

2019년 해외시장 맞춤형조사



- No. 2003-09
- 품목 : 멀티비타민(Multivitamin)
- 국가 : 독일(GERMANY)
- 구분 : 시장분석형

Contents

I. Market Size (시장규모)	
SUMMARY	4
1. 독일 멀티비타민 시장규모	5
2. 독일 멀티비타민 수출입 시장규모	6
3. 독일 멀티비타민 소비 시장규모	7
II. Market Trend (시장트렌드)	
SUMMARY	12
1. 독일 소비자, ‘칼슘’, ‘오일’, ‘비타민’ 성분 보충에 관심	17
2. 독일 소비자, 알약 제형의 건강보조식품 선호	18
3. ‘다이어트’ 목적으로 건강보조식품 찾는 독일 소비자 많아	19
4. 건강보조식품 관련해 천연 추출 성분 많이 나타나지 않아	20
III. Distribution Channel (유통채널)	
SUMMARY	22
1. 독일 멀티비타민 유통구조	23
2. 독일 멀티비타민 주요 유통업체	24
3. 독일 멀티비타민 B2C 소매채널	26
IV. Customs·Quarantine (통관·검역)	
SUMMARY	47
1. 독일 멀티비타민 인증 취득	48
2. 독일 멀티비타민 사전 심사	50
3. 독일 멀티비타민 업체·제품 등록	51
4. 독일 멀티비타민 라벨 심의	52
5. 독일 멀티비타민 서류 준비	55
6. 독일 멀티비타민 세금 납부	56
7. 독일 멀티비타민 검역 심사	57
V. Expert Interview (전문가 인터뷰)	
SUMMARY	60
Interview ① 디엠드로게리마켓(DM-Drogerie Markt)	62
Interview ② 어파써키엠핑크툼(Apotheke am Funkturm)	63
Interview ③ 로스만드로게리마켓(Rossmann Drogeriemarkt)	64
Interview ④ 파머시4무니치(Pharmacy4Munich)	65
Interview ⑤ 독일 연방위해평가원(BFR)	66
* 참고문헌	67

I. Market Size

SUMMARY

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



Market Size

(시장규모)

독일 (GERMANY)

멀티비타민 시장규모

지표 설정 기준: 제품의 품목(멀티비타민)

- 독일 건강제품¹⁾ 시장규모
..... 70억 9,300만 유로('18)
- 독일 멀티비타민²⁾ 시장규모
..... **2억 800만 유로('18)**



(*) Euromonitor International

독일 수출입 시장규모

지표 설정 기준: 제품의 품목(멀티비타민)

- HS 2106.90³⁾ '따로 분류되지 않은 조제 식료품(기타)'
독일 對 글로벌 수입 규모
..... 17억 3,055만 달러('19)
- HS 2106.90 '따로 분류되지 않은 조제 식료품(기타)'
독일 對 한국 수입규모
..... **318만 달러('19)**



(*) International Trade Centre

멀티비타민 소비 시장규모

지표 설정 기준: 조사제품 '멀티비타민'은 면역력 향상, 혈행 개선 등의 기능을 보유하며, 천연초 추출액으로 만들어진 제품임. 이에 잠재 소비시장규모 확인을 위해 '연령대 및 성별 인구 규모', '소득별 가구 분포', '멀티비타민 소비량', '비타민 및 건강보조식품 중 멀티비타민의 시장규모'를 확인함

- | | |
|--|---|
| <p>① 독일 성별, 연령대별 인구규모 ('18)</p> <p>전체 8,200만 7,000명</p> <p>50-59세 1,337만 명</p> <p>40-49세 1,073만 2,000명</p> <p>30-39세 1,045만 3,000명</p> <p>※상위 3개 연령대의 인구규모를 제시함</p> <p>③ 멀티비타민 소비량 ('19)</p> <p>멀티비타민 10억 100만 개</p> | <p>② 독일 가구당 월평균 소득 이상 가구 비중 ('18)</p> <p>3,200-4,499유로 671만 가구(17%)</p> <p>4,500-5,999유로 349만 4,000가구(9%)</p> <p>6,000유로 이상 252만 1,000가구(6%)</p> <p>④ 비타민 및 건강보조식품 중 멀티비타민 시장규모 ('18)</p> <p>비타민 및 건강보조식품 17억 9,400만 유로</p> <p>멀티비타민 2억 800만 유로</p> |
|--|---|

(*) United Nations Statistics Division, Federal Statistical Office of Germany, Euromonitor

1) 건강제품(Consumer Health): 일반의약품(OTC), 비타민 및 식이 보조제품(VDS), 스포츠 영양식품(Sports Nutrition), 체중 조절 식품, 웰빙 관련 식품을 포함함

2) 멀티비타민(Multivitamins): 단일 제품 복용으로 다양한 종류의 보충 영양소와 표준 규정량 이상의 영양소를 섭취할 수 있는 멀티비타민을 뜻함. 유기농업으로 재배된 무첨가 제품으로 만들어진 멀티비타민을 포함함

3) HS CODE 2106.90: 따로 분류되지 않은 조제 식료품. 식이보조제(Food Supplements)로 불리는 조제제품을 포함함

1. 독일 멀티비타민 시장규모

조사 시장: 조사 제품 ‘멀티비타민’은 천연초 추출액으로 만들어진 건강기능식품으로, 면역력 강화, 혈행 개선 등의 기능을 가지고 있음. 이에 제품의 품목을 고려하여 ‘건강제품’ 시장 및 ‘멀티비타민’ 시장을 조사함

독일 국가 일반 정보⁶⁾

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

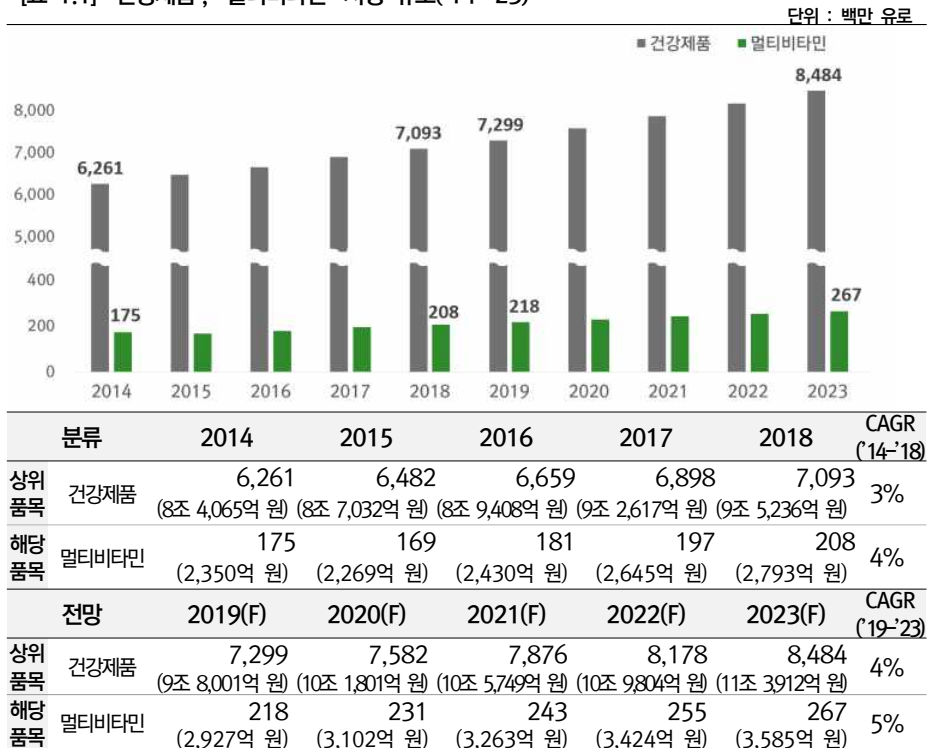
▶ 2014-2018년, 독일 ‘건강제품’ 시장, 연평균성장률 3%

독일의 ‘건강제품’ 시장은 2014년 62억 6,100만 유로에서 5년(2014-2018년)간 평균 3%씩 성장하여 2018년 70억 9,300만 유로를 기록함. 동기간 ‘멀티비타민’ 시장 규모는 연평균성장률 4%로 2018년 2억 800만 유로를 기록함

▶ 2019-2023년, 독일 ‘멀티비타민’ 시장, 연평균성장률5%

향후 5년(2019-2023년)간 독일 ‘멀티비타민’ 시장은 연평균 5%씩 성장하여 2023년 2억 6,700만 유로 규모를 기록할 것으로 예상됨. 2019년 ‘건강제품’ 시장규모는 72억 9,900만 유로로 추산되며, 향후 5년간 연평균 4%씩 증가할 것으로 전망됨

[표 1.1] ‘건강제품’, ‘멀티비타민’ 시장 규모('14-'23)⁴⁾⁵⁾



자료 : 유로모니터(Euromonitor)

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 멀티비타민 수출입 시장규모

HS CODE 2106.90: 해당 코드는 ‘ 따로 분류되지 않은 기타 조제 식료품(기타)’을 지칭함. 이에 제품의 품목(멀티비타민)을 반영하여 해당 HS CODE를 선정함

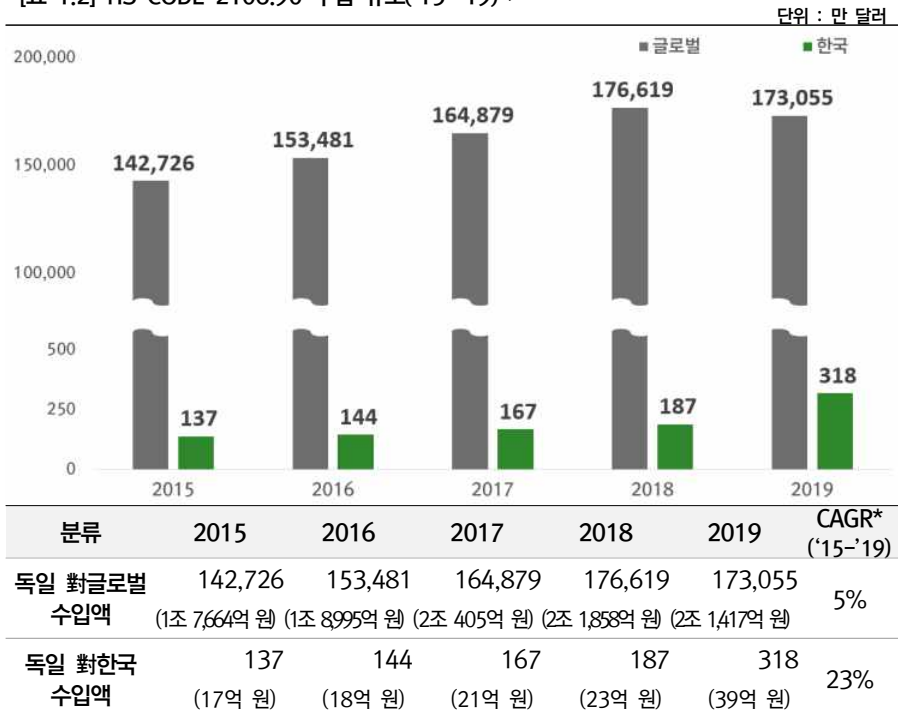
▶ 2015-2019년, 독일 對글로벌 수입액 연평균성장률 5%

독일의 HS CODE 2106.90 품목 對글로벌 수입액은 지난 5년(2015-2019년)간 연평균성장률 5%를 기록함. 해당 품목의 수입액은 2015년부터 2018년까지 꾸준히 증가하다 2019년에 전년 대비 2% 감소하여 17억 3,055만 달러로 확인됨. 2019년 기준 독일의 對글로벌 수입액 1위 국가는 네덜란드로 전체 수입액의 13%에 해당하는 2억 3,170만 달러(2,868억 원)까로 확인됨

▶ 2015-2019년, 독일 對한국 수입액 연평균성장률 23%

독일의 HS CODE 2106.90 품목 對한국 수입액은 지난 5년(2015-2019년)간 연평균 23%씩 성장함. 2019년에는 전년 대비 70% 상승하여 318만 달러의 수입액을 기록함. 2019년 HS CODE 2106.90 품목의 對한국 수입액은 전체 수입 규모의 0.2%를 차지하는 것으로 확인됨

[표 1.2] HS CODE 2106.90 수입 규모('15-'19)⁸⁾



자료 : ITC(International Trade Centre) HS CODE 2106.90 기준

7) 1달러=1,237.60원 (2020.04.03., KEB 하나은행 매매기준을 적용)

8) 환산된 데이터(단위: 원)는 모두 반올림됨

3. 독일 멀티비타민 소비 시장규모

1) 독일 성별, 연령대별 인구 규모

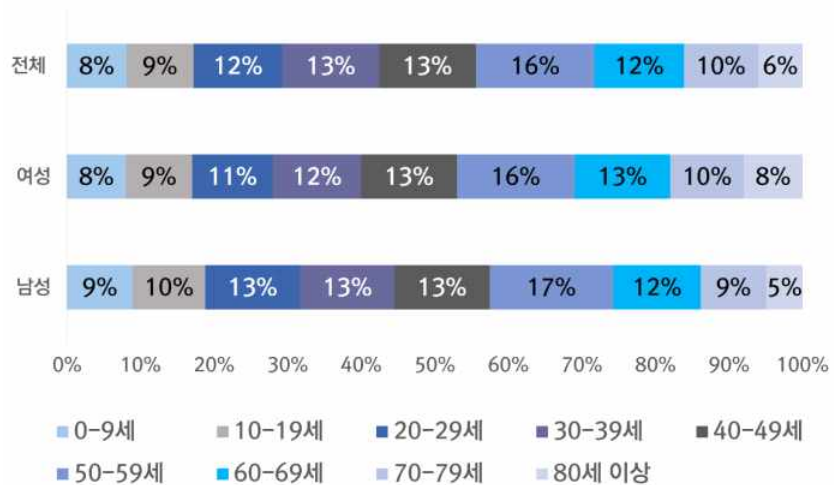
조사제품 ‘멀티비타민’은 면역력 향상, 혈행 개선 등의 기능을 보유하며, 천연초추출액으로 만들어진 제품임. 이에 잠재 소비시장규모 확인을 위해 ‘연령대 및 성별 인구 규모’, ‘소득별 가구 분포’, ‘멀티비타민 소비량’, ‘비타민 및 건강보조식품 중 멀티비타민의 시장규모’를 조사함

▶ 2018년 독일 연령별 인구 수, 30-50대가 전체 인구의 42%

2018년 독일 인구는 총 8,200만 7,000명으로 집계됨. 이 중 50대 인구가 전체 인구의 16%에 해당하는 1,337만 명으로 가장 많으며, 남성과 여성 모두 50대 인구의 수가 가장 많은 것으로 확인됨. 그 다음으로는 30대와 40대 인구가 모두 전체 인구의 13%를 차지하며 2위를 기록함. 30대 인구는 1,045만 3,000명이며, 40대 인구는 이보다 조금 높은 1,073만 2,000명으로 나타남

[표 1.3] 2018년 독일 연령대별 인구 분포⁹⁾¹⁰⁾

단위: 천 명



	전체		여성		남성	
0-9세	6,704	(8%)	3,261	(8%)	3,443	(9%)
10-19세	7,763	(9%)	3,737	(9%)	4,027	(10%)
20-29세	9,901	(12%)	4,738	(11%)	5,163	(13%)
30-39세	10,453	(13%)	5,124	(12%)	5,329	(13%)
40-49세	10,732	(13%)	5,321	(13%)	5,410	(13%)
50-59세	13,370	(16%)	6,655	(16%)	6,714	(17%)
60-69세	10,087	(12%)	5,207	(13%)	4,880	(12%)
70-79세	7,847	(10%)	4,278	(10%)	3,569	(9%)
80세 이상	5,151	(6%)	3,246	(8%)	1,905	(5%)
전체 인구	82,007	(100%)	41,566	(100%)	40,441	(100%)

자료: 유엔통계위원회(United Nations Statistics Division)

9) 유엔통계위원회(United Nations Statistics Division), 「Demographic Statistics Database」, 2019

10) 인구수와 비율(%)은 반올림되어 작성된 수치로, 합산 시 전체 수 또는 전체 비율(%)이 미달, 초과될 수 있음

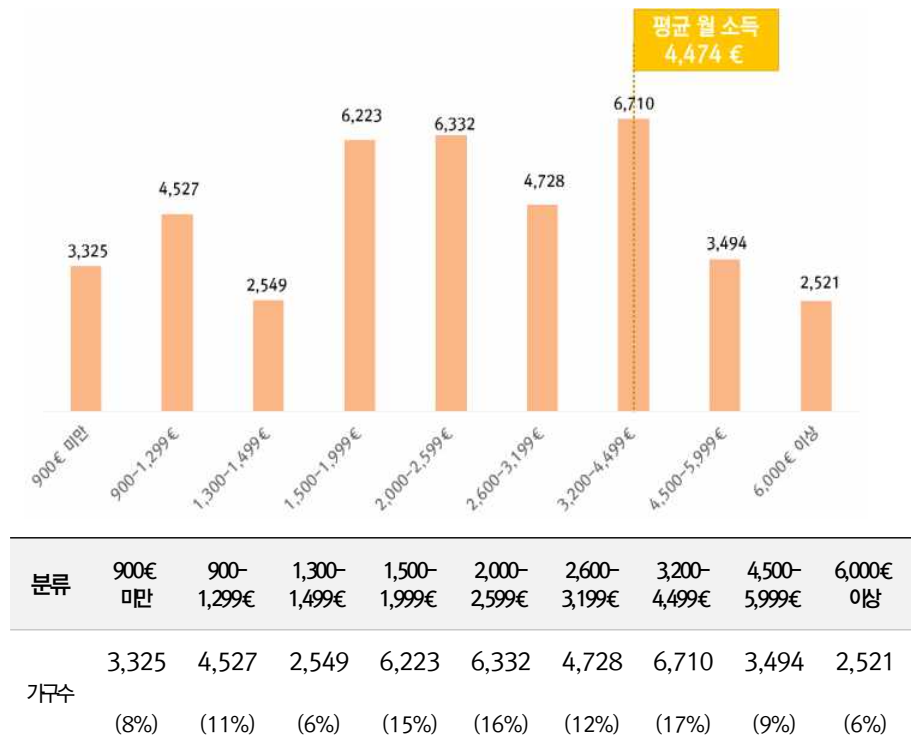
▶ 2018년, 독일 가구당 월평균 소득 4,474유로

2) 독일 소득별 가구 분포

독일연방통계청에 따르면 2018년 독일의 가구당 월평균 소득은 4,474유로 (약 607만 원)로 확인됨. 2018년 기준, 독일의 월평균 소득(4,474유로)이 해당되는 구간 3,200-4,499유로(430만 원-604만 원)의 가구 수는 전체 가구의 17%인 671만 가구로 조사됨. 월평균 소득 4,500유로(604만 원) 이상의 가구는 6,015 가구로 전체 가구의 15%로 확인됨¹¹⁾

[표 1.4] 2018년, 독일 가구당 월평균 소득 및 소득 구간별 가구수¹²⁾

단위 : 유로, 천 가구



자료: 독일연방통계청(Federal Statistical Office of Germany)

11) 독일연방통계청(Federal Statistical Office of Germany), 「64% of gross income earned from employment」

12) 해당 자료는 가구 구성원 중 한명 이상이 지역 농업에 종사하는 가구와 무응답 가구(970만 개)를 제외한 수치임

3) 독일 멀티비타민 소비량



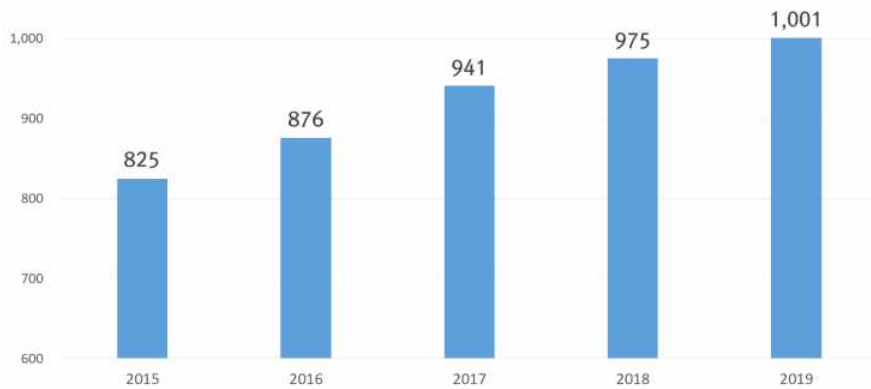
▶ 2019년, 독일의 멀티비타민 소비량 10억 100만 개

독일 내 멀티비타민 소비량은 4년(2015-2019년)간 연평균 5%씩 꾸준히 증가하여 2019년 약 10억 100만 개를 기록함. 유로모니터에 따르면, 2019년 판매된 멀티비타민은 남성용, 여성용, 노인용, 임산부용, 청소년용 이외의 멀티비타민이 전체 판매량의 62%로 가장 많이 판매됨. 이외에 노인용 멀티비타민이 전체 판매량의 19%, 청소년용 9%, 임산부용 7% 등의 순으로 확인됨¹³⁾

2019년 독일 멀티비타민 시장 점유율은 압타이에이투지컴플릿(Abtei A-Z Komplett)이 약 16%로 가장 높으며, 센트럼(Centrum) 약 13%, 오이노바(Eunova) 약 10%, 알타파마(Altapharma) 약 7% 등의 순으로 점유율을 기록함

[표 1.5] 독일 연간 멀티비타민 소비량('15-'19)¹⁴⁾

단위: 백만 개



분류	2015	2016	2017	2018	2019	CAGR ('15-'19)
멀티비타민 소비량	825	876	941	975	1,001	5%

자료 : 유로모니터(Euromonitor)

13) 유로모니터(Euromonitor), 「Multivitamins in France」, 2019.10

14) 원 데이터(단위: 개)은 모두 반올림하여 작성함

4) 비타민 및 건강보조식품
중 멀티비타민의 시장규모

▶ 2014-2018년, 독일 ‘비타민 및 건강보조식품’ 시장 연평균성장률 3%

2018년 기준, 독일의 ‘비타민 및 건강보조식품’ 시장규모는 17억 9,400만 유로로 집계되었으며 과거 5년(2014-2018년)간 연평균성장률 3%를 기록함. 동기간 ‘멀티비타민’ 시장의 연평균성장률은 4%로 2018년에 2억 800만 유로의 시장규모를 기록함. ‘비타민 및 건강보조식품’ 시장과 ‘멀티비타민’ 시장은 향후 5년(2019-2023년)간 각각 4%와 5%의 연평균성장률을 기록할 것으로 전망됨

▶ 2018년, 독일 ‘멀티비타민’ 시장 ‘비타민 및 건강보조식품’ 시장의 12% 차지

2014년 ‘멀티비타민’의 시장 규모는 1억 7,500만 유로로, ‘비타민 및 건강보조식품’ 시장 규모의 11%를 차지함. 이후, ‘멀티비타민’의 시장 규모는 4%대의 성장률을 보인 반면, ‘비타민 및 건강보조식품’의 시장 규모는 이보다 낮은 3%대의 성장률을 보임. 이에 따라 ‘멀티비타민’ 시장이 ‘비타민 및 건강보조식품’ 시장에서 차지하는 비율이 점차 늘어나 2018년에는 12%를 기록함

[표 1.6] ‘비타민 및 건강보조식품’, ‘멀티비타민’ 시장규모(‘14-’23)¹⁵⁾

단위: 백만 유로



자료 : 유로모니터(Euromonitor)

15) 원 데이터와 환산된 데이터(단위: 원)는 모두 반올림함

II. Market Trend

SUMMARY

1. 독일 소비자, '칼슘', '오일', '비타민' 성분 보충에 관심
2. 독일 소비자, 알약 제형의 건강보조식품 선호
3. '다이어트' 목적으로 건강보조식품 찾는 독일 소비자 많아
4. 건강보조식품 관련해 천연 추출 성분 많이 나타나지 않아



Market Trend

(시장트렌드)

독일 (GERMANY)

독일 멀티비타민



비타민 종류 중에서 비타민 B,C,D 인기
2019년 독일의 비타민 B 시장은 7% 성장



비타민 제품도 알약 형태 다수
클로렐라, 스피룰리나, 칼슘 캡슐 등

■ Germany Issue ①

**독일 소비자, ‘칼슘’, ‘오일’, ‘비타민’
성분 보충에 관심**

‘칼슘’, ‘오일’, ‘비타민’ 키워드 높은 상관관계 나타나

■ Germany Issue ②

**독일 소비자,
알약 제형의 건강보조식품 선호**

‘캡슐’과 ‘태블릿’ 제품 많아



건강보조식품 관련해 ‘피부’ 효능 비중 작아
‘피부’ 키워드는 음식 상관관계를 보여



천연 추출 성분의 인지도 낮은 것으로 보여
대부분의 천연 성분 키워드 음식 상관관계

■ Germany Issue ③

**‘다이어트’ 목적으로
건강보조식품 찾는 독일 소비자 많아**

‘건강’과 ‘영양’ 키워드는 강한 양의 상관관계 보여

■ Germany Issue ④

**건강보조식품 관련해
천연 추출 성분 많이 나타나지 않아**

천연 성분 키워드로 ‘허브’와 ‘인삼’ 출현

데이터 분석 프로세스

○ 데이터 분석 요약

●

**데이터 수집
소스원**



(독일 온라인 쇼핑몰 3개)

●

**데이터 분류
키워드집
(멀티비타민)**



●

**데이터 분석
- 미래신호탐지기법**



1) 데이터 수집

데이터 수집 기준

데이터 수집

수집 기간	18.01 - 20.03
수집 데이터	8,016건

데이터 정제

정제 유형	건강보조식품
정제 데이터	7,195건

○ 빅데이터 수집

- 독일 멀티비타민 관련 데이터 소스원 리스트

[표 2.1] 독일 멀티비타민 소스원 리스트

번호	매체명	홈페이지	비고
01	Amazon	www.amazon.de	온라인 쇼핑몰
02	Medpex	www.medpex.de	온라인 쇼핑몰
03	Ebay	www.ebay.de	온라인 쇼핑몰

[표 2.2] 독일 멀티비타민 데이터 수집 키워드

식품 보조제 (Nahrungsergänzungsmittel)	보조제 (Ergänzungsmittel)
--------------------------------------	---------------------------

2) 데이터 분류

○ 데이터 분석 키워드집

- 독일 멀티비타민 관련 데이터 분석 키워드집

[표 2.3] 독일 멀티비타민 관련 분석 키워드

키워드 수립 근거

참여기업	한국 개발사 사용 키워드
상위도출	상위 빈도 도출 키워드

분류	키워드		수립 근거(*)	
	의미	영어	참여기업	상위 도출
제품	칼슘	Kalzium		○
	오일	Öl		○
	비타민	Vitamin	○	○
	마그네슘	Magnesium		○
	오메가	Omega		○
	아연	Zink		○
	콜라겐	Collagen		○
제형	캡슐	Kapseln	○	○
	태블릿	Tablets	○	○
효능	다이어트	Diät	○	○
	건강	Gesundheit	○	○
	활력	Energie	○	○
	피부	Haut	○	○
성분	허브	Kräuter-		○
	인삼	Ginseng		○
	강황	Kurkuma		○
	클로렐라	Chlorella		○
	커큐민	Curcumin		○
	알로에베라	Aloe vera		○
	생강	Ingwer		○
	스피룰리나	Spirulina		○

3) 데이터 분석

○ 빅데이터 분석 배경 및 목적 수립

- 독일 멀티비타민의 향후 수요를 예측하기 위함
- 독일 소비자의 건강보조식품 섭취 트렌드를 파악하기 위함
- 향후 수요 증가가 기대되는 멀티비타민 특징을 제언하고자 함

○ 빅데이터 분석 기법 선정

- 피어슨 상관관계분석 기법(Pearson Correlation Analysis)
- 기준 키워드와 대상 키워드 변수간의 관계가 유의한지를 분석하기 위함 (A키워드 발생시 B키워드가 동시에 발생하는가에 따른 수치 부여)
- 독일 내 ‘건강보조식품(기준 키워드)과 특정 제품, 제형, 효능, 성분(대상 키워드) 간의 관계 분석

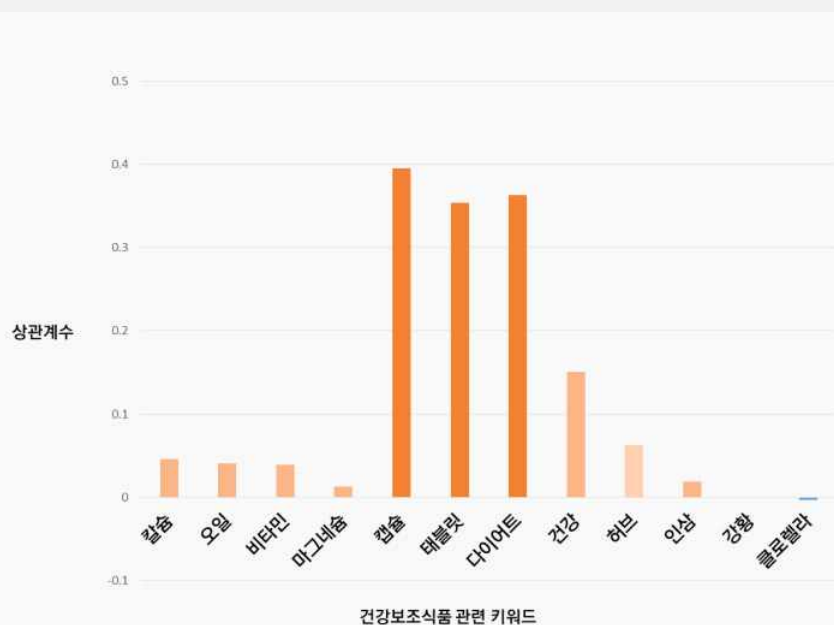
○ 빅데이터 분석 값 정의

- 분석 값(양수) : 연관성이 있는 양의 선형관계
- 분석 값(음수) : 연관성이 없는 음의 선형관계

상관관계 분석

(Pearson Correlation Analysis)

[독일 멀티비타민 빅데이터 분석 결과]



1. 독일 소비자, ‘칼슘’, ‘오일’, ‘비타민’ 성분 보충에 관심

칼슘+마그네슘+비타민 D
복합 영양제



브랜드 어반그린 (Urban Green)

용량 90ea

제형 태블릿

단가 11.95유로 (16,045원)¹⁶⁾

자료 : 아마존(www.amazon.de)

▶ 독일 건강보조식품 관련해 ‘칼슘’, ‘오일’, ‘비타민’ 키워드 높은 상관관계

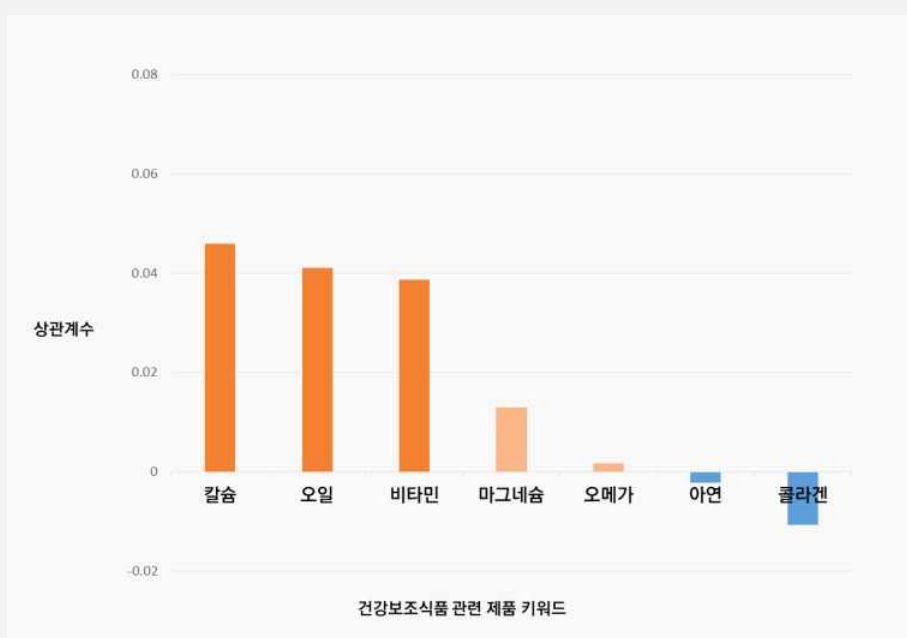
독일 온라인 쇼핑몰에서 인기 건강보조식품의 상품명을 분석함. 그 결과, ‘칼슘’, ‘오일’, ‘비타민’, ‘마그네슘’ 키워드의 상관계수가 상대적으로 높게 나타남. 특히 ‘칼슘’과 ‘마그네슘’, ‘비타민’ 간의 상관관계가 나타났는데, 세 가지 성분이 함께 들어있는 복합 영양제 제품이 다수 보임. 특히 비타민 D와 함께 구성된 제품이 많음

▶ 독일 건강보조식품 관련해 ‘아연’, ‘콜라겐’ 상관관계 낮아

‘오일’ 키워드 관련해서 생선 오일에서 추출한 오메가3 제품이 다수 나타남. 전체 분석 대상 제품 중 포함된 ‘비타민’의 종류로는 비타민 C가 156개, 비타민 B가 95개, 비타민 D가 83개로 가장 많아, 해당 비타민 종류가 인기 있는 것으로 파악됨. 이 중 비타민 B 시장은 7% 성장하여 전체 비타민 시장 중 가장 높은 성장률 보이기도 함.¹⁷⁾ 한편, ‘아연’과 ‘콜라겐’은 음의 상관관계를 보여, 독일에서 건강보조식품으로서 인지도 및 수요가 높지 않은 것으로 보임

▶ 독일 건강보조식품과 양의 상관관계 : 칼슘, 오일, 비타민, 마그네슘, 오메가 독일 건강보조식품과 음의 상관관계가 : 아연, 콜라겐

[표 2.4] 독일 온라인 쇼핑몰 ‘건강보조식품’ 상관관계 분석(제품)



자료 : 독일 온라인 쇼핑몰 내 ‘건강보조식품’ 관련 제품 7,195개 분석

16) 1유로=1,342.67원 (2020.04.03., KEB 하나은행 매매기준을 적용)

17) 「Vitamins in Germany」, Euromonitor, 2019.10.

2. 독일 소비자, 알약 제형의 건강보조식품 선호

스피룰리나 보조제



브랜드	바이오티콘 (Biotikon)
용량	120ea
제형	태블릿
단가	24.95유로 (약 33,500원)

자료 : 아마존(www.amazon.de)

▶ 독일 건강보조식품 관련해, ‘캡슐’과 ‘태블릿’ 제품 많아

독일 건강보조식품 관련 키워드 상관분석 결과, 제형 키워드인 ‘캡슐’과 ‘태블릿’이 상관계수 0.4에 가까운 양의 상관관계를 보임. 이에 따라 섭취가 간편한 알약 형태의 제품을 선호하는 독일 소비자가 많은 것으로 보임

▶ 비타민 제품도 알약 형태 다수

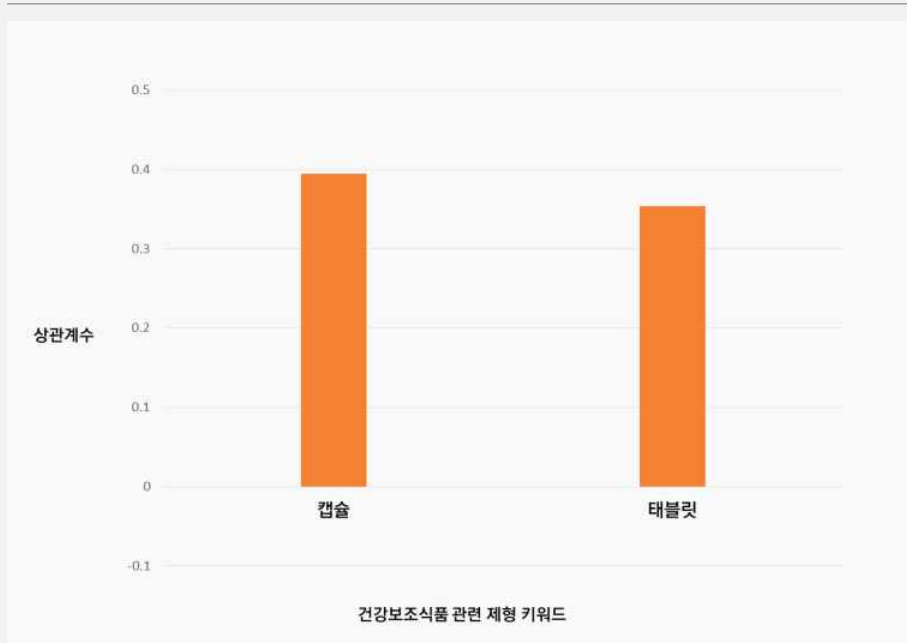
알약 제형의 건강보조식품으로 클로렐라, 스피룰리나, 칼슘 제품이 많음. 한편 비타민 제품으로도 캡슐과 태블릿 형태가 많은 것을 알 수 있음

캡슐 제형	태블릿 제형	구미 제형	파우더 제형

▶ 독일 건강보조식품과 양의 상관관계 : 캡슐, 태블릿

▶ 독일 건강보조식품과 음의 상관관계 : (-)

[표 2.5] 독일 온라인 쇼핑몰 ‘건강보조식품’ 상관관계 분석(제형)



자료 : 독일 온라인 쇼핑몰 내 ‘건강보조식품’ 관련 제품 7,195개 분석

3. ‘다이어트’ 목적으로 건강보조식품 찾는 독일 소비자 많아

● 케토/다이어트에 도움되는 멀티비타민



브랜드 뉴트리얼라인 (Nutri Align)

용량 90ea

제형 캡슐

단가 18.99유로 (25,497원)

자료 : 이베이(www.ebay.de)

▶ 건강보조식품 효능 관련 키워드로 ‘다이어트’가 상관도 가장 높아

독일 건강보조식품의 상품명을 분석한 결과, 제품의 효능 관련해 ‘다이어트’ 키워드의 상관도가 가장 높게 나타남. 이를 통해 다이어트 목적으로 보조제를 먹는 소비자가 많음을 알 수 있음. 한편 ‘다이어트’ 연관된 독일 언론매체 기사에서도 체중 감량에 효과적인 보조제를 소개하는 글과 섭취 방법을 소개하는 글이 다수 보여, 독일 소비자의 다이어트 보조제 수요를 예측할 수 있음

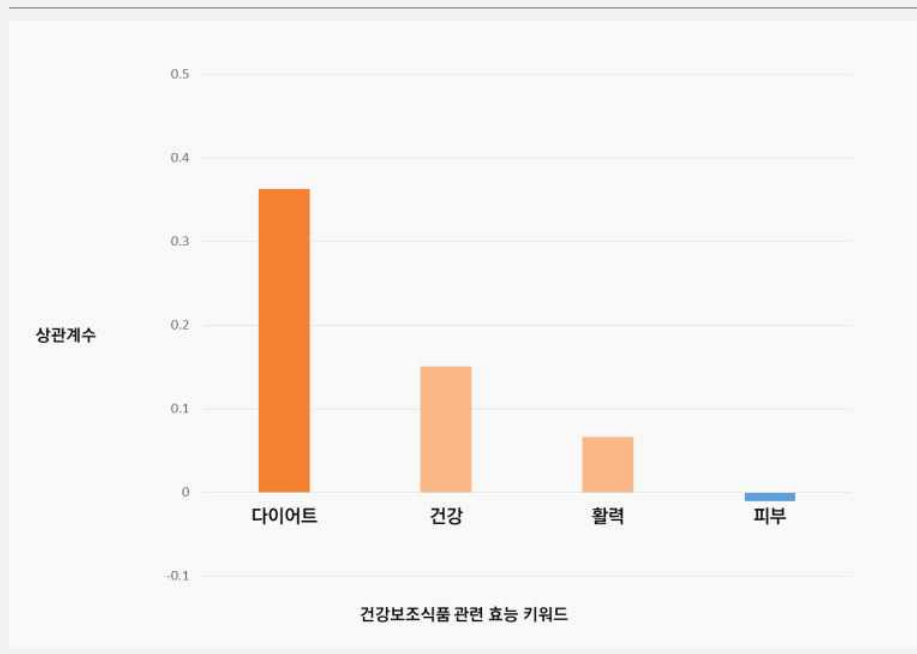
▶ 건강보조식품 관련해 ‘피부’ 효능 비중 작아

다이어트 목적 다음으로 ‘건강’ 관리나 ‘활력’ 증진을 위해서 건강보조식품을 섭취하는 소비자도 있음. 한편 ‘피부’ 키워드는 음식 상관관계를 보여, 건강보조식품 시장에서 피부 건강 효능을 주목적으로 찾는 소비자는 비교적 많지 않은 것으로 보임

▶ 독일 건강보조식품과 양의 상관관계 : 다이어트, 건강, 활력

▶ 독일 건강보조식품과 음식의 상관관계 : 피부

[표 2.6] 독일 온라인 쇼핑몰 ‘건강보조식품’ 상관관계 분석(효능)



자료 : 독일 온라인 쇼핑몰 내 ‘건강보조식품’ 관련 제품 7,195개 분석

4. 건강보조식품 관련해 천연 추출 성분 많이 나타나지 않아

스피룰리나 성분 보조제



브랜드 팻투핏 (Fat2Fit)

용량 250ea

제형 캡슐

단가 14.90유로 (20,006원)

자료 : 이베이(www.ebay.de)

▶ 독일 건강보조식품 관련 천연 성분 키워드로 ‘허브’와 ‘인삼’ 출현

독일 건강보조식품 관련 키워드의 상관도를 살펴본 결과, 천연 추출 성분 키워드도 나타남. ‘허브’, ‘인삼’이 0.1 이하의 낮은 양의 상관관계를 보임. 허브 성분 함유 제품은 근육 형성, 혈액 순환, 혈액 내 콜레스테롤 수치 감소 효능을 홍보하고 있음

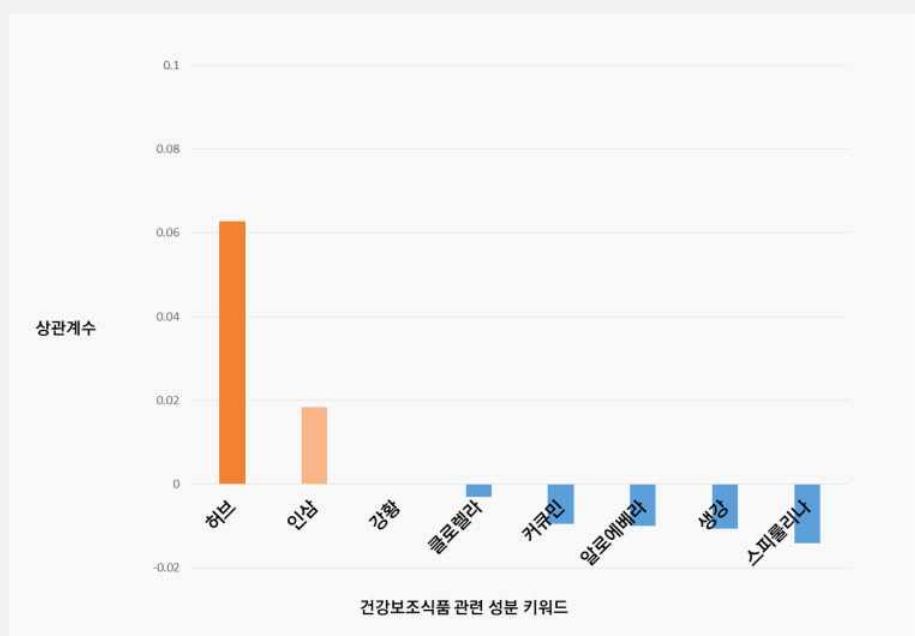
▶ 천연 추출 성분의 건강보조식품 언급량 적어

이 외에 ‘강황’, ‘클로렐라’, ‘알로에베라’, ‘생강’, ‘스피룰리나’ 키워드가 출현했는데, 모두 음의 상관관계를 보임. 이에 따라 독일 건강보조식품 시장에서 천연 추출 성분의 인식 및 수요가 높지 않은 것으로 보임

▶ 독일 건강보조식품과 양의 상관관계 : 허브, 인삼

독일 건강보조식품과 음의 상관관계 : 강황, 알로에베라, 생강, 스피룰리나

[표 2.7] 독일 온라인 쇼핑몰 ‘건강보조식품’ 상관관계 분석(성분)

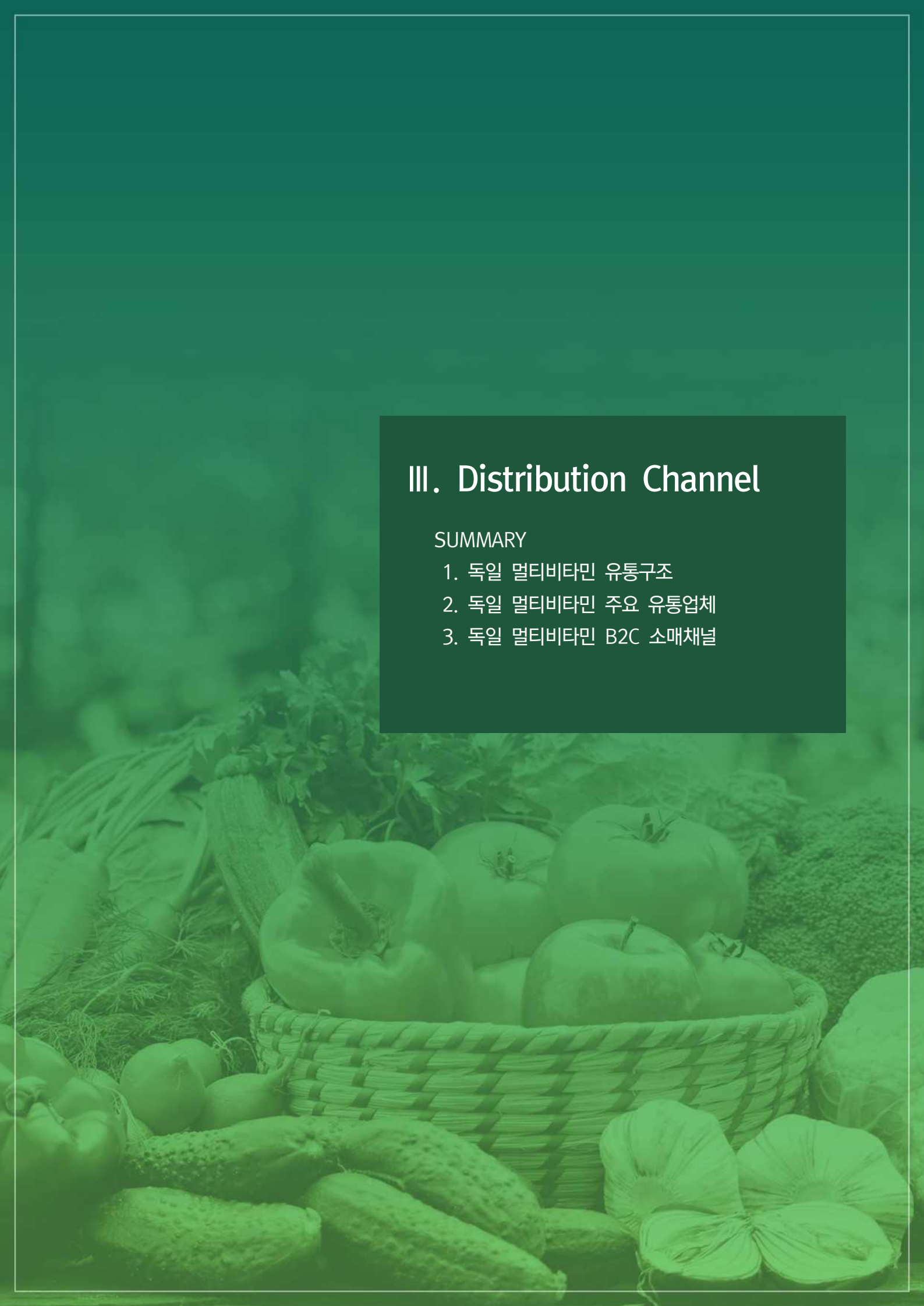


자료 : 독일 온라인 쇼핑몰 내 ‘건강보조식품’ 관련 제품 7,195개 분석

III. Distribution Channel

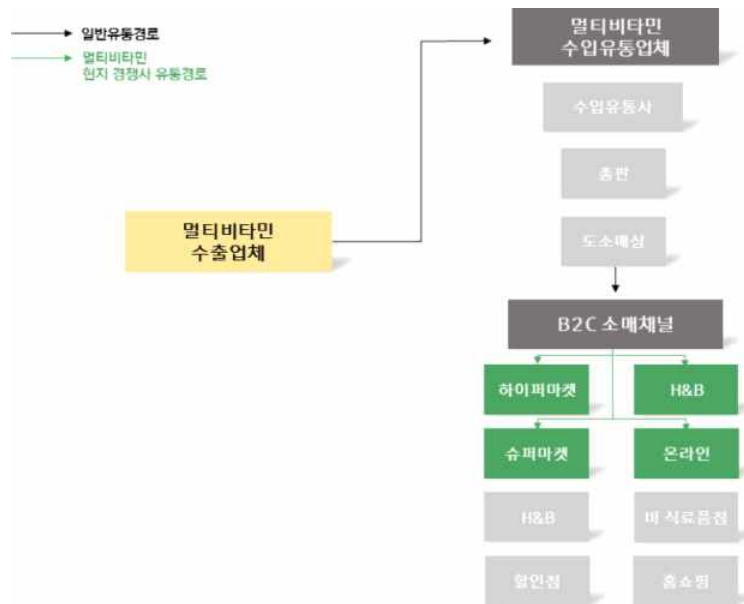
SUMMARY

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



Distribution Channel

(유통채널)



독일 (GERMANY)

멀티비타민¹⁸⁾ 유통채널 현황

채널 유형	채널 분류	점유율 ¹⁹⁾	주요 채널 ²⁰⁾
B2C 소매 채널	H&B	65.4%	디엠(DM), 로스만(Rossmann), 뮐러(Müller), 더글라스(Douglas)
	온라인	21.6%	아마존(Amazon), 오토(Otto), 잘란도(Zalando), 브링마에스터(Bringmeister)
	할인점	6.6%	알디(Aldi), 리들(Lidl), 네토(Netto), 페니(Penny), 노르마(Norma)
	하이퍼마켓 & 슈퍼마켓	6.4%	카우플란트(Kaufland), 레알(Real), 에데카(Edeka), 레베(Rewe), 마르크트카우프(Marktkauf), 파밀라(Famila)

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

18) '멀티비타민'의 세부 품목에 대한 유통채널 정보 확인이 불가하여, 제품의 상위 카테고리인 '비타민 및 식이보조제(Vitamins and Dietary Supplements)'의 정보를 확인함

19) 2019년 기준, 독일 내 비타민 및 식이보조제(Vitamins and Dietary Supplements)의 유통채널 점유율임

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

1. 독일 멀티비타민 유통구조

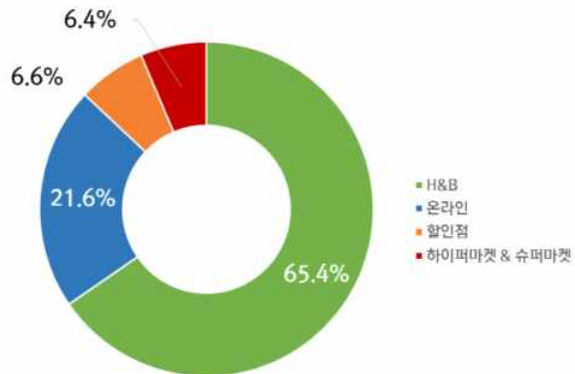
품목 구분 및 분류

품목	멀티비타민
구분	비타민
범주	비타민 및 식이보제 (Vitamins and Dietary Supplements)

▶ 독일 멀티비타민 주요 채널

‘H&B(65.4%), 온라인(21.6%), 할인점(6.6%), 하이퍼마켓 & 슈퍼마켓(6.4%)’

[표 3.1] 독일 멀티비타민 유통채널별 점유율



자료: 유로모니터(Euromonitor)

[표 3.2] 독일 멀티비타민 유통채널 현황

채널 유형	멀티비타민 채널 분류		
	채널 유형	점유율	채널명
B2C 소매 채널	H&B	65.4%	디엠(DM), 로스만(Rossmann), 뮐러(Müller), 더글라스(Douglas)
	온라인	21.6%	아마존(Amazon), 오토(Otto), 잘란도(Zalando), 브링마에스터(Bringmeister)
	할인점	6.6%	알디(Aldi), 리들(Lidl), 네토(Netto), 페니(Penny), 노르마(Norma)
	하이퍼마켓 & 슈퍼마켓	6.4%	카우플란트(Kaufland), 레알(Real), 에데카(Edeka), 레베(Rewe), 마르크트카우프(Marktkauf), 파밀라(Famila)

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

2. 독일 멀티비타민 주요 유통업체

- ▶ H&B, 온라인이 대표적. 추가로, 할인점, 하이퍼마켓 & 슈퍼마켓에서 유사제품 판매가 확인되어 조사채널에 포함

[표 3.3] 독일 멀티비타민 취급 주요 유통업체

순번	기업명	기업구분	규모 (매출액 ²¹⁾ , 매장 수)	입점브랜드	유사제품 취급경험
1	디엠 (DM)	H&B	약 9억 2,826만 달러 (약 1조 1,488억 원)	압타이(Abtei), 미포리스(Mivolis), 도펠헤르츠 (Doppelherz)	0
2	로스만 (Rossmann)	H&B	약 92억 6,776만 달러 (약 11조 4,698억 원)	알타파마(Altapharma), 테테셉(Tetesept), 압타이(Abtei)	0
3	더글라스 (Douglas)	H&B	약 37억 9,714만 달러 (약 4조 6,993억 원)	오개닉스(Ogaenics), 크나이프(Kneipp), 아이비베어스(Ivybears)	0
4	아마존 (Amazon)	온라인	약 137억 5,450만 달러 (약 17조 226억 원)	푸드스프링 (Food Spring), 도펠헤르츠 (Doppelherz), 글로리필(Glory Feel), 비하도(Vihado)	0
5	브링마에스터 (Bringmeister)	온라인	약 594억 1,310만 달러 (약 73조 5,297억 원)	비빌(Vivil), 엘코스비베데 (Elkos Vivede)	0

자료: 각 기업 홈페이지, 유로모니터(Euromonitor.com)

21) 1달러=1237.60원(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 59조 8,661억 원)	압타이(Abtei), 텍소핏(Taxofit), 도펠헤르츠 (Doppelherz)	0
7	에데카 (Edeka)	하이퍼마켓 & 슈퍼마켓	약 594억 1,310만 달러 (약 73조 5,297억 원)	에데카(Edeka), 엘코스(Elkos), 탁소핏(Taxofit)	0
8	카우플란트 (Kaufland)	하이퍼마켓 & 슈퍼마켓	약 250억 2,837만 달러 (약 30조 9,751억 원)	도펠헤르츠 (Doppelherz)	0
9	레알 (Real)	하이퍼마켓 & 슈퍼마켓	약 82억 144만 달러 (약 10조 1,501억 원)	비타라그나 (Vitaragna), 뉴트리(Nutri), 올림프(Olimp)	0
10	네토 (Netto)	할인점	약 147억 3,112만 달러 (약 18조 2,312억 원)	프로라이프(Pro-life), 테테셉(Tetesept), 스웨프로(Swepro)	0

자료: 각 기업 홈페이지, 유로모니터(Euromonitor.com)

3. 독일 멀티비타민 B2C 소매채널

1) H&B



① 디엠(DM)

기업 기본 정보	기업명	디엠(DM)								
	홈페이지	www.dm.de								
	위치	카를스루에(Karlsruhe)								
	규모	<table border="1"> <tr> <td>매출액('19)</td> <td>약 9억 2,826만 달러 (약 1조 1,488억 원)</td> </tr> <tr> <td>기타 규모</td> <td>매장 수('19): 약 3,600개 직원 수('19): 약 6만 2,000명</td> </tr> </table>	매출액('19)	약 9억 2,826만 달러 (약 1조 1,488억 원)	기타 규모	매장 수('19): 약 3,600개 직원 수('19): 약 6만 2,000명				
매출액('19)	약 9억 2,826만 달러 (약 1조 1,488억 원)									
기타 규모	매장 수('19): 약 3,600개 직원 수('19): 약 6만 2,000명									
기업 요약	<ul style="list-style-type: none"> - 1973년 설립 - 매출액 기준 독일 1위 드럭스토어 기업 - 독일 내 4개의 물류센터 보유 - 다양한 자체개발 상품 브랜드 보유 									
기업 최근 이슈	<ul style="list-style-type: none"> - 2019년 매출성장률 4.6% 달성 - 2018년 독일 경제 일간지 한델스블라트(Handelsblatt)가 가격대비 경제적인 기업(Price Performance Winner)으로 선정 									
유사제품 정보		<table border="1"> <tr> <td>제품명</td> <td>에이-제트컴플리트 멀티비타민캡슐 (A-Z Komplett Multivitamine Kapseln)</td> </tr> <tr> <td>종류</td> <td>멀티비타민</td> </tr> <tr> <td>용량</td> <td>42정</td> </tr> <tr> <td>원산지</td> <td>독일</td> </tr> </table>	제품명	에이-제트컴플리트 멀티비타민캡슐 (A-Z Komplett Multivitamine Kapseln)	종류	멀티비타민	용량	42정	원산지	독일
제품명	에이-제트컴플리트 멀티비타민캡슐 (A-Z Komplett Multivitamine Kapseln)									
종류	멀티비타민									
용량	42정									
원산지	독일									

자료: 디엠(DM) 홈페이지

사진 자료: 디엠(DM) 홈페이지, 포스퀘어(Foursquare) 홈페이지

입점 및 협력 정보

<p>입점 제품 특징</p>	<p>• 입점 가능 품목</p> <ul style="list-style-type: none"> - 식품: 스낵류, 건조식품, 다이어트식품, 음료류, 차(茶)류, 건강보조식품 등 - 일반: 의약품, 화장품, 향수류, 의류, 목욕용품, 헤어제품, 유아용품, 애완용품 등 <p>• 특이사항</p> <ul style="list-style-type: none"> - 자체브랜드(PB) 제품이 많음 	
<p>입점 등록 절차</p>	<p>등록 유형</p> <p><input checked="" type="checkbox"/> 직접 등록 <input 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 하단 메뉴 'Kontaktl 클릭 (www.dm.de/haeufigefragen/kontakt/) - 양식서 작성 후 제출 - 기입 정보: 이름, 성별, 회사명, 국가, 이메일, 연락처, 문의내용 등 2. 유선 전화를 통한 입점 문의 <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"> - 문의사항 연락처: +49-(0)800-3658633

자료: 디엠(DM) 홈페이지



② 로스만(Rossmann)

기업 기본 정보	기업명	로스만(Rossmann)		
	홈페이지	www.rossmann.de/de		
	위치	하노버(Hanover)		
	규모	매출액('18)	약 92억 6,776만 달러 (약 11조 4,698억 원)	
		기타 규모	매장 수('19): 약 3,930개 직원 수('19): 약 2만 2,800명	
기업 요약	<ul style="list-style-type: none"> - 1972년 설립 - 로스만패밀리(Rossmann family)가 소유하는 오너경영기업 - AS 왓슨 그룹(AS Watson Group)이 40%의 주식 소유 - 독일에서 두 번째로 규모가 큰 H&B 			
기업 최근 이슈	<ul style="list-style-type: none"> - 2020년 자사 브랜드 '이사나(ISANA)'가 사회적 스타트업 기업 플라스틱 뱅크(Plastic Bank)와 파트너십 체결 - 2019년 전년 대비 매출액 5.7% 증가 			
유사제품 정보		제품명	에이-제트디포 멀티비타민+미네랄 (A-Z Depot Multivitamin + Mineral)	
		종류	멀티비타민	
		용량	100정	
		원산지	독일	

자료: 로스만(Rossmann) 홈페이지

사진 자료: 로스만(Rossmann) 홈페이지, 에이에스왓슨(AS Watson) 홈페이지

입점 및 협력 정보

<p>입점 제품 특징</p>	<p>• 입점 가능 품목</p> <ul style="list-style-type: none"> - 식품: 건강보조식품, 와인류, 스낵류, 건조식품, 다이어트식품, 음료류 등 - 일반: 의약품, 화장품, 향수류, 의류, 목욕용품, 유아용품, 가정용품 등 <p>• 특이사항</p> <ul style="list-style-type: none"> - 약 4,600개의 자사브랜드 제품 보유 	
<p>입점 등록 절차</p>	<p>등록 유형</p>	<p><input checked="" type="checkbox"/> 직접 등록 <input type="checkbox"/> 벤더 등록</p>
	<p>등록 방법 및 등록 정보</p>	<p>1. 홈페이지 통한 입점 문의</p> <ul style="list-style-type: none"> - 홈페이지 하단 메뉴 'Kontakt' 클릭 (www.rossmann.de/cms/service-hilfe/kontakt.html) - 'Kontaktformular' 클릭 - 양식서 작성 후 제출 - 등록 정보: 고객번호, 이름, 이메일, 연락처, 문의 내용 <p>2. 유선 연락 또는 이메일 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, 소비자 가격 등) ③ 참고자료 (회사소개서, 카탈로그 등)
<p>특이사항</p>	<ul style="list-style-type: none"> - 문의사항 연락처 이메일: service@rossmann.de 전화: +49-(0)800-76-77-62-66 	

자료: 로스만(Rossmann) 홈페이지

DOUGLAS

③ 더글라스(Douglas)

기업 기본 정보	기업명	더글라스(Douglas)	
	홈페이지	www.douglas.de	
	위치	뒤셀도르프(Düsseldorf)	
	규모	매출액('18)	약 37억 9,714만 달러 (약 4조 6,993억 원)
기업 요약	기타 규모	매장 수 : 약 2,400개 ²²⁾ 직원 수 : 약 2만 명	
	기업 요약	<ul style="list-style-type: none"> - 1821년 향수, 비누 공장으로부터 출발 - 네덜란드, 이탈리아, 프랑스 등 유럽 내 2개 국가에 온오프라인 매장을 운영하며 온라인 매장이 빠르게 성장 중 - 약 750개 브랜드에서 출시한 약 5만 5,000개의 제품을 취급 	
기업 최근 이슈	<ul style="list-style-type: none"> - 2020년 코로나19로 매출 감소를 우려해, 상품 다각화를 추진 - 2019년 전년 대비 온라인 매출 약 38.2% 증가했으며, 전체 매출은 약 6% 상승 		
유사제품 정보		제품명	멀티비타민-컴플렉스위먼 (Multivitamin - Complex Women)
		종류	멀티비타민
		용량	60정
		원산지	독일

자료: 더글라스(Douglas) 홈페이지, 유로모니터(Euromonitor), 비더블유콘퍼덴셜(Bw Confidential) 홈페이지, 엠디에스(Mds) 홈페이지
 사진 자료: 더글라스(Douglas) 홈페이지, 사우브하야메이크업(Saubhaya Makeup) 홈페이지

22) 약 26개 국가의 매장을 합한 수치

입점 및 협력 정보

입점 제품 특징	<ul style="list-style-type: none"> • 입점 가능 품목 <ul style="list-style-type: none"> - 식품: 건강보조식품 등 - 일반: 화장품, 향수류, 욕실용품, 가정용품, 약세서리류 등 • 특이사항 <ul style="list-style-type: none"> - 최근 코로나19로 매출 감소를 우려해, 다양한 브랜드의 제품을 취급함 	
	등록 유형	<input checked="" type="checkbox"/> 직접 등록 <input type="checkbox"/> 벤더 등록
입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	유선 연락 또는 이메일 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, 소비자 가격 등) ③ 참고자료 (회사소개서, 카탈로그 등)
	특이사항	- 문의사항 연락처 이메일: service@douglas.de 전화: +49-(0)800-6906905

자료: 더글라스(Douglas) 홈페이지, 유통채널 담당자와의 인터뷰

2) 온라인



① 아마존(Amazon)

기업 기본 정보	기업명	아마존(Amazon)	
	홈페이지	www.amazon.de	
	위치	뮌헨(Munich)	
	규모	매출액(*18)	약 137억 5,450만 달러 ²³⁾ (약 17조 226억 원)
		기타 규모	직원 수(*18): 약 64만 7,500명 ²⁴⁾
기업 요약	<ul style="list-style-type: none"> - 1994년 7월 설립된 세계 최대의 온라인 쇼핑중개 업체 - 1998년 독일 진출 - 물류비용 절감과 배송 시간 단축을 목표로 한 완전 자동화 물류센터 개발 중 - 독일 내 13개의 물류센터 운영 - 2020년 새로운 컨셉의 오프라인 식료품 매장 개장 계획 		
기업 최근 이슈	<ul style="list-style-type: none"> - 2019년 11월 바덴 주 메스키르히(Meßkirch)에 물류센터 설립 - 2019년 2분기 매출액 전년 동기 대비 20% 증가 - 2019년 9월 현금결제서비스 '아마존페이코드(Amazon PayCode)' 런칭 		
유사제품 정보		제품명	글로리필멀티비타민 (GloryFeel Multivitamin)
		종류	멀티비타민
		용량	450정
		원산지	독일

자료: 아마존(Amazon) 홈페이지, 티온라인(T-online), 메르쿠어(Merkur), 아마존 2018 연간보고서(Amazon Annual Report 2018), 유로모니터(Euromonitor)
 사진 자료: 아마존(Amazon) 홈페이지

23) 아마존 독일 매출액
 24) 글로벌 통합 직원 수

입점 및 협력 정보

입점 제품 특징	<ul style="list-style-type: none"> • 입점 가능 품목 <ul style="list-style-type: none"> - 식품: 유제품, 냉동식품, 즉석식품, 스낵류, 면류, 음료류, 차(茶)류, 주류 등 - 일반: 서적류, 전자제품, 가전제품, 주방용품, 위생용품, 약기류, 화장품 등 • 선호제품 <ul style="list-style-type: none"> - 기존 플랫폼에 없는 신제품 • 특이사항 <ul style="list-style-type: none"> - 타 유통채널 대비 다양한 유사제품 판매 	
	등록 유형	<input checked="" type="checkbox"/> 직접 등록 <input type="checkbox"/> 벤더 등록
입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	홈페이지 통한 등록 - 홈페이지 하단 메뉴 'Geld verdienen mit Amazon' 메뉴의 'Jetzt verkaufen' 클릭 - 아마존 홈페이지 계정 생성 후 필요사항 기입 - 등록 정보 <ul style="list-style-type: none"> ① 공급자 정보 (회사 비즈니스 유형, 회사명, 회사고유번호, 회사 홈페이지 주소, 국가) ② 공급 담당자 정보 (담당자명, 연락처, 이메일, 출생일, 출생국가, 국적, 신분증) ③ 지불방식 (신용카드번호 확인절차) ④ 제품정보 (제품 카테고리, 브랜드명, 제품명, 카탈로그, 이미지, UP 인증 여부 등)
	등록 조건	· 평가 기준 ① 아마존 행동강령 준수 · 평가 기준 ② EU Regulation on the Provision of Food Information to Consumers 준수
	특이사항	입점 가능한 카테고리 20개 중 식료품을 포함한 10개 제품군은 승인절차 거쳐야 입점 가능

자료: 아마존(Amazon) 홈페이지, 유통채널 담당자와의 인터뷰



② 브링마에스터(Bringmeister)

기업 기본 정보	기업명	브링마에스터(Bringmeister)	
	홈페이지	www.bringmeister.de	
	위치	함부르크(Hamburg)	
	규모	매출액(*18)	약 594억 1,310만 달러 ²⁵⁾ (약 73조 5,297억 원)
기업 요약	기타 규모	직원 수(*18): 약 37만 6,000명 ²⁶⁾	
	<ul style="list-style-type: none"> - 에데카(Edeka)²⁷⁾의 자회사 - 엘코스(elkos)라는 자사 의약 브랜드 보유 - 베를린과 뮌헨 지역에 한정해 배달 서비스 제공 - 당일 배달서비스와 1시간 배달서비스 제공 - 2,000개 이상의 제품을 할인하여 판매 		
기업 최근 이슈	<ul style="list-style-type: none"> - 2019년 쇼핑리스트어플리케이션 브링!(Bring!)과 협업하여 브링마에스터에서 주문 서비스 제공 - 2019년 가사노동서비스업체인 캐리(Cary)와 협업하여 가정 내 냉장고직접운반 서비스 제공 		
유사제품 정보		제품명	왈드프루추멀티비타민본본스 (Waldfrucht Multivitamin Bonbons)
		종류	멀티비타민
		용량	120g
		원산지	독일

자료: 브링마에스터(Bringmeister) 홈페이지, 이에스엠매거진(ESMMagazine)홈페이지, 스토어스샵(Stores-shops) 홈페이지
 사진 자료: 브링마에스터(Bringmeister) 홈페이지

25) 모회사인 에데카(Edeka) 기업 전체 매출액
 26) 모회사인 에데카(Edeka) 기업 전체 직원 수
 27) 독일에서 가장 규모가 큰 슈퍼마켓 기업

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, 유제품, 냉동식품, 음료류, 주류, 건강보조식품 등 - 일반: 의약품, 가정용품, 애완용품, 잡지류, 담배류, 위생용품 등 • 선호 제품 <ul style="list-style-type: none"> - 친환경적인 제품 • 특이사항 <ul style="list-style-type: none"> - 에데카(Edeka) 자체 브랜드 제품 판매 - 독일농업협회(German Agricultural Society)에서 품질 체크 실시 - 유기농 제품에 유럽연합 유기농 규정(EU Organic Regulation) 적용 		
	등록 유형	<input checked="" type="checkbox"/> 직접 등록	<input type="checkbox"/> 벤더 등록
입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	<p>유선 연락 또는 이메일 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, 소비자 가격 등) ③ 참고자료 (회사소개서, 카탈로그 등) 	
	특이사항	<ul style="list-style-type: none"> - 문의사항 연락처 이메일: kundenservice@bringmeister.de 전화: +49-(0)30-809325410 	

자료: 브링마에스터(Bringmeister) 홈페이지, 유통채널 담당자와의 인터뷰

3) 하이퍼마켓 & 슈퍼마켓



① 레베(Rewe)

기업 기본 정보	기업명	레베(Rewe)								
	홈페이지	www.rewe.de								
	위치	퀸른(Cologne)								
	규모	<table border="1"> <tr> <td>매출액('18)</td> <td>약 483억 7,275만 달러 (약 59조 8,661억 원)</td> </tr> <tr> <td>기타 규모</td> <td>매장 수('18): 약 3,300개</td> </tr> </table>	매출액('18)	약 483억 7,275만 달러 (약 59조 8,661억 원)	기타 규모	매장 수('18): 약 3,300개				
매출액('18)	약 483억 7,275만 달러 (약 59조 8,661억 원)									
기타 규모	매장 수('18): 약 3,300개									
기업 요약	<ul style="list-style-type: none"> - 1927년 설립 - 레베, 레베시티(Rewe City), 레베센터(Rewe Center) 등 3종류의 매장 운영 - 자사 유기농 브랜드 보유 - 상하이, 방콕, 홍콩 등 지역 구매 관리 본부 설립을 통해 다양한 아시아 식품 수입 - 온라인몰을 보유하며 빠르게 성장 중 									
 										
기업 최근 이슈	<ul style="list-style-type: none"> - 2019년 10월 라임, 아보카도 등 신선식품에 먹을 수 있는 코팅 포장지 사용 계획 발표 - 2019년 플라스틱 사용량 줄이기 캠페인을 진행하여 약 1,400개의 제품 포장 재디자인 - 2019년 8월 쾨니히스브론(Königsbronn)에 매장 오픈 									
유사제품 정보		<table border="1"> <tr> <td>제품명</td> <td>비타민D31500아이.이. (Vitamin D3 1500 I.E.)</td> </tr> <tr> <td>종류</td> <td>비타민 D3</td> </tr> <tr> <td>중량</td> <td>45정</td> </tr> <tr> <td>원산지</td> <td>독일</td> </tr> </table>	제품명	비타민D31500아이.이. (Vitamin D3 1500 I.E.)	종류	비타민 D3	중량	45정	원산지	독일
제품명	비타민D31500아이.이. (Vitamin D3 1500 I.E.)									
종류	비타민 D3									
중량	45정									
원산지	독일									

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, 유제품, 소스류, 음료류, 식용유, 주류, 건강보조식품 등 - 일반: 유아용품, 생활용품, 주방용품 등 • 선호제품 <ul style="list-style-type: none"> - 패키지 형태의 상품 - 유기농제품 선호 - 높은 신선도의 제품 선호 • 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</p>	<p><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, 유통채널 담당자와의 인터뷰



② 에데카(Edeka)

	기업명	에데카(Edeka)	
	홈페이지	www.edeka.de	
	위치	함부르크(Hamburg)	
	규모	매출액('18)	약 594억 1,310만 달러 ²⁸⁾ (약 73조 5,297억 원)
기업 기본 정보	기업 요약	기타 규모	매장 수('18): 약 1만 1,300개 직원 수('18): 약 37만 6,000명 ²⁹⁾
	<ul style="list-style-type: none"> - 에데카(Edeka) 그룹 자회사 - 에데카 마켓(Market), 센터(Center), 익스프레스(Express) 매장 형태로 운영 - 약 3,700개의 공급업체를 보유하고 있으며 각 매장마다 현지 공급업체와 계약 체결 - 12개의 육류 및 소시지 제조 시설 보유 - EDEKA 24 홈페이지를 통해 온라인 쇼핑 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 - 2018년 에데카 그룹 전년 대비 매출액 2.4% 증가 		
유사제품 정보		제품명	비타민씨(Vitamin C)
		종류	발포 비타민
		중량	17정
		원산지	독일

자료: 에데카(Edeka) 홈페이지

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

28) 에데카(Edeka) 기업 전체 매출액

29) 에데카(Edeka) 기업 전체 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 제조업체 		
<p>입점 등록 절차</p>	<p>등록 유형</p>	<p><input checked="" type="checkbox"/> 직접 등록</p>	<p><input checked="" type="checkbox"/> 벤더 등록</p>
	<p>등록 방법 및 등록 정보</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. 홈페이지를 통한 등록 <ul style="list-style-type: none"> - 홈페이지 하단의 'Kontakt' 클릭 - 정보 및 문의 내용 기입 - 홈페이지 기입 정보: 담당자명, 이메일 주소, 연락처, 문의내용 등 2. 로컬 에이전트를 통한 등록 	
	<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)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, 유통채널 담당자와의 인터뷰



③ 카우플란트(Kaufland)

	기업명	카우플란트(Kaufland)	
	홈페이지	www.kaufland.de	
	위치	네카르줄름(Neckarsulm)	
	규모	매출액('18)	약 250억 2,837만 달러 (약 30조 9,751억 원)
기타 규모		매장 수('18): 약 660개	
기업 기본 정보	<ul style="list-style-type: none"> - 1984년 설립 - 유럽 최대 규모이자 세계 4위의 유통 전문 기업인 슈바르츠 그룹(Schwarz Gruppe)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 요약	 		
기업 최근 이슈	<ul style="list-style-type: none"> - 2019년 3월 약 3억 704만 달러(약 3,799억 원)를 투자하여 호주 시장 진출 계획 발표 - 11월 비건 신제품 '미라클핵(Miracle Hack)'과 '미라클버거(Miracle Burger)' 런칭 		
유사제품 정보		제품명	아브웨이크티브 (Abwehr Aktiv)
		종류	발포 비타민
		용량	15정
		원산지	독일

자료: 카우플란트(Kaufland) 홈페이지, 와벨(Wabel), 아이지디리테일아널리시스(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)



입점 및 협력 정보

입점 제품 특징	<p>• 입점 가능 품목</p> <ul style="list-style-type: none"> - 식품: 신선식품, 냉동식품, 즉석식품, 스낵류, 건강보조식품, 주류, 음료류, 유제품 등 - 일반: 의류, 자동차용품, 레저용품, 사무용품, 생활용품 등 <p>• 특이사항</p> <ul style="list-style-type: none"> - 수입식품을 취급하고 있으나 유럽산 수입식품이 다수임 	
	등록 유형	<input checked="" type="checkbox"/> 직접 등록 <input type="checkbox"/> 벤더 등록
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 <ul 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



④ 레알(Real)

	기업명	레알(Real)			
	홈페이지	www.real.de			
	위치	뮌헨글라트바흐(Mönchengladbach)			
	규모	<table border="1"> <tr> <td>매출액('18)</td> <td>약 82억 144만 달러 (약 10조 1,501억 원)</td> </tr> <tr> <td>기타 규모</td> <td>매장 수('18): 약 279개 직원 수('18): 약 3만 6,000명</td> </tr> </table>	매출액('18)	약 82억 144만 달러 (약 10조 1,501억 원)	기타 규모
매출액('18)	약 82억 144만 달러 (약 10조 1,501억 원)				
기타 규모	매장 수('18): 약 279개 직원 수('18): 약 3만 6,000명				
기업 기본 정보	<p>기업 요약</p> <ul style="list-style-type: none"> - 1992년 설립 - 세계적인 무역회사 메트로 AG(METRO AG)의 자회사 - 식료품, 전자제품, 장난감, 가정용품, 패션 및 가구를 포함한 다양한 분야의 제품 판매 - 식료품 판매액이 전체 매출의 약 3/4를 차지하며, 특히 신선식품의 품질이 우수 - 온라인 몰을 운영하며 특정 지역에 한하여 배달 서비스 '클릭&콜렉트(Click&Collect)' 제공 				
					
기업 최근 이슈	<p>- 2018년 말 레알(Real)의 모기업 메트로 AG가 레알(Real) 슈퍼마켓 체인을 판매하겠다고 발표했고 에데카(Edeka)기업이 일부 매장을 인수</p>				
유사제품 정보		제품명	에덴케어멀티-브이엠 (Eden Care Multi-VM)		
		종류	멀티비타민		
		용량	90정		
		원산지	독일		

자료: 레알(Real) 홈페이지, 이에스엠매거진(ESMMagazine), 발데키쉬(Waldeckische), 유로모니터(Euromonitor)

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

입점 및 협력 정보

입점 제품 특징	<ul style="list-style-type: none"> • 입점 가능 품목 <ul style="list-style-type: none"> - 식품: 신선식품, 음료류, 주류, 소스류, 냉동식품, 유제품, 스낵류, 건강보조식품 등 - 일반: 생활용품, 전자제품, 가정용품, 가구류, 의류, 잡화류, 사무용품 등 • 선호제품 <ul style="list-style-type: none"> - 성분 표기가 명확히 되어 있는 제품 - 알레르기 성분이 없는 제품 - 섭취 방법이 표기되어 있는 제품 		
	등록 유형	<input checked="" type="checkbox"/> 직접 등록	<input checked="" type="checkbox"/> 벤더 등록
입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	<ol style="list-style-type: none"> 홈페이지를 통한 등록 <ul style="list-style-type: none"> - 레알 온라인 스토어 입점 방법 - 딜러 계정 생성 후 입점 절차 진행 (www.real.de/versandpartner/online-marktplatz) - 기입 정보: 회사명, 담당자명, 연락처, 홈페이지 주소, 제품 및 브랜드 정보, 원산지 정보 등 로컬 에이전트를 통한 등록 	
	등록 조건	<ul style="list-style-type: none"> · 평가 기준 ① 온라인 스토어 판매자의 경우 기업 본사가 EU 국가 또는 스위스 내 위치 	
	특이사항	<ul style="list-style-type: none"> - 문의사항 연락처 이메일: haendler@real-marktplatz.de 전화: +49-(0)221-975979-79 - 온라인 스토어 판매자 수수료: 월 39.95-49.90유로 	
벤더 리스트	<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 : 레알을 포함한 다양한 유통업체 납품 및 판매 활동지원 		

자료: 레알(Real) 홈페이지, 유통채널 담당자와의 인터뷰

4) 할인점



① 네토(Netto)

	기업명	네토(Netto)	
	홈페이지	www.netto-online.de	
	위치	레겐스부르크(Regensburg)	
	규모	매출액('18)	약 147억 3,112만 달러 (약 18조 2,312억 원)
기타규모		매장 수('18): 4,260개 직원 수('18): 7만 6,700명	
기업 기본 정보	<ul style="list-style-type: none"> - 1984년 설립 - 독일 3대 할인 판매점 중 하나 - 에데카(Edeka) 계열 자회사 - 독일 최대 식료품 할인점, 약 5,000개 이상 제품 판매 - 온라인 쇼핑 사이트 운영 - 신선 제품군에 주력 		
기업 요약	<ul style="list-style-type: none"> - 한 주 평균 2,100만 명 고객 매장 방문 - 유기농 브랜드 포함한 자체제작 브랜드 5개 소유 		
			
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	비타민B12꾸어 (Vitamin B12 Kur)
		종류	비타민 B12
		용량	10정
		원산지	뉴질랜드

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	<p>입점 가능 품목</p> <ul style="list-style-type: none"> - 식품: 즉석식품, 신선식품, 소스류, 주류, 음료류, 건강보조식품 등 - 일반: 생활용품, 유아용품, 패션용품, 화장품, 가구류 등 <p>• 선호제품</p> <ul style="list-style-type: none"> - 가격 경쟁력을 갖춘 제품 - 현지 공급업체 제품 <p>• 특이사항</p> <ul style="list-style-type: none"> - 다양한 와인 종류 보유 	
	<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 오른쪽 상단에 ‘Kontakt“ 클릭 - 온라인물 문의 혹은 지점 문의 선택 - 홈페이지 기입 정보: 이름, 주소, 이메일, 연락처, 첨부파일 등 <p>2. 유선연락 또는 이메일을 통한 입점 문의 등록 시 필요한 일반적 정보</p> <p>① 공급자 정보 (공급자 이름, 주소, 연락 담당자, 전화번호 및 이메일 주소 등)</p> <p>② 공급 제품 정보 (브랜드 이름, 제품 이름, 제품 사진, 판매 가격, 할인가, 소비자 가격 등)</p> <p>③ 참고자료 (회사소개서, 카탈로그 등)</p>
	<p>특이사항</p>	<ul style="list-style-type: none"> - 문의사항 연락처 이메일: info@netto-online.de 전화: +49-(0)800-200-00-15

자료: 네토(Netto) 홈페이지, 유통채널 담당자와의 인터뷰

IV. Customs·Quarantine

SUMMARY

1. 독일 멀티비타민 인증 취득
2. 독일 멀티비타민 사전 심사
3. 독일 멀티비타민 업체·제품 등록
4. 독일 멀티비타민 라벨 심의
5. 독일 멀티비타민 서류 준비
6. 독일 멀티비타민 세금 납부
7. 독일 멀티비타민 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"> • 수입 식품 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	<ul style="list-style-type: none"> • 수입 식품 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	<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.europe.eu
Step 04. 라벨 심의	<ul style="list-style-type: none"> • 일반가공식품, 식품보조제(현지) 라벨 표기사항 - 제품명, 종량, 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 (*) 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 멀티비타민 인증 취득

인증 취득

독일로 제품 수출 시,
필요하거나 선택 가능한
인증 정보 제공

멀티비타민

멀티비타민 품목은
일반가공식품으로
분류하여 일반가공식품에
해당하는 정보를 제공함

▶ 독일 수입 식품 ‘적용 받는 강제 인증 無’

독일로 수출하고자 하는 식품이 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 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 수출 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 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	20만원
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 900-1,000만원
BRCGS Food Safety		절차	기간
		인증의뢰>사전심사>현장심사>부적합 사항 시정 조치>인증발급	-
		서류	비용
		신청서, 식품안전 및 품질에 관한 매뉴얼 등	약 900-1,000만원
FSSC 22000		절차	기간
		서류제출>1차 현장 평가>2차 현장 평가>인증>사후관리 심사	-
		서류	비용
		신청서, 회사 정보, 기 취득 인증 등	500-600만원

자료 : 각 인증기관

2. 독일 멀티비타민 사전 심사

사전 심사

독일로 제품 수출 시,
품목에 대한 사전 규제
심사제도 정보 제공

멀티비타민

멀티비타민 품목은
일반가공식품으로
분류하여 일반가공식품에
해당하는 정보를 제공함

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

품목분류 사전심사제(BTI, Binding Tariff Information)란 EU로 제품을 수출하기 전 품목 분류를 통해 HS CODE를 확인하고 해당 관세율과 필요 인증에 대한 요구 사항을 확인하는 사전 절차임. EU 국가 중 수출하고자 하는 국가 또는 현지에 사무소가 있는 경우 해당 지역을 담당하는 세관을 통해 신청할 수 있음. 사전 심사는 수출시 필수적인 심사는 아니지만, 원활한 통관 진행을 위하여 품목 분류와 HS CODE를 명확하게 하는 절차임

[표 4.3] 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 멀티비타민 업체·제품 등록

업체·제품 등록

독일로 제품 수출 시,
요구되는 업체 또는 제품
등록제도 정보 제공

멀티비타민

멀티비타민 품목은
일반가공식품으로
분류하여 일반가공식품에
해당하는 정보를 제공함

- ▶ 독일 식품 통관을 위한 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 수출입 통관을 진행 하고자 하는 개인 또는 사업자가 부여받는 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, AEOC 두 가지 인증으로 구분됨. 한국 관세청에서 ‘수출입 안전관리 우수 공인업체’라는 명칭으로 운영되고 있으나, EU와는 상호인정약정(MRA)이 체결되어 있지 않아 국내 등록은 EU에서 인정받지 못함

[표 4.4] 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) 또는 서면을 통하여 EORI 신청 b. 신청 받은 서류를 심사하여 EORI 발급

자료 : 유럽연합 집행위원회(EC), 독일 연방관세청(ZOLL)

[표 4.5] 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 멀티비타민 라벨 심의

▶ 독일 라벨 규정

[표 4.6] 독일 라벨 관리 규정

● 라벨 심의	● 멀티비타민	● 라벨 심의	● 멀티비타민																		
독일로 제품 수출 시, 요구되는 제품에 대한 라벨 규정 정보 제공	멀티비타민 품목은 일반가공식품으로 분류하여 일반가공식품에 해당하는 정보를 제공함	적용 규제	EU Regulation No.1169/2011																		
		세부 규정	ibid Article 9, The Food Information Regulations 2014																		
		기본 라벨 표기사항 (항목)	<ul style="list-style-type: none"> · 제품명 · 성분 (중량의 내림차순으로 기재) 알려지 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 																		
		세부 내용	<table border="1"> <tr> <td style="text-align: center;">표기 언어</td> <td>독일어로 표기되어야 하며, 여러 언어의 병기도 가능 스티커 형태의 라벨 부착 가능</td> </tr> <tr> <td style="text-align: center;">글자 크기</td> <td>의무사항 글자크기는 최소 1.2mm이어야 함 단, 제품 면적이 80cm² 미만의 경우 글자크기는 최소 0.9mm이상이어야 함</td> </tr> <tr> <td style="text-align: center;">양적 표기</td> <td>식품명과 동일한 곳에 표기, 단어, 그래픽, 그림 등 표기 가능</td> </tr> <tr> <td style="text-align: center;">제품명</td> <td>정식 명칭으로 기재하되 필요 시 식품의 속성을 설명하는 명칭(descriptive name) 사용</td> </tr> <tr> <td style="text-align: center;">순중량</td> <td>리터(l), 센티리터(cl), 밀리리터(ml), 킬로그램(kg), 그램(g)을 포함하여 적절한 단위와 함께 표기 음료는 순중량으로 표기할 것</td> </tr> <tr> <td style="text-align: center;">원료명</td> <td>완제품의 5%이상의 원료에 한해 순중량 순으로 기재. 2% 넘지 않는 성분은 뒤쪽에 표기. 백분율로 표기</td> </tr> <tr> <td style="text-align: center;">유통기한</td> <td>섭취기한: Best before, Best before end와 같은 문구와 함께 '일, 월, 연도' 기재 최소보존일: Use by와 같은 문구와 함께 '일,월,연도' 기재</td> </tr> <tr> <td style="text-align: center;">원산지</td> <td>식품의 원산지 (국가 또는 지역 The country of origin / The place of provenance)와 주원료의 원산지(Origin of primary ingredient)가 다를 경우 반드시 둘 다 표시해야 함 주원료 원산지가 여러 곳일 경우 공동 표기함 글자는 높이가 1.2 mm 이하여서는 안되고, 주원료의 원산지는 제품 원산지를 나타낸 글자 높이의 75% 이상이 되어야 함</td> </tr> <tr> <td style="text-align: center;">기타 표시</td> <td>사용방법, 알코올도수(소수점 첫째자리까지) 등 필요에 따라 표기</td> </tr> </table>	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 80cm ² 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	순중량	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 최소보존일: Use by와 같은 문구와 함께 '일,월,연도' 기재	원산지	식품의 원산지 (국가 또는 지역 The country of origin / The place of provenance)와 주원료의 원산지(Origin of primary ingredient)가 다를 경우 반드시 둘 다 표시해야 함 주원료 원산지가 여러 곳일 경우 공동 표기함 글자는 높이가 1.2 mm 이하여서는 안되고, 주원료의 원산지는 제품 원산지를 나타낸 글자 높이의 75% 이상이 되어야 함	기타 표시	사용방법, 알코올도수(소수점 첫째자리까지) 등 필요에 따라 표기
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 80cm ² 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																				
순중량	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 최소보존일: Use by와 같은 문구와 함께 '일,월,연도' 기재																				
원산지	식품의 원산지 (국가 또는 지역 The country of origin / The place of provenance)와 주원료의 원산지(Origin of primary ingredient)가 다를 경우 반드시 둘 다 표시해야 함 주원료 원산지가 여러 곳일 경우 공동 표기함 글자는 높이가 1.2 mm 이하여서는 안되고, 주원료의 원산지는 제품 원산지를 나타낸 글자 높이의 75% 이상이 되어야 함																				
기타 표시	사용방법, 알코올도수(소수점 첫째자리까지) 등 필요에 따라 표기																				
		기본 라벨 표기사항 (가이드)																			

자료 : EU법령포털 (EUR-LEX)

	기본 라벨 표기사항 (영양성분)	성분표	열량, 지방, 탄수화물, 설탕, 단백질, 소금 등 매100그램(g)/100밀리리터(ml) 기준
		알레르기 유발 성분	글루텐 함유 곡류, 갑각류, 계란, 어류, 두류, 유제품, 견 과류, 셀러리류, 겨자, 참깨, 이산화황 및 아황산염 제 품, 루핀, 연체동물 (해당 성분 하위품목 중 예외 있음)
세부 내용	식품보조제 (Food Supplement) ³⁰⁾ 추가 라벨 표기사항 (가이드)	영양성분	영양성분은 'gram(g)' 또는 'milligrams(mg)'의 단위로 완성품의 100g당 기준으로 표기할 것 칼로리는 KJ와 100g당 Kcal로 표시할 것
		포장	별크 제품의 경우 소비자가 제품의 영양성분의 성격을 명확히 알아볼 수 있도록 제품 패키지 바깥면에 표기할 것 제품의 패키지는 모든 제품을 커버할 수 있도록 포장 되어 있을 것
		유통기한	잘 상하는 제품의 경우 유통기한을 명확히 알아볼 수 있도록 표기할 것
		효능	예방적인 효과나 치유력이 있다는 형태의 내용은 표기 불가 건강 증진에 관한 라벨 문구의 경우 EU에서 사전에 허가 받아져 등록되어 있는 문구를 사용가능하며 정확한 과학적 기반 하에서 기재할 것

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

30) 식품보조제(Food Supplement)는 대부분 캡슐, 정제, 파우더 등의 형태로 되어있으며 특별한 효능을 가지는 식품을 뜻함. 비타민, 미네랄 등의 영양소가 농축되어 있는 제품을 포함하며, 식품 및 허브류 추출물을 포함함. 일반적으로 일일 복용량이 정해져있음

▶ 독일 멀티비타민 라벨 샘플



[앞면 라벨링]	[뒷면 라벨링]
<p>앞면(독일어)</p> <p>① 제품명 : Roter Ginseng Extrakt Hartkapseln</p>	<p>앞면(국문)</p> <p>① 제품명 : 홍삼추출물 경질캡슐</p>
<p>뒷면(독일어)</p> <p>① 용량 : 200 g (=90 Kapseln)</p> <p>② 적정 사용자 : Zur Anwendung bei Erwachsenen und Jugendlichen ab 12 Jahren</p> <p>③ 원료 : Trockenextrakt aus roter (wasserdampfbehandelter) Ginsengwurzel</p> <p>④ 영양성분 : Mit nur einer Kapsel nehmen Sie die Wirkstoffe aus ca. 1,7g Ginsengwurzelpulver zu sich. 1 Hartkapsel enthält: Arzneilich wirksamer Bestandteil: 500 mg Trockenextrakt aus roter (wasserdampfbehandelter) Ginsengwurzel (3-4:1) Auszugsmittel: Ethanol 60% (V/V)</p> <p>⑤ 섭취방법 : Soweit nicht anders verordnet: 1 x täglich eine Hartkapsel unzerkaut mit etwas Flüssigkeit einnehmen</p> <p>⑥ 보관방법 : Bitte Packungsbeilage beachten! Arzneimittel für Kinder unzugänglich aufbewahren! Nicht über 25 °C aufbewahren</p>	<p>뒷면(국문)</p> <p>① 용량 : 200 g (=90 캡슐)</p> <p>② 적정 사용자 : 성인 및 12세 이상의 청소년이 섭취할 수 있음</p> <p>③ 원료 : 홍삼뿌리(증기 처리) 건성 추출물</p> <p>④ 영양성분 : 한 캡슐에 홍삼뿌리 분말 1.7g이 함유되어 있음. 한 개의 경질캡슐= 홍삼뿌리(증기 처리) 건성 추출물 500g(3-4:1) 추출제: 에탄올 60%(v/v)</p> <p>⑤ 섭취방법 : 따로 처방받지 않은 이상 하루에 한 캡슐씩 씹지말고 물과 함께 섭취 하십시오</p> <p>⑥ 보관방법 : 설명서를 참고할 것, 어린이의 손이 닿지 않는 곳에 보관할 것, 20도 이상의 장소에 보관하지 말 것</p>

5. 독일 멀티비타민 서류 준비

서류 준비

독일로 제품 수출 시, 통관 과정에서 요구되는 서류 정보 제공

멀티비타민

멀티비타민 품목은 일반가공식품으로 분류하여 일반가공식품에 해당하는 정보를 제공함

▶ 독일 수입신고, 서면 또는 전자통관시스템을 통해 진행

독일 FTA 원산지증명서 준비 필요

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 제출해야 함. EU로 수입되는 모든 물품은 도착항에 도착하기 전에 적하목록 사전제출(ENS, Entry Summary Declaration) 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 원³¹⁾) 이상의 물품을 수입하는 경우 원산지 인증 수출자 자격을 획득하여야 원산지 증명을 통한 협정관세를 부과 받을 수 있음. 해당 자격의 경우 한국 관세청을 통해서 신청 가능함

[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

31) 1유로=1,342.67원 (2020.04.03., KEB 하나은행 매매기준을 적용)

6. 독일 멀티비타민 세금 납부

세금 납부

독일로 제품 수출 시,
통관 과정에서 요구되는
세금 정보 제공

멀티비타민

멀티비타민 품목은
일반가공식품으로
분류하여 일반가공식품에
해당하는 정보를 제공함

- ▶ 독일 멀티비타민 HS-CODE 2106.90.9855, 관세율 0% 적용
- ▶ 한국-EU FTA 발효로 협정세율 적용

멀티비타민 제품 수입 시 독일에서는 HS CODE 2106(따로 분류되지 않는 조제 식료품)의 2106.90.9855(기타) 세번이 적용되는 것으로 판단됨.³²⁾ 독일로 멀티비타민 제품 수입 시 기본 세율은 9%의 세율이 적용되나, 한국산 제품의 경우 2011년 7월 1일부로 전체 발효된 한-EU FTA 협정에 따라 0%의 협정 세율을 적용받음. 관세 외에도 부가가치세 (VAT)를 납부해야 하며 규정에 따라 7-19%의 세율을 적용 받음

- 수입 서류 심사에 1시간 소요

[표 4.8] 한국·EU HS CODE 비교 및 EU 수입 세율

구분	HS CODE	품목 분류	비고
한국	2106	따로 분류되지 않은 조제 식료품	
	2106.90	기타	
	2106.90.9099	기타	
EU (독일)	2106.90.9855	기타	
관세	기본관세율	9%	
	협정 세율	0%	
VAT		7-19%	

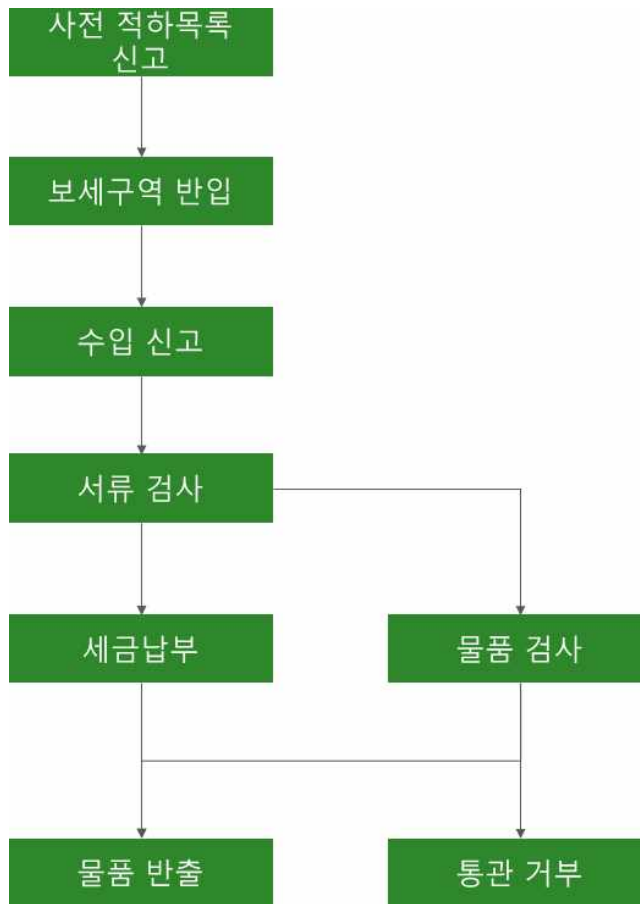
자료 : 관세법령정보포털(UNIPASS), 유럽연합 집행위원회(EC)

32) 독일 세번의 경우 HS Code 6자리에 해당하는 2106.90 중 멀티비타민에 적합하다고 판단되는 세번 항목 정보를 제공함. 다만, 해당 항목 판단의 경우 유럽연합 및 독일의 세관당국과의 판단과 차이가 있을 수 있으므로 BTI를 통하여 확정된 HS Code 번호를 확인하는 것을 추천함

7. 독일 멀티비타민 검역 심사 절차

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

[표 4.9] 독일 통관 프로세스



	유형	명칭	최대 허용량 (mg/kg)
멀티비타민 연관 규제 첨가물 및 물질	식품 첨가물	Polysorbates	GMP ³³⁾
		β -cyclodextrin	GMP
	유해물질	Abamectin (Avermectin)	0.05

자료 : KATI농식품수출정보

33) 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

●
멀티비타민

멀티비타민 품목의
첨가물 규정은
유럽연합 집행위원회
식품첨가물 규정 카테고리
분류 중 17.1 고체 형태의
식품보조제로 분류하여
해당하는 정보를 제공함

[표 4.10] 독일 식품보조제(Food supplement) 품목 첨가물 규정

기능	이름	영문이름	최대사용량(mg/kg)
광택제	카나우바 왁스	Carnauba wax	200
감미료, 향미증진제	아스파탐	Aspartame	2,000
감미료	수크랄로스	Sucralose	800
감미료	스테비올 배당체	Steviol glycosides	670
감미료	네오탐	Neotame	60
기포제, 희석제	트라이에틸 시트레이트	Triethyl citrate	3,500
안정제, 광택제 등	폴리에틸렌 글리콜	Polyethylene glycol	GMP
습윤제, 광택제 등	폴리비닐알코올	Polyvinyl alcohol	18,000
감미료	아스파탐 아세설팜 염	Aspartame - acesulfame salt	500
소포제	디메틸릴실록산	Dimethyl polysiloxane	10
감미료	에드반탐	Advantame	20

자료 : KATI농식품수출정보

V. Expert Interview

SUMMARY

- Interview ① 디엠드로게리마켓
(DM-Drogerie Markt)
- Interview ② 어파써키앰핑크툼
(Apotheke am Funkturm)
- Interview ③ 로스만드로게리마켓
(Rossmann Drogeriemarkt)
- Interview ④ 파머시4무니치
(Pharmacy4Munich)
- Interview ⑤ 독일 연방위해평가원(BFR)

Expert Interview

(전문가 인터뷰)

Market Demand and Distribution



- 인터뷰 기업 : 디엠드로게리마켓
(DM-Drogerie Markt)
소매업체
- 인터뷰 담당자 : Mr. Adams
(Sales Manager)

멀티비타민 제품, 임산부, 노년층, 부모에게 높은 수요

멀티비타민 제품은 임산부, 노년층, 10대 아이를 둔 부모에게 수요가 많습니다. 임산부는 엽산이 함유된 제품을 선호하고, 아이를 둔 부모는 비타민D가 함유된 제품을 구매합니다.

제품의 80-90%, 오프라인 매장에서 판매

멀티비타민 제품 판매의 80-90%가 오프라인 매장에서 이루어지고 있습니다. 독일 소비자들은 오프라인 매장 전문가에게 제품을 추천받기를 선호하기 때문입니다.

Market Demand and Distribution



- 인터뷰 기업 : 어파써키엠펍크툼
(Apotheke am Funkturm)
소매업체
- 인터뷰 담당자 : Ms. Almut
(Purchasing Department)

멀티비타민 제품의 수요, 증가 중

최근 코로나 19의 여파로, 면역력 강화의 효능이 있고 철과 비타민C가 함유된 멀티비타민 제품의 수요가 지속 증가하고 있습니다.

최근 온라인 쇼핑몰을 통해 제품을 구매하는 소비자 증가

과거 독일 소비자들은 오프라인 매장에서 제품을 구매하는 것을 선호했지만, 최근에는 온라인 쇼핑몰에서 제품의 수요가 증가하고 있습니다.

Market Demand and Distribution



- 인터뷰 기업 : 로스만드로게리마켓
(Rossmann Drogeriemarkt)
소매업체
- 인터뷰 담당자 : Mr. James
(Sales Department)

독일 멀티비타민 제품 수요, 매우 많은 편

독일 성인 중 약 50%가 매일 비타민을 먹을 정도로, 독일에서 멀티비타민 제품의 수요는 매우 많습니다.

온라인 쇼핑몰을 통해 멀티비타민을 구매하는 비율 증가

최근 멀티비타민을 찾는 20대 고객이 늘어남에 따라, 온라인 쇼핑몰에서 제품의 수요가 증가하고 있습니다.

Expert Interview

(전문가 인터뷰)

Market Demand and Trend



- 인터뷰 기업 : 파머시4무니치
(Pharmacy4Munich)
소매업체
- 인터뷰 담당자 : Mr. Mark
(Purchasing Department)

향후 멀티비타민에 대한 수요, 감소 우려

멀티비타민 제품이 건강상 효능이 없다는 의학 논문이 발표됨에 따라, 향후 멀티비타민 제품의 수요가 감소할 것으로 생각합니다.

멀티비타민 제품, 다양한 매장에서 판매 중

독일에서 멀티비타민은 처방전 없이 구매할 수 있는 제품으로, 편의점, 약국, 슈퍼마켓 등 다양한 온·오프라인 매장에서 멀티비타민 제품을 판매하고 있습니다.

Customs and Label Requirements



- 인터뷰 기업 : 독일 연방위해평가원
(BfR)
정부기관
- 인터뷰 담당자 : Mr. Daniel
(Product Manager)

제품 수출 시, 유럽 연합과 독일 법규를 확인 필요

독일로 멀티비타민 제품 수출 시, 해당 제품은 유럽 연합의 식품 관련 법률과 독일 식품·생활용품·사료법(LFGB)의 요건을 만족해야 합니다.

수출 시 제품 라벨 표기 사항 확인 필요

제품 라벨에는 영양성분표, 주의 사항, 복용량 등이 기재되어야 합니다. 또한 라벨에 '균형 잡힌 식단을 대체할 수 있는 제품'이라는 표현을 사용할 수 없으며, 어린이의 손에 닿지 않는 곳에 제품을 보관해야 한다는 내용을 작성해야 합니다.

Interview ① 디엠드로게리마켓 (DM-Drogerie Markt)

34)

● 디엠드로게리마켓
(DM-Drogerie Markt)

전문가 소속

디엠드로게리마켓
(DM-Drogerie Markt)
소매업체

전문가 정보

Mr. Adams
(Sales Manager)



디엠드로게리마켓(DM-Drogerie Markt) Sales Manager, Mr. Adams

Q. 회사와 취급 제품을 간단히 소개해 주시기 바랍니다.

당사는 1973년에 설립된 드럭스토어 형태의 소매업체로, 독일에서 온라인 쇼핑몰과 유럽 13개 국가에서 약 3,600개의 오프라인 매장을 운영하고 있습니다. 멀티비타민 등의 건강기능식품과 화장품, 가정용품, 반려 용품 등을 취급하고 있습니다.

Q. 독일에서 멀티비타민 제품의 수요는 어떠한가요?

독일에서 멀티비타민 제품은 임산부, 노년층, 10대 아이를 둔 부모에게 수요가 많습니다. 임산부는 엽산이 함유된 제품을 선호하고, 아이를 둔 부모는 비타민D가 함유된 제품을 구매합니다. 또한 독일 소비자들은 칼슘과 비타민 보충은 음식만 먹어선 불충분하다고 생각하고, 주로 면역력 강화를 위해 멀티비타민을 섭취합니다.

Q. 취급 제품에는 무엇이 있나요?

독일 소비자들은 도펠헤르츠(Doppelherz), 압테이(Abtei), 테테셉(Tetesept)의 제품을 선호합니다. 테테셉의 비타민에이제트(Vitamin AZ) 제품은 50대 이상의 노년층을 타겟으로 한 제품으로, 알레르기 유발 위험성이 낮고 효능이 빠르게 나타나는 것으로 유명합니다. 해당 제품은 42정에 5.95유로(약 7,989원³⁵⁾입니다. 당사는 다양한 브랜드의 멀티비타민 제품을 취급하고 있으나, 그중 천연초나 선인장 추출액으로 만든 제품은 없습니다.

Q. 독일에서 멀티비타민 판매처는 어디인가요?

다양한 온·오프라인 매장에서 멀티비타민 제품을 취급하고 있고 제품 판매의 80-90%가 오프라인 매장에서 이루어지고 있습니다. 독일 소비자들은 오프라인 매장 전문가에게 제품을 추천받기를 선호하기 때문입니다. 최근에는 온라인에서 다양한 제품을 취급하고 있고 가격이 저렴해, 온라인 쇼핑몰에서 제품의 수요가 증가하고 있습니다.

34) 사진자료: 디엠드로게리마켓(DM-Drogerie Markt) 홈페이지 (www.dm.de)

35) 1유로=1,342.67원(2020.04.03., KEB 하나은행 매매기준율 적용)

Interview ② 어파써키엠펑크툼 (Apotheke am Funkturm)

36)

어파써키엠펑크툼
(Apotheke am Funkturm)

전문가 소속

어파써키엠펑크툼
(Apotheke am Funkturm)
소매업체

전문가 정보

Ms. Almut
(Purchasing Department)



어파써키엠펑크툼(Apotheke am Funkturm) Purchasing Department, Ms. Almut

Q. 회사와 취급 제품을 간단히 소개해 주시기 바랍니다.

당사는 2010년에 설립된 약국 형태의 소매업체로, 멀티비타민, 당뇨병 치료제, 다이어트보조제, 화장품 등을 취급하고 있습니다. 독일에서 온라인 쇼핑몰과 오프라인 매장 1곳을 운영하고 있습니다.

Q. 독일에서 멀티비타민 트렌드는 어떠한가요?

최근 코로나19의 여파로, 면역력 강화의 효능이 있고 철과 비타민C가 함유된 멀티비타민 제품의 수요가 지속적으로 증가하고 있습니다. 멀티비타민 제품의 주 고객은 아이를 둔 부모, 임산부, 노년층입니다. 여성들은 엽산과 마그네슘이 함유된 제품을 선호하고 노인들은 칼슘과 비타민D가 들어간 제품을 구매합니다.

Q. 독일 소비자들이 선호하는 제품은 무엇인가요?

최근 독일 소비자들은 오쏘몰(Orthomol)의 멀티비타민 제품을 선호합니다. 해당 제품은 유제품무첨가(Dairy Free), 글루텐프리(Gluten Free) 제품으로 유명합니다. 또한 호흡기 질환 치료 효과가 있어, 코로나19와 같은 상황에 필수 제품이라고 생각합니다. 오쏘몰의 마그네슘플러스(Magnesium Plus)와 콜린플러스(Cholin Plus) 제품은 60정에 각각 19.95유로(약 2만 6,786원), 24.95유로(약 3만 3,500원)입니다.

Q. 취급 제품의 유통은 어떻게 이루어지고 있나요?

독일 소비자들은 현지에서 생산한 제품의 품질이 우수하다고 생각해, 당사는 주로 독일산 제품을 취급하고 있습니다. 제조업체와 현지 유통업체를 통해 납품받고 있고, 온·오프라인 매장에서 제품을 판매하고 있습니다. 과거 독일 소비자들은 오프라인 매장에서 제품을 구매하는 것을 선호했지만 최근에는 온라인 쇼핑몰에서 제품의 수요가 증가하고 있습니다.

36) 사진자료: 어파써키엠펑크툼(Apotheke am Funkturm) 홈페이지 (apo2u.com)

Interview ③ 로스만드로게리마켓 (Rossmann Drogeriemarkt)

37)

로스만드로게리마켓
(Rossmann Drogeriemarkt)

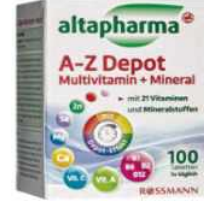
전문가 소속

로스만드로게리마켓
(Rossmann Drogeriemarkt)
소매업체

전문가 정보

Mr. James
(Sales Department)

ROSSMANN
Mein Drogeriemarkt



로스만드로게리마켓(Rossmann Drogeriemarkt) Sales Department, Mr. James

Q. 회사와 취급 제품을 간단히 소개해 주시기 바랍니다.

당사는 1972년에 설립된 드럭스토어 형태의 소매업체로, 독일에서 온라인 쇼핑몰과 약 90개의 오프라인 매장을 운영하고 있습니다. 취급 품목으로는 멀티비타민 등의 건강기능식품과 향수, 화장품, 가정용품 등이 있습니다.

Q. 독일에서 멀티비타민 트렌드는 어떻게 되나요?

독일 성인 중 약 50%가 매일 비타민을 먹을 정도로, 독일에서 멀티비타민 제품의 수요는 매우 많습니다. 독일 사람들은 전반적인 건강 기능 향상, 식습관 개선, 만성 질환 예방을 목적으로 멀티비타민 제품을 구매합니다.

Q. 당사 취급 제품 중, 수요가 많은 제품은 무엇인가요?

당사는 알파타마(Altapharma), 압테이, 테테셉 브랜드 제품을 취급하고 있습니다. 판매 중인 제품 중 에이-제트다팟멀티비타민+미네랄(A-Z Depot Multivitamin+ Mineral)의 인기가 가장 높습니다. 해당 제품은 글루텐프리(Gluten Free), 유제품무첨가(Dairy Free) 제품으로 100정에 3.89유로(약 5,223원)입니다.

Q. 취급 제품의 유통은 어떻게 되나요?

독일의 약국, 편의점 등 다양한 온·오프라인 매장에서 멀티비타민 제품을 취급하고 있습니다. 당사 역시 제조업체와 현지 유통업체를 통해 제품을 공급받고, 온·오프라인 매장에서 멀티비타민 제품을 판매하고 있습니다. 최근에는 멀티비타민을 찾는 20대 고객이 늘어남에 따라, 온라인 쇼핑몰에서 제품의 수요가 매우 많습니다. 20대 고객은 온라인에서 제품을 구매하는 것이 편리하다고 생각합니다.

37) 사진자료: 로스만드로게리마켓(Rossmann Drogeriemarkt) 홈페이지 (www.rossmann.de)

Interview ④ 파머시4무니치(Pharmacy4Munich)

38)

파머시4무니치
(Pharmacy4Munich)

전문가 소속

파머시4무니치
(Pharmacy4Munich)
소매업체

전문가 정보

Mr. Mark
(Purchasing Department)



파머시4무니치(Pharmacy4Munich)

Purchasing Department, Mr. Mark

Q. 회사와 취급 제품을 간단히 소개해 주시기 바랍니다.

당사는 2005년에 설립된 약국 형태의 소매업체로, 오프라인 매장과 온라인 쇼핑몰을 운영하고 있습니다. 독일에서 생산한 건강기능식품, 의약품, 화장품 등을 취급하고 있습니다.

Q. 독일에서 멀티비타민 트렌드는 어떠한가요?

멀티비타민 제품이 건강상 효능이 없다는 의학 논문이 발표됨에 따라, 향후 멀티비타민 제품의 수요가 감소할 것으로 생각합니다. 실제 멀티비타민 섭취의 실효성에 의문을 제기하는 독일 소비자가 늘어나고 있습니다. 그나마 아직 50대 이상의 노년층에게 제품의 인기가 높은 편이며, 이들은 멀티비타민이 암을 예방한다고 생각합니다.

Q. 취급 제품 중, 수요가 많은 제품은 무엇인가요?

당사 취급 제품 중에는 엔디마(Endima)의 수요가 매우 많습니다. 해당 제품은 100정에 8.91유로(1만 1,963원)로, 고품질이면서도 가격이 저렴한 것으로 유명합니다. 엔디마 제품은 노년층에게 수요가 많으며, 제조업체는 3개월 이상 해당 제품을 복용할 것을 추천하고 있습니다. 한편 당사를 비롯해 독일 소매업체에서 천연초, 선인장 추출액으로 만든 멀티비타민 제품을 취급하는 것을 본 적 없습니다.

Q. 제품의 판매처는 어디인가요?

독일에서 멀티비타민은 처방전 없이 구매할 수 있는 제품으로, 편의점, 약국, 슈퍼마켓 등 다양한 온·오프라인 매장에서 멀티비타민 제품을 판매하고 있습니다. 그중 최근에는 온라인 쇼핑몰에서 제품의 수요가 증가하고 있습니다. 온라인 쇼핑몰에서 제품의 가격이 저렴하고, 다양한 브랜드의 제품을 취급하고 있기 때문입니다.

38) 사진자료: 파머시4무니치(Pharmacy4Munich) 홈페이지 (hauptbahnhofapo.de)

Interview ⑤ 독일 연방위해평가원(BFR)

39)

독일 연방위해평가원
(BFR)

전문가 소속

독일 연방위해평가원
(BFR)
정부기관

전문가 정보

Mr. Daniel
(Product Manager)



독일 연방위해평가원(BFR)

Product Manager, Mr. Daniel

Q. 기관과 기관 활동을 간단히 소개해 주시기 바랍니다.

독일 연방위해평가원(BFR) 즉, 독일 연방 위험 평가원은 2002년에 설립된 정부기관으로, 독일 소비자의 건강을 보호하기 위해 식품을 관리 및 규제하고 있습니다.

Q. 제품 수출 시 주의사항에는 무엇이 있나요?

독일로 멀티비타민 제품 수출 시, 해당 제품은 유럽 연합의 식품 관련 법률과 독일 식품·생활용품·사료법(LFGB)의 요건을 만족해야 합니다. 독일과 유럽연합 당국은 제품이 공식적으로 시장에 출시된 후, 무작위로 몇몇 제품을 골라 제품이 관련 법률을 만족했는지를 확인합니다. 또한 제조업체는 해당 제품이 사람들의 건강을 위협하지 않는다는 것을 보장해야 하며, 과장 광고 및 허위 광고를 할 수 없습니다.

Q. 제품 수출 시, 요구되는 인증 및 조건은 무엇인가요?

독일로의 멀티비타민 제품 수출 시, 필수로 요구되는 인증은 없습니다. 하지만 해당 제품은 독일건강기능식품규정(NemV)의 요건을 만족해야 합니다. 또한, 연방 소비자보호 및 식품안전사무소(Federal Office of Consumer Protection and Food Safety)에 제품을 등록해야 합니다.

Q. 제품 라벨에는 무엇이 기재되나요?

제조업체나 수입업체는 제품 홍보 전, 연방 소비자보호 및 식품안전사무소에 제품 라벨 샘플을 제공해야 합니다. 라벨에는 영양성분표, 주의 사항, 복용량 등이 기재되어야 합니다. 또한 라벨에 '어린이의 손에 닿지 않는 곳에 제품을 보관해야 한다.'는 내용을 작성해야 하며, '균형 잡힌 식단을 대체할 수 있는 제품'이라는 표현을 사용할 수 없습니다.

39) 사진자료: 독일 연방위해평가원(BFR) 홈페이지 (www.bfr.bund.de)

[참고문헌]

■ 참고 자료

1. 유엔통계위원회(United Nations Statistics Division), 「Demographic Statistics Database」, 2019.
2. 독일연방통계청(Federal Statistical Office of Germany), 「64% of gross income earned from employment」
3. 유로모니터(Euromonitor), 「Multivitamins in France」, 2019.10.
4. 「Vitamins in Germany」, Euromonitor, 2019.10.
5. 「Amazon Annual Report 2018」, Amazon, 2018.

■ 참고 사이트

1. 유로모니터(Euromonitor) 홈페이지(www.portal.euromonitor.com)
2. International Trade Center 홈페이지(www.trademap.org)
3. 외교부 홈페이지(www.mofa.go.kr)
4. 유엔통계위원회 홈페이지(unstats.un.org)
5. 독일연방통계청 홈페이지(www.destatis.de)
6. 아마존(Amazon) 홈페이지(www.amazon.de)
7. 이베이(Ebay) 홈페이지(www.ebay.de)
8. 디엠(DM) 홈페이지(www.dm.de)
9. 포스퀘어(Foursquare) 홈페이지(ko.foursquare.com)
10. 로스만(Rossmann) 홈페이지(www.rossmann.de/de/)
11. 에이에스왓슨(AS Watson) 홈페이지(www.aswatson.com)
12. 더글라스(Douglas) 홈페이지(www.douglas.de)
13. 비더블유콘피덴셜(Bw Confidential) 홈페이지(www.bwconfidential.com)
14. 엠디에스(Mds) 홈페이지(www.themds.com)
15. 사우브하야메이크업(Saubhaya Makeup) 홈페이지(www.saubhaya.com)
16. 타온라인(T-online) 홈페이지(www.t-online.de)
17. 브랑마에스터(Bringmeister) 홈페이지(www.bringmeister.de)
18. 리테일디테일(RetailDetail) 홈페이지(retaildetail.eu)
19. 스토어스샵(Stores-shops) 홈페이지(www.stores-shops.de)
20. 레베(Rewe) 홈페이지(www.rewe.de)
21. 비즈니스인사이드(BusinessInsider) 홈페이지(www.businessinsider.com)
22. 에데카(Edeka) 홈페이지(www.edeka.de)
23. 이에스엔매거진(ESNMagazine) 홈페이지(www.esn-groningen.nl/esn-magazine)
24. 카우플란트(Kaufland) 홈페이지(www.kaufland.de)
25. 와벨(Wabel) 홈페이지(www.wabel.com)
26. 아이지디리테일아날리시스(IGD RetailAnalysis) 홈페이지(www.igd.com)
27. 도이체벨레(Deutsche Welle) 홈페이지(bitly.kr/bJjm3NtG5)
28. 로이터(Reuter) 홈페이지(www.reuters.com)
29. 저스트푸드(JustFood) 홈페이지(www.justfood.org)
30. 루르24(Ruhr24) 홈페이지(www.ruhr24.de)
31. 텔러리포트(Teller Report) 홈페이지(www.tellerreport.com)

[참고문헌]

■ 참고 사이트

32. 비즈니스리뷰(Business-review) 홈페이지 (www.europeanbusinessreview.com)
33. 셔터스톡(Shutterstock) 홈페이지 (www.shutterstock.com)
34. 레알(Real) 홈페이지 (www.real.de)
35. 프레시플라자(FreshPlaza) 홈페이지 (www.freshplaza.com)
36. 네토(Netto) 홈페이지 (www.netto-online.de)
37. 스태디스타(Statista) 홈페이지 (www.statista.com)
38. 메르쿠어(Merkur) 홈페이지 (www.merkur.de)
39. 발데카시(Waldecksische) 홈페이지 (www.wlz-online.de)

사 업 명 : 2019년 해외시장 맞춤형조사
발 행 처 : aT 한국농수산물유통공사
발 행 일 : 2020.04.24.

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

