

2019년

# 시장 분석형 맞춤조사



- No. 1912-29
- 품목 : 기능성 음료(Functional Beverage)
- 국가 : 독일(GERMANY)
- 구분 : 시장분석형

# Contents

## I. Market Size (시장규모)

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

## II. Market Trend (시장트렌드)

SUMMARY	11
1. 독일, '혈' 관련 질병 중 '당뇨병'에 대한 관심 높아	17
2. 독일, 식물성 재료로 조제된 당뇨 치료 및 예방 제품 판매	18
3. 독일 기능성 음료 시장, 특정 효능에 대한 인식은 미미한 편	19
4. 독일 소비자, '맛', '음용 편리성' 중심으로 기능성 음료 구매해	20

## III. Distribution Channel (유통채널)

SUMMARY	22
1. 독일 기능성 음료 유통구조	23
2. 독일 기능성 음료 주요 유통업체	24
3. 독일 기능성 음료 B2C 소매채널	26

## IV. Customs·Quarantine (통관·검역)

SUMMARY	47
1. 독일 기능성 음료 인증 취득	48
2. 독일 기능성 음료 사전 심사	51
3. 독일 기능성 음료 업체·제품 등록	52
4. 독일 기능성 음료 라벨 심의	53
5. 독일 기능성 음료 서류 준비	58
6. 독일 기능성 음료 세금 납부	59
7. 독일 기능성 음료 검역 심사 절차	60

## V. Expert Interview(전문가 인터뷰)

SUMMARY	63
Interview ① 이디이케이에이24(EDEKA24)	65
Interview ② 비크닉지엠비에이치(VicNic GmbH)	67
Interview ③ 비타민스토어24(Vitamin Store 24)	69
Interview ④ 어파써키해케쉬즈(Apotheke Hackesches)	70
Interview ⑤ 에어런어파써키(Erlen Apotheke)	71

\* 참고문헌

72

# I. Market Size

## SUMMARY

1. 독일 기능성 음료 시장규모
2. 독일 기능성 음료 수출입 시장규모
3. 독일 기능성 음료 소비자 규모

# Market Size

(시장규모)

## 독일 (GERMANY)

### 기능성 음료 시장규모

지표 설정 기준: 제품의 기능(당 수치 완화), 제품의 품목(기능성 음료)

- 독일 체중관리 및 웰빙<sup>1)</sup> 시장규모  
..... 2억 4,110만 유로 ('18)
- 독일 영양음료 보조제<sup>2)</sup> 시장규모  
..... **1,290만 유로 ('18)**

(\*) Euromonitor International



- 영양음료 보조제
- 체중관리 및 웰빙 (영양음료 보조제 외)

### 기능성 음료 수출입 시장규모

지표 설정 기준: 제품의 품목(기능성 음료)

- HS 2106.90<sup>3)</sup>  
독일 對 글로벌 '따로 분류되지 않은 기타 조제 식료품' 수입규모  
..... 17억 5,768만 4천 달러 ('18)
- HS 2106.90  
독일 對 한국 '따로 분류되지 않은 기타 조제 식료품' 수입규모  
..... **186만 8천 달러 ('18)**

(\*) International Trade Centre



- 對한국 수입규모
- 對글로벌 수입규모 (한국 외)

### 기능성 음료 소비 시장규모

지표 설정 기준: 조사 제품 '기능성 음료'는 당(糖) 수치 완화 기능을 보유하며, 아이스플랜트(채소) 100%로 만들어진 기능성 음료임. 이에 잠재 소비시장규모 확인을 위해 '당뇨병 환자 수'와 '영양음료 보조제 소비량', '주스 소비량'을 확인함

- |   |                      |      |       |      |       |        |       |        |       |        |   |    |                      |            |                     |               |                    |    |                    |                 |                |
|---|----------------------|------|-------|------|-------|--------|-------|--------|-------|--------|---|----|----------------------|------------|---------------------|---------------|--------------------|----|--------------------|-----------------|----------------|
| <p>① 독일 당뇨병 환자 수 ('19)<br/>독일 내 당뇨병 환자 수 ..... 950만 명</p> <p>② 독일 영양음료 보조제 소비량 ('14-'18)</p> <table border="0"> <tr><td>2014년</td><td>800톤</td></tr> <tr><td>2015년</td><td>900톤</td></tr> <tr><td>2016년</td><td>1,000톤</td></tr> <tr><td>2017년</td><td>1,100톤</td></tr> <tr><td>2018년</td><td>1,200톤</td></tr> </table> | 2014년                | 800톤 | 2015년 | 900톤 | 2016년 | 1,000톤 | 2017년 | 1,100톤 | 2018년 | 1,200톤 | <p>③ 독일 주스 소비량 ('19)</p> <table border="0"> <tr><td>주스</td><td>23억 6,200만 리터 (100%)</td></tr> <tr><td>과즙 100% 주스</td><td>12억 4,900만 리터 (53%)</td></tr> <tr><td>주스(과즙 24% 이하)</td><td>5억 5,700만 리터 (24%)</td></tr> <tr><td>넥타</td><td>5억 5,000만 리터 (23%)</td></tr> <tr><td>코코넛 워터 및 플랜트 워터</td><td>600만 리터 (0.3%)</td></tr> </table> | 주스 | 23억 6,200만 리터 (100%) | 과즙 100% 주스 | 12억 4,900만 리터 (53%) | 주스(과즙 24% 이하) | 5억 5,700만 리터 (24%) | 넥타 | 5억 5,000만 리터 (23%) | 코코넛 워터 및 플랜트 워터 | 600만 리터 (0.3%) |
| 2014년   | 800톤                 |      |       |      |       |        |       |        |       |        |   |    |                      |            |                     |               |                    |    |                    |                 |                |
| 2015년   | 900톤                 |      |       |      |       |        |       |        |       |        |   |    |                      |            |                     |               |                    |    |                    |                 |                |
| 2016년   | 1,000톤               |      |       |      |       |        |       |        |       |        |   |    |                      |            |                     |               |                    |    |                    |                 |                |
| 2017년   | 1,100톤               |      |       |      |       |        |       |        |       |        |   |    |                      |            |                     |               |                    |    |                    |                 |                |
| 2018년   | 1,200톤               |      |       |      |       |        |       |        |       |        |   |    |                      |            |                     |               |                    |    |                    |                 |                |
| 주스  | 23억 6,200만 리터 (100%) |      |       |      |       |        |       |        |       |        |   |    |                      |            |                     |               |                    |    |                    |                 |                |
| 과즙 100% 주스  | 12억 4,900만 리터 (53%)  |      |       |      |       |        |       |        |       |        |   |    |                      |            |                     |               |                    |    |                    |                 |                |
| 주스(과즙 24% 이하)   | 5억 5,700만 리터 (24%)   |      |       |      |       |        |       |        |       |        |   |    |                      |            |                     |               |                    |    |                    |                 |                |
| 넥타  | 5억 5,000만 리터 (23%)   |      |       |      |       |        |       |        |       |        |   |    |                      |            |                     |               |                    |    |                    |                 |                |
| 코코넛 워터 및 플랜트 워터   | 600만 리터 (0.3%)       |      |       |      |       |        |       |        |       |        |   |    |                      |            |                     |               |                    |    |                    |                 |                |

(\*) US Census Bureau, Council for Responsible Nutrition, Euromonitor

1) 체중관리 및 웰빙(Weight Management and Wellbeing): 식사대용식품, 비만방지용 일반의약품, 체중감량용 차, 체중감량용 보조제 등을 포함함  
 2) 영양음료 보조제(Supplement Nutrition Drinks): 식사를 대체할 수 있는 다이어트 강화제로서의 음료이나 식사대용식품 범주 안에는 포함되지 않음. 영양 부족 방지용 영양 보충제이며 당뇨치료용 영양음료를 포함함  
 3) HS CODE 2106.90: 해당 코드는 따로 분류되지 않은 기타 조제 식료품을 지칭함. 기능성 음료 품목을 반영하여 지표로 선정함

### 1. 독일 기능성 음료 시장규모

조사 시장: 조사 제품 ‘기능성 음료’는 아이스플랜트(채소)를 활용한 음료를 환과 함께 음용할 수 있도록 만든 혈당조절 및 다이어트 보조용 기능성 음료임. 이에 제품의 기능(당(糖) 수치 완화)과 품목(기능성 음료)을 기준으로 ‘체중관리 및 웰빙’ 시장과 ‘영양음료 보조제’ 시장을 조사함

독일 국가 일반 정보<sup>7)</sup>

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

▶ 2014-2018년, 독일 ‘체중관리 및 웰빙’ 시장 연평균 1%씩 감소

2018년 독일의 ‘체중관리 및 웰빙’ 시장규모는 2억 4,110만 유로로 집계되었으며 과거 5년(2014-2018년)간 연평균 1%의 감소세를 보임. 2018년 기준 ‘영양음료 보조제’ 시장규모는 1,290만 유로로 과거 5년간 연평균 4%씩 증가함. 유로모니터에 따르면, 독일인들 사이에서 건강한 생활 방식 및 운동에 대한 중요성이 높아지면서 체중관리 및 웰빙 제품의 필요성이 줄어든 것으로 확인됨<sup>4)</sup>

▶ 2019-2023년, 독일 ‘영양음료 보조제’ 시장 연평균성장률 5% 예상

2019년 ‘영양음료 보조제’ 시장규모는 1,370만 유로로 추산되며, 향후 5년(2019-2023년)간 연평균성장률은 5%로 예상됨. 2019년 ‘체중관리 및 웰빙’ 시장규모는 2억 4,080만 유로로 추산되며, 향후 5년간 0.1%씩 감소할 것으로 예상됨

[표 1.1] ‘체중관리 및 웰빙’, ‘영양음료 보조제’ 시장규모<sup>5)6)</sup>

단위: 백만 유로



분류	2014	2015	2016	2017	2018	CAGR ('14-'18)
상위 체중관리	251	256.1	251.9	246.5	241.1	-1%
품목 및 웰빙 (3,245억 원)	(3,311억 원)	(3,256억 원)	(3,187억 원)	(3,117억 원)		
해당 영양음료	11.2	11.5	11.6	12.1	12.9	4%
품목 보조제 (145억 원)	(149억 원)	(150억 원)	(156억 원)	(167억 원)		
전망	2019(F)	2020(F)	2021(F)	2022(F)	2023(F)	CAGR ('19-'23)
상위 체중관리	240.8	240.5	240.4	240.3	240	-0.1%
품목 및 웰빙 (3,113억 원)	(3,109억 원)	(3,108억 원)	(3,106억 원)	(3,103억 원)		
해당 영양음료	13.7	14.4	15.2	15.9	16.6	5%
품목 보조제 (177억 원)	(186억 원)	(196억 원)	(206억 원)	(215억 원)		

자료 : 유로모니터(Euromonitor)

4) 자료: 유로모니터(Euromonitor), 「Weight Management and Wellbeing in the Germany」, 2019.10

5) 1유로=1,292.74원 (2020.01.23., KEB 하나은행 매매기준율 적용)

6) 원 데이터와 환산된 데이터(단위: 원)는 모두 반올림함

7) 자료: 외교부(www.mofa.go.kr)

## 2. 독일 기능성 음료 수출입 시장규모

HS CODE 2106.90: 해당 코드는 '따로 분류되지 않은 기타 조제 식료품'을 지칭함.  
기능성 음료 품목을 반영하여 지표로 선정함

▶ 2014-2018년, 독일 對글로벌 수입액 연평균성장률 1%

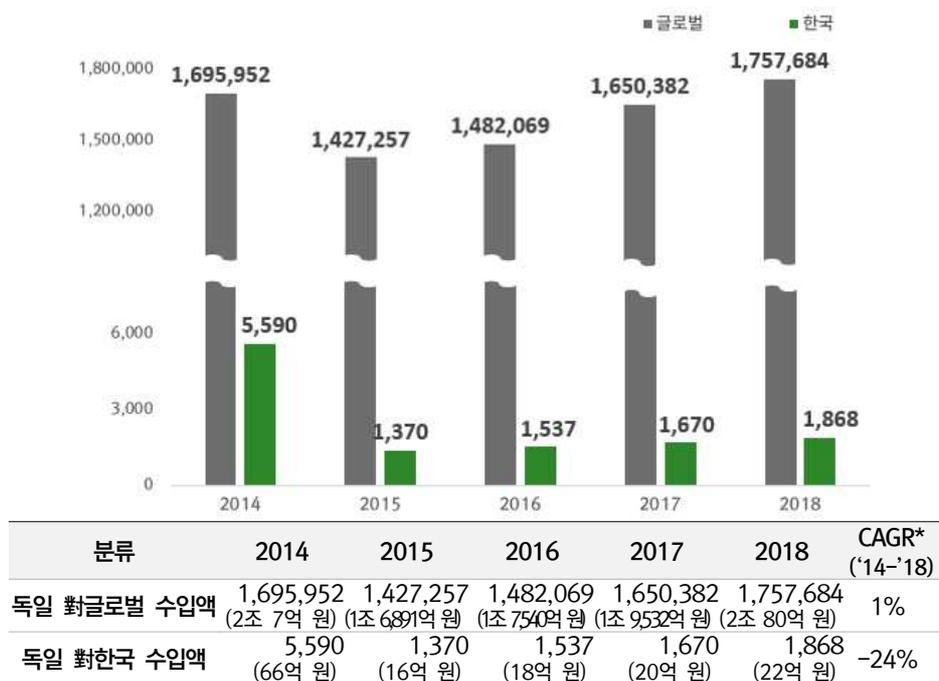
독일 HS CODE 2106.90 품목 對글로벌 수입액은 지난 5년(2014-2018년)간 연평균 1%씩 성장하여 2018년 17억 5,768만 4천 달러를 기록함. 수입금액 기준 1위 국가는 스위스로 2018년 2억 5,843만 6천 달러를 기록하였으며, 이는 전체 수입금액의 15%에 해당함

▶ 2018년 독일 對한국 수입액 186만 8천 달러

2018년 독일 HS CODE 2106.90 품목 對한국 수입액은 186만 8천 달러임. 2015년 전년대비 75% 감소한 후 2016년부터 증가세를 지속하여, 지난 5년간 연평균 24%의 감소세를 기록함. 2018년 기준, 한국은 독일 HS CODE 2106.90 품목 수입국 중 37위 수입 국가이며, 전체 수입액의 0.1%를 차지함

[표 1.2] HS CODE 2106.90 수입규모<sup>8)9)</sup>

단위: 천 달러



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

8) 원 데이터와 환산된 데이터(단위: 원)는 모두 반올림함

9) 1달러=1,183.50원 (2020.01.23., KEB 하나은행 매매기준율 적용)

### 3. 독일 기능성 음료 소비 시장규모

#### 1) 독일 당뇨병 환자 수

조사 제품 ‘기능성 음료’는 당 수치 완화 기능을 보유하며, 아이스플랜트(채소) 100%로 만들어진 기능성 음료임. 이에 잠재 소비시장규모 확인을 위해 ‘당뇨병 환자 인구 규모’와 ‘기능성 음료 소비량’, ‘주스 소비량’을 확인함

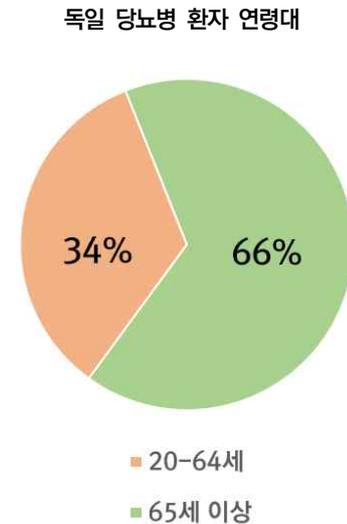
#### ▶ 2019년 독일 당뇨병 환자, 950만 명

2019년 독일 20-79세 인구의 15.3%인 950만 명이 당뇨병을 앓고 있는 것으로 확인됨. 이는 전 세계 상위 8위에 달하는 수치임. 1위 국가는 중국으로, 환자 수는 1억 1,600만 명에 달함. 국제당뇨연맹(International Diabetes Federation)에 따르면, 독일의 당뇨병 환자는 65세 이상의 인구에 집중적으로 분포되어 있으며 2019년 독일 내 전체 당뇨병 환자 중 66%인 630만 명이 65세 이상인 것으로 확인됨. 65세 이상의 인구를 기준으로 했을 때, 독일은 세계에서 4번째로 많은 당뇨병 환자를 보유하고 있는 국가임

[표 1.3] 국가 별 당뇨병 환자 수 ('19)<sup>10)11)</sup>

단위: 백만 명

2019		
순위	국가	당뇨병 환자 수
1	중국	116.4
2	인도	77
3	미국	31
4	파키스탄	19.4
5	브라질	16.8
6	멕시코	12.8
7	인도네시아	10.7
8	독일	9.5
9	이집트	8.9
10	방글라데시	8.4



자료 : 국제당뇨연맹(International Diabetes Federation)

10) 국제당뇨연맹(International Diabetes Federation), 「IDF DIABETES ATLAS Ninth Edition 2019」, 2019.11.

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

▶ 2014-2018년 영양음료 보조제 소비량 연평균성장률 2%

2) 독일 영양음료 보조제 소비량

독일의 연간 영양음료 보조제 소비량은 지난 5년(2014-2018년)간 연평균 11%씩 꾸준히 상승하여, 2018년에는 1,200톤을 기록하였음. 2019년 연간 영양음료 보조제 소비량은 전년과 동일한 수준을 유지할 것으로 보임. 그러나 향후 5년(2019-2023년)간 영양음료 보조제 소비량은 연평균성장률 4%를 기록할 것으로 전망되며, 2023년의 소비량은 1,400톤으로 추산됨

[표 1.4] 독일 연간 영양음료 보조제 소비량<sup>12)</sup>

단위: 백 톤(t)

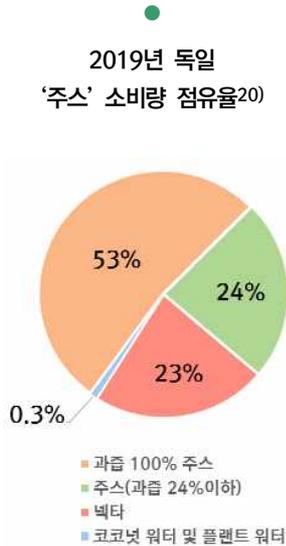


분류	2014	2015	2016	2017	2018	CAGR ('14-'18)
영양음료 보조제 소비량	8	9	10	11	12	11%
전망	2019(F)	2020(F)	2021(F)	2022(F)	2023(F)	CAGR ('19-'23)
영양음료 보조제 소비량	12	13	13	14	14	4%

자료 : 유로모니터(Euromonitor)

12) 원 데이터(단위: 백 톤)는 모두 반올림하여 작성함

3) 독일 주스 소비량

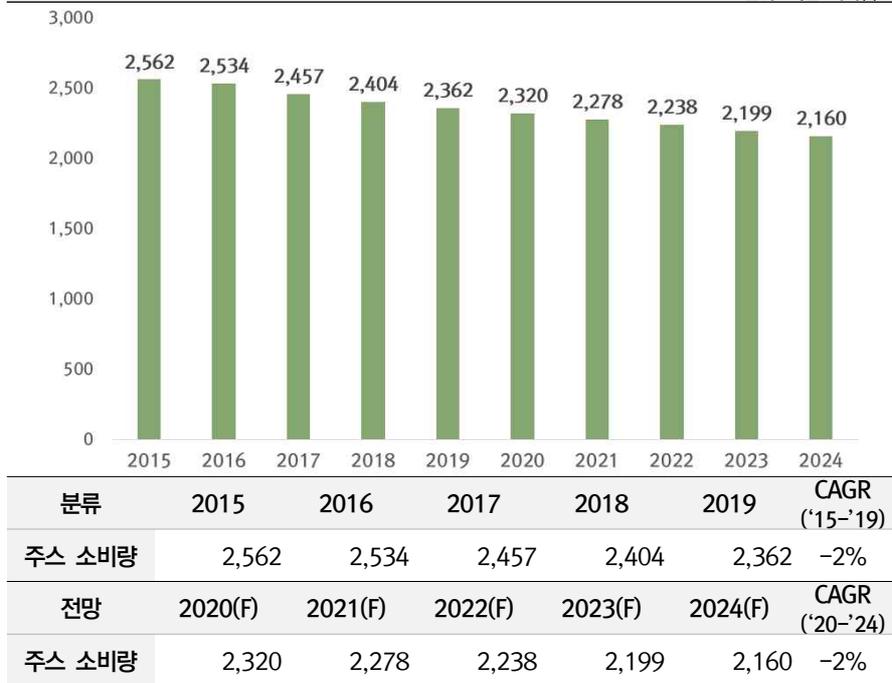


▶ 2015-2019년 독일 주스소 비량 연평균 2%씩 감소

독일 주스<sup>13)</sup> 소비량은 지난 5년(2015-2019년)간 연평균 2%의 감소세를 보이며, 2019년에는 23억 6,200만 리터를 기록함. 향후 5년(2020-2024년)간 독일 주스 소비량은 2%의 감소세를 유지하여 2024년에는 21억 6,000만 리터를 기록할 것으로 예상됨. 유로모니터에 따르면<sup>14)</sup> 2019년 '과즙 100% 주스'<sup>15)</sup> 소비량은 12억 4,900만 리터로 전체 주스 소비량의 53%를 차지하며 1위를 기록함. '주스(과즙 24% 이하)'<sup>16)</sup> 소비량은 5억 5,700만 리터(24%)로 2위를 차지하였으며, '넥타'<sup>17)</sup>는 5억 5,000만 리터(23%)로 3위, '코코넛 워터 및 플랜트 워터'<sup>18)</sup>는 600만 리터(0.3%)로 4위를 차지함

[표 1.5] 독일 '주스' 소비량<sup>19)</sup>

단위: 백만 리터(L)



자료: 유로모니터(Euromonitor)

13) 주스(Juice): 과일이나 채소로 만들어진 모든 종류의 포장된 주스를 포함함. 기계 처리 되거나, 정제 되거나, 신선한 형태의 과일채소 과육, 과실퓨레를 포함함  
 14) 유로모니터(Euromonitor), 「Juice in the US」, 2020.01  
 15) 과즙 100% 주스(100% Juice): 정제 여부에 상관없이 과일 농축액 100%로 이루어진 주스  
 16) 주스(과즙 24% 이하)(Juice Drinks (up to 24% Juice)): 신선한 과즙 또는 농축액 함량이 24%를 넘지 않는 주스  
 17) 넥타(Nectar): 병동 여부에 상관없이 과일 농축액 또는 저온 살균한 과실퓨레 및 과일채소의 과육을 이용해 제조된 모든 주스를 포함하며, 설탕이나 물이 첨가될 수 있음  
 18) 코코넛 워터 및 플랜트 워터(Coconut and Other Plant Waters): 코코넛 또는 뿌리 식물/채소로부터 얻어진 액체로 제조된 포장 음료를 포함함  
 19) 원 데이터(단위: 백만 리터)는 모두 반올림함  
 20) 그래프에 표시된 점유율(%)은 모두 반올림한 수치로, 총합은 100%를 초과할 수 있음

## II. Market Trend

### SUMMARY

1. 독일, '혈' 관련 질병 중 '당뇨병'에 대한 관심 높아
2. 독일, 식물성 재료로 조제된 당뇨 치료 및 예방 제품 판매
3. 독일 기능성 음료 시장, 특정 효능에 대한 인식은 미미한 편
4. 독일 소비자, '맛', '음용 편리성' 중심으로 기능성 음료 구매해

# Market Trend

(시장트렌드)

## 독일 (GERMANY)

### 기능성 음료 시장트렌드



혈(血) 관련 질병 중 당뇨병 언급량 1위  
'순환, 혈압, 비만 등의 질병 키워드도 언급'



당뇨 환자가 섭취할 수 있는 쿠키, 초콜릿도 판매  
'자일리톨 또는 과일로 설탕 대체한 무설탕 기호식품 인기'

#### ■ Germany Issue ①

**'혈(血)' 관련 질병 중  
'당뇨병'에 대한 관심 높아**  
'혈당에 대한 관심 적지 않은 편'

#### ■ Germany Issue ②

**식물성 재료로 조제된  
당뇨 치료 및 예방 제품 판매**  
'당뇨 관련 제품 알약 형태가 인기, 차(Tea)도 많은 편'



독일 기능성 음료 시장 크지 않은 편  
'제품 효능 이용한 홍보 미미해'



인공적인 맛 기피, 음용 편리한 제품 선호  
'독일 기능성 음료 시장 진입 시 맛과 음용 편리성 고려 필요'

#### ■ Germany Issue ③

**독일 기능성 음료 시장,  
특정 효능에 대한 인식은 미미한 편**  
'주로 건강한 주스, 차(Tea)를 기능성 음료로 인식'

#### ■ Germany Issue ④

**기능성 음료 주 구매 요인은  
'맛'과 '음용 편리성'**  
'특정 효능에 대한 언급 매우 적어'

## 데이터 분석 프로세스

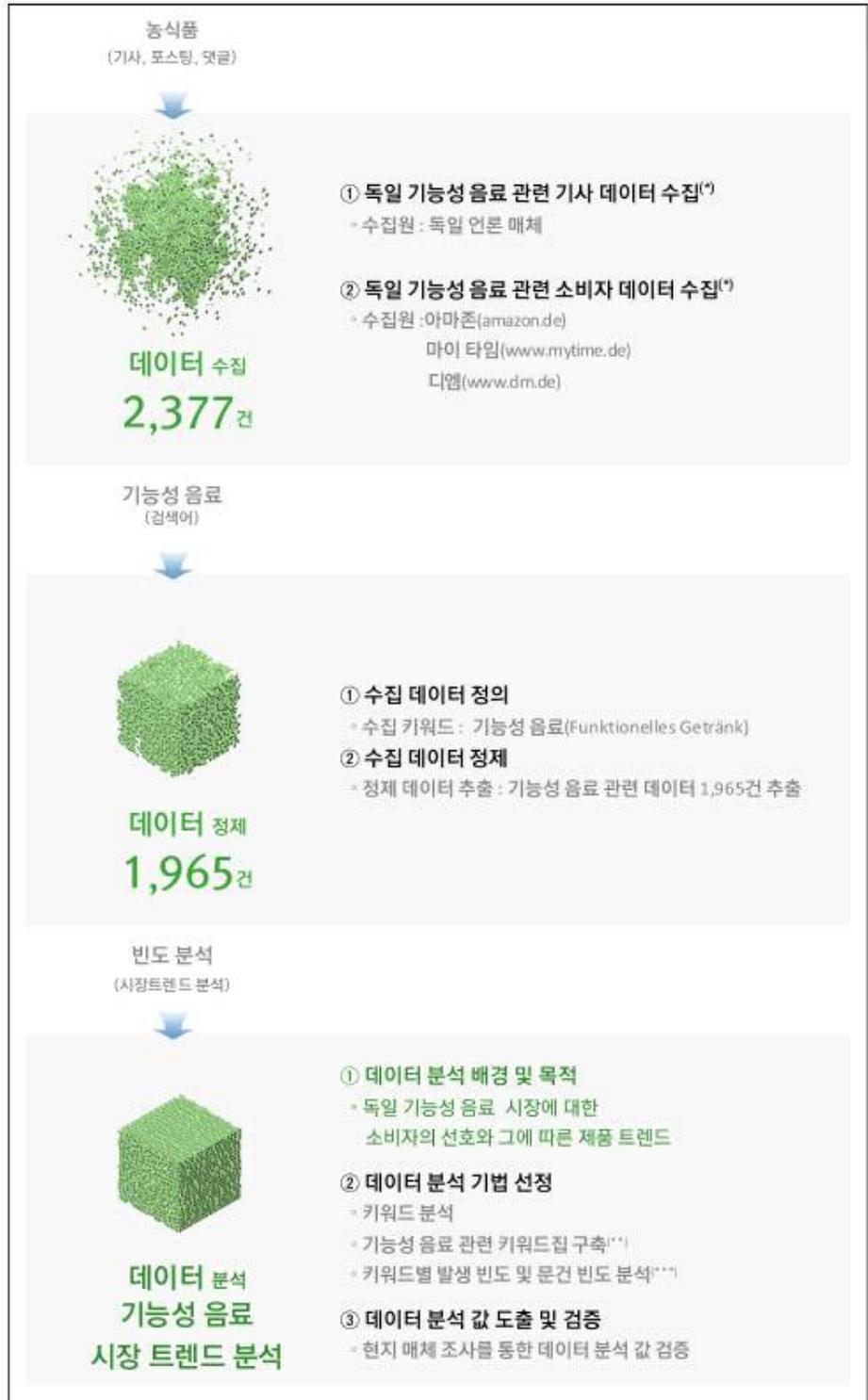
### ○ 데이터 분석 요약

●  
**데이터 수집**  
 소스원  
  
 (독일 온라인 쇼핑몰 5개,  
 언론매체 7개)

●  
**데이터 분류**  
 키워드집  
 (기능성 음료 연관 키워드집)



●  
**데이터 분석**  
 - 연관어 분석



1) 데이터 수집

데이터 수집 기준

데이터 수집

수집 기간	18.01 - 20.01
수집 데이터	2,377건

데이터 정제

정제 키워드	기능성 음료 (Funktionelles Getränk)
정제 데이터	1,965건

○ 데이터 수집

- 독일 기능성 음료 관련 데이터 소스원 리스트

[표 2.1] 독일 데이터 소스원 리스트

번호	매체명	홈페이지	비고
01	Amazon	amazon.de	온라인 쇼핑몰
02	MyTime	www.mytime.de	온라인 쇼핑몰
03	BringMeister	www.bringmeister.de	온라인 쇼핑몰
04	DiaExpert	www.diaexpert.de	온라인 쇼핑몰
05	Dm	www.dm.de	온라인 쇼핑몰
06	Online focus	focus.de	언론매체
07	Morgenpost	www.morgenpost.de	언론매체
08	MOPO	www.mopo.de	언론매체
09	Merkur	www.merkur.de	언론매체
10	Augsburger Allgemeine	www.augsburger-allgemeine.de	언론매체
11	Gesund	gesund.co.at	언론매체
12	Lebensmittel KLARHEIT	www.lebensmittelklarheit.de	언론매체

○ 데이터 분석 키워드집

- 독일 기능성 음료 관련 데이터 소스원 사전조사

[표 2.2] 독일 기능성 음료 관련 데이터 소스원 리스트



현지 언론 매체,  
혈 건강 관련 이슈

현지 온라인 쇼핑몰,  
당뇨 제품 인기 유형

현지 리뷰 사이트,  
기능성 음료 구매 요인

키워드 ①	질병	키워드 ①	캡슐	키워드 ①	맛
키워드 ②	당뇨병	키워드 ②	차(Tea)	키워드 ②	인공적인
키워드 ③	순환	키워드 ③	자일리톨	키워드 ③	병(Bottle)
키워드 ④	비만	키워드 ④	초콜릿	키워드 ④	실용적인

2) 데이터 분류

○ 데이터 분석 키워드집

- 독일 기능성 음료 관련 데이터 분석 키워드집

[표 2.3] 독일 기능성 음료 관련 분석 키워드

키워드 수립 근거		분류	키워드		수립 근거 <sup>(*)</sup>		
			의미	해당국가 언어(독일어)	참여기업	경쟁기업	기타
참여 기업	한국 개발사 사용 키워드	제품 유형 및 특성	차	tee	0		
			캡슐	kapseln	0		
채식주의	vegan		0				
글루텐 프리	glutenfrei			0			
자일리톨	xylit			0			
초콜릿	schokolade				0		
파우더	pulver			0			
추출	extrakt		0				
정제	tabletten			0			
설탕	zucker				0		
시나몬	zimt			0			
주스	saft			0			
에너지	energy			0			
	물		water	0			
제품 기능	질병	erkrankungen	0				
	당뇨	diabetes	0				
	순환	kreislauf		0			
	혈압	blutdruck		0			
	뇌	gehirn		0			
	비만	bergewicht	0				
	칼로리	kalorien	0				
	체중감량	abnehmen	0				
제품 구매 요인	맛	geschmack			0		
	병(Bottle)	flasche			0		
	인공적인	nstlich			0		
	가격	preis			0		
	실용적인	praktisch			0		

3.1) 데이터 분석

○ 데이터 분석 과정

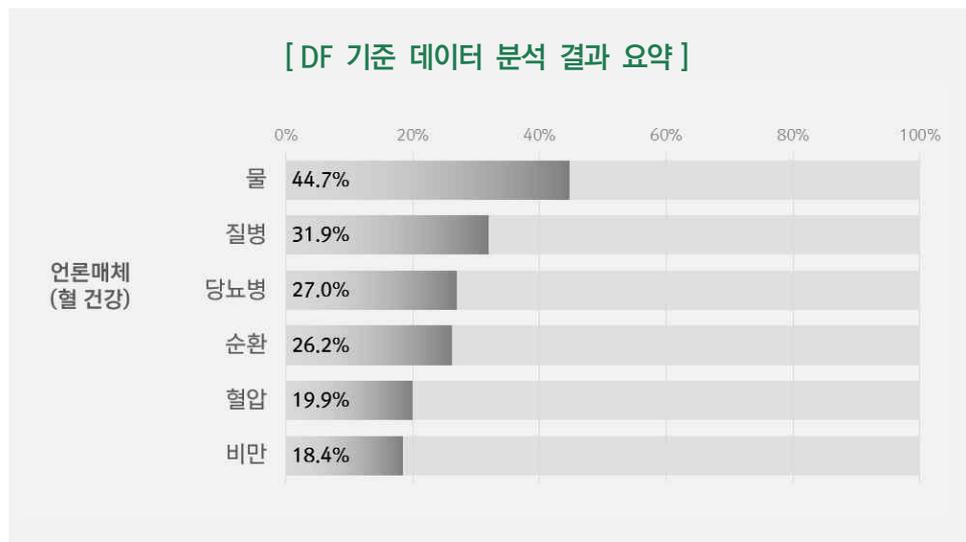
1. 독일 언론매체에서 ‘혈(血) 건강’ 검색어로 관련 기사 및 게시물 수집
2. 주요 키워드 추출하기 위해 TF-DF<sup>21)</sup>와 TF-IDF<sup>22)</sup> 값을 기준으로 선별
3. 주요 키워드가 포함된 문건 수(DF) 산출
4. DF 값을 전체 문서 수로 나눠 비율 산출

※ DF, Document 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				
키워드 빈도 산출 방식	문서1	문서2	문서3	TOTAL
TF, Term Frequency (키워드 출현 빈도)	3	3	0	6회
DF, Document Frequency (키워드 포함 문서 수)	포함	포함	비포함	2건

● 연관어 분석

(Keyword Analytics)



21) TF-DF란 ‘문서 내 특정 키워드 출현 비율’과 ‘전체 문서 중 특정 키워드를 포함한 문서 비율’을 곱한 값임. 이는 심도 있게 다뤄진 이슈 키워드를 살펴보기 위해 연구자가 산출한 값임

22) TF-IDF란 어떤 단어가 특정 문서 내에서 얼마나 중요한 것인지를 나타내는 통계적 수치임. 공식은 단어 빈도(TF)와 역문서 빈도(IDF)를 곱한 값

3.2) 데이터 분석

○ 데이터 분석 과정

1. 온라인 쇼핑몰에서 추출한 문건을 대상으로 분석함
2. '당뇨', '기능성 음료'를 검색해서 나온 상품을 인기순으로 나열해 상품 한 개를 하나의 문서로 간주, 총 10페이지까지의 상품명을 수집함 (쇼핑몰마다 다르나 평균적으로 한 페이지당 약 20건의 상품 게시)
3. 상품명 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 국세청의 사례는 빅데이터의 활용 사례 중 일부다. 이제 빅데이터를 적절하게 처리하고 분석하면 미 국세청의 사례처럼 예전에는 생각도 못했던 일들도 가능해졌다. 대체 빅데이터가 뭐길래? .....	미국 국세청은 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	문서1	문서2	문서3	TOTAL
TF, Term Frequency (키워드 출현 빈도)	3	3	0	6회
DF, Document Frequency (키워드 포함 문서 수)	포함	포함	비포함	2건

●  
연관어 분석  
(Keyword Analytics)

[ TF 기준 데이터 분석 결과 요약 ]



## 1. 독일, ‘혈(血)’ 관련 질병 중 ‘당뇨병’에 대한 관심 높아

### ▶ 독일 소비자 ‘혈당(Blutzucker)’에 대한 관심 적지 않은 편

‘혈당(Blutzucker)’에 대한 독일 소비자들의 관심도를 알아보기 위해 구글 트렌드(Google Trend)를 활용함. ‘혈당(Blutzucker)’ 검색량 추이<sup>23)</sup>를 확인한 결과, 평균적으로 ‘혈당(Blutzucker)’ 검색량은 ‘건강(Gesundheit)’ 검색량 대비 약 50% 수준으로 관심이 적지 않음을 알 수 있음

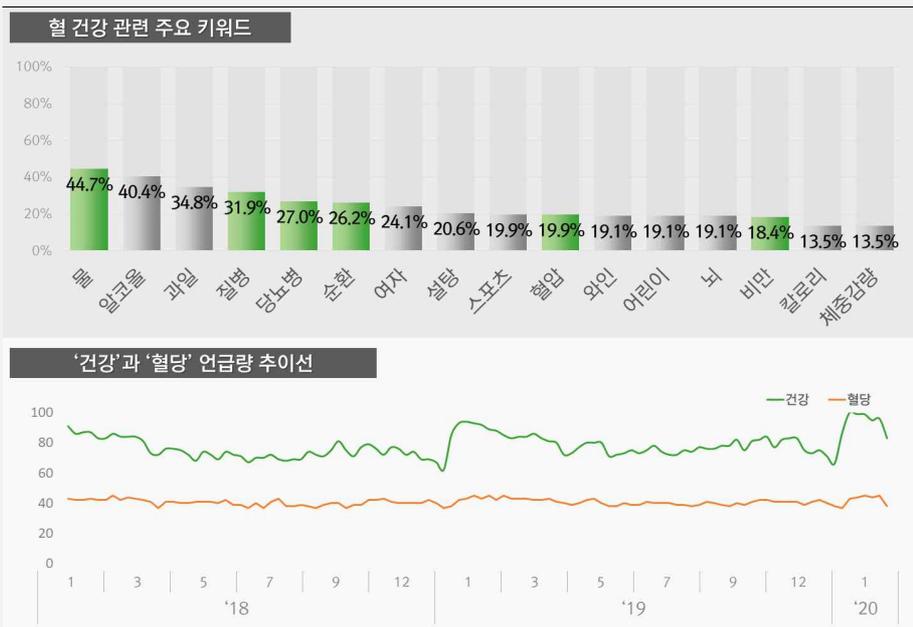
### ▶ ‘혈 건강’ 관련 질병 중 ‘당뇨병’에 대한 언급 가장 높아

독일 언론 매체 내 논의되고 있는 ‘혈 건강’ 관련 주제를 파악하기 위해 뉴스 기사를 분석함. 데이터 분석 결과, 혈(Blood) 관련 질병 중 ‘당뇨병’이 최다 출현함. 당뇨병 다음으로 ‘(혈액)순환’, ‘혈압’, ‘뇌’ 키워드 순으로 빈출함. 또한, 당뇨병 예방 및 치료와 밀접한 관계를 가진 ‘비만’, ‘칼로리’, ‘체중 감량’ 키워드도 다수 출현함

### ▶ 독일 언론매체 내 ‘혈 건강’ 관련 주요 이슈

- ① 질병 ② 당뇨병 ③ 비만

[표 2.4] 독일 언론매체 내 ‘혈 건강’ 관련 기사 주요 키워드



자료1: 구글 트렌드(Google Trend)를 이용한 ‘건강’, ‘혈당’ 검색량 추이선( 18.01 - 20.01)

자료2: 독일 언론매체 내 ‘혈 건강’ 관련 뉴스 141건 분석( 18.01 - 20.01)

값 설명: 해당 키워드 포함 문건 수/매체 총 문건 수(%) (막대 그래프)

최대 검색량(빈도)를 100으로 놓았을 때 각 키워드의 상대적 검색량 (선 그래프)

23) 구글 시간 흐름에 따른 관심도 변화: 수치는 특정기간 내 최다 검색량(빈도)를 100으로 치환해 이를 기준으로 각 키워드의 상대적 검색량을 산출함

## 2. 독일, 식물성 재료로 조제된 당뇨 치료 및 예방 제품 판매

### 아티초크 캡슐형 당뇨치료 제품



제품명	아티초크 추출 당뇨 치료용 캡슐
가격	27.9유로 (한화 약 36,067원) <sup>24)</sup>
용량	120g

### 차 형태 혈당조절제품



제품명	볼레로(Bolero) 설탕 저함유 분말차
가격	7.49유로 (한화 약 9,683원)
용량	100g

### 슈가 프리 초콜릿 분말



제품명	허커(Xucker) 자일리톨 핫 초콜릿 분말
가격	12.92유로 (한화 약 16,702원)
용량	800g

출처: 아마존 (amazon.com.de)

### ▶ 독일 당뇨 치료 및 예방 제품, 비교적 다양한 식물성 재료 사용해

당뇨 관련 인기 제품 유형을 확인하기 위해 온라인 쇼핑몰에 ‘당뇨’를 검색해 나온 370개 제품의 상품명을 분석함. 그 결과 ‘캡슐’, ‘정제(Tablet)’ 키워드가 빈출했으며, 음료 유형으로는 ‘차(Tea)’ 키워드가 최다 출현함. 한편 ‘자일리톨’, ‘시나몬’, ‘차기(버섯)’, ‘채식주의’ 등 식물성 재료와 채식 관련 키워드도 출현해 아이스플랜트도 식물성 당뇨 치료 및 예방 제품으로 시장 진출이 가능할 것으로 보임

### ▶ 당뇨 환자가 섭취할 수 있는 스낵도 판매

이외에 ‘무설탕’, ‘초콜릿’, ‘쿠키’ 등의 키워드가 빈출함. 해당 키워드의 제품을 확인한 결과, 설탕을 ‘자일리톨’, ‘과일’로 대체하여 당뇨환자도 섭취할 수 있게 제조된 ‘설탕 저함량 기호식품’인 것을 확인함

### ▶ 독일 온라인 쇼핑몰 내 당뇨 관련 제품 주요 키워드

① 캡슐, 차(Tea) ② 자일리톨, 채식주의 ③ 초콜릿

[표 2.5] 독일 온라인 쇼핑몰 내 ‘당뇨’ 관련 제품 주요 키워드



자료 : 독일 온라인 쇼핑몰 내 ‘당뇨’ 관련 상품 370개 분석 (18.01 - 20.01)  
값 설명: 해당 키워드 빈도 총합(TF)

24) 1유로=1,292.74원 (2020.01.23, KEB 하나은행 매매기준을 적용)

### 3. 독일 기능성 음료 시장, 특정 효능에 대한 인식은 미미한 편

#### 중국산 보이차



제품명 프리미엄 중국산 보이차

가격 7.8유로  
(한화 약 10,083원)

용량 250g

#### ▶ 특정 기능 활용해 홍보하는 기능성 음료는 적은 편

독일 온라인 쇼핑몰 내 인기 기능성 음료 분석 결과, ‘차(Tea)’와 ‘주스’ 제품이 다수로 확인됨. 이를 통해 기능성 음료에 대한 독일 소비자들의 인식이 특정 효능에 국한된 것이 아니라 인체에 무해한 건강 음료로 범위가 확장되어 있음을 알 수 있음. 즉, 탄산 및 설탕이 다량 함유된 음료를 대체하는 건강한 음료를 기능성 음료로 인식하는 것으로 보임. 실제로, ‘체중 감량’, ‘디톡스’, ‘혈압’, ‘건강’과 같은 제품 효능 관련 키워드는 빈도가 매우 낮으며, 주로 음료의 유형이나 재료에 대한 언급이 주를 이룸. 이를 통해, 현재 독일에서 질병 치료 및 예방을 목적으로 한 기능성 음료 시장이 크지 않은 편임을 알 수 있음

#### 디톡스 타마린드 차



제품명 라이프톤(Lifetone) 디톡스 용 타마린드 차

가격 22.07유로  
(한화 약 28,531원)

용량 40g(2g\*20개)

출처: 아마존 (amazon.com.de)

#### ▶ 독일 온라인 쇼핑몰 내 기능성 음료 상품 주요 키워드

① 차(Tea) ② 주스 ③ 체중 감량

[표 2.6] 독일 온라인 쇼핑몰 내 ‘기능성 음료’ 상품 주요 키워드



자료: 독일 온라인 쇼핑몰 내 ‘기능성 음료’ 제품 1,224건 분석 (18.01 - 20.01)  
값 설명: 해당 키워드 빈도 총합(TF)

#### 4. 독일 소비자, ‘맛’, ‘음용 편리성’ 중심으로 기능성 음료 구매해

##### ● 긍정적 리뷰

“딸기 라임맛을 주문했고 평소와 같이 아주 빠르게 배송되었으며, 포장도 튼튼했다. 미네랄 워터와 혼합되어 매우 **맛있고**, 운동 전후로 마실 수 있는 저칼로리 음료라 마음에 든다. 1리터 병이 매우 **실용적이다**”

“**병이 탄력있고 쥐기 용이하다.** 뚜껑도 매우 열기 쉽고 **실용적이다.** 과일맛이 나고 매우 달다. 어떤 특정한 과일 맛을 느낄 수는 없지만 파인애플 맛이 나는 것 같다. 산소가 첨가되었다는 점에서 추천할만하고, 스포츠 드링크보다는 **건강 음료**로 인식하여 마시고 있다”

##### ● 부정적 리뷰

“사과맛이 많이 나고 **인공적**이지는 않지만 내 입맛에는 너무 달고 상쾌하지 않다. 마시고 싶지 않다”

“매우 달고 **인공적인** 맛이 나서 사탕이나 추잉검과 같은 인공 딸기를 연상시킨다. 설탕 함유량이 적다고 쓰여 있지만, 실제 함유량을 따져보면 그렇게 적은 것 같지 않다”

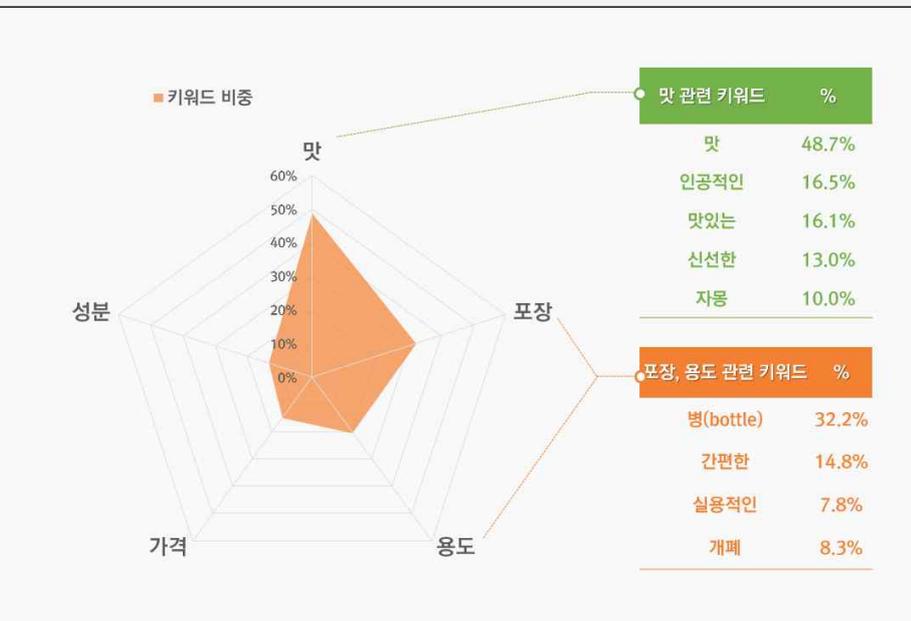
##### ▶ 특정 효능 중심의 마케팅보다는 ‘맛’과 ‘음용 편리성’ 고려 필요해 보여

독일 소비자들이 기능성 음료를 구매하는 주요 요인을 확인하고자 각기 다른 유형의 기능성 음료 6개의 구매후기를 분석함. 그 결과, 맛 관련 키워드의 비중이 가장 높았으며 다음으로 포장과 실용성에 대한 언급 비중이 높았음. 실제 리뷰를 살펴본 결과, ‘맛있고 신선하다’라는 긍정적 리뷰와 함께 ‘인공적인’ 맛에 대한 부정적 평가도 다수 확인됨. 또한, ‘병(Bottle)’의 크기와 개봉 방법의 간편성에 대한 언급이 많았음. 한편 기능성 음료의 특정 효능 자체에 대한 언급 빈도는 낮은 편임. 이에 독일 기능성 음료 시장 진입 시 기능성 음료의 인지도 제고와 함께 인공적인 맛 사용과 음용 편리성도 함께 고려해야 할 것으로 보임

##### ▶ 독일 리뷰 사이트 내 기능성 음료 게시물 주요 키워드

- ① 맛 ② 병(bottle) ③ 간편한, 실용적인

[표 2.7] 독일 리뷰 사이트 내 ‘기능성 음료’ 게시물 주요 키워드

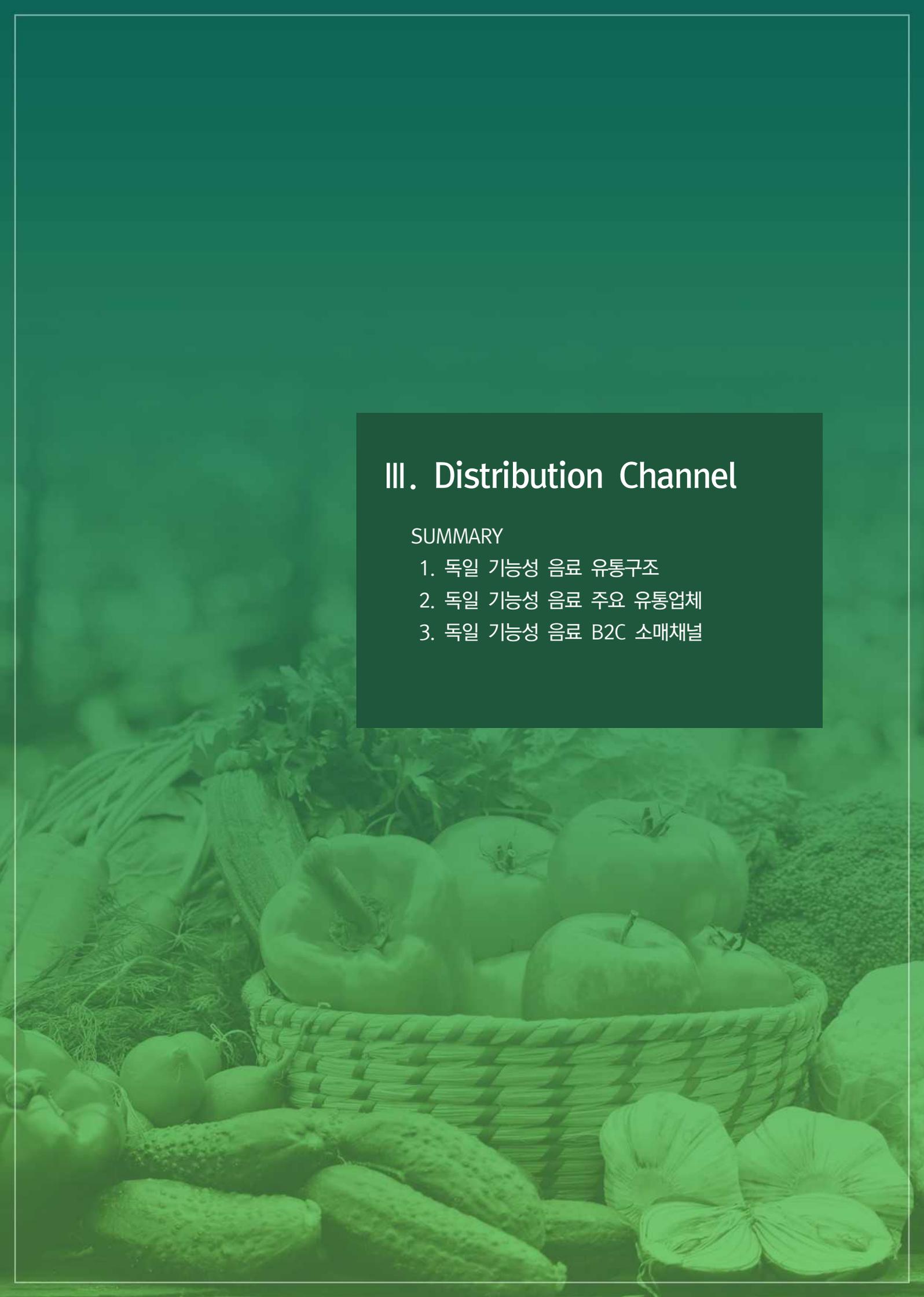


자료 : 독일 리뷰 사이트 내 ‘기능성 음료’ 관련 게시물 230건 분석 (18.01 - 20.01)  
 값 설명: 해당 키워드 포함 문건 수/매체 총 문건 수(%)

### III. Distribution Channel

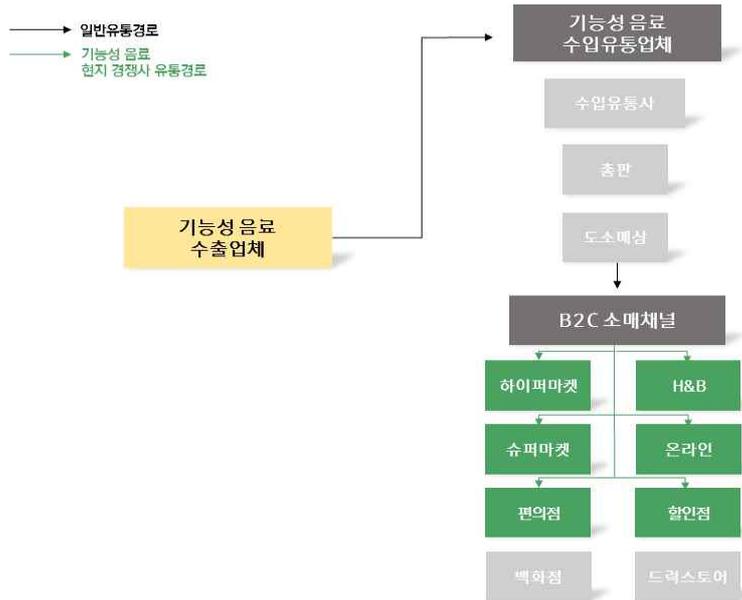
#### SUMMARY

1. 독일 기능성 음료 유통구조
2. 독일 기능성 음료 주요 유통업체
3. 독일 기능성 음료 B2C 소매채널



# Distribution Channel

(유통채널)



## 독일 (GERMANY)

### 기능성 음료<sup>25)</sup> 유통채널 현황

채널 유형	채널 분류	점유율 <sup>26)</sup>	주요 채널 <sup>27)</sup>
B2C 소매 채널	H&B	69.9%	디엠(DM), 로스만(Rossmann), 뮐러(Müller), 더글라스(Douglas)
	온라인	19.6%	아마존(Amazon), 오토(Otto), 잘란도(Zalando), 브링마에스터(Bringmeister)
	하이퍼마켓 & 슈퍼마켓	4.7%	카우플란트(Kaufland), 레알(Real), 에데카(Edeka), 레베(Rewe), 마르크트카우프(Marktkauf), 파밀라(Famila)
	할인점	3.6%	알디(Aldi), 리들(Lidl), 네토(Netto), 페니(Penny), 노르마(Norma)
	홈쇼핑	2.2%	보프로스트(Bofrost), 에이치에스이24(HSE24)
	개인 및 기타 식료품점 <sup>28)</sup>	1.6%	장터(Zhangto), 한독(Handok)
	방문판매	1.4%	보르베크(Vorwerk), 타파웨어(Tupperware)

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

25) '기능성 음료'의 세부 품목에 대한 유통채널 정보 확인이 불가하여, 제품의 상위 카테고리인 '건강식품(Consumer Health)'의 정보를 확인함

26) 2019년 기준, 독일 내 '건강식품(Consumer Health)'의 유통채널 점유율임

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

28) 개인 및 기타 식료품점은 개별적으로 운영되는 채널들의 집합으로, 자체 체인점을 보유하고 있지 않은 키오스크 및 음식/음료/담배 전문점을 포함함

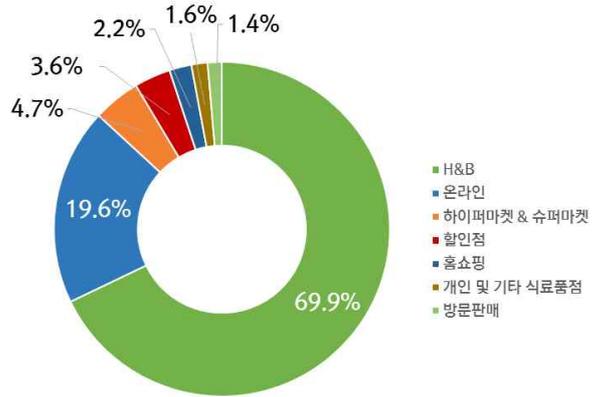
### 1. 독일 기능성 음료 유통구조

품목 구분 및 분류	
품목	기능성 음료
구분	건강보조식품
범주	컨슈머헬스 (Consumer Health)

▶ 독일 기능성 음료 주요 채널

‘H&B(69.9%), 온라인(19.6%), 하이퍼마켓 & 슈퍼마켓(4.7%), 할인점(3.6%)’

[표 3.1] 독일 기능성 음료 유통채널별 점유율



자료: 유로모니터(Euromonitor)

[표 3.2] 독일 기능성 음료 유통채널 현황

채널 유형	기능성 음료 채널 분류		
	채널 유형	점유율	채널명
B2C 소매 채널	H&B	69.9%	디엠(DM), 로스만(Rossmann), 뮐러(Müller), 더글라스(Douglas)
	온라인	19.6%	아마존(Amazon), 오토(Otto), 잘란도(Zalando), 브링마에스터(Bringmeister)
	하이퍼마켓 & 슈퍼마켓	4.7%	카우플란트(Kaufland), 레알(Real), 에데카(Edeka), 레베(Rewe), 마르트카우프(Marktkauf), 파밀라(Famila)
	할인점	3.6%	알디(Aldi), 리들(Lidl), 네토(Netto), 페니(Penny), 노르마(Norma)
	홈쇼핑	2.2%	보프로스트(Bofrost), 에이치에스이24(HSE24)
	개인 및 기타 식료품점	1.6%	장터(Zhangto), 한독(Handok)
	방문판매	1.4%	보르베크(Vorwerk), 타파웨어(Tupperware)

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

## 2. 독일 기능성 음료 주요 유통업체

### ▶ H&B, 온라인, 하이퍼마켓 & 슈퍼마켓이 대표적

추가로, 할인점과 편의점에서 유사 제품 판매가 확인되어 조사 채널에 포함

[표 3.3] 독일 기능성 음료 취급 주요 유통업체

순번	기업명	기업구분	규모 (매출액 <sup>29)</sup> )	입점브랜드	유사제품 취급경험
1	디엠 (DM)	H&B	약 9억 2,826만 달러 (약 1조 968억 원)	라인버거(Layenberger) 크나이프(Kneipp), 노비바이탈 (Knobi-Vital)	0
2	로스만 (Rossmann)	H&B	약 92억 6,776만 달러 (약 10조 9,684억 원)	와이푸드(Yfood) 웰믹스 밸런스 (Wellmix Balance)	0
3	아마존 (Amazon)	온라인	약 198억 8,100만 달러 (약 23조 5,292억 원)	엠슈어(Emsure), 클럽마테 (CLUB-MATE), 슬림패스트 (Slim Fast)	0
4	브링마에스터 (Bringmeister)	온라인	약 594억 1,310만 달러 (약 70조 3,154억 원)	호헤스 체 (hohes C), 클럽마테 (Club-Mate) 굿운트귄스틱 (GUT & GÜNSTIG)	0
5	레베 (Rewe)	하이퍼마켓 & 슈퍼마켓	약 483억 7,275만 달러 (약 57조 2,491억 원)	비타민웰 (Vitamin Well), 호헤스 체 (hohes C), 퓨니카 (Punica)	0

자료: 각 기업 홈페이지, 유로모니터(Euromonitor)

29) 1달러=1,183.50원 (2020.01.31., KEB 하나은행 매매기준율 기준)

순번	기업명	기업구분	규모 (매출액)	입점브랜드	유사제품 취급경험
6	에데카 (Edeka)	하이퍼마켓 & 슈퍼마켓	약 594억 1,310만 달러 (약 70조 3,154억 원)	굿윌트굿스틱 (GUT & GÜNSTIG), 비타민웰 (Vitamin Well), 와이푸드(YFood)	0
7	카우플란트 (Kaufland)	하이퍼마켓 & 슈퍼마켓	약 250억 2,837만 달러 (약 29조 6,211억 원)	아멕(Amecke), 그라니니(Grannini), 퓨니카(Punica)	0
8	레알 (Real)	하이퍼마켓 & 슈퍼마켓	약 82억 144만 달러 (약 9조 7,064억 원)	베스트바디뉴트리션 (Best Body Nutrition), 지오실리카 (GEOSilica), 제니스네이처프로덕트 (Jenneys Naturprodukte)	0
9	알디 (Aldi)	할인점	약 335억 달러 (약 42조 142억 원)	사투로(Saturo), 베리프(Berief), 바이오(Bio)	0
10	스파익스프레스 (Spar Express)	편의점	약 344억 3,193만 달러 (약 40조 7,502억 원)	스파(Spar)	0

자료: 각 기업 홈페이지, 유로모니터(Euromonitor)

### 3. 독일 기능성 음료 B2C 소매채널

#### 1) H&B



#### ① 디엠(DM)

기업 기본 정보	기업명	디엠(DM)	
	홈페이지	www.dm.de	
	위치	카를스루에(Karlsruhe)	
	규모	매출액(*19)	약 9억 2,826만 달러 (약 1조 968억 원)
기업 요약	기타 규모	매장 수(*19): 약 3,600개 직원 수(*19): 약 6만 2,000명	
	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 1973년 설립</li> <li>- 독일 내 대표 유통기업</li> <li>- 독일 내 4개의 물류센터 보유</li> <li>- 다양한 자체개발 상품 브랜드 보유</li> </ul>		
기업 최근 이슈	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 2019년 매출성장률 4.6% 달성</li> <li>- 2018년 독일 경제 일간지 한델스블라트(Handelsblatt)가 가격대비 경제적인 기업(Price Performance Winner)으로 선정</li> </ul>		
유사제품 정보		제품명	핏플러스필굿 (Fit + FeelGood)
		종류	다이어트 음료
		용량	312ml
		원산지	독일

자료: 디엠(DM) 홈페이지

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

입점 및 협력 정보

입점 제품 특징	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>입점 가능 품목</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 식품: 스낵류, 건조식품, 다이어트식품, 음료류, 차(茶)류 등</li> <li>- 일반: 화장품, 향수류, 의류, 목욕용품, 헤어제품, 유아용품, 애완용품 등</li> </ul> </li> <li>• <b>특이사항</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 자체브랜드 제품이 많음</li> </ul> </li> </ul>	
	등록 유형	<input checked="" type="checkbox"/> 직접 등록 <input type="checkbox"/> 벤더 등록
입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	홈페이지를 통한 직접 등록 <ul style="list-style-type: none"> <li>- 홈페이지 하단 메뉴 Kontakt 클릭 (<a href="http://www.dm.de/haeufigefragen/kontakt/">www.dm.de/haeufigefragen/kontakt/</a>)</li> <li>- 양식서 작성 후 제출</li> <li>- 등록 시 필요한 일반적인 정보                     <ul style="list-style-type: none"> <li>① 공급자 정보 (공급자 이름, 주소, 연락 담당자, 전화번호 및 이메일 주소 등)</li> <li>② 공급 제품 정보 (브랜드 이름, 제품 이름, 제품 사진, 판매 가격, 할인가, 소비자 가격 등)</li> <li>③ 참고자료 (회사소개서, 카탈로그 등)</li> </ul> </li> </ul>
	특이사항	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 문의사항 연락처: 0 800/36 58 633</li> </ul>

자료: 디엠(DM) 홈페이지

**ROSSMANN**

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 10조 9,684억 원)	
		기타 규모	매장 수('19): 약 3,930개 직원 수('19): 약 2만 2,800명	
기업 요약	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 1972년 설립</li> <li>- 로스만가(Rossmann family)가 소유하는 오너경영회사</li> <li>- AS 왓슨 그룹(AS Watson Group)이 40%의 주식 소유</li> <li>- 독일에서 두 번째로 규모가 큰 H&amp;B 기업</li> </ul>			
기업 최근 이슈	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 2020년 자사 브랜드 '이사나(ISANA)', 사회적 스타트업 기업 플라스틱뱅크 (Plastic Bank)와 파트너십 체결</li> <li>- 2019년 전년 대비 매출 5.7% 증가</li> </ul>			
유사제품 정보		제품명	디스이즈푸드 (This Is Food)	
		종류	에너지/영양 음료	
		용량	330ml	
		원산지	독일	

자료: 로스만(Rossmann) 홈페이지

사진 자료: 에이에스왓슨(AS Watson)홈페이지

입점 및 협력 정보

입점 제품 특징	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>입점 가능 품목</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 식품: 건강보조식품, 와인류, 스낵류, 건조식품, 다이어트식품, 음료류 등</li> <li>- 일반: 화장품, 향수류, 의류, 목욕용품, 유아용품, 가정용품 등</li> </ul> </li> <li>• <b>특이사항</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 약 4,600개의 자사브랜드 제품 보유</li> </ul> </li> </ul>	
	<p>등록 유형</p> <p><input checked="" type="checkbox"/> 직접 등록      <input checked="" type="checkbox"/> 벤더 등록</p>	
입점 등록 절차	<p>등록 방법 및 등록 정보</p>	<p>1. 홈페이지 통해 직접 등록</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 홈페이지 하단 메뉴 Kontakt 클릭 (<a href="http://www.rossmann.de/cms/service-hilfe/kontakt.html">www.rossmann.de/cms/service-hilfe/kontakt.html</a>)</li> <li>- 양식서 작성 후 제출</li> <li>- 등록 시 필요한 일반적 정보                             <ul style="list-style-type: none"> <li>① 공급자 정보 (공급자 이름, 주소, 연락 담당자, 전화번호 및 이메일 주소 등)</li> <li>② 공급 제품 정보 (브랜드 이름, 제품 이름, 제품 사진, 판매 가격, 할인가, 소비자 가격 등)</li> <li>③ 참고자료 (회사소개서, 카탈로그 등)</li> </ul> </li> </ul> <p>2. 유선 연락 또는 이메일 문의</p>
	<p>특이사항</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 문의사항 연락처 이메일: <a href="mailto:service@rossmann.de">service@rossmann.de</a> 전화: 0 800/76 77 62 66</li> </ul>

자료: 로스만(Rossmann) 홈페이지

2) 온라인



① 아마존(Amazon)

기업 기본 정보	기업명	아마존(Amazon)	
	홈페이지	www.amazon.de	
	위치	뮌헨(Munich)	
	규모	매출액('18)	약 198억 8,100만 달러 (약 23조 5,292억 원)
		기타 규모	직원 수('18): 약 647,500명
기업 요약	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 1994년 7월 설립된 세계 최대의 온라인 쇼핑중개기업</li> <li>- 1998년 독일 진출</li> <li>- 물류비용 절감과 배송 시간 단축을 목표로 한 완전 자동화 물류센터 개발 중</li> <li>- 독일 내 13개의 물류센터 운영</li> <li>- 2020년 새로운 컨셉의 오프라인 식료품 매장 개장 계획</li> </ul>		
기업 최근 이슈	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 2019년 11월 바덴 주 메스키르히(Meßkirch)에 물류센터 설립</li> <li>- 2019년 2분기 매출액 20% 증가</li> <li>- 2019년 9월 현금결제서비스 '아마존페이코드(Amazon PayCode)' 런칭</li> </ul>		
유사제품 정보		제품명	인슈어플러스 (Ensure Plus)
		종류	당뇨 음료
		용량	200ml
		원산지	스위스

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

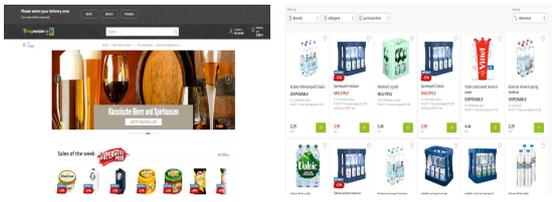
입점 및 협력 정보

입점 제품 특징	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>입점 가능 품목</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 식품: 유제품, 냉동식품, 즉석식품, 스낵류, 면류, 음료류, 차(茶)류, 주류 등</li> <li>- 일반: 서적류, 전자제품, 가전제품, 주방용품, 위생용품, 약기류, 화장품 등</li> </ul> </li> <li>• <b>선호제품</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 기존 플랫폼에 없는 신제품</li> </ul> </li> <li>• <b>특이사항</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 타 유통채널 대비 다양한 유사제품 판매</li> </ul> </li> </ul>		
입점 등록 절차	등록 유형	<input checked="" type="checkbox"/> 직접 등록	<input type="checkbox"/> 벤더 등록
	등록 방법 및 등록 정보	<p>홈페이지 통해 직접 등록</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 홈페이지 하단 메뉴 Geld verdienen mit Amazon 카테고리 Jetzt verkaufen 클릭</li> <li>- 아마존 판매자 포탈 Amazon Seller Central 접속</li> <li>- 가입 후 입점 절차 진행 (<a href="https://services.amazon.com/services/soa-approval-category">services.amazon.com/services/soa-approval-category</a>)</li> <li>- 등록 정보                             <ul style="list-style-type: none"> <li>① 공급자 정보 (회사명, 회사 홈페이지 주소, 국가, 담당자명, 연락처, 이메일)</li> <li>② 제품 정보 (UPC/EAN 보유 여부, 제품종류, 예상 매출액, 판매 입고량)</li> </ul> </li> </ul> <p>입점 문의 후 등록</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 정보 가입 후 입점 사항 논의 후 진행</li> <li>- 홈페이지 가입 정보: 제품군, 예상판매액, 회사정보 (<a href="https://services.amazon.de/service/kontaktieren-sie-uns.html">services.amazon.de/service/kontaktieren-sie-uns.html</a>)</li> </ul>	
	등록 조건	<ul style="list-style-type: none"> <li>· 평가 기준 ① 아마존 행동강령 준수</li> <li>· 평가 기준 ② EU Regulation on the Provision of Food Information to Consumers 준수</li> </ul>	
	특이사항	<p>입점 가능한 카테고리 20개 중 식료품을 포함한 10개 제품군은 승인절차를 거쳐야 입점 가능</p>	

자료: 아마존(Amazon) 홈페이지, 유통채널 담당자와의 인터뷰

# Bringmeister.de

## ② 브링마에스터(Bringmeister)

기업 기본 정보	기업명	브링마에스터(Bringmeister)		
	홈페이지	www.bringmeister.de		
	위치	함부르크(Hamburg)		
	규모	매출액('18)	약 594억 1,310만 달러 <sup>30)</sup> (약 70조 3,154억 원)	
		기타 규모	직원 수('18): 약 376,000명 <sup>31)</sup>	
기업 요약	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 에데카(Edeka)의 자회사</li> <li>- 베를린과 뮌헨 지역에 한해 배달 서비스 제공</li> <li>- 당일 배달서비스와 1시간 배달서비스 제공</li> </ul> 			
기업 최근 이슈	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 2019년 쇼핑리스트어플리케이션 브링!(Bring!)과 협업하여 브링마에스터에서 주문 서비스 제공</li> <li>- 2019년 하우스홀드서비스업체인 캐리(Cary)와 협업하여 소비자의 냉장고에 직접 운반하는 서비스인 '딜리버리 다이렉틀리 투더 리프리지에이터(Delivery directly to the refrigerator)' 제공 시작</li> </ul>			
유사제품 정보		제품명	로터멀티비타민 (Roter Multivitamin)	
		종류	비타민 음료	
		용량	1l	
		원산지	독일	

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

30) 모회사인 에데카(Edeka) 기업 전체 매출액  
 31) 모회사인 에데카(Edeka) 기업 전체 직원 수

입점 및 협력 정보

입점 제품 특징	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>입점 가능 품목</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 식품: 신선식품, 육류, 유제품, 냉동식품, 지역특산품, 의약품, 음료류, 주류 등</li> <li>- 일반: 가정용품, 애완용품, 잡지류, 담배류, 위생용품 등</li> </ul> </li> <li>• <b>선호 제품</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 친환경 제품</li> </ul> </li> <li>• <b>특이사항</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 에데카(Edeka) 자체 브랜드 제품 판매</li> <li>- 독일농업협회(German Agricultural Society)에서 품질 검사 실시</li> <li>- 유기농 제품에 유럽연합 유기농 규정(EU Organic Regulation) 적용</li> </ul> </li> </ul>	
	등록 유형	<input checked="" type="checkbox"/> 직접 등록 <input checked="" 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: kundenservice@bringmeister.de 전화: 0 30/80 93 25 410

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 57조 2,491억 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 57조 2,491억 원)	기타 규모	매장 수('18): 약 3,300개				
매출액('18)	약 483억 7,275만 달러 (약 57조 2,491억 원)									
기타 규모	매장 수('18): 약 3,300개									
기업 요약	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 1926년 설립</li> <li>- 레베(Rewe) 그룹 자회사</li> <li>- 레베, 레베시티(Rewe City), 레베센터(Rewe Center) 등 3종류의 매장 운영</li> <li>- 자사 유기농 브랜드 보유</li> <li>- 상하이, 방콕, 홍콩 등 지역 구매 관리 본부 설립을 통해 다양한 아시아 식품 수입</li> </ul>									
<div style="display: flex; justify-content: space-around;">   </div>										
기업 최근 이슈	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 2019년 10월 라임, 아보카도 등 신선식품에 먹을 수 있는 코팅 포장지 사용 계획 발표</li> <li>- 2019년 플라스틱 사용량 줄이기 캠페인을 진행하여 약 1,400개의 제품 포장 재디자인</li> <li>- 2019년 8월 쾨니히스브론(Königsbronn)에 매장 오픈</li> </ul>									
유사제품 정보		<table border="1"> <tr> <td>제품명</td> <td>비타민웰리로드 (Vitamin Well Reload)</td> </tr> <tr> <td>종류</td> <td>비타민 음료</td> </tr> <tr> <td>중량</td> <td>500ml</td> </tr> <tr> <td>원산지</td> <td>스웨덴</td> </tr> </table>	제품명	비타민웰리로드 (Vitamin Well Reload)	종류	비타민 음료	중량	500ml	원산지	스웨덴
제품명	비타민웰리로드 (Vitamin Well Reload)									
종류	비타민 음료									
중량	500ml									
원산지	스웨덴									

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

입점 및 협력 정보

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

자료: 레베(Rewe) 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 <sup>32)</sup> (약 70조 3,154억 원)	
		기타 규모	직원 수('18): 약 376,000명 <sup>33)</sup>	
기업 요약	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 에데카(Edeka) 그룹 자회사</li> <li>- 에데카 마켓(Market), 센터(Center), 익스프레스(Express) 매장 형태로 운영</li> <li>- 약 3,700개의 공급업체를 보유하고 있으며 각 매장마다 현지 공급업체와 계약 체결</li> <li>- 육류 및 소시지 제조 시설 12개 보유</li> <li>- EDEKA 24 홈페이지를 통해 온라인 쇼핑 서비스 제공</li> <li>- 독일 내 7개의 지역별 회사로 나누어 운영</li> </ul>			
				
기업 최근 이슈	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 2019년 11월 자체제작 글루텐 프리 유기농 파스타 제품 출시</li> <li>- 2019년 8월 마이크로플라스틱프리(Mikro-Plastikfrei) 라벨을 제작하여 미세 플라스틱을 사용하지 않은 자체제작 화장품 제품에 부착</li> <li>- 2019년 4월 기준 에데카 그룹 전년 대비 매출액 2.4% 증가</li> </ul>			
유사제품 정보		제품명	비타민드링크 (Vitamin Drink)	
		종류	비타민 음료	
		중량	500ml	
		원산지	독일	

자료: 에데카(Edeka) 홈페이지

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

32) 에데카(Edeka) 기업 전체 매출액

33) 에데카(Edeka) 기업 전체 직원 수

입점 및 협력 정보

<p><b>입점 제품 특징</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>입점 가능 품목</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 식품: 신선식품, 차(茶)류, 스낵류, 식용유, 주류, 음료류, 소스류 등</li> <li>- 일반: 유아용품, 가전제품, 화장품, 가구용품, 잡화류 등</li> </ul> </li> <li>• <b>선호제품</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 유기농 제품 선호</li> <li>- 현지 제조업체 선호</li> </ul> </li> </ul>		
<p><b>입점 등록 절차</b></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>에데카 기업 홈페이지 통해 입점 문의</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 홈페이지 하단의 Kontakt 클릭 (verbund.edeka/kontakt.html)</li> <li>- 정보 및 문의 내용 기입</li> <li>- 카테고리 Produktion und Zulieferung 선택</li> <li>- 홈페이지 기입 정보: 담당자명, 이메일 주소, 연락처 등</li> </ul>	
	<p>특이사항</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 중앙구매부서가 존재하지 않으며 각 지역 지사가 자체적으로 판매 제품군 결정 (verbund.edeka/edeka-regionen)</li> <li>- 문의사항 연락처 이메일: info@edeka.de 전화: +49-40-63-77-0</li> </ul>	
<p><b>벤더 리스트</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Orkidia (식품 브로커)</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 홈페이지 : www.orkidia.eu</li> <li>- 전화번호 : +43-732-300-515 / 이메일: info@orkidia.eu</li> <li>- 기업소개 : 에데카를 포함한 다양한 유통업체 납품 및 판매 활동지원</li> </ul> </li> </ul>		

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 29조 6,211억 원)
기타 규모		매장 수('18): 약 660개	
기업 기본 정보	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 1984년 설립</li> <li>- 유럽 최대 규모이자 세계 4위의 유통 전문 기업인 슈바르츠 그룹(Schwarz Gruppe)의 자회사</li> <li>- 제품 판매 외에도 항공권 예약, 이동 통신 서비스 등 다양한 서비스 제공</li> </ul>		
기업 요약	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 폴란드, 체코, 루마니아, 슬로바키아, 불가리아, 크로아티아 등 9개 국가에서 매장 운영</li> </ul>		
			
기업 최근 이슈	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 2019년 3월 약 3억 704만 달러(한화 약 3,649억 원)를 투자하여 호주 시장 진출 계획 발표</li> <li>- 2019년 11월 비건 신제품인 '미라클핵(Miracle Hack)'과 '미라클버거(Miracle Burger)' 런칭</li> </ul>		
유사제품 정보		제품명	플러스안티옥시던트 (PLUS + Antioxidantien)
		종류	노화방지 음료
		용량	1l
		원산지	독일

자료: 카우플란트(Kaufland) 홈페이지, 바벨(Wabel), 아이쥐디리테일아날리시스(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	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>입점 가능 품목</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 식품: 신선식품, 냉동식품, 즉석식품, 스낵류, 차(茶)류, 건강기능식품, 주류, 음료류, 유제품 등</li> <li>- 일반: 의류, 자동차용품, 레저용품, 사무용품, 생활용품 등</li> </ul> </li> <li>• <b>특이사항</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 수입식품을 취급하고 있으나 유럽산 수입제품이 다수임</li> <li>- 수입제품 대비 독일산 제품이 다수 판매됨</li> </ul> </li> </ul>	
	<p><b>등록 유형</b></p> <p><input checked="" type="checkbox"/> 직접 등록      <input type="checkbox"/> 벤더 등록</p>	
입점 등록 절차	<p><b>등록 방법 및 등록 정보</b></p>	<p>유럽 서플라이체인이니셔티브(Supply Chain Initiative, SCI) 홈페이지를 통해 등록 (<a href="http://www.supplychaininitiative.eu">www.supplychaininitiative.eu</a>)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 필요 정보 기입하여 홈페이지 가입</li> <li>- 가입 의도 서류 작성한 후 정식 등록 진행 (<a href="http://supplychaininitiative.eu/sign-up-our-initiative">supplychaininitiative.eu/sign-up-our-initiative</a>)</li> <li>- 등록 정보                     <ol style="list-style-type: none"> <li>① 공급자 정보 (회사이름, 주소, 온라인사이트, 규모, 비즈니스 부문, 유럽 법인 등)</li> <li>② 유럽 내 공급자 권한 보유 임원 정보 (유럽 내 공급자 권한 보유 임원의 이름, 지역 위치)</li> <li>③ 후속 조치(예: 모니터링) 담당자 정보 (후속 조치를 위해 정식 답변 가능 권한 보유 담당자 이름, 지역 위치, 이메일, 전화번호)</li> <li>④ 분쟁 해결 책임자 정보 (분쟁 해결을 위한 책임자 이름, 지역 위치, 이메일, 거주 상세 주소, 전화번호)</li> </ol> </li> </ul>
	<p><b>특이사항</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 가입 의도를 밝힌 기업에 한하여 다음 프로세스 진행 가능</li> <li>- 가입 의도 작성 서류를 다운로드 후 사무국으로 전달 (가입 의도 서류: <a href="http://supplychaininitiative.eu/letter-intent">supplychaininitiative.eu/letter-intent</a>) (사무국 전달: <a href="http://supplychaininitiative.eu/it/contact">supplychaininitiative.eu/it/contact</a>)</li> </ul>

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 9조 7,064억 원)</td> </tr> <tr> <td>기타 규모</td> <td>매장 수('18): 약 279개 직원 수('18): 약 36,000명</td> </tr> </table>	매출액('18)	약 82억 144만 달러 (약 9조 7,064억 원)	기타 규모
매출액('18)	약 82억 144만 달러 (약 9조 7,064억 원)				
기타 규모	매장 수('18): 약 279개 직원 수('18): 약 36,000명				
기업 기본 정보	<p>기업 요약</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 1992년 설립</li> <li>- 세계적인 무역회사 메트로 AG(METRO AG)의 자회사</li> <li>- 식품, 전자제품, 장난감, 가정용품, 패션 및 가구를 포함한 다양한 분야에서 서비스 제공</li> <li>- 식품 판매액이 전체 매출의 약 3/4를 차지하며, 특히 신선식품의 품질이 우수</li> <li>- 온라인 몰을 운영하며, 특정 지역에 한하여 배달 서비스 '클릭&amp;컬렉트(Click&amp;Collect)' 제공</li> </ul>				
					
기업 최근 이슈	<p>- 2018년 말 레알(Real)의 모기업 메트로 AG가 레알(Real) 슈퍼마켓 체인을 판매하겠다고 밝혔으며, 에데카(Edeka)가 일부 매장을 인수</p>				
유사제품 정보		제품명	로카브바이탈드링크 (Low Carb Vital Drink)		
		종류	비타민 음료		
		용량	1000ml		
		원산지	독일		

자료: 레알(Real) 홈페이지, 유러피언슈퍼마켓매거진(European Supermarket Magazine), 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"> <li>• <b>입점 가능 품목</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 식품: 신선식품, 음료류, 주류, 차(茶)류, 소스류, 냉동식품, 유제품, 건강식품, 스낵류, 식용유 등</li> <li>- 일반: 생활용품, 전자제품, 가정용품, 가구류, 의류, 잡화류, 사무용품 등</li> </ul> </li> <li>• <b>선호제품</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 성분 표기가 명확히 되어 있는 제품</li> <li>- 알레르기 성분이 없는 제품</li> <li>- 섭취 방법이 표기되어 있는 제품</li> </ul> </li> </ul>	
	<p><b>등록 유형</b></p> <p><input checked="" type="checkbox"/> 직접 등록      <input checked="" type="checkbox"/> 벤더 등록</p>	
입점 등록 절차	<p><b>등록 방법 및 등록 정보</b></p>	<p>1. 홈페이지를 통한 등록</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 온라인 스토어(Real.de) 입점 희망 시, 달러 계정 생성 후 홈페이지를 통해 직접 등록 가능 (www.real.de/versandpartner/online-marktplatz)</li> <li>- 기입 정보: 회사명, 담당자명, 연락처, 홈페이지 주소, 제품 및 브랜드 정보, 원산지 정보 등</li> </ul> <p>2. 로컬 에이전트를 통한 등록</p>
	<p><b>등록 조건</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>· 평가 기준 ① 온라인 스토어 판매자의 경우 기업 본사가 EU 국가 또는 스위스 내 위치</li> </ul>
	<p><b>특이사항</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 문의사항 연락처 이메일: haendler@real-marktplatz.de 전화: +49-221-975979-79</li> <li>- 온라인 스토어 판매자 수수료: 월 39.95-49.90유로</li> </ul>
<p><b>벤더 리스트</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>· Orkidia (식품 브로커) <ul style="list-style-type: none"> <li>- 홈페이지 : www.orkidia.eu</li> <li>- 전화번호 : +43-732-300-515 / 이메일: info@orkidia.eu</li> <li>- 기업소개 : 레알을 포함한 다양한 유통업체 납품 및 판매 활동지원</li> </ul> </li> </ul>	

자료: 레알(Real) 홈페이지, 유통채널 담당자와의 인터뷰

4) 할인점



① 알디(Aldi)

기업 기본 정보	기업명	알디(Aldi)	
	홈페이지	www.aldi.com	
	위치	에센(Essen)	
	규모	매출액('18)	약 335억 달러 (약 42조 142억 원)
기업 요약	기타 규모	매장 수('17): 약 4,135개 <sup>34)</sup>	
	- 1914년 설립 - 1961년 첫 매장 오픈 - 알디 노드(Aldi Nord)와 알디 쾰트(Aldi SÜD)로 나뉘어 각각 북부, 남부 독일에서 매장 운영 - 중국, 미국을 포함한 19개국에서 매장 운영 - 다양한 자체 제작 브랜드 보유		
기업 최근 이슈		- 2019년 10월 일부 매장에서 할랄 제품 '야일라(Yayla)' 판매 개시 - 2019년 10월부터 자체 브랜드 제품에 한해 각 제품의 설탕, 소금, 지방 함유량 정보 제공 - 2018년 자사 이북(E-book) 서비스 런칭	
유사제품 정보		제품명	레디투드링크푸드 (Ready To Drink Food)
		종류	에너지/영양 음료
		중량	500ml
		원산지	오스트리아

자료: 알디(Aldi) 홈페이지, 비즈니스인사이드(Business Insider), 스탯스타(Statista)  
 사진 자료: 알디(Aldi) 홈페이지, 슈퍼마켓뉴스(Supermarketnews)

34) 전 세계적으로 7,600개 매장 보유

입점 및 협력 정보

<p>입점 제품 특징</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>입점 가능 품목</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 식품: 신선식품, 차(茶)류, 유제품, 주류, 음료류, 건강식품, 소스류 등</li> <li>- 일반: 유아용품, 가전제품, 화장품, 가구류, 잡화류 등</li> </ul> </li> <li>• <b>특이사항</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 매장마다 취급하는 지역 특산물이 다름</li> <li>- 입점 제품의 가격 변동 시 사이트에서 확인 가능</li> <li>- 높은 수준의 품질 기준 요함</li> <li>- 장기적인 파트너십 선호</li> </ul> </li> </ul>	
<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 직접 문의 ALDI Nord 홈페이지 접속 - 홈페이지 메뉴 상단 Kontakt 클릭 - Kontakformular ALDI Nord 클릭하여 정보 기입 - 홈페이지 기입 정보: 담당자명, 이메일 주소, 전화번호 등 (aldi-nord.de/tools/kontakt-aldi-nord.html)</p> <p>ALDI SÜD 홈페이지 접속 - 홈페이지 메뉴 상단 FAQ 클릭 - 정보 기입 및 입점 내용 작성하여 제출 - 홈페이지 기입 정보 : 담당자명, 연락처, 이메일 주소, 첨부파일 등 (aldi-sued.de/kontakt)</p> <p>2. 공급업체 채널을 통한 직접 등록 (www.aldi-sued.de/de/partner/lieferanten) - Jetzt Kontakt aufnehmen 클릭 - 양식서 작성 후 제출 - 등록 정보: 회사명, 원산지 정보, 홈페이지 정보, 담당자명, 연락처, 제품 및 브랜드 정보</p>
	<p>특이사항</p>	<p>- ALDI SÜD 문의사항 연락처 이메일: ze-qw@aldi-sued.de mail@aldi-sued.de 전화: +49-208-9927-2537</p>

자료: 알디(Aldi) 홈페이지, 유통채널 담당자와의 인터뷰

5) 편의점



① 스파익스프레스(Spar Express)

	기업명	스파익스프레스(Spar Express)	
	홈페이지	www.spar-express.de	
	위치	함부르크(Hamburg)	
	규모	매출액('18)	약 344억 3,193만 달러 (약 40조 7,502억 원)
기타 규모		매장 수('19): 약 457개	
기업 기본 정보	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 네덜란드의 다국적 소매기업으로 1932년 설립되었으며 1952에 독일 시장 진출</li> <li>- 2005년 독일 소매유통기업인 에데카(Edeka)가 인수</li> <li>- 에데카(Edeka)와 영국의 다국적기업 에스에스피(SSP)가 협력하여 운영</li> <li>- 1996년부터 유로피안 에슬레틱(European Athletics) 후원</li> </ul>		
기업 요약	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 주유소와 기차역에서 매장 운영</li> <li>- 24시간 운영</li> </ul>		
기업 최근 이슈	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 2020년 1월 스페인 전역에 매장을 확장하며 스페인 시장 진출 본격화</li> <li>- 2018년 유럽 육상 선수권 대회(2018 European Athletics Championships)후원</li> </ul>		
유사제품 정보		제품명	비타민워터 바이탈리티 (Vitamin Water Vitality)
		종류	비타민 음료
		용량	500ml
		원산지	네덜란드

자료: 스파인터네셔널(Sparinternational) 홈페이지, 스파익스프레스(Spar Express) 홈페이지  
 슈퍼마켓블로그(Supermarketblog) 홈페이지  
 사진 자료: 스파익스프레스(Spar Express) 홈페이지, 슈퍼마켓블로그(Supermarketblog) 홈페이지

입점 및 협력 정보

<p><b>입점 제품 특징</b></p>	<p>• <b>입점 가능 품목</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 식품: 신선식품, 즉석식품, 스낵류, 음료류, 주류, 냉동식품 등</li> <li>- 일반: 잡자류, 담배류 등</li> </ul> <p>• <b>특이사항</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 에데카 자체 브랜드 제품 판매</li> </ul>			
<p><b>입점 등록 절차</b></p>	<p>등록 유형</p>	<input checked="" type="checkbox"/> 직접 등록	<input checked="" type="checkbox"/> 벤더 등록	
	<p>등록 방법 및 등록 정보</p>	<p>1. 홈페이지를 통한 입점 문의</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 홈페이지 상단 메뉴 Über uns. 카테고리의 Kontakt 클릭</li> <li>- 홈페이지 기입정보: 담당자명, 이메일, 문의내용</li> </ul> <p>2. 이메일 또는 유선전화를 통한 문의</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 등록 시 필요한 일반적 정보                             <ul style="list-style-type: none"> <li>① 공급자 정보 (공급자 이름, 주소, 연락 담당자, 전화번호 및 이메일 주소 등)</li> <li>② 공급 제품 정보 (브랜드 이름, 제품 이름, 제품 사진, 판매 가격, 할인가, 소비자가격 등)</li> <li>③ 참고자료 (회사소개서, 카탈로그 등)</li> </ul> </li> </ul>		
<p><b>벤더 리스트</b></p>	<p>특이사항</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 문의사항 연락처 전화: 004 9406 377 3750</li> <li>- 공급업체를 위한 Preferred Supplier Programme 제공 (spar-international.com/suppliers)</li> </ul>		

자료: 스파익스프레스(Spar Express) 홈페이지, 유통채널 담당자와의 인터뷰

## IV. Customs·Quarantine

### SUMMARY

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

# Customs · Quarantine

(통관 및 검역)

■ 통관/검역 일반사항 | ■ 통관/검역 주의사항

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

## 1. 독일 기능성 음료 인증 취득

### 인증 취득

독일로 제품 수입 시,  
필요하거나 선택 가능한  
인증 정보 제공

### 기능성 음료

기능성 음료 품목은  
건강기능식품으로 분류하여  
해당하는 정보를 제공함

### ▶ 독일 수입 건강기능식품 ‘적용 받는 강제 인증 無’

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

[표 4.1] 독일 식품 인증 취득

인증명	인증 성격	강제 유무	발급 기관	인증 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	
BRC Food Safety	식품 생산 안전 인증	선택	BRCGS 지정 인증기관	
FSSC 22000	식품 생산 안전 인증	선택	FSSC 지정 인증기관	

자료 : 각 인증기관

[표 4.2] 독일 식품 인증 취득

		절차	기간
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
BRC 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

▶ 한국 유기농 인증 독일 시장에서 ‘동일하게 적용 가능’

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

[표 4.3] 한국 유기농인증 상호동등성협정 정보

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

자료 : 유럽연합 집행위원회(EC), 국립농산물품질관리원

## 2. 독일 기능성 음료 사전 심사

### 사전 심사

독일로 제품 수입 시,  
품목에 대한 사전 규제  
심사제도 정보 제공

### 기능성 음료

기능성 음료 품목은  
건강기능식품으로 분류하여  
해당하는 정보를 제공함

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

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

[표 4.4] 독일(EU) 사전 심사

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

자료 : 유럽연합 집행위원회(EC)

### 3. 독일 기능성 음료 업체·제품 등록

#### 업체·제품 등록

독일로 제품 수입 시,  
요구되는 업체 또는 제품  
등록제도 정보 제공

#### 기능성 음료

기능성 음료 품목은  
건강기능식품으로 분류하여  
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 통관을 하고자 하는 개인 또는 사업자가 통관 절차를 진행하기 위해 부여 받는 번호를 의미함. 현지에서 직접 통관을 진행해야 하는 수출업체의 경우 해당 업체 등록을 통해 등록번호를 부여받아야함. 등록 번호는 EU 역내에서 공통적으로 사용되기 때문에 한 번 등록을 하면 다른 국가에서도 공통적으로 사용 가능함

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

[표 4.5] 독일(EU) 수출입업자 세관 등록(EORI) 정보

적용 규제	EU 공동체관세법 및 시행 조항 ‘(EC) No 648/2005’
발행 기관	a. 통관 절차가 진행 될 국가의 세관 b. 현지에 사무실 또는 법인이 설립되어 있는 경우 통관 절차가 진행되는 국가와 관계없이 해당 기업의 법인이 설립되어 있는 국가
절차	a. 독일 온라인 페이지(IBA) 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 기능성 음료 라벨 심의

### ▶ 독일 라벨 규정

[표 4.7] 독일 라벨 관리 규정

● <b>라벨 심의</b>	<b>적용 규제</b>	EU Regulation No.1169/2011																										
독일로 제품 수입 시, 요구되는 제품에 대한 라벨 규정 정보 제공	<b>세부 규정</b>	ibid Article 9, The Food Information Regulations 2014																										
● <b>기능성 음료</b>	<b>라벨 표기사항 (항목)</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>· 제품명</li> <li>· 성분 (중량의 내림차순으로 기재) 알려지 유발 성분표기 필수</li> <li>· 강제 표시 사항 : 특정 성분명 및 해당 성분의 양 (ex. 제품명 또는 라벨에서 강조된 것. 딸기케이크의 딸기, 햄 피자의 햄)</li> <li>· 용량 (순중량으로 표기)</li> <li>· 섭취기한(best before) 또는 최소보존일 (use by)</li> <li>· 보관조건 및/또는 사용조건</li> <li>· 제조회사명과 주소 또는 EU 내 수입업체명과 주소</li> <li>· 원산지(육류의 경우, 가축의 사육지와 도축장소)</li> <li>· 사용방법(제품 사용이 어려울 경우 기재)</li> <li>· 알코올 도수(1.2% 이상의 알코올 음료에 해당)</li> <li>· 영양성분</li> </ul>																										
기능성 음료 품목은 건강기능식품으로 분류하여 해당하는 정보를 제공함	<b>세부 내용</b>	<table border="1"> <tr> <td style="text-align: center;"><b>표기 언어</b></td> <td>독일어로 표기되어야 하며, 여러 언어의 병기도 가능 스티커 형태의 라벨 부착 가능</td> </tr> <tr> <td style="text-align: center;"><b>글자 크기</b></td> <td>의무사항 글자크기는 최소 1.2mm이어야 함 단, 제품 면적이 80cm<sup>2</sup> 미만의 경우 글자크기는 최소 0.9mm이상이어야 함</td> </tr> <tr> <td style="text-align: center;"><b>양적 표기</b></td> <td>식품명과 동일한 곳에 표기, 단어, 그래픽, 그림 등 표기 가능</td> </tr> <tr> <td style="text-align: center;"><b>라벨 표기사항 (가이드)</b></td> <td></td> </tr> <tr> <td style="text-align: center;"><b>제품명</b></td> <td>정식 명칭으로 기재하되 필요 시 식품의 속성을 설명하는 명칭(descriptive name) 사용</td> </tr> <tr> <td style="text-align: center;"><b>순수량</b></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;"><b>원료명</b></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;"><b>유통기한</b></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;"><b>원산지</b></td> <td>원산지 국가명 또는 지역명 표기</td> </tr> <tr> <td style="text-align: center;"><b>기타 표시</b></td> <td>사용방법, 알코올도수(소수점 첫째자리까지) 등 필요에 따라 표기</td> </tr> <tr> <td style="text-align: center;"><b>라벨 표기사항 (영양성분)</b></td> <td></td> </tr> <tr> <td style="text-align: center;"><b>성분표</b></td> <td>열량, 지방, 탄수화물, 설탕, 단백질, 소금 등 매100그램(g)/100밀리리터(ml) 기준</td> </tr> <tr> <td style="text-align: center;"><b>알려지 유발 성분</b></td> <td>글루텐 함유 곡류, 갑각류, 계란, 어류, 두류, 유제품, 견과류, 셀러리류, 겨자, 참깨, 이산화황 및 아황산염 제품, 루핀, 연체동물 (해당 성분 하위목록 중 예외 있음)</td> </tr> </table>	<b>표기 언어</b>	독일어로 표기되어야 하며, 여러 언어의 병기도 가능 스티커 형태의 라벨 부착 가능	<b>글자 크기</b>	의무사항 글자크기는 최소 1.2mm이어야 함 단, 제품 면적이 80cm <sup>2</sup> 미만의 경우 글자크기는 최소 0.9mm이상이어야 함	<b>양적 표기</b>	식품명과 동일한 곳에 표기, 단어, 그래픽, 그림 등 표기 가능	<b>라벨 표기사항 (가이드)</b>		<b>제품명</b>	정식 명칭으로 기재하되 필요 시 식품의 속성을 설명하는 명칭(descriptive name) 사용	<b>순수량</b>	리터(l), 센티리터(cl), 밀리리터(ml), 킬로그램(kg), 그램(g)을 포함하여 적절한 단위와 함께 표기 음료는 순중량으로 표기할 것	<b>원료명</b>	완제품의 5%이상의 원료에 한해 순중량 순으로 기재. 2% 넘지 않는 성분은 뒤쪽에 표기. 백분율로 표기	<b>유통기한</b>	섭취기한: Best before, Best before end와 같은 문구와 함께 '일, 월, 연도' 기재 최소보존일: Use by와 같은 문구와 함께 '일,월,연도'기재	<b>원산지</b>	원산지 국가명 또는 지역명 표기	<b>기타 표시</b>	사용방법, 알코올도수(소수점 첫째자리까지) 등 필요에 따라 표기	<b>라벨 표기사항 (영양성분)</b>		<b>성분표</b>	열량, 지방, 탄수화물, 설탕, 단백질, 소금 등 매100그램(g)/100밀리리터(ml) 기준	<b>알려지 유발 성분</b>	글루텐 함유 곡류, 갑각류, 계란, 어류, 두류, 유제품, 견과류, 셀러리류, 겨자, 참깨, 이산화황 및 아황산염 제품, 루핀, 연체동물 (해당 성분 하위목록 중 예외 있음)
<b>표기 언어</b>	독일어로 표기되어야 하며, 여러 언어의 병기도 가능 스티커 형태의 라벨 부착 가능																											
<b>글자 크기</b>	의무사항 글자크기는 최소 1.2mm이어야 함 단, 제품 면적이 80cm <sup>2</sup> 미만의 경우 글자크기는 최소 0.9mm이상이어야 함																											
<b>양적 표기</b>	식품명과 동일한 곳에 표기, 단어, 그래픽, 그림 등 표기 가능																											
<b>라벨 표기사항 (가이드)</b>																												
<b>제품명</b>	정식 명칭으로 기재하되 필요 시 식품의 속성을 설명하는 명칭(descriptive name) 사용																											
<b>순수량</b>	리터(l), 센티리터(cl), 밀리리터(ml), 킬로그램(kg), 그램(g)을 포함하여 적절한 단위와 함께 표기 음료는 순중량으로 표기할 것																											
<b>원료명</b>	완제품의 5%이상의 원료에 한해 순중량 순으로 기재. 2% 넘지 않는 성분은 뒤쪽에 표기. 백분율로 표기																											
<b>유통기한</b>	섭취기한: Best before, Best before end와 같은 문구와 함께 '일, 월, 연도' 기재 최소보존일: Use by와 같은 문구와 함께 '일,월,연도'기재																											
<b>원산지</b>	원산지 국가명 또는 지역명 표기																											
<b>기타 표시</b>	사용방법, 알코올도수(소수점 첫째자리까지) 등 필요에 따라 표기																											
<b>라벨 표기사항 (영양성분)</b>																												
<b>성분표</b>	열량, 지방, 탄수화물, 설탕, 단백질, 소금 등 매100그램(g)/100밀리리터(ml) 기준																											
<b>알려지 유발 성분</b>	글루텐 함유 곡류, 갑각류, 계란, 어류, 두류, 유제품, 견과류, 셀러리류, 겨자, 참깨, 이산화황 및 아황산염 제품, 루핀, 연체동물 (해당 성분 하위목록 중 예외 있음)																											

자료 : EU법령포털 (EUR-LEX)

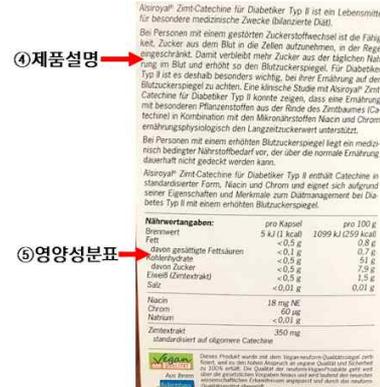
<b>세부 내용</b>	<b>라벨 표기사항 (가이드)</b>	<b>건강기능식품 표시 사항</b>	영양성분은 ‘gram(g)’ 또는 ‘milligrams(mg)’의 단위로 완성품의 100g당 기준으로 표기할 것
			칼로리는 KJ와 100g당 Kcal로 표시할 것
			제품의 패키지는 모든 제품을 커버할 수 있도록 포장되어 있을 것
			벌크 제품의 경우 소비자가 제품의 영양성분의 성격을 명확히 알아볼 수 있도록 제품 패키지 바깥면에 표기할 것
			잘 상하는 제품의 경우 유통기한을 명확히 알아볼 수 있도록 표기할 것
			예방적인 효과나 치유력이 있다는 형태의 내용은 표기 불가
			건강 증진에 관한 라벨 문구의 경우 EU에서 사전에 허가 받아져 등록되어 있는 문구를 사용가능하며 정확한 과학적 기반 하에서 기재할 것

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

▶ 독일 기능성 음료 라벨 샘플



[앞면 라벨링]



[뒷면 라벨링]

앞면(독일어)

- ① 브랜드명 : ALSIROYAL
- ② 제품명 : Zimt-Catechine für Diabetiker Typ II
- ③ 제품용도 : Zur diätetischen Behandlung eines erhöhten Zuckerspiegels bei Diabetes Typ II mit Zimt-Catechinen

앞면(국문)

- ① 브랜드명 : ALSIROYAL
- ② 제품명 : 제2형 당뇨병을 위한 계피 카테킨
- ③ 제품용도 : 고혈당의 제2형 당뇨병 환자의 치료요법을 위한 계피 카테킨

뒷면(독일어)

④ 제품설명 : Alsiroyal® Zimt-Catechine für Diabetiker Typ II ist ein Lebensmittel für besondere medizinische Zwecke (bilanzierte Diät). Bei Personen mit einem gestörten Zuckerstoffwechsel ist die Fähigkeit, Zucker aus dem Blut in die Zellen aufzunehmen, in der Regel eingeschränkt. Damit verbleibt mehr Zucker aus der täglichen Nahrung im Blut und erhöht so den Blutzuckerspiegel. Für Diabetiker Typ II ist es deshalb besonders wichtig, bei ihrer Ernährung auf den Blutzuckerspiegel zu achten. Eine klinische Studie mit Alsiroyal®

뒷면(국문)

④ 제품설명 : Alsiroyal®의 계피 카테킨은 특별한 치료 목적으로 제조된 제2형 당뇨병 환자를 위한 계피 카테킨입니다. 당분대사에 문제가 있는 사람들을 대개 혈액에서 세포로 당을 흡수하는 능력이 결여되어 있습니다. 이는 매일 먹는 식단에서 많은 양의 당이 혈액 속에 남게 되어 혈당 수치가 높아지는 것을 의미합니다. 따라서 제2형 당뇨병을 앓고 있는 사람들은 식단의 당 함유량을 특별히 주의할 필요가 있습니다. Alsiroyal® 계피 카테킨을 사용한 임상 연구에서는 계피나무(카테킨)의 껍질에서 나온 특별한 식물성물질이 마이크로뉴트리엔트 나이신 및 크롬과 결합했을 때 나온 성분이

## 뒷면(독일어)

Zimt-Catechinen konnte zeigen, dass eine Ernährung mit besonderen Pflanzenstoffen aus der Rinde des Zimtbaumes (Catechine) in Kombination mit den Mikronährstoffen Niacin und Chrom ernährungstypisch die Insulinsensibilität der Zellen unterstützt.

Bei Personen mit einem erhöhten Blutzuckerspiegel liegt ein medizinisch bedingter Nährstoffbedarf vor, der über die normale Ernährung dauerhaft nicht gedeckt werden kann.

Alsiroyal® Zimt-Catechine für Diabetiker Typ II enthält Catechine in standardisierter Form, Niacin und Chrom und eignet sich aufgrund seiner Eigenschaften und Merkmale zum Diätmanagement bei Diabetes Typ II mit einem erhöhten Blutzuckerspiegel.

## ⑤ 영양성분표(Nährwert) :

Energie(kcal) 259kcal pro 100g

Fett 0,8 Stg pro 100g

davon gesättigte Fettsäuren: 0,7 Stg pro 100g

Kohlenhydrate: 51 Stg pro 100g

davon Zucker: 7,9 Stg pro 100g

Eiweiß: 1,5 Stg pro 100g

Salz: <0,01 Stg pro 100g

Niacin 18 mg NE

Chrom 60 µg

Natrium <0,01 g

Zimtextrakt 350mg

Standardisiert auf oligomere Catechine

Proteinheit 4,289g pro 100g

## 뒷면(국문)

세포의 인슐린 민감도를 높인다는 결론을 도출했습니다.

혈당치가 높은 사람들은 장기적으로 보았을 때 일반적인 식단만으로 혈당을 조절하기는 어려우며, 이를 도와줄 수 있는 의학 관련 도움이 필요합니다.

제2형 당뇨병 환자들을 위한 Alsiroyal® 계피 카테킨은 효준화된 형태의 카테킨, 나이신, 크롬을 함유하고 있으며, 제품의 특성 및 성분으로 인해 제2형 당뇨병 환자의 식이요법 관리에 적합합니다.

## ⑤ 영양성분표 :

에너지(kcal) 100g당 259칼로리

지방 100g당 0.8단위

이 중 포화지방은 100g당 0.7단위

단백질 100g당 1.5단위

소금 <100g당 0.01단위

나이신 18mg

크롬 60µg

나트륨 <0.01 g

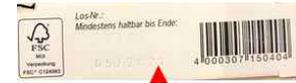
계피 추출물 350mg

과중합체 카테킨으로 표준화

탄수화물교환기 100g당 4.289g



[옆면 라벨링]



⑧ 유통기한

[아랫면 라벨링]

옆면(독일어)

- ① 원료(Zutaten) : Zimtextrakt (enthält Maltodextrin) 72 %, Kapselhülle Hydroxypropylmethylcellulose, Niacin 3,7%, Chrom-III-chlorid 1,3 %, Trennmittel Magnesiumsalze der Speisefettsäuren.
- ② 주의사항(Wichtiger Hinweis) : Bilanzierte Diät. Nur unter ärztlicher Aufsicht verwenden und bei Bedarf mit Ihrem Diät-Assistenten oder Ernährungsberater im Reformhaus abstimmen. Bitte Gebrauchsanweisung beachten. Nicht als einzige Nahrungsquelle geeignet
- ③ 중량 : 30 Kapseln = 14,6 g
- ④ 보유인증(Zertifikat) : vegetarisch, vegan, glutenfrei, laktosefrei, gelatinefrei, praktisch cumarinfrei
- ⑤ 섭취방법(Verzehrs-Empfehlung) : 1 Kapsel täglich während des Frühstücks mit reichlich Flüssigkeit verzehren
- ⑥ 보관방법(Aufbewahrung) : Trocken und bei 4-25 °C lagern.
- ⑦ 제조업체(Hersteller) : Alsitan GmbH, Gewerbering 6, D-86926 Greifenberg

옆면(국문)

- ① 원료 : 계피 추출물(몰토덱스트린 함유) 72%, 캡슐 겹데기 하이드록시프로필메틸 셀룰로오스, 니아신 3.7%, 염화 크롬 III 1.3%, 지방산의 방출제 마그네슘염
- ② 주의사항 : 균형잡힌 식사와 의사의 감독 하에 섭취하십시오. 필요한 경우 영양사와의 조율이 요구됩니다. 섭취방법 및 사용지침을 따르십시오  
식사대용으로 적절하지 않음
- ③ 중량 : 30캡슐=14.6g
- ④ 보유인증 : 베지테리언, 비건, 클루텐프리, 락토스프리, 젤라틴프리, 쿠마린프리
- ⑤ 섭취방법 : 매일 아침 식사 도중에 1캡슐을 충분한 물과 함께 섭취하십시오
- ⑥ 보관방법 : 4 - 25 °C의 건조한 곳에 보관하십시오
- ⑦ 제조업체 : Alsitan GmbH, Gewerbering 6, D-86926 Greifenberg

아랫면(독일어)

- ⑧ 유통기한(Mindestens haltbar bis Ende) : 2021.05

아랫면(국문)

- ⑧ 유통기한 : 2021년 5월

## 5. 독일 기능성 음료 서류 준비

### 서류 준비

독일로 제품 수입 시, 통관 과정에서 요구되는 서류 정보 제공

### 기능성 음료

기능성 음료 품목은 건강기능식품으로 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 요구하고 있는 일반 서류와 기타 수입 위생에 관하여 품목별로 요구하고 있는 필수 서류를 구비하여 제출하게 됨. EU로 수입되는 모든 물품의 경우 물품이 도착항에 도착하기 이전에 사전 물품 신고 절차인 적하목록 사전제출(ENS, Entry Summary Declaration) 서류를 제출해야 함

원산지증명의 경우 수출자가 상업송장, 인도증서 또는 상업서류에 원산지신고 문안을 기재함으로써 원산지 신고서를 작성할 수 있음. 그러나 EU 역내로 6,000 유로(약 776만 원)<sup>35)</sup> 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 4.8] 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

35) 1유로=1,292.74원 (2020.01.23., KEB 하나은행 매매기준을 적용)

## 6. 독일 기능성 음료 세금 납부

### 세금 납부

독일로 제품 수입 시, 통관 과정에서 요구되는 세금 정보 제공

### 기능성 음료

기능성 음료 품목은 건강기능식품으로 분류하여 해당하는 정보를 제공함

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

기능성 음료 수입 시 독일에서는 HS-CODE 2106(따로 분류되지 않는 조제 식료품)의 2106.90.9855(기타) 세번이 적용됨.<sup>36)</sup> 독일 수입 시 기본 세율은 18%의 세율을 적용받으나, 한국산 제품의 경우 2015년 12월 13일부로 전체 발효된 한-EU FTA 협정으로 0%의 협정 세율을 적용받음. 관세 외에도 부가가치세(VAT)를 납부해야 하며 규정에 따라 7-19%의 세율을 적용 받음

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

[표 4.9] 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	18%	
	협정 세율	0%	
VAT		7% - 19%	

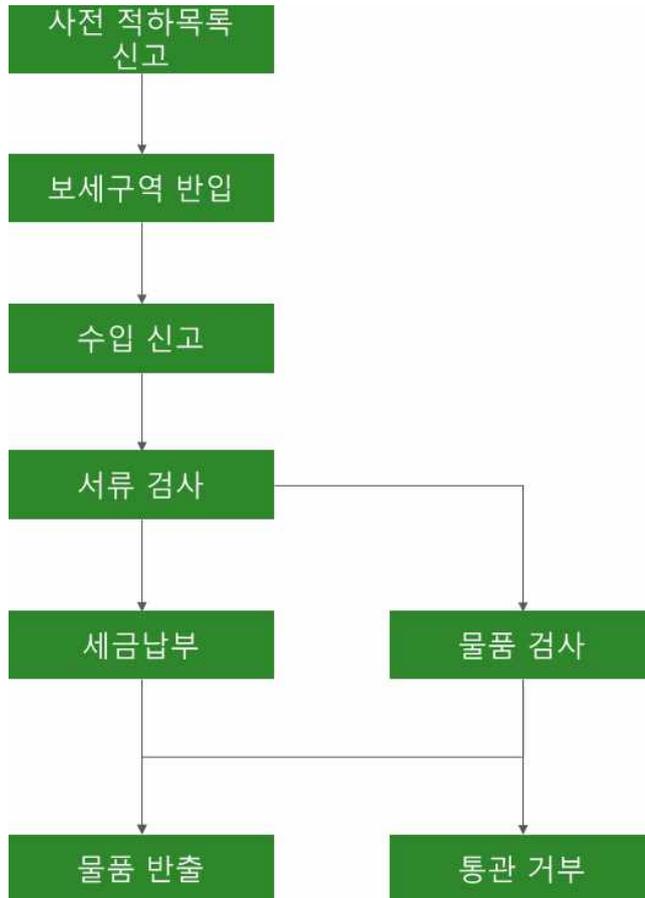
자료 : 관세법령정보포털(UNIPASS), 유럽연합 집행위원회(EC)

36) 독일 세번의 경우 HS Code 6자리에 해당하는 2106.90 중 기능성 음료에 적합하다고 판단되는 세 번 항목의 정보를 제공함. 다만, 해당 항목 판단의 경우 유럽연합 및 독일 세관당국의 판단과는 차이가 있을 수 있으므로, 앞서 설명한 BTI 심사 절차를 통하여 HS Code 확정 절차를 진행하여야 해당하는 품목에 대한 명확한 HS Code 번호를 확정할 수 있음

## 7. 독일 기능성 음료 검역 심사 절차

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

[표 4.10] 독일 통관 프로세스



	유형	명칭	최대 허용량 (mg/kg)
건강기능식품 연관 규제 첨가물 및 물질	식품 첨가물	Ammonium alginate	GMP <sup>37)</sup>
		Acacia (gum arabic)	GMP
	유해물질	Glycidyl fatty acid ester (GE)	1,000 µg/kg

자료 : KATI농식품수출정보

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

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

●  
식품 첨가물 규정

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

●  
기능성 음료

기능성 음료 품목의 첨가물  
규정은 KATI 식품 유형  
분류 중 그외 분류 중  
그 외 식품(식품첨가물,  
건강기능식품 등)으로  
분류하여 해당하는 정보를  
제공함

[표 4.11] 독일 건강기능식품 식품 첨가물 규정

기능	이름	영문이름	최대사용량(mg/kg)
산미료	아세트산	Acetic acid	GMP
보존료	벤조산	Benzoic acid	1.5
증점제	글루콘산	Gluconic acid	GMP
안정제	α-토코페롤	α-tocopherol	GMP
산미료	지방산	Fatty acids	GMP
조미료	이노신산	Inosinic acid	500
흡착제	산화마그네슘	Magnesium oxide	GMP
보존료	산화칼슘	Calcium oxide	GMP
응고제	글루콘산	Gluconic acid	GMP
산화방지제	글루탐산	Glutamic acid	10g/kg
감미료	에리스리톨	Erythritol	GMP

자료 : KATI농식품수출정보



# Expert Interview

(전문가 인터뷰)

## Market Trend and Demand



- 인터뷰 기업 : 이디케이에이24 (EDEKA24) 소매업체
- 인터뷰 담당자 : Mr. Kasper (Sales Department)

### 독일 내 채소로 만든 건강보조식품의 인지도는 높음

독일에는 채소로 만든 건강보조식품의 종류가 다양하며, 해당 제품의 인지도 또한 높은 편입니다. 또한 최근 독일 소비자들 사이에서 채소로 만든 건강보조식품이 몸에 이롭다는 인식이 생겨남에 따라, 해당 제품의 수요 또한 증가하는 추세입니다.

### 기능성 음료의 수요는 많은 편

독일에는 다양한 종류의 기능성 음료가 있습니다. 그중 수면 장애 치료, 감기 치료 효능을 갖춘 차 종류의 기능성 음료와 면역력 강화, 비타민 보충의 기능성 음료의 수요가 많은 편입니다.

## Market Demand and Preference



- 인터뷰 기업 : 비크닉지엠비에이치 (VicNic GmbH) 온라인 소매업체
- 인터뷰 담당자 : Ms. Vicky (CCR)

### 채소로 만든 기능성 음료의 수요는 낮은 편

독일 내 채식주의자와 비건들은 과일과 허브를 원재료로 한 기능성 음료를 선호해, 채소로 만든 기능성 음료의 수요는 낮은 편입니다.

### 소비자들은 다양한 효능을 갖춘 제품을 선호

독일 소비자들은 감기 예방, 면역력 강화, 관절 강화, 노화 방지, 호흡기 질환 등 다양한 효능을 갖춘 제품을 선호합니다.

## Market Trend and Demand



- 인터뷰 기업 : 비타민스토어24 (Vitamin Store 24) 소매업체
- 인터뷰 담당자 : Mr. Stefan (Store Manager)

### 피부 개선 효능이 있는 제품이 트렌드

최근 독일 여성 사이에서 콜라겐이 풍부하고 피부 개선 효능이 있는 제품이 트렌드로 자리매김해 있습니다.

### 콤부차, 물에 타 먹을 수 있는 파우더 타입의 제품 수요가 많은 편

현지인들 사이에서 차 종류의 콤부차와 물에 타 먹을 수 있는 파우더 타입의 제품이 수요가 많습니다. 특히 독일 운동선수들은 파우더 타입을 선호합니다.

# Expert Interview

(전문가 인터뷰)

## Market Demand and Preference



- 인터뷰 기업 : 어파써키해케쉬즈  
(Apotheke Hackesches)  
소매업체
- 인터뷰 담당자 : Mr. Sebastian  
(Manager)

### 독일 내 기능성 음료의 수요는 낮은 편

독일 내 기능성 음료의 수요는 낮은 편이고, 주로 위장장애와 수술 등의 문제로 음식을 섭취할 수 없는 사람들이 해당 제품을 구매합니다.

### 소비자들은 분말 타입의 채소로 만든 건강보조식품을 선호

독일에는 비건과 채식주의자들이 많지만, 이들은 음료 형태보다 분말 타입의 채소로 만든 건강보조식품을 선호합니다.

## Market Preference and Demand



- 인터뷰 기업 : 에어런어파써키  
(Erlen Apotheke)  
소매업체
- 인터뷰 담당자 : Mr. Jaime  
(Manager)

### 독일인들은 알약과 캡슐 형태의 건강보조식품을 선호

독일인들 사이에서는 비타민과 면역력 강화가 있는 제품의 수요가 많으며, 이들은 액체 형태보다 알약과 캡슐 형태의 건강보조식품을 선호합니다.

### 기능성 음료의 수요는 적은 편

독일 내 기능성 음료의 수요는 적은 편이며, 그나마 차 종류의 기능성 음료 수요가 조금 있는 편입니다.

## Interview ① 이디이케이에이24(EDEKA24)

38)

이디이케이에이24  
(EDEKA24)

전문가 소속

이디이케이에이24  
(EDEKA24)  
소매업체

전문가 정보

Mr. Kasper  
(Sales Department)



이디이케이에이24(EDEKA24)

Sales Department, Mr. Kasper

**Q. 회사와 취급 제품을 간단히 소개해 주시기 바랍니다.**

당사는 1898년에 설립된 소매업체로, 기능성 음료, 건강보조식품 외에도 간편 식품, 육류, 스낵류 등의 식료품과 가정용품, 애완용 식품을 취급하고 있습니다. 독일 내 온라인 쇼핑몰과 4,100개 이상의 오프라인 매장을 운영하고 있습니다.

**Q. 독일 내 채소로 만든 건강보조식품에 대한 인식은 어떠한가요?**

독일에는 채소로 만든 건강보조식품의 종류가 다양하고, 독일 내 해당 제품의 인지도 또한 높은 편입니다. 최근에는 현지인들 사이에서 채소로 만든 기능성 제품이 몸에 더 이롭다는 인식이 생겨남에 따라, 제품의 수요 또한 증가하는 추세입니다. 주로 알약과 캡슐 형태의 수요가 많은 편이며, 음료 중에는 100% 비건 기능성 음료인 로트백첸(Rotbäckchen)이 수요가 많습니다.

**Q. 독일 내 수요가 많은 기능성 음료에는 무엇이 있나요?**

독일은 다양한 종류의 기능성 음료가 판매되고 있으며, 제품의 공통적인 효능으로는 면역력 강화, 관절 강화, 호흡기 질환 치료 등이 있습니다. 그중 수요가 많은 제품으로는 바드하일브루너(Badheilbrunner)와 로트백첸(Rotbäckchen)이 있습니다. 바드하일브루너(Badheilbrunner)는 수면 장애 치료, 피로 개선, 감기 치료 효능을 갖춘 차 종류의 기능성 음료이며, 로트백첸(Rotbäckchen)은 면역력 강화, 비타민 보충의 효능이 있는 건강기능음료입니다.

38) 사진자료: 이디이케이에이24(EDEKA24) 홈페이지 (www.edeka24.de)

### Q. 제품 수출 시, 요구되는 인증 및 조건에는 무엇이 있나요?

저희는 소매업체라, 필수 인증 조건에 대해 잘 모릅니다. 하지만 당사에서 취급 중인 채소로 만든 기능성 음료 제품 대부분이 글루텐프리 인증을 받은 바 있습니다. 이외에도 SGS 비건 인증과 유럽채식연합(EVU)에서 발급하는 V-라벨을 취득했습니다. 채소로 만든 기능성 음료들은 해당 인증을 취득해 제품의 품질을 보장하고, 소비자와의 신뢰성을 높일 수 있었습니다.

## Interview ② 비크닉지엠비에이치(VicNic GmbH)

39)

● 비크닉지엠비에이치  
(VicNic GmbH)

전문가 소속

비크닉지엠비에이치  
(VicNic GmbH)  
온라인 소매업체

전문가 정보

Ms. Vicky  
(CCR)



비크닉지엠비에이치(VicNic GmbH)

CCR, Ms. Vicky

**Q. 회사와 취급 제품을 간단히 소개해 주시기 바랍니다.**

당사는 온라인 드럭스토어로, 건강기능음료, 건강보조제, 보조제 등 약 3,500개의 제품을 취급하고 있습니다. 주로 독일산, 유럽산 정품 인증을 받은 제품만을 판매하고 있으며, 독일을 포함해 30여 곳의 유럽 국가에 제품을 배송합니다.

**Q. 독일 내 채소로 만든 기능성 음료의 인지도는 어떠한가요?**

독일에는 비건과 채식주의자들이 많기 때문에, 채소로 만든 기능성 음료의 인지도 또한 높은 편입니다. 하지만 독일 비건과 채식주의들은 과일과 허브를 원재료로 한 기능성 음료를 더 선호해, 채소로 만든 기능성 음료의 수요는 많지 않습니다.

**Q. 독일 내 알약과 함께 먹는 기능성 음료가 있나요?**

네, 독일에는 알약과 함께 먹는 타입의 기능성 음료가 있습니다. 실제 당사에서도 오쏘몰(Orthomol) 브랜드에서 출시한 유사 제품을 취급하고 있습니다. 해당 제품은 알약과 함께 먹는 기능성 음료로, 마그네슘이 풍부하고 신진대사 활성화와 근육 강화 효능을 갖추고 있어 운동선수에게 인기가 높은 편입니다. 이 제품은 30정의 알약과 20mL의 20개 음료로 구성되어 있으며, 62유로(80,149원)<sup>40)</sup>입니다.

39) 사진자료: 비크닉지엠비에이치(VicNic GmbH) 홈페이지 (vicnic.com)

40) 1유로=1292.74원(2020.01.23.,KEB 하나은행 매매기준율 적용)

### Q. 독일 내 수요가 많은 건강보조식품에는 무엇이 있나요?

당사는 다양한 브랜드의 건강보조식품을 취급하고 있으며, 그중 수요가 많은 브랜드는 루보스(Luvos), 도펠허츠(Doppelherz), 아크론(Acron), 웰레다(Weleda) 등이 있습니다. 해당 제품들은 감기 예방, 면역력 강화 등 전반적인 건강 향상의 일반 효능을 갖추고 있거나, 관절 강화, 노화 방지, 호흡기 질환 등 다양한 특수 효능을 갖추고 있습니다.

### Q. 제품 수출 시, 요구되는 인증 및 조건에는 무엇이 있나요?

건강보조식품의 독일 수출 시, 해당 제품은 유럽연합 건강보조식품 생산 조건과 독일 식품 부분 수입 조건을 만족해야 합니다. 이외에 당사에서 취급 중인 몇몇 유기농 건강보조식품들은 디미터인터네셔널(Demeter International)인증을 취득한 바 있습니다. 이외에도 해당 제품들은 독일 국가 차원에서 발급하는 Bio-라벨을 취득해 유기농 제품을 인증하고 있습니다.

## Interview ③ 비타민스토어24(Vitamin Store 24)

41)

### 비타민스토어24 (Vitamin Store 24)

전문가 소속

비타민스토어24  
(Vitamin Store 24)  
소매업체

전문가 정보

Mr. Stefan  
(Store Manager)



### 비타민스토어24(Vitamin Store 24) Store Manager, Mr. Stefan

#### Q. 회사와 취급 제품을 간단히 소개해 주시기 바랍니다.

당사는 2014년에 설립된 건강기능식품 전문 소매업체입니다. 취급 품목으로는 기능성 음료, 비타민, 다이어트보조제 등이 있으며, 주로 독일을 포함한 유럽산 제품을 판매하고 있습니다. 온라인 쇼핑몰과 뮌헨에 오프라인 매장 1곳을 운영하고 있습니다.

#### Q. 독일 내 건강보조식품 중 어떤 제품을 선호하나요?

대부분의 독일 사람들은 비타민 D가 결핍되어 있기 때문에, 이들은 주로 비타민 D가 풍부한 제품을 선호합니다. 또한 최근 독일 여성들 사이에서는 콜라겐이 풍부하고 피부 개선 효능이 있는 제품이 트렌드로 자리매김해왔습니다. 당사에서 취급 중인 유명 제품으로는 바이오테크 유에스에이(Biotech USA)가 있으며, 30정에 22.5유로 (29,086원)로 여성들 사이에서 인기가 매우 높습니다.

#### Q. 독일 내 기능성 음료 수요는 어떻게 되나요?

독일에서는 콤포차 음료의 수요가 많은 편입니다. 당사는 혈당 조절이 가능한 기능성 음료에 대해 들어본 적이 없어 해당 제품의 수요를 말씀드리기 어려울 것 같습니다. 음료 이외 기능성 식품 중에는 물에 타 먹을 수 있는 파우더 타입의 수요가 많습니다. 그중, 단백질 파우더는 운동선수나 근육을 기르는 일반 소비자들 사이에서 인기가 높은 편입니다.

#### Q. 독일 사람들 사이에서 채소로 만든 건강보조식품의 인식은 어떠한가요?

최근 많은 독일 사람들이 비건, 채식주의자로 전향함에 따라, 채소로 만든 건강보조식품의 인지도가 높아지는 추세입니다. 당사는 채소로 만든 음료는 취급하고 있지 않으나, 다양한 브랜드의 채소로 만든 파우더 타입의 제품을 판매하고 있습니다. 유명 제품으로는 바이오테크유에스에이(Biotech USA)의 비건 전용 단백질 파우더가 있습니다.

41) 사진자료: 비타민스토어24(Vitamin Store 24) 홈페이지 (www.vitaminstore24.de)

## Interview ④ 어파써키해케슈즈 (Apotheke Hackesches)

42)

어파써키해케슈즈  
(Apotheke Hackesches)

전문가 소속

어파써키해케슈즈  
(Apotheke Hackesches)  
소매업체

전문가 정보

Mr. Sebastian  
(Manager)



Antistax extra venous  
tablets 60 ST  
Sanofi-Aventis Deutschland GmbH  
GB self-medication / consumer care  
€ 37.46 \*  
Base price: € 0.62 / piece



Dolormin Extra 10 ST  
Johnson & Johnson GmbH (OTC)  
€ 7.49 \*  
Base price: 0.75 € / piece

### 어파써키해케슈즈(Apotheke Hackesches) Manager, Mr. Sebastian

#### Q. 회사와 취급 제품을 간단히 소개해 주시기 바랍니다.

당사는 약국 형태의 소매업체로, 베를린에 오프라인 매장 1곳과 온라인 쇼핑몰을 운영하고 있습니다. 의약품, 화장품 등을 취급하고 있으며, 제품 대부분이 독일산입니다.

#### Q. 독일 내 기능성 음료의 판매현황은 어떻게 되나요?

독일 내 기능성 음료의 수요는 많지 않으며, 그나마 콤포차나 스무디 형태의 기능성 음료 수요가 조금 있는 편입니다. 이외에도 위장장애, 수술 등의 문제로 음식을 섭취할 수 없는 사람들이 식사대용의 칼로리가 높은 기능성 음료를 구매합니다. 해당 제품으로는 알마세드바이탈푸드(Almased Vital Food)가 있습니다.

#### Q. 독일 내 채소로 만든 건강보조식품의 인지도는 어떠한가요?

독일에는 비건과 채식주의자들이 많기 때문에, 채소로 된 건강보조식품의 인지도 또한 높은 편입니다. 하지만 채소로 만든 음료는 없으며, 제품 대부분이 물이나 우유에 타 먹을 수 있는 분말 타입입니다. 해당 제품들은 미네랄, 단백질, 비타민이 풍부한 것으로 유명해, 소비자들 사이에서 인기가 높습니다.

#### Q. 혈당 조절과 노화 방지 효능이 있는 제품 판매 시, 수요가 있을까요?

독일 내 혈당 조절과 노화 방지 효능이 있는 제품이 판매된다면, 수요가 많을 것으로 생각합니다. 독일에는 혈당 조절을 돕는 건강보조식품이 없으며, 현지인들은 혈당 조절을 위해 병원에서 의약품을 처방받아야 합니다. 만약 관련 제품이 출시된다면, 소비자들은 편리하다고 생각할 것입니다. 또한 많은 독일 여성들이 노화 방지 등의 미용에 관심이 있어, 관련 제품 또한 인기가 높을 것입니다.

42) 사진자료: 어파써키해케슈즈(Apotheke Hackesches) 홈페이지 ([www.apotheke-hackesches-quartier.de](http://www.apotheke-hackesches-quartier.de))

## Interview ⑤ 에어런어파써키(Erlen Apotheke)

43)

에어런어파써키  
(Erlen Apotheke)

전문가 소속

에어런어파써키  
(Erlen Apotheke)  
소매업체

전문가 정보

Mr. Jaime  
(Manager)



FRESUBIN 2 kcal DRINK  
Vanille Trinkflasche

4X200 Milliliter

14,95 €

### 에어런어파써키(Erlen Apotheke) Manager, Mr. Jaime

#### Q. 회사와 취급 제품을 간단히 소개해 주시기 바랍니다.

당사는 약국 형태의 소매업체로, 일반 의약품, 처방약, 의료용품, 화장품 등을 취급하고 있습니다. 독일 내 엘레버크(Elleberk), 노르더슈테트(Norderstedt) 등 지역에 오프라인 매장을 운영하고 있으며, 자사 홈페이지를 통해 건강 정보를 제공하고 있습니다.

#### Q. 독일 내 건강보조식품 판매 현황은 어떻게 되나요?

독일에서는 비타민과 면역력 강화의 효능이 있는 제품의 수요가 많습니다. 제품 형태로는 액체 형태보다 알약과 캡슐 형태의 건강보조식품이 인기가 높습니다. 그중 센트룸(Centrum) 제품은 노인들에게 인기가 높으며, 오쏘몰(Orthomol)은 젊은 사람들 사이에서 수요가 많은 편입니다.

#### Q. 기능성 음료의 수요는 어떻게 되나요?

독일 내 기능성 음료의 수요는 적은 편이며, 그나마 차 종류의 기능성 음료 수요가 있는 편입니다. 그중 카모마일 차가 인기 있으며, 해당 제품은 소화 장애 개선, 염증 치료의 효능이 있다고 알려졌습니다. 이외에도 완전한 액체 형태의 기능성 음료는 아니지만 물에 타 먹을 수 있는 단백질 파우더의 수요가 많은 편입니다. 운동선수들과 근육을 기르는 사람들이 해당 제품을 구매합니다.

#### Q. 혈당 조절과 노화 방지 효능이 있는 제품 판매 시, 수요가 있을까요?

혈당 조절과 노화 방지 효능이 있는 제품이 독일에서 판매된다면, 수요가 있을 것으로 생각합니다. 독일에는 혈당 조절과 노화 방지의 효능이 있는 기능성 음료는 없어, 현지인들은 호기심이라도 관련 효능이 있는 제품을 구매할 것입니다. 하지만 주 타깃 고객으로 25세 이하의 젊은 층을 공략하는 하는 것이 좋습니다. 독일 사람들은 젊은이들을 제외하고 새로운 시도를 꺼려하며 비타민 제품만을 선호하기 때문입니다.

43) 사진자료: 에어런어파써키(Erlen Apotheke) 홈페이지 ([www.15545.apotheken-website-vorschau.de/](http://www.15545.apotheken-website-vorschau.de/))

## [참고문헌]

### ■ 참고 자료

1. 「Amazon Annual Report 2018」, Amazon, 2018.
2. USDA FAS, 「Germany Food and Agricultural Import Regulations and Standards Report」, 2018.10.31.

### ■ 참고 사이트

1. 유로모니터(Euromonitor) (portal.euromonitor.com)
2. 로스만(Rossmann) 홈페이지 (rossmann.de/de/)
3. 아마존(Amazon) 홈페이지 (amazon.com)
4. 디엠(DM) 홈페이지 (dm.de)
5. 티온라인(T-online) 홈페이지 (t-online.de)
6. 메르쿠어(Merkur) 홈페이지 (merkurmarkt.at)
7. 브랑마에스터(Bringmeister) 홈페이지 (bringmeister.de)
8. 이에스엠매거진(ESMMagazine) 홈페이지 (esmmagazine.com)
9. 스토어스샵(Stores-shops) 홈페이지 (stores-shops.de)
10. 레베(Rewe) 홈페이지 (rewe.de)
11. 비즈니스인사이드(BusinessInsider) 홈페이지 (businessinsider.com)
12. 에데카(Edeka) 홈페이지 (edeka.de)
13. 카우플란트(Kaufland) 홈페이지 (kaufland.de)
14. 바벨(Wabel) 홈페이지 (wabel.com)
15. 아이지디리테일아날리시스(IGD RetailAnalysis) 홈페이지 (igd.com)
16. 도이체벨레(Deutsche Welle) 홈페이지 (dw.com)
17. 로이터(Reuter) 홈페이지 (reuters.com)
18. 저스트푸드(JustFood) 홈페이지 (justfood.com)
19. 루르24(Ruhr24) 홈페이지 (ruhr24.de)
20. 텔러리포트(Teller Report) 홈페이지 (tellerreport.com)
21. 레알(Real) 홈페이지 (real.de)
22. 유러피언슈퍼마켓매거진(European Supermarket Magazine) 홈페이지 (esmmagazine.com)
23. 발데키쉬(Waldeckische) 홈페이지 (wlz-online.de)
24. 알디(Aldi) 홈페이지 (aldi.com)
25. 스태티스타(Statista) 홈페이지 (statista.com)
26. 스파인터네셔널(Sparinternational) 홈페이지 (spar-international.com)
27. 스파익스프레스(Spar Express) 홈페이지 (spar-express.com)
28. 슈퍼마켓블로그(Supermarketblog) 홈페이지 (supermarketblog.com)

## [참고문헌]

### ■ 참고 사이트

29. 관세법령정보포털(UNIPASS)(unipass.customs.go.kr)
30. 미국 농무부 해외농업서비스(USDA FAS)(fas.usda.gov)
31. KATI농식품수출정보(KATI)(www.kati.net)
32. 한국 관세청(www.customs.go.kr)
33. 유럽연합 집행위원회(EC)(ec.europa.eu)
34. EU법령정보포털(EUR-LEX)(eur-lex.europa.eu)
35. International Trade Center(www.trademap.org)
36. 외교부(www.mofa.go.kr)
37. 독일 인구조사국(www.census.gov)
38. 질병통제예방센터(Centers for Disease Control and Prevention) (www.cdc.gov)

사 업 명 : 2019년 해외시장 맞춤형조사  
발 행 처 : aT 한국농수산물유통공사  
발 행 일 : 2020.02.21.

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

