



2020

해외시장 맞춤조사

No. | 202007-44

품목 | 신선 배(Pear)

국가 | 독일(Germany)

구분 | 시장분석형

사업명 : 2020 해외시장 맞춤조사
주관기관 : 한국농수산물유통공사

Contents

I. 요약(Summary)	4
----------------	---

II. 시장규모(Market Size)

1. 독일 신선 배 시장규모	13
2. 독일 신선 배 수출입 시장규모	14
3. 독일 신선 배 소비 시장규모	15

III. 시장트렌드(Market Trend)

1. 독일 배, 인지도는 높지만 조롱박 형태의 서양 배 위주 보급	23
2. 독일 배, 프리미엄보다는 유기농으로 홍보	24
3. 독일 소비자, 배의 혈관 관련 기능에 관심 높아	25
4. 독일 내 한국산 과일 인지도 아직 낮은 편	26

IV. 유통채널(Distribution Channel)

1. 독일 신선 배 유통구조	28
2. 독일 신선 배 주요 유통업체	29
3. 독일 신선 배 B2C 채널	31

Contents

V. 통관·검역(Customs·Quarantine)

1. 독일 신선 배 인증 취득	52
2. 독일 신선 배 사전 절차	55
3. 독일 신선 배 라벨 심의	58
4. 독일 신선 배 서류 준비	61
5. 독일 신선 배 세금 납부	63
6. 독일 신선 배 검역 심사 절차	64
7. 독일 관련 규제 정보	65

VI. 전문가인터뷰(Expert Interview)

Interview ① 비오버스(Bio Bus)	68
Interview ② 잉마르호이어(Ingmar Heuer)	70
Interview ③ 에스에프아이프루트(SFI Fruit)	72
Interview ④ 다이렉트프레쉬(Direct-Fresh)	74
Interview ⑤ 독일연방관세청(Zoll)	76

VII. 시장진출제언(Export Insights) 77

※ 참고문헌	80
--------	----

I . 요약(Summary)

Summary

▶ 주요 분석

		수치	전문가 인터뷰
	시장규모	과일 430만 6,000톤	사과, 바나나와 비교 시 배 수요 낮은 편임 - 주로 중장년층이 소비했으나 최근 베이킹, 스무디 등 재료로 젊은 층 소비 증가세 - 아시아 및 한국 배 수요 매우 낮음
		배/마르멜로 14만 1,000톤	
	수입규모	글로벌 1,419억 원	
		한국 1.4억 원	
	소비 시장규모	재외동포 규모 4만 4,864명	
		가구 월평균 순이익 517만 원	
		1인당 배 소비량 2.6kg	

▶ 소비 트렌드 (빅데이터 분석)

		연관 키워드 순위	전문가 인터뷰
	과일 유형	사과 1st / 64건	독일인, 건강에 대한 인식 매우 높은 편으로 유기농 제품 선호 - 자국 또는 EU 식품을 구매하려는 경향 보유 - 아시아 배의 껍질 먹은 식감은 비선호 요소
		배 4st / 21건	
	배 개념	자연 1st / 0.77	
		유기농 2nd / 0.39	
	배 효능·성분	심혈관 1st / 0.77	
		칼륨 2nd / 0.64	

▶ 유통 채널

	시장 점유율	전문가 인터뷰
할인점	46.2%	수입업체>유통업체>도매업체>소매업체 경로 - 일부 수출·수입업체와 슈퍼마켓 직접 유통 - 한국 배는 한국 식품점이나 아시아안 마트에서 판매
하이퍼마켓/슈퍼마켓	31.3%	
음식/음료/담배 전문점	15.6%	
개인 및 기타 식료품점	3.6%	
기타	3.3%	

▶ 통관 및 검역

Step 01
인증 취득

→

Step 02
사전 절차
(BTI 신청 가능)

→

Step 03
기업 등록
(수출입업자
세관등록 필요)

↓

Step 04
라벨 심의
(신선농산물
라벨링)

←

Step 05
서류 준비

←

Step 06
선적/운송

↓

Step 07
통관 신고

→

Step 08
세금 납부
(협정세율 0%)

→

Step 09
검역 심사

인증취득	필수	필수인증 없음	독일 포장재 재활용 의무화 - 그린도트 제도 (폐기물 또는 쓰레기 수거 시 일종의 분리수거 포장재를 나타내는 제도), 강제사항은 아니나 대다수의 업체가 준수 - 유기농 인증 취득 권장
	선택	HACCP, IFS, 유기농 인증	
사전절차	필수	수출입업자 세관등록(EORI)	
	선택	BTI 확인 심사	
라벨 표기사항		EU 신선농산물 라벨링	
서류 준비사항		원산지증명서 외 8건	
세금납부	기본세율	10.4%+증가세	
	협정세율	0%	
	증치세	5-16%	

- ▶Point 01. 독일 내 배의 수요는 사과, 바나나 등의 과일보다 낮으며 특히 아시아·한국 배의 수요 및 인지도 매우 낮음
- ▶Point 02. 환경과 건강에 대한 인식 높아 포장재 관련 규제 주의해야 하며 유기농 인증 취득을 권장함
- ▶Point 03. 중장년층이 섭취하는 과일이라는 인식이 있었으나 최근 베이킹, 스무디 등 재료로서 젊은 층 소비 증가

Market Size

(시장규모)

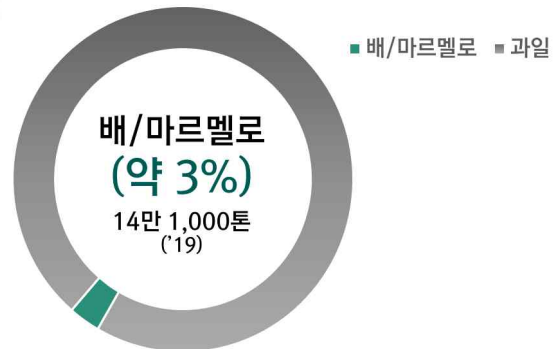
독일(Germany)

신선 배 시장규모

지표 설정 기준: 제품의 유형(신선식품), 종류(배)

- 독일 과일(Fruits)¹⁾ 시장규모
..... 430만 6,000톤('19)
- 독일 배/마르멜로(Pears/Quinces)²⁾ 시장규모
..... **14만 1,000톤('19)**

(*) Euromonitor International

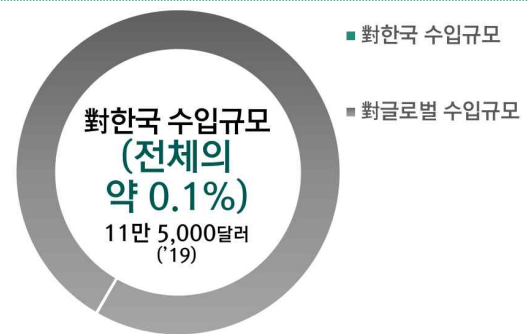


신선 배 수출입 시장규모

지표 설정 기준: 제품의 종류(배)

- HS 0808.30³⁾ '배' 독일 對 글로벌 수입규모
..... 1억 1,906만 2,000달러('19)
- HS 0808.30 '배' 독일 對 한국 수입규모
..... **11만 5,000달러('19)**

(*) International Trade Centre



신선 배 소비 시장규모

지표 설정 기준: 조사제품 '신선 배'는 한국에서 재배된 당도 높은 배임. 이에 한국 배에 익숙한 독일 내 재외동포를 주 소비자층으로 선정하여 '독일 지역별 재외동포'를 조사함. 또한 HALAL, GAP, ESMA 인증을 받은 고품질 배이기에, 추가적 지출이 가능한 가구 수 파악을 위해 '독일 월 소득 구간별 가구 분포'를 조사함. 또한 독일 내 배 소비 현황을 파악하고자 '독일 1인당 배 소비량'을 조사함

① 독일 지역별 재외동포 규모('19)

전체	4만 4,864명
주프랑크푸르트 총영사관	1만 9,780명
주본분관	1만 1,692명
주독일대사관	8,432명
주함부르크 총영사관	4,960명

② 독일 월 소득 구간별 가구 분포('19)

6,000유로 이상	280만 8,000명
4,500~6,000유로	377만 9,000명
3,200~4,500유로	693만 3,000명
2,600~3,200유로	471만 6,000명
2,000~2,600유로	638만 명

③ 독일 1인당 배 소비량('18)

2018년	2.6kg
2017년	2.6kg
2016년	2.6kg
2015년	2.8kg
2014년	2.9kg

(*) 외교부, Federal Statistical Office of Germany, Federal Ministry of Food and Agriculture

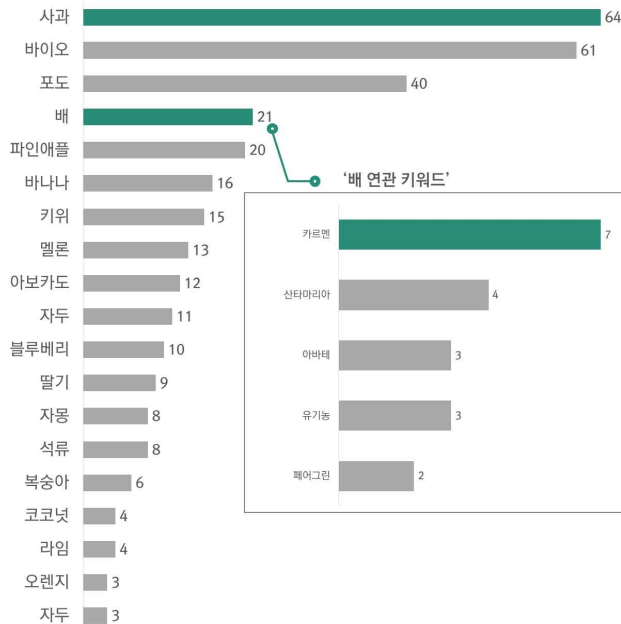
- 과일(Fruits): 소매산업, 외식산업에서 취급되는 신선 과일을 지칭함. 포장되거나 무게를 재서 판매하는 건조과일과 과일스낵이 포함됨. 잘린 과일은 크기가 큰 수박이나 멜론까지만 포함하며, 이 외 잘리거나, 샐러드, 잼 및 절임류, 통조림, 주스 형태 등은 포함되지 않음
- 배/마르멜로(Pears/Quinces): 신선한 배와 마르멜로를 지칭함. 건조 배/마르멜로까지 포함하며, 이 외 절단되어 있거나 잼 및 절임류, 통조림, 주스 형태로 판매되는 배는 포함되지 않음
- HS CODE 0808.30: 조사제품 '신선 배'는 '사과·배·마르멜로(Quince)'의 하위 호에 분류됨. 이에 제품의 종류를 바탕으로 HS CODE 0808.30을 지표로 설정함

Market Trend

(시장트렌드)

독일 (Germany)

신선 배 소비실태 분석 결과



독일 판매 과일 특징

사과, 포도, 배 인지도 높아
배 카르멘(Carmen) 품종 다수
서양 배 다수 판매



독일 판매 신선 배·과일 특징

독일, '유기농 배' 판매 多

'유기농 인증 취득 배 다수 진출'
'유럽 유기농 인증 개정 중'

배 효능 키워드, '혈관 건강'

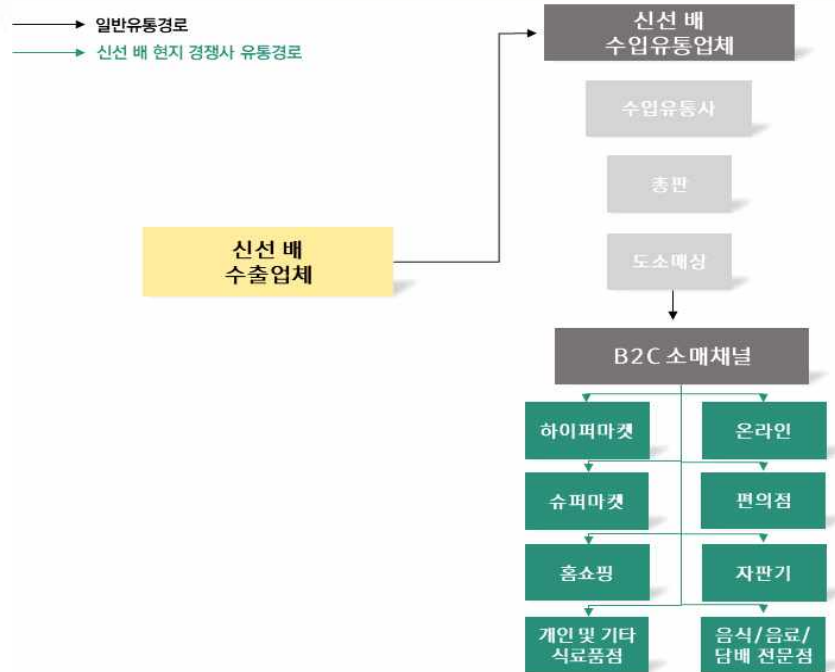
'효능 - 혈관 기능 개선'
'성분 - 칼륨 고함량'

한국 과일 판매 없어

'한국 과일 인지도 낮아'
'유럽·아프리카 배 다수 진출'

Distribution Channel

(유통채널)



독일(Germany)

신선 배 유통채널 현황

채널 유형	채널 분류	점유율 ⁴⁾⁵⁾	주요 채널 ⁶⁾
B2C 채널	할인점	46.2%	알디(Aldi), 리들(Lidl), 네토(Netto)
	하이퍼마켓/슈퍼마켓	31.3%	카우플란트(Kaufland), 레알(Real), 에데카(Edeka), 레베(Rewe), 마르크트카우프(Marktkauf), 파밀라(Famila)
	음식/음료/담배 전문점	15.6%	비오마켓베기하우스(Biomarkt Veggihaus), 덴스베이모켓(denn's Biomarkt)
	개인 및 기타 식료품점 ⁷⁾⁸⁾	3.6%	한독(Handok), 하나로마트(Hanaro Mart), 와이마트(Y-Mart)
	편의점	2.3%	레베투고(Rewe To Go)
	온라인	0.8%	아마존(Amazon), 오토(Otto), 잘란도(Zalando)
	자동판매기	0.1%	(-)
	홈쇼핑	0.1%	큐브이씨(Qvc), 에이치에스이24(Hse24)

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

4) 2019년 기준, 독일 내 '신선식품(Fresh Food)'의 유통채널 점유율임

5) '신선 배'의 세부 품목에 대한 유통채널 정보 확인이 불가하여, 제품의 상위 카테고리인 '신선식품(Fresh Food)'의 정보를 확인함

6) 채널 분류에 따른 독일 유통채널로 현지 외 외국계 기업도 포함됨

7) 개인 및 기타 식료품점은 자체 체인점을 보유하고 있지 않은 식료품점과 키오스크를 포함함

8) 본 보고서는 개인 및 기타 식료품점을 한인마트로 조사함

Customs · Quarantine

(통관 및 검역)

■ 통관/검역 일반사항 ■ 통관/검역 주의사항

구분	내용	참조처
Step 01. 인증 취득	• 신선농산물 강제 인증 無 - 식품 수출을 위해 식물검역증명서 필요	(*) 유럽연합 집행위원회 - Regulation (EC) 852/2004 (식품 위생에 관한 법률) - 문의처 : ec.europe.eu
Step 02. 사전 심사	• 식품 분류 확인을 위한 BTI 신청 가능 - 수출 제품에 대한 분류 확인 절차 • 수출입업자 세관 등록 - 현지에서 직접 통관을 수행하는 경우 수출업자 세관등록(EORI) 필요 • 공인경제운영자 - 해당하는 경우 통관 원활화를 위해 등록 가능	(*) 유럽연합 집행위원회 - (EU) 2016/341 - (EC) 648/2005 (공동체관세법 및 시행 조항) - 문의처 : ec.europe.eu
Step 03. 라벨 심의	• 신선농산물 라벨 표기사항 - 생산물의 이름 및 품종, 원산지, 등급 및 크기, 포장업자 또는 발송업체 이름 및 주소 등 - 별도 심의 사항 없음	(*) 독일 소비자보호 및 식품안전청 - Regulation (EC) 1169/2011 (EU 식품 정보에 관한 법률) - 문의처 : www.bvl.bund.de
Step 04. 서류 준비	• 일반 서류 • 원산지증명서 - 원산지 신고문안으로 작성하나, 필요에 따라 인증수출자 자격 획득 필요	(*) 독일 연방관세청 - 문의처 : zoll.de (*) 관세청 - 문의처 : www.customs.go.kr
Step 05. 선적 및 운송	• 포워딩 업체 섭외	(-)
Step 06. 통관 신고	• 수입 신고 - 전자 또는 서면으로 신고 - 수입신고서(SAD), 상업송장 등	(*) 독일 연방관세청 - 문의처 : zoll.de
Step 07. 세금 납부	• 신선 배 HS CODE 0808.30-9090 사용 • 관세율 0% • 부가가치세 5 - 16%	(*) 독일 연방관세청 - 문의처 : zoll.de
Step 08. 검역 심사	• 서류 심사 및 검사 진행	(*) 독일 연방관세청 - 문의처 : zoll.de

Expert Interview

(전문가 인터뷰)

Market Demand and Preference



- 인터뷰 기업 : 바이오버스
(Bio Bus)
수입유통업체
- 인터뷰 담당자 : Ms. Katharena
(Purchasing Manager)

독일 내 배의 수요 낮음

독일에서 배는 소비자들이 일상적으로 구매하여 먹는 과일은 아닙니다. 절반가량의 독일인이 배를 섭취하는 편이며 나머지 절반은 배를 싫어하는 사람들이거나 배 이외에도 다른 과일들이 많기 때문에 굳이 배를 구매하지 않는 사람들입니다.

배의 주요 구매요인은 크기, 표면 주름, 브랜드 평판, 유기농 인증 등

프리미엄 배의 주요 구매요인 중 하나는 크기입니다. 너무 크거나 작지 않은 적당한 크기여야 하며 배에 주름이 없어야 신선하다는 인식이 있습니다. 또한, 소비자들은 브랜드 평판이나 유기농 인증을 중시하기도 합니다.

Market Preference and Distribution



- 인터뷰 기업 : 잉마르호이어
(Ingmar Heuer)
수입유통업체
- 인터뷰 담당자 : Ms. Gabi Eutemüller
(Purchasing Manager)

독일 내 과일 바이어, 식품 안전을 우선시

독일 소비자 및 바이어는 과일의 품질을 중요시하고 있습니다. 독일 내 과일 바이어는 식품 안전과 관련 인증을 가장 우선순위에 두고 있으며 그다음 가격을 고려하여 구매를 진행합니다.

배는 주로 소매업체와 슈퍼마켓에서 판매

독일 내 신선 과일 및 배의 주된 판매업체는 소매업체와 슈퍼마켓이며 대부분의 소매 및 온라인 스토어에서는 도매업체나 현지 유통업체에게 공급받고 있습니다.

Market Preference and Regulation



- 인터뷰 기업 : 에스에프아이프루트
(SFI Fruit)
수입유통업체
- 인터뷰 담당자 : Mr. Tony
(Administrative in-Charge)

배의 주요 구매요인은 5가지로 분류

배의 주요 구매요인은 크게 5가지로 맛, 품질, 재배 방식, 재배지와 재배자의 제품 품질 및 시장 평가(Track Record), 가격으로 나뉩니다. 각각의 수입업체마다 5가지의 구매요인 중 우선시하는 구매요인과 자체적인 제품 구매 기준이 있을 것입니다.

독일 환경친화적 포장 인기 & 포장재 재활용 의무화

독일에서는 환경친화적 포장인 트렌드로 떠오르고 있으며 대부분의 슈퍼마켓에서 플라스틱 포장 과일의 선호도는 낮아지고 있습니다. 또한, 최근 독일은 포장재 및 포장폐기물에 대한 지침을 발표하여 포장재의 재활용을 의무화하였습니다.

Expert Interview

(전문가 인터뷰)

Market Demand and Preference



- 인터뷰 기업 : 다이렉트프레쉬
(Direct-Fresh)
수입유통업체
- 인터뷰 담당자 : Mr. Felix Stamer
(Sales and Purchase
Manager)

유기농 과일의 수요 높음

독일인들은 건강 및 웰빙에 대한 관심이 매우 높기 때문에 건강한 식습관을 위해 신선 과일을 구매하기도 합니다. 그러므로 화학성분이 들어간 식품은 선호하지 않아 유기농 과일을 구매하는 편입니다.

아시아 배의 수확 특성상, 독일 배와 맛이 달라 선호도 낮음

아시아 배는 완전히 익은 후에 수확하기 때문에 독일에 최종적으로 도착하면 이미 너무 익어 먹기에는 다소 무른 상태가 됩니다. 때문에, 독일 배와 맛이 다르기 때문에 독일인들은 아시아 배 품종의 맛을 선호하는 편은 아닙니다.

Market Certification and Regulation



- 인터뷰 기업 : 독일 연방관세청
(Zoll)
- 인터뷰 담당자 : Ms. Tima
(Custom Agent)

Global GAP와 HACCP 인증을 받는 것이 효과적

독일에서는 신선 과일의 위생 안전 기준에 대해 Global GAP와 HACCP을 따르도록 하고 있습니다. 따라서 독일로 신선 과일 수출 시 관련 인증을 받는 것이 효과적입니다.

타깃 판매처의 잔류허용기준을 준수해야 함

대다수의 유통채널 및 소매업자들은 EU 규정보다 더 엄격한 자체적인 잔류허용기준(MRL)을 설정하고 있어 타깃으로 하는 판매업체의 기준을 준수해야 합니다.

II. 시장규모(Market Size)

1. 독일 신선 배 시장규모
2. 독일 신선 배 수출입 시장규모
3. 독일 신선 배 소비 시장규모

1. 독일 신선 배 시장규모

조사 시장: 조사 제품 '신선 배'는 통조림이나 주스 형태로 가공된 형태가 아닌 배 본연의 형태로 판매되는 제품임. 이에 제품의 유형(신선식품), 종류(배)를 기준으로 '배/마르멜로'와 상위 분류인 '과일'의 시장규모를 조사함

독일 국가 일반 정보¹⁰⁾

면적	35만 7,380km ²
인구	8,141만 명
GDP	3.9조 달러
GDP (1인당)	4만 6,517달러

▶ 2015-2019년, 독일 '배/마르멜로' 시장규모, 연평균 1% 감소세

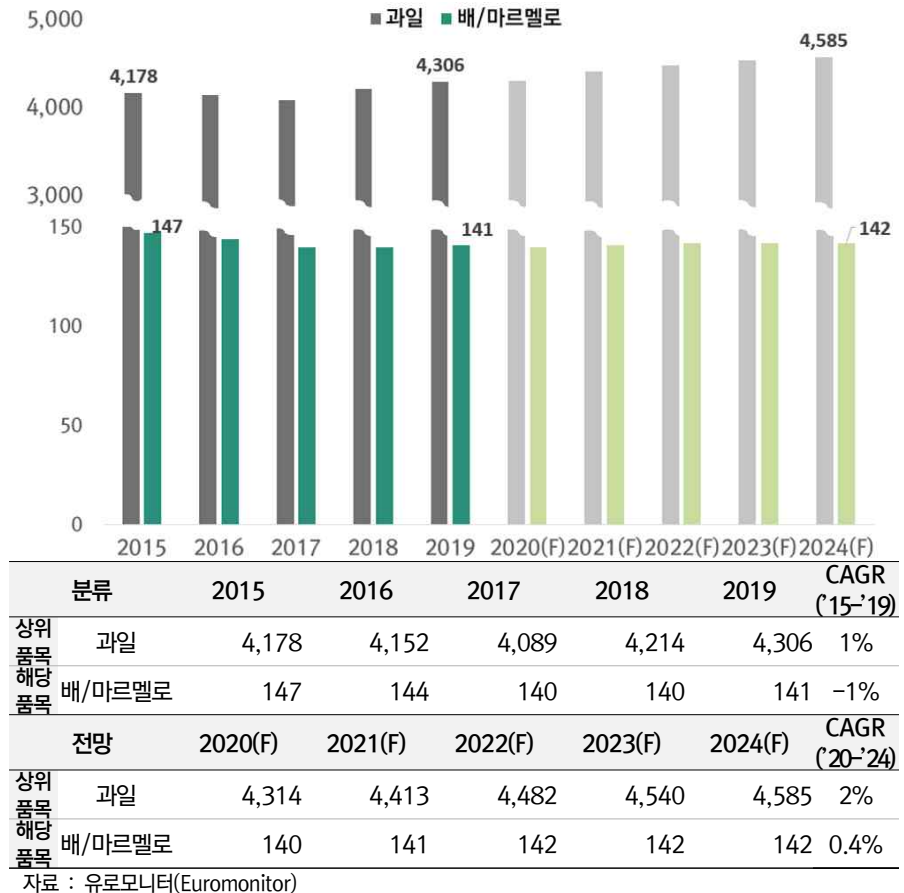
지난 5년(2015-2019년)간 독일의 '과일' 시장규모는 연평균 1% 증가하여 2019년 430만 6,000톤을 기록함. 동기간 '배/마르멜로' 시장규모는 연평균 1%의 하락세를 보이며 2019년 14만 1,000톤을 기록함

▶ 2020-2024년, 독일 '과일' 시장규모, 연평균성장률 2%

향후 5년(2020-2024년)간 독일의 '과일' 시장규모는 연평균 2% 증가하여 2024년에는 458만 5,000톤을 기록할 것으로 예상됨. 동기간 '배/마르멜로' 시장규모는 0.4%의 연평균성장률을 보이며 2024년 14만 2,000톤을 기록할 것으로 예측됨

[표 2.1] '과일', '배/마르멜로' 시장규모⁹⁾

단위 : 천 톤



9) 환산된 데이터(단위: 톤)는 모두 반올림됨

10) 자료: 외교부 홈페이지(www.mofa.go.kr), 2019

2. 독일 신선 배 수출입 시장규모

HS CODE 0808.30 : 조사제품 '신선 배'는 '사과·배·마르멜로'의 하위 호에 포함됨.
 이에 제품의 종류(배)를 기준으로 HS CODE 0808.30을 지표로 설정함

▶ 2015-2019년, 독일 對글로벌 수입액 연평균 14% 감소세

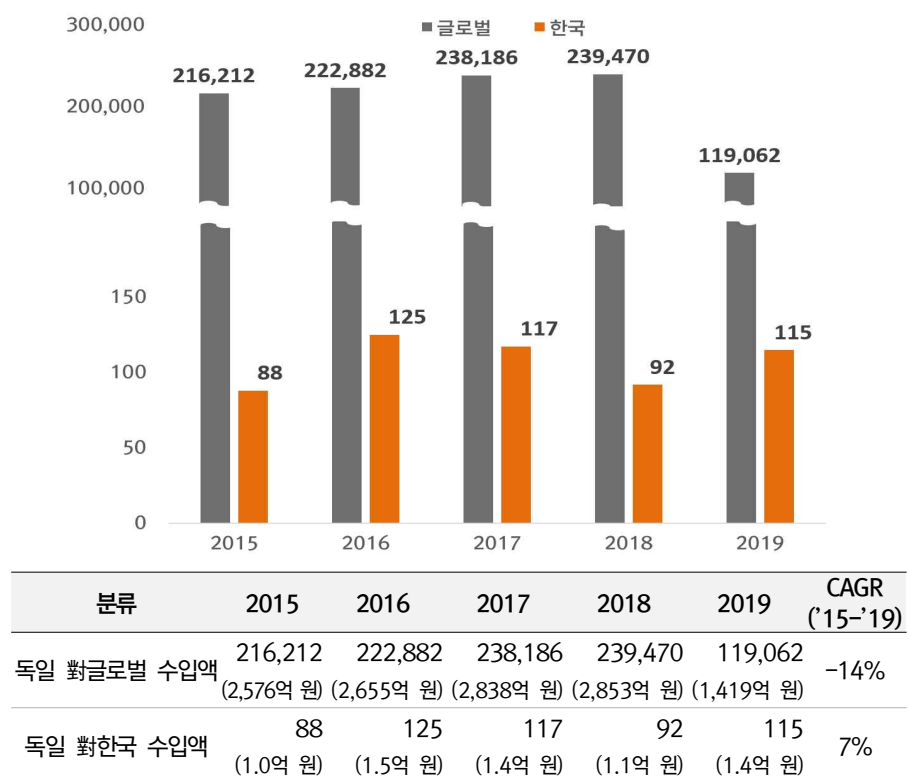
독일 HS CODE 0808.30 품목의 2019년 對글로벌 수입액은 1억 1,906만 2,000달러임. 對글로벌 수입규모는 2015-2018년 간 꾸준히 증가하였으나, 2019년 전년 대비 50%의 감소세를 보임. 독일 HS CODE 0808.30 품목의 수입상대국 1위는 이탈리아로 확인되며, 2019년 기준 6,597만 1,000달러(786억 원)를 기록하며 전체 수입액의 약 55%를 차지함¹¹⁾

▶ 2015-2019년, 독일 對한국 수입액 연평균성장률 7%

독일 HS CODE 0808.30 품목 對한국 수입은 지난 5년(2015-2019년)간 연평균 7%의 증가세를 보이며 2019년 11만 5,000달러로 16위를 차지함. 이는 對글로벌 수입액의 약 0.1%에 해당하는 수치임. 특히 2016년에 전년 대비 가장 가파른 성장세를 보였음

[표 2.2] 독일 HS CODE 0808.30 수입 규모¹²⁾¹³⁾

단위 : 천 달러



자료 : UN Comtrade HS CODE 0808.30 기준

11) 자료: UN Comtrade(comtrade.un.org)

12) 1달러=1,191.40원(2020.08.01, KEB 하나은행 매매기준율 적용)

13) 환산된 데이터(단위: 원)는 모두 반올림됨

3. 독일 신선 배 소비 시장규모

조사제품 ‘신선 배’는 한국에서 재배된 당도 높은 배임. 이에 한국 배에 익숙한 독일 내 재외동포를 주 소비자층으로 선정하여 ‘독일 지역별 재외동포’를 조사함

1) 독일 지역별 재외동포 규모

▶ 2019년, 독일 내 재외동포 규모 4만 4,864명

외교부에 따르면, 2019년 독일 내 전체 재외동포 수는 4만 4,864명으로 확인됨. 이중 헤센에 거주하는 재외동포가 1만 1,009명(전체 재외동포의 24.5%)으로 가장 많으며, 수도인 베를린에 거주하는 재외동포는 5,895명(13.1%)으로 확인됨

[표 2.3] 2019년 독일 지역별 재외동포 규모¹⁴⁾

단위 : 명



지역	재외동포 총수	'17 대비(%)	영주권자	재외국민 체류자		계	외국국적 동포 (시민권자)	
				일반	유학생			
총 합계	44,864		8,970	17,260	8,155	34,385	10,479	
합계	주프랑크푸르트 총 영사관	19,780	+12.2	3,905	8,990	2,745	15,640	4,140
	헤센	11,009	-	2,335	5,675	675	8,685	2,324
	바덴- 뷔에템부르크	4,491	-	785	1,630	1135	3,550	941
	바이에른	4,280	-	785	1,685	935	3,405	875
	주본분관	11,692	+13.1	2,705	3,630	1,990	8,325	3,367
합계	노르트라인- 베스트팔렌	10,104	-	2,310	3,135	1675	7,120	2,984
	라인란드-팔츠	1,153	-	315	330	205	850	303
	자르란트	435	-	80	165	110	355	80
합계	주독일대사관	8,432	+10.2	1,325	3,000	2,345	6,670	1,762
	베를린	5,895	-	1,040	1,935	1,610	4,585	1,310
	작센	1,439	-	150	650	385	1,185	254
	튀링겐	460	-	45	170	160	375	85
	작센-안할트	272	-	35	100	90	225	47
	브란덴부르크	215	-	40	85	50	175	40
	메클렌부르크- 포어포메른	151	-	15	60	50	125	26
합계	주함부르크 총영사관	4,960	+8.9	1,035	1,640	1,075	3,750	1,210
	함부르크	2,044	-	455	670	415	1,540	504
	니더작센	1,832	-	335	645	405	1,385	447
	슈레스비히- 홀슈타인	624	-	165	205	100	470	154
	브레멘	460	-	80	120	155	355	105

자료 : 외교부

14) 외교부, 「재외동포현황 2019」, 2019

2) 독일 월 소득 구간별 가구 분포

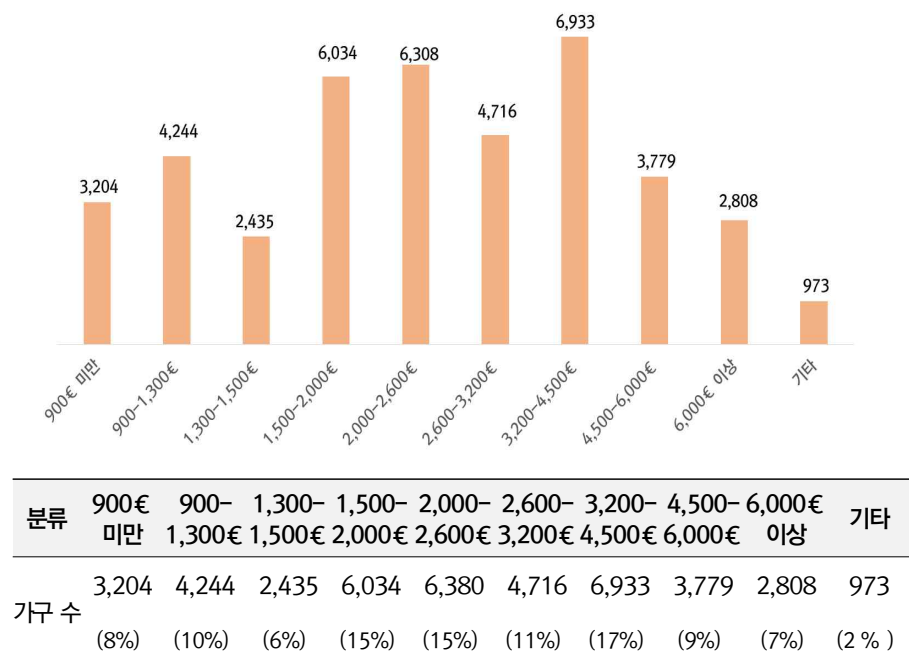
조사 제품 '신선 배'는 HALAL, GAP, ESMA 인증을 받은 고품질 배이기에, 추가적 지출이 가능한 가구 수 파악을 위해 '독일 월 소득 구간별 가구 분포'를 조사함. 또한 독일 내 배 소비 현황을 파악하고자 '독일 1인당 배 소비량'을 조사함

▶ 2019년, 독일 월평균 순이익 6,000유로 이상 가구 비중 7%

독일연방통계청(Federal Statistical Office of Germany)에 따르면, 2018년 독일 가구당 월평균 순이익은 3,661유로(약 517만 원)로 확인됨.¹⁵⁾ 2019년 월평균 순이익 3,200-4,500유로(약 452-635만 원¹⁶⁾) 구간에 속하는 가구는 693만 3,000가구로, 전체 가구의 17%를 차지하여 그 수가 가장 많음. 그 다음으로 가구 수 상위 분포 구간은 2,000-2,600유로(약 282-367만 원) 구간으로, 638만 가구가 속하여 전체 가구의 15%를 차지함. 월평균 순이익 6,000유로(약 847만 원) 이상의 고소득 구간에 속하는 가구는 전체의 7%인 280만 8,000가구임

[표 2.4] 2019년 독일 월 평균 순이익 구간별 가구 분포¹⁷⁾¹⁸⁾

단위 : 천 가구



자료 : 독일연방통계청(Federal Statistical Office of Germany)

15) 독일연방통계청(Federal Statistical Office of Germany), 「Einnahmen und Ausgaben privater Haushalte」, 2018

16) 1유로=1,411.21원(2020.08.01, KEB 하나은행 매매기준율 적용)

17) 독일연방통계청(Federal Statistical Office of Germany), 「Privathaushalte: Deutschland, Jahre, Geschlecht der Bezugsperson, Haushaltsnettoeinkommensklassen」, 2020

18) 기타 항목의 경우 가구 구성원 중 한명 이상이 자영 농업에 종사하는 가구와 무응답 가구를 포함함

▶ 2018년, 독일 1인당 배 소비량 2.6킬로그램(kg)

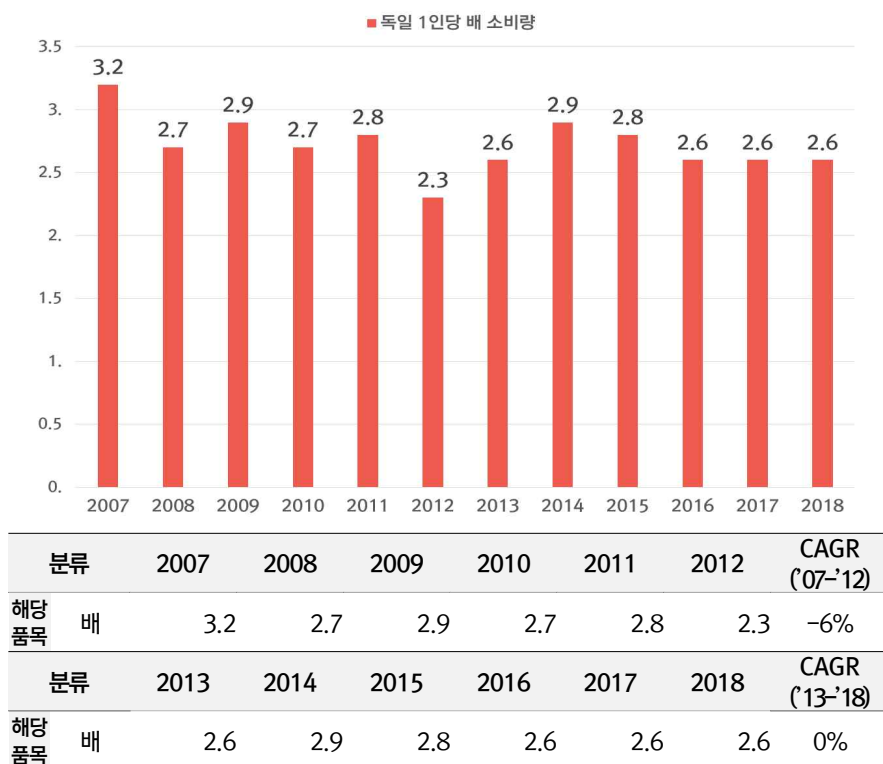
3) 독일 1인당 배 소비량

독일연방식품농업부(Federal Ministry of Food and Agriculture)에 따르면, 2007-2012년 동안 독일 1인당 배 소비량은 연평균 6% 감소했으며, 2013-2018년 동안에는 큰 변화를 보이지 않은 것으로 확인됨. 독일 1인당 배 소비량은 2018년 2.6킬로그램을 기록하였으며, 특히 2007년에 3.2킬로그램으로 가장 큰 수치를 보임

독일 상인 구매협동조합(Rewe Dein Markt)¹⁹⁾에 따르면, 독일에서 현지 생산되는 배는 초가을인 8-9월이 제철이며 초겨울까지의 소비량이 가장 많음. 품종의 경우 윌리엄(Williams)²⁰⁾ 품종의 배를 가장 많이 재배 및 섭취함

[표 2.5] 2007-2018년 독일 1인당 배 소비량²¹⁾

단위 : 킬로그램



자료 : 독일연방식품농업부(Federal Ministry of Food and Agriculture)

19) 독일상인구매협동조합(Rewe Dein Markt), 「Lebensmittel-Lexikon : Birne」, 2019

20) 윌리엄 배(William Pear): 정식 명칭은 'Williams' Bon Chrétien pear'로서 흔히 윌리엄 배, 바틀릿 배라고 부름. 미국과 캐나다 등지에서 생산됨. 전형적인 종 모양을 가진 서양배의 일종으로 성숙함에 따라 녹색에서 노란색으로 익어가며 과숙되면 붉은색으로 변함

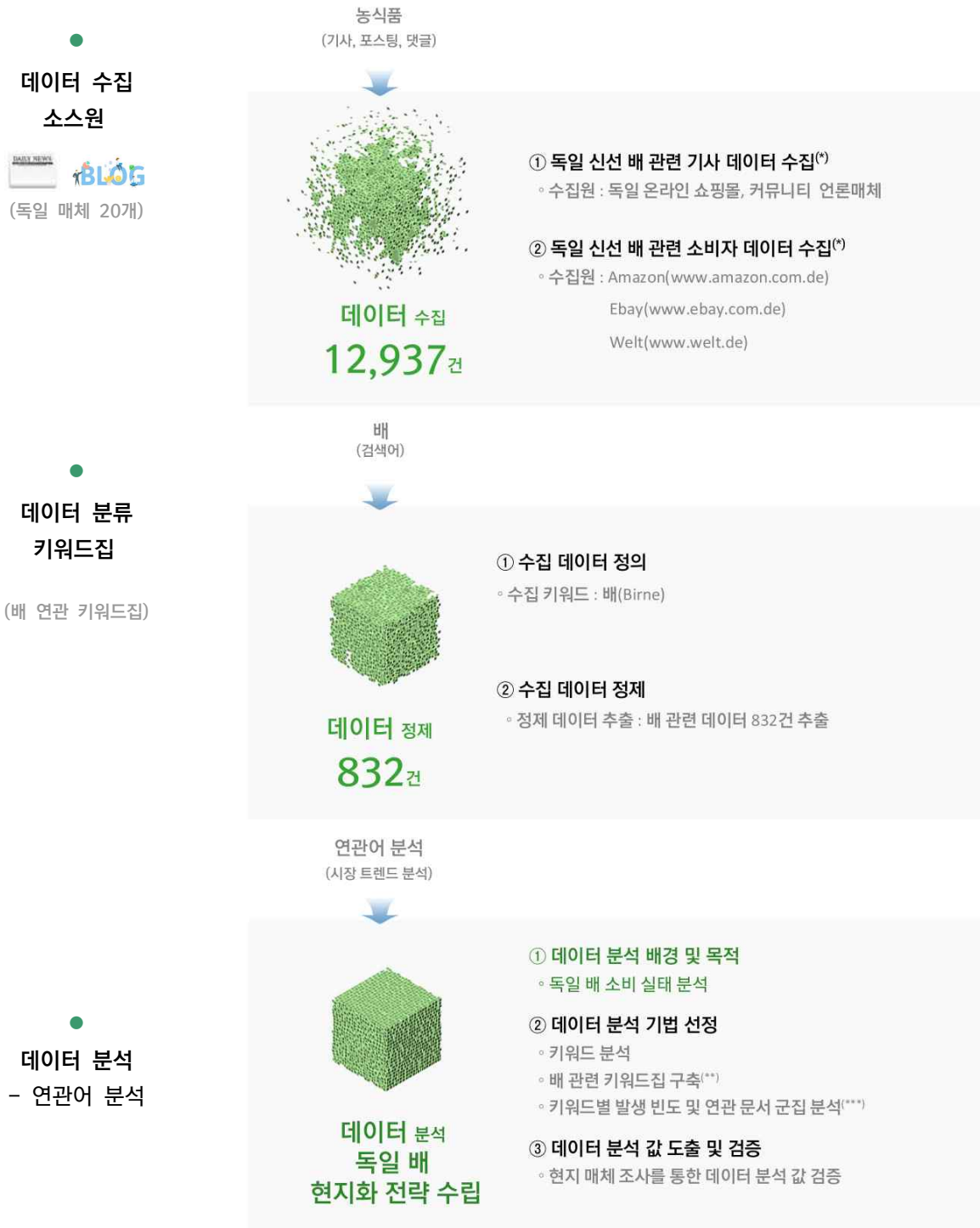
21) 독일연방식품농업부(Federal Ministry of Food and Agriculture), 「Pro-Kopf-Verbrauch von Obst im Wirtschaftsjahr」, 2018

Ⅲ. 시장트렌드(Market Trend)

1. 독일 배, 인지도는 높지만 조롱박 형태의 서양 배 위주 보급
2. 독일 배, 프리미엄보다는 유기농으로 홍보
3. 독일 소비자, 배의 혈관 건강 관련 기능에 관심 높아
4. 독일 내 한국산 과일 인지도 아직 낮은 편

데이터 분석 프로세스

○ 데이터 분석 요약



1) 데이터 수집

데이터 수집 기준

데이터 수집

수집 기간	18.01 - 20.08
수집 데이터	12,937건

데이터 정제

정제 키워드	배(Birne)
정제 데이터	832건

○ 데이터 수집

- 독일 온라인 쇼핑몰, 뉴스매체 리스트

[표 3.1] 독일 매체 리스트

번호	매체명	홈페이지	비고
01	Amazon	www.amazon.com.de	온라인 쇼핑몰
02	Ebay	www.ebay.com.de	온라인 쇼핑몰
03	Obstlieferung	www.obstlieferung.de	신선식품 온라인 쇼핑몰
04	REWE	shop.rewe.de	신선식품 온라인 쇼핑몰
05	Fruchtknall	www.fruchtknall.de	신선식품 온라인 쇼핑몰
06	Gesund-speisen	gesund-speisen.de	언론매체
07	Krank	krank.de	언론매체
08	Eat Smarter	eatsmarter.de	언론매체
09	Top Agar	www.topagrar.com	언론매체
10	Welt	www.welt.de	언론매체
11	Agraheute	www.agrarheute.com	언론매체
12	Google News	www.google.co.kr	뉴스포털

○ 데이터 분석 키워드집

- 독일 배 관련 매체 사전조사

[표 3.2] 독일 배 관련 매체 리스트

					
현지 온라인 쇼핑몰 인기 과일 특징		현지 온라인 쇼핑몰 인기 과일·배 특징		현지 언론매체 배·한국 과일 관련 이슈	
키워드 ①	수입산 다수	키워드 ①	유럽산 다수	키워드 ①	혈관 질환 개선
키워드 ②	유기농 인증	키워드 ②	유기농 인증	키워드 ②	칼륨 풍부
키워드 ③	사과	키워드 ③	카르멘 품종	키워드 ③	소화기능 개선
키워드 ④	포도	키워드 ④	서양배 판매	키워드 ④	천안 배 진출

2) 데이터 분류

○ 데이터 분석 키워드집

- 독일 배 관련 데이터 분석 키워드집

[표 3.3] 독일 배 관련 분석 키워드

키워드 수립 근거		분류	키워드		수립 근거 ^(*)	
참여 기업	한국 참여기업 사용 키워드		의미	독일어	참여기업	기타
기타	시장 사전 조사 결과 기반 수립	과일	과일	Obst	0	0
			사과	Apfel		0
			딸기	Erdbeere		0
			멜론	Melone		0
			파인애플	Ananas		0
			바나나	Banane		0
			키위	Kiwi		0
			아보카도	Avocado		0
			블루베리	Heidelbeeren		0
			자두	Pflaumen		0
			수박	Wassermelone		0
			레몬	Zitrone		0
			파파야	Papaya		0
			포멜로	Pomelo		0
			복숭아	Nektarine		0
			오렌지	Orangen		0
			자두	Pflaume		0
		배	배	Birne	0	0
			소화	Verdauung	0	0
			변비	Verstopfung	0	0
			이뇨	Harntreibende	0	0
			면역력	Immunsystem	0	0
			식욕회복	Anorexie		0
			해독	Entgiftung		0
			심혈관	Herz-Kreislauf-Erkrankungen		0
			콜레스테롤	Cholesterinspiegel		0
			칼륨	Kaliumgehalt		0
			철분	Eisengehalt		0

빅데이터 분석 프로세스

○ 빅데이터 분석 배경 및 목적

- 독일 배 소비실태 분석

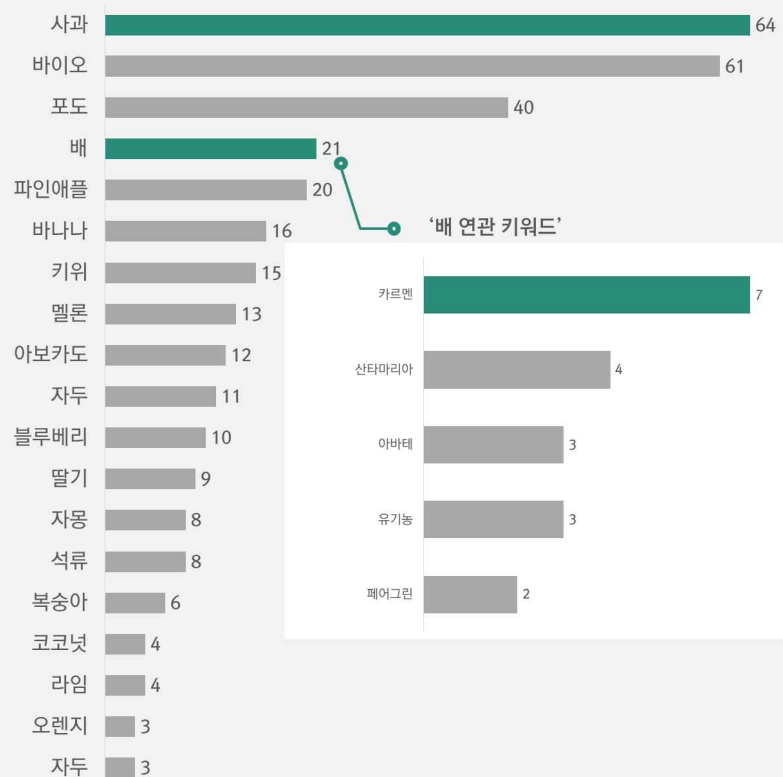
- ① 독일 내 신선 배 인지도 및 수요
- ② 독일 내 프리미엄·유기농 신선 배 인식 조사
- ③ 독일 내 신선 배 관련 건강 기능·영양소 키워드
- ④ 독일 내 한국 배 인지도

○ 빅데이터 분석 기법 선정

- 연관어 분석

- ① 온라인 쇼핑몰, 언론매체 ‘과일’ 연관어 분석
- ② 온라인 쇼핑몰, 언론매체 ‘배’ 개념 키워드 상관관계 분석
- ③ 온라인 쇼핑몰, 언론매체 ‘배’ 영양소·효능 상관관계 키워드 분석
- ④ 온라인 쇼핑몰, 언론매체 ‘한국 과일’ 연관어 분석

[독일 과일 연관어 분석 결과]



1. 독일 배, 인지도는 높지만 조롱박 형태의 서양 배 위주 보급

독일 판매되고 있는
카르멘 품종의 배



제품명	카르멘 배
판매가	2.99유로 (4,220원 ²²⁾)
용량	1kg
특징	·병해충 잘 견딤 ·과실 크고, 수분 적음

자료 : 프루츠놀
(www.fruchtknall.de)

▶ 독일 사과, 포도, 배 등 과일 인지도 높아

독일 주요 온라인 쇼핑몰에서 거래되고 있는 과일제품들을 분석한 결과, 가장 많이 거래되고 있는 제품은 사과로 확인됨. 신선 과일 중 ‘배’의 키워드 빈도가 세 번째로 높아, 독일 과일 시장에서 배가 보편적인 제품인 것으로 확인됨. 신선 과일 키워드 빈도 기준 사과, 포도, 배, 파인애플, 바나나, 키위 순으로 출현함

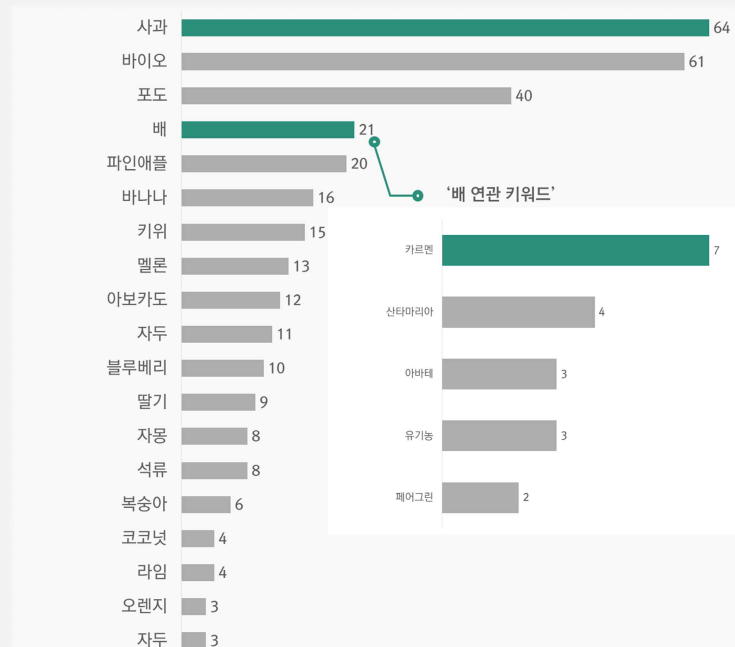
▶ 독일 배, 한국 배와는 다른 조롱박 모양의 서양 배 다수 보급

한편 독일 온라인 쇼핑몰에서 판매되고 있는 배 종류들은 한국 재래종과는 달리 조롱박 모양에 푸석푸석한 서양 배가 다수임. 배 품종으로는 카르멘(Carmen)의 언급 비중이 가장 많았으며 과실이 190g 정도로 크고, 수분이 적으며 아삭아삭한 식감, 당도와 산도가 균형 잡힌 맛이 특징인 것으로 알려져 있음. 프레시플라자(Fresh Plaza)에 따르면 독일의 주요 배 수입국은 이탈리아·터키·스페인 등임²³⁾

▶ 독일 내 판매되는 과일·배 유형

① 사과·포도·배·파인애플 등 ② 카르멘·산타마리아 등 서양 배 다수

[표 3.4] 독일 온라인 쇼핑몰 과일 종류 분석



자료 : 독일 온라인 쇼핑몰 ‘과일’ 449건 분석 (18.01 - 20.08)

22) 1유로=1,411.21원 (2020.08.01, KEB 하나은행 매매기준율 적용)

23) 프레시플라자(Fresh Plaza), 「OVERVIEW GLOBAL PEAR MARKET」, 2020.02.14

2. 독일 배, 프리미엄보다는 유기농으로 홍보

유럽 유기농인증을 취득한
독일 배 제품



자료 : 레베
(shop.rewe.de)

▶ 독일 배를 포함한 과일 제품, 유기농 인증 취득을 통해 홍보

독일 온라인 쇼핑몰·언론매체에서 언급되고 있는 배 콘셉트에 대해 상관관계를 분석한 결과, 프리미엄 콘셉트보다는 유기농·자연 키워드로 홍보되고 있는 경우가 더 많은 것으로 드러남. 온라인 쇼핑몰에서 프리미엄·고가를 언급하는 경우는 드물었으나 유럽 유기농 인증에 해당하는 바이오(Bio) 인증을 취득하여 홍보하는 경우가 많음

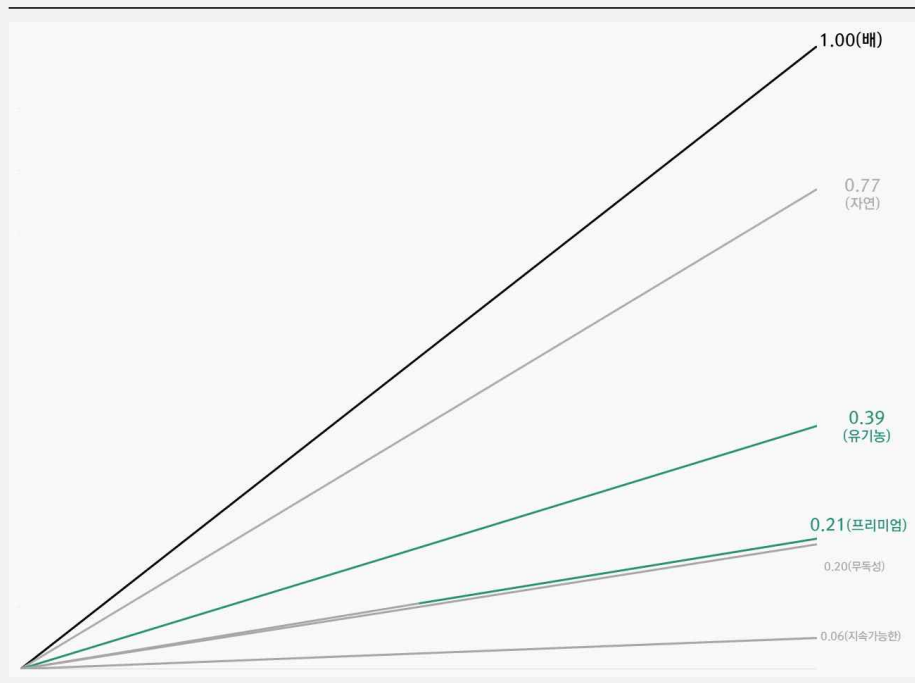
▶ 유럽 유기농 인증 개정 움직임에 따른 주의 필요

최근 유럽에서 유기농 인증을 개정하려는 움직임이 이어짐. 유럽 집행위원회(EU Commission)는 유기농 규제를 강화하는 유기농 식품 생산과 라벨링에 관한 법안을 개정하고 발효시기를 2021년에서 2022년으로 연기했음.²⁴⁾ 한국은 유럽과 2015년에 유기농등성 협약을 체결했지만 2022년 이후에는 동등성의 인증 범위와 인정 조건에 변화가 생길 수 있으므로 이에 주목해야할 필요가 있음

▶ 독일 배 콘셉트 관련 키워드 분석

① 자연·유기농 ② 유기농 인증 개정

[표 3.5] 독일 배 상관관계 분석 - 콘셉트



자료 : 독일 온라인 쇼핑몰·뉴스매체 '배' 331건 분석 (18.01 - 20.08)

값 설명: 상관계수는 0~1부터의 값을 가지며, 1에 가까울수록 상관이 높음

24) 프레시플라자(Fresh Plaza), 「The European Commission proposes to postpone the entry into force ~」, 2020.09.08

3. 독일 소비자, 배의 혈관 건강 관련 기능에 관심 높아

▶ 독일 배 주요 기능, 혈관 건강과 연관성 높아

독일 온라인 쇼핑몰·언론매체에서 언급되고 있는 배 효능에 대해 상관관계를 분석한 결과, 심혈관을 포함한 혈관 관리 기능이 많이 언급되고 있음. 독일에서 배의 식물성 성분은 심혈관 질환의 원인이 되는 혈중 콜레스테롤 수치를 낮춰주고 혈압을 조절하는 데에 큰 도움을 주는 것으로 알려져 있음. 이외에도 독일에서 배는 소화 기능 개선·골다공증 극복·면역력 제고·체중 감량 등의 효능을 갖춘 것으로 알려짐²⁵⁾

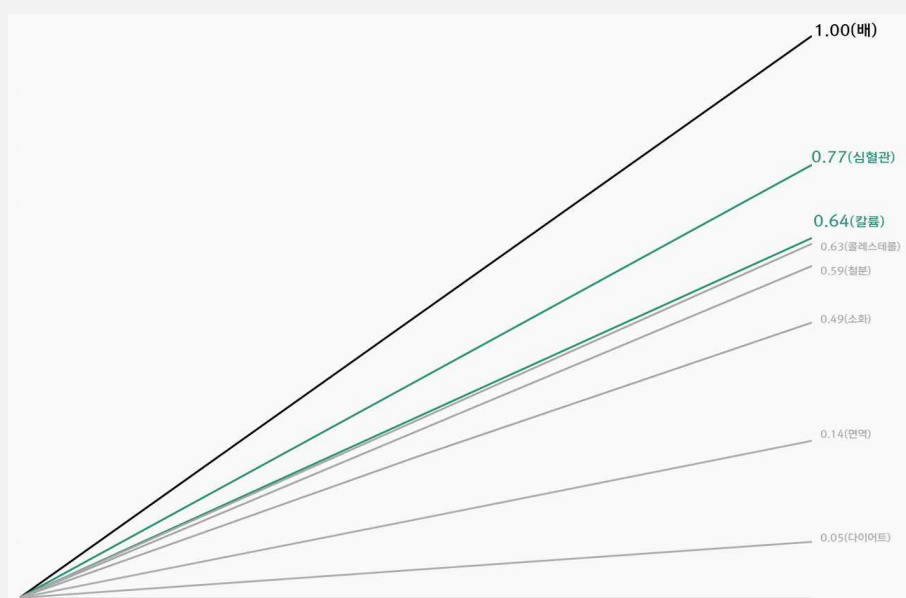
▶ 독일 배 주요 성분, 칼륨 연관성 높아

독일 온라인 쇼핑몰·언론매체에서 언급되고 있는 배 성분에 대해 상관관계를 분석한 결과, 칼륨과의 연관성이 높았음. 배 100g 기준 칼륨은 보통 140-170mg 정도 포함되어 있는 것으로 알려져, 체내 신진대사 및 소화에 큰 도움을 줌. 칼륨 외로는 철분, 비타민 등의 성분과 연관성이 높았음

▶ 독일 배 효능 및 성분

① 효능 - 혈관 건강 관리·혈압 조절 ② 성분 - 칼륨

[표 3.6] 독일 배 상관관계 분석 - 효능 및 성분



자료 : 독일 온라인 쇼핑몰·뉴스매체 '배' 331건 분석 (18.01 - 20.08)
 값 설명: 상관계수는 0~1부터의 값을 가지며, 1에 가까울수록 상관이 높음

25) 그순드비탈(gesund-vital), 「Birnen: Bekömmliche Vitaminbomben」, 2020.08.18

4. 독일 내 한국산 과일 인지도 아직 낮은 편

독일에서 판매되고 있는
한국 배



제품명	천안 신고배
판매가	8.8유로 (12,419원 ²⁶⁾)
용량	3개입

자료 : 나루코
(www.nanuko.de)

▶ 독일 온라인 쇼핑몰에서 한국산 과일 판매사례 찾기 어려워

독일 온라인 쇼핑몰 및 신선식품 전문 온라인 쇼핑몰 등을 조사한 결과, 한국 배 또는 한국산 과일을 판매하는 경우를 찾기 어려웠음. 특히 배의 경우, 서양 배 비중이 높은 편이었음. 과일 또한 물류적 거리가 가까운 유럽·아프리카산 과일들이 다수 진출해 있었음

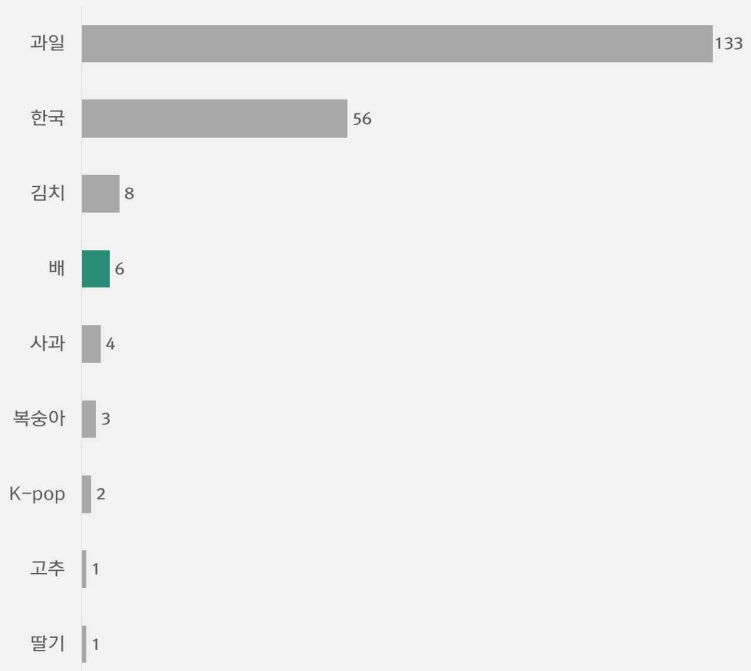
▶ 천안 신고배, 독일 아시안 매장에서 판매 중

한국 배의 경우, 온라인 쇼핑몰 나루코(Naruko)에서 천안 신고배²⁷⁾를 판매하는 경우를 1건 확인할 수 있었음. 하지만 대다수의 한국 배를 언급한 기사나 경우 아시아 품종의 배를 소개하는 경우가 많았으며 블로그·커뮤니티의 경우, 한국 배와 서양 배가 얼마나 다른지를 묻는 현지 한국인들의 글들이 확인되었음

▶ 독일 내 한국 과일 이슈

① 한국산 과일 판매 찾기 어려워 ② 천안 신고배 판매

[표 3.7] 독일 내 한국 과일 키워드



자료 : 독일 뉴스매체·블로그 '한국 과일' 기사 52건 분석 (18.01 - 20.08)

26) 1유로=1,411.21원 (2020.08.01, KEB 하나은행 매매기준율 적용)

27) 신고배: 일본에서 도입된 배의 품종으로 맛이 좋고 과육이 부드러우며 과즙이 풍부함

Ⅳ. 유통채널(Distribution Channel)

1. 독일 신선 배 유통구조
2. 독일 신선 배 유통업체
3. 독일 신선 배 B2C 채널

1. 독일 신선 배 유통구조

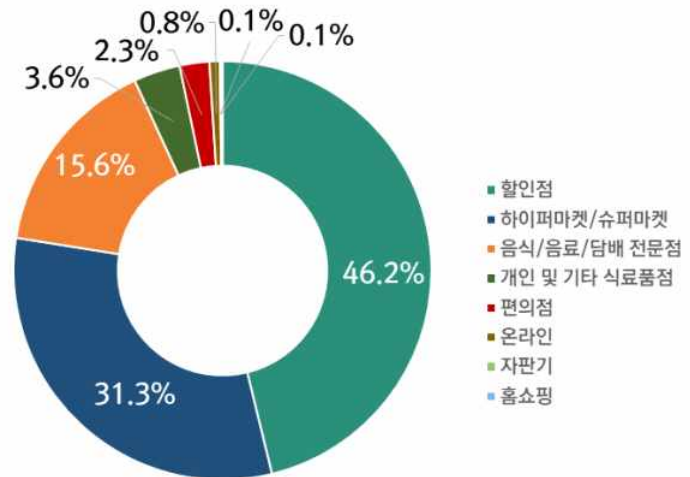
품목 구분 및 분류

품목	신선 배
구분	배
범주	신선식품 (Fresh Food)

▶ 독일 신선 배 주요 채널

‘할인점(46.2%), 하이퍼마켓/슈퍼마켓(31.3%), 음식/음료/담배 전문점(15.6%)’

[표 4.1] 독일 신선 배 유통채널 별 점유율



자료: 유로모니터(Euromonitor)

[표 4.2] 독일 신선 배 유통채널 현황

채널 유형	신선 배 채널 분류		
	채널 유형	점유율	채널명
B2C 소매 채널	할인점	46.2%	알디(Aldi), 리들(Lidl), 네토(Netto)
	하이퍼마켓 / 슈퍼마켓	31.3%	카우플란트(Kaufland), 레알(Real), 에데카(Edeka), 레베(Rewe), 마르크트카우프(Marktkauf), 파밀라(Famila)
	음식/음료/담배 전문점	15.6%	비오마켓베기하우스(Biomarkt Veggihaus), 덴스베이모켓(denn's Biomarkt)
	개인 및 기타 식료품점	3.6%	한독(Handok), 하나로마트(Hanaro Mart), 와이마트(Y-Mart)
	편의점	2.3%	레베투고(Rewe To Go)
	온라인	0.8%	아마존(Amazon), 오토(Otto), 잘란도(Zalando)
	자동판매기	0.1%	(-)
	홈쇼핑	0.1%	큐브이씨(Qvc), 에이치에스이24(Hse24)

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

2. 독일 신선 배 주요 유통업체

- ▶ 할인점, 하이퍼마켓/슈퍼마켓이 대표적
- ▶ 추가로 백화점에서 신선 배 취급 현황이 파악되어 조사함

[표 4.3] 독일 신선 배 취급 주요 유통업체

순번	기업명	기업구분	규모 (매출액 ²⁸⁾ ²⁹⁾ , 매장 수)	취급 채소	유사제품 취급경험
1	네토 (Netto)	할인점	약 135억 유로 (약 19조 513억 원)	배, 사과, 블루베리, 체리, 토마토 등	0
2	알디 (Aldi)	할인점	약 303억 유로 (약 42조 7,596억 원)	배, 오렌지, 바나나, 사과, 토마토 등	0
3	리들 (Lidl)	할인점	약 951억 5,000만 달러 (약 113조 3,617억 원)	배, 포도, 체리, 딸기, 살구 등	0
4	에데카 (Edeka)	하이퍼마켓 / 슈퍼마켓	약 97억 9,000만 유로 (약 13조 1,847억 원)	배, 토마토, 사과, 수박, 자두 등	0
5	파밀라 (Famila)	하이퍼마켓 / 슈퍼마켓	약 53억 5,976만 달러 (약 6조 3,856억 원)	사과, 배, 바나나, 블루베리, 토마토 등	0

자료: 각 기업 홈페이지, 유로모니터(Euromonitor.com)

28) 1유로=1,411.21원(2020.08.01, KEB 하나은행 매매기준율 적용)

29) 1달러=1,191.40원(2020.08.01, KEB 하나은행 매매기준율 적용)

순번	기업명	기업구분	규모 (매출액, 매장 수)	취급 채소	유사제품 취급경험
6	레베 (Rewe)	하이퍼마켓 / 슈퍼마켓	약 159억 7,000만 유로 (약 22조 5,370억 원)	배, 사과, 토마토, 바나나, 아보카도 등	0
7	한독 (Handok)	한인마트	매장 수('20): 2개	배, 호박, 양파, 무, 오이 등	0
8	하나로마켓 (Hanaro Mart)	한인마트	매장 수('20): 1개	배, 참외, 사과, 바나나 등	0
9	와이마트 (Y-Mart)	한인마트	매장 수('20): 1개	배, 사과, 바나나 등	0
10	카데베 (Kadewe)	백화점	약 4억 4,304만 달러 (약 5,278억 3,786만 원)	배, 사과, 블루베리, 아보카도, 체리 등	0

자료: 각 기업 홈페이지, 유로모니터(Euromonitor.com)

3. 독일 배 B2C 소매채널

1) 할인점



① 네토(Netto)

기업 기본 정보	기업명	네토(Netto)	
	홈페이지	www.netto-online.de	
	위치	레겐스부르크(Regensburg)	
	규모	매출액('19)	약 135억 유로 (약 19조 513억 원)
		기타규모	- 매장 수('20): 약 4,273개 - 직원 수('18): 7만 6,700명
기업 요약	1984년 설립 - 독일 3대 할인 판매점 중 하나 - 에데카(Edeka) 계열 자회사이며 독일 최대 식료품 할인점으로 약 5,000개 이상의 제품 판매 - 온라인 쇼핑 사이트 운영 - 신선식품 제품군에 주력 - 한 주 평균 2,100만 명 고객 매장 방문 - 유기농 브랜드 포함한 자체제작 브랜드 5개 소유		
	 		
기업 최근 이슈	2020년 9월 기후 및 자원 보호를 위한 폐기물 분리 작업 캠페인 개최 2020년 9월 불우 아동을 위한 기금 모금 캠페인 개최 2020년 8월 육류제품에 라벨링 부착 오류로 해당 제품 리콜 발생		
유사제품 정보		제품명	비어너아바테피틀 (Birnen Abate Fetel)
		종류	배
		용량	1kg
		원산지	아르헨티나

자료: 네토(Netto), 스태티스타(Statista), 비즈니스인사이드(Business Insider), 에데카(Edeka), 리사이클링매거진(Recycling Magazine), 르후어24(Ruhr24)

사진 자료: 네토(Netto), 슈퍼마켓인사이드(Supermarket Inside)

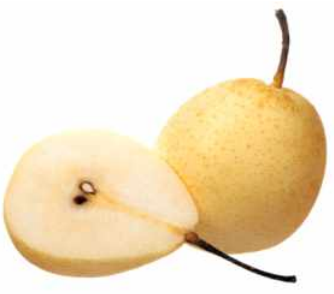
입점 및 협력 정보

입점 제품 특징	• 입점 가능 품목 - 식품: 차(茶)류, 즉석식품, 식용유, 소스류, 주류, 음료류, 신선식품, 소스류 등 - 일반: 생활용품, 유아용품, 패션용품, 화장품, 가구류 등 • 선호 제품 - 가격 경쟁력을 갖춘 제품 - 현지 공급업체 제품 • 특이사항 - 다양한 신선식품 판매		
입점 등록 절차	등록 유형	☒ 직접 등록	☐ 벤더 등록
	등록 방법 및 등록 정보	• 에데카 기업 홈페이지를 통한 입점 문의 - 기업 홈페이지(verbund.edeka) 접속하여 하단 Kontakt 클릭 - 정보 및 문의 내용 기입 - Produktion und Zulieferung 선택 (erbund.edeka/kontakt.html) - 홈페이지 기입 정보: 담당자명, 이메일 주소, 연락처 등	
	특이사항	• 중앙구매부서가 존재하지 않으며 각 지역 지사가 자체적으로 판매 제품군 결정(verbund.edeka/edeka-regionen) • 문의사항 연락처 - 이메일: info@netto-online.de - 전화: +49-(0)9471-3200	

자료: 네토(Netto), 에데카(Edeka)



② 알디(Aldi)

기업 기본 정보	기업명	알디(Aldi)	
	홈페이지	www.aldi.com	
	위치	에센(Essen)	
	규모	매출액('18)	약 303억 유로 (약 42조 7,596억 원)
		기타 규모	매장 수('18): 약 4,128개 ³⁰⁾
기업 요약	• 1914년 설립 • 1961년 첫 매장 오픈 • 알디 노드(Aldi Nord)와 알디 쥘트(Aldi SÜD)로 나뉘어 각각 북부, 남부 독일에서 매장 운영 • 중국, 미국을 포함한 19개국에서 매장 운영 • 다양한 자체 제작 브랜드 보유		
	 		
기업 최근 이슈	• 2020년 구직자 채용 전용 인스타그램 계정 생성 • 2020년 8월 다양한 비건 제품 광고 • 2021년까지 호주 사업장 확대 및 재생 가능한 에너지원 매장에 이용 • 중산층 공략을 위한 매장 데코레이션 및 상품 다양화 추진		
유사제품 정보		제품명	나시비어너 (Nashibirne)
		종류	배
		용량	(-)
		원산지	중국

자료: 알디(Aldi), 비즈니스인사이드(Business Insider), 스탯티스타(Statista), 이에스엠매거진(Esm Magazine), 베그코노미스트(Vegconomist) 푸드인스티튜트(Food Institute)
사진 자료: 알디(Aldi), 슈퍼마켓뉴스(Supermarket News)

30) 전 세계적으로 약 7,600개의 매장 보유

입점 및 협력 정보

입점 제품 특징	• 입점 가능 품목 - 식품: 신선식품, 차(茶)류, 유제품, 주류, 음료류, 건강식품, 소스류 등 - 일반: 유아용품, 가전제품, 화장품, 가구류, 잡화류 등 • 특이사항 - 매장마다 취급하는 지역 특산물이 다름 - 입점 제품의 가격 변동 시 사이트에서 확인 가능 - 높은 수준의 품질 기준 요함 - 장기적인 파트너십 선호	
	등록 유형	☒ 직접 등록 ☐ 벤더 등록
입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	• 홈페이지를 통한 직접 문의 - ALDI Nord 홈페이지 접속 ① 홈페이지 메뉴 상단 Kontakt 클릭 ② Kontakformular ALDI Nord 클릭하여 정보 기입 ③ 홈페이지 기입 정보: 담당자명, 이메일 주소, 전화번호 등 (aldi-nord.de/tools/kontakt-aldi-nord.html) - ALDI SÜD 홈페이지 접속 ① 홈페이지 메뉴 상단 FAQ 클릭 ② 정보 기입 및 입점 내용 작성하여 제출 ③ 홈페이지 기입 정보 : 담당자명, 연락처, 이메일 주소, 첨부파일 등 (aldi-sued.de/kontakt) • 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)
	등록 조건	• 높은 수준의 품질 기준 요함 • 장기적인 파트너 관계요함
	특이사항	• ALDI SÜD 문의사항 연락처 - 이메일: ze-qw@aldi-sued.de - 전화: +49-(0)208-9927-2537

자료: 알디(Aldi), 유통채널 담당자와의 인터뷰



③ 리들(Lidl)

기업 기본 정보	기업명	리들(Lidl)	
	홈페이지	www.lidl.de	
	위치	네카스울름(Neckarsulm)	
	규모	매출액('19)	약 951억 5,000만 달러 ³¹⁾ (약 113조 3,617억 원)
		기타 규모	매장 수('18): 약 3,300개
기업 요약	1973년 첫 매장 오픈 - 유럽 국가 포함한 총 29개국에 진출하여 약 1만 800여 개의 매장 운영 - 슈왈츠그룹(Schwarz Gruppe)의 자회사 - 알디(Aldi)와 경쟁구도		
	 		
기업 최근 이슈	2020년부터 자사 브랜드 제품에 공급자명을 언급하여 제품 출시 2020년 독일 12개 도시를 운행하는 'Next Level Meat' 트럭을 통해 비건 버거를 무료로 시음하는 행사 진행		
유사제품 정보		제품명	비어너구트루이즈 (Birne Gute Luise)
		종류	배
		용량	(-)
		원산지	독일

자료: 리들(Lidl), 리테일디테일(Retaildetail), 베그코노미스트(Vegconomist)

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

31) 독일, 미국, 유럽에 위치한 모든 매장을 포함한 수치

입점 및 협력 정보

입점 제품 특징	• 입점 가능 품목 - 식품: 신선식품, 차(茶)류, 스낵류, 주류, 음료류, 건강식품, 소스류 등 - 일반: 생활용품, 유아용품, 가전제품, 화장품, 가구류, 의류, 잡화류 등 • 선호 제품 - 유기농 제품 선호 • 특이사항 - 식료품 가격이 타 유통채널 대비 저렴한 편임		
	등록 유형	☒ 직접 등록 ☐ 벤더 등록	
입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	• 홈페이지 통한 문의 (www.lidl.de/de/contact) - 홈페이지 상단 메뉴 Service & Hilfe 클릭 - Kontakt 클릭하여 필요 정보 기입 후 제출 - 홈페이지 기입 정보 (담당자명, 이메일 주소, 전화번호, 첨부파일 등) • 유선 연락 혹은 이메일을 통한 입점 문의 - 등록 시 필요한 일반적 정보 ① 공급자 정보 (공급자 이름, 주소, 연락 담당자, 전화번호, 이메일 주소 등) ② 공급 제품 정보 (브랜드 이름, 제품 이름, 제품 사진, 판매 가격, 할인가, 소비자가격 등) ③ 참고자료 (회사소개서, 카탈로그 등)	
	등록 조건	온라인몰 입점과 매장 입점 중 선택	
	특이사항	• 문의사항 연락처 - 이메일: kontakt@lidl.de - 전화: +49-(0)800-43-53-361	

자료: 리들(Lidl), 유통채널 담당자와의 인터뷰

2) 하이퍼마켓/슈퍼마켓



① 에데카(Edeka)

기업 기본 정보	기업명	에데카(Edeka)	
	홈페이지	www.edeka.de	
	위치	함부르크(Hamburg)	
	규모	매출액('19)	약 97억 9,000만 유로 ³²⁾ (약 13조 8,157억 원)
		기타 규모	- 매장 수('19): 약 2,083개³³⁾ - 직원 수('19): 약 7만 3,792명³⁴⁾
기업 요약	- 에데카(Edeka) 그룹 자회사 - 에데카 마켓(Market), 센터(Center), 익스프레스(Express) 매장 형태로 운영 - 약 3,700개의 공급업체 보유, 각 매장별 현지 공급업체와 계약 체결 - 에데카24(EDEKA24) 홈페이지를 통해 온라인 서비스제공 - 독일 내 7개의 지역별 회사로 나누어 운영		
	 		
기업 최근 이슈	2020년 플라스틱 폐기물을 줄이기 위해 식품 특수 코팅 공정을 한 과일과 채소를 판매 2020년부터 환경 친화적인 종이로 제작한 영수증 발급		
유사제품 정보		제품명	비어너팩햄 (Birne Packham)
		종류	배
		용량	1kg
		원산지	이탈리아

자료: 에데카(Edeka), 칩365(Chip 365), 왓슨(Watson), 스태디스타(Statista)

사진 자료: 에데카(Edeka)

32) 에데카(Edeka) 그룹 통합 매출액

33) 에데카(Edeka) 마켓 및 독립 소매점을 포함함

34) 에데카(Edeka) 그룹 통합 직원 수

입점 및 협력 정보

입점 제품 특징	• 입점 가능 품목 - 식품: 신선식품, 차(茶)류, 스낵류, 식용유, 주류, 음료류, 소스류 등 - 일반: 유아용품, 가전제품, 화장품, 가구용품, 잡화류 등 • 선호 제품 - 유기농 제품 - 현지 제조업체의 제품		
	등록 유형	☒ 직접 등록	☒ 벤더 등록
입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	• 홈페이지를 통한 입점 문의 - 홈페이지 왼쪽 하단에 ‘Kontakt’ 클릭 - 홈페이지 기입 정보: 담당자명, 이메일 주소, 연락처 등 • 유선연락 또는 이메일을 통한 문의 - 등록 시 필요한 일반적 정보 ① 공급자 정보 (공급자 이름, 주소, 연락 담당자, 전화번호 및 이메일 주소 등) ② 공급 제품 정보 (브랜드 이름, 제품 이름, 제품 사진, 판매 가격, 할인가, 소비자 가격 등) ③ 참고자료 (회사소개서, 카탈로그 등)	
	특이사항	• 중앙구매부서가 존재하지 않으며 각 지역 지사가 자체적으로 판매 제품군 결정 (verbund.edeka/edeka-regionen) • 문의사항 연락처 이메일: info@edeka.de 전화: +49-(0)49-40-63-77-0	
벤더 리스트	• Orkidia(식품 브로커) - 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), 올키디아(Orkidia), 유통채널 담당자와의 인터뷰



② 파밀라(Famila)

기업 기본 정보	기업명	파밀라(Famila)	
	홈페이지	- www.famila-nordost.de - www.famila-nordwest.de	
	위치	킬(Kiel)	
	규모	매출액('19)	약 53억 5,976만 달러 (약 6조 3,856억 원)
		기타 규모	- 매장 수('20): 약 200개 - 직원 수('20): 약 7,000명
기업 요약	- 북동파밀라는 바어텔스랑네스(Bartels-Langness)기업이, 북서 파밀라는 분팅(Bünting) 기업이 운영하는 자회사로, 북동 파밀라 규모가 더 큼 - 평균 매장 당 약 40,000개 판매 제품 중 900여개의 제품 할인 판매 - 자사 소시지 및 육류 제조업체 보유 - 주로 북부 독일에 제조시설 보유 - 각 매장마다 지역 특산물 판매		
	 		
기업 최근 이슈	2020년 5유로 사용 시 1포인트를 지급하는 로열티 프로그램 진행 2020년 Geesthacht 매장 리뉴얼 후 오픈		
유사제품 정보		제품명	아바테피틀 (Abate Fetel)
		종류	배
		용량	1kg
		원산지	이탈리아

자료: 파밀라(Famila), 크가이자이통 보헨블래트(Kreizeitung Wochenblaatt), 디앤비(DnB), 유로모니터(Euromonitor)

사진 자료: 파밀라(Famila), 트레베스(Trebes)

입점 및 협력 정보

입점 제품 특징	• 입점 가능 품목 - 식품: 음료류, 면류, 차(茶)류, 스낵류, 소스류, 즉석식품, 곡류, 식용유 등 - 일반: 유아용품, 주방용품, 위생용품, 의약품 등 • 특이사항 - 소비자의 폭넓은 선택을 위한 다양한 브랜드의 식품을 취급하고자 함 - 현지 생산 제품 선호		
	등록 유형	☒ 직접 등록	☐ 벤더 등록
입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	• 홈페이지 통해 직접 등록 - 북서 파밀라(Famila Nordwest) 홈페이지 상단 메뉴 Kontakt 클릭하여 양식 작성하여 입점 문의 제출 - 홈페이지 기입정보: 담당자명, 이메일, 전화번호 등 (famila-nordwest.de/kontakt) - 북동 파밀라(Famila Nordost) 홈페이지 상단 메뉴 옆 메일 아이콘 클릭 - Produktanfrage(제품 문의) 선택 후, 양식 내용 작성 및 제출 - 홈페이지 기입정보: 담당자명, 이메일, 전화번호, 첨부파일 등 (famila-nordost.de/unternehmen/kontakt) • 로컬 에이전트를 통한 등록	
	특이사항	• 문의사항 연락처 - 이메일: info@famila-nordwest.de (북서) info@buenting.de (분팅 그룹) - 전화: +49-(0)800-777-22-33 (북서) +49-(0)800-266-24-00 (북동)	
벤더 리스트	• Markan(식품 브로커) - 홈페이지 : www.markant.com - 전화번호 : +41-(0)58-450-24-00 / 이메일: info@markant.com - 기업소개 : 파밀라 포함한 다양한 유통업체 납품 및 판매 활동지원		

자료: 파밀라(Famila), 유통채널 담당자와의 인터뷰



③ 레베(Rewe)

기업 기본 정보	기업명	레베(Rewe)	
	홈페이지	www.rewe.de	
	위치	켈른(Cologne)	
	규모	매출액('19)	약 159억 7,000만 유로 ³⁵⁾ (약 22조 5,370억 원)
		기타 규모	매장 수('19): 약 5,963개 ³⁶⁾
기업 요약	• 1926년 설립 • 레베(Rewe) 그룹의 자회사 • 레베, 레베시티(Rewe City), 레베센터(Rewe Center) 3가지 종류의 매장 운영 • 자사 유기농 브랜드 보유 • 상하이, 방콕, 홍콩 등 지역 구매 관리 본부를 통해 다양한 아시아 식품 수입		
	 		
기업 최근 이슈	• 2020년 Magdeburg-Ottersleben 지역에 새로운 매장 개설 • 2020년 플라스틱 폐기물을 줄이기 위해 유기농 과일, 채소에 플라스틱 포장 금지		
유사제품 정보		제품명	비어네본트 (Birne Bunt)
		종류	배
		원산지	벨기에

자료: 레베(Rewe), 비즈니스인사이드(Businessinsider), 복스타임(Volksstimme), 칩365(Chip 365), 유로모니터(Euromonitor)

사진 자료: 레베(Rewe)

35) 레베그룹(Rewe Group)의 독일 내 유통 매출액

36) 독일 내 매장 수에 한함

입점 및 협력 정보

입점 제품 특징	• 입점 가능 품목 - 식품: 신선식품, 면류, 곡물류, 차(茶)류, 유제품, 소스류, 음료류, 식용유, 주류 등 - 일반: 유아용품, 생활용품, 주방용품 등 • 선호 제품 - 패키지 형태의 상품 - 유기농 제품 - 신선제품 • 특이사항 - 온라인 몰 내에서 제공되는 유기농 제품의 경우 유기농 마크가 표시되어 있음		
입점 등록 절차	등록 유형	☒ 직접 등록	☒ 벤더 등록
	등록 방법 및 등록 정보	• 유선 연락 또는 이메일 통한 입점 문의 - 구매부로 문의하여 'Invitation' 수신 후 회사 정보 기입 - 이메일로 입점 가능 여부 및 포탈 사용안내 회신 - 등록 시 필요한 일반적 정보 ① 공급자 정보 (공급자 이름, 주소, 연락 담당자, 전화번호, 이메일 주소 등) ② 공급 제품 정보 (브랜드 이름, 제품 이름, 제품 사진, 판매 가격, 할인가, 소비자가격 등) ③ 참고자료 (회사소개서, 카탈로그 등) • 로컬 에이전트를 통한 등록	
	특이사항	• 문의사항 연락처 - 이메일: support@supplier.rewe-group.com - 전화: +49-(0)221-149-0	
벤더 리스트	• Orkidia(식품 브로커) - 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), 올키디아(Orkidia), 유통채널 담당자와의 인터뷰

3) 한인마트



① 한독(Handok)

기업 기본 정보	기업명	한독(Handok)		
	홈페이지	handokmall.kr		
	위치	헤센(Hessen)		
	규모	기타 규모	매장 수('20): 2개	
	기업 요약	• 온라인몰을 중심으로 운영 • 회원제 운영 • 독일 내 50유로 이상 구매 시 배송비 무료 지원 • 오버우어젤, 프랑크푸르트에서 매장 운영		
기업 최근 이슈	 			
	• 2020년 오버우어젤(Oberursel) 본점은 코로나19로 인해 4월 13일까지 임시 휴업 • 2020년 온라인에서 100유로 이상 구매 시 5% 할인 프로모션 진행			
유사제품 정보			제품명	신고배
			종류	배
			원산지	중국

자료: 한독(Handok)

사진 자료: 한독(Handok)

입점 및 협력 정보

입점 제품 특징	• 입점 가능 품목 - 식품: 신선식품, 육류, 곡류, 김치류, 반찬류, 즉석식품, 냉동식품, 스낵류, 캔디류, 차류, 장류 등 - 일반: 화장품, 주방용품, 가전제품, 욕실용품 등 • 특이사항 - 냉장, 냉동식품의 경우 5유로 추가비용 지불 시 익스프레스 배송 서비스 제공 - 타임세일 품목 제공하여 유통기한 임박한 제품을 저렴하게 판매 - 명절 선물세트 판매 - 내수용 제품 카테고리 보유		
입점 등록 절차	등록 유형	☒ 직접 등록	☐ 벤더 등록
	등록 방법 및 등록 정보	• 이메일 또는 유선 연락을 통한 입점 문의 - 등록 시 필요한 일반적 정보 ① 공급자 정보 (공급자 이름, 주소, 연락 담당자, 전화번호, 이메일 주소 등) ② 공급 제품 정보 (브랜드 이름, 제품 이름, 제품 사진, 판매 가격, 할인가, 소비자가격 등) ③ 참고자료 (회사소개서, 카탈로그 등)	
	특이사항	• 문의사항 연락처 - 이메일: handokmall@gmail.com - 전화: +49-(0)6196-5256910	

자료: 한독(Handok), 유통채널 담당자와의 인터뷰

HANARO MARKT
 BY KIM'S ASIA

② 하나로마켓(Hanaro Markt)

기업 기본 정보	기업명	하나로마켓(Hanaro Markt)	
	홈페이지	www.kimsasia.de/deutsch/hanaro-supermarkt	
	위치	뒤셀도르프(Düsseldorf)	
	규모	기타 규모	매장 수('20): 1개
	기업 요약	• 2013년 설립된 김스아시아(Kim 's Asia Import Export GmbH³⁷⁾ 기업의 한인마트 • 주로 한국, 일본 제품을 수입하여 판매 • 4000개 이상의 제품을 판매 • 자체 유통 물류 시스템 보유 • 온라인 매장 보유하여 배송 서비스 진행	
기업 최근 이슈	 		
	• 2020년 한국 천안배 판매		
유사제품 정보		제품명	배
		종류	배
		원산지	대한민국

자료: 김스아시아(Kimsasia)

사진 자료: 벤토다이수키(Bento Daisuki), 엘프(Yelp)

37) 유럽 전역에서 활동하는 한국산, 일본산 제품의 도매업체

입점 및 협력 정보

입점 제품 특징	• 입점 가능 품목 - 식품: 신선식품, 냉동식품, 건조식품, 해산물류, 유제품, 곡물류, 주류 등 - 일반: 주방용품, 육식용품 등 • 선호제품 - 한국산, 일본산 제품 • 특이사항 - 한국 반찬류 판매 - 초밥류 판매		
입점 등록 절차	등록 유형	☒ 직접 등록	☐ 벤더 등록
	등록 방법 및 등록 정보	• 이메일 또는 유선 연락을 통한 입점 문의 - 등록 시 필요한 일반적 정보 ① 공급자 정보 (공급자 이름, 주소, 연락 담당자, 전화번호, 이메일 주소 등) ② 공급 제품 정보 (브랜드 이름, 제품 이름, 제품 사진, 판매 가격, 할인가, 소비자가격 등) ③ 참고자료 (회사소개서, 카탈로그 등)	
	특이사항	• 문의사항 연락처 - 이메일: info@kimsasia.com - 전화: +49-(0)2182-82-890-0 - 영업시간: 오전 9시 30분 - 오후 8시	

자료: 김스아시아(Kimsasia) 홈페이지



③ 와이마트(Y-Mart)

기업 기본 정보	기업명	와이마트(Y-Mart)		
	홈페이지	www.y-mart.de		
	위치	프랑크푸르트(Frankfurt)		
	규모	기타 규모	매장 수('20): 1개	
	기업 요약	- 독일 내 대형 한인마트 - 깨끗하고 깔끔한 매장 - 제품의 90% 이상이 한국제품이며 한국산 신제품도 많이 판매 - 다양한 한국 제품 판매 - 한국산 꿀배 판매 		
기업 최근 이슈	2020년 8월 한국산 즉석밥 20% 할인 행사 진행			
유사제품 정보		제품명	꿀배	
		종류	배	
		원산지	대한민국	

자료: 와이마트(Y-Mart)

사진 자료: 류코(Ryukoch), 와이마트(Y Mart)

입점 및 협력 정보

입점 제품 특징	• 입점 가능 품목 - 식품: 신선식품, 육류, 가공식품, 냉동식품, 즉석식품, 디저트류, 스낵류, 반찬류 등 - 일반: 식기류, 생활용품 등 • 특이사항 - 한국 반찬류 판매 - 다양한 한국 조리식품, 가정식 판매		
입점 등록 절차	등록 유형	☒ 직접 등록	☐ 벤더 등록
	등록 방법 및 등록 정보	• 이메일 또는 유선 연락을 통한 입점 문의 - 등록 시 필요한 일반적 정보 ① 공급자 정보 (공급자 이름, 주소, 연락 담당자, 전화번호, 이메일 주소 등) ② 공급 제품 정보 (브랜드 이름, 제품 이름, 제품 사진, 판매 가격, 할인가, 소비자가격 등) ③ 참고자료 (회사소개서, 카탈로그 등)	
	특이사항	• 문의사항 연락처 - 이메일: info@y-mart.de - 전화: +49-(069)-3003-899-0 - 영업시간: 오전 8시30분 - 오후7시	

자료: 와이마트(Y-Mart)

4) 백화점

KaDeWe

① 카데베(Kadewe)

기업 기본 정보	기업명	카데베(Kadewe)		
	홈페이지	www.kadewe.de		
	위치	베를린(Berlin)		
	규모	매출액('19)	약 4억 4,304만 달러 (약 5,278억 3,786만 원)	
		기타 규모	매장 수('19): 1개	
	기업 요약	• 1907년 설립 • 시그나(Signa) 기업과 센트럴(Central) 기업 공동 운영 • 일평균 매장 방문고객 5만 명 이상 • 2016년 인테리어 보수 공사 진행 • 식료품 판매 코너 및 레스토랑은 6층에 위치해있으며, 최근 리뉴얼 후 오픈		

		
--	--	---

기업 최근 이슈	• 2021년 온라인 매장 오픈 예정 • 2020년 9월 해산물 제품에 대한 20% 할인 행사 진행 • 2020년 코로나19 이후 매장 폐쇄했다가 5월 재개장		
-------------	--	--	--

유사제품 정보		제품명	비어네구트루이즈 (Birne Gute Luise)	
		종류	배	
		원산지	이탈리아	

자료: 카데베(Kadewe), 유로모니터(Euromonitor), 베를리너모건포스트(Berliner Morgenpost), 어반랜드(Urbandland), 온라인핸들러(Onlinehaendler), 카데베(Kadewe) 페이스북
사진 자료: 카데베(Kadewe), 스페셜티푸드(Specialty Food), 산루카르(Sanlucar)

입점 및 협력 정보

입점 제품 특징	• 입점 가능 품목 - 식품: 신선식품, 유제품, 캔디류, 차(茶)류, 음료류, 스낵류, 주류 등 - 일반: 생활용품, 유아용품, 가전제품, 화장품, 가구, 의류, 잡화 등 • 선호제품 - 프리미엄 제품 • 특이사항 - 산루카르 식료품 매장이 백화점에 입점해 있음		
입점 등록 절차	등록 유형	☒ 직접 등록	☐ 벤더 등록
	등록 방법 및 등록 정보	• 홈페이지 통한 입점 문의(www.kadewe.de/kontakt) - 홈페이지 언어 영어로 변경 후 홈페이지 하단 CONTACT 클릭 - 필요 정보 기입 후 제출 - 홈페이지 기입 정보 : 담당자명, 이메일 주소, 전화번호, 문의 내용 등 • 이메일 또는 유선 연락을 통한 입점 문의 - 등록 시 필요한 일반적 정보 ① 공급자 정보 (공급자 이름, 주소, 연락 담당자, 전화번호, 이메일 주소 등) ② 공급 제품 정보 (브랜드 이름, 제품 이름, 제품 사진, 판매 가격, 할인가, 소비자가격 등) ③ 참고자료 (회사소개서, 카탈로그 등)	
	특이사항	• 문의사항 연락처 - 이메일: service@kadewe.de - 전화: +49-30-2121-0	

자료: 카데베(Kadewe), 유통채널 담당자와의 인터뷰

V. 통관·검역(Customs·Quarantine)

1. 독일 신선 배 인증 취득
2. 독일 신선 배 사전 절차
3. 독일 신선 배 라벨 심의
4. 독일 신선 배 서류 준비
5. 독일 신선 배 세금 납부
6. 독일 신선 배 검역 심사 절차
7. 독일 관련 규제 정보

1. 독일 신선 배 인증 취득

인증 취득

독일로 제품 수출 시,
필요하거나 선택 가능한
인증 정보 제공

신선 배

신선 배 품목은
신선농산물로 분류하여
해당하는 정보를 제공함

▶ 독일 수입 신선농산물 ‘적용 받는 강제 인증 無’

독일로 수출하고자 하는 신선농산물이 현지 진출 시 꼭 취득해야 하는 강제 식품 인증은 없는 것으로 확인됨. 그러나 신선농산물 수출 시 생산 과정에 대한 위생 관리 계획과 관련 정보들을 제출해야 하는데, 이러한 위생 관리 기준은 HACCP에 준하는 수준에서의 위생 요건을 요구하고 있음. ISO 22000 인증 등의 기타 인증도 HACCP의 기준을 포함하는 위생 관리 인증을 부여하고 있기 때문에 독일을 포함한 EU 역내로 식품 수출 시 해당 인증을 취득하는 것이 효과적임

[표 5.1] 독일 식품 인증 취득

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

자료: 각 인증기관

[표 5.2] 독일 식품 인증 취득

	절차	기간
	서류	비용
HACCP	서류제출>서류심사>현장 확인 및 심사>판정>인증	40일
	신청서, 식품안전관리인증계획서, 영업/사업자 등록증 등	20만 원
	절차	기간
	서류	비용
ISO 22000	서류제출>인증계약>계획통보>서류심사>현장심사>시정 조치>인증 심의>인증>사후관리심사>갱신 심사	-
	신청서, 인증기관에서 요청하는 서류 등	120~130만 원
	절차	기간
	서류	비용
IFS	인증의뢰>사전심사>현장심사>부적합 사항 시정 조치>인증발급	약 24주
	신청서 등	약 900~1,000만 원
	절차	기간
	서류	비용
BRC Food Safety	인증의뢰>사전심사>현장심사>부적합 사항 시정 조치>인증발급	-
	신청서, 식품안전 및 품질에 관한 매뉴얼 등	약 900~1,000만 원
	절차	기간
	서류	비용
FSSC 22000	서류제출>1차 현장 평가>2차 현장 평가>인증>사후관리 심사	-
	신청서, 회사 정보, 기 취득 인증 등	500~600만 원
	절차	기간
	서류	비용
GMP	서류제출>서류검토>현지확인 및 시설조사>판정>허가증 발급	14~20일
	신청서, 품질관리인 선임신고서, 품질 관리실의 기계기구류 목록 등	5~20만 원

자료: 각 인증기관

▶ 한국 유기농 인증, 독일 시장에서 ‘동일하게 적용 가능’

독일로 유기농 식품을 수출하기 위해서는 EU에서 발급하고 있는 유기농 인증을 획득해야 함. 해당 인증은 유럽연합 집행위원회(EC, European Commission)가 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 제출해야 함

[표 5.3] 한국 유기농인증 상호동등성협정 정보

적용 규제		유럽연합 집행위원회(EC), 「No.2020/25」, 2020	
인증명	발급 기관	정보	인증 Mark
EU Organic	유럽연합 집행위원회 지정 인증기관	95% 이상 유기농 원료를 사용해야 함	
동등성 인정 요건			
• 한국(또는 유럽연합)의 규정에 따라 유기농 인증을 받고, 양국 내에서 최종 가공된 식품 • 가공식품의 범위는 수입국의 분류기준 적용 • 95% 이상 유기농 원료를 함유할 것 • 화학합성 농약, 유전자변형농산물, 방사선 조사 등 금지된 물질(방법)은 사용할 수 없으며, 통관 및 유통과정에서의 금지물질에 대한 검사 및 후속조치는 수입국의 규정을 적용			
독일 수입 요건			
• 검사증명서(Certificate of Inspection) 제출 - EU Trace(Trade Control and Expert System)³⁸⁾를 통해 신청 가능 - 화물이 원산지나 수출국을 출발하기 전에 발급			
라벨 사용			
• 라벨에 대한 표시사항은 EU의 유기농 인증 표시 규정을 따를 것 • 로고의 크기는 13.5mm*9mm보다 작으면 안 되나, 패키지가 작은 경우 9mm*6mm의 사이즈로 표기 가능 • 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

38) webgate.ec.europa.eu/cfcas3/tracesnt-webhelp/Content/Home.htm

2. 독일 신선 배 사전 절차

사전 절차

독일로 제품 수출 시,
품목에 대한 사전 규제 및
심사제도 정보 제공

신선 배

신선 배 품목은
신선농산물로 분류하여
해당하는 정보를 제공함

- ▶ 독일 신선농산물 수출을 위해 사전 심사 ‘불필요’
- ▶ 독일 신선농산물의 분류 확인을 위해 사전 ‘BTI 신청 가능’

BTI(Binding Tariff Information)란 EU로 제품을 수입하기 전, 제품의 HS CODE 품목 분류와 관세율을 사전에 확인하기 위한 절차임. EU 국가 중 수입을 진행하고자 하는 국가의 세관을 통해서 신청할 수 있으며 현지에 사무실을 두고 있는 경우에는 해당 지역을 담당하고 있는 세관을 통해 신청할 수 있음

BTI 확인 심사는 수입을 진행하는 과정에서 필수적으로 부과되는 심사는 아니며, 수입 시 동 품목에 대한 HS CODE 분류를 명확하게 확인하여 원활한 통관을 진행할 수 있도록 하는 사전 절차임

[표 5.4] 독일(EU) 사전 심사

적용 규제	(EU) No 952/2013 규정에 대한 추가 규정 ‘COMMISSION DELEGATED REGULATION (EU) 2016/341’
발행 기관	- 통관을 진행하고자 하는 국가의 세관 - 현지에 사무실 또는 법인이 설립되어 있는 경우 통관 절차가 진행되는 국가와 관계없이 해당 기업의 법인이 설립되어 있는 국가의 세관
서류	- BTI 신청 서류 (트레이드 포털 통해 신청) - 수출/수입 거래를 계획하고 있을 경우에만 신청 - 여러 개의 제품인 경우 각각의 제품 타입 별로 별도 신청 - 이미지, 샘플(가능한 경우)을 포함한 자세한 제품 정보 기재 - 해당 제품의 전 정보를 정확하게 제공해야 함
비용	무료(번역, 전문가 자문 등이 진행되는 경우 해당 비용은 신청자에 청구)

자료 : 유럽연합 집행위원회(EC)

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

수출입업자 사전 세관 등록(EORI, Economic Operators Registration and Identification)이란 EU로 통관을 진행하고자 하는 개인 또는 사업자가 통관 절차를 진행하기 위해 부여받게 되는 번호를 의미함. 현지에서 직접 통관을 진행해야 하는 수출업체의 경우 세관 등록을 통해 등록번호를 부여받아야 함. 등록번호는 EU 역내에서 공통적으로 사용되기 때문에 한 번 등록하면 다른 국가에서도 사용 가능함

공인경제운영자(AEO, Authorized Economic Operator)제도는 인증 기업의 통관 절차를 간소화하기 위한 사전 등록 절차이며 AEOC, AEOS 두 가지 인증으로 구분됨. AEOC(Customs Simplification)는 세관 절차의 간소화를 위한 인증이며 AEOS(Security and Safety)는 무역 안전을 위한 인증임. 두 인증을 모두 갖춘 경우에는 AEOF(Full)가 부여됨. 한국 관세청에서 ‘수출입안전관리우수공인업체’라는 명칭으로 운영되고 있으나, EU와는 상호인정약정(MRA, Mutual Recognition Arrangement)이 체결되어 있지 않아 국내 등록은 EU에서 인정받지 못함

[표 5.5] 독일(EU) 수출입업자 세관 등록(EORI) 정보

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

자료 : 유럽연합 집행위원회(EC), 독일 연방관세청(ZOLL)

[표 5.6] 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	- EU 회원국의 통관 담당 기관 - 한국 관세청
분류	- 통관 원활화 - 서류 및 샘플 검사에 대한 간소화 - 통관 절차 수행 시 수행 내용에 대한 사전 공지

자료 : 유럽연합 집행위원회(EC)

▶ 신선농산물 수출을 위해 식물위생증명서 필수

독일로 신선 배를 수출하기 위해서는 먼저 농림축산검역본부에서 실시하는 수출식물검역절차를 거쳐야 함. 농림축산검역본부는 심사 및 검역을 거쳐 해당 제품이 수입국의 식품안전 요건에 적합하다고 판단되면 식물위생증명서(Phytosanitary Certificate, PC)를 발급함. 독일의 식물 수입관리 제도에 따르면 대부분 수출국 정부에서 발행한 검역증명서가 있는 경우 이를 인정하여 독일에서의 검역을 면제함

신선 배 품목의 검역은 유럽연합 집행위원회(EC) 시행규정 EU 2019/2072의 부록 VII, 64와 65번에 따라 시행되며 일부 해충들에 대한 접촉이 없어야 함

[표 5.7] 식물위생증명서 발급

발급기관	농림축산검역본부 식물검역부 수출지원과
적용 규제	농림축산검역본부 「제2019-71호」, 2019 일부 개정
신청 방법	인터넷, 우편, FAX, 방문접수
발급 절차	신청서 작성 → 서류심사 → 현장검역 → 실험실 정밀검역 → 합격 시 증명서 발급

자료 : 농림축산검역본부

3. 독일 신선 배 라벨 심의

▶ 독일 신선농산물 라벨 규정

[표 5.8] 독일 신선농산물 라벨 관리 규정

● 라벨 심의	적용 규제 EU Regulation No. 543/2011																		
독일로 제품 수출 시, 요구되는 제품에 대한 라벨 규정 정보 제공	세부 규정 Article 3, Marketing Standards																		
● 신선 배	<table> <tr> <td data-bbox="671 640 815 786"> 라벨 표기사항 (수출용 포장 상자) </td><td data-bbox="863 580 1401 842"> • 생산물의 이름 및 품종(외부에서 보이지 않는 경우) • 원산지 • 등급 및 크기 • 포장업체 또는 발송업체 이름 및 주소 • GLOBAL G.A.P. 인증을 받은 경우, 추적용 로트번호 또는 GGN(Global GAP Number) (권장) • 수확 후 처리내용 </td></tr> <tr> <td data-bbox="671 981 815 1086"> 라벨 표기사항 (소매용 포장) </td><td data-bbox="863 869 1401 1205"> • 제품명 • 원산지 • 생산자/포장업체/수입업체/판매자의 이름 및 주소 • 중량 • 유통기한 • 생산자 식별 번호 또는 로트 번호 • 첨가제 및 수확 후 포함한 성분 목록(해당 시) • 알러지 유발 성분표기(해당 시) • 그 외 제품 등급, 용량 등 </td></tr> <tr> <td data-bbox="536 1218 632 1247"> 세부 내용 </td><td data-bbox="863 1218 1401 1892"> <table> <tr> <td data-bbox="871 1256 967 1285"> 표기 언어 </td><td data-bbox="1015 1218 1401 1330"> 독일어로 표기되어야 하며, 필요 시 EU의 공식 언어 중 하나 이상의 언어로 세부 사항을 제공해야 함 </td></tr> <tr> <td data-bbox="871 1357 967 1386"> 글자 크기 </td><td data-bbox="1015 1330 1401 1420"> 스티커 형태의 라벨 부착 가능 의무사항 글자 크기는 최소 1.2mm이어야 함 단, 제품 면적이 80cm² 미만의 경우 글자크기는 최소 0.9mm이상이어야 함 </td></tr> <tr> <td data-bbox="871 1447 967 1476"> 제품명 </td><td data-bbox="1015 1420 1401 1509"> 정식 명칭으로 기재하되 필요 시 식품의 속성을 설명하는 명칭(Descriptive name)의 사용이 가능함 </td></tr> <tr> <td data-bbox="871 1559 967 1588"> 중량 </td><td data-bbox="1015 1509 1401 1621"> 리터(l), 센티리터(cl), 밀리리터(ml), 킬로그램(kg), 그램(g)을 포함하여 적절한 단위와 함께 표기해야 함 음료는 순중량으로 표기해야 함 </td></tr> <tr> <td data-bbox="871 1671 967 1700"> 원료 </td><td data-bbox="1015 1621 1401 1756"> 완제품의 5%이상의 원료에 한해 순중량 순으로 기재해야 함 2% 넘지 않는 성분은 뒤쪽에 표기 가능함 백분율로 표기해야 함 </td></tr> <tr> <td data-bbox="871 1805 967 1834"> 유통기한 </td><td data-bbox="1015 1756 1401 1892"> 섭취기한: Best before, Best before end와 같은 문구와 함께 '일, 월, 연도'를 기재해야 함 최소보존일: Use by와 같은 문구와 함께 '일,월,연도'를 기재해야 함 </td></tr> </table> </td></tr> </table>	라벨 표기사항 (수출용 포장 상자)	• 생산물의 이름 및 품종(외부에서 보이지 않는 경우) • 원산지 • 등급 및 크기 • 포장업체 또는 발송업체 이름 및 주소 • GLOBAL G.A.P. 인증을 받은 경우, 추적용 로트번호 또는 GGN(Global GAP Number) (권장) • 수확 후 처리내용	라벨 표기사항 (소매용 포장)	• 제품명 • 원산지 • 생산자/포장업체/수입업체/판매자의 이름 및 주소 • 중량 • 유통기한 • 생산자 식별 번호 또는 로트 번호 • 첨가제 및 수확 후 포함한 성분 목록(해당 시) • 알러지 유발 성분표기(해당 시) • 그 외 제품 등급, 용량 등	세부 내용	<table> <tr> <td data-bbox="871 1256 967 1285"> 표기 언어 </td><td data-bbox="1015 1218 1401 1330"> 독일어로 표기되어야 하며, 필요 시 EU의 공식 언어 중 하나 이상의 언어로 세부 사항을 제공해야 함 </td></tr> <tr> <td data-bbox="871 1357 967 1386"> 글자 크기 </td><td data-bbox="1015 1330 1401 1420"> 스티커 형태의 라벨 부착 가능 의무사항 글자 크기는 최소 1.2mm이어야 함 단, 제품 면적이 80cm² 미만의 경우 글자크기는 최소 0.9mm이상이어야 함 </td></tr> <tr> <td data-bbox="871 1447 967 1476"> 제품명 </td><td data-bbox="1015 1420 1401 1509"> 정식 명칭으로 기재하되 필요 시 식품의 속성을 설명하는 명칭(Descriptive name)의 사용이 가능함 </td></tr> <tr> <td data-bbox="871 1559 967 1588"> 중량 </td><td data-bbox="1015 1509 1401 1621"> 리터(l), 센티리터(cl), 밀리리터(ml), 킬로그램(kg), 그램(g)을 포함하여 적절한 단위와 함께 표기해야 함 음료는 순중량으로 표기해야 함 </td></tr> <tr> <td data-bbox="871 1671 967 1700"> 원료 </td><td data-bbox="1015 1621 1401 1756"> 완제품의 5%이상의 원료에 한해 순중량 순으로 기재해야 함 2% 넘지 않는 성분은 뒤쪽에 표기 가능함 백분율로 표기해야 함 </td></tr> <tr> <td data-bbox="871 1805 967 1834"> 유통기한 </td><td data-bbox="1015 1756 1401 1892"> 섭취기한: Best before, Best before end와 같은 문구와 함께 '일, 월, 연도'를 기재해야 함 최소보존일: Use by와 같은 문구와 함께 '일,월,연도'를 기재해야 함 </td></tr> </table>	표기 언어	독일어로 표기되어야 하며, 필요 시 EU의 공식 언어 중 하나 이상의 언어로 세부 사항을 제공해야 함	글자 크기	스티커 형태의 라벨 부착 가능 의무사항 글자 크기는 최소 1.2mm이어야 함 단, 제품 면적이 80cm² 미만의 경우 글자크기는 최소 0.9mm이상이어야 함	제품명	정식 명칭으로 기재하되 필요 시 식품의 속성을 설명하는 명칭(Descriptive name)의 사용이 가능함	중량	리터(l), 센티리터(cl), 밀리리터(ml), 킬로그램(kg), 그램(g)을 포함하여 적절한 단위와 함께 표기해야 함 음료는 순중량으로 표기해야 함	원료	완제품의 5%이상의 원료에 한해 순중량 순으로 기재해야 함 2% 넘지 않는 성분은 뒤쪽에 표기 가능함 백분율로 표기해야 함	유통기한	섭취기한: Best before, Best before end와 같은 문구와 함께 '일, 월, 연도'를 기재해야 함 최소보존일: Use by와 같은 문구와 함께 '일,월,연도'를 기재해야 함
라벨 표기사항 (수출용 포장 상자)	• 생산물의 이름 및 품종(외부에서 보이지 않는 경우) • 원산지 • 등급 및 크기 • 포장업체 또는 발송업체 이름 및 주소 • GLOBAL G.A.P. 인증을 받은 경우, 추적용 로트번호 또는 GGN(Global GAP Number) (권장) • 수확 후 처리내용																		
라벨 표기사항 (소매용 포장)	• 제품명 • 원산지 • 생산자/포장업체/수입업체/판매자의 이름 및 주소 • 중량 • 유통기한 • 생산자 식별 번호 또는 로트 번호 • 첨가제 및 수확 후 포함한 성분 목록(해당 시) • 알러지 유발 성분표기(해당 시) • 그 외 제품 등급, 용량 등																		
세부 내용	<table> <tr> <td data-bbox="871 1256 967 1285"> 표기 언어 </td><td data-bbox="1015 1218 1401 1330"> 독일어로 표기되어야 하며, 필요 시 EU의 공식 언어 중 하나 이상의 언어로 세부 사항을 제공해야 함 </td></tr> <tr> <td data-bbox="871 1357 967 1386"> 글자 크기 </td><td data-bbox="1015 1330 1401 1420"> 스티커 형태의 라벨 부착 가능 의무사항 글자 크기는 최소 1.2mm이어야 함 단, 제품 면적이 80cm² 미만의 경우 글자크기는 최소 0.9mm이상이어야 함 </td></tr> <tr> <td data-bbox="871 1447 967 1476"> 제품명 </td><td data-bbox="1015 1420 1401 1509"> 정식 명칭으로 기재하되 필요 시 식품의 속성을 설명하는 명칭(Descriptive name)의 사용이 가능함 </td></tr> <tr> <td data-bbox="871 1559 967 1588"> 중량 </td><td data-bbox="1015 1509 1401 1621"> 리터(l), 센티리터(cl), 밀리리터(ml), 킬로그램(kg), 그램(g)을 포함하여 적절한 단위와 함께 표기해야 함 음료는 순중량으로 표기해야 함 </td></tr> <tr> <td data-bbox="871 1671 967 1700"> 원료 </td><td data-bbox="1015 1621 1401 1756"> 완제품의 5%이상의 원료에 한해 순중량 순으로 기재해야 함 2% 넘지 않는 성분은 뒤쪽에 표기 가능함 백분율로 표기해야 함 </td></tr> <tr> <td data-bbox="871 1805 967 1834"> 유통기한 </td><td data-bbox="1015 1756 1401 1892"> 섭취기한: Best before, Best before end와 같은 문구와 함께 '일, 월, 연도'를 기재해야 함 최소보존일: Use by와 같은 문구와 함께 '일,월,연도'를 기재해야 함 </td></tr> </table>	표기 언어	독일어로 표기되어야 하며, 필요 시 EU의 공식 언어 중 하나 이상의 언어로 세부 사항을 제공해야 함	글자 크기	스티커 형태의 라벨 부착 가능 의무사항 글자 크기는 최소 1.2mm이어야 함 단, 제품 면적이 80cm² 미만의 경우 글자크기는 최소 0.9mm이상이어야 함	제품명	정식 명칭으로 기재하되 필요 시 식품의 속성을 설명하는 명칭(Descriptive name)의 사용이 가능함	중량	리터(l), 센티리터(cl), 밀리리터(ml), 킬로그램(kg), 그램(g)을 포함하여 적절한 단위와 함께 표기해야 함 음료는 순중량으로 표기해야 함	원료	완제품의 5%이상의 원료에 한해 순중량 순으로 기재해야 함 2% 넘지 않는 성분은 뒤쪽에 표기 가능함 백분율로 표기해야 함	유통기한	섭취기한: Best before, Best before end와 같은 문구와 함께 '일, 월, 연도'를 기재해야 함 최소보존일: Use by와 같은 문구와 함께 '일,월,연도'를 기재해야 함						
표기 언어	독일어로 표기되어야 하며, 필요 시 EU의 공식 언어 중 하나 이상의 언어로 세부 사항을 제공해야 함																		
글자 크기	스티커 형태의 라벨 부착 가능 의무사항 글자 크기는 최소 1.2mm이어야 함 단, 제품 면적이 80cm² 미만의 경우 글자크기는 최소 0.9mm이상이어야 함																		
제품명	정식 명칭으로 기재하되 필요 시 식품의 속성을 설명하는 명칭(Descriptive name)의 사용이 가능함																		
중량	리터(l), 센티리터(cl), 밀리리터(ml), 킬로그램(kg), 그램(g)을 포함하여 적절한 단위와 함께 표기해야 함 음료는 순중량으로 표기해야 함																		
원료	완제품의 5%이상의 원료에 한해 순중량 순으로 기재해야 함 2% 넘지 않는 성분은 뒤쪽에 표기 가능함 백분율로 표기해야 함																		
유통기한	섭취기한: Best before, Best before end와 같은 문구와 함께 '일, 월, 연도'를 기재해야 함 최소보존일: Use by와 같은 문구와 함께 '일,월,연도'를 기재해야 함																		

자료 : EU법령포털 (EUR-LEX)

세부 내용	라벨 표기사항 (가이드)	원산지	원산지 국가명 또는 지역명을 표기해야 함 육류의 경우, 가축의 사육지와 도축장소를 표기해야 함
		기타 표시	사용방법, 알콜도수(소수점 첫째자리까지) 등 필요에 따라 표기해야 함 (알콜도수의 경우 1.2% 이상의 알콜 음료에 해당) 사용방법은 제품 사용이 어려울 경우 기재해야 함
		유기농 로고	유럽연합 유기인증 통합로고와 회원국 별로 독자적인 유기인증 로고를 함께 사용 가능함 통합로고의 상단 또는 하단에 인증기관의 코드번호와 원재료의 원산지를 함께 기재해야 함
			사전 미포장 또는 제3국 수입 유기식품은 유기인증 로고 사용은 선택사항임
	라벨 표기사항 (영양성분)	성분표	열량, 지방, 탄수화물, 설탕, 단백질, 소금 등 매100그램(g)/100밀리리터(ml) 기준 중량의 내림차순으로 기재해야 함
		알러지 유발 성분	글루텐 함유 곡류, 갑각류, 계란, 어류, 두류, 유제품, 견과류, 셀러리류, 겨자, 참깨, 이산화황 및 아황산염 제품, 루핀, 연체동물 (해당 성분 하위품목 중 예외 있음)

자료 : EU법령포털 (EUR-LEX)

[표 5.9] 독일 유기농 식품 라벨 관리 규정

적용 규제	Council Regulation (EC) No 834/2007		
세부 내용	라벨 표기사항	코드 번호	회원국은 가장 최근에 생산 및 가공 작업을 수행한 개인 또는 업체에게 코드 번호를 부여해야 하며, 해당 코드 번호는 반드시 제품 라벨에 표기되어야 함
		유기농 생산 로고	커뮤니티 유기농 생산 로고(Community Organic Production Logo)는 유기농으로 전환 중인 제품(In-conversion product)에는 사용될 수 없음
			원재료의 생산지에 따라, 'EU 농산물', '비 EU 농산물', 'EU/비EU 농산물'로 구분하여 명시해야함
		EU/비 EU 명시	- EU 농산물 : 원재료가 EU에서 생산된 경우 - 비 EU 농산물 : 원재료가 제3국에서 생산된 경우 - EU/비 EU 농산물 : EU와 제3국에서 생산된 원재료가 혼합된 제품의 경우

자료 : EU법령포털 (EUR-LEX)

▶ 독일 신선 배 라벨 샘플



① 제품명



① 판매업체

② 원산지

▶ ③ GGN 번호

→ ④ 용량

➔ ⑤ 수입업체

[앞면 라벨링]

[뒷면 라벨링]

[앞면 - 독일어]

[앞면 - 국문]

- ① Produktname
: Soul Fruit – Exotic fruit, veggies
& flavour

- ① 제품명
: 소울 프루츠 - 열대과일, 야채 & 맛

[뒷면 - 독일어]

[뒷면 - 국문]

- ① Verkäufer : Phyalis
 - ② Urspr ng : Kolumbien
 - ③ GGN : 4050373904159
 - ④ Gewicht : 100g
 - ⑤ Abpacker : Greenyard Fresh
- Netherlands B.V. Nijverheidsweg 4,
2742 RG Waddinxveen, NL

- ① 판매업체 : Phyalis
- ② 원산지 : 콜롬비아
- ③ GGN 번호 : 4050373904159
- ④ 용량 : 100g
- ⑤ 수입업체 : Greenyard Fresh
Netherlands B.V. Nijverheidsweg 4,
2742 RG Waddinxveen, NL

4. 독일 신선 배 서류 준비

서류 준비

독일로 제품 수출 시,
통관 과정에서 요구되는
서류 정보 제공

신선 배

신선 배 품목은
신선농산물로 분류하여
해당하는 정보를 제공함

▶ 독일 수입 신고, 서면 또는 전자통관시스템을 통해 진행

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

적하목록 서류의 의무 기재사항은 화물 상세 정보(물품 명세 (Description of Goods), 수량 및 중량, HS Code, 컨테이너 번호, 위험품목 코드 등)와 화물 운송인, 송하인 (수출업체 정보), 수하인(EU 수입업체), EU 공동세관등록번호 (EORI) 등임

원산지증명의 경우 수출자가 상업송장, 인도증서 또는 상업서류에 원산지신고문안을 기재함으로써 원산지 증명을 대체할 수 있음. 그러나 EU 역내로 6,000유로(한화 약 847만 원³⁹⁾) 이상의 물품을 수입하는 경우 원산지 인증수출자 자격을 획득해야 원산지 증명을 통한 협정관세를 부과받을 수 있음. 해당 자격의 경우 한국 관세청을 통해 신청 가능함

[표 5.10] 독일 통관 서류

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

자료 : 유럽연합 집행위원회(EC), 관세청

39) 1유로=1,411.21원 (2020.08.01, KEB 하나은행 매매기준율 적용)

▶ **독일 신선농산물 FTA 협정 세울 위해 원산지 규정 필수**

한-EU FTA 협정에 따라 관세가 철폐되었으나 협정상 규정된 원산지 규정을 충족하지 못하면 관세 혜택을 받을 수 없음. 따라서 독일 신선농산물 수출 시 FTA 협정 세울을 적용받기 위해서는 원산지 규정이 필수적으로 필요함. 신선 배 수출 시 원산지 결정기준은 완전생산기준(Wholly Obtained Criterion)으로, 식물성 생산품은 당사국 내에서 재배되고 수확됨을 기준으로 함. 해당 기준을 충족한 경우에도 직접 운송 원칙을 충족해야 함

[표 5.11] EU 수입물품 원산지 규정 완전생산기준

구분	내용
광물성 생산품	해당 국가 영역의 토양 또는 해저로부터 추출
식물성 생산품	해당 국가 내에서 재배되고 수확
산 동물	해당 국가 내에서 출생 후 사육
수렵·어로·양식 생산품	- 해당 국가 영역에서 어로, 양식 등으로 획득 - 해당 국가 영역에서 수입자 개인의 배로 직접 획득

5. 독일 신선 배 세금 납부

세금 납부

독일로 제품 수출 시,
통관 과정에서 요구되는
세금 정보 제공

신선 배

신선 배 품목은
일반가공식품으로 분류하여
해당하는 정보를 제공함

- ▶ 독일 신선 배 HS CODE 0808.30-9090 사용, 관세율 0% 적용
- ▶ 한-EU FTA 발효로 협정 세율 적용

신선 배의 경우 독일에서는 HS CODE 0808.30의 0808.30-9090(기타) 세번을 사용하여 수입됨⁴⁰⁾. 독일 수입 시 기본 세율은 10.4%+증가세가 적용되나, 한국산 제품의 경우 2011년 7월 1일부로 발효된 한-EU FTA 협정으로 0%의 협정 세율을 적용받음. 관세 외에도 5-16%의 부가가치세(VAT)를 납부해야 하며 신선 배 제품의 경우 7%의 세율을 적용받음

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

[표 5.12] 한국·EU HS CODE 비교 및 독일 수입 세율

구분	HS CODE	품목 분류	비고
한국	0808	사과·배·마르멜로(quince)(신선한 것으로 한정함)	
	0808.30-0000	배	
독일	0808.30-9090	기타	
관세	기본관세율	10.4%+증가세	
	협정 세율	0%	
부가가치세		5-16%	

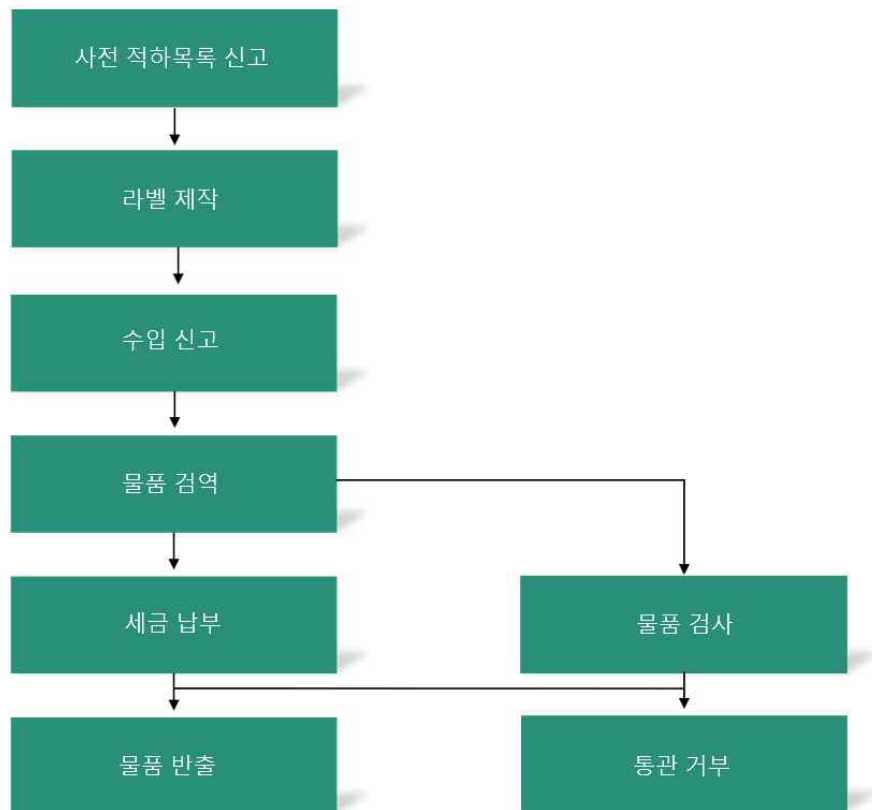
자료 : 관세법령정보포털 (UNIPASS)

40) 독일 세번의 경우 HS CODE 6자리에 해당하는 0808.30 중 신선 배에 적합하다고 판단되는 세번 항목의 정보를 제공함. 다만, 해당 항목 판단은 독일 세관당국의 판단과는 차이가 있을 수 있어 독일 관세청을 통한 확인이 필요함

6. 독일 신선 배 검역 심사 절차

▶ 신선농산물은 통관 절차 전 사전 허가 필요

[표 5.13] 독일 통관 프로세스



▶ 독일 수출 농산물 농약안전사용지침 확인 필요

[표 5.14] 독일 수출 농산물 농약안전사용지침 확인 방법

사이트	KATI농식품수출정보(www.kati.net)
국가	독일
식품유형	수출농약안전사용지침 > 배

7. 독일 관련 규제 정보

▶ 독일 신 포장재법 도입, 수입업체 신고 의무 대상

독일은 2019년 1월 1일 신 포장재법(VerpackG)을 시행하여 최초로 제품을 포장하여 유통한 업체가 해당 포장재 폐기 처분의 책임을 지도록 함. 신설된 중앙포장재등재재단(ZSVR, Stiftung Zentrale Stelle Verpackungsregister)이 해당 규제를 담당함. 해당 법령의 등록 및 신고 의무 대상으로는 제조사, 수입업체, 온라인 및 우편 유통기업이 포함됨

해당 대상자들은 포장 회수를 위해 당국의 허가를 받은 기업인 듀얼 시스템(Dual System)에 포장재를 신고해야 하며 제조업체는 개별적으로 분리수거하여 해당 법령의 재활용 기준을 준수해야 함. 또한, 제조사와 유통기업은 사용된 포장재의 중량과 소재 종류에 따라 수집, 분류, 폐기와 관련한 라이선스 수수료를 내야 함

듀얼시스템(Dual System) 신고 대상인 수입업체는 포장재 제조업체가 데이터뱅크 IUCID에 등록돼 있는지 의무적으로 확인해야 함. 데이터뱅크 IUCID에는 포장재 제조업체의 데이터 등록 내용이 공개됨. 포장재 등록 의무를 위반할 시 최대 20만 유로(약 2억 8,200만 원)의 벌금 및 영업정지를 당할 수 있음

[표 5.15] 신 포장재법 포장재 등록 및 데이터 신고 절차

순서	상세 내용
1	중앙 관할기관 ⁴¹⁾ 에 온라인 등록
2	중앙 관할 기관은 등록된 제조사를 온라인에 공개
3	듀얼 시스템 참여
4	중앙 관할 기관에 시스템 참여 데이터 신고
5	중앙 관할 기관의 심사 및 데이터 조정

자료 : 독일 포장재 등재재단(ZSVR)

41) www.verpackungsregister.org

▶ 독일 신 포장재법 특수 사례 및 예외 대상

우편 및 온라인 유통의 경우, 제품이 최종 소비자에게 배송되기 전 재포장사에도 배송자는 신 포장재법에 따라 의무적으로 등록 절차를 거쳐야 함. 그러나 특수한 사례로 서비스용 포장재인 빵 봉투, 감자 칩, 종이 커피 컵, 과일 또는 야채 포장용 봉투 등의 사전 배포업체 즉, 생산 및 도매업체는 송장이나 납품서 등의 증빙서류를 제출해야 함

시스템 참여 의무에서 제외되는 포장재는 콜라병과 같이 동일한 목적으로 재사용이 가능한 포장재, 법적인 회수 의무 적용인 일회용 음료수 포장재, 운송용 포장재, 유해물질 제품 포장재가 있음

신 포장재법에 의거하여 의무 포장재를 유통하는 제조기업은 매년 5월 15일까지 전년도에 유통된 포장재 수량을 나타내는 완전성 선언(Vollständigkeitserklärung)을 제출해야 함. 해당 자료의 제출의무가 면제되는 경우는 의무 포장재의 실질 수량이 소량 규정을 초과하지 않는 대상임. 이는 대부분 소규모 온라인 판매업을 운영하는 사업자가 해당됨

[표 5.16] 포장재 소재별 소량 규정

품목	규정 상세 정보
유리	8만 kg 미만
종이 및 종이상자	5만 kg 미만
철제 금속, 알루미늄, 음료수 상자 또는 기타 합성 포장재	3만 kg 미만

자료 : 독일 포장재 등재재단(ZSVR)

VI. 전문가인터뷰(Expert Interview)

- Interview ① 비오버스(Bio Bus)
- Interview ② 잉마르호이어(Ingmar Heuer)
- Interview ③ 에스에프아이프루트(SFI Fruit)
- Interview ④ 다이렉트프레쉬(Direct-Fresh)
- Interview ⑤ 독일연방관세청(Zoll)

Interview ① 비오버스(Bio Bus)

42)

●
비오버스
(Bio Bus)

전문가 소속

비오버스
(Bio Bus)
소매업체

연락처
+49-685-690-0633

전문가 정보

Ms. Katharena
(Purchasing Manager)




비오버스(Bio Bus)

Purchasing Manager, Ms. Katharena

Q. 회사와 취급 제품을 간단히 소개해 주시기 바랍니다.

비오버스는 1984년에 설립된 소매업체로 육류, 신선 과일, 수산물, 유제품 등을 취급하고 있습니다. 독일 자르브뤼켄에서 매장을 운영하고 있으며 자사 온라인 홈페이지를 통해서도 판매를 진행하고 있습니다.

Q. 배 제품의 주요 바이어 구매요인은 무엇인가요?

저희 업체는 소매업체로서 타 유통업체/도매업체로부터 제품을 공급받을 때 가장 먼저 가격을 중시하며 그 다음 맛, 색, 단단함, 크기, 유통기한, 유통업체의 평판 등을 고려하여 구매를 진행합니다. 타깃으로 하는 판매 대상에 따라 구매요인이 달라지는데, 예를 들어 만약 식당으로 제품을 공급할 경우 요리용 배에 맞는 제품을 공급해야 합니다. 식당에서는 케이크 또는 과일 샐러드에 사용되는 배를 선호하기 때문에 소비자들의 기준과 다르기 때문입니다.

Q. 독일 내에서는 배를 어떤 식으로 섭취하며 배의 주 소비자층은 누구인가요?

절반가량의 독일인이 배를 섭취하는 편이며 나머지 절반은 배를 싫어하는 사람들이거나 배 이외에도 다른 과일들이 많기 때문에 굳이 배를 구매하지 않는 사람들입니다. 이전에는 중장년층들이 주로 제철에 배를 섭취하였으나 독일 내 많은 과일 업체들이 젊은 층의 배 소비량을 높이기 위해 노력한 결과, 최근에는 배를 업사이드다운케이크(Upside Down Cakes)⁴³⁾ 등의 제과제빵에 많이 사용하고 있습니다. 따라서 베이킹을 좋아하는 젊은 여성층이나 어머니들이 배의 주요 소비자입니다.

42) 사진 자료 : 비오버스(Bio Bus) 홈페이지

43) 밑면에 과일을 깔고 구운 후 과일이 위로 오도록 뒤집어엮어서 만든 케이크의 한 종류

Q. 독일 내 프리미엄 배의 구매요인은 무엇이며 한국 배에 대한 인식은 어떤가요?

프리미엄 배의 주요 구매요인 중 하나는 크기입니다. 너무 크거나 작지 않은 적당한 크기여야 하며 배에 주름이 없어야 신선하다는 인식이 있습니다. 또한, 소비자들은 브랜드 평판이나 유기농 인증을 중시하기도 합니다. 사실 독일 내에서 한국 배는 매우 생소하며 저희 업체에서도 한국 배를 취급하고 있지 않습니다. 다만 프리미엄 배 중, 서양 배 품종인 윌리엄배(Williams Pear), 알렉산더루카스배(Alexander Lucas Pear)⁴⁴⁾를 취급하고 있습니다.

Q. 독일에서 판매되고 있는 배의 포장 형식은 어떤가요?

배는 중량에 따라 포장 형식이 달라집니다. 1kg 제품은 주로 플라스틱 박스에 포장되며 7kg이나 10kg 제품은 큰 박스 포장에 쿨링 패드를 덧대어서 판매되고 있습니다.

Q. 한국 배가 독일에서 시장성이 있을까요?

독일 내 배의 수요는 높지 않으며 아직 중장년층이 주로 먹는 과일이라는 인식이 있습니다. 또한, 아시아 배의 인지도는 매우 낮으며 독일은 되도록 자국 또는 EU 식품을 구매하려 하는 경향이 있습니다. 현재 독일에서는 벨기에 배가 많이 판매되고 있으며 소매점이나 슈퍼마켓에서 제품의 다양성을 위하여 다양한 원산지의 배를 판매하고 있긴 하지만 아시아 배의 수요는 대부분 아시아인 소비자들에게만 한정되어 있습니다. 그러므로 한국 배는 독일에서 시장성이 높지 않을 것으로 예상됩니다.

44) 프랑스 안주배(Anjou Pear)와 모양, 식감, 당도가 비슷하며 풍부한 과육과 섬세한 맛이 특징인 유럽 배로 주로 프랑스와 이탈리아에서 재배된 것으로 알려짐

Interview ② 잉마르호이어(Ingmar Heuer)

45)

잉마르호이어

(Ingmar Heuer)

전문가 소속

잉마르호이어

(Ingmar Heuer)

수입유통업체

연락처

+49-407-887-6612

전문가 정보

Ms. Gabi Eutemüller

(Purchasing Manager)



잉마르호이어(Ingmar Heuer)

Purchasing Manager, Ms. Gabi Eutemüller

Q. 회사와 취급 제품을 간단히 소개해 주시기 바랍니다.

잉마르호이어는 2000년에 설립된 수입유통업체로, 독일 함부르크에 본사를 두고 있으며 도·소매업체로 유통을 진행하고 있습니다. 아시아 유럽, 북미, 남미, 아프리카, 오세아니아의 30여 개국에서 수입을 진행하고 있으며 배, 아보카도, 블루베리, 딸기, 사과, 복숭아 등을 취급하고 있습니다.

Q. 독일 내 신선 과일의 시장 트렌드는 어떤가요?

독일은 유럽에서 가장 큰 과일 시장 중 하나입니다. 독일 소비자 및 바이어는 점점 더 과일의 품질을 중요시하고 있습니다. 독일 내 과일 바이어는 식품 안전과 관련 인증을 가장 우선순위에 두고 있으며 그다음 가격을 고려하여 구매를 진행합니다. 독일인뿐만 아니라 독일 내 거주 외국인들도 1인당 과일 소비량이 높은 편이기 때문에 독일 내 재외국민 인구수의 증가는 독일 전체의 과일 소비량 증가로도 이어질 수 있을 것입니다.

Q. 독일 내 배의 인식 및 수요는 어떤가요?

독일 내 배의 수요는 꾸준히 있는 편이지만 사과나 바나나 같은 다른 과일에 비해 수요는 낮습니다. 독일에서 배는 흔하게 섭취되는 과일은 아니며, 배의 수요가 낮은 이유 중 하나는 사과나 바나나 같은 과일의 수요가 매우 높기 때문입니다.

Q. 업체에서 취급하고 있는 배의 수입국 및 품종은 무엇인가요?

독일에서는 유럽의 배 품종 중 하나인 영국 배(Conference Pear)⁴⁶⁾를 주로 수입하고 있으며 해당 품종의 수요가 가장 높습니다. 그러나 저희 업체는 남미, 중국, 베트남 등에서 수입하고 있으며 특히 중국 배를 주로 취급하고 있습니다. 왜냐하면, 저희 업체는 시장의 다양성을 추구하고 있으며 해당 품종의 가격도 다른 배 품종보다 저렴하기 때문입니다.

45) 사진 자료 : 잉마르호이어(Ingmar Heuer) 홈페이지

46) 유럽 배(Pyrus Communis)의 가을 품종이며 영국에서 개발됨. 중간 크기의 배로 길쭉한 모양이며 보스콘배(Bosc Pear)와 모양이 비슷함

Q. 독일 내 신선 과일은 어떻게 유통되고 있나요?

독일 내 신선 과일 수입업체들은 해외로부터 수입을 진행한 뒤 독일 및 유럽으로 유통하고 있습니다. 독일 내 신선 과일 및 배의 주된 판매업체는 소매업체와 슈퍼마켓이며 대부분의 소매 및 온라인 스토어에서는 도매업체나 현지 유통업체에게 공급받고 있습니다. 일부 슈퍼마켓 체인 업체들은 해외 과일 수출업체와 자체적인 네트워크 및 계약을 맺어 현지 수입업체를 통하지 않고 신선 과일을 직수입하는 경우도 있습니다.

Q. 한국 배의 인지도 및 주요 판매처는 어디인가요?

독일에서 한국 배는 잘 알려지지 않았으며 저희 업체에서도 한국 배를 취급하고 있지 않습니다. 한국 배는 주로 한국 식료품점이나 아시안 마트에서 구매할 수 있습니다.

Interview ③ 에스에프아이프루트(SFI Fruit)

47)

●
에스에프아이프루트
(SFI Fruit)

전문가 소속

에스에프아이프루트
(SFI Fruit)
수입유통업체

연락처
+49-403-039-8888

전문가 정보

Mr. Tony
(Administrative
In-Charge)



에스에프아이프루트(SFI Fruit)

Administrative In-Charge, Mr. Tony

Q. 회사와 취급 제품을 간단히 소개해 주시기 바랍니다.

에스에프아이프루트는 1977년에 설립된 과일 전문 수입유통업체입니다. 아시아, 미국, 남미, 중동, 오스트리아 등지에서 배, 사과, 포도, 오렌지, 사과 등을 수입하여 독일, 프랑스, 스페인, 영국, 네덜란드 등의 국가로 유통하고 있습니다.

Q. 독일 내 배의 주요 바이어 구매요인은 무엇인가요?

배의 주요 구매요인은 크게 5가지로 맛, 품질, 재배방식, 재배자와 재배자의 제품 품질 및 시장 평가(Track Record), 가격으로 나뉩니다. 각각의 수입업체마다 5가지의 구매요인 중 우선시하는 구매요인과 자체적인 제품 구매 기준이 있을 것입니다. 예를 들어 저희 업체에서는 프리미엄 신선 과일에서 유통기한을 중요시하고 있습니다.

Q. 배의 주요 수입국 및 주 소비자는 누구인가요?

배 소비에 있어 인종, 성별, 국가 등의 특정 주요 소비계층은 없습니다. 독일에서는 주로 미국, 아르헨티나, 칠레, 남아프리카에서 배를 수입하고 있으며 사실 배 보다 사과의 소비량이 약 5-6 배 더 높습니다.

Q. 독일 내 한국 배의 인지도는 어떠하며 수출 시 경쟁력이 있을까요?

유럽 내 과일 수입업체에서는 일본에서 도입된 배 품종인 풍수배(Hosui Pear)와 나시배(Nashi Pear)가 잘 알려져 있습니다. 그러나 해당 제품의 수요도 높지 않습니다. 기본적으로 독일 음식과 배는 잘 어울리지 않기 때문에 독일 소비자들은 배의 맛을 선호하지는 않습니다.

Q. 독일 내 신선 과일의 포장 트렌드 및 규제는 어떤가요?

독일에서는 환경 친화적 포장이 트렌드로 떠오르고 있으며 대부분의 슈퍼마켓에서 플라스틱 포장 과일의 선호도는 낮아지고 있습니다. 재배방식에 대한 정보가 담긴 PLU(Price Look-Up) 코드의 비닐/플라스틱 스티커도 종이로 바뀌고 있는 추세입니다.

최근 독일은 포장재 및 포장 폐기물에 대한 지침을 발표하여 포장재의 재활용을 의무화하였습니다. 폐기물 또는 쓰레기 수거 시 일종의 분리수거 포장재를 나타내는 그린도트(Green Dot) 제도는 강제사항은 아니지만, 대다수의 업체에서 그린도트(Green Dot) 기준을 준수하는 포장 용기를 사용하고 있습니다. 또한, 제조업체들은 제품에 사용된 포장재에 관하여 독일 중앙포장재등록재단(ZSVR, Stiftung Zentrale Stelle Verpackungsregister)에 등록하여 관련 포장재 규제들을 준수해야 합니다.

Interview ④ 다이렉트프레쉬(Direct-Fresh)

48)

다이렉트프레쉬
(Direct-Fresh)

전문가 소속

다이렉트프레쉬
(Direct-Fresh)
수입유통업체

연락처

+49-402-000-7450

전문가 정보

Mr. Felix Stamer
(Sales and Purchase
Manager)

다이렉트프레쉬(Direct-Fresh)

Sales and Purchase Manager, Mr. Felix Stamer

Q. 회사와 취급 제품을 간단히 소개해 주시기 바랍니다.

다이렉트프레쉬는 2013년에 설립된 과일 및 채소 전문 수입유통업체로 독일 함부르크에 본사를 두고 있습니다. 공정무역이나 유기농 제품을 취급하고 있으며 주로 사과, 아보카도, 파인애플, 바나나, 오렌지 등을 판매하고 있습니다.

Q. 배 및 프리미엄 배의 인지도 및 수요는 어떤가요?

독일 내 소비자들의 배에 대한 인지도는 높은 반면 소비량은 많지 않습니다. 프리미엄 배 중 서양배 품종인 윌리엄배(Williams Pear)와 팩햄배(Packham's Triumph Pear)⁴⁹⁾의 수요 또한 있긴 하지만 매우 소수의 독일인으로 한정되어 있습니다.

Q. 독일 내 유기농 과일에 대한 선호도는 어떤가요?

독일인들은 건강 및 웰빙에 대한 관심이 매우 높기 때문에 소비자들이 신선 과일을 구매하는 이유 중 하나도 건강한 식습관을 추구하기 때문입니다. 그러므로 화학성분이 들어간 식품은 선호하지 않아 유기농 과일을 구매하는 편이며 독일 외 다른 국가들도 유기농 과일에 대한 선호도가 상승하고 있습니다.

Q. 독일 내 신선 과일 시장 트렌드는 어떤가요?

전체적으로 독일 내 신선 과일의 소비량은 상승하고 있습니다. 또한, 유기농 과일에 대한 소비자들의 선호도는 높아지고 있으나 일반적으로 재배된 신선 과일과 유기농 인증을 받은 신선 과일은 가격 차이가 있습니다. 이전까지 신선 과일의 소비는 중장년층에게 한정되어 있었는데 최근에는 젊은 층들도 건강에 대한 인식이 높아져 과일을 많이 소비하고 있습니다. 그러나 과일 자체를 섭취하기 위한 소비보다는 제과제빵, 스무디, 셰이크 등을 만들기 위한 재료로서의 소비량이 상승하고 있습니다.

48) 사진 자료 : 다이렉트프레쉬(Direct-Fresh) 홈페이지

49) 남아프리카, 호주, 아르헨티나, 칠레 등 남반구에서 주로 재배되며 일부 이탈리아, 네덜란드, 영국에서도 재배함. 육즙이 풍부하고 녹색이며 원추형의 모양임

Q. 배의 주요 수입국 및 한국/아시아 배 품종의 인식은 어떤가요?

독일에서는 남미, 남아프리카, 유럽국가 등에서 배를 수입하고 있습니다. 일반적으로 유럽 품종 배는 익기 전에 수확하여 보관 및 유통기간 동안 숙성되어 익도록 합니다. 그러나 아시아 배는 완전히 익은 후에 수확하기 때문에 전 세계로 유통 시 최종 유통지에 도착하면 이미 너무 익어 먹기에는 다소 무른 상태가 됩니다. 때문에, 두 품종에는 맛의 차이가 있어 독일인들은 아시아 배 품종의 맛을 선호하는 편은 아닙니다. 아시아 배를 가장 먹기 좋은 최적의 시기는 수확 직후입니다. 독일에서 판매되고 있는 아시아 배는 중국이나 일본 등의 아시아 국가에서 수입된 것이 아니라 독일 및 인접 국가에서 해당 품종을 생산/수확한 것입니다.

Q. 독일 내 신선 과일의 일반적인 유통구조는 무엇인가요?

일반적으로는 수입업체>유통업체>도매업체>소매업체의 유통이 진행됩니다. 그러나 일부 경우에는 수입업체와 슈퍼마켓의 직접 유통, 독일 및 유럽 농장과 슈퍼마켓의 직접 유통이 이루어지기도 합니다. 그러나 온라인 사이트의 경우 전체적인 판매량이 많지 않기 때문에 수입업체와 직접 계약을 맺기보다는 도매업체를 거쳐 공급받고 있습니다.

Interview ⑤ 독일 연방관세청(Zoll)

50)

독일 연방관세청
(Zoll)

전문가 소속

독일 연방관세청
(Zoll)

연락처

+49-351-448-345-30

전문가 정보

Ms. Tima
(Custom Agent)



독일 연방관세청(Zoll)

Custom Agent, Ms. Tima

Q. 회사와 취급 제품을 간단히 소개해 주시기 바랍니다.

독일 연방관세청은 관세, 부가가치세, 소비세, 전기세, 담배세 등의 세금 징수를 담당하고 있습니다. 또한, 수입 및 수출업무를 수행하여 독일 역내로 제품 수입 시 물품의 관세처리와 통관 절차 모니터링 업무를 진행합니다.

Q. 독일로 배 수출 시 포장규제가 있나요?

독일의 신 포장재법(VerpackG)에 따라 제조업체, 수입업체 등의 제품 유통업체는 필수적으로 재활용이 가능한 포장재를 사용해야 합니다. 또한, 독일은 그린도트(Green Dot) 제도를 시행하고 있는데, 해당 제도는 의무사항은 아니지만 거의 모든 슈퍼마켓 및 식료품점에서는 그린도트(Green Dot) 라벨이 붙은 제품을 취급하고 있습니다. 해당 라벨이 없다면 독일 내 식품 유통에 제한을 받게 됩니다.

Q. 독일로 배 수출 시 필수적으로 취득해야 하는 인증이 있나요?

독일에서는 신선 과일의 위생 안전 기준에 대해 Global GAP과 HACCP을 따르도록 하고 있습니다. Global GAP는 HACCP에 기초한 제도로써 농산물의 재배부터 유통단계까지의 위해요소를 감소시키고 지속 가능한 생산을 가능케 하도록 하는 관리 기준입니다. 따라서 독일로 신선 과일 수출 시 관련 인증을 받는 것이 효과적입니다.

Q. 독일로 배 수출 시 다른 유의사항이 있나요?

독일은 EU의 잔류허용기준(MRL, Maximum Residue Limit)을 따르고 있습니다. 그러나 대다수의 유통채널 및 소매업자들은 EU 규정보다 더 엄격한 자체적인 잔류허용기준(MRL)을 설정하고 있어 타깃으로 하는 판매업체의 기준을 준수해야 합니다. 또한, 최근 독일에서는 잔류물이 없는 화학성분프리(Chefical Free) 제품의 수요가 늘어나고 있습니다. 독일은 신선 과일의 수출 규제가 엄격하므로 독일 현지의 수입업체와 함께 통관 절차를 진행해야 합니다.

50) 사진 자료 : 독일 연방관세청(Zoll)

Ⅶ. 시장진출제언(Export Insights)

01 시장규모

배 시장규모 14만 2,000톤
전체 과일 시장의 3%
독일 대한민국 배 수입액 1.4억 원

02 소비특징

독일 내 서양 배 주로 보급
유기농 키워드를 통한 홍보 다
배의 심혈관 관련 효능 및 칼륨 성분 인식 높아
한국산 과일 인지도는 낮은 편

06 전문가인터뷰

01. 배의 수요 높지 않으며 한국산 배 인지도 매우 미미
02. 포장재 재활용 관련 규제 엄격
03. 주요 소비자 중장년층, 최근 젊은 층 소비 증가

03 유통채널

할인점 46.2%
하이퍼마켓/슈퍼마켓 31.3%
음식/음료/담배 전문점 15.6%

05 관세 및 추가 규제

한-EU FTA 체결로 협정세율 0%
독일 신 포장재 법 도입

04 통관/검역

BTI 통한 사전 식품 분류 확인 가능
수출입업자 세관 등록(EORI) 필수
신선농산물 라벨링 확인 필요

독일 배 시장규모

신선 배 시장규모
14만 1,000톤

독일 과일 시장 중 배 점유율 3%
독일 대한민국 배 수입액 1.4억 원



2019년 독일 배/마르멜로 시장규모는 14만 1,000톤이며 지난 5년(2015-2019년)간 연평균 1%의 감소세를 보임. 배/마르멜로 시장은 독일 과일 시장의 3%를 차지함. 독일 대한민국 배 수입액은 동기간 연평균 7%씩 성장하여 2019년 1.4억 원을 기록함. 주 소비층으로 예상되는 독일 내 재외동포는 4만 4,864명이며 헤센에 가장 많은 재외동포가 거주하는 것으로 확인됨

독일 배 소비특징

독일 소비자, 조롱박 모양의
서양 배 주로 섭취

카르멘, 산타마리아 품종 등 서양 배 다수
유기농·자연 콘셉트 통해 배 홍보



독일 신선 배 소비 트렌드와 한국 배의 수요를 알아보기 위해 독일 온라인 쇼핑몰, 언론매체 키워드를 분석함. 그 결과, 온라인 쇼핑몰 내 판매되는 신선과일 중 배가 세번째로 빈출하여, 독일 과일 시장에서 배가 흔한 제품인 것으로 확인됨. 한편 독일 내 배 종류는 조롱박 모양에 수분이 적은 서양 배가 다수였음. 배 관련 콘셉트 키워드 상관관계 분석 결과, 자연·유기농 키워드의 상관계수가 높았음. 또한, 배의 심혈관 관련 기능과 칼륨 성분에 대한 인식이 높은 것으로 확인되었으며, 한국산 과일 판매사에는 매우 드문 편인 것을 확인함

독일 신선 배 유통채널

할인점 46.2%
하이퍼마켓/슈퍼마켓 31.3%

이 외에 음식/음료/담배 전문점 15.6%
개인 및 기타 식료품점 3.6%



독일 신선 과일 유통채널 조사 결과 할인점과 하이퍼마켓/슈퍼마켓이 각각 46.2%, 31.3%의 높은 점유율을 보임. 이 외에 음식/음료/담배 전문점(15.6%), 개인 및 기타 식료품점(3.6%) 순으로 확인됨. 전문가 인터뷰 결과, 한국 배의 경우 아시아인 식료품점이나 한인마트에서 주로 판매되며 일반 유통채널에서 한국 배를 찾기는 어렵다는 답변을 확인함. 신선과일 유통과정은 수입업체>유통업체>도매업체>소매업체 순이나, 일부 슈퍼마켓의 경우 수출·수입 기업으로부터 직접 공급받기도 함



통관 및 검역

독일 신선 배 수출 시 신선농산물 라벨링 확인 필요

강제 인증은 없으나 유기농 인증 취득 권장
수출입업자 세관 등록(EORI) 필요



독일 신선 배 수출 시 적용받는 강제 인증은 없으나, 유기농 인증 취득을 권장함. 사전 절차의 경우 사전 심사는 불필요하나 신선농산물 분류 확인을 위해 사전 BTI 신청이 가능함. 현지에서 직접 통관을 진행하는 수출입업체는 세관 등록(EORI)이 필수임. 라벨링은 EU 신선농산물 라벨 규정을 따라야 하며, 원산지증명서 외 8건의 서류가 필요함

독일 신선 배 관세/추가 규제

독일 신 포장재법 도입, 수입업체 신고 의무 대상

제조사, 수입업체, 온라인 및 우편 유통기업
포장재 신고 필수
한-EU FTA로 신선 배 협정세율 0%



독일은 2019년 1월 1일 신 포장재법을 시행하여 최초로 제품을 포장하여 유통한 업체가 해당 포장재 폐기 처분의 책임을 지도록 함. 제조사, 수입업체, 온라인 및 우편 유통기업은 듀얼 시스템에 포장재를 신고해야 하며 제조업체는 개별적으로 분리수거하여 해당 법령의 재활용 기준을 준수해야 함. 관세율의 경우 한-EU FTA 협정으로 협정세율은 0%이나, 원산지 규정을 충족하지 못하면 관세 혜택을 받지 못하기 때문에, 식물성 생산품은 당사국 내에서 재배되고 수확되어야 하며 직접 운송 원칙을 충족해야 함

전문가 인터뷰

01. 독일 내 신선 배 인기있는 과일 아니며
아시아/한국 배 인지도 거의 없음
02. 포장재 재활용, 유기농 인증 중요
03. 주요 소비자 중장년층
최근 베이킹 등 재료로 젊은 층 소비 상승세

전문가 인터뷰 결과 5명 중 4명의 전문가가 독일 내 배의 수요는 낮은 편이거나, 인지도는 있으나 소비량은 많지 않다고 대답함. 특히 아시아/한국 배의 경우, 완전히 익은 후에 수확하기 때문에 최종 유통지 도착 시 이미 너무 익어, 독일 소비자들은 아시아 배 품종의 맛을 선호하지 않음. 독일 내 배는 중장년층이 주로 섭취하는 과일이라는 인식이 있었으나 최근 베이킹, 스무디, 셰이크 등의 재료로 젊은 층의 소비가 증가하는 추세임. 이 외에도 유기농 인증 취득과 포장재 재활용 규제 준수가 매우 중요할 것으로 예상됨

진출제언



Point 01. 독일 내 배는 흔한 과일이기는 하나 사과, 바나나 등의 과일과 비교했을 때 소비량이나 수요가 높은 제품은 아님. 특히 아시아 품종 배의 경우 먼 유통거리와 맛의 차이로 인해 서양 배와 비교했을 때 현저하게 인지도와 수요가 낮은 편으로, 시장 진입이 어려울 것으로 예상됨

Point 02. 독일 내 배는 주로 중장년층이 섭취하는 과일이라는 인식이 있었으나 최근 젊은 층 사이에서 베이킹, 스무디, 셰이크 등의 재료로 소비가 증가하는 추세임

Point 03. 한편 독일 소비자는 환경과 건강에 대한 의식이 높고 관련 규제도 엄격하여, 재활용 포장재 관련 규제에 대한 주의가 요구됨. 조사 제품이 ISO 22000, GAP 인증 등을 받은 것은 유기농 과일을 선호하는 독일 소비자에게 셀링 포인트로 작용할 것으로 예상됨

Point 04. 다수의 소비자를 타기팅 하기보다는, 독일 내 재외동포나 고소득층 등 일부 소비자를 대상으로 프리미엄·유기농 한국 배로서 홍보할 것을 추천함. 한편 먼 유통거리로 인한 맛의 변질과 아시아 배에 대한 생소함이 주요 진입 장벽으로 예상됨



[참고문헌]

■ 참고 자료

1. 독일연방식품농업부(BMEL), 「Pro-Kopf-Verbrauch von Obst im Wirtschaftsjahr」, 2018.
2. 독일 상인 구매협동조합(Rewe Dein Markt), 「Lebensmittel-Lexikon : Birne」, 2019.
3. 식품의약품안전처, 「17년+국가별통관정보(독일)」, 2017
4. 유럽연합 집행위원회(EC), 「No.2020/25」, 2020
5. 유럽연합 집행위원회(European Commission), 「COMMISSION DELEGATED REGULATION (EU) 2016/341」, 2016
6. 유럽연합 집행위원회(European Commission), 「(EC) No 648/2005」, 2005
7. 유럽연합 집행위원회(European Commission), 「EU Regulation No.1169/2011」, 2011
8. 유럽연합 집행위원회(European Commission), 「(EC) No. 1333/2008」, 2008
9. 유럽연합 집행위원회(European Commission), 「EU Regulation No.543/2011」, 2011

■ 참고 사이트

1. 유로모니터(Euromonitor) (www.portal.euromonitor.com)
2. 외교부 (www.mofa.go.kr)
3. 국제무역센터(International Trade Center) (www.trademap.org)
4. 스태티스타(Statista) (www.statista.com)
5. 프레시플라자(Fresh Plaza)
6. 프루츠놀(www.fruchtknall.de)
7. REWE(shop.rewe.de)
8. 나루코(www.nanuko.de)
9. 유로모니터(Euromonitor) (www.euromonitor.com)
10. 알디(Aldi) (www.aldi.com)
11. 이에스엠매거진(Esmmagazine) (www.esmmagazine.com)
12. 베그노미스트(Vegconomist) (vegconomist.de)
13. 비즈니스인사이드(Businessinsider) (www.businessinsider.com)
14. 푸드인스티튜트(Food Institute) (foodinstitute.com)
15. 리들(Lidl) (www.lidl.de)
16. 리테일디테일(Retaildetail) (www.retaildetail.eu/en)
17. 레베(Rewe) (www.rewe.de)
18. 볼크스타임(Volksstimme.de) (www.volksstimme.de)
19. 칩365(Chip 365) (www.chip.de/365)
20. 에데카(Edeka) (www.edeka.de)
21. 왓슨(Watson) (www.watson.de)
22. 네토(Netto) (www.netto-online.de)
23. 스태티스타(Statista) (www.statista.com)
24. 리사이클링매거진(Recycling Magazine) (www.recycling-magazine.com)
25. 르후어24(Ruhr24) (www.ruhr24.de)
26. 파밀라(Famila) (www.famila-nordost.de)
27. 크가이자이퉁 보헨블래트(Kreizeitung Wochenblatt) (www.kreizeitung-wochenblatt.de)
28. 디앤비(DnB) (www.dnb.com)
29. 한독(Handok) (handokmall.kr)
30. 하나로마트(Hanaro Markt) (www.kimsasia.de/deutsch/hanaro-supermarkt)
31. 와이마트(y-mart) (www.y-mart.de)
32. 카데베(Kadewe) (www.kadewe.de)
33. 베를리너모겐포스트(Berliner Morgenpost) (www.morgenpost.de)

[참고문헌]

■ 참고 사이트

34. 카데베(Kadewe) 페이스북 페이지(www.facebook.com/kadewe)
35. 온라인핸들러(Onlinehaendler) (www.onlinehaendler-news.de)
36. 어반랜드(Urbandland) (urbanlandasia.com)
37. 국립농산물품질관리원 (www.enviagro.go.kr)
38. 유럽연합 집행위원회(European Commission) (ec.europa.eu)
39. EU법령정보포털(EUR-Lex) (eur-lex.europa.eu)
40. 관세법령정보포털(UNIPASS) (unipass.customs.go.kr)
41. 농식품수출정보(KATI) (www.kati.net)
42. 두잉비즈니스(Doing Business) (doingbusiness.org)
43. 식품의약품안전처 (mfds.go.kr)
44. 독일유기농농업정보포털 (Okolandbau)
45. 영국산업연맹 외무부(cbi.eu)
46. 농림축산검역본부 (qia.go.kr)
47. 독일 포장재 등재재단 (www.verpackungsregister.org)
48. 바이오버스(Bio Bus) (www.biobus.de)
49. 잉마르호이어(Ingmar Heuer) (www.ingmarheuer.de)
50. 에스에프아이프루트(SFI Fruit) (sfifruit.com)
51. 다이렉트프레쉬(Direct-Fresh) (www.direct-fresh.de)
52. 독일 연방관세청(Zoll) (www.zoll.de)

- 발행 겸 편집 | aT 한국농수산물유통공사
- 발 행 일 자 | 2020.10.16

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

Copyright 2020 aT 한국농수산물유통공사 All Right Reserved.
Printed in Korea