"> - 수입식품을 취급하고 있으나 유럽산 수입제품이 다수 - 수입제품 대비 독일산 제품이 다수 판매 	
	<p>등록 유형</p> <p><input checked="" type="checkbox"/> 직접 등록 <input type="checkbox"/> 벤더 등록</p>	
입점 등록 절차	<p>등록 방법 및 등록 정보</p>	<p>유럽 서플라이체인이니셔티브(Supply Chain Initiative, SCI) 홈페이지를 통한 등록 (www.supplychaininitiative.eu)</p> <ul style="list-style-type: none"> - 필요 정보 기입하여 홈페이지 가입 - 가입 의도 서류 작성한 후 정식 등록 진행 (supplychaininitiative.eu/sign-up-our-initiative) - 등록 정보 <ol style="list-style-type: none"> ① 공급자 정보 (회사이름, 주소, 온라인사이트, 규모, 비즈니스 부문, 유럽 법인 등) 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)
	<p>특이사항</p>	<ul style="list-style-type: none"> - 가입 의도를 밝힌 기업에 한하여 다음 프로세스 진행 가능 - 가입 의도 작성 서류를 다운로드 후 사무국으로 전달 (가입 의도 서류: supplychaininitiative.eu/letter-intent) (사무국 전달: supplychaininitiative.eu/it/contact)

자료: 카우플란트(Kaufland) 홈페이지, 유통채널 담당자와의 인터뷰

5) 할인점



① 네토(Netto)

기업 기본 정보	기업명	네토(Netto)		
	홈페이지	www.netto-online.de		
	위치	레겐스부르크(Regensburg)		
	규모	매출액('18)	약 147억 3,112만 달러 (약 18조 7,616억 원)	
		기타규모	매장 수('18): 4,260개 직원 수('18): 7만 6,700명	
기업 요약	<ul style="list-style-type: none"> - 1984년 설립 - 에데카(Edeka) 계열 자회사 - 독일 3대 할인 판매점 중 하나로 약 5,000개 이상의 제품을 판매 - 온라인 쇼핑 사이트 운영 - 신선 제품군에 주력 - 한 주 평균 2,100만 명 고객들이 매장 방문 - 유기농 브랜드 포함한 자체제작 브랜드 5개 보유 			
		 		
기업 최근 이슈	<ul style="list-style-type: none"> - 2019년 11월 빈터바흐(Winterbach) 지점 매장 개장 - 2019년 10월 온라인 물에서 제공하는 제품 품목 수 2,000개로 확대 - 2019년 3년 연속 베스트와인트레이더(Best Wine Trader)로 선정 			
유사제품 정보		제품명	애리조나그린티워드진생앤하니 (Arizona Green Tea With Ginseng AND Honey)	
		종류	녹차꿀홍삼차	
		용량	680ml	
		원산지	미국	

자료: 네토(Netto) 홈페이지, 스탯스타(Statista), 비즈니스인사이드(Business Insider), 에데카(Edeka) 홈페이지
 사진 자료: 네토(Netto) 홈페이지, 슈퍼마켓인사이드(Supermarket-inside)

입점 및 협력 정보

입점 제품 특징	입점 가능 품목 - 식품: 차(茶)류 즉석식품, 식용유, 소스류, 주류, 음료류, 신선식품, 소스류 등 - 일반: 생활용품, 유아용품, 패션용품, 화장품, 가구류 등 • 선호제품 - 가격 경쟁력을 갖춘 제품 - 현지 공급업체 제품 • 특이사항 - 다양한 와인 종류 보유		
	등록 유형	<input checked="" type="checkbox"/> 직접 등록	<input type="checkbox"/> 벤더 등록
입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	1. 홈페이지를 통한 직접 문의 - 홈페이지 오른쪽 상단에 ‘Kontakt“ 클릭 - 온라인몰 문의 혹은 지점 문의 선택 - 홈페이지 기입 정보: 이름, 주소, 이메일, 연락처, 첨부파일 등 2. 유선연락 또는 이메일을 통한 문의 등록 시 필요한 일반적 정보 ① 공급자 정보 (공급자 이름, 주소, 연락 담당자, 전화번호 및 이메일 주소 등) ② 공급 제품 정보 (브랜드 이름, 제품 이름, 제품 사진, 판매 가격, 할인가, 소비자 가격 등) ③ 참고자료 (회사소개서, 카탈로그 등)	
	특이사항	- 문의사항 연락처 이메일: info@netto-online.de 전화: +49-(0)800-200-00-15	

자료: 네토(Netto) 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 ⁴⁹⁾ (약 105조 3,952억 원)
기업 요약	기타 규모	매장 수('18): 약 3,300개	
	- 1973년 첫 매장 오픈 - 유럽 국가 포함한 총 29개국에 진출하여 약 1만 800개의 매장 운영 - 슈바르츠 그룹의 자회사 - 온라인 쇼핑사이트를 운영하여 배송 서비스를 제공 (식료품은 온라인 배송 서비스를 제공하지 않음)		
기업 최근 이슈	- 2019년, 리테일어워즈(Retailer Awards) 수상 및 탑온라인샵(Top Online Shop)으로 선정 - 2019년, 리들의 차 브랜드인 로드넬슨(Lord Nelson)에서 발암물질이 검출, 해당 제품 전량 판매 중단 - 2019년 5월 독일 멤버십 어플리케이션 리들플러스(Lidl Plus) 개시 - 2017년 미국에 성공적으로 진출, 2020년 25개 신규 매장 오픈 계획 보유		
	유사제품 정보		제품명
종류			녹차
용량			1,000ml
원산지			독일

자료: 리들(Lidl) 홈페이지, 로이터(Reuters), 인터내셔널슈퍼마켓뉴스매거진(ISN Magazine)
 사진 자료: 리들(Lidl) 홈페이지, 슈퍼마켓뉴스(Supermarketnews) 홈페이지

49) 독일, 유럽, 미국에 위치한 모든 매장을 포함한 수치

입점 및 협력 정보

입점 제품 특징	<ul style="list-style-type: none"> • 입점 가능 품목 <ul style="list-style-type: none"> - 식품: 신선식품, 차(茶)류, 스낵류, 식용유, 주류, 음료류, 건강식품, 소스류 등 - 일반: 생활용품, 유아용품, 가전제품, 화장품, 가구류, 의류, 잡화류 등 • 선호제품 <ul style="list-style-type: none"> - 유기농 제품 • 특이사항 <ul style="list-style-type: none"> - 식료품 가격이 타 유통채널 대비 저렴한 편임 	
	등록 유형	<input checked="" type="checkbox"/> 직접 등록 <input type="checkbox"/> 벤더 등록
입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	1. 홈페이지를 통한 입점 문의 <ul style="list-style-type: none"> - 홈페이지 상단 메뉴 'Service & Hilfe' 클릭 - 'Kontakt' 클릭하여 필요 정보 기입 후 제출 - 홈페이지 기입 정보 : 담당자명, 이메일 주소, 전화번호, 첨부파일 등 2. 유선연락 또는 이메일을 통한 문의 등록 시 필요한 일반적 정보 <ul style="list-style-type: none"> ① 공급자 정보 (공급자 이름, 주소, 연락 담당자, 전화번호 및 이메일 주소 등) ② 공급 제품 정보 (브랜드 이름, 제품 이름, 제품 사진, 판매 가격, 할인가, 소비자 가격 등) ③ 참고자료 (회사소개서, 카탈로그 등)
	등록 조건	- 온라인 몰 입점과 매장 입점 중 선택
	특이사항	- 문의사항 연락처 이메일: kontakt@lidl.de 전화: +49-(0)800-43-53-361

자료: 리들(Lidl) 홈페이지, 유통채널 담당자와의 인터뷰

IV. Customs·Quarantine

SUMMARY

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

Customs · Quarantine

(통관 및 검역)

■ 통관/검역 일반사항 | ■ 통관/검역 주의사항

구분	내용	참조처
Step 01. 인증 취득	<ul style="list-style-type: none"> • 일반가공식품 강제 인증 無 - 식품 수출을 위해 인증 획득 불필요 	(*) 유럽연합 집행위원회 - Regulation (EC) 852/2004 (식품 위생에 관한 법률) - 문의처 : ec.europa.eu
Step 02. 사전 심사	<ul style="list-style-type: none"> • 일반가공식품 사전 심사 無 • 식품 분류 확인을 위한 BTI 신청 가능 - 수출 제품에 대한 분류 확인 절차 	(*) 유럽연합 집행위원회 - (EU) 2016/341 - 문의처 : ec.europa.eu
Step 03. 업체·제품 등록	<ul style="list-style-type: none"> • 수출입업자 세관 등록 - 현지에서 직접 통관을 수행하는 경우 수출업자 세관등록(EORI) 필요 • 공인경제운영자 - 해당하는 경우 통관 원활화를 위해 등록 가능 	(*) 유럽연합 집행위원회 - (EC) 648/2005 (공동체관세법 및 시행 조항) - 문의처 : ec.europa.eu
Step 04. 라벨 심의	<ul style="list-style-type: none"> • 일반가공식품(현지) 라벨 표기사항 - 제품명, 중량, 제조일자, 유통기한, 보관 방법, 제조자 정보, 원산지 등 - 별도 심의 사항 없음 • 알레르기 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	<ul style="list-style-type: none"> • 일반 서류 • 원산지증명서 - 원산지 신고문안으로 작성하나, 필요에 따라 인증수출자 자격 획득 필요 	(*) 독일 연방관세청 - 문의처 : zoll.de (*) 한국 관세청 - 문의처 : www.customs.go.kr
Step 06. 선적 및 운송	<ul style="list-style-type: none"> • 포워딩 업체 협의 	(-)
Step 07. 통관 신고	<ul style="list-style-type: none"> • 수입 신고 - 전자 또는 서면으로 신고 - 수입신고서(SAD), 상업송장 등 	(*) 독일 연방관세청 - 문의처 : zoll.de
Step 08. 세금 납부	<ul style="list-style-type: none"> • 통관, 검역, 검사, 부두 사용료 등 • 관세율 0% • 부가가치세 7 - 19% 	(*) 독일 연방관세청 - 문의처 : zoll.de
Step 09. 검역 심사	<ul style="list-style-type: none"> • 서류 심사 및 검사 진행 	(*) 독일 연방관세청 - 문의처 : zoll.de

1. 독일 한방발효음료 인증 취득

인증 취득

독일로 제품 수출 시,
필요하거나 선택 가능한
인증 정보 제공

한방발효음료

한방발효음료 품목은
일반가공식품으로 분류하여
해당하는 정보를 제공함

▶ 독일 수입 식품 대상 ‘강제 인증 無’

독일로 식품 수출 시 반드시 취득해야하는 강제 인증은 없는 것으로 확인됨. EU 차원에서도 별도의 식품 인증을 강제하고 있지 않음. 다만, 수출 시 식품 생산 과정에 대한 위생 관리 계획과 관련 정보를 제출해야 함. 이러한 위생 관리 기준은 국제적인 기준인 HACCP을 따르도록 규정하고 있음. HACCP 인증 취득 의무를 필수로 부과하고 있지는 않으나 그 기준에 준하는 수준에서의 위생 요건을 요구함. ISO 22000 등 기타 인증도 HACCP의 기준을 포함하는 위생 관리 인증을 부여하고 있어, 독일을 포함한 EU 역내로 식품 수출 시 위생 요건 충족을 위한 서류로 제출할 수 있음

[표 4.1] 독일 식품 인증 취득

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

자료 : 각 인증기관

▶ **한국 유기농 인증 독일 시장에서 ‘동일하게 적용 가능’**

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

[표 4.3] 한국 유기농인증 상호동등성협정 정보

인증명	발급 기관	정보	인증 마크
EU Organic	유럽연합 집행위원회 지정 인증기관	95% 이상 유기농 원료를 사용해야함	
동등성 인정 요건			
a. 한국(또는 유럽연합)의 규정에 따라 유기농 인증을 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 구입국의 규정을 적용			
독일 수입 요건			
a. 검사증명서(Certificate of Inspection) 제출 - EU Trace(Trade Control and Expert System)을 통해 증명서 제출 - 검사증명서는 유기농 인증을 획득한 국내 인증기관을 통해 발급			
라벨 사용			
- 라벨에 대한 표시사항은 EU의 유기농 인증 표시 규정을 따를 것 - 로고의 크기는 13.5mm*9mm보다 커야 하나, 패키지가 작은 경우 9mm*6mm의 사이즈로 표기 가능함 - 로고의 색상은 초록색 바탕에 흰색 문양으로 작성되어야 하나, 단일 색상으로 인쇄된 경우에만 색상 변경 허용 - 다른 어떠한 경우에도 로고의 형태, 디자인 등에 대한 변경은 불가능			

자료 : 유럽연합 집행위원회(EC), 국립농산물품질관리원

2. 독일 한방발효음료 사전 심사

사전 심사

독일로 제품 수출 시,
품목에 대한 사전 규제
심사제도 정보 제공

한방발효음료

한방발효음료 품목은
일반가공식품으로 분류하여
해당하는 정보를 제공함

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

품목분류 사전심사제도(Binding Tariff Information, BTI)란 EU로 제품을 수입하기 전 제품의 품목 구분을 통해 HS CODE를 부여하여 관세율과 필요 인증에 대한 요구사항을 확인하기 위한 사전 절차임. EU 국가 중 수출을 진행하고자 하는 국가 또는 현지에 사무실을 두고 있는 경우 해당 지역의 담당 세관을 통해 신청할 수 있음. 사전 심사는 수출을 진행하는 과정에서 필수적인 심사는 아니며, 수입 품목의 명확한 분류로 원활한 통관 진행을 돕기 위한 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) - 제품이 여러 개인 경우 제품 타입별로 각각 신청 - 이미지, 샘플(가능한 경우)을 포함한 자세한 제품 정보 기재 - 제공되는 정보는 정확하고 완전한 정보일 것
비용	무료(번역, 전문가 자문 등이 진행되는 경우 해당 비용은 신청자에 청구)

자료 : 유럽연합 집행위원회(EC)

3. 독일 한방발효음료 업체·제품 등록

업체·제품 등록

독일로 제품 수출 시, 요구되는 업체 또는 제품 등록제도 정보 제공

한방발효음료

한방발효음료 품목은 일반가공식품으로 분류하여 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(Economic Operators Registration and Identification, EORI)이란 EU 역내로 제품을 수출 혹은 수입하고자 하는 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. 등록번호는 EU 역내에서 공통적으로 사용됨

공인경제운영자(Authorized Economic Operator, AEO) 제도는 인증 기업들에 대한 통관 절차를 간소화시키기 위해 사용되는 사전 등록 절차로, AEOC, AEOS 두 가지 인증으로 구분됨. 한국 관세청에서 ‘수출입안전관리 우수공인업체’라는 명칭으로 운영되고 있으나, EU와 상호인정약정(MRA)이 체결되지 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 진행될 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) 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 한방발효음료 라벨 심의

▶ 독일 라벨 규정

[표 4.7] 독일 라벨 관리 규정

● 라벨 심의	● 한방발효음료	라벨 표기사항 (항목)	라벨 표기사항 (가이드)
독일로 제품 수출 시, 요구되는 제품에 대한 라벨 규정 정보 제공	한방발효음료 품목은 일반가공식품으로 분류하여 해당하는 정보를 제공함	적용 규제	EU Regulation No.1169/2011
		세부 규정	Ibid Article 9, The Food Information Regulations 2014
		세부 내용	<ul style="list-style-type: none"> · 제품명 · 성분(중량의 내림차순으로 기재) 알레르기 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 최소보존일(use by) · 보관조건 및/또는 사용조건 · 제조회사명과 주소 또는 EU 내 수입업체명과 주소 · 원산지(육류의 경우, 가축의 사육지와 도축장소) · 사용방법(제품 사용이 어려울 경우 기재) · 알코올 도수(1.2% 이상의 알코올 음료에 해당) · 영양성분
			<ul style="list-style-type: none"> 표기 언어 : 독일어로 표기되어야 하며, 여러 언어의 병기도 가능 스티커 형태의 라벨 부착 가능 글자 크기 : 의무사항 글자크기는 최소 1.2mm이어야 함 단, 제품 면적이 80cm² 미만인 경우 글자크기는 최소 0.9mm 이상이어야 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 순수량 : 리터(l), 센티리터(cl), 밀리리터(ml), 킬로그램(kg), 그램(g)을 포함하여 적절한 단위와 함께 표기 (음료는 순용량으로 표기) 원료명 : 완제품의 5%이상 원료에 한해 순중량순으로 기재. 2% 이하 성분은 뒤쪽에 표기. 백분율로 표기 유통기한 : 섭취기한: Best before, Best before end와 같은 문구와 함께 '일, 월, 연도' 기재 최소보존일: Use by와 같은 문구와 함께 '일,월,연도' 기재 원산지 : 원산지 국가명 또는 지역명 표기

자료 : EU법령포털 (EUR-LEX)

세부 내용	라벨 표기사항 (가이드)	기타 표시	사용방법, 알코올 도수(소수점 첫째자리까지), 영양성분,
		성분표	열량, 지방, 탄수화물, 설탕, 단백질, 소금 등 100그램(g)/100밀리리터(ml)당 기준
		알레르기 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)
		라벨 표기사항 (가이드)	영양성분은 ‘그램(g)’ 또는 ‘밀리그램(mg)’의 단위로 완제품의 100g당 기준으로 표기할 것
		라벨 표기사항 (가이드)	칼로리는 KJ와 100g당 Kcal로 표시할 것
		라벨 표기사항 (가이드)	제품의 패키지는 모든 제품을 커버할 수 있도록 포장되어 있을 것
		건강기능식품 표시 사항	벌크 제품의 경우 소비자가 제품의 영양성분의 성격을 명확히 알아볼 수 있도록 제품 패키지 바깥면에 표기할 것 상하기 쉬운 제품의 경우 유통기한을 명확히 알아볼 수 있도록 표기할 것 예방적인 효과나 치유력이 있다는 형태의 내용은 표기 불가 건강 증진에 관한 라벨 문구의 경우 EU에서 사전에 허가 받아 등록된 문구를 사용할 수 있으며 정확한 과학적 기반 하에서 기재할 것

자료 : EU법령포털 (EUR-LEX), 미국 농무부 해외식품서비스(USDA FAS)

▶ 독일 한방발효음료 라벨 샘플



[앞면 라벨링]



[뒷면 라벨링]

앞면(영어)

- ① 브랜드명 : Carpe Diem
- ② 제품명 : KOMBUCHA
Tea Drink Classic

앞면(국문)

- ① 브랜드명 : 카르페디엠
- ② 제품명 : 콤부차 차 음료 클래식

뒷면(독일어)

- ① 회사소개 : Eigentlich wollten wir nur Tee machen. Aber dann wurde irgendwie mehr daraus: Teegetränke, die nicht nur voller besonderer Zutaten stecken, sondern auch leicht prickelnd und erfrischend sind. Oder eben: Tee. Sehr, sehr anders. Carpe Diem Premium Tea Drinks.
- ② 제품설명 : Kombucha-Schorle mit frischem Quellwasser.
Karbonisiertes Teegetränk mit Cranberrysaft, fermentiert, wärmebehandelt, kalorienarm.
- ③ 원료 : Aufguss aus Kräutertee (Wasser und Kräutermischung), Cranberrysaft, Rübenzucker, Mehrfruchtsaftkonzentrat (Aronia, Apfel, Holunderbeere, Zitrone, Acerola),

뒷면(국문)

- ① 회사소개 : 처음에는 일반적인 차를 만들고자 했습니다. 하지만 더 나아가, 특별한 원료를 가득 담아 상쾌하고 톡 쓰는 차를 개발했습니다. 일반 차가 아닙니다. 카르페디엠만의 특별한 프리미엄 차 제품입니다.
- ② 제품설명 : 신선한 샘플이 더해진 콤부차 스프릿츠입니다. 크랜베리 주스가 들어있는 탄산 차 제품이며, 고온처리와 발효를 거친 저칼로리 음료입니다.
- ③ 원료 : 허브티 인퓨전(물과 혼합 허브류), 크랜베리 주스, 비트당, 혼합과일주스 농축액(아로니아, 사과, 엘더베리, 레몬, 아세로라), 탄산, 콤부차 배양균 및 젖산균 보존료 무첨가

Kohlensäure, Kombucha-Kulturen und Lactobazillen. Ohne Konservierungsstoffe.

④ 영양성분표

100ml des Produktes enthält durchschnittlich	
Energie	80kj(19kcal)
Fett	<0,1 g
davon gesättigte Fettsäuren	
Kohlenhydrate	4,4g
davon Zucker	4,4g
Eiweiß	0,1 g
Salz	0,008 g

Enthält nur Zutaten 100% natürlicher Herkunft. Geöffnet gekühlt 3 Tage haltbar. Es kann sich eine Trübung am Boden bilden. Mindestens haltbar bis: siehe Flaschenhals.

⑤ 제조업체 : Rauch Fruchtsäfte GmbH & Co OG
Langgasse 1, A-6830 Rankweil, Austria

④ 영양성분표

100ml당 평균 성분 함량	
에너지	80kj(19kcal)
지방	<0,1 g
- 포화지방산	
탄수화물	4,4g
- 당류	4,4g
단백질	0,1 g
나트륨	0,008 g

100% 천연 원료에서 추출한 재료를 사용해 만들었습니다. 제품 개봉 후 3일 동안 냉장 보관하실 수 있습니다. 제품 바닥부터 탁해지는 현상이 있을 수 있습니다.

유통기한은 제품의 목 부분을 확인하십시오.

⑤ 제조업체 : Rauch Fruchtsäfte GmbH & Co OG

Langgasse 1, A-6830 Rankweil, 오스트리아

5. 독일 한방발효음료 서류 준비

서류 준비

독일로 제품 수출 시, 통관 과정에서 요구되는 서류 정보 제공

한방발효음료

한방발효음료 품목은 일반가공식품으로 분류하여 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 요구하는 일반 서류와 기타 수입 위생에 관하여 품목별로 요구하는 필수 서류를 구비하여 제출하게 됨. EU로 수입되는 모든 물품의 경우 물품이 도착항에 도착하기 이전에 사전 물품 신고 절차인 '적하목록 사전제출(Entry Summary Declaration, ENS)' 서류를 제출해야 함

원산지증명의 경우 수출자가 상업송장, 인도증서 또는 상업서류에 원산지 신고문안을 기재함으로써 원산지 신고서를 작성할 수 있음. 그러나 EU 역내로 6,000유로(약 806만 원⁵⁰⁾ 이상의 물품을 수출하는 경우 원산지 인증수출자 자격을 획득하여야 원산지 증명을 통한 협정관세를 적용 받을 수 있음. 해당 자격의 경우 한국 관세청을 통해서 신청 가능함

[표 4.8] 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

50) 1유로=1,342.67원(2020.04.03., KEB 하나은행 매매기준율 적용)

6. 독일 한방발효음료 세금 납부

세금 납부

독일로 제품 수출 시,
통관 과정에서 요구되는
세금 정보 제공

한방발효음료

한방발효음료 품목은
일반가공식품으로 분류하여
해당하는 정보를 제공함

- ▶ 독일 한방발효음료 HS-CODE 2202.99.1919, 관세율 0% 적용
- ▶ 한국-EU FTA 발효로 협정세율 적용

한방발효음료는 독일에서 수입 시 HS-CODE 2202(설탕이나 그 밖의 감미료 또는 맛이나 향을 첨가한 물(광천수와 탄산수를 포함한다)과 그 밖의 알코올을 함유하지 않은 음료)의 2202.99.1919(기타) 세번이 적용됨.⁵¹⁾ 독일 수출 시 기본 세율은 9.6%이나, 한국산 제품의 경우 2015년 12월 13일 발효된 한-EU FTA 협정으로 인해 0%의 세율을 적용받음. 관세 외에도 부가가치세(VAT)를 납부해야 하며 규정에 따라 7%-19%의 세율을 적용 받음

- 수입 서류 심사비용 : 없음
- 수입 서류 심사 기간 : 1시간
- 통관 비용 : 없음
- 통관에 걸리는 시간 : 0시간

[표 4.9] 한국-EU HS CODE 비교 및 EU 수입 세율

구분	HS CODE	품목 분류	비고
한국	2202	설탕이나 그 밖의 감미료 또는 맛이나 향을 첨가한 물(광천수와 탄산수를 포함한다)과 그 밖의 알코올을 함유하지 않은 음료 (제2009호의 과실 주스와 채소 주스는 제외한다)	
	2202.99	기타	
	2008.19.9000	기타	
EU (독일)	2202.99.19	기타 - 당류를 포함함(자당 또는 전화당)	
	2202.99.1919	기타	
관세	기본관세율	9.6%	
	협정 세율	0%	
VAT		7% - 19%	

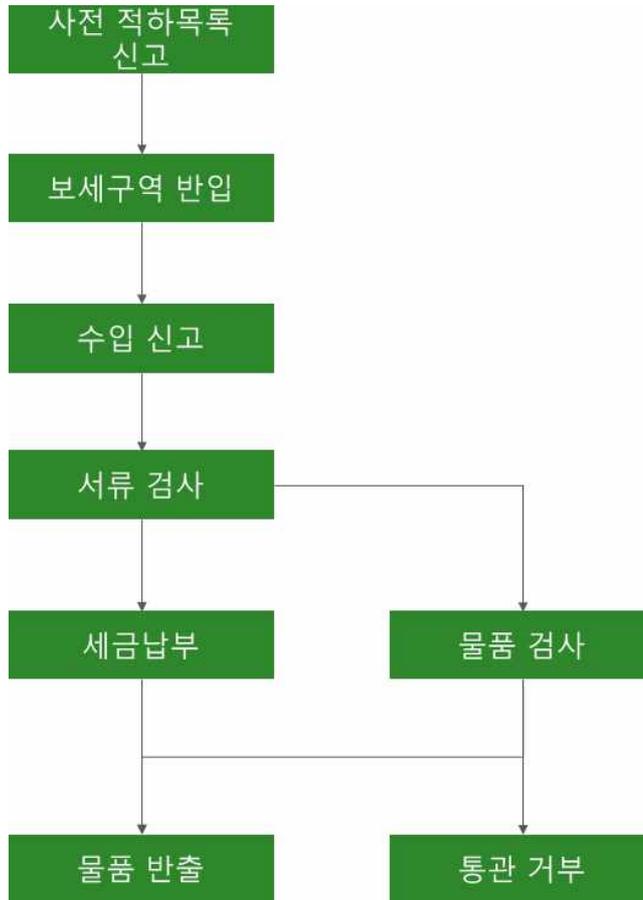
자료 : 관세법령정보포털(UNIPASS), 유럽연합 집행위원회(EC)

51) 독일 세번의 경우 HS Code 6자리에 해당하는 2202.99 중 한방발효음료에 적합하다고 판단되는 세번 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 한방발효음료 검역 심사 절차

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

[표 4.10] 독일 통관 프로세스



	유형	명칭	최대 허용량
일반가공식품 연관 규제 첨가물 및 물질	식품 첨가물	Sodium potassium tartrate	GMP ⁵²⁾
		Caustic caramel	GMP
	유해물질	Glycidyl fatty acid ester (GE)	1,000ug/kg

자료 : KATI농식품수출정보

52) 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 수출 시,
요구되는 식품 첨가물,
유해 물질에 관한 규정

●
한방발효음료

한방발효음료 품목의
첨가물 규정은 KATI 식품
유형 분류 중 음료류의
발효음료류로 분류하여
해당하는 정보를 제공함

[표 4.11] 독일 한방발효음료 식품 첨가물 규정

기능	이름	영문이름	최대사용량(mg/kg)
산도조절제	아세트산	Acetic acid	GMP
보존료	소르빈산	Sorbic acid	250
산도조절제, 안정제 등	인산나트륨	Sodium phosphates	700
보존료	벤조산나트륨	Sodium benzoate	150
감미료	수크랄로스	Sucralose	300
안정제, 유화제 등	인산칼륨	Potassium phosphates	700
증점제, 안정제 등	잔탄검	Xanthan gum	GMP
산도조절제	인산마그네슘	Magnesium phosphate	700
산도조절제, 유화제 등	피로인산염	Diphosphates	700
분사제	아르곤	Argon	GMP
유화제 등	규산칼슘	Calcium silicate	GMP

자료 : KATI농식품수출정보

V. Expert Interview

SUMMARY

Interview ① 레베다인마켓(Rewe Dein Markt)

Interview ② 고아시아(GoAsia)

Interview ③ 카우프란트(Kaufland)

Interview ④ 아시아푸드랜드(Asia Food Land)

Interview ⑤ 미카도재패니스파인코스트

(Mikado Japanische Feinkost)

Expert Interview

(전문가 인터뷰)

Market Demand and Distribution



- 인터뷰 기업 : 레베다인마켓
(Rewe Dein Markt)
소매업체
- 인터뷰 담당자 : Mr. Karl
(Manager)

독일 정부, 재활용이 가능한 플라스틱 포장 사용 추천

유럽연합 당국과 독일 정부는 친환경 포장 방식을 선호합니다. 독일 정부는 독일 내 음료 제품의 70% 이상을 재활용 가능 플라스틱 포장 제품으로 전환할 것을 목표로 하고 있습니다.

소비자들은 제품 구매 시, 원산지를 고려

독일 소비자들은 독일과 OECD 국가에서 생산한 제품의 품질이 우수하다고 생각합니다. 또한 독일 사람들은 가격 경쟁력을 갖춘 유럽산 제품을 선호합니다.

Market Demand and Distribution



- 인터뷰 기업 : 고아시아
(GoAsia)
소매업체
- 인터뷰 담당자 : Ms. Chi
(Manager)

독일 건강을 고려한 소비 트렌드, '유기농'과 '발효' 음료 인기

지난 몇 년 동안 독일은 미국 다음으로 콤부차 시장이 컸습니다. 최근에는 건강의 중요성을 인식한 독일 소비자가 늘어남에 따라, 유기농 음료와 발효차의 수요가 증가하고 있습니다.

한국산 발효음료, 현지인들 사이에서 낮은 인지도

독일 소비자들은 한국, 일본, 중국산 발효음료에 큰 차이가 없다고 생각하는 편이며 특별히 선호하는 원산지가 없습니다. 한국산 제품 중 현지 소비자들에게 인지도가 있는 제품은 라면 등 즉석식품이며, 한국산 발효음료는 인지도가 낮습니다.

Market Demand and Distribution



- 인터뷰 기업 : 카우프란트
(Kaufland)
소매업체
- 인터뷰 담당자 : Ms. Marijeta Ackar
(Senior Buyer)

독일에서 발효차 수요, 지속적으로 증가 중

독일에서 발효차 수요는 지속 증가하고 있습니다. 독일 소비자들은 발효차에 소화 장애 개선과 항산화 작용, 면역력 강화 등 다양한 효능이 있다고 생각합니다.

친환경 및 재활용이 가능한 포장 방식 사용 필수

2019년 1월 1일부터 독일 정부가 신포장재법을 도입함에 따라, 제조업체는 친환경 및 재활용할 수 있는 물질로 음료 제품을 포장해야 합니다.

Expert Interview

(전문가 인터뷰)

Market Demand and Trend



- 인터뷰 기업 : 아시아푸드랜드
(Asia Food Land)
도소매업체
- 인터뷰 담당자 : Mr. Klerc
(CCR)

독일, 일본산 발효차에 대한 높은 인지도

한국산 음료 제품 중에는 알로에 주스가 유명하고, 발효차 인지도는 낮습니다. 독일에서는 일본산 발효차의 인지도가 매우 높습니다.

제품 수출 시, 포장 형태 주의 필요

독일 당국은 재활용할 수 없는 용기로 제품을 포장한 업체에 벌금을 부과하므로, 친환경 또는 재활용이 가능한 플라스틱으로 제품을 포장할 것을 추천합니다.

Customs and Label Requirements



- 인터뷰 기업 : 미카도재패니스파인코스트
(Mikado Japanische Feinkost)
소매업체
- 인터뷰 담당자 : Mr. Yoshi
(Sales Manager)

독일, 발효음료 중 콤부차와 케피어 인기

최근 독일의 음료 시장은 성장하는 추세입니다. 발효음료 중에는 콤부차와 케피어의 인기가 높습니다.

독일, 한류 영향으로 한국산 제품에 대한 높은 인지도

한류의 영향으로 독일에서 한국산 제품에 대한 인지도는 매우 높은 편입니다. 특히, 한국산 김치가 유명하며, 아직까지 한국산 발효음료에 대한 인지도는 낮습니다.

Interview ① 레베다인마켓(Rewe Dein Markt)

53)

●
레베다인마켓
(Rewe Dein Markt)

전문가 소속

레베다인마켓
(Rewe Dein Markt)
소매업체

전문가 정보

Mr. Karl
(Manager)



레베다인마켓(Rewe Dein Markt) Manager, Mr. Karl

Q. 회사와 취급 제품을 간단히 소개해 주시기 바랍니다.

당사는 1927년에 설립된 슈퍼마켓 형태의 소매업체로, 독일에서 온라인 쇼핑물과 약 330개의 오프라인 매장을 운영하고 있습니다. 취급 품목으로는 차류, 채소류, 과일류, 의약품, 화장품, 가정용품 등이 있습니다.

Q. 독일에서 건강 발효차 음료류의 트렌드는 어떻게 되나요?

최근 건강의 중요성을 인식한 독일 소비자들이 늘어남에 따라, 건강 발효차의 수요가 증가하고 있습니다. 독일 사람들은 면역력 강화와 소화 장애를 개선하기 위해 건강 발효차를 마십니다.

Q. 독일에서 한국산 제품의 인지도는 어떠한가요?

독일에서는 한국산 화장품이 유명합니다. 독일 소비자들 사이에서 한국산 음료의 인지도는 낮고, 그나마 소주가 유명한 편입니다. 또한 알약과 분말 형태로 된 한국산 다이어트 보조제를 들어본 적 있으나, 다이어트 효능이 있는 발효음료에 대해서는 들어본 적이 없습니다.

Q. 취급 제품에는 무엇이 있나요?

당사는 카르페디엠(Carpe Diem)의 콤부차클래식(Combuch Classic)을 취급하고 있습니다. 해당 제품은 500ml에 1.19유로(약 1,598원)⁵⁴⁾입니다. 이와 비교했을 때, A사의 제품은 용량 대비 다소 비싸다고 생각합니다. 또한 독일에서 취급되는 발효음료 대부분이 450ml이므로, 제품 용량을 조정할 것을 추천합니다.

53) 사진자료: 레베다인마켓(Rewe Dein Markt) 홈페이지 (shop.rewe.de)

54) 1유로=1,342.67원(2020.04.03.,KEB 하나은행 매매기준율 적용)

Q. 소비자들은 제품 구매 시, 무엇을 고려하나요?

독일 소비자들은 음료류 제품 구매 시, 제품의 원산지를 고려합니다. 독일 사람들은 독일과 OECD 국가에서 생산한 제품의 품질이 우수하다고 생각합니다. 또한 유럽산 제품을 선호합니다. 유럽 국가 간 관세가 없어, 유럽 국가에서 생산한 제품이 가격 경쟁력을 갖추고 있기 때문입니다.

Q. 제품 포장과 관련해 주의사항에는 무엇이 있나요?

최근 독일 정부는 음료 포장과 관련해 새로운 법안을 통과시켰습니다. 현재는 약 43%의 음료에만 친환경 포장방식이 이용되고 있으나, 향후 독일에서 유통되는 국내외 음료 제품의 70% 이상을 재활용이 가능한 플라스틱으로 포장하도록 추진하고 있습니다. 예외 제품으로는 과채주스, 50% 이상 우유가 들어간 음료, 영유아 음료, 와인 등이 있습니다. 이에 따라, 독일 제조업체는 재활용이 가능한 포장방식임을 입증하는 시스템인 그린닷(Green Dot) 이미지를 사용하고 있습니다. 해당 시스템을 이용하기 위해서는 디에스디(DSD)와 라이선스 계약을 체결해야 합니다.

Interview ② 고아시아(GoAsia)

55)

고아시아
(GoAsia)

전문가 소속

고아시아
(GoAsia)
소매업체

전문가 정보

Ms. Chi
(Manager)



고아시아(GoAsia) Manager, Ms. Chi

Q. 회사와 취급 제품을 간단히 소개해 주시기 바랍니다.

당사는 2009년에 설립된 슈퍼마켓 형태의 소매업체로, 아시아에서 생산한 차류, 스낵류, 소스류 등 약 7,000개의 제품을 취급하고 있습니다. 독일에서 약 20곳의 오프라인 매장을 운영하고 있으며 최근 온라인 쇼핑몰을 개설했습니다.

Q. 독일에서 발효차 트렌드는 어떠한가요?

지난 몇 년간 독일은 미국 다음으로 콤부차 시장이 컸던 것으로 기억합니다. 최근에는 건강의 중요성을 인식한 독일 소비자가 늘어남에 따라, 유기농 음료와 발효차의 수요가 증가하고 있습니다. 독일 소비자들은 발효음료에 유산균이 있고 소화 장애 개선, 염증 치료, 체중 감량 등의 효능이 있다고 생각합니다.

Q. 취급 제품은 무엇이 있나요?

당사는 중국과 일본에서 생산한 우롱차를 취급하고 있습니다. 우롱차 브랜드로는 농푸산취안(农夫山泉) 산토리(Suntory), 시아모닝(Xiamoning), 미스터강(Mr. Kang)이 있으며, 그중 시아모닝과 산토리 제품의 인지도가 매우 높습니다. 해당 브랜드의 우롱차는 캔, 플라스틱 등 포장 방식이 다양하고, 5가지 종류의 우롱차가 있습니다. 시아모닝과 산토리는 각각 480ml, 500ml에 1.99유로(약 2,672원)와 1.59유로(약 2,135원)입니다.

Q. 한국산 제품의 인식은 어떠한가요?

독일 소비자들 사이에서 한국산 발효음료의 인지도는 낮고, 라면 등의 즉석식품의 인지도가 매우 높습니다. 독일 소비자들은 한국, 일본, 중국에서 생산한 발효음료에 큰 차이가 없다고 생각해, 제품 구매 시 원산지를 꼼꼼하게 확인하지 않습니다.

55) 사진자료: 고아시아(GoAisa) 홈페이지 (goasia.net)

Interview ③ 카우프란트(Kaufland)

56)

카우프란트
(Kaufland)

전문가 소속

카우프란트
(Kaufland)
소매업체

전문가 정보

Ms. Marijeta Ackar
(Senior Buyer)



카우프란트(Kaufland)

Senior Buyer, Ms. Marijeta Ackar

Q. 회사와 취급 제품을 간단히 소개해 주시기 바랍니다.

당사는 1930년에 설립된 소매업체로, 독일에서 온라인 쇼핑몰과 약 330곳의 오프라인 매장을 운영하고 있습니다. 음료류, 육류, 어류, 채소류 등을 취급하고 있고, 약 1,000개의 유기농 제품을 판매하고 있습니다.

Q. 독일에서 발효차 수요는 어떻게 되나요?

독일에서 발효차 수요는 지속 증가하고 있습니다. 독일 소비자들은 발효차에 소화 장애 개선과 항산화 작용, 면역력 강화 등 다양한 효능이 있다고 생각합니다.

Q. 당사에서 취급 중인 제품에는 무엇이 있나요?

당사는 까르페디엠의 콤부차를 판매하고 있습니다. 해당 제품은 500ml와 1L의 용량으로 각각 1.15유로(약 1,544원)와 2.3유로(약 3,088원)입니다. 최근 발효음료의 수요가 증가함에 따라, 발효음료를 생산하는 제조업체들이 늘어나기 시작했습니다. 당사는 향후 로이콤부차(Roy Kombucha), 아야콤부차(Yaya Kombucha) 등과 협업해 더욱 다양한 발효음료를 취급할 예정입니다.

Q. 제품 수출 시, 주의사항에는 무엇이 있나요?

제조업체는 유럽식품안전청(EFSA)에서 요구하는 식품안전요건을 만족해야 합니다. 또한 2019년 1월 1일부터 독일 정부가 실폐장재법(Verpackungsgesetz)을 도입함에 따라, 제조업체는 친환경 및 재활용 물질로 음료 제품을 포장해야 합니다. 제품 라벨에는 제조업체명, 주소, 제품성분표, 용량, 유통기한, 저장보관방식, 원산지 등이 기재되어야 합니다.

56) 사진자료: 카우프란트(Kaufland) 홈페이지 (www.kaufland.de)

Interview ④ 아시아푸드랜드(Asia Food Land)

57)

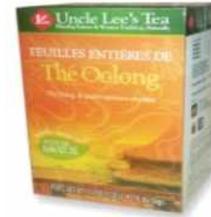
아시아푸드랜드
(Asia Food Land)

전문가 소속

아시아푸드랜드
(Asia Food Land)
도소매업체

전문가 정보

Mr. Klerc
(CCR)



아시아푸드랜드(Asia Food Land)

CCR, Mr. Klerc

Q. 회사와 취급 제품을 간단히 소개해 주시기 바랍니다.

당사는 2005년에 설립된 슈퍼마켓 형태의 도소매업체로, 2007년부터 온라인 쇼핑몰을 운영했습니다. 음료류, 소스류, 즉석식품, 등 아시아 식품을 전문으로 취급해 왔으며, 한국, 일본, 중국에서 제품을 직접 수입하고 있습니다.

Q. 독일에서 발효차 음료의 트렌드는 어떠한가요?

최근 독일 소비자들 사이에서 발효차 음료의 수요가 증가하고 있습니다. 독일 소비자들은 발효차 음료에 유산균이 들어있어 장 건강에 좋다고 생각합니다. 또한, 오메가3, 유산균, 비타민B 등 영양소가 풍부하고 소화 촉진의 효능이 있다고 생각합니다.

Q. 독일 소비자들 사이에서 한국산 제품의 인지도는 어떠한가요?

독일 소비자들 사이에서 한국산 홍삼 제품의 인지도가 매우 높습니다. 해당 제품은 다소 쓴맛이 있어, 젊은 연령대보다 30대 이상의 중노년층에 수요가 많습니다. 한국산 음료 제품으로는 알로에 주스가 유명하고, 발효차의 인지도는 낮습니다. 독일에서는 일본에서 생산한 발효차의 인지도가 매우 높습니다.

Q. 제품 수출 시, 주의사항에는 무엇이 있나요?

독일로의 음료 제품 수출 시, 포장 방식을 주의해야 합니다. 2019년 독일 정부는 신포장재법(Verpackungsgesetz)을 도입했습니다. 이에 따라, 독일 당국은 재활용할 수 없는 용기로 제품을 포장한 업체에 벌금을 부과합니다. 따라서 친환경 또는 재활용이 가능한 플라스틱에 제품을 포장할 것을 추천합니다.

57) 사진자료: 아시아푸드랜드(Asia Food Land) 홈페이지 (www.asiafoodland.de)

Interview ⑤ 미카도재패니스파인코스트 (Mikado Japanische Feinkost)

58)

미카도재패니스파인코스트
(Mikado Japanische
Feinkost)

전문가 소속

미카도재패니스파인코스트
(Mikado Japanische Feinkost)
소매업체

전문가 정보

Mr. Yoshi
(Sales Manager)



미카도재패니스파인코스트(Mikado Japanische Feinkost) Sales Manager, Mr. Yoshi

Q. 회사와 취급 품목을 간단히 소개해 주시기 바랍니다.

당사는 2014년에 설립된 일본 식품 전문 소매업체입니다. 취급 품목으로는 음료류, 스낵류, 간편 식품, 소스류 등이 있습니다. 현재 독일에서 오프라인 매장 1곳을 운영하고 있습니다.

Q. 독일에서 발효음료의 트렌드는 어떠한가요?

최근 독일의 음료 시장은 성장하는 추세입니다. 발효음료 중에는 콤투치의 인기가 매우 높습니다. 또한, 염소, 양, 소의 젖을 발효시켜 만든 유제품인 케피어의 수요도 많습니다. 이에 따라 최근 독일에는 자연 발효음료를 생산하는 제조업체가 늘어나고 있습니다.

Q. 독일 소비자들이 선호하는 발효음료는 무엇인가요?

최근 독일 소비자들은 발효음료 구매 시 맛을 중시합니다. 신맛과 약간의 쓴맛이 있는 제품을 선호합니다. 또한 독일 소비자들 사이에서 저설탕 제품, 흑설탕을 사용한 제품의 인기가 높습니다. 그중, 당사는 키노코차(Kinokocha)의 콤투치를 취급하고 있습니다. 해당 제품은 유리병으로 포장돼 있어, 500ml에 14유로(1만 8,797원)로 비싼 편에 속합니다.

Q. 한국산 제품에 대한 인지도는 어떠한가요?

최근 케이팝 등 한류 영향으로 독일에서 한국산 제품의 인지도는 매우 높습니다. 한국산 발효음료는 인지도가 낮지만, 발효 식품으로 한국산 김치가 유명합니다. 현재 독일에서 자체적으로 발효음료를 제조하기 시작해, 독일의 소매업체들은 한국산 발효차를 수입할 것 같지 않습니다.

58) 사진자료: 미카도재패니스파인코스트(Mikado Japanische Feinkost) 페이스북 홈페이지
(www.facebook.com/pages/category/Specialty-Grocery-Store/Mikado-Japanische-Feinkost-223285987711634)

[참고문헌]

■ 참고자료

1. 월드뱅크(World Bank), 「Population, Total」, 2018
2. 독일 연방 통계청(Federal Statistical Office of Germany), 「Households: Germany, years, sex of the reference person, household net income classes」, 2018.
3. 독일 연방 통계청(Federal Statistical Office of Germany), 「64% of gross income earned from employment」
4. 스탓티스타(Statista), 「Share of medicines used by individuals with a metabolic condition in Germany in 2018」, 2018
5. 스탓티스타(Statista), 「Metabolic conditions in Germany 2018, by age」, 2018
6. 칩365(Chip365), 「Coca-Cola bringt neues Getränk auf den Markt: CHIP hat es bereits getestet」, 2019.06.01
7. 프라이우드마크(Proud MAG), 「VITAMIN WELL AWAKE DER NEUE KICK GEGEN DIE FRÜHJAHRSMÜDIGKEIT」, 2018.04.11
8. 메커르(Merkur), 「Neuer Abnehm-Trend aus Amerika: So effektiv ist "Switchel" gegen Bauchfett」, 2019.04.19
9. 독일차협회(Teeverband), 「The german Tea Market」, 2018
10. 웰트(Welt), 「Die unerwartete Wiederauferstehung von Bionade」, 2020.02.07
11. 켓랭크뉴스(GetrankeNews), 「Deutschland ist ein traditioneller Markt」, 2019.09.04
12. 푸드내비게이터(Food Navigator), 「Germany calls for food manufacturers to voluntarily reduce sugar, fats, and salts」, 2019.01.08
13. 민텔(Mintel), 「DEUTSCHLAND DOMINIERT WEITERHIN BEI VEGANEN PRODUKTEINFÜHRUNGEN」, 2018.06.30
14. 비알(BR), 「Energydrinks: Risiko für Kinder und Jugendliche」, 2019.11.26

■ 참고 사이트

1. 유로모니터(Euromonitor) 홈페이지 (www.portal.euromonitor.com)
2. ITC(International Trade Center) 홈페이지 (www.trademap.org)
3. 외교부 홈페이지 (www.mofa.go.kr)
4. 독일 연방 통계청 홈페이지 (www.destatis.de)
5. 월드뱅크(Worldbank) 홈페이지 (www.worldbank.org)
6. 스탓티스타(Statista) 홈페이지 (www.statista.com)
7. 티게슈벤드너(Tea Gschwendner) 홈페이지 (www.teegschwendner.de)
8. 알나투라(Alnatura) 홈페이지 (www.alnatura.de/de-de)
9. 이커머스디비(E-commerce DB) 홈페이지 (ecommercedb.com)
10. 덴스비오마켓(Denns Bio Market) 홈페이지 (www.denns-biomarkt.de)
11. 장터(Zhangto) 페이스북페이지 (bitly.kr/p6uF4qj3)
12. 한독(Handok) 홈페이지 (handokmall.kr)
13. 레베(Rewe) 홈페이지(www.rewe.de)

[참고문헌]

■ 참고 사이트

14. 비즈니스인사이드(Businessinsider) 홈페이지(www.businessinsider.com)
15. 올키디아(Orkidia) 홈페이지(www.orkidia.eu)
16. 에데카(Edeka) 홈페이지(www.edeka.de)
17. 카우플란트(Kaufland) 홈페이지(www.kaufland.de)
18. 바벨(Wabel) 홈페이지(www.wabel.com)
19. 아이지디리테일어널리시스(IGD Retailanalysis) 홈페이지(www.igd.com)
20. 도이체벨레(Deutsche Welle) 홈페이지(www.dw.com)
21. 로이터(Reuter) 홈페이지(www.reuters.com)
22. 저스트푸드(Justfood) 홈페이지(www.justfood.org)
23. 루르24(Ruhr24) 홈페이지(www.ruhr24.de)
24. 텔러리포트(Teller Report) 홈페이지(www.tellerreport.com)
25. 네토(Netto) 홈페이지(www.netto-online.de)
26. 리들(Lidl) 홈페이지(www.lidl.de)
27. 인터내셔널슈퍼마켓뉴스매거진(ISN Magazine) 홈페이지(internationalsupermarketnews.com)
28. 관세법령정보포털(UNIPASS)(unipass.customs.go.kr)
29. 미국 농무부 해외농업서비스(USDA FAS)(fas.usda.gov)
30. KATI농식품수출정보(KATI)(www.kati.net)
31. 한국 관세청(www.customs.go.kr)
32. 유럽연합 집행위원회(EC)(ec.europa.eu)
33. EU법령정보포털(EUR-LEX)(eur-lex.europa.eu)
34. 독일 소비자보호 및 식품안전청(BVL)(www.bvl.bund.de)
35. 독일 연방관세청(ZOLL)(zoll.de)
36. 국립농산물품질관리원 친환경 인증관리정보시스템(enviagro.go.kr)
37. 레웨다인마켓(Rewe Dein Markt) 홈페이지 (shop.rewe.de)
38. 고아시아(GoAisa) 홈페이지 (goasia.net)
39. 카우프란트(Kaufland) 홈페이지 (www.kaufland.de)
40. 아시아푸드랜드(Asia Food Land) 홈페이지 (www.asiafoodland.de)
41. 미카도재패니스파인코스트(Mikado Japanische Feinkost) 페이스북 홈페이지 (www.facebook.com/pages/category/Specialty-Grocery-Store/Mikado-Japanische-Feinkost-223285987711634)

사 업 명 : 2019년 해외시장 맞춤형조사
발 행 처 : aT 한국농수산물유통공사
발 행 일 : 2020.04.17

본 보고서 내용의 전부 또는 일부에 대한 무단전재 및 재배포는
저작권법에 의하여 금지되어 있습니다. 본문 내용 중 문의사항이나
개선할 사항에 대해서는 aT 한국농수산물유통공사로
연락하여 주시기 바랍니다.

Copyright 2019 aT 한국농수산물유통공사 All Right Reserved

