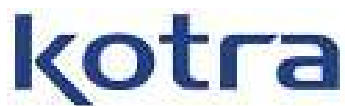


독일

정보수정일자: 2009. 12. 31

작성처: 프랑크푸르트 KBC

본 자료를 무단으로 복제, 전재, 판매하는 행위는
저작권법에 의해 엄격하게 금지되며 위반 시에는
법률에 따라 처벌을 받게 됩니다.



<http://www.kotra.or.kr>

<http://www.globalwindow.org>

◀ 목 차 ▶

I. 국가일반

- 국가개요 /1
- 정치사회동향 /2
- 한국과의 주요이슈 /5

II. 경제

- 경제동향 및 전망 /8
- 주요 산업 동향 /11
- 지역무역협정 체결현황 /14

III. 무역

- 1. 교역동향**
 - 수출입 동향 /16
 - 한국과의 교역동향 및 특징 /18
- 2. 무역관련 주요제도 및 절차**
 - 수입규제제도 /20
 - 대한수입규제동향 /23
 - 관세제도 /23
 - 주요인증제도 /26
 - 지적재산권 /36
 - 통관운송 /41

IV. 투자

1. 투자환경 및 동향

- 투자환경 /45
- 외국기업 투자동향 /49
- 우리기업 투자동향 /53

2. 외국인투자 유치제도

- 주요 투자법 내용 /55
- 진출형태별 절차 /59
- 투자입지여건 /65

3. 사업관리

- 노무관리 /70
- 조세제도 /77
- 외환관리 및 자금조달 /79

V. Business 참고정보

- 시장특성 /81
- 물가정보 /85
- 바이어발굴 /86
- 상관습 및 거래 시 유의사항 /90
- 무역, 투자 진출 시 애로사항 /92
- 진출 성공, 실패 사례 /93
- 이주정착 가이드 /97
- 출장가이드 /106
- 주요 전시회 개최일정 /125
- 유관기관 웹사이트 /128



1992 MAGELLAN GeographixSMSanta Barbara, CA (800) 929-4MAP

1. 국가일반

1. 국가개요

가. 일반 사항

국 명	독일연방공화국(The Federal Republic of Germany) (현지어 명: Bundesrepublik Deutschland)
위 치	서부 유럽
면 적	357,104km ² (한반도의 1.6배, 대한민국의 3.6배)
기 후	온대성, 연평균 섭씨 7-10도 수준
수 도	베를린 (Berlin)
인 구	○ 8,212만 여 명 - 외국인 비중: 8.2% (2009년 9월 기준 연방통계청 발표 최근 수치임)
주요 도시	Berlin(342만 명), Hamburg(177만 명), Muenchen(131만 명), Koeln(99만 명), Frankfurt(66만 명) (2009년 9월 기준 연방통계청 발표 최근 수치임)
민족(인종)	게르만족
언 어	독일어
종 교	가톨릭 (31.0%), 개신교 (30.2%), 무슬림 (3.9%), 불교 (0.3%) 기타(34.6%) (2009년 9월 기준 최근 수치)
건국일(통일기념일)	1871.10.3 일(비스마르크 재상에 의해 독일 제2제국 탄생)
정부 형태	내각책임제
국가 원수 (실권자)	○ 대통령 Horst Koehler: 국가 원수/ 취임일: 2004. 7. 1, 임기: 5년 → 2009. 5. 23(토) : 독일연방대통령 선거일 ○ 수상 Angela Merkel: 실권자/ 취임일: 2005. 11. 22. 임기: 4년 - 독일 역사상 두 번째로 기민/기사 연합-사민당 간 대연정이 성립되었으며, 기민당수인 메르켈이 독일 최초의 여성 총리로 취임 → 2009. 9. 27(일) : 독일 총선

나. 2008년 경제 지표

GDP	○ 2007년: 24,230억 유로 ○ 2008년: 25,300억 유로
1인당 GDP	○ 2007년: 30,808 유로 ○ 2008년: 30,300 유로
실질 경제 성장률	○ 2007년: 2.5% ○ 2008년: 1.3% ○ 2009년 예상치: -3~-5%
실 업 률	8.3% (2009년 8월 기준)
물가 상승률	2007년 평균: 2.4%, 2008년: 2.6% 2009년 : 0.0% (2009년 6월 기준)
화폐 단위	유로(Euro)
환율	1 유로= 약 1,776 원(2009년 9월 21일 기준)
총 설비 투자	4,495.6억 유로
국내 총 소비	18,104.4억 유로
교역 규모	○ 2007년 대독 수출: 9,690억 유로(전년대비 8.1% 증가) ○ 2007년 대독 수입: 7,725억 유로(전년대비 5.2% 증가) ○ 2008년 대독 수출: 9,927억 유로(전년대비 2.8% 증가) ○ 2008년 대독 수입: 8,140억 유로(전년대비 5.3% 증가) ○ 2009년 대독 수출(1-6월): 3,921억 유로(전년동월대비 -23.5%) ○ 2009년 대독 수입(1-6월): 3,376억 유로(전년동월대비 -18.2%)
주요 교역품	○ 수출: 자동차/부품, 의약품, 항공기, 기계류 등 ○ 수입: 자동차/부품, 원유, 의약품, 항공기/부품 등

다. 한-독 관계

체결 협정	○ 1883.11.26 통상.우호항해 조약 체결 ○ 1901. 8.31 민철훈 공사, 신임장 제정 ○ 1955.12. 1 외교관계 재개 ○ 1958. 8. 1 주독 대사관 설치 ○ 1958. 8.22 손원일 초대 주독대사 부임 ○ 1958.10.10 Richard Hertz 초대 주한대사 부임 ○ 2002.10.31 한-독 이종과세방지 협정(개정) ○ 2003.1.1 한-독 사회보장 협정 ○ 2005.1.1 입국 및 체류에 관한 양해 각서 ○ 2006. 9 Norbert Baas 대사(제12대) 신임장 제정 ○ 2007. 3.26 최정일 주독 대사(19대) 신임장 제정
교역 규모	○ 2005년 - 대독 수출: 103억 400만 달러 - 대독 수입: 97억 7,400만 달러 ○ 2006년 - 대독 수출: 100억 5,600만 달러 - 대독 수입: 113억 6,400만 달러 ○ 2007년 - 대독 수출: 115억 4,300만 달러 - 대독 수입: 135억 3,400만 달러 ○ 2008년 - 대독 수출: 105억 2,300만 달러 - 대독 수입: 147억 6,900만 달러 ○ 2009년 (1-8월) - 대독 수출: 54억 2,700만 달러 - 대독 수입: 75억 2,500만 달러
교역품	○ 대독 주요 수출 품목 - 선박해양 구조물 및 부품, 반도체, 무선통신기기, 자동차, 컴퓨터, 평판디스플레이 및 센서, 자동차 부품, 전자응용기기 ○ 대독 주요 수입 품목 - 자동차, 원동기 및 펌프, 자동차부품, 기계부품, 계측제어 분석기, 기타 화학 공업 제품, 반도체, 의약품
총 교민 수	2008년 기준 약 3만여 명

주: 2009년 9월 기준, 입수 가능 최신 자료

자료: 독일 연방 통계청, 독일 연방 은행, 독일 연방 정부, 주독일대사관, 한국무역협회 등

2. 정치 사회 동향

가. 최근 독일 정치 현안

2009년은 연방하원 총선, 연방대통령 선거, 5개 주의회 선거, 유럽의회 선거 등 주요 선거가 집중되어 있는 선거의 해(Superwahl-Jahr)로 꼽힌다.

- 독일연방대통령 선거: 2009.5.23(토) → 뮐러 대통령 연임.
- 유럽의회 선거: 2009.6.7(일)
- 독일연방하원 선거(독일 총선): 2009.9.27(일) → 메르켈 총리 연임

- 독일 5개 주 의회 선거
 - Hessen주: 2009.1.18(선거결과 기민당+자민당 연정 성사)
 - Saarland, Sachsen, Thüringen주: 2009.8.30
 - Brandenburg주: 2009.9.27

□ 독일 총선 진행 현황 및 결과

기민/기사당(CDU/CSU)은 현 총리가 총리후보가 된다는 독일 관례에 따라 메르켈 총리를 후보로 지명하였으며, 사민당(SPD)은 2008.10.18 임시전당 대회를 개최하여 슈타인마이어 현 부총리 겸 외교장관을 총리후보로 추대하고 문테페링 전 당수를 다시 당수로 복직시켜 총선체제를 구축하였다.

금년(2009년) 총선 결과는 1/4이상의 유권자가 투표를 하지 않아 연방정부 역사상 최저의 투표참여율(72.2%)을 보였으나, 기민/기사당(CDU/CSU) 및 자민당(FDP) 우파 양당이 안정적인 과반수로 흑-황 연정구성이 가능하게 되었다.

한편, 메르켈 총리를 집권자 보너스를 얻지 못하였으나 기민당을 처음으로 대연정(SPD)에서 흑-황으로 정권을 교체하는데 성공시킨 키징어(Kiesinger) 전 총리보다도 성공적인 승자로, 뚜렷한 여-야의 갈림으로 독일의 민주주의가 되살아날 수 있게 되었다고 긍정적으로 평가되고 있다.

독일언론은 메르켈 총리가 지금까지의 어머니 역할을 유지하면 자당과 자민당으로부터 공격을 받을 것이고, 당에서 바라는 대로 철의 여인이 된다면 국민의 신뢰를 잃게 될 것으로 전망하며, 향후 메르켈 총리의 행보에 관심을 보이고 있다.

나. 독일 정치 제도

1) 주정부 및 주의회

1990.10.3 통독과 더불어 연방에 편입된 구동독지역 5개주를 포함한 16개주는 고도의 자치권과 광범위한 입법권을 가지고 있으며, 각 주는 기본법의 테두리 내에서 독자적인 주 헌법을 가지고 주의회 선거에서의 다수당이 주정부를 구성한다.

□ 주정부 (Landesregierung)

주정부는 주의회가 선출한 주총리와 주총리가 임명한 각부 장관으로 구성되며 각 주정부는 기본적으로 재무, 내무, 법무, 경제 및 교통, 농업, 노동 및 사회복지, 문화 등의 부처로 구성된다.

각 주정부 업무는 크게 3 가지로 대별할 수 있는바, 기본법 제83조에 따른 주정부 고유 업무와 제85조에 따라 연방법률에 의거하여 주정부에 위임된 업무, 제91조에 따라 연방 정부와 주정부가 공동으로 수행하는 업무로 분류된다.

주정부 산하에는 상급, 중급, 하급으로 구분되는 각종 관청이 존재하며, 주 산하의 지방자치 단체 또는 중간 지방자치단체인 Kreis와 기초지방자치단체인 Gemeinde가 있다.

□ 주의회 (Landtag)

기본법 제28조에 의해 각 주를 비롯한 모든 지방자치단위는 반드시 보통.직접.비밀.평등 선거에 의한 지방의회를 구성할 의무를 지게 되며, 지방의회의 규모는 각 지방자치단체에 따라 각각 상이하나 주의 경우는 50~200명의 주의회 의원으로, Kreis의 경우는 40~100명, Gemeinde의 경우는 10~60명의 의회 의원으로 구성된다. 각 지방의회는 법률이 정하는 바에 따라 그 기능을 수행한다.

2) 정당 현황

□ 의회진출 정당

사회민주당(SPD), 기독교민주연합(CDU), 기독교사회연합(CSU), 자유민주당(FDP), 녹색당(Bündnis 90/Grüne), 좌파당(Die Linke. PDS)

□ 원외 정당

공화당(Republikaner), 독일국민연합(DVU), 자유시민연합(Bund freier Bürger), 독일 민족민주당(NPD)

다. 독일의 대외 정책 기조

- 유럽통합과 NATO를 중심으로 한 대서양 양안의 협력 체제의 강화
- UN, OECD등 국제기구의 위상 제고 추진
- 인권 존중 정신에 따라 평화 및 화해를 위한 역할 구축 및 문화 이해 도모
- 러시아, 동구권 국가 및 아·태 지역과의 협력 강화
- 세계 정치적 위기 상황에 적절히 대처하기 위한 국제간 네트워크 강화

독일 통일 이후 독일의 대외 정책 상 제약 요소가 사라짐에 따라 독일의 국제 사회에서의 지위와 영향력이 크게 향상되었다. 경제에 이어 정치, 안보 분야에서도 유럽의 핵심 국가로 부상하였으며, 구주 통합 추진과 구주 방위 및 대동구권 정책 수행에 있어서도 주도적 역할을 하고 있다. 1999년에는 EU, G7등의 의장국 역할을 성공적으로 수행함으로써 새로운 외교적 전기를 마련했다.

독일은 미국과의 관계를 매우 중시하며, 대서양 협조체제 강화와 러시아에 대한 개혁 촉구 및 안보를 위한 지원, 구동구권 군소국가들과의 긴밀한 접촉 및 적절한 지원 등에 힘쓰는 동.서 양면 정책을 취하고 있다. 외교 노선은 EU(European Union), NATO(North Atlantic Treaty Organisation)를 축으로 하고 있으나, 러시아와 구 소련 및 동구권 국가들의 우호 증진에도 노력하고 있다. 구 유고와 소말리아 내전에 유엔평화유지군의 일원으로 참가한 것은, 독일이 세계 무대에서 영향력을 높이하고자 하는 노력의 일환으로 볼 수 있다.

독일은 중동구 국가들의 EU, WEU, NATO 가입을 적극 지원하고 OSCE(Organization for Security and Cooperation in Europe)의 기능 강화를 적극 추진하여 중.동구 국가들에 대한 영향력이 큰 편이다. 이러한 독일의 정치외교적 역할 강화는 EU 핵심 국가인 프랑스 및 영국과의 관계 개선과 함께 더욱 강화되고 있다. 특히, 프랑스와의 정치, 경제 협력이 긴밀하여 양국 합동군도 창설하는 등 향후 유럽 통합군의 주축을 겨냥하고 있다.

라. 현 정부와 대외 정책

지난 2005년 9월 18일 총선에서 양대 정당인 기민/기사연합과 사민당의 대연정으로 현 독일 정부는 당해 11월 22일 독일 최초의 여성 총리인 앙겔라 메르켈 기민 당수의 취임과 함께 출발했다.

메르켈 총리의 대연정 정부는 재정적자 감소 및 경제 활성화와 실업 해소를 주요 과제로 설정하고 사회보장 제도, 조세, 연금, 의료보험, 연방제 개혁 등 광범위한 영역에 걸쳐 개혁 정책을 성공리에 추진하였다.

이 외에도 관료주의 타파, 테러 및 불법 이민 대처를 위한 내무/사법협력 등을 주요 과제로 삼고 있다. 또한, G-8 의장국으로서는 '성장과 책임'을 내걸고 반테러, 금융 시장의 투명성과 안정성 강화, 에너지 효율성 확보, 기후 변화, 아프리카에 대한 지원 확대 등을 주요 의제로, 다수의 반대 데모에도 불구하고 큰 불상사 없이 정상 회담을 주최했다.

메르켈 총리는 집권 초기 외교적인 성과와 독일경제의 회복세를 바탕으로 높은 지지율을 확보했으며, 개혁정책 추진의 결과로 이어지는 독일의 경기 호황으로 높은 지지세를 유지하였으나, 2008년도 하반기에 찾아온 경제 위기 여파로 그 영향력이 줄어들고 있다.

독일 정부는 일본, 중국, 한국 등 주요 교역국과의 교류 및 협력 강화에 힘쓰고 있으며, 중국의 인권 문제, 동남아 국가의 경제 회복 지원, 서남아 지역의 핵확산 저지를 위한 국제 공조 체제 참가 및 ASEM, APEC, ARF 등 다자 협력체를 통해 독일 입장을 확실히 하고 있다.

(자료: 독일 외무부 & 한국 대사관 홈페이지, KBC 자체 정보 종합)

3. 한국과의 주요이슈

가. 한-독 주요 이슈

한국과 독일 양국은 민족 분단의 경험을 공유한 역사적 유대감에 바탕을 두고 수교 이래 긴밀한 협력 관계를 유지하고 있으며, 특히 독일은 우리의 경제 부흥 과정에서 물심 양면으로 지원한 바 있다.

숙원 과제인 통일을 이룬 독일은 현재 우리 평화통일 정책의 기본 모델이자 귀감이 되고 있으며, 유엔 한국 문제 토의 시 서방 측의 공동 제안국 및 핵심 우방국으로 활약하였다. 또한, 통일 독일 정부는 분단 극복을 위해 노력 중인 우리의 대북 정책과 1991년 남-북한 유엔 가입 및 96/97 임기 안보리 비상임이사국 진출 등 우리 입장을 적극 지지한 바 있으며, 기타 각종 국제 기구 및 국제 사회에서 독일은 든든한 우방국으로서 자리매김하고 있다.

그 밖에도 독일 정부는 북한 핵 및 미사일 문제 등 한반도 주요 문제와 관련, 각종 계기마다 한국의 입장을 적극 지지하여 왔으며, 특히 1997년 경제 위기 극복 과정에서 한국의 입장 지원 등 한-독 양국 관계는 수교 이래 최상의 관계를 유지한 것으로 잘 알려져 있다.

특히 독일정부의 대 아시아 중시 외교 정책에 따라 한-독 간 경제통상 분야의 협력 관계는 점차 강화 및 확대되고 있으며, 최근에는 향후 미래 성장 산업을 중심으로 한 협력 추진 사업이 활발히 전개되고 있어 이에 대한 기대가 모아지고 있다.

나. 정부 관련 이슈

양국 외무부 간 협의 채널로, 제1차 한-독 정책협의회(1981년 10월 21일)가 본에서 개최된 이래 양국에서 번갈아 개최되고 있다. 지난 2008년 11월에 독일 베를린에서 개최된 제 10차 한·독 정책협의회에서는 양국간 교역·투자 증진 및 고위인사 교류 등 양자협안과 한반도·EU 등 지역 정세, 한-EU FTA, 기후변화 및 에너지 문제, 대외개발원조, 재생에너지 분야 협력, 국제회의 유치 등 주요 이슈에 대한 협의가 이루어졌으며, 이를 통해 한·독간 긴밀한 협력관계를 한층 더 강화할 수 있는 계기가 되었다.

2008 년 양국정부는 수교 125 주년을 맞아 베를린에서 ‘한국 사찰음식 소개전’을 개최하고(9.4) 독일 연방하원에서 수교 기념 리셉션을 개최(12.4)하는 등 다양한 기념 행사를 통해 양국간 우의를 증진시켰다. 아울러 독일 연방하원은 2008.12.18 수교 125 주년 기념 「독·한관계의 역동적인 지속적 발전 결의안」을 채택하였다.

또한, 2002년 이래 민간 차원에서 양국 간 교류, 협력 증진을 목표로 정기적으로 한-독 포럼을 개최하고 있다. 한국의 한독협회와 독일의 독한 포럼 위원회가 공동으로 주관하여 개최하고 있다.

- 2002년 6월 Rau대통령 방한을 계기로 창설
- 2003년 6월 베를린에서 제2차 포럼 개최
- 2004년 10월 제주도에에서 제3차 포럼 개최
- 2005년 6월 함부르크에서 제4차 포럼 개최
- 2006년 10월 서울에서 제5차 포럼 개최
- 2007년 10월 뮌헨에서 제6차 포럼 개최
- 2008년 10월 부산에서 제7차 회의 개최
- 2009년 드레스덴에서 제8차 회의 개최 예정

다. 문화 교류 관련 이슈

1970년 8월 16일 체결된 한-독 문화 협정에 근거하여 양국 간 문화 관계 협력 강화 및 양국민 간의 우호 증진을 목적으로 한·독 문화공동위원회를 창설하였으며, 1975년 3월 본에서 제1차 위원회가 개최되었다. 제1차 회의 이래 매 2~3년마다 양국 수도에서 번갈아 개최되어 왔으며, 2004년 9월 제9차 회의가 베를린에서 개최되었다.

한-독 양국은 제9차 한-독 문화공동위원회에서 한국이 2005년 프랑크푸르트 도서전 주빈국으로 선정되고 2005년 베를린 아-태주간 행사에서 포커스 국가로 초청된 것을 계기로 2005년을 “한국의 해”로 정하고 다각적인 문화, 경제 교류 행사를 개최하기로 합의, 2005년 다양한 문화 및 경제 행사가 개최되었다. 또한 2006년 3월 문화 홍보원이 문화원으로 개편되면서 한-독 문화 교류가 본격적으로 추진되고 있다.

또한 한국 영화가 유럽 주요 영화제에서 작품성을 인정받게 되면서 2004년을 기점으로 독일 영화 시장의 상영관 진출이 매우 활발해지고 있다. 김기덕 감독의 <봄, 여름, 가을, 겨울 그리고 봄>, <사마리아>, <섬>, <빈집>, 이광호 감독의 <천년호> 등과 함께 박찬욱 감독의 <올드보이>, <친절한 금자씨>와 <사이보그지만 괜찮아>, 봉준호 감독의 <괴물>, 홍상수 감독의 <밤과 낮> 등 다수로 주로 해외 영화제를 통해 알려진 감독 및 배우들의 작품들이 소개된 바 있다. 특히 이러한 영화 작품들의 보급은 DVD 시장을 통해서도 널리 확산되고 있다.

최근 2009년 4월 개최된 하노버 박람회와 연계하여 한국 문화를 소개하는 대규모 문화예술 행사가 마련되어 주목을 끌었다. 특히 한국의 현대 미술과 사진, 디자인 등을 소개할 수 있는 전시회를 비롯하여 영화제, 도서전시회 등이 하노버 곳곳에서 개최되었으며, 국립무용단의 ‘코리아 한타지’와 함께 박람회 개막식에는 사물놀이 공연이 이어져 많은 관심을 불러 일으켰다.

라. 경제 통상 관련 이슈

2009년 3월 기준 독일은 중국, 미국, 일본, 홍콩, 싱가포르, 마셜 군도에 이어 한국의 7대 수출 대상국(유럽 중 1위)이자 한국의 7대 수입국(유럽 중 1위)으로 전년과 같은 수준을 유지하고 있다. 대 독일 수출 주요 품목은 선박, 반도체, 무선통신기기, 컴퓨터, 자동차, 등이다. 주요 수입 품목은 자동차, 기타 기계류, 원동기펌프, 자동차 부품, 반도체, 기계요소 순으로 주를 이룬다.

최근 금융위기의 여파로 인한 경제불황으로 특히 수출중심의 산업구조를 가진 독일에 타격이 큰 것으로 보인다. 2009년 3월까지 독일 수출은 전년 동기 대비 -21%, 수입은 -14.4% 감소하였다. 이는 지난 1월 집계된 수출과 수입에 있어서의 -38%와 -34.8%의 마이너스 성장에 비해서는 다소 회복된 수준이나 원년의 수준에는 미치지 못하고 있다.

2007년 7월부터 추진되고 있는 양국 간 최대 통상 현안인 한-EU FTA 협상은 지난 2009년 4월 2일 런던에서 개최된 G20 정상회담의 연계선상에서 한국과 EU 간 통상장관협상에서 타결 선언이 있을 것으로 기대감이 고조되었으나, 끝내 핵심쟁점인 관세환급 등과 관련하여 양측의 입장 차가 좁혀지지 않아 최종 타결은 실패로 돌아갔다. 향후 관세 환급 등과 관련하여 EU 역내 회원국 간의 입장 조율이 쉽지 않은 것으로 보이나, 정치적 타협점을 통해 협상 타결에 이를 수 있으리라는 기대감은 여전히 높은 상태이다.

한편, 2009년 사상 최대 규모로 개최된 하노버 산업박람회(Hannover Messe)에서 한국은 동반국가로 참가하여 높은 성과를 이루어냈다. 이를 통해 한국은 한국의 과학 기술을 널리 소개할 수 있었고, 특히 이번 박람회에서는 한·독 총리 회담과 경제장관 회담이 함께 열려 한·독 녹색협력 강화와 한·독 과학기술 협력 방안 등이 논의되었다. 또한, 한국투자 설명회를 동시에 개최하여 신 재생에너지 분야에서 몇몇의 유럽 기업들과 투자 유치 양해각서를 체결하는 등의 성과를 거두었으며, 다양한 문화프로그램 개최와 함께 한국의 국가 브랜드 가치를 한층 더 높일 수 있는 계기가 되었다.

무엇보다 이번 기회를 통해 “한-독 워킹 홀리데이 공동 성명”이 발표되어 18~30세의 피부양자를 동반하지 않은 양국의 청년 및 청소년들이 상대 국가에서 최대 1년간 관광을 목적으로 체류하면서, 이에 필요한 경비를 충당하기 위한 취업이 가능하게 되었다..

그 외에도, EU 내에서 유통되는 모든 화학 물질의 정보를 등록, 평가, 허가 및 제한하는 신화학 물질 관리 제도인 REACH 규정의 시행과 관련하여 정부의 적극적인 지원 속에 지난 12월 1일 마감까지 등록된 한국 기업의 사전등록 완료건수는 총 443개로 집계되었다. 2009년 6월경 허가대상 물질 발표가 있을 예정이며, 사전등록을 마친 업체들에게는 앞으로 정해진 기간 내에 등록을 마쳐야 하는 본 등록 절차가 남아있다. 또한 향후 EU에 수출하는 모든 완제품 회사들은 비록 심사 후 신고 대상에 해당되지 않는다 할지라도, 기본적으로 SVHC(고 위험성 물질)과 관련하여 신고 해당 여부를 확인해야 한다. 미수행시 수출 관련 피해 사례가 발생할 수 있어 이에 대해 한국기업들의 적극적인 대응이 필요하다.

(자료: 베를린 대사관 홈페이지 및 KBC 자체 조사 내용 종합)

II. 경제

1. 경제동향 및 전망

가. 독일 최신 경제 동향

메르켈 총리가 이끄는 독일 정부는 노동시장 유연화에 따른 내수 회복 및 수출 호조 등에 힘입어 2006년에 이어 2007년에도 2.5%의 높은 경제 성장률을 달성하였다.

그러나 이러한 독일 경제의 호황세는 2008년 하반기 글로벌 금융위기 발발로 인해 경기불황으로 이어졌고, 글로벌 경기 침체가 지속되면서, 특히 수출 중심의 산업 구조를 지닌 독일의 경우 예상 외로 큰 타격을 입게 되었다.

이로 인해 2008년 독일의 경제성장률은 1.3%로 저하되었으며, 2009년에는 경제성장률 전망이 -6%로 하향 조정되었다.

그러나 최근 기계 산업 등 일부 산업분야를 제외하고 독일 산업계는 해외 수주 증가에 따라 수출과 생산에서 다시금 상승세를 보이고 있어, 경기 회복에 대한 기대감이 고조되고 있다.

현재 주요 시장 연구소를 중심으로 경기 회복에 대한 긍정적인 전망이 이어지고 있으며, 2010년에는 다시금 경제 성장이 상승세로 접어들 것으로 전망되고 있다. 다만 2009년 하반기 실업률 상승에 대한 우려가 고조되고 있으며, 이는 성장을 저해하는 요소로 작용할 것으로 예상되고 있다.

독일 주요 경제 지표

(단위: 억 유로, %)

구분	2004	2005	2006	2007	2008	2009(전망)
명목 GDP	22,161	22,360	23,027	24,238	25,300	23,903
1인당 GDP(유로)	26,400	26,600	27,957	29,465	30,808	29,200
경제 성장률	1.2	0.9	2.5	2.5	1.3	-6.0
물가 상승률	1.6	2.2	1.7	2.4	2.6	0.7
실업률	10.6	11.2	9.8	9.0	7.4	8.6
수출	7,335	7,862	8,930	9,690	9,927	-18.8
수입	5,774	6,256	7,340	7,725	8,145	-10.6
무역수지	930.2	903	1,590	1,965	1,782	-

자료: 독일 연방통계청(Statistisches Bundesamt), IfW 연구소

□ 최근 경기 및 산업 생산에서 뚜렷한 회복세

2008년 하반기 이후로 전반적인 경기 침체가 지속되고 있는 가운데 지난 8월 독일 연방통계청이 발표한 바에 따르면, 독일의 수출이 지난 6월 전월 대비 7%의 상승을 기록하였고, 산업 생산 부분에서의 수주가 지난 5월의 4.4%에 이어 4.5%로 증가하는 등 예상 외의 호조를 보였다.

특히 이러한 독일 경제 회복에는 해외 수주가 역할을 하고 있는 것으로 분석되고 있으며, 이에

다른 산업 생산 역시 큰 폭으로 증가하고 있다. 최근 발표된 바에 따르면, 7월 전년 대비 독일 산업 수주는 3.5%의 증가율을 기록하여 지난 5개월간 연속 상승세를 보이고 있고 올 3분기에서도 지속적인 성장이 가능할 것으로 전망하고 있다.

이러한 경기 회복의 조짐과 함께 기존의 2009년 경제 전망수치들이 상황 조정될 것으로 기대되고 있으나, 다만 2009년도 하반기 실업률 상승이 변수로 작용할 수 있을 것으로 예상되고 있다.

나. 수출 동향

생산 과정 효율화, 임금 동결 등으로 인한 원가 절감으로 꾸준한 수출 증가세를 보였던 독일은 미국의 금융위기로 인한 경제 성장 둔화와 유로화 강세 등의 어려운 상황 속에서 지난 2008년 하반기 이후 수출이 급감되는 등 위기를 맞았다. 그러나, 최근 연방 통계청이 잠정 발표한 바에 따르면, 지난 6월 전월 대비 7%의 증가율로 지난 2006년 9월 이래로 최고의 증가 폭을 기록한 데 이어, 7월 총 705억 유로의 수출을 기록하여 전월 대비 2.3%의 증가하였다.

또한 2009년 초반의 급감세로 2009년 상반기 기준 수출 실적은 3912억 유로로 여전히 22.9%의 마이너스 성장을 보이고 있으나, 감소폭은 점차 완화되고 있다.

독일은 세계 수출 1위로 세계 각국과 글로벌 무역을 하고 있으며, 최대 교역대상국은 EU 역내 국가로 전체 독일 교역에서 수출은 62.3%, 수입은 57.6%를 차지하고 있다. 특히 최근에는 독일의 주요 수출국인 미국을 비롯하여 아시아권의 경제가 차츰 회복 국면에 접어들고 있어, 이에 따른 독일의 수출 경기에도 상승세를 보이고 있다.

독일 수출의 절반 이상을 차지하는 자동차, 기계, 화학 등 3대 산업 등은 아직 원년의 수준에 미치지 못하고 있고, 특히 기계 산업은 고전을 면치 못하고 있으나, 관계 전문가들은 글로벌 경기가 회복 국면으로 접어들면서 독일 관련 산업 수출에도 긍정적인 파급효과를 예상하고 있다.

지난 6월 국내 수요가 0.2%였던 데 반해 해외 수주가 전월 대비 8.3% 증가하였으며, 2분기 총 해외 수주가 9%의 성장세를 보임에 따라 전문가들은 2분기 말의 호조세에 이어 3분기에는 수출 경기가 완전한 회복세를 보일 것으로 전망되고 있다.

다. 대한 수출입 동향

독일은 중국, 미국, 일본, 홍콩, 싱가포르, 마셜 군도, 대만에 이은 한국의 제8대 수출 시장이며 동시에 6대 수입 국가이다.

또한 독일은 한국의 유럽 최대 교역국으로 2008년 한국의 대독일 수출은 105억불(-8.8%), 수입은 148억불(+9.1%)로 약 43억불 규모의 무역수지 적자를 보인 바 있다. 2009년 8월까지 집계된 최근 수치에 따르면, 대 독일 수출은 54억 6700만 달러로 25.6% 감소하였고, 수입의 경우 75억 2500만 달러로 -27.2%의 감소율을 나타내고 있다. 이러한 극심한 교역의 감소 폭은 현재 각국의 경기가 다소 회복국면으로 접어들고 있으나, 당분간은 지속될 것으로 전망된다.

2009년 8월까지 집계된 바에 따르면, 우리나라의 대 독일 주종 수출 품목은 선박, 반도체, 무선통신기기, 자동차, 컴퓨터, LCD 등 이다. 대기업 주력 수출 품목 군이기도 한 상기 6대 수출 품목이 전체 대독일 수출에서 차지 하는 비중은 약 74%에 이르는 등 주요 수출 품목에 대한 수출 의존도는 여전히 높게 나타나고 있다. 2009년 들어 특히 큰 폭의 수출 상승세를 보이고 있는 품목은 정밀화학원료로 전년 동기 대비 101.6% 증가하였다.

한국의 대 독일 교역 현황

(단위: 백만 달러, %)

구 분	2005		2006		2007		2008		2009 8월	
	금액	증가율	금액	증가율	금액	증가율	금액	증가율	금액	증가율
수출	10,304	23.6	10,056	-2.4	11,543	14.8	10,523	-8.8	5,467	-25.6
수입	9,774	15.2	11,364	16.3	13,534	19.1	14,769	9.1	7,525	-27.2
무역수지	530		-1,308		-1,991		-4,246		-2,058	

자료: KITA(2009년 9월 최신 통계)

라. 설비 및 건설 투자

설비 및 건설 투자 부문에 적극적이었던 독일도 2008년 들어 금융 위기로 인한 여러 제조업체들의 부도 위기설, 특히 자동차 제조업체들의 공장 가동 일시 중단 및 고용인력 감축 등의 어려운 상황으로 이어지고 있어, 독일의 설비 투자는 2008년 하반기에 대폭 감소한 바 있다.

2009년 1분기와 2분기에 전년대비 -21.1%와 -24.4%의 마이너스 성장을 기록했던 설비 투자는 올 2009년 한 해 8.1%의 마이너스 성장이 예상되고 있으나, 전 분기와 비교해 볼 때 1분기의 -18.5%에서 2분기 -0.5%로 감소폭이 대폭 줄어들었다.

건설 투자 부분도 2008년에 1.8%의 성장률을 보이며 투자가 크게 둔화된 이후 전년 대비 2009년 1분기 -5.6%, 2분기 -2.9%의 감소세를 보였으나, 전 분기 대비 각각 0.2%, 1.4% 등의 증가세로 접어들면서, 다소 회복국면에 들어서고 있는 것으로 보인다.

독일 코메르츠(상업)은행의 경제전문가 크래머(Joerg Kraemer)씨에 따르면, 작년 2008년 가을 무렵, 다수의 기업들이 경기불안 등을 이유로 한 설비투자재 및 반제품에 대한 수주 감소가 그 사이에 회복된 것으로 보인다. 이어 현재 기업들이 다시금 미뤄왔던 투자를 진행시키고 있어, 곧 눈에 띄는 성장이 기대되고 있다. 이는 하반기 경기 회복의 직접적인 요인으로 작용할 것으로 보인다.

마. 고용 시장

독일은 2000년도 초반 이후 경기 회복세와 함께 메르켈 총리의 노동개혁 등으로 고용시장이 안정되면서 지속적인 실업률 감소 현상을 보였다. 2008년도 10월 기준, 실업자 수는 299만 명, 실업률은 7.2%로 16년 만에 처음으로 실업자 수가 3백만 명 이하를 기록하기도 하였다.

그러나 2008년 하반기 경기 침체가 가시화되면서, 다시금 실업률이 상승하기 시작하였으며, 지난 2009년 3월과 4월에 8.6%의 실업률을 최고점을 이루었다.

지난 8월까지 집계된 현 독일의 실업률은 8.3%를 나타내고 있으며, 연방 통계청의 2분기

결산에 따른 독일의 고용자 수는 4020만 명으로 전년 동기에 비해 25000명이 적은 -0.1%의 감소율을 보였다.

경기불황이 장기간 지속되고 있음에도 독일의 실업률이 대폭으로 증가하지 않고 있는 것은 무엇보다 경기 부양책의 일환으로 정부가 지원하고 있는 기업 고용자의 단축근무제 실시가 긍정적인 영향을 미친 것으로 보인다.

그러나 최근 독일에는 대규모 기업들의 파산과 인수 및 단기근무제의 만기나 연기 불가 등과 관련하여 실업률 상승에 대한 우려가 다시금 제기되고 있으며, 이는 2009년 하반기 경기 상승의 변수가 될 수 있을 것으로 추정되고 있다.

바. 물가 상승률

독일은 지난 2007년 부가세 인상(16→19%)과 유가 상승 및 원자재 난으로 물가 상승을 겪은 이후 2009년 5월 이후 전년 동기 대비 0.0%로 안정세를 보여 이미 경기 회복의 조짐을 나타낸 바 있음. 현재 8월 기준 물가 역시 0.0%로 안정적인 경향을 보이고 있다.

그럼에도 다수의 상품이나 서비스와 관련하여 소비자 물가는 전년 대비 증가와 감소세를 보이고 있어, 0%의 안정적인 수치는 물가 상승 분과 물가 하락 분으로 보상된 것으로 분석되고 있다.

물가 상승의 주요인은 여전히 난방유와 석유제품이며, 현재 석유제품의 경우 최고의 상승률을 보였던 전년 수치를 비교해 볼 때는 -16.1%의 감소율을 보이고 있다. 반면, 식료품에 있어서의 가격 하락은 현재의 물가 안정의 주요인으로 평가되고 있으며, 8월 기준 물가 상승률이 전년 대비 -3.0%를 기록하고 있다.

(자료: 독일 연방통계청, KITA, 독일연방은행, KOTRA 자체 정보 종합)

2. 주요 산업 동향

□ 2009 년 주요 산업 동향 및 전망

1) 자동차 산업

독일 자동차 산업의 경우 2008년도 말부터 시행된 CO2 방출량에 따른 신 자동차보유세와 폐차 프리미엄으로 인한 수요 급증으로 자동차 판매 붐을 기록하였다.

폐차 프리미엄으로 지난 7월까지 총 34만 대의 승용차 신규등록이 이루어 졌으며, 이는 전년 동기 대비 29%의 상승률이다. 8월까지 집계된 바에 따르면, 폐차 프리미엄 실행 이후 신규 자동차 등록율이 총 27% 증가(270만대)하였으며, 그 규모는 총 26억 7500만 유로에 이른다.

독일 자동차산업협회(VDA)의 비스만(Matthias Wissmann) 회장은 세계적인 경기 회복세와 폐차 프리미엄으로 독일 자동차 산업계가 위기를 벗어날 수 있는 과정에 있는 것으로 보고, 현재 바닥을 통과하여 점차 상황이 호전될 것이라는 전망을 내놓고 있다.

그러나 폐차 프리미엄이 지난 9월 2일 마지막 신청 건 접수를 끝으로 종결되면서 향후 자동차산업의 전망은 다소 엇갈리고 있다. 폐차 프리미엄의 종료는 단기적으로는 매출 감소 내지 증가율 완화 등으로 나타날 것으로 보이나, 현재 글로벌 자동차 시장이 점차 안정을 되찾아가고 있고 독일 수출 역시 감소폭이 줄어들고 있어 독일 자동차 생산 역시 다소 회복될 수 있을 것으로 전망된다.

비스만 회장은 현재 2010년 독일 자동차 내수시장에 대해 구체적인 전망을 언급하지는 않고 있으나, 폐차 프리미엄 종결 후 콤팩트 클래스와 소형 차종에 있어서 수요 감소가 예상되고 있음에도 수출 비중이 높은 독일 자동차 산업계는 다시금 수출이 활기를 띌 수 있게 되기를 기대하고 있다.

최근 9월 개최된 국제 자동차 모터쇼(IAA) 등을 통해 볼 때, 독일 및 세계 주요 자동차 기업들은 하이브리드나 전기 자동차 개발 및 출시와 함께 차세대 자동차 시장을 선점하기 위한 적극적인 시장 공세에 나서고 있다.

2) 기계 산업

2009년도 하반기에 들어서면서 여러 산업 경기가 회복세에 접어들고 있는 것과는 달리, 독일 기계 산업계는 여전히 고전을 면치 못하고 있다.

독일의 대표적인 산업으로 손꼽히는 기계 제조 및 설비 산업은 특히 지난 7월 -43%의 마이너스 성장을 기록하는 등 지난 60년 이래 최대의 위기에 봉착해 있다.

지난 2009년 상반기 통계에 따르면, 수주 감소율이 약 50%에 이르며, 이는 독일기계설비 제조협회(VDMA)가 1958년 이래로 관련 통계수치를 집계하고 있는 이래 최고의 급감률을 보이고 있다.

또한 9월초 독일 기계설비 제조협회(VDMA)가 발표한 바에 따르면, 2009년 총 매출은 1580억 유로로 기록할 것으로 전망되며, 전년 대비 -20%의 성장 감소가 예상되고 있다.

독일기계설비 제조협회(VDMA)의 비텐슈타인(Manfred Wittenstein) 회장은 2010년 역시 관련 산업 경기가 회복될 기미가 보일 것으로 전망하지 않고 있고, 생산에서도 전년 수준을 유지할 것으로 전망하고 있다.

이러한 기계산업의 지속적인 불황은 고용인원수에서 가시화되고 있는데, 독일기계설비 제조협회(VDMA)에 따르면, 2009년 한해 약 6만개의 일자리가 삭감될 것으로 추정하고 있다. 지난 2009년 상반기에는 약 18000개의 고용 감소가 이루어졌다.

비텐슈타인 회장은 기계 산업이 곧 최저점에 도달하여, 이러한 급감 폭이 다소 완화될 수 있을 것으로 조심스러운 기대감을 내비치고 있다. 그러나 지속적인 기계 및 설비에 대한 투자가 이루어지기 위해서는 고객 및 관련 업계의 신뢰회복과 재정적인 어려움 해소 등이 선행되어야 할 것으로 보고 있으며, 이를 위해서는 시간이 어느 정도 경과되어야 할 것으로 예상하고 있다.

3) 전기, 전자 및 IT 산업

독일 전자전기 및 IT 협회 (VDE)가 2009년 상반기에 전망한 바와 같이, 독일 전자 전기 및 IT 산업의 경우, 경제 위기로 인한 타격이 전반적으로 다른 산업 분야보다 적게 나타난

것으로 평가되고 있다. 또한 현재 동분야 실업률 역시도 경기 호황기의 1.9%에서 크게 증가하지 않은 2.3%를 보이며, 큰 감소세는 보이지 않고 있다.

더불어 연방정보기술 미디어협회(Bitkom)는 2009년의 IT산업을 포함한 하이테크 시장이 1410억 유로 규모로 2.5%의 마이너스 성장을 기록할 것으로 예상하고 있으나, 2010년부터는 다시금 성장이 가능할 것으로 전망하고 있다. 관련 시장은 약 1414억 유로 규모가 될 전망이며, 약 0.3%의 증가율이 예상된다.

이와 같이 독일 관련 시장이 위기에서도 비교적 안정적인 경향을 보이는 데에는 장기간 축적되어온 기술 노하우가 큰 영향을 미친 것으로 보인다. 특히 위기 속에서도 두각을 나타내고 있는 분야는 자동화 기술, 에너지 및 전자 산업과 의료 기술 분야 등으로 2020년까지 이 분야에서 독일은 선두자리를 고수할 수 있을 것으로 예상되고 있다.

앞으로 마이크로 기술과 나노 기술에 있어서는 경쟁이 보다 치열해질 것으로 예상되나 강력한 경쟁국인 미국과 중국에 비해 독일은 경쟁력을 충분히 갖추고 있는 것으로 평가된다.

또한 향후 에너지 효율성, E-Mobility와 지능형 전력망 등은 핵심 동력 산업으로 독일의 입지를 굳히는 데 한 몫을 할 수 있을 것으로 예상되며, 이와 더불어 전자부문 엔지니어 등 관련 고용인력 확보에 대한 국가간의 경쟁이 치열해질 것으로 전망되고 있다.

4) 화학 산업

독일의 4대 산업 분야인 독일 화학 산업은 금융위기 발발 이후 약 9개월간의 하락세를 나타냈으며, 이러한 경제 위기를 고용 축소를 줄이기 위한 독일 화학산업계의 노력은 경기 침체에도 관련 산업 고용인원을 비교적 안정적인 수준에서 유지하는 결과를 낳았다.

화학산업계는 수개월간의 침체기 이후 2009년도 2분기에 들어 다시금 회복세를 보이고 있는데, 독일 화학산업협회(VCI)은 지난 9월 초 2분기 생산이 전 분기 대비 2.5% 증가하였으며, 매출 역시 1.3% 증가한 353억 유로로 상승했다고 발표하였다.

여기에는 특히 화학제품에 대한 해외 수주가 매출과 생산 증가에 긍정적인 영향을 미친 것으로 분석되고 있다. 특히 아시아 국가로부터 기초 화학재와 특수 화학재 주문이 크게 증가하고 있으며, 이에 반해 소비자용 화학제품이나 의약품 관련 화학재의 경우 여전히 감소세를 보이고 있다.

독일 화학산업협회(VCI)에 따르면, 내수 시장의 경우 산업계의 수요 침체로 여전히 감소세를 보이고 있는데, 2분기의 경우 전 분기 대비 -2.7%의 감소율을 나타내고 있다.

또한 전년 동기 대비와 비교해 볼 때, 생산의 경우에도 여전히 16%의 마이너스 성장을 보이고 있어 전년의 수준을 회복되기 위해서는 아직 시일이 소요될 것으로 전망되나, 독일 화학기업들은 이미 최저점은 통과한 것으로 보고 있어, 향후 경기 회복에 대한 기대감이 고조되고 있다.

5) 철강 산업

독일 철강경제연합에서는 2009년도 철강산업의 생산량이 전년대비 전년 생산량인 4,850만 톤 대비 약 25% 정도 감소할 것으로 예측하여 올 한해 전망치를 하향 조정한 데 이어,

최근 철강경제연합의 케르크호프(Kerkhoff) 회장은 2009년 전망을 다시금 하향 조정 발표하였다.

이에 따라 2009년도 철강산업의 생산량은 3100~3300만 톤이 될 예정이며, 이는 전년 대비 약 30%의 감소율에 해당하며, 2차 대전 이후 최악의 하락세이다.

특히 생산량을 대폭 감소하고, 소속 근로자에 대해 단축근무를 실시하고 있는 독일의 철강산업의 선두 기업인 뉘른 크롭사와 잘프기터사는 현재 철강산업이 60년대의 수준으로 떨어진 상황으로 보고 있다. 현재 9만 5000명에 이르는 철강산업 근로자의 약 50%가 단축 근무에 임하고 있다.

또한 설비 투자의 경우 지난 1분기에 전월 대비 18.5%의 큰 폭의 감소율을 기록한 데 이어 2분기 역시 마이너스 성장을 면치 못하고 있어, 이에 따른 철강수요 감소 역시 지속될 것으로 전망된다.

최근 독일 철강 경제인연합이 발표한 바에 따르면 수요 급감 이후, 독일 철강산업은 2010년 생산 부문에 있어 소폭의 증가를 기대하고 있으며, 2009년도 하반기 역시 상황이 개선될 것으로 예상하고 있으나, 정상화는 여전히 어려울 것으로 전망되고 있다.

케르크호프 회장은 2010년 경기 회복 전망에도 불구하고 철강 생산량이 4000만 톤에 그칠 것으로 전망하고 있으나, 지난 7월 독일 철강 생산이 일본, 러시아, 미국 등 기타 세계 주요 철강 생산국과 함께 2009년 들어 최고의 성장률을 보임에 따라, 하반기 시장에 대한 기대감을 저버리지 않고 있다.

(자료: 독일산업협회(BDI), 각 산업협회에서 발표된 2009년 상반기 경기 전망 보고서 종합)

3. 지역무역협정 체결현황

독일의 무역 정책의 기초는 현재 전 세계적으로 151개국이 소속되어 있는 세계무역기구 WTO(World Trade Organisation)에 의한 다국가 간 무역과 유럽권 내의 자유무역협정이다. 물론 다국가 간의 무역 관계는 전 유럽권 내 무역을 이어주는 성공적인 연결점이 되고 있으며, 프랑스와 함께 독일은 관세 동맹, 공동 시장, 경제 통합, 유럽합중국을 추구하는 연방적 무역 협정을 추구한다.

2000년 6월에 AKP국가들(아프리카, 카리브 연안국, 환태평양 국가들, 대부분이 이전 유럽의 식민지 국가들)과의 경제 협력을 필두로 유럽위원회는 대회 경쟁력 강화를 위한 전략으로 '새로운 FTA 세대 new generation of FTAs'를 위해 힘쓰고 있다. 이에 따라 위 국가들과 WTO 조약에 의거하여 무역 장벽을 점차적으로 허물어가고 있으며 무역과 연관된 모든 분야에 있어서의 협력을 다졌으며 현재 해당 국가들 간의 협상이 진행 중이다.

이어 2007년도 중반기 독일은 한국, 인도 등을 포함한 ASEAN 국가들과 자유무역협정을 위한 협상을 성공적으로 수행하였다.

가. EU FTA 추진 현황

독일은 EU 회원국으로서 단독적으로 지역무역협정을 체결할 권한이 없다. EU 집행위가

EU의 27개 회원국으로부터 특정 국가나 지역과의 지역무역협정 협상권을 위임 받아 제 3국과 자유무역협정을 체결하는 절차를 밟고 있으며 체결된 자유무역협정 내용은 EU 27개국 모두에 적용된다.

1) EU의 FTA 정책

EU는 전통적으로 FTA 협상에서 ‘지역 대 지역’ 협상을 선호해왔으며 이러한 시각에서 개별국과의 양자간 협정보다는 지역통합체와의 ‘지역 대 지역 협정’ 체결에 더 중점을 두어왔다. 또한 상호주의에 의거한 FTA 보다는 일방적인 호혜적 특혜협정이 대부분이었다.

그러나 1999년을 기점으로 하여 EU의 FTA 정책 방향이 크게 변경되어 ‘지역 대 지역 협정’ 이외에 개별국과의 FTA협상을 본격적으로 시작하였으며, FTA 체결 동기도 정치적 동기와 함께 상업적 동기도 고려하면서 상호주의를 요구하기 시작했다.

이는 이전까지는 EU가 인근 국가의 정치, 경제적 안정 지원을 통해 궁극적으로 EU의 안보를 모색하는 ‘정치적, 외교적 동기’에 의거하여 인근국과의 FTA를 추진해 왔으나 1999년부터는 이와 함께 신흥성장시장을 대상으로 원래 의미, 즉 상업적 의미의 FTA도 병행 추진함을 의미한다.

2) EU의 FTA의 주요 특징

EU는 안보, 외교, 미국 견제 등의 다양한 동기들이 복합되어 다양한 형태의 FTA를 추진하고 있으며, 추진 형태도 FTA, 경제협력협정, 안정화 협정, 무역개발협정 등 다양한 명칭으로 추진하고 있다.

NAFTA(북미자유무역협정)를 자국 FTA의 모델로 삼고 있는 미국과 달리 단일한 롤 모델은 가지고 있지 않으며 체결한 FTA 별로 내용도 매우 다양하다. 다만 WTO(세계무역기구)로부터 지역무역협정으로 인정받기 위하여 가능한 한 FTA에서 양측 상품 무역의 90% 이상의 관세 철폐를 선호하고 있다. 그러나 최빈국과의 협상에서는 이를 고수하고 있지는 않다.

EU는 지난 2006년 10월 ‘신통상정책’을 선언하면서 FTA 우선추진대상국으로 한국, 인도, ASEAN, 러시아, MERCOSUR, GCC를 선정한 바 있으며 한국, 인도 등과는 협상을 진행 중이다. 이외에도 EU는 ACP 국가, Mercosur, GCC 국가, 그리고 일부 발칸 국가와 북아프리카 국가들과 지역 대 지역 차원의 FTA 협상을 추진하고 있다. 그러나 전반적으로 협상 진행 속도가 부진한 편이다.

EU의 FTA 추진 현황

	기체결	협상 중	검토 중
국가	Egypt(2004), Chile(2003), Lebanon(2003), Croatia(2002), Jordan(2002), South Africa(2000), Morocco(2000), Israel(2000), Mexico(2000), Tunisia(1998), Palestinian Authority(1997), Bulgaria(1993), Rumania(1993) 등	MERCOSUR, GCC, 한국	ASEAN, 러시아, 인도, 우크라이나, 중남미 6국

나. 한-EU FTA

EU는 2007년 5월부터 한국과 FTA 체결을 위한 협상을 진행해 왔으며, 현재는 협상 종결로 발표된 바 있으나 최종 타결 선언까지는 여러 법적인 절차가 남아 있다. 최종 타결에 대한 공식 발표는 2010년 상반기 내에 있을 것으로 기대 되고 있다.

□ 추진 경과

구분	일시	장소	주요 협상 내용
1차	2007.5.7-11	서울	상품, 서비스/투자, 기타 규범, 분쟁 해결·지속 가능 발전 등 4개 분과로 구성
2차	7.16-20	브뤼셀	상품·서비스·정부조달 개방안 교환 및 협의
3차	9.17-21	브뤼셀	본격적인 양허 협상 개시
4차	10.15-19	서울	분야별 통합협정문과 상품 양허안 논의
5차	11.19-23	브뤼셀	4대 이슈(상품 양허, 자동차 기술표준, 원산지 규정, 서비스 시장 개방) 쟁점화
6차	2008.1.28-2.1	서울	4대 쟁점을 제외한 나머지 분야에서 진전
7차	5.12-15	브뤼셀	연내 타결을 합의, 쟁점 제외분야 모두 타결 추진
8차	2009.3.23-24	서울	최종 협상으로 예정되었으나 결렬 됨
	2009. 4. 2	런던	G20 Summit에서 양측 입장 차이만 확인하고 타결 무산
	2009. 5. 23	서울	EU 의장국인 체코 대통령과 한-EU 정상회담을 갖고 한-EU FTA 조기타결을 추진하고 양측 관계를 전략적 동반자 관계로 격상시켜나가기로 합의
	2009.7.13	스웨덴	2007년 이래 진행되어 온 한-EU FTA 협상종결, 2010년 상반기 내 발효 예상

자료: 독일 연방경제기술부, 외무부, 지경부 홈페이지 및 KBC 자체 정보 종합

III. 무역

1. 수출입동향

가. 세계 최대 수출국인 독일

수출 강국인 독일은 미국의 경기 둔화와 유로화 강세 등의 어려운 상황 속에서 비록 수출 증가율은 많이 낮아졌지만 2008년에도 세계 최대 수출국으로 꼽히며, 2005~2008년 까지 4년 연속 세계 수출 1위의 자리를 지키고 있다.

경제전문가들에 의하면 2009년부터는 중국에 밀려 수출 1위국의 자리를 넘겨주게 될 수도 있으나, 독일 또는 중국 중 어느 국가가 1위를 차지할 지는 연말까지 기다려 봐야 밝혀질 예정이다.

2008년도 독일의 3대 수출 산업은 자동차, 기계, 화학 산업으로 이들 산업이 전체 수출에서 차지 하는 비율은 약 50%에 달했으나, 2009년 상반기까지 통계상으로는 자동차, 의약품 및 자동차 부품이 3대 수출 품목으로 꼽힌다.

2008년 상반기까지 고환율, 고유가, 미국발 금융 위기 등의 어려운 상황에서도 독일이 수출 호조를 보일 수 있던 요인으로 EU 확대에 따른 동부 유럽, 특히 체코, 헝가리, 폴란드, 루마니아의 경제 호조로 인한 수출 확대 및 전통적인 고품질의 강한 브랜드 이미지 확보, 고도 정밀 제품 생산 중소기업의 발달 등에 따른 것이다.

나. 최근 수출입 동향

독일 수출입 동향

(단위: 억 유로, 통관 기준)

구분	2004	2005	2006	2007	2008	2009 (1~6월)
독일 수출	7,335	7,862	8,930	9,690	9,927	3,921
독일 수입	5,774	6,256	7,340	7,725	8,140	3,375
무역수지	930.2	903	1,590	1,965	1,787	546

자료: 독일연방통계청(2009년 9월 입수 최신 통계)

2008년 독일 수출은 9,927억 유로, 수입은 8,145억 유로를 기록하여 1,782억 유로의 무역수지 흑자를 달성했다. 2009년 상반기까지 통계로는 수출 3,921억 유로, 수입 3,375억 유로로 546억 유로의 무역흑자를 기록하였다.

독일은 달러화 대비 유로화 환율이 최근 크게 증가하였음에도 불구하고, 생산 과정 효율화, 임금 동결 등으로 인한 지속적인 원가 절감으로 계속해서 수출 경쟁력을 확보하였다. 또한 EU 역내 국가를 바탕으로 한 교역으로 유로화 환율 절상의 타격을 비교적 완화시킬 수 있어, 수출 증가세를 이어갈 수 있었던 것으로 분석된다.

그러나 비록 독일이 2008년 수출 1위의 자리를 지켰지만, 전년대비 수출 증가율은 2.4%로, 2007년의 8.4%에 비하면 현저히 줄어들었다. 그러나 2009년 상반기 수출은 -23.5%의 마이너스 증가율을 기록하고 있으며, 2009년도 전체 수출 규모는 금융위기 타격으로 인한 경기 침체 지속으로 수출증가율이 -9.8%, 수입증가율은 -5.1로 예상된다.

다. 주요 수출입 국가

독일의 최대 교역 대상국은 EU 역내 국가로 수출의 62.3%, 수입의 57.6%가 EU 역내에서 이루어지고 있다. EU 역외 국가로는 거대 시장인 미국, 중국, 러시아 등과의 교역이 매우 활발하게 이루어지고 있다.

2008년 기준, 독일의 주요 수출 5위국은 프랑스, 미국, 영국, 네덜란드, 이탈리아 순이며, 주요 수입 5위국 순위는 네덜란드, 프랑스, 중국, 미국, 이탈리아 등이며, 각 국가별 수출 및 수입액은 아래 표와 같다.

獨 2008년 교역대상국 별 수출입

(단위: 백만 유로)

순위	수입 국가	수입액	수출 국가	수출액
1.	네덜란드	72 083.2	프랑스	96 858.9
2.	프랑스	66 710.3	미국	71 466.8
3.	중국	59 377.9	영국	66 787.7
4.	미국	46 060.3	네덜란드	65 643.9
5.	이탈리아	45 962.3	이탈리아	64 002.8
6.	영국	44 261.1	오스트리아	53 840.7
7.	벨기에	39 775.2	벨기에	51 635.2
8.	러시아	35 908.9	스페인	43 704.3
9.	오스트리아	33 147.8	폴란드	40 148.6
10.	스위스	31 160.8	스위스	38 990.2

자료: 독일연방통계청(2009년 9월 입수 최신 통계)

(자료: 독일연방통계청 및 KBC 자체 정보 종합)

2. 한국과의 교역동향 및 특징

가. 독일, 한국의 유럽 최대 교역국

2008년 한국의 대 독일 수출은 105억 달러(-8.8%), 수입은 148억 달러(+9.1%)로 약 42억 달러 규모의 무역수지 적자를 기록하였다. 유럽 국가 중에서는 독일이 한국의 제1위 수입국이자 수출국으로 입지를 다지고 있다.

2009년 8월까지의 통계에 의하면 한국의 대독일 수출은 54억 2,700만 달러(-25.6%), 수입은 75억 2,500만 달러(-27.2%)를 기록하며, 전년도부터 이어온 금융위기 여파로 양국의 교역이 전년대비 줄어들었음을 볼 수 있다.

한국의 대 독일 교역 현황

(단위: 백만 달러, %)

구 분	2005		2006		2007		2008		2009. 8월	
	금액	증가율	금액	증가율	금액	증가율	금액	증가율	금액	증가율
수출	10,304	23.6	10,056	-2.4	11,543	14.8	10,523	-8.8	5,427	-25.6
수입	9,774	15.2	11,364	16.3	13,534	19.1	14,769	9.1	7,525	-27.2
무역수지	530		-1,308		-1,991		-4,246		-2,098	

자료: KOTIS(2009년 9월 최신 통계)

나. 주요 품목별 교역 현황

대 독일 10대 수출 품목

(단위: 백만 달러, 통관기준)

품목명	2007		2008		2009 (1-8월)	
	금액	증가율	금액	증가율	금액	증가율
총계	11,543	14.8	10,523	-8.8	5,427	-25.6
선박 해양구조물 및 부품	2,482	66.1	3,359	35.3	2,236	6.3
반도체	1,839	-3.9	1,178	-35.9	605	-28.3
무선통신기기	1,312	-11.8	967	-26.3	411	-40.2
자동차	1,830	27	884	-51.7	334	-46.5
컴퓨터	824	12.6	681	-17.4	299	-42.1
평판 디스플레이 및 센서	441	-37.3	245	-44.5	121	-33.1
자동차부품	150	1.1	197	31.6	117	-17.6
전자응용기기	141	35.2	188	33.8	99	-7.8
고무제품	159	47.7	144	-9.3	73	-28.2
정밀화학원료	30	18.5	53	79.1	65	101.6

자료: KITA (2009년 9월 최신 통계)

2009년 8월 기준, 한국의 대 독일 주요 수출품으로는 선박 및 부품, 반도체, 무선통신기기, 자동차, 컴퓨터 등이며, 주요 수입품으로는 자동차, 원동기 및 펌프, 자동차 부품, 기계류, 계측제어분석기 순으로 전년대와 마찬가지로 자동차 및 기계 분야가 주를 이루고 있다.

품목별 대 독일 수출의 경우 금융위기로 인한 양국의 마이너스 경제성장으로 10대 주요 수출품목 중 선박 및 부품, 정밀화학원료를 제외한 10대 품목이 전년동월대비 감소율을 보이고 있으며, 수입의 경우에도 10대 수입품목 중 기타 기계류, 선박 및 부품을 제외한 모든 품목이 하락세를 보였다.

2008년 우리나라의 대 독일 주종 수출 품목은 선박 및 부품, 반도체, 무선통신기기, 자동차, 컴퓨터, LCD 등이며, 이들 6대 수출 품목이 전체 대 독일 수출에서 차지하는 비중은 약 69.5%이다. 대표 수출 품목 중 선박 및 부품이 35.3% 성장하며 유일하게 전년 대비 수출 증가세를 기록했다. 반면 대표수입 품목들은 증가세가 줄어들기는 했으나, 모두 플러스 성장을 하였다. 현재 한국은 독일과의 교역에서 주요 수출 품목에 대한 수출 의존도가 지나치게 높은 실정으로 수출 품목을 다양화할 필요가 있다.

대 독일 10대 수입 품목

(단위: 백만 달러, 통관기준)

품목명	2007		2008		2009 (1-8월)	
	금액	증가율	금액	증가율	금액	증가율
총계	13,534	19.1	14,769	9.1	7,525	-27.2
자동차	1,530	21.3	1,634	6.8	817	-35.2
원동기 및 펌프	590	25.2	687	16.5	362	-23.9
자동차부품	763	20.6	838	9.9	358	-41.8
기타기계류	468	14.8	567	21	338	1.4
계측제어분석기	588	2.7	671	14.1	328	-27.9
기계요소	665	11.8	753	13.4	326	-38.3
기타화학공업제품	548	4.6	660	20.4	323	-28.6
반도체	652	25.9	743	14	295	-47.7
농약 및 의약품	437	69.4	494	13.1	274	-22.4
반도체 제조용 장비	205	55.7	210	2.4	252	74.3

자료: KITA (2009년 9월 최신 통계)

다. 수출입 전망

한국과 독일 모두 2009년도에는 마이너스 경제성장이 예상되어 수출입 규모도 전년대비 줄어들 것으로 전망되고 있다. 그러나 2010년에 들어서서 서서히 경제가 회복되면서 수출입 규모가 다시 늘어날 것으로 예측된다.

아울러 2007년도부터 진행 중인 한-EU FTA 협상이 2009년 3월 8차 협상에서 체결될 예정이었으나, 일부 분야에 대한 양측의 의견 대립으로 인해 FTA 체결이 지연되고 있다. 한-EU FTA는 2009년 7월에 협상이 종료 되었으며, 2010년 상반기 중에 발효될 것으로 예견되고 있으며, 체결 이후에는 국내 주력 수출 품목인 자동차의 EU 수입 관세가 철폐 또는 감소되어, 한국의 대독일 주요 수출품목의 성장세가 예상된다. 특히 관세가 높은 자동차 (10%), 디스플레이 (10~14%), 의류·섬유류 (8~10%), 석유화학제품 (6.5~8%) 등의 품목의 수출이 크게 증가할 것으로 보인다.

한편 독일이 한국 자동차 시장에 대한 최대 수출국이자 자동차 및 자동차 부품이 각각 1위 및 2위의 수출 품목인 점을 고려할 때, 향후 한-EU FTA 체결로 국내 자동차 수입 관세인 8%가 철폐될 경우, 국내 독일 자동차 업계의 점유율은 더욱 강화될 것으로 보인다.

(자료: KITA, KBC 자체 정보 종합)

3. 수입규제제도

가. 수입 규제 제도 개요

EU 회원국은 자국 산업을 보호하려는 목적으로 단독으로 제 3국에 대해 수입 규제 조치를 취할 수 없으며 제3국에 대한 수입규제 조치는 EU 를 통해 취하고 있다. 즉, 수입 규제 조치는 EU 차원에서 결정되며 EU 집행위가 타당성을 조사한 결과, 타당하다고 판단하여 결정된 조치는 EU 전 회원국에서 동시에 이행된다. 역외국 제품에 대한 수입관세율은 물론이고 반덤핑조치, 상계관세 조치, 세이프가드조치, 수입쿼터 조치 등도 독일을 포함 EU의 27개국 모두가 동일하게 취해지고 있다.

1) 반덤핑 관세

수출국의 기업이 덤핑 가격으로 수출하여 수입국 산업에 피해를 초래하는 불공정 거래 행위를 의미하는 것으로 현재 EU가 가장 많이 사용하고 있는 수입 규제 조치이다.

EU 집행위는 EU 기업으로부터 어떤 일정 수출국 기업이 덤핑 수출을 하고 있어 EU 산업이 피해를 받고 있다는 제소를 받으면 반덤핑 규정(384/96/ec)에 의거, 조사 후 반덤핑 조치의 타당성 여부를 평가한다. 반덤핑 관세 부과 결정을 좌우하는 조건은 다음과 같다.

- 덤핑 존재: 해당 수출국(제 3 역 외국) 기업의 EU 수출가가 자국 내수 가격보다 낮을 때 덤핑으로 간주한다.
- EU 산업에 피해 존재: 덤핑 수입으로 EU역내 산업이 상당한 피해를 받고 있음이 입증될 때 EU 산업에 피해가 있는 것으로 간주한다(EU역내 산업이 시장 점유율을 상실하고 EU 생산자가 생산가를 줄일 수밖에 없기 때문에 결국 생산, 판매, 수익, 생산성 등에 부정적인 요인이 될 경우)
- EU의 전반적 이익: 반덤핑 조치를 취할 때 드는 비용이 그로 얻는 이익과 불균형을 이루지 않을 때 반덤핑 조치가 EU의 전반적 이익을 보호하는 것으로 간주한다.
- EU 집행위는 석탄과 철강 제품에 대해서는 잠정 또는 확정 조치를 취할 권한이 있으나 석탄과 철강 제품 이외 상품의 경우에는 이사회에 의해 확정 반덤핑 관세 부과가 결정된다.
- EU 집행위는 덤핑제소 접수일부터 45일 내에 사전조사, 공식 조사를 개시할 타당성이 있는지 여부를 결정한다. 타당성을 입증할 만한 충분한 증거가 부족하거나 제소업체의 생산이 EU 총 생산의 25% 미만일 경우에 공식 조사가 거절된다.

총 5개의 한국 제품에 반덤핑 관세를 부과하고 있고 1건에 대해 반덤핑 조사가 진행 중이다.

현황	품목
반덤핑 확정관세 부과 중	PET 칩, 철강제 관연결구류, 폴리에스테르 단섬유(PSF), 양문형 냉장고, 실리콘(우회덤핑 관세)
반덤핑 조사 중	스테인리스 냉연강판

2) 반 보조금(Anti-subsidy) 및 상계 관세

EU는 WTO의 협정 내용을 EU 보조금 규정에 통합하여 1995년 1월 1일부터 수출 보조금을 받고 수출하는 제품에 대해 반 보조금 조치, 즉 상계관세 조치를 적용하고 있다. EU 규정은 EU 역외국 정부의 수출 보조금을 받고 EU에 수출되는 상품에 대해 상계관세를 부과하는데 상계 관세 부과 요건은 다음과 같다.

- 수출 보조금 또는 한 일정 산업, 일정 기업에 한정된 보조금 지급 사실 존재
- EU 산업에 물질적 피해(material injury) 초래: 수출 보조금을 받고 싼 가격으로 들어온 수입 제품으로 인해 EU 역내 산업이 시장 점유율을 상실하고 EU 생산자가 생산가를 줄일 수 밖에 없기 때문에 결국 생산, 판매, 수익, 생산성 등에 부정적인 요인이 될 경우
- EU 연합의 전반적 이익: 상계관세 조치를 취할 때 드는 비용이 그로 얻는 이익과 불균형을 이루지 않을 때
- 반덤핑 관세와 마찬가지로 EU 집행위가 조사하고 잠정 조치를 취한다. 제소와 조사 절차는 반덤핑 절차와 유사하다.

3) 세이프가드 조치

EU 수입 제도는 자유 수입을 일반 원칙으로 하고 있다. 비록 수입이 공정하게 이루어졌으나 예외적으로 급작스러운 대폭의 수입 증가가 일어나 EU 역내 산업과 기업, EU 공익에 위협적인 요인이 될 때 취하는 조치로, EU 집행위는 회원국으로부터 요청을 받거나 또는 자발적으로 세이프가드 조사를 한다. 반덤핑이나 상계 관세처럼 기업이 직접 세이프가드 조치의 도입을 요청할 수 없다.

세이프 가드 조치로는 수입 쿼터로 수입 물량을 제한하는 조치와 감시 조치가 있는데 감시(surveillance) 조치는 엄격한 의미에서 수입 제한 조치가 아니라, 수입 추이를 일일 점검하는 것으로, 해당 제품의 수입 흐름을 파악하기 위해 수입 라이선스를 요구하고 있다.

나. 수입 쿼터 제도

현재 EU는 공산품에 대해 수입 쿼터 제도를 운영하지 않고 있다.

WTO 협정 내에서 2004년까지 일부 섬유 제품에 대해 쿼터 제도가 적용되었으나 2005년 1월 1일부터 원칙적으로 전면 폐지 되었다. 그러나 섬유 쿼터 제도 폐지 이후 중국산 섬유 제품과 신발이 대량 수입되어 EU 산업에 막대한 피해를 초래하고 있다는 업계 및 EU 회원국 정부의 압력으로 EU 당국은 중국산 일부 섬유 제품과 신발류에 대해 긴급 수입 제한 조치(세이프 가드)를 취하여 섬유 제품에 대해서는 수입 물량을 제한하고 있는 한편 신발류에 대해서는 반덤핑 조치를 취하고 있다.

다. 관세제도

독일은 EU 회원국으로서 EU 관세 제도를 따른다. 일단 한 EU 회원국에서 통관된 재화는 EU 내에서 자유롭게 무관세로 이동(free circulation)이 가능하나, 비 EU 회원국으로부터 수입되는 재화는 기본적으로 EU 국경 통과 시 관세가 부과된다. EU의 주요 관세 제도 내용을 살펴보면 다음과 같다.

EU는 일반적으로 GATT(현 WTO) 가입국뿐 만 아니라 비가입국에도 협정 관세를 부과하는 것을 원칙으로 하고 있다. 그러나 EU와 관세 동맹 체결 여부에 따라 일방 또는 쌍무 특혜 관세 조치를 취하고 일부 제품에 대해 수입 관세의 감면, 면제 등 관세 혜택을 부여하기도 한다.

또한 EU연합의 경제 및 산업에 미치는 민감성에 따라 제품의 관세율이 결정된다. 예를 들어 EU 산업이 완제품을 제조하는데 필요하나 EU에서 생산되지 않은 원자재 또는 반제품 등에는 낮은 관세율을 부과하고 경우에 따라서는 관세를 일시 또는 영구적으로 면제한다.

- 관세율: 관세는 EU가 정하여 매년 발표하는 EU 관세율 표에 의하여 각 회원국 세관 당국이 징수한다.
- EU 관세율 표(Common Customs Tariff of EU-CCT)는 전 세계적으로 통용되고 있는 제품의 관세 분류 방식인 HS (Harmonized-System) 분류 체계를 기초로 EU가 공동으로 정한 통합 분류(CN) 방식에 의해 분류되며 관세율에는 수입 부담금과 농산물의 경우 공동 농업 정책에 의한 농업 부담금 등이 포함된다.

EU 집행위는 매년 관세율 표를 EU 관보를 통해 공표한다. 일반적으로 관세율에는 종가 관세(Ad-valorem Tariff)가 적용되고 석탄, 농산물 일부, 식품, 영화 필름 등에는 종량세(Specific Duties)가 적용되며 국제 가격의 변화에 대하여 일정 수준의 관세 유지를 목적으로 담배, 과일, 카펫 및 시계 일부 등에는 종량세로 관세의 상하한을 설정한 후 그 범위 내에서 종가세를 부과하는 선택 관세(Alternative Tariff)가 있다. 또한 계절에 따라 가격 변동이 심한 과일, 채소, 화훼류 등의 상품에 대해서는 관세율이 신축적으로 조절되는 계절 관세(Seasonal Tariff)가 적용된다. 한편, 농산물에 대해서는 관세뿐만 아니고 수입 부과금(Import Levy)을 부여한다.

- EU 관세율은 EU 집행위 관세(CUSTOM) 사이트(TARIC)에서 참조할 수 있음:
- 해당 인터넷 사이트 주소: http://ec.europa.eu/taxation_customs/dds/en/tarhom.htm

라. 교역 관련 규정

독일은 유럽연합(EU) 회원국으로서 EU의 통상 법규를 따른다. EU 통상 정책의 실제 수단은 공동 관세, 산업 피해 구제 조치(반덤핑, 상계 관세, 긴급 수입 제한 조치)와 더불어 제 3국의 무역 장벽 및 시장 접근 정도에 관한 조사, 분석을 기초로 대외 통상 교섭과 협정 체결 등인데 다자 또는 양자 간 협의를 통해 통상 조치의 결정을 내리기도 하지만 일방적인 조치를 통해 이행하기도 한다.

1) 원산지 규정

원산지 규정은 기타 통상 조치와 밀접한 연관성을 가지고 있으며 반덤핑, 상계 관세, 긴급 수입 제한 조치, 원산지 표기 요건 및 여타 차별적인 수량 제한 또는 관세 쿼터 등과 같은 무역 정책 수단으로 사용된다.

- EU 원산지 규정의 기초법: 1992년 10월 12일 자 이사회 규정 2913/92

2) EU 공동 관세

매년 EU 집행위는 EU 공동 관세율을 관보를 통해 발표하고 있다. EU 관세율은 EU 집행위 관세부서 사이트를 참조할 수 있다.

- 관련 사이트(TARIC): http://ec.europa.eu/taxation_customs/dds/tarhome_en.htm

3) 수출입 관련 규정

EU 수입 규정(Regulation 3285/94)은 EU로 수입되는 물품에 공동 적용되는 규정으로 원칙적으로 수입 물품의 수량 제한을 금지하고 있어 특별한 경우를 제외하고는 무제한적인 시장 접근을 보장한다. 단, 수입 상품이 EU 산업에 심각한 손실을 끼치는 것을 예방 또는 치유하는 조치로 절차 규정에 의거, 반덤핑, 상계 관세, 긴급 수입 제한 조치 등을 취한다.

수출도 마찬가지로 수출 규정(Regulation 2063/69)에 의거, 개인과 기업은 특별한 제한 없이 석유와 가스를 제외한 원칙적으로 모든 상품을 수량 제한 없이 제 3국에 수출할 수 있다. 단, 수출로 인해 전략적으로 중요한 상품이 결여될 위험성이 있거나 회원국의 공익상 적절한 보호조치가 취해져야 하는 상황에서 집행위는 회원국의 요청이나 독자적인 결정으로 수출 허가 제도를 취할 수 있다.

4) 통상 장벽 규정

통상 장벽 해소를 위해 별도의 조치가 불가피한 경우 주로 WTO 제소 또는 WTO 협정에 따른 보복 조치(양허 철회, 중지, 관세 인상, 수량 규제 도입 등)를 취한다.

마. 기타 교역 관련 규정

수산물이나 일부 농산물 등에 대해서는 위생 및 인체 건강 보호를 이유로 특정 지역이나 특정 조건에서만 수입을 허용하고 있다. 이들 품목 역시 EU 관보를 통해 발표되고 있다.

아울러 약간의 수정을 통해서 군사 무기로 사용할 수 있는 첨단기기에 대해서는 그 거래를 역시 제한하고 있다.

자료: EU 관련 기관 정보 및 KBC 자체 정보 종합

4. 대한수입규제 동향

2009년 9.24일 기준, EU로부터 반덤핑 규제를 받고 있는 우리나라 제품은 다음과 같은 5개 품목이다.

구분	조치 유형	대상 품목
규제 중	반덤핑 관세	폴리에스테르 단섬유(PSF), PET칩, 양문형 냉장고, 실리콘(우회 덤핑 관세), 철강제 관연결구류

5. 관세제도

가. 관세 제도 개요

1993년 1월 1일 이후 EU회원국 간의 모든 거래에 있어서 국경이 철폐되었으며 이로써 유럽 단일 시장이 형성되었다. 비 EU 회원국으로부터 수입되는 재화는 기본적으로 EU 국경

통과시 관세가 부과되나, 일단 한 EU 회원국에서 통관된 재화는 EU내에서 자유롭게 무역으로 이동이 가능하다.

독일은 EU 회원국으로서 EU 관세 제도를 따르고 있으며, EU 공동 관세 제도가 도입된 지난 1968년부터 여타 EU 회원국과 동일한 관세 제도를 운용하고 있는데 EU의 주요 관세 제도 내용을 살펴보면 다음과 같다.

EU는 일반적으로 GATT(현 WTO) 가입국뿐만 아니라 비가입국에도 협정 관세를 부과하는 것을 원칙으로 하고 있다. 그러나 EU와 관세 동맹 체결 여부에 따라 일방 또는 양자간 특혜 관세 조치를 취하고 일부 제품에 대해 수입 관세의 감면, 면제 등 관세 혜택을 부여하기도 한다.

관세는 EU가 정하여 매년 발표하는 EU 관세율 표에 의하여 각 회원국 세관 당국이 징수한다. EU 관세율표는 전 세계적으로 통용되고 있는 제품의 관세 분류 방식인 HS(Harmonized-System) 분류 체계를 기초로 EU가 공동으로 정한 통합분류(CN) 방식에 의해 분류되며 관세율에는 수입 부담금과 농산물의 경우 공동 농업 정책에 의한 농업 부담금 등이 포함된다.

EU 집행위는 매년 관세율 표를 EU 관보를 통해 공표한다. 일반적으로 관세율에는 종가 관세(Ad-valorem Tariff)가 적용되고 석탄, 농산물 일부, 식품, 영화 필름 등에는 종량세(Specific Duties)가 적용되며 국제 가격의 변화에 대하여 일정 수준의 관세 유지를 목적으로 담배, 과일, 카펫 및 시계 일부 등에는 종량세로 관세의 상하한을 설정한 후 그 범위 내에서 종가세를 부과하는 선택 관세(Alternative Tariff)가 있다. 또한 계절에 따라 가격 변동이 심한 과일, 채소, 화훼류 등의 상품에 대해서는 관세율이 신축적으로 조절되는 계절 관세(Seasonal Tariff)가 적용된다. 한편, 농산물에 대해서는 관세뿐만 아니고 수입 부과금(Import Levy)을 부여한다.

한편, EU는 일년에 상, 하반기 두 차례에 걸쳐 역내 공급이 수요를 못따라 가거나 일시적으로 수요가 급증하여 EU 역내 생산만으로는 수요를 충족시킬 수 없는 품목에 대해 일시적으로 관세 부과를 면제해주고 있다. 이들 품목은 EU 관보를 통해 발표된다.

한국의 경우, WTO 가맹국으로 EU로부터 최혜국 대우(MFN) 관세 혜택을 받는다. MFN 관세 적용 범위 안에서 품목별로는 상이한 관세율이 적용되는데, 크게 3개의 분류 체계로 구성된다. 일반적인 품목은 종가 관세(Ad Valorem Tariff)가 부가되고, 영화 필름, 농산물 일부, 식품, 석탄의 경우 종량세(Specific Tariff), 담배 등에는 종가 관세와 종량세의 조합으로 이루어진 선택 관세(Alternative Tariff)가 적용된다.

나. 통관 시 적용되는 규정

1) 상품분류 번호

모든 상품의 수출입시, 통관 서류에 상품 분류 번호가 기재되어야 하며 상품 분류 번호에 따라 해당 품목의 관세율이 적용된다. 벨기에에서는 모든 EU 회원국과 마찬가지로 8자리의 EU 상품 분류 제도(CN CODE)가 적용된다. 그러나 필요에 따라 수입시 8단위보다 더 상세히 분류된 10 자리의 세분 번호가 적용될 수 있다. CN CODE 8자리 상품 분류 번호의 앞 6자리까지는 HS 코드와 일치한다. 상품 분류 번호에 따라 관세율이 다를 수 있으므로 상품 분류 기재 시 정확한 상품 분류 번호를 기재해야 한다.

2) 원산지 규정

상품의 원산지 규정은 관세와 무역에 관한 정책적 결정을 수행하는 수단으로서 중요한 역할을 한다. 원산지 규정 또한 벨기에에 국한된 자국 원산지 규정이 없으며 EU의 원산지 규정이 그대로 적용된다. 모든 상품의 원산지가 중요성을 갖는 것은 관세율을 결정하는데 기초 자료가 될 뿐 아니라 GSP 수혜, 반덤핑 관세, 수입 물량 제한 조치, 심지어는 수입 금지와 같은 무역 정책적인 조치 적용에 근거 자료가 되기 때문이다.

EU의 원산지 기준은 매우 복잡하여 품목별로 공정기준, 부가가치 기준이 병행하여 적용되고 있다.

3) 관세 부과 가액

상품의 실질 거래 가격, 즉 송장 금액을 기준으로 관세가 부과된다. 단, 인도 조건에 따라 송장에는 명시되어 있지 않지만 송장 금액과는 별도로 관세 부과 가액 산정 시 반영되는 요소들이 있다. 운송료, 보험료, 로열티, 라이선스 수수료, 연구개발비 등이 그러한 것들이다.

통관 시 관세 이외에도 부가가치세(부가가치세율은 회원국마다 다소 차이가 있으며 벨기에 경우에는 21%가 적용됨)와 일부 특정 제품(담배, 주류, 석유 등)에 대해서는 특별세(excise)가 부과된다(또한 특별세의 세율도 회원국마다 차이가 있다).

4) 일반특혜관세제도(GSP)

개도국의 수출 확대와 산업화를 촉진하기 위하여 개도국산 제품에 대해 낮은 수입관세율을 적용하는 제도로, 176개 개도국에 대해 이러한 관세 혜택을 제공하고 있다. 그러나 한국은 EU로부터 GSP 혜택을 받고 있지 않다.

GSP 제도는 세가지(표준 GSP, 최빈국에 대한 무세혜택, GSP+)로 구성되어 있는데, 표준 GSP 제도는 176개 수혜대상국을 대상으로 약 6,400개 품목에 대해 제공되는 일반 GSP 제도이며, GSP+ 제도는 표준 GSP 제도에 추가하여 노동권 보호를 포함하여 지속 가능한 개발을 추진하는 국가에 대해 추가적으로 혜택을 더 제공하는 것이며, 최빈국에 대한 GSP 제도는 역시 표준 GSP 제도에 추가하여 50개 최빈국에 대해 무세 혜택을 제공하는 내용이다. 현행 EU의 GSP 제도는 2009년부터 2011년간 3년 동안 적용되고 있다.

다. 관세 감면 특별 규정

다음은 관세 당국이 허용하고 있는 특별 감면 규정들이다.

- 보세 창고
 - 보세 창고 절차에 따라, 수입된 물품은 수입 관세, 수입 부가가치세, 소비세 납부 없이 무기한 보세 창고에 보관할 수 있다.
- 임시 사용(Temporary Use)
 - 독일에 단기간 수입된 후 반출 되는 물품(예: 박람회, 전시회에 출품되는 물품, 실험 및 교육상 목적)에 대하여 관세와 수입 부가가치세의 납부를 면제한다.

- 최종 용도 면제(End-Use Relief)
 - 특정 물품이 독일 내로 도입되어 특정된 용도로 사용되었을 경우 관세가 면제된다.
- 경유(Transit Procedure)
 - 물품이 EU 지역 내에서 이동될 경우 경유 절차에 따라, 관세 및 VAT 적용 없이 이동 가능하다.
- 기타
 - 개인의 EU 이주 시 이삿짐 및 교육 및 연구를 위한 자료 등은 관세가 면제될 수 있다.

라. 관세를 알아 보기

- EU 관세 규정 전문(EU 관보 L301, Volume 49, 공표일: 2006.10.31)
 - <http://eurlex.europa.eu/LexUriServ/site/en/oj/2006/L301/L30120061031en00010880.pdf>
- 품목별/코드별 관세율 찾기 (관세율 검색 온라인 시스템: TARIC)
 - http://ec.europa.eu/taxation_customs/dds/en/tarhome.htm
 - "Tariff Rates" 클릭하면 해당 품목 관련 한국이 별도 관세율 적용 대상인지 확인이 가능하며, "Restriction"을 클릭하면 해당 품목에 대한 수입 규제 현황 확인이 가능하다.

마. 기타 정보

- 독일 관세청
 - http://www.zoll.de/english_version/index.html
- 일반특혜관세제도, GSP 규정 (2006 년 1 월 1 일 발효):
 - http://trade.ec.europa.eu/doclib/docs/2005/june/tradoc_123910.pdf

자료: EU 집행위원회, 독일 관세청, KBC 보유 자료

6. 주요인증제도

□ 독일 주요 인증 제도

가. Tüv (Technische Ueberwachungs-Verein, 기술검사협회) 인증

1) Tüv 개요

- UEV는 독일의 대표적인 민간 공인 시험 기관으로서 자동차, 자동차 부품, 전기전자 제품, 의료기기에서 일반 완구류, 서비스 분야에 이르기까지 전산업 분야에 걸쳐 안전 및 품질에 관련된 여러 인증 업무를 담당함.
- TUEV에서 실시하는 대표적인 인증으로는 유럽에 널리 사용되는 'CE 마크' 및 독일 내 안전한 제품의 대명사로 알려진 'GS 마크'가 있으며, 동 마크 부여를 위한 검사 및 시험을 광범위하게 시행하고 있음.

- 특히 자동차 및 자동차 부품 부문에서는 독일 안전 규정에 따라 검사 및 시험하는 TUEV 자체 인증인 'TUEV CERT'가 공식적으로 사용되고 있으며, 이 외에도 여러 부문 관련 안전 및 품질 검사를 시행함.
- TUEV에서 발급되는 인증서는 독일 전역 및 EU 내에서 효력을 발휘함.

2) 주관 기관, 검사 및 시험 기관

- TUEV는 전체를 관할하는 본부가 따로 존재하지 않고 독일 전국에 개별 사업체로 운영되고 있음. 각 사업체마다 담당하는 검사 품목이 다르며 담당 품목이 겹치는 경우 서로 경쟁 관계에 있음.
- 시험, 검사 가격 및 기간은 품목마다 다르며, 인증 기관마다 약간의 차이가 있어 시험 실시 전 유선상으로 확인을 하는 것이 필요함.
- 분야별, 지역별 수십 개의 TUEV 인증 기관 중 대표적인 사업체는 TUEV Sued(남쪽), TUEV Rheinland(라인강 지역), TUEV Nord(북쪽) 세 기관이며, 규모 면에서 보면 TUEV Saarland 및 TUEV Thuringen이 있음.
 - TÜV Saarland GmbH
 - Add : Am TÜV 1 D-66280 Sulzbach
 - Tel: +49 6897 506178 , Fax: +49 6897 506198
 - Email: boris_gehring@sgs.com
 - TÜV Thuringen e. V.
 - Add: Rudolstaedterstr. 41 07745 Jena
 - Tel: +49 3641 3997 40 , Fax: +49 3641 3997 71
 - Email: zertifizierung@tuev-thuringen.de
 - Homepage : www.tuev-thuringen.de
- TUEV의 경우 한국 내에 자회사를 설치하여, 동 기관에서 합격 판정을 받은 제품의 경우 독일 내에서도 동일하게 인정되므로 반드시 독일 내에서 받을 필요는 없음.
- 오히려 의사 소통의 문제해결 및 검사 기간 단축을 위해, 한국 업체의 경우 TUEV 한국 내 자회사를 활용하도록 적극 권유하고 있음.

3) 강제 인증 승인 절차

- 검사 신청
 - 독일 또는 한국 내 TUEV 기관에 전화 또는 이메일로 회사소개서 및 제품 설명서를 보내면, TUEV 측에서 관련 서식 및 계약서를 송부. TUEV에서 받은 검사 신청서, 계약서, 인증 발급 조건 및 사후 관리 관련 서식을 작성하여 송부.
- 샘플 검사 시행
 - 업체의 품목 검사 신청이 접수되면, TUEV 기관에서 신청 제품의 샘플 검사 및 실험이 실시 됨.
 - TUEV 내부적으로 어떠한 실험이 실행되는지는 업체 및 외부에 공개되지 않으나, 검사 기준 미달에 의해 불합격 판정을 받을 시 업체 측에서 추가 비용 부담을 하여 재검사를 요청할 수 있음.

- 공장 검사
 - 샘플 검사를 합격한 제품에 한해서 인증서 및 공장 방문 보고서가 발급됨.
 - 공장 검사는 합격한 샘플 제품과 동일한 품질의 제품이 제조되는지 여부를 확인하는 과정으로써, 검사된 샘플 품목과 조금이라도 다른 부분이 있는 경우 불합격 판정을 받게 되거나 시정 조치를 받게 됨.
- 사후 검사
 - TÜEV에서 인증서를 받은 제품의 경우, 품질 유지 확인을 위해 1년에 한번씩 샘플 검사 및 공장 실사가 행해짐.
 - 인증서 효력이 끝나는 5년 뒤에는 특별 검사가 실시됨.

나. 기타 독일 인증 마크

독일 및 유럽에서 통용되는 인증 마크에는 GS, VDE 그리고 BG-PRÜFZERT 등이 있다.

- GS (Geprüfte Sicherheit: 검증된 안전)
 - GS마크는 제품이 독일기기 및 제품 안전에 관한 법(das Gerät-und Produktsicherheitsgesetz)이 요구하는 안전 사항을 준수하고 있음을 증명하는 마크이다. GS 마크는 일반적인 품질 인증서가 아니며, 때문에 제품 수명과 관련된 인증은 보장할 수 없다.
 - GS 마크를 획득하기 위해선 소위 GS-Stelle라는 검사기관 (예, VDE, LGA, TÜV, BG-PRÜFZERT 등)에서 type테스트를 의뢰해야만 한다. 그 밖에 GS-Stelle는 공장 감시 등을 통해 제품을 계속적으로 컨트롤한다. 제품에 변경 사항이 생길 시 제조업자는 GS-Stelle에 즉각적으로 보고 해야 하며, 이에 맞는 조치가 GS-Stelle에서 취해진다 (새로운 테스트 실시 내지는 인증서 내용 추가 변경 등). GS 마크는 기술 부품 내지는 소모성 완제품을 위해 발행될 수 있다(예, 기계, 공구, 장난감, 전자기기, 전등, 가전제품 또는 가구). GS 마크는 CE 마크처럼 의무적으로 행해져야 하는 인증이 아니라 자유로이 할 수 있으며, 유럽에서 유일하게 법적으로 인정받는 인증 마크이다.
- VDE(Verband Der Elektrotechnik Elektronik Informationstechnik e.V.:전기전자 IT 협회)
 - 1893년도에 설립된 독일 전기전자 IT 협회는 전기전자 분야의 엔지니어들의 협회로써 이 분야 규정 및 스탠다드 제작에 노력하고 있다. 5개의 하위 협회로 구성되어 있는데, 이는 IT협회, 에너지 테크닉 협회, 독일 생명공학 기술협회, 마이크로 테크닉 VDI/VDE 협회 그리고 측정 및 자동화 기술 VDI/VDE 협회이다. 자체적으로 VDE 인증마크를 설정, 전기전자 및 IT분야 안전 관련 인증을 대행하고 있다.
 - VDE 인증마크는 독일 전기전자 제품뿐 아니라 기기 및 제품 안전법에서 언급되는 제품도 포함하며, 독일 의료기기 법에서 언급되는 의료기기 역시 포함하고 있다. VDE 인증마크를 획득함으로써, 제품이 VDE 규정을 준수했음은 물론 유럽 혹은 국제 규정에 적합하다는 의미를 갖는다.
- BG-PRÜFZERT(BerufsGenossenschaftliche Prüf- und Zertifizierungs-stelle: 검사 및 인증 직업연맹)
 - 1984년부터 검사 및 인증 직업연맹인 BG-PRÜFZERT는 소모성 완제품, 부품 및 부속품의 안전을 위한 자체적인 인증마크를 발행하기 시작했다. BG-PRÜFZERT 인증마크를 위해서는 BG-PRÜFZERT(독일 내 19개소)에서의 제품 검사가 필수적이다.

- 취득한 인증마크는 최고 5년간 유효하며, 한번 연장이 가능하다. BG-PRÜFZERT는 특수한 용도를 별도로 구분해서 취득할 수 있는데, 예를 들어서 위생 상태만을 인증 받을 수 있다.

○ Der blaue Engel: 유럽 환경 인증 마크

- Der blaue Engel 마크는 1978년에 처음으로 도입된 가장 오래된 환경인증 마크로 현재 세계적으로 환경 시스템 개발 분야의 선구적 역할을 하는 제품 및 서비스를 대상으로 한다.
- 동 인증마크는 독일 품질 보증과 표시를 위한 연구소(Deutsches Institut für Gütesicherung und Kennzeichnung e.V. 에서 수여한다. 현재 대내외적으로 약 3,600개의 제품 및 서비스에 부여되었으며 제품 및 서비스에 대한 긍정적인 특성을 부각하기 위해 자발적인 차원에서 획득 가능하다.

□ EU 주요 인증 제도

가. CE 마킹 제도

1) CE 마킹 개요

EU 회원국 시장 내에서 제품을 유통 / 판매하고자 하는 제조업자는 그 제품이 EU 규정에 부합한다는 의미의 CE 마킹을 제품에 부착해야 한다. CE는 불어로 "Conformité Européenne" 의 약자로 “유럽 기준에 부합함”이라는 의미를 갖는다. 이 인증은 제조업자 스스로가 하거나 또는 경우에 따라 해당 인증 기관의 적합성 테스트(conformity assessment operation)를 통해 이루어진다.

CE 마킹은 보건, 안전, 환경 및 소비자 보호 등에 관한 EU 회원국 내 적용되는 필수 요구 사항을 충족한다는 의미의 안전 인증 마크이다. 따라서 품질에 대한 보증을 의미하는 마크는 아니다.

□ CE 마킹 제도의 의의

- EU 역내 제품에 대한 최소 요구 사항 통일
- EU 역내 물품 이동 장애 요소 제거
- EU 규정에 의한 국가 간 상이한 규정 대치
- EU 회원국 간 안전 테스트 인증서 인정

2) 대상 품목

CE 마킹에 해당하는 품목은 아래와 같다.

공산품에 대해 EU 회원국 전체에 적용되는 강제 기술규격 인증으로 27개 EU 회원국과 스위스, 노르웨이, 아이슬란드의 EFTA 국가에 수출하려면 다음과 같은 22개 카테고리의 품목에 CE 마킹 지침(93/68/EEC)에 의거, CE 마크를 획득, 부착해야 한다.

CE 마킹 대상 품목 및 규정 지침

품목	규정 지침
가스기기(Appliances Burning Gaseous Fuels)	90/396/EEC
사람수송용 케이블(Cableway Installation to Carry Persons)	2000/9/EC
저압 전기 기기(Low Voltage Electrical Equipment)	73/23/EEC
건설자재(Construction Products)	89/106/EEC
폭발용 기기 및 보호제품(Equipment and Protective System for used in potentially explosive Atmospheres)	94/9/EC
민간용 폭발물(Explosives for Civil Uses)	93/15/EEC
온수보일러(Hot Water Boiler)	92/42/EEC
가전 냉장·냉동고(Household Refrigerators & Freezers)	96/57/EC(에너지효율지침)
승강기(Lift)	95/16/EC
기계(Machinery)	98/37/EC
선박(Marine Equipment)	96/98/EC
의료기기(Medical Devices)	93/42/EEC
의료용 임플란트(Active Implantable Medical Devices)	90/385/EEC
시험관 치료용 기기(In Vitro Diagnostic Medical Devices)	98/79/EC
수동저울(Non-automatic Weighing Instruments)	90/384/EEC
무선전신 및 통신 말단기기 (Radio Equipment & Telecommunication Terminal Equipment)	99/5/EC
개인보호장비(Personal Protective Equipment)	89/686/EEC
단순압력용기(Simple Pressure Vessels)	87/404/EEC
압력기기(Pressure Equipment)	97/23/EC
여가용 보트(Recreational Craft)	94/25/EC
장난감(Toys)	88/378/EEC
Trans-European Conventional Rail System	96/48/EC, 2001/16/EC

이외에도 다음과 같은 안전규격이 적용되고 있다.

- 전자파적합성 지침(89/336/ EEC)
 - 모든 전자전기 제품은 전자파 적합성 지침의 기술 규준을 준수하고 CE 마킹을 획득해야 한다.
- 결함 제품에 대한 책임
 - 85/374/eec(1999/34/EEC 수정 지침) 지침에 의거, 제조자(수입, 유통자 포함)는 결함이 있는 제품에 대해 책임을 져야 한다.
- 일반 제품 안전
 - 92/59/EEC 지침에 의거, 제조자(수입, 유통업자)는 시판 상품에 대한 안전을 보장해야 하고 위험한 제품을 시장에 내놓아 인체나 환경에 손상을 끼쳤을 때 그에 대한 책임을 진다.
- 환경 규격
 - 2000/14/EC 지침에 의거하여 실외에서 사용되는 기기는 동 지침의 소음 발생 기준을 준수해야 한다.

3) CE 마크 취득 절차

제조업자, 대리인 혹은 수입자는 다음 단계를 거쳐 CE마크를 제품에 부착할 수 있다.

- 적합성 테스트(conformity assessment) 실시 =>
- 제조 기술 파일(technical constructional file) 제출 =>
- 적합 선언서 (declaration of conformity) 작성 => CE 마크 부착

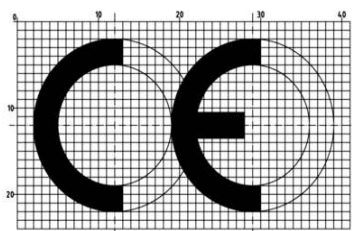
해당 품목에 따라 EU 인증 기관의 검사를 거치지 않고 자체 적합성 테스트 실시 후 CE 마크를 부착할 수 있는 경우가 있고, 반드시 EU에서 공인하는 인증 기관의 테스트를 거쳐야 하는 2개의 절차가 있다. 이 2개의 절차는 또한 세부적으로 아래 7개의 취득 절차로 나뉜다.

해당 품목이 자체 평가 대상인지, 인증 기관의 검사 대상 인지를 파악하기 위해서는 해당 제품에 해당되는 지침서(Directive)를 입수하여, 지침서에서 규정한 적합 절차 모듈에 따라 인증 절차를 밟으면 된다.

□ CE마크 취득을 위한 7개 절차

- 절차 1: 모듈 A (적합 선언)
 - EU 인증 기관을 반드시 거칠 의무 없이 바로 적합 선언서 작성
 - 제조업자, 대리인 또는 수입자가 스스로 CE 마크 부착
- 절차 2: 모듈 B + C (형식 적합 선언)
 - 유럽연합에서 인증하는 기관의 시험, 증명서 발급을 거친 후 적합 선언서 작성
- EU국가별 인증 기관 리스트
 - http://europa.eu.int/comm/enterprise/newapproach/legislation/nb/notified_bodies.htm
- 절차 3: 모듈 B + D(생산품질보증)
 - 인증 기관의 시험, 생산품질 시스템(EN 29002) 심사 및 승인 후 적합 선언서 작성
- 절차 4: 모듈 B + E (제품품질보증)
 - 인증기관의 시험, 제품품질시스템 (EN 29003) 심사 및 승인 후 적합 선언서 작성
- 절차 5: 모듈 B + F (제품 검정)
 - 생산자는 각 제품과 형식승인서에 기술된 형식에 대한 적합성 승인
 - 인증 기관에 의한 적합성 확인 및 적합성 인증서 발급 후 적합 선언서 작성
- 절차 6: 모듈 G (단위 검정)
 - 생산자는 인증 기관에 모든 제품 제출, 인증 기관에서 인증 기관 지침서 요건과 각 제품과의 적합성 테스트 실시 후 인증서 발급
- 절차 7: 모듈 H (종합 품질 보증)
 - EN 29001(ISO 9001) 품질인증 시스템에 근거한 평가 방법으로 제조업자가 자신의 사업장에서 EN/ISO 9001에 상응하는 품질 시스템 검사를 실시한다 (인증 기관 감시 하) 자체 평가 및 확인 후 적합 선언서 작성

4) CE 마크 부착



- CE-마크는 제조업자 혹은 대리인이 부착하여야 한다.
- CE-마크는 위와 같은 마크로 표시되어야 한다.
- CE-마크의 확대 및 축소 시 비율을 준수해야 한다.
- CE-마크는 눈에 잘 띄는 곳에, 읽기 쉽게 그리고 견고하게 부착되어야 한다. 제품의 특성상 이것이 불가능할 경우, 제품의 포장 및 사용 설명서에 부착할 수 있다.

- 만약에 필요에 의해 통지 기관이 검사를 실시했다면, 통지 기관 인식 번호 역시 CE-마크에 추가적으로 표시되어야 한다. 이 인식 번호의 표시에 대한 책임은 제조업자 또는 대리인에게 있다.

5) 통용 지역

CE-마크는 EU 국가와 EFTA 국가에서 통용된다. (EFTA 국가: 아이슬란드, 리히텐슈타인, 노르웨이. 스위스는 EFTA 국가이지만, 유럽 연합 회원국이 아니므로 CE 마크 의무 국가는 아니다.)

나. 에코 라벨

에코 라벨은 친환경적 제품에 부여하는 라벨로 자율적 라벨이다. 에코 라벨은 1993년 이후 적용되고 있는 라벨로 2009년 5월말 기준 19개 품목군에 대해 기준이 제정되어 있으며 8개 제 품군에 대해 기준 제·개정이 추진 중이다. 그러나 이외에도 많은 품목군에 대하여 EU 집 행위와 관련 업계 단체들이 에코 라벨 기준 제정의 가능성을 검토 중이며 제정된 품목도 계속해서 기준 수정작업이 진행되고 있다.

- 기준 기 제정 품목: 다목적 세제 및 위생 시설 세척제, 식기세척기용 세제, 손씻기용 세제, 세탁용 세제, 비누와 샴푸, 식기 세척기, 전구, PC, 휴대용 컴퓨터, 냉장고, TV, 진공 청소기, 세탁기, 복사용지, 토양개선제, 신발, 관광사이트서비스, 관광시설 서비스, 형광등
- 기준 제·개정 추진 품목: 히트펌프, 인쇄물, 목제 가구, 티슈, 매트리스, 바닥 깔개, 실내 페인트 및 안료, 섬유 제품 등

다. 에너지 라벨

에너지 소비율에 따라 A-G까지 에너지 효율 등급을 표시해야 한다. A는 에너지 효율성이 가장 우수한 것을 의미하며 G는 가장 낮은 것을 의미한다. 에너지 효율성을 표시해야 하는 에너지 라벨 대상 품목은 냉장고, 냉동고, 냉장-냉동고 콤비, 세탁기, 건조기(electric tumble dryers), 세탁기-건조기 콤비, 식기 세척기, 램프, 전기 오븐, 에어컨 등으로 대상품목은 계속 늘어나고 있다.

한편 GEEA의 에너지라벨제도 역시 적용되고 있다. GEEA(Group for Energy Efficient Appliances)란 네덜란드, 덴마크, 스위스, 프랑스 등 유럽 회원국들이 운영하는 에너지 절약 제품 보조 프로그램을 마련하는 포럼이며 GEEA 규격에 적합한 제품은 GEEA의 에너지 라벨을 사용할 수 있다.

대상 품목은 컴퓨터, 모니터, 프린터, 팩시밀리, 복사기, 스캐너, 복합기, 텔레비전, 비디오, 오디오, 배터리 충전기 등 19개 품목으로 GEEA의 회원은 다음과 같다.

- 정회원
 - Switzerland : The Swiss Federal Office of Energy (SFOE)
 - Denmark : The Danish Energy Authority (DEA)
 - Netherlands : The Netherlands Agency for Energy and the Environment (SenterNOVEM)
 - Germany: The German Energy Agency (dena) / Gemeinschaft Energielabel Deutschland (GED)

○ 준회원

- Sweden: The Swedish National Energy Administration (STEM)
- Austria: The Austrian Energy Agency (E.V.A.)
- France: The French Agency for Energy and the Environment (Ademe)

에너지 소비 효율 등급 표시 제도

	□ 개요 에너지 소비 효율에 따라 A~G까지 Energy 효율 등급 라벨 표시 및 최저 효율 기준, 적용 에너지 효율 등급, 연간 에너지 소비량 등 표시 □ 대상 품목 ○ 라벨 표시: 냉장고, 냉동고, 세탁기, 식기세척기 등(10품목) ○ 최저 효율: 냉장고, 냉동고, 냉동냉장고, 보일러, 안정기 등(5품목) □ 시행 기관 EU위원회(EU Commission) □ 근거 법령 에너지 라벨링 지침(Council directive/92/75/EEC, 1992)
--	--

▶GEEA

	□ 개요 스위스, 독일 등 유럽 9개국이 운영하는 대기 전력 감소를 위한 에너지 절약 제품 보급 프로그램이며 Energy라벨 사용 □ 대상 품목 컴퓨터, 모니터, 프린터, 팩시밀리, 복사기, 스캐너, 복합기, 텔레비전, 비디오, 오디오, 배터리 충전기 등(19품목)
---	--

▶Energy 2000

	□ 개요 대기 전력 절감형 제품을 보급하는 유럽의 대표적 프로그램 GEEA와 동일 기준을 적용하며 같은 Energy 라벨 사용 □ 대상 품목 컴퓨터, 모니터, 프린터, 팩시밀리, 복사기, 스캐너, 복합기, 텔레비전, 비디오, 오디오, DVD플레이어 등(15품목) □ 시행 기관 스위스 에너지부(SFOE: The Swiss Federal Office of Energy)
---	--

라. REACH - EU 화학 물질 등록, 평가, 허가 및 제한 규정

- REACH(Registration, Evaluation, Authorisation and Restriction of Chemicals)는 화학 물질의 양과 위해성에 따라 등록, 평가, 신고, 허가, 제한하는 EU의 '新 화학물질 관리제도'이다.
- EU에서 연간 1톤 이상 제조 또는 수입되는 화학 물질은 반드시 등록해야 한다.
- 연간 100톤 이상의 물질과 고위험성 물질(SVHC)에 대해서는 우선적으로 평가를 받게 되며, 특정 물질에 대해서는 허가를 받아야 한다. 또한 일부 물질에 대해서는 사용이 제한된다.

1) REACH 개요

- '연간 1톤 이상'은 지난 3년간의 평균을 의미한다. REACH가 2007년 6월 1일 시행 되었으므로 2004 ~ 2006년의 평균이 1톤 이상이면 사전 등록 대상이다. 예를 들어 화학 물질을 2004년에 300톤, 2005년에 400톤, 2006년에 500톤 수출했다면 2007년의 수출량은 400톤이 된다. 그러나 연간 1톤 이상은 EU 제조자나 수입자를 기준으로 한다. 따라서 우리 기업의 수출량이 1톤이 안되더라도 수입자 입장에서 1톤이 넘을 수 있다.
- REACH는 화학물질(Substance)을 관리하는 법이다. 그런데 화학물질로 구성되지 않은 물건은 없다. 따라서 농수산물 등 일부를 제외하면 EU로 수출하는 모든 품목이 REACH의 적용 범위에 해당된다.
- REACH는 ①화학물질과 ②혼합물(Preparation)에 있는 화학물질 그리고 ③완제품(Article)에서 의도적(Intended) 또는 비의도적으로 배출(Unintended release)되는 화학 물질을 관리 대상으로 한다.
- 화학물질과 혼합물을 구성하는 각각의 화학물질, 그리고 완제품에서 의도적으로 배출 되는 화학물질의 종류별로 연간 1톤 이상이면 등록 대상이다.
- 완제품에서 CMR(발암 물질, 돌연변이 물질, 생식 독성 물질) 등의 고위험성 물질(SVHC; Substance of very high concern)이 비의도적으로 배출(Unintended release) 되는 경우 그 함량이 완제품 대비 0.1 중량% 이상이고 연간 1톤 이상이면 신고(Notification)를 해야 한다.
- 고분자(Polymer) 자체는 등록과 평가가 제외된다. 그러나 고분자를 구성하고 있는 단량체 단위(monomeric unit) 및 화학적으로 결합된 물질이 2중량% 이상이고 연간 1톤 이상일 경우 등록을 해야 한다. 단, 상위 공급자가 단량체를 등록한 경우 고분자 제조자 또는 수입자는 등록 의무가 없다.
- 수송분리 중간체는 허가 대상에서 제외된다(제2조 제8항). 중간체가 엄격히 관리되는 상태에서 다른 물질을 합성한다는 것을 스스로 입증하거나 사용자로부터 확인 받아야 한다(제18조). 단량체도 일종의 중간체이나 단량체는 중간체 조항에 적용을 받지 않는다(제6조제2항).

- 다음 물질은 REACH의 적용을 받지 않는다.
 - Council Directive 96/29/Euratom(1996년 5월 13일) 범위 내의 방사능 물질
 - 세관의 관리 하에 있는 물질자체 또는 혼합물이나 완제품 내의 물질들로서, 어떠한 처리나 가공을 거치지 않고 일시적 저장 또는 재수출이나 경유를 위해 보세 구역 또는 보세 창고에 있는 것.
 - 비분리 중간체(Non-isolated intermediate)
 - 철도, 도로, 내륙수로, 바다 또는 항공편으로 위험 물질과 위험한 혼합물 내의 위험 물질 운송
- 다음 물질에 대해서는 등록, 평가, 허가가 면제됩니다.
 - Regulation (EC) No 726/2004의 범위 내에서 인간 또는 수의학적(veterinary) 용도를 위한 의약품(Medical products)
 - Council Directive 89/107/EEC(1988년 12월 21일)의 범위 내에 있는 식품용 식품첨가제
 - Commission Decision 1999/217/EC(1999년 2월 23일)의 범위 내에 있는 식품의 향료
 - 유럽의회와 이사회의 Regulation(EC) No 1831/2003 (2003년 9월 22일)의 범위 내에 있는 사료 첨가제
 - Council Directive 82/471/EEC(1982년 6월 30일)의 범위 내에 있는 동물 영양제
- 다음 물질에 대해서는 등록과 평가가 면제됩니다.
 - 고분자 물질
 - 최소의 위해성을 유발하는 것으로 간주되고 물질에 대한 충분한 정보가 알려져 있는 물질로, 부속서 IV에 포함된 물질
 - 등록이 부적당하거나 또는 불필요한 것으로 간주되는 부속서 V에 해당되는 물질
 - EU에서 등록된 물질이 공급망 내에 수출되고 그 수출자 또는 동일 공급망 내의 다른 자로부터 EU 역내로 재수입되는 물질 자체 또는 혼합물 내의 물질:
- 다음 물질에 대해서는 등록된 것으로 간주한다.(15조)
 - 식물보호제품
 - 살생물제
 - Directive 67/548/EEC에 따라 신고된 물질(ELINCS 등재 물질): 이 경우에는 이전에 그 물질을 신고한 기업에만 해당되며, 화학물질청은 2008년 12월 1일까지 등록 번호를 부여했다.
- 다음 물질에 대해서는 5년간 한시적으로 등록 의무가 유예되며, 1회에 한하여 5년간 연장이 가능하다.(제9조)
 - 제품 및 생산공정 R&D 용도로 제조 또는 수입되는 물질
- REACH에서 등록 의무자는 EU 제조자와 수입자이다. 우리 기업은 법률상 등록 의무가 없다. 그러나 EU 수입자가 등록을 회피하거나 우리 기업 입장에서 수입업자에게 정보 제공을 원하지 않을 경우, EU 내 유일 대리인을 선임하여 등록해야 한다. 특히, EU 수입자가 화학 물질에 대해 잘 모를 경우에는 수입자와 상의하여 빠른 시일 내에 등록 주체를 결정해야 한다. 수입자가 등록 의무가 있으나, 등록 의무에서 벗어나기 위해 같은 물질을 제조하는 EU 내 제조자로부터 공급을 받는 경우 우리 기업은 수출 시장을 빼앗기게 된다.

2) 수입자가 등록 의무를 회피하기 위한 방법

- EU로 직접 수출하지 않더라도 공급한 제품이 국내 또는 해외 기업에서 원료 또는 부품으로 사용되어 EU로 수출되는 경우 구매 기업에서 관련 자료를 요청할 수 있다. 공급한 품목(화학 물질, 혼합물, 완제품)이 단순 판매상을 통해 수출되는 경우 유일 대리인은 공급 업체에서 선임해야 한다.
- REACH는 2006년 12월 18일 법이 최종 승인되어 발효되었으며, 2007년 6월 1일부터 시행되었다.
- 기존 화학 물질의 사전 등록 기간은 2008년 6월 1일부터 12월 1일까지였으며 본 등록은 연간 톤수에 따라 결정된다. 본 등록은 사전 등록을 한 경우에만 주어지며, 사전 등록을 하지 못한 경우에는 바로 등록을 마쳐야 수출이 가능하다.
- 신규 물질인 경우에는 2008년 6월 1일부터 사전등록 기간이 완료된 현시점까지도 등록이 가능하다.

(자료: Tuev, VDE 및 KBC 자체 조사)

7. 지적재산권

디지털 산업화가 가속화 되면서 저작권 보호 및 특허, 상표권, 실용신안 등의 지적 재산권 보호 관련 개선 방안이 지속적으로 논의되고 있고, 지난 2008년 부분적으로 개선책이 도입되었다.

지적 재산권은 크게 특허를 비롯한 상표법, 실용신안 등과 저작권으로 분류할 수 있는데, 기본적인 차이는 특허 및 상표법, 실용 신안 등이 등록(registration)을 통해서 법의 보호를 받는 반면, 저작권은 등록 없이 법의 보호를 받을 수 있다는 데에 있다. 또한 특허 및 실용신안은 상업적 목적에 따라 제작되며, 저작권은 이러한 특수 목적 이외에 더 큰 범위에서 사용될 수 있다.

1) 특허(patent)

특허권은 독일 상표법에 따라 특허권은 독일 원헌 소재 독일 특허청의 결정에 따라 특허 명부에 등록되고 특허 관보에 공표되어야 한다. 특허 취득은 반드시 특허 출원에 의해 유료로 진행되는 특허 취득 절차를 밟아야 한다. 특허 취득은 반드시 활용 목적이 뚜렷한 최초의 발명으로 제한된다. 외국인도 독일인과 동등한 조건 하에서 특허 출원을 할 수 있다.

독일 내에 거주지가 없거나 영주권을 취득하지 못한 외국인이 독일 내에서 특허 출원을 하고자 하는 경우에는 반드시 독일 변리사나 변호사를 통해서 특허 신청을 해야 하며, 특허권은 특허 출원일로부터 20년간 보호된다.

독일어로 작성되지 않은 특허 등의 출원도 제출일을 출원일로 인정하고, 이 경우 출원인은 3개월 이내에 변호사에게 인증을 받거나 법원이 지정한 번역사에 의한 번역본을 제출해야 한다.

□ 신청 관련 절차 및 기준

- 관련법: 특허법, Patentgesetz (§§ PatentG)
- 적용 분야: 산업/공업적으로 사용될 수 있는 발명, 모든 분야에서 사용 가능.
- 보호 기간: 20년까지 연장 가능
- 구비 서류(Antrag auf Patenterteilung)
 - German Patent and Trade Mark Office에서 다운로드 가능.
 - 특허 신청 관련 각종 양식:
 - <http://www.dpma.de/docs/service/formulare/patent/p2007.pdf>
- 기술 명세서(Beschreibung)
 - 기술 명세서에는 기존에 통용되고 있는 기술에 대한 서술과 기존의 기술을 발전시킨 내용 혹은 발명을 통해 얻어지는 장점이 기술되어야 한다.
 - 발명 용도와 관련 도면(1장 혹은 여러 장)
- 특허권 주장(Patentansprueche)
 - 본 발명이 어떻게 기존의 기술과 다른지, 그리고 어떤 분야에서 정확히 특허 보호를 받아야 하는지를 설명
- 발명자(Erfinder): 양식
- 요약서(Zusammenfassung): 최대 150자 이내
- 우선권 주장 서류 (필요시)
- 출원 비용
 - 신청 비용: 60유로 (인터넷 신청 시 50유로)
 - 조사 비용: 250유로
 - 심사 비용: 350유로 (사전 조사 신청 없이), 150유로 (사전 조사 신청 후)
 - 특허권 유지 비용: 매년 70유로
 - 이의 제기 소송: 200유로
- 특허권 취득에 소요되는 기간: 통상 2년~2년 6개월 소요
 - 단, 특허 출원을 한 날로부터 3개월 이내에 심사 신청서와 출원 비용을 납부했을 경우
- 반드시 변리사를 통해 출원해야 하는지?
 - 변리사를 통하지 않고, 본인이 직접 출원 가능함. 독일 국내에 주소를 갖고 있지 않은 자는 독일 국내 거주 변리사(변호사)를 대리인으로 지정해야 한다.
- 관련 정보
 - 원헌, 베를린 소재 특허 사무소 및 각 지역 특허정보센터에서 공표된 특허 정보 검색 가능.
 - 독일 특허청은 전세계의 특허 정보 3,000여 만 건을 인터넷 플랫폼 DEPATISNet
 - <http://depatisnet.dpma.de>을 통해 열람 서비스 제공.
 - <http://ep.espacenet.com>: 유럽특허청 (EPO) 및 회원국들의 특허 정보 제공 사이트

- 유의사항
 - 특허 신청 시 유의해야 할 사항은 신청서를 작성하여 제출한 날짜가 등록일로 간주 되는데, 동일하거나 유사한 발명이라도 뒤 늦게 신청서를 접수시킨 경우 특허 등록이 불가하다.

2) 의장(design right, Geschmacksmuster)

- 1876년 이래 보호받은 권리로서, 1988년 7월 1일부터는 독일 국내 및 국외의 신청자들이 독일 특허 및 상표청(DPMA)에 등록 가능.
- 관련법: 의장법, Geschmacksmustergesetz (§§GeschmMG)
- 보호 대상: 의장법 § 1조 1항에 의거 의장은 평면 혹은 입체(대상 전체 혹은 일부), 특히 선, 윤곽, 색상, 형태, 표면 또는 제품의 재질이 포함됨. 예를 들어 가구나 자동차 및 장난감 등의 3차원의 물품 및 섬유, 카펫, 로고, 그래픽 또는 글자 도안 등 2차원의 표본 등.
- 보호 조건: 새로운 동시에 독창성을 지녀야 함.
- 등록 방법: 의장 등록 신청서 제출, 신청서는 서명, 신청인 신상 명세, 의장 등록용 자료, 의장이 들어갈 제품 설명 등이 기입되어야 한다.
- 보호 기간: 25년

3) 실용 신안(utility model, Gebrauchsmuster)

- 관련법: 실용 신안법, Gebrauchsmustergesetz (§§GebrMG)
- 적용 분야: 산업/공업적으로 사용될 수 있는 발명, 기술 및 화학식은 등록할 수 없음.
- 보호 기간: 기본 3년. 최대 10년까지 연장 가능

4) 상표권(branding, Marken)

지적 창조성이 인정되는 상품이나 서비스 또는 서비스용 포장에 부착되는 상표를 보호할 목적으로 제정된 법률로서, UR과 관련하여 주목할 것은 독일 상표에 대해 불이익 조치를 취한 무역 상대국에 대해 대응하는 보복 조치를 취하도록 규정하고 있다는 점이다. 등록되어 보호받고 있는 상품 등을 영업상 불법적으로 사용한 경우 또는 생산지 표시를 허위로 기재한 경우 그 사용자 또는 행위자에 대하여는 자유형 또는 벌금이 과해지게 된다.

특히 2006년 개정에 따라 독일, 유럽, 국제 특허 신청을 함께 할 수 있도록 규정이 바뀐 데 이어 2007년 1월 개정법에서는 대규모 유통업체 및 소매유통업체의 서비스가 분류번호 35에 편입되어 상이한 제품들에 대한 상표권 보호가 가능해졌다.

또한 2008년 9월 1일부로 도입된 신 상표법은 상표권을 비롯한 지적재산권 침해에 따른 대응 절차를 보다 간소화하였다.

- 관련법: 상표법 Markengesetz (§§MarkenG)
- 보호 기간: 10년 (차후에 추가 등록비 납부로 계속 10년씩 연장 가능)
- 등록 방법: 신청서 작성/제출. 기한은 평균적으로 7~8개월소요.
- ®은 ‘등록했음’을 의미하며 등록된 제품에만 표시 가능, 하지만 반드시 제품에 표시할 의무는 없다. TM 은 Trademark의 약자로 영어권 나라에서 법적인 효력을 갖고 있으며, 반드시 표시를 해야 한다.

5) 저작권

□ 개요 및 현황

- 특허 및 실용 신안의 경우 관련 국가 기관이 있어 국가 기관 차원에서 관리하지만, 저작권은 개인 스스로가 보호 및 권리 주장을 해야 한다. 이를 위해서 소위 징수 단체 (collecting society)가 있어서 개인의 저작권 보호를 대행하기도 한다. 이에 해당하는 기관은 예를 들어서 독일 음악 저작권보호협회(GEMA) 같은 협회가 있다.
- 유효기간: 독일의 경우 저작권 소유자 사망 후 70년까지
- 관련법
 - Copyright Law (Urheberrechtsgesetz, UrhG)
 - Publishing Law (Verlagsgesetz, VerlG)
 - Copyright Administration Law (Urheberrechtswahrnehmungsgesetz, UrhWahrnG)
- 2008년 1월 1일부터 효력을 발생하는 새로운 저작권법
 - 디지털 시대와 새로운 기술적 가능성을 염두에 두고 지적재산권의 보존 및 활용 등과 관련한 새로운 규정으로 기존법이 개정 보완되었다.
- 개인복사본 수령:
 - 저작권 보호법의 적용을 받지 않는 작품은 디지털 방식으로든 계속 허용하나 이전의 명백히 법에 위반되게 제작된 원본에만 적용하던 규정을 불법적으로 온라인 다운로드 제공된 원본에 대해서도 적용하게 된다.
 - 개인 복사본에 대한 공정한 보상으로서의 일괄 지불 방안: 허용된 개인 복사본에 대해 일괄적으로 저작자가 수령 가능, 이는 저장 가능한 모든 미디어 기계의 사용에 부여된다.
- 학문연구 분야를 위한 제한 규정
 - 공공 도서관, 박물관 및 서고 등에 처음으로 소장 자료를 기계적 장치를 통해 공개할 수 있도록 허용. 이를 통해 해당 기관들은 새로운 미디어를 통해 보다 사용자에게 가까이 다가갈 수 있다.
- 알려지지 않은 사용 방법:
 - 계약 체결 시 명시되지 않았던 사용법에 있어서의 저작권 보호 하에 있는 원본의 활용을 위한 계약이 있을 수 없었고, 사용자가 새로운 방법으로 활용하려고 할 경우 저작권 소유자 및 그 유가족을 찾기 위해 많은 시간적 소모를 감수해야 했다.
 - 반면, 법개정으로 향후 원본이 새로이 활용될 경우, 이에 대해 저작자에게 적절한 보상 지불이 가능해 향후 저작자의 저작권 보호가 보다 용이하게 되었다.

6) 기밀(Secret, Geheimschutz)

- 관련법: 형법, Strafgesetz (§93 Abs.1 StGB)
- 적용 범위: 국가 기밀은 자국에 불리하게 사용될 수 있는 정보 및 기기로 주로 방위 기술, 원자력 기술, 증권 및 Security 서류 그리고 암호 기술 등이 포함된다. 기밀은 특허 및 실용 신안만 가능

□ 지적재산권 관련 기관

○ 독일변리사협회

- Add : Patentanwaltskammer Tal 29, D-80331 Muenchen Germany
- Tel : 49-(0)89-242278-0
- Fax : 49-(0)89-242278-24
- Web : <http://www.patentanwaltskammer.de>

○ 유럽특허청

- Add : Erhardstrasse 27 D-80331 Muenchen Germany
- Tel : 49-(0)89-23990
- Fax : 49-(0)89-2399-4465
- Web : <http://www.european-patent-office.org>

○ 독일특허 및 상표청 (DPMA)

- Add: Zweibrueckenstr. 12 D-80297 Muenchen Germany
- Tel : 49-(0)89-2195-0
- Fax : 49-(0)89-2195-2221
- E-mail: info@dpma.de (특허 신청관련 각종 문의)
- Web : <http://www.dpma.de>

- Add: Gitschiner Straße 97, D-10969 Berlin Germany
- Tel : 49-(0)30 25 992-0
- Fax : 49-(0)30 25 992-404
- E-mail: info@dpma.de

- Add: Goethestraße 1, D-07743 Jena Germany
- Tel : 49-(0)3641 40-54
- Fax : 49-(0)3641 40-5690
- E-mail: info@dpma.de

○ 음악 저작권협회(GEMA)

- Web: www.gema.de

○ 미술 및 사진 저작권 협회

- Verwertungsgesellschaft Bild-Kunst (VG Bild-Kunst)
- Web: www.bildkunst.de

- 문학 저작권 협회
 - Verwertungsgesellschaft Wort (VG Wort)
 - Web: www.vgwort.de
- 예술 저작권 협회
 - Gesellschaft zur Verwertung von Leistungsschutzrechten (GVL)
 - Web: www.gvl.de
- 음악사용 저작권협회
 - Verwertungsgesellschaft Musikedition (VG Musikedition)
 - Web: www.vg-musikedition.de
- 지도 및 전자문서 저작권 협회(GEKA)
 - Web : www.geka-online.de

자료: 독일 특허 및 상표청, KBC 자체 조사

8. 통관/운송

가. 개요

독일의 통관 절차는 국제적으로 통용되는 일반적인 절차를 따르며, 필요 서류는 신청서, 인보이스 원본, 선적 서류, 공급자 증명(Lieferantenerklaerung) 등이다. 이밖에 수입 승인이 필요한 품목에 대해서는 별도의 수입 허가서가 필요하다. 1988년부터 시행된 EU의 서류 간소화 방침에 따라 150여 가지의 통관 서류를 단일화하여 통일 양식을 사용하고 있다. 또한 EU의 공동 관세 규정(Codex)에 의거한 물품 분류 및 그에 대한 관세 부과가 이루어지고 있다.

나. 통관 절차 흐름도

1) 수입 통관

□ 수입 통관 시 구비 서류

- 선하 증권(B/L, Bill of Lading)
- 상업 송장(Commercial Invoice)
- 포장 명세서(Packing List)
- 원산지 증명서(C/O, Certificate of Origin)

□ 수입 통관 절차

- 1단계
 - 수하인(Consignee: 화물운송장상의 화물인수자)이 수입 통관 대행 업체에 세관 등록 번호(Custom Office Register) 와 함께 위임장(Power of Attorney)을 송부한다.
- 2단계
 - 통관 대행업체(Forwarding company가 주로 수행)는 선적 서류(Shipping Document) 와 (Consignee)의 위임장을 가지고 세관 통관 시스템에 등록(H.S. Code, Origin, Invoice Value 등을 입력)후 수입 승인 번호(ATA No.)를 발급 받는다.

- 3단계
 - 보세구역 (항구 내 창고 등)에서 관세선을 통과한 후 수입품 반입한다.

□ 결제 조건에 따른 수출자 비용 부담 범위

- DDP(Delivered Duty Paid: 관세 지급 인도)
 - 해상 운임(Ocean freight), THC(Terminal Handling Charge), TSC(Transshipment Charge), D/O 발급 수수료 등 이외 통관 대행 수수료(Custom's brokerage)
 - DDP 조건의 경우 통상 수출자가 통관 시 발생하는 모든 비용을 다 지불하고 수입자의 지정창고까지 운송해주는 조건을 말하므로 부가가치세도 수출자가 부담하여야 한다.
 - 따라서 부가가치세가 발생하는 경우, 수출계약 체결이전에 DDP조건이라 할지라도 부가세 포함여부를 (예: "VAT UNPAID") 명확히 규정하여야 상호 분쟁을 예방할 수 있다.
 - 특히 2007년부터 19%로 인상된 부가세는 환급 대상이므로 독일 부가세 환급 시 별도 법인이나 연락사무소가 없는 경우 수하인(Consignee)이 부담하는 것이 바람직한데, 이는 환급관련 서류작성이 까다롭고 환급기간까지 적지 않은 시간이 소요될 수 있기 때문이다.
- DDU (Delivered Duty Unpaid: 관세 미지급 인도)
 - 상기 DDP 조건 중 관세 및 부가가치세를 제외한 나머지 비용을 수출자가 부담하는 경우이다.

□ 수입 제한, 감시, 점검을 요하는 품목

- EU 공동의 시장 조직 또는 EU 공동의 거래 법규로 제한하는 농축산물 중에서 "MO" 표시 품목들은 "Gemeinsame Marktorganisation oder Handelsregelung(공동 시장 조직 또는 공동 거래 법규)"의 적용을 받은 품목들인데, 이들은 EU 이사회 또는 집행위원회의 법령(Rechtsakte)을 통해 그 수입이 제한될 수 있다.
- 감시(EU 회원국 전체가 또는 EU 집행위의 승인 하에 독일 단독으로) "UeD" 표시 품목은 세관에서의 수입 통관(Einfuhrabfertigung) 이전에 수출입자의 성명 등 기타를 기재한 감시 서류(Ueberwachungsdocument)를 연방 경제청(BAW. Eschborn 소재)이나 연방 농산 식품청(Frankfurt 소재)에 제출, 확인 받은 후에 이를 세관에 제출해야 한다(관리 관청의 선택 기준, 즉 BAW인지 연방농산 식품청인지 여부는 칼럼3에 명기되어 있다).
- 점검 신고 "EKM" 품목들은 BAW 등을 경유할 필요는 없다. 그러나 통관 시에 수입 점검 신고(Einfuhrkontrollmeldung)를 이행해야 한다. 이는 수입 자체에 대한 직접적 장벽은 아니나, 반드시 신고해야 한다.

□ (수입 목록에 기재된 품목 중) 수입 승인 및 기타 규제 대상 품목

- 수입 승인(Genehmigung)을 요하는 것: 수입 리스트의 제 4컬럼에 "-"라는 코드 또는 기타의 방법으로 승인이 요구된 경우
- 수입 License(Lizenz)를 요하는 것: 수입 목록의 제 4컬럼에 "L"라는 코드가 있을 경우이다. 이 경우는 EU의 법령에 의한 수입 License(Einfuhrlizenz)가 필요하다. 단, EU의 조직(organe)이 별도 조치를 실시하지 않는 한 수량 제한은 채택되지 않는다.

- 원산지 증명(Ursprungszeugnis)을 요하는 것: 수입 목록의 5컬럼에 "U"라는 코드가 있으면 원산지 증명이 필요하다. 또 "UE" 표시 품목에는 원산지 진술서(Ursprungserklärung)가 필요하다.

□ 수입 목록서에 기재되지 않은 품목들: 규제 품목

- 일반적 규제(3항목): 국제 조약, 협정(GATT 또는 EU의 Roma 조약 등)에 의한 것
- 공공질서 유지의 관점에서 규제되는 것(11항목): 은행권, 정부 채권 등에 사용되는 종이, 무기, 폭발물, 핵 물질, 방사성 물질 등
- 환경 보호의 견지에서 규제되는 것(4항목): 폐기물, 연료 첨가용 연 및 이를 함유하는 물질, DDT, 유독성 물질
- 건강 보호 견지에서 규제되는 것(18항목): 식용, 정육 관계(9항목), 계란 및 그 제품(2 항목), 기타 식품(3항목), 마약, 전염병 지역으로부터의 수입, 알코올, 인산 동물(13항목), 식물(5항목)
- 공업 소유권의 보호(3항목): 원산지의 허위 신고 금지에 관한 Madrid 협정(1925.3.21) 비준에 관한 법률에 저촉되는 경우, 상동 Lisbon 협정(1958.10.31)에 저촉되는 경우, 상표법(Markengesetz, 94.10.25에 Warenzeichengesetz을 전면 개정)에 저촉되는 경우, 농산물 시장 질서(Marketordnung과 관련) 유지 대상 물품(8항목)

□ ATLAS(Automatisiertes Tarif- und Lokales Zollabwicklungssystem) 개요

- 운영 기관: 독일 연방 재무부
 - 현재 전국 50여 개의 세관에서 운영 중
 - 홈페이지: www.kost-atlas.de
- 성격: e정부 구현(Bund Online 2005)의 일환으로 인터넷을 통한 통관 처리
 - 통관 절차를 인터넷으로 처리
 - 상품 분류 코드에 따라 관세 등 세율 자동 계산
 - 해당 세관을 직접 방문하지 않고도 중앙 데이터 처리 서버에 직접 접속함으로써 시간과 노력 절약 효과
- 운영 목적
 - 기존 분야별 통관 전산 시스템의 통합: ALFA, DOUANE, SADAT, KOBRA 등을 ATLAS로 통합
 - 전체 통관 절차의 일원화
 - 주요 정보 데이터 베이스 구축
 - 국제 IT 프로젝트와의 통합
 - 국제 무역 관련 정보 교환 용이
- 사용 방법
 - 사용 희망자는 동 시스템에 등록하여 ID를 부여 받은 후 사용
 - 사용료는 제품, 분야 등에 따라 다르며, 소프트웨어 비용이 별도
 - ID는 해당 본인과 대리인이 사용 가능
 - 전자범죄 예방을 위해 전자 서명은 아직 도입하지 않고 있음.

2) 수출 통관

□ 1단계: 수출 통관에 필요한 서류 준비

- 구비 서류
 - 수출 면장(Ausfuhrhandelbestaetigung)
 - EC 역내 (EX-1): EU 회원국에 수출 시 EX-1 양식 사용
 - EC 역외 (T-1): 스위스와 같이 EU 회원국이 아닌 경우 T-1 양식 사용
- 상업 송장(Commercial Invoice)
- 수출 상품 포장 명세서(Packing List)
- 수출품

□ 2단계

- 상기 구비 서류를 가지고 통관 시스템(Dakosy 등)에 등록 절차를 거친 후 ZAPP(B-number) 번호를 발급 받음.

□ 3단계

- 수출품을 해상, 항공 편 등을 통해 운송

3) 전시품 통관

한국과 독일은 전시 통관 관련 협정을 통하여, 각 지역별 상공회의소에서 발급하는 CARNET ATA를 통하여 통관을 하는 경우에는 원칙적으로 무관세 적용을 받는다. 단 현지 박람회 기간 중 대리점이나 바이어에게 샘플로 현지 처분하는 물품은 수입 통관을 하여야만 한다. CARNET 면장에 대한 수수료 문의는 한국의 각 지역 상공회의소를 통하여 진행하면 된다.

자료: <http://www.zoll.de>

다. 운송

1) 주요 항구

독일의 경우 북부 독일 지역의 일부가 바다와 접해있으며, 바다와 연결된 내륙의 길이는 400km정도이다.

- 함부르크
 - 독일의 대표적인 항구 도시이며, 2007년 12월 기준 유럽 2위의 물류 항구인 동시에 세계 8위의 컨테이너 항구이다.
- 브레멘
 - 독일의 2대 항구이며, 과거 한자동맹의 한 축을 형성하였던 항구도시이다. 브레멘 시는 브레멘 도시와 북부 30km 지점에 위치한 브레멘 항구로 나뉘고 있다.

- 빌헬름스하펜
 - 네덜란드 접경 지역과 북해 지역에 위치한 독일의 3대 항구이다.
- 그 밖의 무역항
 - 유럽의 동해(Ostsee) 접경인 Rostock, Luebeck 등이 있으며, 대표적인 내륙 항인 Duisburg는 최근 각광을 받고 있는 항구이다.

2) 컨테이너 비용 / 운송 소요 기간

물류 가격은 운송사마다, 화물의 종류마다 상이하고 컨테이너 베이스 또는 LCL베이스에 따라 상이하여 별도의 가격을 제시할 수가 없다. 대략적인 가격은 아래와 같으나 연도별, 환율, 운송사에 따라 가격 차이가 있다.

- 20피트 컨테이너
 - 독일에서 한국까지 컨테이너 운송료: 부가세 및 항만 이용세 등을 포함한 독일 함부르크항 ~ 부산항까지 컨테이너 비용은 20'DC(20피트 드라이컨테이너)의 경우 350 달러, 40'DC/HC의 경우 450 달러이다. 이 가격은 2009년 6월 30일까지 적용된다
 - 여기에 독일 내 운송료가 추가 되는 경우 가격은 다음과 같다.
 - 20'DC (16.5톤 이하), 345 유로
 - 20'DC (16.5톤 이상) 440 유로
 - 40'DC/HC -525 유로 525 유로
 - DOOR TO DOOR 이삿짐 또는 상품 운송료: 세금 및 포장 등을 포함하는 경우 운송업체마다 다소간의 차이가 있으나, 조사결과 4000 ~ 6000 유로 선으로 전년 대비 큰 차이를 보이고 있지 않고 있다.
- 부산항 - 함부르크 항 운송소요 기간
 - 해운사마다 다소간의 차이가 있으나, 평균 28일 정도 소요된다. 향후 북극을 잇는 신 항로가 개척되면 부산에서 유럽간 운송소요 시간이 대폭 줄어들 것으로 예상된다.

자료: 독일 관세청, KBC 보유 자료

IV. 투자

1. 투자환경

가. 독일의 투자 환경

독일 경제는 유럽에서 최대 규모를 자랑하며, 글로벌 시장에서도 세계 경제와 밀접한 관계를 맺고 있는 독일은 외국 투자자들이 선호하는 투자국 중의 하나이다. 세계 제 1위의 수출 강국으로서의 독일의 교역은 60% 이상이 유럽 국가를 상대로 이루어지고 있으며, 거의 일자리 네 개 중 하나가 수출과 연관된 산업에서 제공되고 있다.

특히 독일이 현재 강세를 보이고 있는 산업분야는 기계공업, 자동차, 화학 등의 기간 산업을 비롯하여 차세대 성장동력 산업인 레이저, 나노, 의료 기술이나 신 재생에너지 산업

등에서도 세계적으로 높은 입지를 유지하고 있다. 또한 유럽의 기술 동력의 원천으로서 독일은 세계시장에서 출원된 특허 수는 인구 비례한 수치로 볼 때 세계 2위를 기록하고 있다.

이러한 독일의 국가 경쟁력은 독일의 교육, 연구 개발 및 혁신성 등을 뒷받침으로 하며, 이는 독일의 투자 입지를 보다 강화시키는 요인으로 작용하고 있다. 그 뿐 아니라 지정학적 위치, 사회 인프라, 유럽 최대의 시장 규모 및 우수한 물류 체제 등은 투자처로서의 독일의 매력을 상승시키는 데 한 몫을 하고 있다. 아울러 독일은 2008년 들어 기업 조세법을 개정하여, 기업의 세금 부담을 덜어줌으로써 투자자들에게 보다 유리한 조건을 제공하고자 노력하고 있다.

2008년도 독일 GDP는 경기 불황으로 인한 여파로 2조 4920억 유로를 달성하여 전년 대비 약 1.3%의 성장률에 그치고 있으나, 독일 정부와 기업들은 2008년 하반기 이후 세계적인 금융위기 확산에 따른 경제 불황에도 불구하고 신 재생에너지를 비롯한 차세대 성장 동력 산업에 대한 투자를 계속 추진해 나가고 있다. 이로 인해 세계 FDI 투자의 약 4%가 독일로 유입되고 있으며, 2008년 총 투자 규모는 약 120억 유로에 달하고 있다. 또한 현재 45000개 이상의 외국 기업들이 300만이 넘는 고용 창출 효과를 낳고 있다.

□ 국가 경쟁력

세계 국가 경쟁력 순위

(단위: 순위)

국가명	2009년	2008년
스위스	1	2
미국	2	1
싱가포르	3	5
스웨덴	4	4
덴마크	5	3
핀란드	6	6
독일	7	7
일본	8	9
캐나다	9	10
네덜란드	10	8

자료: World Economic Forum

World Economic Forum 에서 매년 집계 발표하는 Global Competitiveness Report 2009/2010에서 독일은 2008년도와 2009년도에 동일하게 7위를 기록하였다. 기업 전략 및 경영상 경쟁력 및 국가 비즈니스 환경을 집계하여 평가하는 이 지표에서 독일은 스위스, 미국, 싱가포르, 스웨덴, 덴마크, 핀란드 다음으로 세계적으로 사업하기 가장 좋은 국가로 꼽히며 여전히 상위권을 고수하고 있다.

또한 유엔 교역 개발 회의(UNCTAD)에서 발표한 World Investment Report 2008의 집계에 따르면, 독일의 외국인 직접 투자는 전 세계 10위로 나타났다. 이는 투자처로서 독일의 입지가 여전히 견고함을 보여주고 있다.

나. 투자지로서의 장점

□ 우수한 인프라

독일은 지정학적으로 유럽의 중앙에 위치하고 있어 예전부터 유럽 물류의 중심이었다. 특히 EU 통합에 따라 총 4억 5,000만 명의 유럽 물류의 축이 동진함에 따라, 독일이 유럽의 허브 역할을 담당하고 있다.

유럽 물류 수송 1위, 승객 수송 2위의 프랑크푸르트 공항 및 20여 개의 국제 공항이 있으며 DHL, DB 등 세계 굴지의 물류 회사를 경비하고 있다. 총 연장 12,044km 길이의 Autobahn(고속도로)이 구축되어 있고 총 연장 약 12만 6,000km의 철도망, 약 1만 9,000km에 이르는 운하 또한 잘 발달되어 있다.

□ 우수한 인적 자원

장인(Meister) 정신을 바탕으로 세분화된 전문 자격증 또는 전문 기술을 보유한 인력이 가장 많다. 또한 교육 제도가 이중 시스템으로 일반 대학 진학 과정 외에 중등 과정부터 직업 교육을 받고 특히 기업과 연계하여 on-the-job training 과정을 거친 전문 인력이 풍부하다. 또한 메르켈 총리의 노동 시장 개혁으로 인해 기존의 경직된 고용 구조가 다소 유연해질 것으로 기대되고 있어 향후 노동 시장 관련 경쟁력은 더욱 높아질 전망이다.

□ 고도 기술 집약 국가

2008년 기준, 유가 및 물가 상승으로 인해 2006년 이래로 지속되는 경기 호황세가 주춤거림에도 불구하고 독일 정부 및 기업에서는 여전히 연구개발 부문에 투자가 활발히 진행되고 있다. 특히 고도 기술 수반 산업의 투자 집중도 및 네트워크의 밀집성이 높아 외국 기업의 R&D 센터가 많이 입주해 있으며 동유럽에 생산 거점을 둔 기업들도 핵심 부품의 생산 기지 또는 연구소를 독일에 두는 경우가 많다.

□ 유럽 진출의 교두보 역할

독일은 인구와 GDP 기준으로 볼 때, 보나 유럽 최대의 국가이다. 특히 같은 독일어권인 오스트리아, 스위스까지 감안할 경우 시장은 더욱 크다고 볼 수 있다. 실제로 홈쇼핑, 인터넷 쇼핑 등 오스트리아나 스위스, 리히텐슈타인 등의 소비자들까지 대상으로 하고 있다. 또한 꼼꼼하게 따지기를 좋아하는 독일인의 특성상 독일 시장에서 인정 받은 제품은 다른 유럽 시장에서도 성공할 가능성이 높아 유럽 시장 진출을 위한 전초 기지 역할을 하고 있다.

□ 생활 환경

외국인이 거주하며 사업을 수행하기에 좋은 환경을 제공하고 있다. 사회 인프라가 잘 정비되어 있을 뿐 아니라 비 영어권 국가이면서도 영어가 잘 통용된다. 또한 구 동독 지역 등 일부 지역을 제외할 경우 외국인에 대한 반감이 적어 생활하기에 좋은 환경을 제공한다.

세계적인 컨설팅 업체인 Ernst & Young 에서 매년 발간하는 “투자입지처 독일 2009 (Standort Deutschland 2009) 보고서에 의하면, 지속적인 경제 위기에도 불구하고 외국인 투자자들은 투자입지처로서 독일이 가지는 매력을 여전히 높게 평가하고 있는 것으로 조사되었다.

2009년 3월과 4월 사이 전세계 주요 기업의 CEO 및 매니저들을 대상으로 실시한 이 조사에서 독일은 전 세계에서 가장 투자하기 좋은 국가 순위 6위에 들었다. 이는 전년도에 비해 전 항목에서 매력도가 향상된 가운데, 삶의 질 물류 및 운송 인프라, 통신 인프라 면에서 가장 긍정적인 평가를 받았으며, 반면 노동법의 유연성 부족 및 높은 노동비용 측면에서 가장 부정적인 평가를 받았다.

아울러, 37% 이상의 응답자들이 3년 내에 투자 입지처로서의 독일의 매력도는 더욱 더 증가할 것으로 전망하였으며, 11%만이 부정적인 전망을 내놓았다. 현재의 경제 위기와 관련해서는 설문 응답자의 86% 이상이 독일이 성공적으로 위기를 극복할 것으로 내다 보았으며, 43%가 유럽 국가중 독일이 가장 먼저 위기를 벗어날 것으로 전망하였다.

외국기업 매니저들이 본 투자 입지국으로서 독일의 장점

	매우 매력적	매력적인편	매력적이지 않은 편	부정적	무응답	전체적으로 "매력적"	2008년도 결과
삶의 질	41	47	2	3	7	88	79
운송 및 물류 인프라	50	32	3	4	11	82	78
통신 인프라	46	36	4	4	10	82	80
사회 분위기	32	49	4	4	11	81	78
교육기관 및 연구소 수준	45	35	5	5	10	80	N.A.
근로자의 교육수준	43	33	8	4	12	76	76
문화 및 언어	28	48	7	7	10	76	71
연구개발 수준	35	40	5	6	14	75	67
국내 시장의 매력도	29	46	11	6	8	75	68
지속 가능한 기업 성장을 위한 노력	22	52	6	7	13	74	72
기업가 정신	23	49	12	4	12	72	65
법적*정치적 안정성	25	42	14	5	14	67	58
생산성향상 잠재력	18	46	14	10	12	64	51
독일 투자자들에 대한 접근성	18	40	13	8	21	58	49
지원 및 보조금	10	43	14	6	27	53	29

자료: Ernst & Young 2009 (외국 기업 매니저 대상 설문 조사 결과)

다. 투자지로서의 단점

□ 경직된 노동 시장

메르켈 총리 체제하에 2006년도부터 적용된 노동 개혁으로 노동 시장이 많이 유연해졌지만, 국제적인 기준에서 여전히 독일은 노동 관련 분야에서 낮은 경쟁력을 보이고 있다. 고임금의 인건비뿐 아니라 법적으로 보장된 휴가 및 병가, 해고의 어려움 등이 노동 시장의 경직으로 이어지고 있다.

□ 세금 부담

독일 최근까지 25% 에 이르는 법인세 및 각종 사회 보장 비용 등으로 인해 기업의 세금 부담이 큰 국가 중 하나였으나, 2008년 1월부터 법인세를 15%로 하향 조정하는 등 투자

환경을 개선하고자 하는 연방 정부의 노력이 보이고 있다. 그러나 법인세 이외의 기업 운영을 위한 부가 비용은 타국가에 비해 여전히 높은 편이다.

□ 경직된 사회 구조

독일은 사회 시스템이 안정적으로 구축된 만큼 행정적인 부분에 있어서 경직된 구조로, 한국만큼 신속하고 유연한 업무 처리 및 친절한 서비스를 기대하기 힘들다.

Ernst & Young에서 발간하는 “투자임지처 독일 2009 (Standort Deutschland 2009) 보고서에 의하면, 독일의 경우 작년까지만 해도 생산성 향상 잠재력이나 독일 투자자들에게 대한 접근성, 지원금 및 보조금 등의 항목에 대해서는 부정적인 평가가 우세하였으나, 2009년도에는 이들 항목에 대해서도 긍정적인 평가가 지배적으로 변한 것도 주목할 만한 현상으로 꼽힌다.

독일의 단점에 속한다고 평가한 항목들조차 “전체적으로 부정적”이라는 평가가 50% 미만으로 2008년에 비해 급속히 감소하였다. 따라서, 아직도 노동법의 유연성, 노동비용, 기업의 세금부담이 여전히 투자 입지처로서 독일의 매력을 감소시키는 단점에 속하기는 하지만 2008년도에 비해서 그 비중이 줄어들었음을 알 수 있다.

외국기업 매니저들이 본 투자 입지국으로서 독일의 단점

	부정적	매력적이지 않은 편	매력적인 편	매력적	무응답	전체적으로 “부정적 “	2008년도 결과
노동법의 유연성	9	36	29	8	18	45	62
노동비용	7	34	37	8	14	41	65
기업의 세금부담	10	24	38	5	23	34	54

자료: Ernst & Young 2009 (외국 기업 매니저 대상 설문 조사 결과)

(자료: 독일 투자청(Germany Trade & Invest), Ernst & Young, World Economic Forum 및 KBC 자체 조사)

2. 외국기업 투자동향

가. 외국 기업 대 독일 투자 동향

독일은 최근 몇 년 동안 전반적인 국제 경쟁력 회복으로 인한 독일의 투자 매력도 상승 효과는 2006년도에는 독일 부동산 투자 붐을 일으켰으며, 2007년도에는 독일 해외투자 유입액도 증가하여 미국, 베네룩스, 영국에 이어 세계 4위의 투자 유입 국가로 꼽혔으나, 2008년 하반기부터는 세계 경제 침체로 독일 내 투자 관련 조세 제도 개정으로 대 독일 투자 여건 개선의 효과에도 불구하고 외국기업의 대독일 투자 금액이 급격하게 하강했다.

2009년도 투자 유입금액은 6월까지 상반기 수치가 최신 통계이며, 작년 한해 동안 투자가 급격히 얼어 붙었던 상태라 작년에 비해서는 금액이 늘어날 것으로 전망된다.

2009년도 6월에 발표된 Ernst & Young 조사 자료에 의하면 2008년도 한해 동안 경제위기에도 불구하고 외국인 투자가들에 의해 창출된 일자리 수가 1만1천4백 개로 집계되었다. 이는 전년도인 2007년에 비하면 약 두 배 가량 증가된 수치로 독일 시장이 외국인 투자가들에게 매력적인 국가로 인지되고 있는 점을 간접적으로 보여주는 부분으로 분석된다. 독일 외 외국인 투자로 인해 새로 생겨난 일자리의 수는 아래와 같다.

외국인투자가에 의한 신규 일자리 창출 수

(단위 : 개, %)

No.	국가명	2008년도 신규 일자리 수	전년대비 증감률
1	영국	20196	-16
2	폴란드	15512	-16
3	프랑스	12933	-11
4	러시아	12900	-14
5	헝가리	11659	5
6	루마니아	11403	-9
7	독일	11397	91
8	불가리아	6709	117
9	아일랜드	6335	56
10	체코	5626	-63
	기타 국가들	33663	-63.8

자료: Ernst & Young 2009

나. 대외 투자 유입액

2002년도 이래 증감을 반복해온 독일의 투자 유입 총액은 2007년도에 급격히 증가하여 전년 대비 53.7%가 증가한 4586억 유로를 기록하였다. 독일의 해외로의 대외투자 총액은 2003년 감소를 기록한 이래, 계속해서 증가세를 보이다가 2007년에는 급격히 증가하여 전년 대비 50% 이상이 증가한 6959억 유로를 기록하였다. 독일의 투자 총액이 대독일 투자 유입액보다 높기 때문에 결과적으로 독일의 투자 수지는 항상 적자를 기록하고 있으며, 2007년도에도 2372억의 투자 수지 적자를 기록한 것으로 나타났다.

그러나 전반적으로 늘어나던 외국 기업의 독일 투자 금액은(투자유입 총액) 2008년도에 들어서서는 미국발 금융위기로 인한 세계적인 경기 침체의 영향으로 투자액이 4586억 유로에서 382억 유로로 10/1 이상 줄어들었다. 독일의 대외 투자 금액도 2008년도에는 전년 대비 줄어들었으나, 이는 약 3/1 정도만 감소한 금액으로 투자 유입 급감에 비하면 상대적으로 견실한 수치이다.

2009년도 상반기 동안 독일에 유입된 외국인 투자금액은 699억 유로로, 2008년도 전체 투자 금액의 거의 2배에 버금가는 수치를 달성하였으나, 2009년 상반기 대외 투자 금액은 1226 유로로 전년 전체 금액 대비 절반을 기록하였다. 독일은 2008년도의 투자 침체를 딛고 2009년부터는 독일로의 투자 유입 금액이 다시 증가할 것으로 예상된다.

독일의 총 투자 유입/유출 현황

(단위: 십억 유로)

연도	투자유입 총액	대외투자 총액	투자수지
2002년	217.99	256.44	-38.45
2003년	145.60	207.36	-61.76
2004년	146.72	269.71	-122.99
2005년	269.86	399.49	-80.14
2006년	297.93	472.90	-174.97
2007년	458.62	695.90	-237.2
2008년	38.36	241.58	-203.37
2009년 6월 누계	69.88	122.63	-46.83

업데이트 시기: 2009년 9월 기준 최신 수치

자료: Deutsche Bundesbank Zahlungsbilanzstatistik August 2009

대 독일 외국인직접투자(FDI)는 2002년도에 569억 유로를 달성하며 최고조에 이르렀으나 그 이후로 약 2년간 대폭 하락세를 보이다가 2005년도부터 2007년까지 완만한 상승 세를 보임

그러나 독일의 외국인 직접 투자(FDI) 유입 금액은 2008년도에 세계 경제 위기가 발생하면서 전년 412억 유로에서 170억 유로로 절반 이하로 줄어들었으며, FDI 유출 금액은 1068억 유로를 기록했다. 2009년 상반기 FDI 유입 총액은 약 100억 유로를 기록하며 전년 총액의 절반 정도를 차지하나, FDI 유출금액은 전년 총액 대비 25% 수준인 274억 유로에 머물러 있다.

독일의 FDI 유입/유출 현황

(단위: 십억 유로)

연도	FDI유입 총액	FDI유출 총액	FDI 수지
2002년	56.87	20.13	-45.56
2003년	28.68	5.16	-23.68
2004년	-8.21	16.55	-24.40
2005년	38.15	61.03	-23.46
2006년	45.55	101.41	-75.67
2007년	41.21	131.18	-45.81
2008년	17.02	106.81	-53.56
2009년 6월 누계	10.49	27.38	-16.9

업데이트 시기: 2009년 9월 기준 최신 수치

자료: Deutsche Bundesbank Zahlungsbilanzstatistik August 2009

다. 국별 대독일 투자 동향

2004년부터 2007년까지의 국가별 대독 투자 누계를 살펴보면, 매년 총액이 증가하고 있으며, 그 중 EU 국가의 투자가 전체의 73.2%의 압도적인 비율을 차지하고 있다. EU 국 중에서도 네덜란드, 룩셈부르크, 프랑스 순으로 독일에 투자를 많이 한 것으로 나타나며, 또한 EU 외 국가로는 미국과 영국이 중요한 투자국에 속하는 것으로 집계된다.

아시아 국가에서는 일본이 가장 투자금액이 큰 것으로 발표 되었으며, 우리 나라로부터의 투자 누계도 꾸준히 증가하고 있는 것으로 조사되었다.

독일 연방은행에서 발표하는 대독일 외국인 직접투자 금액 중 국가별 통계는 업데이트가 빠르지 않아 2009년 4월에 발표된 통계 수치 상으로 2007년 통계가 최신 수치이다.

국가별 대독일 직접투자(FDI) 현황

(단위: 백만 유로)

	2004	2005	2006	2007
EU 투자 총액	384,143	398,143	440,259	464,036
- 네덜란드	132,089	140,229	163,359	157,290
- 룩셈부르크	83,399	73,616	73,024	91,011
- 프랑스	50,652	54,257	61,728	61,825
영국	45,735	44,368	46,979	50,068
미국	85,860	74,169	70,033	71,943
일본	10,448	11,135	11,590	12,312
중국	191	235	328	370
한국	2,888	3,745	4,117	4,449
직접 투자 총액	534,468	542,560	606,869	634,204

자료: Deutsche Bundesbank Report, April 2009 (2009년 9월 기준 최신 통계)

라. 업종별 투자 동향

외국 기업의 업종별 대독 투자 누계를 살펴 보면, 지주 회사 형태의 자본 투자가 가장 높은 비율을 차지하여 전체의 약 70%를 차지하고 있으며, 다음으로는 제조업, 무역/유통업, 금융기관 순으로 나타났으며, 지주 회사의 비율이 점점 커지고 있는 것으로 조사되었다. 이는 독일에 유럽 본사를 두고, 유럽 내 판매 법인이나 자회사, 공장 등을 운영하는 경우가 많기 때문으로 분석되고 있다.

업종별 투자 유치 금액

(단위: 백만 유로)

	2004	2005	2006	2007
총계	-8,206	33,747	43,977	37,206
농림어업	0	-18	4	-2
광산업	164	309	16	587
제조업	2,606	1,767	8,633	5,937
에너지 및 수자원	-171	268	361	-93
건축업	-16	11	88	11
무역 (자동차 및 소비재 수리 및 보수 포함)	3,285	3,219	1,122	1,574
요식업	214	167	-129	-22
운송 및 방송통신	666	846	-732	2,706
금융업	1,691	19,179	13,524	7,105
토지 및 주택 임대 및 기업 대상 서비스업	-12,795	5,794	15,629	12,579
공공기관 및 민간 가계 송금 및 기타 서비스 업	-157	-122	13	264
기타 미 분류 투자 분야	-3,693	2,326	5,448	6,562

자료: Deutsche Bundesbank Report (2009년 9월 기준 최신 통계)

마. 국가별 독일의 대외 투자(FDI) 현황

독일에서 외국으로의 직접투자(FDI) 금액을 보면, 2007년 최신 통계 기준 1위가 네덜란드로 꼽히며, 그 뒤를 미국, 영국, 스위스 및 룩셈부르크가 잇고 있다. 대 한국으로의 투자 금액은 순위에서는 집계되지 않으나, 총 9억2천만 유로를 투자한 것으로 집계된다.

독일 연방은행에서 발표하는 독일의 대외 직접투자 금액 중 국가별 통계는 업데이트가 빠르지 않아 2009년 4월에 발표된 통계 수치 상으로 2007년 통계가 최신 수치이다.

국가별 독일의 대외 투자(FDI) 현황 (상위 10개국)

(단위: 백만 유로)

순위	총 투자금액	2005	2006	2007
		55,384	75,489	122,325
1	네덜란드	5,691	-1,213	25,305
2	미국	896	20,931	15,980
3	영국	16,357	11,558	13,833
4	스위스	4,412	2,606	13,248
5	룩셈부르크	6,102	3,337	8,084
6	아일랜드	1,420	1,160	7,199
7	러시아	-22	2,5985	6,699
8	이탈리아	3,846	5,540	5,870
9	스페인	1,139	1,490	3,377
10	프랑스	-4,401	-2,226	2,879
-	한국	1,128	159	920

자료: Deutsche Bundesbank Report, April 2009 (2009년 9월 기준 최신 통계)

바. 독일의 대외 주요 투자 분야

독일의 대외 주요 투자 분야

(단위: 백만 유로)

순위	투자 분야	총 투자액
	총 투자 금액	122,325
1	생산업(가공업)	25,403
2	부동산 및 관련 서비스	23,764
3	신용 및 보험	5,109
4	교통 및 방송등	2,767
5	기타 서비스	1,241
6	무역(승용차 및 소비제품 수리 및 보수 포함)	1,065

자료: Deutsche Bundesbank Report (2009년 9월 기준 최신 통계), 2007년 FDI 기준

(자료: 독일연방은행, 독일투자청(Invest in Germany), IIC(industrial investment council) 및 KBC 자체조사)

3. 우리기업 투자동향

가. 한국의 대 독일 투자 현황

한국 기업의 대 독일 투자는 투자액 기준으로 2004년도에 2억 6백만 달러를 기록한 후 2005~2006년도에 거의 1/4로 감소했으나, 2007년부터 다시 증가세로 돌아섰다. 신규법인 설립 수 부문에서도 2007년도에는 39개의 법인이 새로 설립 되어 전년 대비 77%의 높은 증가율을 보였으며, 투자 금액 면에서도 전년 대비 10배 이상으로 증가했다.

그러나 2008년도에는 리먼브라더스 및 AIG 파산 등 상반기부터 시작된 미국 발 금융위기의 여파가 국내 기업들의 해외 투자에도 약간의 영향을 미쳤다. 신규법인 설립의 면에서는 2008년도 에는 총 19건수로 전년 대비 50%의 수준에 머물렀으나, 투자 금액 면에서는 24백만 달러의 감소세를 보였다.

전체적으로 2008년도까지 국내 기업의 독일 신규법인 설립 수는 총 298건이며, 금액 면으로는 약 26억 달러에 달하고 있다. 이는 EU의 확대와 더불어 유럽 시장 판매의 거점으로서 독일의 역할이 증가하고 있는 데다, 법인 설립 절차도 간편해지고, 2008년도부터 법인세도 대폭 감축되어 전체적으로 독일의 비즈니스 환경이 개선되고 있는데 기인한 것으로 보인다.

특히 국내 대기업의 대독일 진출이 증가하면서, 2000년대 초반부터는 관련 국내 부품업체들이 동반 진출하는 경향이 두드러지고 있으며, 중소기업들의 독자적으로 유럽 시장 공략을 위한 디자인 센터나 지사, 연구소 설립도 증가하고 있는 추세이다.

한국의 對 독일 투자 현황

(단위: 건, 백만 달러)

연도	2004	2005	2006	2007	2008	'80~'08 누계
건 수	40	31	50	81	58	669
신규법인수	17	15	22	39	19	298
금 액	206	58	51	541	517	2,608

주: 2009년 9월 기준

자료: 수출입은행(신고 기준 통계임)

독일 진출 주요 한국 기업

(단위: 천 달러)

No.	회사 명	투자 연도	진출 형태	투자 금액
1	기아자동차	1999	현지 법인	533,156
2	삼성전자	1982	현지 법인	96,117
3	현대종합상사	1987	현지 법인	70,757
4	효성	1977	현지 법인	61,873
5	삼성물산	1975	현지 법인	57,004
6	삼성코닝	1994	현지 법인	33,400
7	삼성 SDI	1992	현지 법인	26,784
8	하이닉스	1988	현지 법인	26,315
9	현대 자동차 유럽 테크니컬 센터	1992	현지 법인/연구소	25,408
10	LG 전자	1976	현지 법인	20,402

자료: 수출입은행 통계(2008년)

주요 신규 진출 한국 기업 리스트

No.	회사명	투자 연도	진출 형태	취급 분야
1	Thinknavi	2007	현지법인	내비게이션
2	두산 홀딩	2007	지주회사	지분관리
3	가온미디어	2007	현지법인	셋톱박스
4	이노션 월드와이드	2007	현지 법인	광고 기획 및 제작
5	현대 제철	2007	지사	철강
6	인터엠 유럽법인	2007	현지법인	산업용 음향, 영상, 방송기기
7	현대캐피탈(주)	2007	사무소	자동차 금융
8	금호석유화학	2007	연락사무소	화학(고무, 플라스틱)
9	오씨아이 상사 프랑크푸르트 사무소	2008	연락사무소	화학 제품
10	넥센타이어 유럽법인	2008	판매법인	타이어
11	일흥 유럽	2008	현지 법인	자동차 부품
12	서울반도체(주)Europe지점	2008	판매 법인	발광반도체 (LED)

자료: 프랑크푸르트 KBC 보유 자료

나. 우리 기업의 대 독일 투자 성향

우리나라 기업들은 대부분 유럽 본부를 독일에 설립하고 있다. 이는 유럽 내에서 가장 큰 시장을 보유하고 있을 뿐 아니라 우리나라와 왕래가 간편하고 업무 처리에 필요한 고급 인력(영어 및 한국어 구사 인력 등)을 쉽게 채용할 수 있기 때문으로 파악된다.

우리나라 기업들의 대 독일 투자는 1980년 이후 진출이 활발해졌으며, 우리나라의 대 독일 투자 유형은 그린필드형 투자보다는 현지 지사 설립에 집중하고 있어 독일을 생산 거점으로 하기보다는 판매 거점으로서의 의미에 중요성을 두고 있는 상황이다. 즉 우리 기업들의 독일 투자는 기본적으로 현지 법인을 통한 판매망 구축, 마케팅과 기술 및 디자인 연구소 설립에 있는 것이다.

기존에 진출해 있던 대기업 외에 위에 있는 주요 신규 진출 한국기업 리스트와 같이 2005년도 이후로 규모에 상관 없이 우리 기업의 진출이 전반적으로 활기를 보이고 있다.

주로 유럽 법인(유한회사 GmbH, 주식회사 AG) 또는 연락 사무소 형태를 띄며, 현지 공장 설립은 거의 전무하다. 이는 독일이 판매 시장, 연구소 설립 등을 위해서는 좋은 지역이나 높은 인건비 및 세금 등으로 인해 생산 공장 설립에는 불리한 부분이 많기 때문이다. 우리나라 기업들뿐만 아니라 외국 기업들도 유럽 판매본부는 독일에 두더라도 생산 공장은 동구권 등에 두는 경우가 많다.

우리 기업의 대 독일 투자는 전자, 정보통신, 자동차, 금융, 의료기기 관련 분야에서 활발히 진행되고 있다. 아직 초기 단계이기는 하나 금융 업계의 진출도 늘어나고 있다.

(자료: 수출입은행, KBC 자체 조사 자료)

4. 주요 투자법 내용

가. 독일의 투자 유치 시스템

독일 정부는 투자 유치를 통해 고용을 증진하고 비교적 낙후된 지역인 베를린을 포함한 구독 지역 개발을 중점 과제로 추진하고 있다. 이에 따라 고용 효과와 투자 지역에 따른 투자 인센티브를 차등 지급하고 있다. 더불어 정부의 궁극적인 투자 유치 목표인 “Economic and Technological Center”로서의 독일의 입지를 위해 “비즈니스 허브형” 투자 유치 정책을 실시하고 있다.

독일에서 외투 기업은 국내 기업과 완전히 동일하게 취급되기 때문에 우리나라의 외국인 투자 촉진법과 같은 외국인을 위한 특별한 투자 제도는 존재하지 않는다. 실제로 외국인 투자의 필요성에 대한 인식이 낮았던 것도 사실이나 현재 독일의 연방정부나 연방주정부 모두 외국인 투자에 매우 적극적인 자세를 취하고 있다.

최근 독일 정부 투자 지원은 미래 전략 사업인 재생에너지 관련 사업을 비롯하여 기반 산업구조가 열악한 일부 지역의 생산 가공 및 특정 서비스 산업(예: 숙박 및 관광산업)과 신규 창업 기업 등을 중심으로 이루어지고 있다.

독일의 투자 유치 시스템은 최근 2009년 1월 새로 통합 발족된 German Trade and Invest를 통한 연방 정부 차원의 유치 활동과 각 지자체 별 유치 활동의 두 가지로 나뉜다.

○ German Trade and Invest

- 2009년 1월1일 기존의 Invest in Germany와 연방정부 기관인 연방 수출경제 에이전시가 통합 신설된 투자 진흥기관으로, 우리나라의 Invest Korea 와 유사하게 독일 내 외국인 투자 유치 업무 전반을 통합. 조정하는 임무와 함께 독일의 경제, 투자, 기술 입지를 위한 마케팅 업무를 담당하고 있다. 이에 따라 German Trade & Invest는 독일 투자를 위한 일반 정보를 보유하고 관리하며, 외국 투자 기업들을 위한 자문과 해외 진출 독일 기업들에게도 정보(일부 유료)를 제공하는 업무를 맡고 있다. 현재 기관 소재지는 베를린(투자 파트)과 뮌헨(무역 파트)이다.

○ 지자체

- 독일의 각 지자체 또한 개별적으로 투자 유치 활동을 하고 있으며, 지자체별 경제 개발 공사를 보유하고 있는 경우도 많다. 그러나 기본적으로 German Trade and Invest를 통해 투자 수요가 접수될 경우 동 기관이 가장 적합한 지자체를 선정 연락 하고 지자체는 투자자의 요청에 맞는 서비스를 제공한다.

독일의 투자 유치 활동은 독일 경제부 및 주정부, 상공회의소 등이 상호 연계하거나 독자적으로 투자 활동을 벌이고 있다. 경제부 내에는 외국 투자 정보 안내 센터가 있고 각 주 별로 주정부 또는 경제 개발 공사나 관련 투자 진흥 기관들이 투자 유치 활동을 시행하고 있다.

독일 정부의 중점 투자지역은 베를린을 포함한 구 동독 지역이나, 올 2009년 1월 12일 발표된 경제불황 타개를 위한 제2 경기부양책을 통해 메르켈 총리는 독일 통일 이래로 구 동독지역에 대한 집중투자로 낙후된 구 서독 지역의 인프라 시설 등에 투자할 계획을 발표한 바 있다. 이는 2009년 7월부터 본격적으로 시행될 예정이다.

독일 연방 경제부는 지금까지 연방 정부, 주정부, 경제 개발 공사 등에 의해 독자적으로 수행되던 투자 유치 활동을 하나로 통합하기 위해 2003년도에 우리나라 Invest KOREA에 해당하는 투자진흥기관(IPA)인 Invest in Germany를 설립한 바 있다. 투자 유치 업무를 총괄 조정하는 Invest in Germany는 2009년 1월1일부로 연방 수출경제 에이전시아와 통합되어 German Trade and Invest로 거듭나게 되었다. 특히 German Trade and Invest는 독일 해외 상공회의소(AHK: Auslandshandelskammer, German Chambers of Commerce Abroad)를 비롯한 정부 기관 및 기타 관련기관 등과의 밀접한 협력 속에 잠재 투자가 및 프로젝트를 발굴하고 이를 초기부터 지원하는 투자 유치업무를 담당하고 있다.

나. 투자 제한 분야

공식적으로 독일 투자 시 공식적인 제한 분야는 없는 것으로 확인되며, 내국 기업과 외국 기업이 원칙적으로는 동등하게 대우를 받고 있으나 외국 기업의 투자 시 사전 승인 및 라이선스를 취득해야 하는 경우는 다음과 같다.

□ 독과점 위반 여부

시장 독점을 막기 위하여 외국 기업의 독일 기업 인수 및 투자 시에 전체 시장 점유율이 50%를 넘는 경우 사전 승인을 요청하여야 한다. 관련 서류는 Bundeskartellamt(연방독점 규제청)에 제출하여야 한다.

□ 도박, 환경 오염, 국방 관련 산업 분야에 대한 심사

독일에서는 한국과 마찬가지로 국방 및 금융, 환경 관련 산업에 대한 투자 시에는 사전 심사를 받아야 한다. 구체적인 제한 분야는 다음과 같다.

- 보험업
- 은행업
- 부동산 중개소 및 브로커
- 국방 및 안전관련 산업분야
- 도박업
- 전당포업 또는 경매

□ 투자 감독·허가 기관

독일은 기업 투자에 대해 내국인과 외국인의 구별이 없으므로 외국인 투자만을 대상으로 하는 별도의 허가, 감독 기관은 없다. 따라서 독일에서 기업을 설립하기 위해서는 기업이 위치한 지역을 관할하는 구역 관청의 기업과(Gewerbeamt)에 정관을 작성하여 등록하면 된다. 기업의 규모나 성격에 따라 기업 과에서 지역 관할 법원(Amtsgericht)에 등록 여부를 결정하며, 등록이 필요한 경우에는 자동으로도 등록해 준다. 그러나 금융, 보험 등의 업종에 따라서는 사전에 사업 허가를 득하여야 하는 경우도 있다.

독일의 행정 조직은 연방 정부-주정부-지역 관청(대도시는 시청) 구역 관청으로 크게 구분되는데, 투자나 기업 설립 등의 경우에는 구역 관청에서 관할하고 있다. 지역 관청의 관할 범위는 우리나라의 ‘면’ 정도에 해당하며, 구역 관청의 관할 지역은 우리나라의 읍 단위 정도의 규모이다.

다. 투자 인센티브

근본적으로 외국인은 내국인과 동등한 적용을 하므로 외국인 투자자를 위한 특별 우대 제도는 없다. 그러나 국가적 차원에서 외국인 직접 투자(FDI)의 중요성과 국내 투자 진흥을 위하여 독일 연방 정부는 2002년부터 40%대의 법인세율을 25%로 인하한 데 이어, 2008년부터 현금으로 자본금 예치 시에는 총 자본금의 15%만 예치하면 가능하도록 투자 조건을 완화하였다. 지방 경제 개발 공사 등에서는 투자 유치를 위해 투자 관련 유익한 정보를 제공하거나 외국 주재원 등을 대상으로 비자 발급 및 노동 허가 취득에 유리한 정보 등을 제공해 주기도 한다.

독일 정부는 투자 활성화를 위해 투자 인센티브 패키지를 운영 중이며, 혜택은 외투 기업 및 독일 기업이 동등하게 받을 수 있다. 패키지에 따른 최대 지원 정도는 대기업의 경우 30%, 중기업의 경우 40%이며 소기업의 경우 최대 50% 정도까지 지원 받을 수 있다. 정부 대출 형태의 지원까지 포함할 경우에는 중소기업의 경우 최소 25% 정도의 투자금만 가지고 독일(구 동독 지역)에 투자를 할 수 있다.

투자 인센티브의 대표적인 제도로는 Investment Allowance 와 Investment Grant 를 들 수 있다. Investment Allowance는 구 동독 지역에만 적용되는 지원 제도이다. 대기업의 경우 최대 12.5 %까지, 중소기업의 경우 25%까지 지원을 받을 수 있다. Investment Grant 의 경우 동서독 지역 관계 없이 EU 의 규제에 따라 각 지역별로 시행되는 지원 제도이다. 두 제도를 포함한 인센티브 패키지에 따른 지원 범위는 아래 표와 같다.

독일 내 투자 시 보조금 제도

(단위: %)

구분	소기업	중기업	대기업
A 지역	50%	40%	30%
Region in transition	50%(2010년까지) 40%(2011년부터)	40%(2010년까지) 30%(2011년부터)	30%(2010년까지) 20%(2011년부터)
C 지역	35%	25%	15%(2010년까지) 30%(2011년부터)
D 지역	15%	7.5%	7.5%/최대 200,00 EUR까지, 3년 이내
C/D 지역	35%/15%	25%/7.5%	15%/최대 200,00 EUR까지, 3년 이내
E 지역	특별한 인센티브 없음		

- A 지역: Regions in Transition 및 베를린을 제외한 동독 지역
- Regions in Transition 지역:
 - 울젠(Uelzen), Lüchow-Dannenberg,
 - 베를린 및 브란덴부르크 지역: Havelland, Potsdam, Potsdam-Mittelmark,
 - Brandenburg, Teltow-Fläming, Dahme-Spreewald, Cottbus, Spree-Neisse, Ober-Spreewald-Lausitz, Elbe-Elster
 - 작센-안할트 및 작센 주 지역: Mansfelder Land, Sangerhausen, Saalkreis, Halle, Merseburg
 - 니더작센 및 쉴레스비히-홀슈타인 지역, 노르트라인-베스트팔렌 지역, 라인란
 - Querfurt, Weißenfels, Burgenlandkreis, Leipziger Land, Leipzig, Muldentalkreis, Döbeln, Torgau-Oschatz, Delitzsch
- C 지역(동독 지역 및 구 서독 지역 중 산업의 발전 및 인프라 구축이 미흡한 곳)
 - 트팔즈/자알란트 지역, 바이에른 지역 등
- D 지역(동독 및 서독 지역 중 인프라 구축이 C 지역 보다는 나으나 아직 미흡한 곳)
 - 쉴레스비히-홀슈타인 지역, 노르트라인 베스트팔렌 지역, 바이에른 지역 중 일부 도시
- C/D 지역: Lübeck, Berlin, Göttingen, Neustadt, Weiden
- E 지역: 구 동서독의 경계였던 지역(Herzogtum Lauenburg, Gifhorn, Wolfenbüttel, Hersfeld-Rotenburg, Fulda, Rhön-Grabfeld, Hassberge 등)

중기업 및 소기업의 구분

구분	상시 근로자 수	매출액	자산 규모
중기업	250 인 미만	5,000만 유로 이하	4,300만 유로 이하
소기업	50인 미만	1,000만 유로 이하	1,000만 유로 이하

그러나 독일의 투자 지원 제도는 각 주 별로 매우 상이하며 상기 지역 구분도 동일 주 내에서 도시 별로 달라지는 등 매우 복잡하게 적용된다. 일부 주의 경우 투자 전에 기업과 지방 정부 간 협의로 정하는 경우도 있으므로 사전에 충분한 정보 습득 및 논의가 필요하다.

(자료: 독일 투자청(Invest In Germany) 및 KBC 자체 정보, KPMG 자료 인용)

5. 진출형태별 절차

가. 현지 법인

- 원칙적으로 영업 허가를 취득해야 하는 업종을 제외하고는 모든 업종에 외국인이 사전허가 또는 신고 없이 투자할 수 있다. 다만 외국인의 경우 체류 목적에 부합하는 체류 허가증 및 노동 허가증을 사전에 취득해야 한다.
- 독일의 대표적인 법인은 크게 AG(주식회사) 및 GmbH(유한회사)로 구분되며, 두 법인 형태에 해당되는 회사는 총 95% 정도이다. 이 외에도 우리나라와 유사하게 개인 회사 및 파트너십 형태(합명, 합자 등)의 회사가 존재한다

1) 주식회사(AG: Aktiengesellschaft)

- 독일 대기업 다수가 선택하는 법인의 형태로서 최소 자본금은 5만 유로이다. 주식의 이동이 자유롭고 주식 상장이 용이한 형태의 법인이며, 상장 기업인 경우에는 신규 주식을 발행하여 손쉽게 신규 자본을 조달할 수 있다.
- 따라서 대기업 또는 새로운 경제영역에서 급속도로 성장하는 기업에 적합한 회사 형태이다.

2) 유한회사(GmbH: Gesellschaft mit begrenzter Haftung)

- 대부분의 독일 중소기업 및 일부 대기업이 선택하고 있는 형태로, 최소 자본금은 2만 5,000유로이며, 최소한 1인의 사원에 의해서도 설립이 가능하다.
- 유한회사 설립 시 반드시 상사등기부에 등록 신고를 해야 하며, 회사의 영업을 수행하는 기관으로서 대표이사를 선임해야 한다.

3) 합자회사(KG)

- 대표 1 명(limited partner)이 무제한 책임을 지고(우리 상법의 무한 책임 사원) 나머지 주주(general partner)는 소유한 주식의 비율대로 책임을 지는(우리 상법의 유한 책임사원) 형태로, 최소 자본금이 정해지지 않아 자유롭게 투자가 가능한 편이다.

4) 유럽 회사

- 유럽 회사(라틴어 Societas Europaea; 약칭 SE)는 유럽연합 내의 주식회사를 위한 법 형식이다. 유럽 회사를 통해 유럽연합은 2004 년 말부터 유럽연합 내에서 통일된 법 형식에 따른 회사 설립을 가능하게 만들었다.
- 그러나 현실적으로 이 기업 형태에 대해서는 별다른 호응이 없다. 단지 유럽 전역에 걸쳐 활동을 하는 소수의 기업만이 법 형식을 유럽 회사로 전환했을 뿐이다. 따라서 당분간은 이 기업 형태가 일반화될 것으로 보이지 않는다.

나. 법인 설립 절차

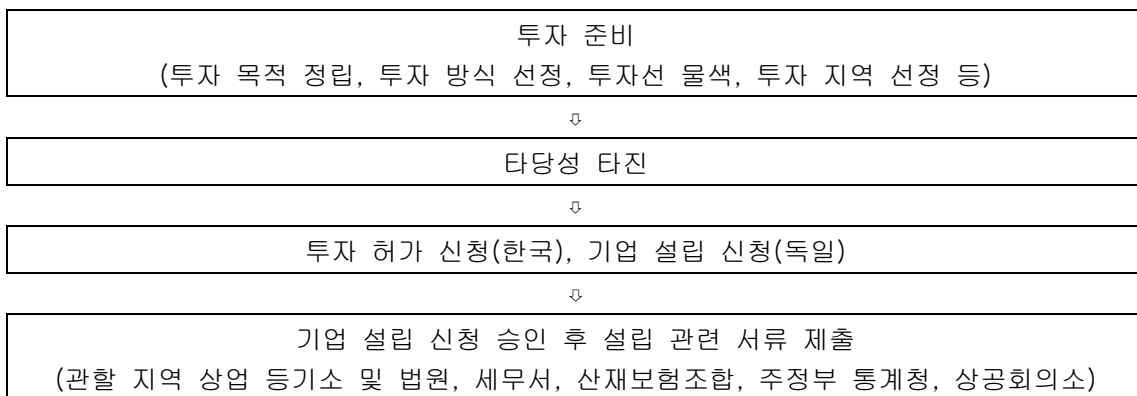
- 다수의 한국 기업에서는 독일에 자회사를 설립하는 방안을 모색하고 있는데, 자회사를 설립하는 가장 단순한 방법은 독일의 유한회사(GmbH) 제도이다. 유한회사는 독일에서 가장 보편적인 법인 형태이며, 독일에서 영업을 하고 있는 한국기업 역시 95% 이상이 유한회사 형태로 운영되고 있다.

□ 법인 설립 필요 서류

- 회사 설립 정관(Gesellschaftsvertrag) 및 공증서
- 설립자의 신분 증명서
- 사업 허가서 및 사업 관련 자격증 등
- 최소 납입 자본금(25,000 / 50,000 유로) 납입 증명서
- 필요 시 대표 위임장

□ 법인 신청 절차

- 법인 설립 신청 기관은 투자 대상 지역의 관할 관청의 기업과(Gewerbeamt)이며, 신청 절차는 다음과 같다.



□ 상업 등기(Handelsregister) 절차

- 관할 법원 등록: 해당지역 관할 법원(Handelsregistergericht/Amtsgericht)이며 2007년부터 인터넷상으로 등기도 가능(www.unternehmensregister.de).
- 등기 완료 후 연방 관보에 게재
 - 투자 신청 시 기업과의 담당자에게 동 등기 필요 여부를 확인할 필요가 있으며, 주재원 사무소나 소규모 자영업자 등은 동 등기가 필요 없다.
- 등기 비용: 개인 및 파트너십 형태 250 유로, 유한회사 400 유로, 주식회사 500 유로 (최소 비용, 공증 비용 별도)

□ 유관 기관 통보 절차

- 투자 신청 후 관할 기업과로부터 관할 지역 내에 소재하고 있는 다음의 각 기관들에게 통보가 자동으로 이루어지나, 소요 기간 단축이나 정확한 상황 파악을 위해서는 직접 통보하는 것이 필요하다.
- 통보 필요 기관: 세무서(Finanzamt), 산재보험조합(Berufsgenossenschaft), 주정부 통계청(Statistische Landesamt), 수공업자조합(Handwerkskammer), 상공회의소(IHK)

다. 지사 설립 절차

□ 독일 내 지사 설립

- 외국 주식회사가 독일 내 지사 설립 시 사전 허가를 받을 필요가 없으나, 지사 설립 및 연락사무소 설립 시에 법원의 등기는 필요하다.
- 그러나 지사는 독일 내에서 영업 활동이 이루어진다는 이유로 과세 대상이 되기 때문에, 따라서 지사 설립 전에 납세 의무 관련 전문가의 조언을 구하는 것이 중요하다.
- 지사는 법인격을 갖추지 못하기 때문에 지사장 외에 별도 경영 조직이 있어야 한다는 규정은 없다. 노동자 협의회는 합자 회사의 경우와 같이 관련 노동법 규정에 의거하여 인정되며, 주로 회사 경영상의 조언을 구한다든가 직원들에게 회사에 관련된 정보를 제공하는 기능을 한다.

□ 설립 절차

- 외국 기업의 독일 지사 설립 시에 특별한 사전 허가 절차는 없다. 지사는 영업 프로필 없이도 비독립적 형태 또는 독립적인 형태로 활동할 수 있다. 비독립적인 지사는 연락 사무소 또는 소형의 판매 사무소이며, 현지 법인의 설립 절차는 이와 달리 소정의 절차를 준수해야 한다.
- 독일에 설립된 외국 모기업의 지사는 권한을 위임 받은 지사장을 선임한 후, 모기업을 대신해 직접 거래 또는 계약을 체결할 수 있다. 지사의 활동은 모기업의 활동으로 간주된다.
- 외국 기업의 지사는 관할 지역의 법원에 등록을 해야 한다. 등록 시 공증을 받아야 하며, 신청은 모기업의 설립 인정서와 같은 몇 가지 서류가 첨부하여야 한다. 신청서에는 공증을 받기 전 모기업 이사 전원의 서명이 기재되어야 한다. 만약 외국에서 서명을 한 경우, 독일 주재 공관으로부터 영사 확인을 받아야 한다.

□ 지사 경영 관련 정보

- 영업 행위
 - 본사를 대신하여 영업 행위를 할 수 있으나, 독자적인 영수증 발급 혹은 자금 수령은 본사(모기업)가 직접 하여야 한다.
- 운영 경비
 - 지사 운영 경비는 본사에서 직접 수령해야 한다. 일부 지사의 경우에는 지출 경비에 대한 부가가치세를 사후 환급 받고 있는 사례도 있으나, 환급에 대한 법적 권리 존재 여부는 사안별로 다르게 판정되므로 변호사 자문을 구해 확인할 필요가 있다.
- 직원 비자
 - 2005년 비자 협정 발효 후 원칙적으로 비자 취득은 현지(독일 내) 외국인 청에서 발급하고 있다. 그러나 관련 기간이 장기화되는 경향이 있어 주한 독일 대사관에서 비자를 발급받아 오는 것도 고려할 만하다.

- 파견 직원 소득세 납부
 - 파견 직원의 경우 현지에서 소득세 납부 의무가 있다. 그러나 2002년 10월 한-독 양국 정부에 의해 체결된 사회보장세 면제 협정에 의해 사회보장세는 납부하지 않아도 된다.
- 등록 절차
 - 지사 설립 지역(지사 소재지) 시청에 신고(Gewerbeanmeldung) 의무가 있다. 신청서는 설립 예정 관할 지역 소재 시청에서 발급 받을 수 있다.
- 관련 서류
 - 신고를 위한 사전 준비 서류는 회사 정관, 서울 본사 등기부 등본, 이사회 명단, 자본금, 회사 소재지, 현지 파견자 인적 사항 등이며, 공증이 필요하다.
- 자회사와의 차이점
 - 지사를 설립할 경우 책임 부담의 범위가 자본금에 제한되지 않는다는 차이점이 있는데 이 점 때문에 대부분의 한국 회사는 지사 설립을 꺼리고 있다.

라. 연락 사무소 설립 절차

□ 연락 사무소 설립

- 연락 사무소는 직접적인 영업 활동 또는 거래 계약을 체결할 수 없고, 단지 광고업무 또는 정보 수집 및 고객과의 접촉 및 애프터 서비스 업무를 수행하는 목적으로만 설치된다. 따라서 연락사무소는 세금을 납부하지 않아 회계 장부의 의무는 없다.

□ 사무소 설립 필요 서류

- 한국에 회사가 존재함을 증명; 설립 증빙서 및 법원의 등기 자료
- 필요 시 영업 활동 허가증
- 필요 시 대표 위임장

마. 공장 설립

공장 설립을 위해서는 투자 대상 지역 관할 관청 기업 담당 부서(Gewerbeamt)에 투자 허가를 신청해야 한다.

□ 신청 시 구비 서류

- 회사 설립 정관(Gesellschaftsvertrag) 및 공증서
- 설립자의 신분 증명서
- 사업 허가서 및 사업 관련 자격증 - 필요한 경우 기업과에서 확인 가능
- 최소 납입 자본금(25,000유로) 증명서 - 유한책임회사 이상 규모의 법인 설립 시

투자허가 신청과 동시 관할 법원(Handelsregistergericht 혹은 Amtsgericht)에 상업 등기를 신청해야 하며 등기가 완료되면 연방 관보에 게재된다. 투자 신청 후 관할 지역 기업 담당부서로부터 관할 지역 내에 소재하고 있는 각 기관 세무서(Finanzamt), 산재보험조합(Berufsgenossenschaft), 주 통계청(Statistische Landesamt), 수공업자조합(Handwerkskammer), 상공회의소(IHK) 등에 자동으로 통보가 이루어지나 소요 기간 단축이나 정확성을 위해 직접 통보하도록 한다.

바. 부동산 취득

□ 부동산 취득 절차

원 소유주와 매매계약 체결-매매 대금 지불-법무사의 공증을 받아 관할 지역 등기소(Grundbuchamt)의 등기부 대장에 등록함으로써 모든 절차는 완료된다. 부동산 취득에 있어서도 내, 외국인의 구분이 없다.

다만, 취득 대상 부동산의 법적 하자 및 행정 규제 여부 등을 파악하기 위해, 매매 계약 체결 이전에 등기부 등본을 열람, 확인하는 것이 바람직하다.

독일에는 공적 관리가 이루어지는 지역이 많고, 도시 계획에 따라 부동산 사용 목적이 제한이 있을 수 있으므로 주의를 요한다. 근거 법률인 연방건설법(Bundesbaugesetz)의 시행 세칙은 각 기초 지자체가 독자적으로 제정하고 있다.

□ 영업용 부동산의 임대차

영업용 부동산의 임대차 계약 시 주의할 점은 주거 공간의 임대 시 적용되는 보호 조항 등이 적용되지 않는 경우가 많고 부대 비용, 계약 연장, 취소 등이 양 당사자 간의 협의로 진행된다는 점이다. 또한 독일의 경우 일부 특정한 지역을 제외하고는 영업 공간의 임차가 쉽기 때문에 여유를 가지고 적절한 장소를 물색하는 것이 필요하다.

사. 건축 및 관련 허가

□ 건축 감독(Bauaufsicht)

헷센(Hessen)주의 경우 헷센 주 건설법(Hessische Bauordnung)을 통해 부지, 시공 등에 대한 일반 조건(도로 인접 간격, 비상 계단 등)이 규정되어 있다. 그 외에 소방 규정, 주차장 규정, 상가 규정, 빌딩 규정에 관한 시행령이 있다.

□ 담당 관청

헷센 주의 경우 37개의 기초 지자체청이 담당 관청으로 있다. 프랑크푸르트 시에서는 시청 제4국인 도시 계획국의 건축 감독과가 담당관청이다. 헤센 주에는 상위 감독관청으로서 Darmstadt, Giessen 및 Kassel에 각각 1개의 정청이 있다. 정청은 지방 주와 기초 지자체 중간에 있는 기구로서 각각 1개의 구(Regierungsbezirk)를 관할하고 있다. 헤센 주의 최고 감독 기관은 주 정부 내무성 건설국이다.

□ 건축 허가 신청

담당 관청에 신청서를 제출하는 것으로, 신청서에는 설계도와 건축 계획이 포함되어야 한다. 건축 허가를 심사하는 과정에서는 건물 높이, 상하수도 영향, 대기 오염, 대지 형질 변경 등을 검토하며, 연방 배출물 규제법(Bundesimmissionsschutzgesetz) 및 사용 용도 시행령(Baunutzungsverordnung)을 적용, 검토한다. 관청은 필요 시 TUEV 검사를 의뢰한다.

건축 계획 입안에서 허가까지는 최소 1년이 소요되며, 건축 허가 절차 및 초기 투자의 위험을 회피하기 위해 대부분의 창업자들은 임대 공장 또는 지자체에 의해 이미 조성된 공업 단지 또는 상공회의소의 창업 보육 단지에 입주하는 경우가 많다.

공장의 생산 시설 설치 허가: 건축 허가와는 별도의 허가를 받아야 하며, 헤센 주의 경우, 담당 관청은 건축허가 담당 관청과 동일하다. 허가까지는 일반적으로 약 6~9개월이 소요된다.

□ 참조 사항

지역에 따라 건축 및 관련 허가 절차에 차이가 있다. 헤센 주의 경우 구 건물을 철거하고 새 건물을 짓는 절차가 비교적 간단하나 바이에른 주의 경우 건축 보전법을 적용하여 구 건물을 철거하고 새로운 건물을 짓는 것에 굉장히 까다로운 기준을 적용하고 있다.

지역별로 투자 시 토지의 장기 임대 등 관련 인센티브가 존재한다. 사전에 지방 정부 또는 투자 유치 기관과의 협의를 통해 상기 절차 진행 시 충분히 협의하여 관련 인센티브를 확인하는 것이 중요하다.

아. 투자 관련 기관

□ 중앙 기관

- 기관명: Germany Trade and Invest
- 주소: Anna-Louisa-Karsch-Strasse 2, 10178 Berlin
- 전화: +49-(0)30-20657-0, 팩스: +49-(0)30-20657-111
- 홈페이지: <http://www.gtai.com>

2009년 1월 1일 독일 정부는 기존의 독일 내 외국인 투자유치를 담당했던 독일투자진흥기관(Invest in Germany GmbH) 과 독일 자국 기업들의 해외시장 개척을 지원했던 대외경제 무역기구(BFA: Bundesagentur fuer Aussenwirtschaft)의 합병을 결정하였고, 이로 인해 KOTRA와 같이 무역 및 투자 기능을 함께 담당하는 Germany Trade and Invest(GTAI) 가 창설되었다.

두 기구의 결합으로 인한 국내외 투자에 대한 전반적인 업무에 있어 총괄할 수 있는 조직이 탄생함으로써, 기존의 대내, 대외 업무를 담당했던 기구들은 상호 보완 효과를 통해 정보의 효율적인 공유 및 시너지 효과를 기대할 수 있다.

□ 지방 정부 기관

- 16개 연방 주 모두 경제개발공사(투자진흥기관)를 보유하고 있음
 - 노르드라인베스트팔렌 주의 경우 40명의 직원을 보유하고 있고, 전액 주정부 예산으로 운영되며, 일본, 미국, 중국, 인도, 한국, 터키에 해외 사무소를 보유하고 있음
- 투자 유치 과정에서 지자체의 개입 또는 권한 정도
 - 독일은 오랜 지방자치제도의 역사로 인해 대부분의 인허가권과 부지 제공 권한을 지방 정부가 보유
 - 인센티브 부여는 연방경제부에서 심사하나, 지방 정부에서도 별도의 인센티브 제공 가능(예를 들어 사무실 개설 비용 보조한, 인력 채용 시 비용 보조, 지방세 감면 등)
 - 투자 유치에 대한 중앙 정부와 지방 정부의 영향력 배분은 발표된 수치는 없고 굳이 체감되는 정도로 표현하자면 중앙 정부 30%, 지방 정부 70% 정도임

- 지방자치단체의 투자 유치 활동을 위한 재정 자립도
 - 주정부 경제 개발 공사 투자 유치 활동은 100% 지방자치단체 예산으로 실행

□ 대표적인 투자 진흥 공사

- 프랑크푸르트 경제개발 공사(Wirtschaftsfoerderung Frankfurt)
 - 주소: Hanauer Landstr. 182, 60314 Frankfurt/M, Germany
 - 전화: +49 69 212 36 209, 팩스: +49 69 212 36 230
 - 홈페이지: www.frankfurt-business.de
 - 기관 개요: 프랑크푸르트의 경제 개발을 위한 기관으로 파트너 발굴도 함.
- 바덴뷔르템베르크 국제경제협력청(Baden-Wuerttemberg Agency for International Economic Cooperation Ltd. (GWZ))
 - 주소: Willi-Bleicher-Str. 19, 70174 Stuttgart, Germany
 - 전화: +49 711 22787, 팩스: +49 711 22787
 - 홈페이지: www.bw-invest.de
 - 기관 개요: 지방 정부 투자 담당 부서
- Invest in Bavaria
 - 주소: Prinzregentenstr. 28, 80538 Muenchen
 - 전화: +49 89 2162-2642, 팩스: +49 89 2162-2803
 - 홈페이지: www.invest-in-bavaria.de(한국어 정보 제공)
 - 기관 개요: 바이에른 주 투자 담당 기관
- NRW. Invest GmbH
 - 주소: Voelklingerstr. 4, 40219 Duesseldorf
 - 전화: +49 211 13000-0 / 팩스: +49 211 13000-154
 - 홈페이지: www.nrwinvest.com
 - 기관 개요: NRW 지역 투자 담당 기관

(자료: 독일 상공회의소 홈페이지(www.ihk.de), Invest in Germany 홈페이지 및 KBC 보유 자료)

6. 투자입지여건

연방국가인 독일에는 우리나라의 FEZ(경제자유구역청)이나 FTZ(자유무역지구)에 해당하는 국가 차원의 특별 경제 구역은 없다. 투자 정책은 각 지역이나 산업별로 구분되며, 기업의 진출 방식 또는 분야 마다 다르게 적용되므로, 개별 건마다 관할 담당기관에 문의하여 세밀하게 정보를 분석한 후 투자진출을 하는 것이 바람직하다.

가. 투자 진출 계획 수립

1) 투자 진출 목적에 따른 진출 전략 수립

현지 진출 목적을 정보 수집용 연락 사무소 설치, 상품의 판매 유통, 현지 생산 및 연구개발 등으로 구분하여, 그에 적합한 지역, 투자 규모 및 방법 등을 결정해야 한다.

2) 지역별 각종 투자 지원 정책 및 혜택 비교 조사

독일의 경우 국내외 기업에 대한 차별은 없으나 지역 경제 활성화를 위해 도입한 각 지방 정부들의 투자 진출 기업에 대한 지원 정책이나 범위가 다르고, 정부 차원의 지원 정책도 지역별로 상이하므로, 이러한 각종 정보를 사전에 세밀히 조사, 분석하여야 한다. 이와 관련하여, 각 지방 정부의 투자 유치 기관을 접촉하면 상세한 정보와 조언을 무상으로 받을 수 있다.

나. 구 동독 지역 투자

1) 지역 특징 및 지원 제도

구 동독 지역의 개발을 위해 독일 정부에서는 구 동독 지역 투자 시에 국내 기업이나 외국 기업에 차별을 두지 않으며, 지난 2008년 12월 11일부터 시행되는 독일 투자수당법(InvZulG 2010)을 통하여 2014년 까지 매년 단계적인 투자 보조금 제도를 추진하고 있다. 투자 대상 기업은 가공업과 일부 제조서비스업, 숙박업 등이며 투자 대상지역은 베를린, 브란덴부르크, 메클렌부르크 포어폼머른, 작센, 작센-안할트와 튀링겐주로 이는 구 동독이었던 신 연방주에 해당한다. InvZulG 2010은 2006년 7월 21일 부터 2009년 12월 31일 까지 유효하는 기존의 투자 수당법(InvZulG 2007)에 이은 제도이다. 현재까지 구 동독 지역에 투자한 기업의 특징은 고도 기술 수반 사업 및 연구개발 센터가 다수를 차지하며, 공장을 설립하는 경우 높은 자동화로 고용 인원이 많지 않다는 점이다. 구 동독 지역에만 적용되는 투자 인센티브로는 Investment Allowance 가 있다.

- 대기업 진출 시: 총 투자액의 최대 12.5% 지원
- 중소기업 진출 시: 총 투자액의 최대 25% 지원
- 부동산 취득 및 건물 신축 시: 총 투자액의 최대 12.5% 지원

여기에 다른 투자 지원 제도까지 활용할 경우 타 소기업의 경우 최대 50%까지 지원을 받을 수 있다. 그러나 지원을 받을 경우 최소 5년간 지원 대상 자산이 동 지역 내에 있어야 하는 등의 제약도 있다.

2) 동독 지역 투자 시 유의점

무엇보다 구 서독 지역에 비해 사회 인프라가 부족하다. 통독 이후 천문학적인 금액이 구 동독 지역 개발을 위해 쓰여졌지만 현재까지도 미흡한 실정이다. 청년 층이 대거 구 서독 지역으로 빠져 나가면서 지역 자체가 쇠퇴하는 모습까지 보이고 있다. 또한 타 지역에 비해 외국인에 대한 차별 의식이 강해 외국인 특히 동양인의 경우 생활하기가 어려운 지역도 있다.

삼성전자에서 브라운관 공장을 설립한 바 있으나 현재는 연구소 및 일부 시설만 남기고 폴란드로 철수한 상태이다. 구 동독 지역 투자 시에는 해당 사업의 시장성, 독일 정부의 지원제도 등을 면밀히 검토하여 투자를 결정하는 것이 좋다.

다. 독일의 지역별 투자 여건

1) 바덴-뷔르템베르크

- 면 적: 35,752km²
- 인 구: 1,071 만 7,000 명(외국인 128 만 1,000 명 /12%)

- 주 도: 슈투트가르트
- 주요 기관: 칼스루에에 독일 최고의 사법 기관인 연방 법원과 연방 헌법재판소 소재
- 주요 산업: 자동차와 마이크로 칩(Benz, Bosch, IBM), 정유산업(Karlsruhe), 버스 및 인쇄기계제조, 서비스 산업 독일의 연방 주 가운데 최강의 경제 수준을 자랑한다.
- 특기 사항: 칼스루에의 핵 연구 센터, 하이델베르크의 독일 암 연구 센터, 다수의 막스플랑크 연구소, 아홉 개의 종합 대학 등이 있다.

2) 바이에른

- 면 적: 70,550km²
- 인 구: 1,244 만 3,000 명(외국인 117 만 5,000 명/9.4%)
- 주 도: 뮌헨
- 주요 산업: 관광(알프스의 산악 지대, 구름 지대, 호수, 독일 최초의 국립 공원), 자동차 및 항공기 제조, 전자 및 전기, 보험, 출판, 기계제조 및 완구 산업(뉘른베르크), 석유 산업, 자동차 산업(아우구스부르크), 농업, 맥주 산업
- 주요 외국 기업: Denso (일본), Lear (미국), Johnson Controls (미국), Faurecia (프랑스)
- 특기 사항: 독일 최대 면적의 주, 종합 대학 및 다수의 전문 대학 소재, 세계 최대의 맥주 축제인 “Oktoberfest” 가 열리는 도시

3) 베를린

- 면 적: 883km²
- 인 구: 338 만 7,000 명(외국인 45 만 4,000 명/13.4%)
- 주 도: 베를린
- 주요 기관: 연방 의회, 연방 행정부
- 주요 산업: 기계제조, 식품 및 주류 산업, 제약 산업, 석유 산업
- 특기 사항
 - 독일의 수도이자 유럽 문화의 중심, 수많은 극장과 박물관, 마이트너 원자물리학 연구소, 헤르츠 통신기술연구소, 프로이센 문화 재단 소재
 - 쇼핑의 중심 도시. 독일에서는 드물게 평일에는 제한 없이 일요일에는 오후 1 시부터 8 시까지 영업이 가능

4) 브란덴부르크

- 면 적: 29,476km²
- 인 구: 256 만 7,000 명(외국인 6 만 7,000 명/2.6%)
- 주 도: 포츠담
- 주요 산업: 농업, 강철, 갈탄, 기계 제조 및 자동차 산업(벤츠의 화물차 조립 공장), 전자 공학, 기계 산업 및 서비스 산업
- 주요 외국기업: UHY Deutschland AG(회계법인, 영국), Rolls Royce(영국), ebay(미국), 이외 주요 국제 호텔 등(예: Holiday Inn, Mercure Hotel)
- 특기 사항: 과거 농업 및 철강 등을 생산하는 도시였으나 최근 서비스 산업으로 그 중심이 이동하고 있다. 특히 금융업과 비즈니스 관련 서비스 산업이 매년 높은 성장세를 보이고 있다.

5) 브레멘

- 면 적: 404km²
- 인 구: 66 만 3,000 명 (외국인 8 만 4,000 명/12.8%)
- 주 도: 브레멘
- 주요 산업: 해상 교통 및 조선, 항공 및 우주 산업, 자동차 산업, 커피
- 주요 외국 기업: 에어버스, Maersk Logistics 등 국제 운송 업체
- 특기 사항
 - 두 개의 도시(Bremen, Bremerhaven)가 서로 떨어져 있지만 하나의 연방주 구성, 면적과 인구 면에서 독일에서 가장 작은 주
 - 지역 GDP 의 1/3 이 해상 운송 및 대외 교역에 의해 발생할 정도로 물류가 발달

6) 함부르크

- 면 적: 755km²
- 인 구: 173 만 4,000 명(외국인 24 만 4,000 명/14.1%)
- 주요 기관: 세계 각국의 영사관이 가장 많이 나와 있는 도시
- 주요 산업: 해외 무역 및 교통의 중심지, 조선소, 정유소, 항공 및 우주산업, 전자산업, 정밀산업, 화학공업, 북부 독일 금융 및 서비스의 중심지, 언론 도시
- 주요 외국 기업: 쉘, BP 등
- 특기 사항
 - 항만을 중심으로 한 물류 및 금융이 산업의 중심
 - 유럽에서 2 번째, 세계에서 7 번째로 큰 컨테이너항. 중부와 북부 유럽의 물류 중심지

7) 헤센

- 면 적: 21,114 km²
- 인 구: 609 만 7 천명(외국인 69 만 4 천명/11.4%)
- 주 도: 비스바덴
- 주요 기관: 유럽중앙은행(ECB, 프랑크푸르트), 연방은행 본점 (프랑크푸르트)
- 주요 산업: 금융, 박람회 중심지, 독일에서 두 번째로 큰 경제 중심지, 기계 제조, 기관차 및 객차 제조, 자동차 제조(Hoechst, Opel), 가축산업(Offenbach), 광학산업(Wetzlar)
- 주요 외국 기업: Canon, General Motors, ITT, 펄시 콜라, Honeywell, 모토로라, Proctor&Gamble, Adam Opel AG, 삼성, 다우 코닝, DyStar, Kyorin Phamaceutical (Japan), 은행(예: 유럽 중앙은행, Cr dit Suisse), 보험사, 회계법인(예: Ernst & Young 등)
- 특기 사항: 유럽 최대의 화물 항공이자 두 번째로 큰 여객 항공인 프랑크푸르트 공항 소재 괴테의 탄생지(프랑크푸르트), 대학 도시(Marburg, Giessen), 독일의 FDI 유입액의 약 4 분의 1 을 차지

8) 메클렌부르크-포어폼머른

- 면 적: 23,173km²
- 인 구: 171 만 9,000 명(외국인 3 만 9,000 명/2.3%)
- 주 도: 슈베린
- 주요 산업: 농업, 목축업, 관광업
- 주요 외국 기업: Sakthi Group (인도)
- 특기 사항: 1,000 개의 호수를 가진 주

9) 니더작센

- 면 적: 47,616km²
- 인 구: 800 만 명(외국인 53 만 6,000 명/6.7%)
- 주 도: 하노버
- 주요 기관: 연방 물리기술 센터
- 주요 산업: 식품업(베이컨, 꿀), 광산업(철광석, 천연가스), 박람회, 자동차 산업(Volkswagen)
- 주요 외국 기업: GE Money Service(미국), Nedexco(네덜란드), Tulip Danish Crown(덴마크)
- 특기 사항: 하노버를 중심으로 전시 산업이 발달

10) 노르트라인-베스트팔렌

- 면 적: 34,082km²
- 인 구: 1,807 만 5,000 명(외국인 196 만 4 천명/10.8%)
- 수 도: 뒤셀도르프
- 주요 기관: 통독 전 연방공화국의 수도 소재지(본)
- 주요 산업: 에너지산업(31 개 발전소 소재), 엔진, 소재산업, 양조, 석탄 및 철강, 화학, 섬유 등
- 주요 외국 기업: 포트, 오펔, ZTE (일본), UPS (미국)
- 특기 사항: 독일의 연방 주 가운데 인구가 가장 많은 주, 유럽 최고의 인구 밀집 지역

11) 라인란트-팔츠

- 면 적: 19,847km²
- 인 구: 406 만 1,000 명(외국인 31 만 1,000 명/7.7%)
- 수 도: 마인츠
- 주요 외국 기업: DaimlerChrysler, 오펔
- 주요 산업: 화학 및 제약 산업 (BASF), 포도주, 자동차 부품
- 특기 사항: 구텐베르트 인쇄박물관 소재

12) 자르란트

- 면 적: 2,568km²
- 인 구: 105 만 6,000 명(외국인 8 만 8,000 명/8.4%)
- 주 도: 자르브뤼켄
- 주요 산업: 박람회산업, 유리와 도자기 제조, 기계, 금속가공업
- 주요 외국 기업: 포트, Terex (미국), Amer Sports (핀란드)
- 특기 사항: 종합대학 집중, 심포지엄의 도시

13) 작센

- 면 적: 18,413km²
- 인 구: 429 만 6,000 명(외국인 11 만 8,000 명/2.8%)
- 주 도: 드레스덴
- 주요 산업: 박람회 산업, 도자기, 전자공업, 자동차(폭스바겐, 폴로), 출판산업(라이프치히)

- 주요 외국 기업: AMD(미국), Amazon(미국), Shell Solar(네덜란드), Hitachi Automotive Systems Europe(일본), Transcom(룩셈부르크), Magnetto Automotive(이탈리아), Wicor Holding(스위스)
- 특기 사항: 구 동독 지역이면서도 외자 유치가 활발하고 산업이 발달

14) 작센-안할트

- 면 적: 20,446km²
- 인 구: 249 만 4,000 명(외국인 4 만 7,000 명/1.9%)
- 주 도: 막데부르크
- 주요 산업: 농업(밀, 사탕무, 채소), 화학공업, 생명공학
- 주요 외국 기업: Solvay Chemicals(벨기에), Polytec Plastics(호주), Roba Corrugated(스위스), Coil Aluminium(벨기에)
- 특기 사항: 헨델의 출생 주

15) 쉘레스비히-홀슈타인

- 면 적: 15,761km²
- 인 구: 282 만 8,000 명(외국인 15 만 1,000 명/5.3%)
- 주 도: 키일
- 주요 산업: 관광업, 농업, 해운 산업 등
- 주요 외국 기업: Sysmex Corporation (일본), Vishay (미국)

16) 튀링엔

- 면 적: 16,171km²
- 인 구: 235 만 5,000 명(외국인 4 만 7,000 명/2.0%)
- 주 도: 에어후르트
- 주요 산업: 공작기계, 정밀 및 광학(Jena, Zeiss), 자동차(Opel), 전기 및 전자(Bosch), 농업(보리, 밀, 감자, 사탕무, 과일), 유리, 장난감
- 주요 외국 기업: Sandoz(스위스), BorgWarner Transmission(미국), China National Building Material Group Corporation(중국), TNT(네덜란드)
- 특기 사항: 다른 주에 비해 녹지가 조밀하게 분포되어 있어 독일의 녹색 심장(German Green heartland)로 불리며, 문인들이 많이 살았다.

자료: 독일투자청(Invest in Germany), KBC 보유 자료

7. 노무관리

가. 독일 노동법

독일에는 통일된 노동법전이 없다. 독일의 주요 노사 관계 법 규정은 민법, 해고보호법, 경영 조직법 등 여러 법률을 통해 규정되어 있다. 이외에도 시간제 근로자 관련 법이나 기한부 고용법과 같이 특수한 노동법적 규율을 담고 있는 다수의 법률 및 영업법에 근거한 사용자의 증언 의무와 같이 구체적인 노동 법적 권리와 의무의 법적 근거가 되는 다수의 법률이 존재한다.

또한 관련 절차 등이 지극히 복잡하기 때문에 노동법 관련 소송이나 행정 절차 진행 시에는 법률 및 판례 등을 모두 참조하여 전문가의 조언을 바탕으로 진행하는 것이 바람직하다. 이에 따라 독일에서는 높은 법적 비용 부담에 대비하기 위한 일반인들의 법률 보험 가입이 보편화되어 있다.

나. 독일의 노조

독일에서는 Kuendigungsschutz(해고보호법)등과 같은 근로자의 권익을 우선시하는 노동법규를 통해 고용인의 해고가 자유롭지 못하다. 근로자의 권익을 대변하는 담당 기관으로는 산별 노조가 있으며, 개략적인 구성은 다음과 같다.

독일은 DGB(Deutsche Gewerkschaftsbund)라는 독일 노조 연방이 최고의 상위기관으로, 산하에 IG METALL, VERDI, IG CHEMIE, IG BAU 등과 같은 산별 노조가 속해 있다. 근무조건 및 임금 인상 관련 노조 협상은 각 산 별 노조가 경영자협회(BDA)의 각 분과와 협의하는 형태로 진행되며, 소위 Tarifvertrag(임금협약)을 통하여 각 산업별 분과의 임금 가이드라인이 결정된다.

독일의 개별 기업 노조는 노동조합(Gewerkschaft)이 아닌 경영참여 근로자 대표 협의회(Betriebsrat)로 불리며, 근로자 5인 이상인 경우 근로자 대표 협의회(Betriebsrat)를 구성할 수 있다. 각 기업별 경우 근로자 대표 협의회(Betriebsrat)는 자신의 협상에 유리한 산별 노조를 선택할 수 있다.

다. 노동 관련 제도

1) 노동 조건

독일에서 합법적으로 일을 하기 위해서는 기본적으로 노동 허가(Arbeitsgenehmigung) 및 체류 허가(Aufenthaltserlaubnis)가 필수적이다. 독일인 및 EU 국가 출신 근로자들은 별도의 노동 허가가 필요 없고, 체류 허가도 단기간에 부여되는 특권이 있으나, 한국을 비롯한 타국가 외국인 근로자들의 경우 신청 절차 및 요구 조건이 까다로운 편이다.

그러나 숙련된 노동력의 부족 문제 타계를 위해 독일 정부는 보다 완화된 고용 제도의 도입을 추진 중이다. 2007년 10월부터 중·동 부 유럽 출신의 기계, 자동차 및 전기 부분 근로자들은 독일에서 자유롭게 취업할 수 있게 되었다. 또한 유학생들에게도 졸업 후 1년 동안 취업의 기회가 주어지며, 자신의 전공과 관련된 분야에 종사할 경우 노동 허가를 받을 수 있게 되었다.

2) 근무 시간

일반 직장의 평균적인 근무 시간은 월요일에서 금요일까지 오전 8시에서 오후 5시까지이며, 직장이나 개인에 따라 출퇴근 시간을 조정하는 경우도 있다. 금요일에는 평일보다 1~2시간 일찍 종료하는 회사가 많다.

일반 관공서의 경우 오전 8시에서 오후 12시까지만 대민 업무를 보는 경우가 많으며, 요일에 따라 오전, 오후로 나누어 업무를 보는 경우도 있다.

독일 직장의 경우, 우리나라, 미국과 같이 일괄적인 노동법으로 주당 근무 시간을 결정하는 것이 아니라 산별 노조별로 근무 시간을 협상하고 있다. 2008년도 독일의 주당 평균 근무 시간은 38.8시간으로 집계되었다. 제조업의 경우 38.5시간, 서비스업의 경우 39.2시간으로 서비스 업계의 근무시간이 좀 더 많은 것으로 나타나고 있다.

또한 2001년 1월 1일부터는 파트타임근무를 보다 확대시키는 동시에 파트타임 직원이나 임시직 근로자의 차별 철폐 목적으로 시간제 근무법(Teilzeitgesetz:TzBfG)에 따라 근로계약이 6개월 이상 존속되었을 경우, 15인 이상의 사업장을 가진 사업주에 대해 시간제 근무제 신청이 가능하다.

독일의 영업 시간 규제는 엄격하기로 유명하다. 그러나 2006년 7월부터 관련 권한은 각 지방 정부로 이관되었다. 따라서 각 주마다 영업 시간은 조금씩 차이가 난다. 몇몇 대도시의 경우 상점 및 백화점들이 평일 및 토요일에 저녁 10시까지 영업을 하고 있으며, 작센-안할트 주의 경우 일요일을 제외하고는 24시간 영업을 가능하다. 특히 최근에는 점점 많은 주들이 연장 영업을 하고 있는 추세로 보이며, 각 지자체 별로도 몇 개월에 한번씩 일요일 영업을 실행하고 있는 경우도 점차 확대되고 있는 것으로 보인다.

3) 임금

한국과 마찬가지로 남성과 여성의 급여에 차이가 있는 편이다.

연방통계청에 따른 2008년 기준 제조업계 정규직 남성 근로자의 평균 임금은 3301유로(세금포함)이며, 서비스 업종의 경우 3274유로(세금포함) 이나, 세부 업계 별로 차이를 보이고 있다. 여성의 경우는 정규직 임금이 제조업의 경우 2589 유로(세금포함), 서비스업은 2602 유로(세금포함)로 남성 대비 상대적으로 큰 편차를 보이고 있다.

통독 이후에도 여전히 구 서독과 구 동독의 급여 차이는 존재하고 있어, 평균적으로 구 동독 지역의 근로자들은 구 서독 지역 임금의 80% 수준만을 받고 있다. 그러나 이는 통독 직후의 40%에 비해 많이 상승한 것이며, 매년 그 비율이 상승하고 있어 앞으로도 양 지역의 근로자 임금 격차는 지속적으로 줄어들 예정이다.

일반적으로 상여금은 연봉의 5-15% 또는 월급의 100% 정도이며, 대부분 연말에 지급하므로 독일에서는 이를 13번째 급여라고도 부른다. 이 밖에 여름 휴가 기간에 휴가비(Urloabsgeld) 또는 크리스마스 추가 보너스가 별도로 지급되는 경우가 있으나 고용주가 반드시 크리스마스 보너스 또는 휴가 비용을 지급할 의무가 있는 것은 아니다. 다만 연속하여 3회 이상 전 직원에게 지급하였을 경우 이를 회사의 정책(betriebliche Übung)으로 보아 다음 해에는 반드시 지급하여야 한다. 또한 동일 대우의 원칙(Gleichbehandlungsgrundsatz)에 따라 임의로 차등하여 지급하는 것은 허용되지 않는다.

4) 휴가 및 병가

독일 근로자의 연차는 최소 24일에서 30일 정도까지 가능하며, 출산 휴가 일수는 총 14주로 출산 전 6주 및 출산 후 8주이다. 또한 기존의 육아수당(Erziehungsgeld) 제도를 대신하여 2007년 1월 1일부터 태어나는 자녀에 대해 시행되는 부모수당(Elterngeld)은 기본적으로 출산 전 세금 및 사회기여금 등 제외한 실수입의 67%(최대 1800 유로, 최소 300 유로를 12개월간 지급하게 되며, 출산 전 경제활동을 하고 있던 상대 배우자가 적어도 2개월 간 육아에 참여할 경우 2개월 추가 가능하다. 또한 육아를 하는 부 또는 모가 직업이

없는 경우나, 월 300유로 이하의 수입이 있는 경우에도 최대 14개월 간 월 300유로의 지원이 이루어지고 있다.

아울러 육아휴가는 근로자가 자녀 출산을 계기로 육아를 위해 임금을 계속 지급받지 않고 휴직을 청구할 수 있도록 한 제도로 자녀가 만 3세가 될 때까지 청구가능하며, 사용자가 동의할 때에는 만 8세까지도 연장이 가능하다. 다수의 자녀가 있고, 자녀들의 연령대가 겹칠지라도 육아 휴직 청구권은 각 자녀마다 별도로 성립한다.

병가는 대부분 제한 없이 사용할 수 있으며, 이 경우 바로 고용주에게 알려야 한다. 3일 이상 지속되는 경우 의사 진단서를 제출하는 것이 일반적이나 이는 고용주와의 계약에 따라 차이가 있을 수 있다. 이전의 경우 지나치게 잦은 병가를 사용하는 등 병가를 악용하는 경우가 있고, 의사들도 환자의 요구대로 진단서를 작성하는 경우가 있어 사회적으로 문제시 되었으나, 독일 주요 언론에 따르면, 최근 경제 불황과 함께 실업에 대한 불안으로 많은 독일인이 몸 상태가 좋지 않은 상태에서도 병가를 내지 않고 근무를 하는 추세가 눈에 띄고 있다.

5) 해고

근로자의 천국으로 불리는 독일은 해고보호법(Kündigungsschutzgesetz)에 따라 고용주가 특별한 사유 없이는 6개월 이상 근무한 근로자를 해고할 수 없었다. 해고 사유가 될 수 있는 세가지 경우는 크게 근로자의 행위에 따른 해약, 근로자 본인의 개인 사유로 인한 해약 및 경영상 문제에 따른 해약으로 나뉜다.

최근 메르켈 독일 총리의 노동 시장 개혁으로 신규 직원 채용 시 수습 기간이 기존 6개월에서 2년으로 연장되는 등 직원의 고용 및 해고가 용이해지고 있다.

라. 외국인의 채용

독일에서 일자리를 얻기를 희망하는 모든 외국인은 노동 및 거주 허가를 받아야 한다. 타 EU 국가의 국민은 직업에 관계없이 독일 내 거주 허가서 한 장으로 노동 허가를 받을 수 있다. 이러한 허가는 그들을 독일 시민과 동등하게 취급한다는 것을 의미하며, 처음에는 5년짜리 허가서를 발급해 주지만, 이 기간이 종료되면 영구 허가서를 발급해 준다.

EU 이외의 국가 출신 근로자는 독일로 입국하기 전에 본국 소재 독일 영사관에서 임시 체류 허가를 발급받아야 한다. 일반적으로 우선 3개월짜리를 발급해 주는데, 입국 후부터는 지자체 관할 관청에 따라 1년 내지 2년 단위로 갱신해주고 있다.

노동 허가는 근로자와 고용주 양자에게 모두 적용되며, 고용주를 경유하여 신청하도록 되어있다. 신청 담당기관은 현지 지역의 노동청이며, 발급된 노동 허가는 통상 1년 동안 유효하나, 고용주가 바뀔 경우 재 신청하도록 되어있다. 그러나 선진국을 포함한 일부 국가(우리나라 포함)의 근로자의 경우는 별도의 허가 없이 3개월간 체류가 가능하며 노동 허가 또한 경우에 따라 3년 단위로 갱신해 주기도 한다. 반면, 동 분야의 독일 국내 실업률이 높은 경우에는 노동허가 취득이 어렵다.

한편, 최근 2009년 4월 하노버에서 개최된 산업박람회를 기점으로 발표된 “한-독 워킹 홀리데이 공동성명”을 통해 금년부터 상대 국가의 18세~30세의 피부양자를 동반하지 않는

청소년 및 청년들에게 최대 1년 동안 상대국에 체류하면서 관광과 취업을 할 수 있는 기회가 열리게 되었다.

마. 직원 채용 모집 광고

독일에서는 일간지 및 인터넷 잡 포털사이트, 각 도시별 홈페이지 등을 이용하여 직원 모집 광고를 내고 있다. 직원 모집 광고 시 주의할 점은 인종, 성별, 나이, 종교 또는 세계관, 장애, 성적 정체성 등과 관련된 문구가 들어가서는 안 된다는 점이다.

○ 일반 채용 사이트

- www.jobworld.de, www.JobScout24.de, www.jobpilot.de, www.monster.de, FAZjob.NET, Frankfurter Rundschau, kalaydo.de, StepStone 등.

독일 소재 한국 기업들은 이 외에도 주로 교포 및 유럽 내 한인 채용 사이트 및 교포 신문 광고를 이용하고 있다.

○ <http://jobeu.kita.net>, www.berlinreport.com, www.kyopo.com, 우리 신문, 교포신문 등.

바. 노동 관련 통계

독일 산업별 월 평균 임금

(단위: 유로)

업종별 분류	총 합계		
	2007년	2008년	
	평균 임금	평균 임금	전년대비 변동률
총 제조업/서비스업	3 015	3 096	2.7
총 제조업	3 118	3 195	2.5
광산업 및 토석류 채굴	3 161	3 281	3.8
가공업	3 184	3 255	2.2
에너지 및 상수도	3 807	3 944	3.6
건설업	2 550	2 625	2.9
총 서비스업	2 928	3 012	2.9
상업	2 818	2 886	2.4
숙박	1 869	1 895	1.4
교통 및 통신	2 684	2 751	2.5
금융 및 보험	3 844	3 985	3.7
부동산업	3 004	3 114	3.7
공공 행정 및 사회보험	-	-	-
교육	3 023	3 105	3.1
보건, 수의학 및 사회복지	2 944	3 011	2.3
기타 공공 및 개인 서비스	2 915	3 007	3.1

자료: 연방통계청 (2009년 9월 기준 최신수치임)

*주: 위 통계는 정규직 임금을 기준으로 한 세금 포함, 보너스 미포함인 수치임.

독일 평균 임금(2008년 기준)

(단위: 유로)

분류	시간당 평균임금		월 평균 임금		연 평균임금	
	합계	보너스 미포함	합계	보너스 미포함	합계	보너스 미포함
제조업/서비스업	20.49	18.34	3459	3096	41509	37152
제조업	21.44	19.10	3586	3195	43027	38335
서비스업	19.70	17.70	3351	3012	40214	36143

자료: 연방통계청 (2009년 9월 기준 최신 수치임)

*주: 위 수치는 세금이 포함된 정규직 임금을 기준으로 함.

독일 남/여 월 평균 임금

(단위: 유로)

업종별 분류	2007년		2008년	
	남	여	남	여
총 제조업/서비스업	3 216	2 531	3 301	2 599
총 제조업	3 244	2 531	3 325	2 589
광산업 및 토석류 채굴	3 191	2 785	3 311	2 908
가공업	3 348	2 515	3 423	2 570
에너지 및 상수도	3 940	3 190	4 080	3 319
건설업	2 565	2 337	2 641	2 405
총 서비스업	3 183	2 531	3 274	2 602
상업	3 046	2 345	3 117	2 404
숙박	2 056	1 682	2 082	1 711
교통 및 통신	2 725	2 515	2 793	2 577
금융 및 보험	4 351	3 175	4 512	3 295
부동산업	3 237	2 503	3 352	2 598
공공 행정 및 사회보험	-	-	-	-
교육	3 218	2 878	3 307	2 958
보건, 의학 및 사회복지	3 616	2 597	3 696	2 654
기타 공공 및 개인 서비스	3 246	2 413	3 367	2 465

자료: 연방통계청 (2009년 9월 기준 최신수치임)

*주: 위 통계는 정규직 임금을 기준으로 한 세금 포함, 보너스 미포함인 수치임.

독일 지역별 월 평균 임금

(단위: 유로)

업종별 분류	2007년		2008년	
	구 연방주 (구 서독)	신 연방주 (구 동독)	구 연방주 (구 서독)	신 연방주 (구 동독)
총 제조업/서비스업	3 133	2 276	3 215	2 345
총 제조업	3 256	2 231	3 335	2 295
광산업 및 토석류 채굴	3 259	2 685	3 389	2 767
가공업	3 310	2 222	3 386	2 276
에너지 및 상수도	3 938	3 169	4 071	3 318
건설업	2 703	2 058	2 773	2 132
총 서비스업	3 027	2 313	3 112	2 386
상업	2 914	2 050	2 980	2 109
숙박	1 941	1 469	1 972	1 490
교통 및 통신	2 786	2 172	2 854	2 221
금융 및 보험	3 905	3 036	4 051	3 165
부동산업	3 140	2 072	3 256	2 147
공공 행정 및 사회보험	-	-	-	-
교육	2 964	3 162	3 044	3 249
보건, 의학 및 사회복지	2 994	2 682	3 054	2 775
기타 공공 및 개인 서비스	3 053	2 227	3 148	2 286

자료: 연방통계청 (2009년 9월 기준 최신수치임)

*주: 위 통계는 정규직 임금을 기준으로 한 세금 포함, 보너스 미포함인 수치임.

독일 파업 참가 종업원 수, 파업 휴무 일수

(단위: 1000)

	파업 참가 종업원 수	파업 휴무 일수
2007	106	286
2006	169	429
2005	17	19
2004	101	51
2003	57	163
2002	428	310
2001	61	27
2000	7	11
1999	199	79
1998	4	16
1997	14	53
1996	166	98

자료: 독일연방노동부(BMAS)

2009년 9월 기준 가장 최신 수치임, 2009년 11월 신 통계 발표예정

사. 노동 관련 유의 사항

독일은 타 국가에 비해 근로자의 권익이 강한 국가이다. 따라서 독일에서 근로자 고용 시에는 많은 주의가 요구된다. 고용 후에는 특별한 사유 없이 해고가 몹시 어려우므로 채용 시 주의하여야 하며, 문제가 발생할 때에는 반드시 문서로 그 근거를 남겨야 한다. 또한 독일 근로자들은 근로법 관련 지식이 풍부하고 자신의 권리에 대해 잘 알고 있으므로 분쟁이 발생하였을 경우는 반드시 변호사와 상의하여 대처하여야 한다.

(자료: 독일연방통계청, 독일연방노동청, KBC 보유 자료 등)

8. 조세제도

가. 독일의 기업 관련 조세 제도

독일에서 사업을 영위하는 경우 납세 의무는 납세 의무자의 법적 형태에 따라 달라진다.

법인(주식회사, 유한회사 등)은 법인격을 가진 독립된 납세 의무자로 간주되며 법인이 창출한 이익에 대하여 법인세(Körperschaftsteuer), 영업세(Gewerbesteuer), 그리고 통일 부담세(Solidaritätszuschlag)가 부과된다.

독일의 기업 조세 부담률은 높은 편으로, 2007년 기준 독일의 법인세율은 38.7%로 EU의 평균 31.7%를 훨씬 웃돌았으나, 2008년 1월 1일부터 독일 정부는 법인세율을 30% 이하로 낮추었고, 감세로 인한 적극적인 기업 투자 유도를 기대하고 있다.

독일의 부가가치세는 2006년도까지 EU국가 내에서 상대적으로 낮은 16%이었으나, 2007년 1월부터 EU 국가들간 부가가치세 세율 조정으로 인해 전년 대비 3% 높은 19%로 인상 되었다.

나. 독일 세제 개황

독일에는 다양한 종류의 세금이 있으며, 각 주 공통으로 법인세, 영업세(거래세), 재산세, 원천징수세, 부가가치세를 부과하고 있다. 기타 연방세로서 보험세, 담배세, 석유세 등이 간접세의 기능을 가지고 있으며, 주세로서는 자동차세 및 토지 취득세가 있다. 그 외에도 관세 및 지자체세가 있다.

1) 법인세(기업소득세)

법인은 영리 사업체로 분류되며 따라서 모든 수입은 발생 원천에 관계없이 과세 대상 사업소득으로 간주되어 법인세를 납부할 의무가 있다.

독일 연방정부에서는 2008년도부터 법인세율을 25%에서 15%로 인하하였으며, 영업세의 기본세율도 5%에서 3.5%로 낮추어 기업의 실효세율이 평균적으로 30% 이하로 경감하였다. 아울러 통독 이후 1995년부터 현재까지 추가로 통일부담세를 법인세의 5.5% ($15\% \times 5.5\% = 0.825\%$)만큼 부과하고 있다.

2) 개인소득세

2003년부터 추진되고 있는 Agenda 2010 정책에 의거, 소득세율 인하, 기업의 사회비용(연금, 실업 급여 등) 절감 등이 정책으로 도입되기 시작했다. 현재 독일의 소득세율은 누진세 개념으로 0%에서 최고 45%까지 차등 구분되어 있다.

소득세는 개인 기업과 개인에 대해 부과되며, 원칙적으로 모든 원천으로부터의 소득을 합산한 후 25%의 단순세율이 적용되지만, 납세자의 일반 소득세율이 단일세율 25%보다 낮은 경우 납세자의 선택에 따라 일반 세율을 적용 받을 수 있다.

3) 부가가치세

부가세 납세 의무는 거주자 여부, 주요 관리장소, 청구/지불의 장소 등에 관계없이 사업

자가 독일 내에서 과세대상 거래를 하는 경우 발생한다. 독일의 사업자에게는 일반적으로 부가세를 포함한 모든 세무 행정에 관련하여 하나의 세무등록 번호가 주어지며, 신청 시 추가적으로 부가세 번호가 각 등록 사업자에게 주어진다.

2007년 1월부터 독일은 3% 인상된 19%의 표준 부가가치세율을 적용하고 있으며, 서적, 신문 및 식료품(음료수 제외) 등의 특정 재화 및 서비스에는 기존의 7%의 세율이 그대로 적용된다.

아울러 부가세가 면제되는 항목으로는 의료, 교육, 자선, 금융 및 부동산 관련 서비스 등이 있다.

4) 부동산 관련 주요 조세

독일에 위치한 부동산의 매각에 따른 양도차익 및 부동산 임대소득은 독일 법인세 과세 대상이며, 세무 신고 시 일반 법인세율 15 %가 적용된다.

영업이익은 소득세 혹은 법인세 목적상의 과세표준에 일정한 조정 사항들을 반영하여 결정되며, 영업이익 계산 시 법인세 과세표준에 부동산 고정자산의 임대비용의 65%를 포함한 여러 항목들의 합계의 25%가 가산된다.

독일 부가가치세법에 의한 매입 세액 공제 조정은 고정 자산과 유동 자산, 그리고 서비스와 관련되어 이루어져 있으며, 일반적으로 고정 자산의 조정기간은 5년이나 부동산에 있어서의 조정 기간은 10년이다.

다. 2008~2009년도 주요 변경 조세 제도

독일 연방정부에서는 2008년도부터 법인세율을 25%에서 15%로 인하하였으며, 영업세의 기본세율도 5%에서 3.5%로 낮추어 기업의 실효세율이 평균적으로 30% 이하로 경감하였다.

2008년도부터 이자 비용 손금 산입 한도 도입이 되어, 연간 EBITDA(Earning Before Interest and Tax Dpreciation, Amortization)의 30% 까지만 손금 인정되며 초과 금액은 이월된다.

영업세(거래세)의 손금 산입 제한으로 영업세 납부 금액이 법인세 계산 시 손금에 산입되지 않는다.

라. 외국 기업에 대한 과세

외국 법인은 독일에서 유한 납세자로 간주되며, 오로지 독일 원천소득에 근거하여 과세된다. 원천소득에 근거한 납세로 인해, 배당금이나 로열티와 같은 수동적인 소득으로 인한 세무 책임이, 국내 납부 법인이 독일 세무 당국에 대해 책임을 지고 있는 이자 소득세로 완전히 해결된다.

조세 협약(이중 과세 방지 협약)이 적용되는 곳에는 세무 부담이 없이, 연락 사무소를 설치하는 것이 가능하다. 그러나 이 경우에 동 사무소의 피고용인은 연락이나 기타 부수적인 기능에 업무의 영역을 엄격히 제한시켜야 하고, 잠재 고객과 계약을 체결하거나 판매로 간주될 만한 영업 활동에 종사하지 말아야 한다.

- 한국과 조세조약 체결 내용 및 제한세율(배당소득, 사용료 소득, 이자소득 세율)
→ 이중과세 방지협약

독일 거주 법인은 독일이 대한민국을 포함한 세계 94개국 이상과 체결한 이중과세 방지협약에 의해 세액 경감의 혜택을 받을 수 있다. 전형적으로 조세 조약에서는 소득 원천 국가나 거주 국가 중 한 국가가 과세권을 갖고 상대국은 동 소득에 대해 과세를 면제하며, 그렇지 않은 경우에는 외국납부 세액공제를 허용하여 이중과세를 방지한다.

자료: KBC 자체조사

9. 외환관리 및 자금조달

가. 독일의 외환 관리 시스템

EMU(Economic and Monetary Union)는 1999년 1월부터 가입국에 대한 외환 관리를 맡고 있어, 독일 정부 별도의 외환 관리 정책은 없다. 독일을 비롯한 유로화 사용국의 외환 관리는 독일 프랑크푸르트에 주재하고 있는 유럽중앙은행(European Central Bank)에서 담당하고 있다.

유로화의 경우, 2008년도에 큰 폭의 변동률을 보여 평균 환율이 1유로 = 1.47 달러로 집계되었으며, 달러에 대한 지속적인 강세를 유지하고 있다. 그러나 2008년 4월 유로 대 달러 평균 환율이 1: 1.5751로 정점을 이룬데 비해, 9월 현재는 1:1.4612로 점차 원년의 추세로 복귀하고 있는 것으로 보인다. 그러나 2007년도부터 두드러진 달러대비 유로화의 강세 추세는 당분간 그 수준을 유지할 것으로 예측되고 있다.

연도별 유로 대 달러화 환율

연도	기준	환율
2002년	평균	1:0.9456
2003년	평균	1:1.1312
2004년	평균	1:1.2439
2005년	평균	1:1.2441
2006년	평균	1:1.2556
2007년	평균	1:1.3705
2008년	평균	1:1.4708
2009년 9월	평균	1:1.4612

자료: 유럽중앙은행 외환시세 통계, 2009년 9월 기준 최신수치임.

나. 과실 송금

독일은 해외로의 송금 또는 해외로부터의 송금의 경우, 외환경제규정(AWV-Aussenwirtschaftsverordnung) 26조 신고 관련 조항에 의해 1만2500유로 이상의 해외 송금은 해당 금융 기관을 통해 독일 중앙은행에 보고하도록 되어 있다.

EU 권역 내의 거래일 경우에는 5만 유로 이상을 그 보고 대상으로 한다. 동 보고는 원칙상 금융 거래자가 해야 하나 일반적으로 금융 기관이 이를 대신한다. 보고 양식은 독일 중앙은행이 제공 하며 해외발 국내 입금인 경우와 해외향 송금인 경우에 대해 각각 Z4 와 Z1

서식을 사용토록 되어 있다. 이 서식에는 송금 계좌와 수금 계좌 및 계좌 소유인의 이름과 주소, 송금 목적 등이 기재된다.

그러나 제품의 수출입과 관련된 자금 및 해외 대출에 관한 자금은 동 규정에 적용을 받지 않는다. 국내 입출금의 경우 독일 자금 세탁 방지법에 의하면 1만5,000 유로 이상의 금액을 현금 또는 이에 상응하는 증권으로 입출금 할 경우 금융 기관에서는 동 입출금인의 신분증을 확인하여 신분을 확인하여야만 한다. 하지만 은행 계좌를 통한 거래는 이 규정에 제한을 받지 않는다.

다. 자금 조달

독일 기업은 영미계 기업과는 달리 주식 발행을 통한 자금 조달 비율이 낮은 특징을 가지고 있다. 특히 중소 기업의 경우에는 주식보다는 은행 대출 등에 크게 의존하고 있다.

중소기업을 주로 지원하고 있는 독일 신용대출부흥은행(KfW)의 2009년 대출 이자는 전년수준 에서 대폭 하락한 1.10~6.90% 선이다. 특히 금융위기의 여파로 인한 금융 불신과 자금 유동성 문제로 유럽중앙은행은 지속적으로 기본이율 하향 조정하고 있으며, 2009년 5월에는 유럽중앙은행의 기본이율이 4%에서 1.25%로 큰 폭으로 하락한 바 있다. 아울러 유럽중앙은행(ECB)는 지난 8월 정책이사회를 개최, 금리를 1%로 동결하기로 하였으며, 프랑크푸르트에서 열린 통화위원회에서도 회원국들이 1% 수준의 기준금리를 유지한다는 전망에 모두 동의하였다.

투자 기업들은 주로 은행에서 대출을 통한 자금 조달 방식을 사용하고 있으며, 대출 이자는 각 개별 기업의 신용, 규모 및 자본금 등에 따라 다르게 적용되고 있다. 독일 은행들의 대출이자율은 현재 4.25~7.25% 선이며, 외국 기업도 동일한 적용을 받는다. 새로 설립된 소규모의 한국 기업의 경우 대출 이자는 이보다 다소 상회할 수 있다.

2007년부터 시행된 EU차원의 신 자기자본협약인 바젤(Basel) II를 통해 은행의 신용 대출 기준이 강화되었고, 이에 따라 기업들은 신용은행에 의해 향후 전망성이 있다고 판단된 경우에만 대출을 받을 수 있게 되었다. 특히 금융위기 확산에 따른 경기 침체로 현재 각 신용기관들의 대출은 더욱 어려워지고 있는 실정이나, 독일 정부는 경기부양책의 일환으로 독일 신용대출부흥은행(KfW) 등을 통한 저 이율 대출방안을 마련하여 실행에 옮기고 있다.

일반적으로 독일에서의 기업 대출 이자는 기업 신용도에 따라 좌우되므로 현재 구동독 등 특수 지역에 대해 적용되는 특별 이자는 없으나 각 은행에 따라 별도 규정이 있다. 따라서 입주하고자 하는 지역에서 제공하는 인센티브 정보 수집이 중요하다. 일부 소수 은행의 경우 자신들만의 전략을 수립하여 독자적인 기준과 함께 소기업에 대한 대출을 보다 용이하게 하기도 한다.

라. 중소기업의 자본 조달 개요 및 특이 제도

독일 중소기업의 자본 구조는 영미의 앵글로색슨계 국가와 달리 ‘주식 비율(equity ratio)’이 낮고, 내부 현금 흐름·소유주의 주식 예치(equity deposit)·무역 신용·은행 대출 의존도가 높은 특성을 갖고 있다.

특히 매출액 규모가 작은 기업일수록 주식 비율이 낮은 경향을 가지고 있으나, 2000년 이후에는 주식 비율이 소폭이나마 상승하는 추세를 보이고 있다.

□ 중소기업 대출채권 유동화증권(PROMISE/PROVIDE) 제도

독일 신용대출부흥은행(KfW)은 2000년 PROMISE(Promotional Mittelstand Loan Securitisation) 제도를, 2001년에는 PROVIDE (Provide-Residential Mortgage Securitisation) 제도를 신설하였다.

PROMISE는 중소기업 대출과 관련된 위험을, PROVIDE는 민간 주택 대출로 구성된 포트폴리오를 증권화하기 위해 마련된 제도로, 운영되는 구조에는 거의 차이가 없다. 양 제도는 중소기업 대출을 위한 증권 유통 시장 활성화를 장려하는 목적을 지니고 있으며, 신용기관들은 이들 제도 하에서 중소기업 대출에 따른 위험을 자본 시장으로 전가시키고 있다. 특히 최근에 들어 정부 경기부양책 차원에서 신용대출부흥은행(KfW)을 통한 중소기업에 대한 지원이 강화되고 있다.

□ 독일 마이크로 금융펀드(Microfinance Fund Germany: MFG)

독일 정부는 2006년 9월 창업 기업과 중소기업에 자금을 지원하는 마이크로 금융 펀드(MFG)를 조성하였다. 이는 소액 대출 수요가 급증하고 있는 반면 은행 입장에서 소액 대출은 수익성이 없는 사업이라는 문제를 해결하는 목적을 갖고 있다.

MFG는 소액 대출 업체의 대출이 확대되는 환경을 구축함으로써 창업 기업과 청년 기업의 자금 조달을 지원하며, 기존의 지역 마이크로 금융기관(MFI)과 창업센터의 네트워크를 협력적 틀 내에서 통합해 차입 업체에 대한 이들의 자문·모니터링 활동을 결합, 자금 지원의 '상호 연동(interlocking)'을 강화하고 있다.

자료: 독일 신용대출부흥은행(KfW), Commerzbank, Deutsche Bundesbank, 금융통화위원회 및 KBC 자체 수집 정보 종합

V. Business 참고정보

1. 시장 특성

가. 독일 시장의 특성

독일의 연간 GDP 규모는 2조 5천억 유로에 달하며, 세계 경제에서 차지하는 비율은 약 5%로, 미국, 중국, 일본에 이은 세계 4위의 경제대국이다. 8천 2백만의 인구를 보유한 독일은 유럽 최대의 시장을 형성하고 있다. 독일 시장은 대체적으로 자유 시장 원리가 지배하지만, 사회 보장 제도 및 자국 산업 보호 측면에서 상당한 정부 개입이 이루어지고 있다.

독일은 CeBIT, Medica, Hannover 산업 박람회, Automechanika 등의 대형 전시회를 통해 국제 교역의 장으로도 활용되고 있다. 지리적으로도 EU의 중심부에 위치한 독일은 유럽 경제의 요충지라고 할 수 있다. 그러나 독일 경제는 구조적 어려움을 겪고 있는데, 원인으로는 노동시장의 비유연성과 세금 및 신규 사업 확립에 있어 과도한 규제, 높은 사회 보장 비용 등을 들 수 있다.

독일 정부 또한 이러한 문제점을 의식하고 다방면적인 제도 개혁을 통해 경쟁력을 제고하고자 애쓰고 있다. 독일 산업의 주된 분야는 자동차, 화학, 첨단 기술 분야이다.

하지만 소매 분야 성적은 그다지 좋은 편이 아니며, 다수의 주요 제조업들이 생산 기지를 외국으로 옮겨 비용 절감을 꾀하고 있는데, 이는 독일의 높은 실업률과 무관하지 않다.

독일 시장에 진출하는 데 가장 성공적인 전략은, 기술 혁신과 디자인에 초점을 맞춘 고품질 제품으로 공략하는 것이다. 독일 시장은 IT, 전기, 전자, 건강, 의료, 합성소재, 자동차 기술 등 기술 혁신 제품에 적극적으로 반응하는 편이며, 또한 EU 내에서 가장 빠른 속도로 인터넷이 보급 되고 있는 중이다. 또한 멀티 미디어 제품 및 첨단 기술 제품 시장이 많은 잠재력을 갖고 있다. 독일 시장은 가격 보다는 품질에 대한 요구가 절대적인 것이 특징이다.

또한 오랜 분권 국가의 경험으로 인해 각 시장이 지역별 특색에 따라 분권화되어 있다. 무엇보다 가격 대비 성능 등 제품 구매 시 합리적으로 많은 고려를 하는 경우가 많다. 따라서 선진국 제품이나 비 유명 상표 제품이라 할지라도 품질과 가격이 뛰어나다면 시장 진입의 가능성은 열려있다고 할 수 있다.

나. 독일에서의 한국 상품

독일에서의 한국 상품에 대한 인식은 2006년 월드컵 전후로 예전에 비해 많이 좋아졌다. 특히 IT, 가전제품, 자동차, 자동차 부품 품목에 진출해 있는 삼성, LG, 현대, 기아 등 한국 대기업들의 경우 각각의 주력 분야에 있어 브랜드 가치 및 상품 인지도가 높아짐에 따라, 덩달아 한국 제품 전반에 긍정적인 이미지를 심어 주고 있으며, 여러 분야에 선전 중인 한국 상품들도 독일 시장에서 좋은 반응을 얻고 있다.

특히 2008년 하반기부터 2009년 6월까지 실시된 ‘폐차 보조금’ 제도 도입으로 친환경 소형차가 인기를 끌게 되었고, 그 중에서도 현대자동차가 몇 배의 판매 증가율을 보이며 폐차 프리미엄의 승자로 꼽히게 되었다.

그러나 독일 바이어들은 가격 및 품질 외에도 여전히 신뢰를 중요시 여기며 기존 거래처를 우선시하는 보수적인 경향이 강해, 한국 상품이 기존의 시장 진출 제품을 대체하고자 할 경우 시간과 노력이 필요한 경우가 많다.

독일의 유통 채널은 제품에 따라 매우 다양하다. 유통 과정에서의 주체는 한국 및 여타의 산업 국가들과 크게 다를 바 없이 제조업체, 유통상, 수출입 업자, 소매점 등으로 나눌 수 있다. 독일 시장에 진출하고자 할 경우 가장 유용한 방법은, 해당 분야의 박람회 참가하여 독일 업체들을 직접 접촉하는 기회를 늘리고, 대표적인 잡지 등의 매체를 통해 시장 추세에 관한 정보를 수집하는 것이다. 또한 독일은 분야별로 협회가 발달하여 활발히 활동 중이므로 이에 관한 정보를 자세히 수집하고 협회를 잘 활용하면 보다 효과적으로 다수를 대상으로 제품을 소개하는 기회로 얻을 수 있다.

독일은 최근의 금융위기 여파에도 내수 시장은 건재하며 경제 전반이 불황에서 일어서고 있어 2010년에는 다시 경제성장이 상승 곡선을 보일 예정이다. 이에 따라 새로운 상품이 시장에 진출할 여지도 기존에 비해 높아졌다고 볼 수 있다. 특히 독일의 경우 한국만큼은 아니지만 유럽의 IT 강국으로서 인터넷 인프라 및 저변 인구가 확대되고 있어 향후 IT 관련 산업이 크게 성장할 것으로 예상된다. 또한 건강관리 및 웰빙 추세에 따라 의료 및 스포츠 관련 제품들도 독일 시장에서의 유망 상품들로 분류된다.

다. 독일 내 유망 상품

2009년도 상반기 독일의 히트 상품 및 프랑크푸르트 KBC 예상 수출 유망상품은 아래와 같다.

1) 노트북

□ 품목명: 맥북 (MacBook)

- 제조(서비스)사: 미국 Apple 사
- 사이트: <http://www.apple.com/mac/>
- 가격대: 867.51 ~ 1,649.25 유로
- 기능: 2GB의 대용량 표준 메모리, 2개의 USB 사용 가능, 대용량 하드 드라이브, 파이어와이어(FireWire) 400 접속 가능, 고속 이더넷(Gigabit-Ethernet) 지원, 오디오, 24x DVD-ROM/CD-RW, 새로운 45 나노미터 기술이 적용된 인텔 코어 2 듀오 프로세서, 내장 iSight 카메라 기능 및 세련된 디자인.
- 수요 계층: 고객층이 저변화되어 있으나 특히 젊은 대학생들 층에서 사회생활 초년생들에게 인기가 높다.



□ 시장 반응 및 히트 요인

2008년도에 61%의 매출 성장과 4.6%의 시장 점유율을 보여주고 있는 애플사는 경쟁사인 소니사를 제치고 세계 시장 매출 순위에서 7위로 대만의 Asus사와 함께 (67%의 성장률) 가장 성공적인 성장세를 기록하고 있다.

독일 PC 시장에서도 노트북의 인기에 힘입어 PC 시장이 활기를 띠고 있으며, 2007년부터 노트북의 판매율이 일반 PC의 판매율을 넘어선 이래 2009년도 1분기까지도 노트북의 인기는 큰 폭의 상승세를 보이고 있다. BITKOM에 의하면 2008년 독일 시장에서 약 710만 대의 노트북이 판매된 것으로 집계되었다.

Apple사에서 시판 중인 노트북으로는 MacBook, MacBook Air und MacBook Pro 등이 있는데 우수한 성능과 멋진 디자인 외에도 iSight 카메라 기능으로 스냅촬영기능 및 재미있는 사진 효과를 통해 사진 속의 대상을 임의로 변화시킬 수 있는 기능이 있다. 이는 Macbook 노트북의 대명사로 불리며 많은 인기를 끌고 있으며, 그 외에도 윈도우의 기본 운영 시스템보다 훨씬 사용이 간편한 것으로 알려진 MacBook의 운영 시스템인 MAC OSX도 선호도에 큰 기여를 하고 있다.

2) 게임 헬스 기구

□ 품목명: 위 핏+발판 매트(WII FIT + BALANCE BOARD)

- 제조(서비스)사: 일본 Nintendo사
- 사이트: <http://www.apple.com/mac/>
- 가격대: 77.99 - 109 유로
- 기능: 맞춤형 헬스 트레이닝 프로그램 및 40개의 다양한 운동 기능.
- 수요계층: 수요층이 넓으며, 특히 여성과 노년층의 선호도가 높다.



□ 시장 반응 및 히트 요인

소니, 마이크로소프트와 닌텐도의 게임 시장에서의 시장 점유율에 대한 경쟁이 치열한 가운데 닌텐도가 출시한 Wii Fit 제품이 2008년 4월 25일 유럽시장에 첫 시판된 이래로 경쟁사인 마이크로소프트의 XBOX 360을 뛰어넘으며 기대 이상의 성공을 보이고 있다.

Wii는 함께 할 수 있는 게임으로 컨트롤러가 손의 움직임에 따라 조정되며, 그 중 Wii Fit은 특수 컨트롤러와 밸런스 보드로 구성된 게임으로 보드 위에 올라서서 보드에 장착된 센서가 인체의 움직임을 측정하여 사용자의 정확한 움직임을 계산해 내는 시스템으로 이에 몸 전체의 움직임이 요구된다.

이에 Wii Fit 제품은 재미와 헬스를 한 제품에 담고 있으며, 즉 요가, 에어로빅, 지구력 훈련 및 밸런스 게임 등 4개의 상이한 분야에서의 40여 개의 다양한 운동이 가능하다. 이 게임은 또한 신체의 크기 및 무게에 따라 사용자에게 맞는 맞춤형 피트니스 프로그램 기능도 있다.

연방 인터랙티브 엔터테인먼트 소프트웨어 협회(BIU)가 보도한 바에 따르면 게임으로 재미를 느끼면서 운동을 할 수 있는 게임 헬스 기구의 경우 독일 시장에서 총 사용자의 31%는 여성으로 나타났으며, 여성들과 노년층에서 인기가 높고 그 수는 증가세를 보일 것으로 전망된다.

3) 외장 하드

□ 품목명: Seagate FreeAgent Xtreme

- 제조(서비스)사: Seagate 사
- 사이트: www.seagate.com
- 가격대: 100~135유로 선
- 수요 계층: PC 및 노트북을 사용하는 젊은 층에서 회사를 중심으로 수요가 많은 편임.



□ 시장 반응 및 히트 요인

독일 내 PC 및 노트북 사용이 증가하면서 콘텐츠 사용과 함께 보다 확대된 저장 공간이 필요한 관계로 점점 더 많은 PC 이용자들이 사진이나 비디오, 음악 파일 등 비교적 큰 용량의 데이터를 저장하기 위한 개인적인 용도로 외장 하드를 찾고 있는 추세이다.

아울러 시장 연구기관인 GfK의 분석에 따르면 독일 가정에서 향후 1~2년 내 구매예정인 PC 관련 제품 중 외장 하드는 대형 평면 TV에 이은 2위의 선호도를 보이고 있으며, 2008년 기준으로 외장 하드 사용자 수는 약 160만 명에 이르는 것으로 집계된다.

또한 저렴한 가격이 판매를 촉진시키고 있는 요인으로 꼽히는데, 500 GB 용량의 외장 하드는 현재 100유로 이하 가격대로 구입가능하며 용량이 적은 외장 하드는 50 유로 이하에서 판매되고 있다.

아울러 영화필름을 신속히 편집하기 위해서 빠른 속도가 중요한데, 일반적인 USB 연결로는 충분하지 않아 여기에도 외장 하드 사용이 가능하다. 특히 현재 출시되고 있는 모델들은 기존의 제품과는 달리 전원을 연결된 PC에서 직접 공급 받으므로 전원공급 장치가 필요 없다고 한다.

(자료: KOTRA 간행물 및 KBC 보유 자료)

2. 물가정보

(€유로 / 2009년 12월 31일 기준)

구분	항목	가격(EURO)
식품류	쌀 1kg	2.78
	계란 12개 (10개)	2.10
	쇠고기 등심 1kg	39.90
	돼지고기 등심 1kg	19.90
	우유 500ml	0.99
	식용유 1L	1.29
	생수 1L	0.93
	맥주 (하이네켄 355ml, 6팩) 하이네켄은 판매 안함 (Beck's)	3.99
	담배 1갑 (말보로 라이트)	4.70
	햄버거 (맥도날드 빅맥)	3.10
	김치찌개 1인분	14
의료비	의료보험료 (4인가족, 치과제외 Full Cover, 1년)	2,142
	병원진료비 (의료보험X, 몸살감기 내과초진)	61.20
	병원진료비 (의료보험O, 몸살감기 내과초진)	공보험:분기별10 사보험:무료
차량관련	중형승용차 (2000cc 신차, 오토, 에어컨포함 기본사양) BMW 520d	49,010
	무연휘발유 1L	1.34
	자동차 등록비 (등록비 + 자동차 번호판)	36.50
	자동차보험료 의무 (2000cc신차,운전경력10년,대인/대물커버,1년) 성, 나이, 주거형태, 차고 형태, 직업, 자동차 사용 목적, 재정형 편, 평균 운전 거리, 자동차 브랜드에 따라 보험료가 다르게 적용됨	1,200

교통비	도심 1시간 주차료	2.00
	지하철 기본요금 (1구간)	2.20
	시내버스 기본요금	2.20
	택시 기본요금	(평일) 5.80
통신	시내전화 요금 (3분) Deutsche Telekom, 월 기본요금 18.95유로 지불할 경우	0.48
	국제전화 요금 (3분, 한국으로 걸 때) Deutsche Telekom 사용 경우	2.40
	공급업체가 상당히 많으며 가장 저렴한 공급자를 사용할 경우 (3분, 한국으로 걸 때)	0.48
	휴대전화 요금 (월표준 1분) T-Mobile 경우, 월 Flatrate 7.95유로 지불할 경우, 분당 0.29 센트	
	인터넷 월사용료 (ADSL 기준) T-Online Call & Surf Comfort VDSL 25 기준 Flatrate (전화 및 인터넷사용)	44.95부터 시작
주택	아파트 월 임차료 (150sm, semi-furnished, 시내, 중상급)	2,100
교육	외국인학교 초등 1년 수업료 (중상급)	15,120
	외국인학교 중등 1년 수업료 (중상급)	17,600
	외국인학교 고등 1년 수업료 (중상급)	17,950
숙박	특급호텔(5성급) 1박 정상요금 (싱글)	220
	중급호텔(3성급) 1박 정상요금 (싱글)	72
임금/노무	대졸 초임 (중상급 대졸, 영어구사, 외국인회사 초임 월급여)	최저 2,916
	전공 및 업무 분야에 따라 큰 차이가 있음	최고 4,418
	생산직 초임 (학력무관 월급여 초임)	3,124
	매니저급 급여 (인사담당 5년 경력 과장급 월급여)	6,437
	주당 법정근무시간	40시간
	출산휴가일수	14주
	연간 국경일수 Hessen 주 경우 (각 주에 따라 차이가 있음)	10일
	주5일 근무 여부	Yes
기타	드라이크리닝 (정장 1벌 기준)	12.50

(자료원: 월급 관련 staufenbiel.de)

3. 바이어 발굴

가. 오프라인을 통한 바이어 발굴

1) 전시회 참가

해외전시회 참가는 바이어와 얼굴을 맞대고 상담을 진행할 수 있음은 물론 현지 시장 동향, 기술 동향 등을 함께 파악할 수 있는 가장 효과적인 바이어 발굴 방법 중의 하나이다.

해외 전시회 정보는 KOTRA 운영 한국전시포탈, 독일 전시협회(AUMA), 한국전시산업협회 등의 홈페이지를 통해 확인할 수 있다.

- 한국전시포탈: <http://www.gep.or.kr>
- 독일전시협회: <http://www.auma.de>
- 한국전시산업진흥회: <http://www.kei.or.kr>

2) 시장 개척단 참가

KOTRA, 지방자치단체 등에서 파견하는 해외 시장 개척단은 해외 시장 개척 경험이 없는 중소기업에게 해외 신규 거래선 발굴 기회를 제공해준다. KOTRA 해외 KBC 에서 사전에 관련 바이어를 접촉, 단체 상담 또는 방문 상담이 가능하도록 지원해줌으로 해외 시장 개척 능력이 취약한 중소기업에게 큰 도움이 되는 마케팅 방법이다.

신청 절차 등 자세한 해당 정보는 KOTRA 홈페이지 www.kotra.or.kr 의 초기 화면 상단에서 '시장 개척 사업' 메뉴의 '시장 개척단' 항목을 클릭하면 확인할 수 있다.

3) KOTRA 해외 조사 대행 이용

해외 조사 대행이란 KOTRA 의 해외 조직망을 통하여, 고객이 요청하는 유망 바이어 정보는 물론 관련 제품의 해외 시장 정보(수출입 통계, 유통 구조, 시장 동향 등)를 수집하여 제공하는 유료 서비스이다. 관련 서비스 이용 시에는 영문 카탈로그 마련하는 등 세심한 준비를 통해 KOTRA 의 서비스를 최대한 활용하려는 자세가 필요하다.

자세한 해당 정보는 KOTRA 홈페이지 www.kotra.or.kr 의 초기 화면 상단에서 '시장개척 사업' 메뉴의 '해외 시장 조사' 항목을 클릭하면 확인할 수 있다.

구분	프랑크푸르트 수수료	기간
바이어 기초정보 서비스	297,000원/항목당	3주
공급선 발굴조사		
시장동향조사	154,000원/항목당	3주
해외투자 사전조사		
단순해외현장확인정보서비스	무료서비스	3주

4) 수출 상품 전문 카탈로그 광고 게재

Korea Trade, Korea Trading Post, Buyers Guide 등 수출상품 전문 카탈로그에 자사 제품 광고를 게재하고 홍보하여 신규 거래선을 발굴할 수 있다.

- Korea Trade: KOTRA 발간 수출 상품 전문 카탈로그로 전세계 10 여 개 해외 KBC 를 통해 배포된다.
 - 홈페이지 http://www.kotra.or.kr/main/kor_trade/kor_trade.jsp
- Buyers Guide: 바이어스 가이드사 발간 수출 상품 전문 카탈로그이다.
 - 홈페이지 <http://www.buyersguide.co.kr/>

나. 온라인을 통한 바이어 발굴

1) 전문 검색 사이트 활용

Kompass 등 기업정보 제공 전문 웹사이트 및 CD 자료를 이용하거나 e-비즈니스 웹사이트를 이용하여 바이어를 검색할 수 있다.

- WLW: <http://www.wlw.com> 유럽 6 개국 40 만 여 개사 정보 검색 가능
- EuroPages: <http://www.europages.com>
- KOMPASS: <http://extranet.kompass.com>
- 독일 전화번호: <http://www.gelbeseiten.de>
- Firmenwissen: <http://www.firmenwissen.de>(유료 회원제)

2) 기업 신용 파악

해외 시장 개척 시 거래 상대방의 신용 상태를 파악하는 일에 결코 소홀함이 있어서는 안 된다. 그리고 기업의 신용 상황은 늘 가변적이므로 신용 정보 제공 기관에서 제공하는 특정 기업에 대한 신용 정보는 참고 자료로 활용하되 정보 활용에 대한 최종 책임은 스스로 진다는 자세로 접근하는 것이 중요하다. 대표적인 기업 신용 정보 제공 기관은 다음과 같다.

- 크레디트레폼(Kreditreform): <http://www.kreditreform.de>
- Dun & Bradstreet: <http://dbgermany.dnb.com/English>

3) 사례로 본 기업 정보 검색 방법 및 순서

기업 정보 데이터 베이스가 독일어로 되어 있지만 인터넷 사전(독일어-영어)을 이용하면 큰 어려움 없이 정보를 검색할 수 있다. 한국과 거래하고 있는 기업 정보를 검색할 경우에는 Südkorea(독일어로 한국을 의미)라고 띄어 쓰지 않고 입력해야 한다. 참고로 함부르크 소재의 기업 검색 방법을 하기와 같이 안내한다.

- 함부르크 상공회의소 홈페이지 <http://www.hk24.de> 를 접속한다.
- 초기 화면의 왼쪽아래쪽에 위치하고 있는 Hamburger Unternehmen (함부르크 기업 정보 데이터 베이스) 클릭 한다.
- Unternehmensdatenbank Norddeutschland 를 클릭한다.
- 검색 방법은 다음과 같이 다양하다
 - 검색창으로 이동(Zur Suchmaske)을 선택 후 검색창에 회사 명이나 상품 명을 입력한 후에 Suche starten (찾기 시작)을 클릭한다.
 - Detailsuche(확장 검색)를 선택 후 기업 형태, 산업 분야 등의 코드 입력 후 Suche starten (찾기시작)을 클릭한다.
 - Laendernummer (국가 명으로 찾기 위한 국가 번호) 선택 후, Asien 을 선택한 후, Republik Korea 를 선택한다. 위의 창에 728 (한국 국가번호)이 뜨면, Übernehmen 을 선택한다.
 - Schlagwort (검색어) 를 입력하고 Suche starten(찾기 시작)을 클릭한다.
 - 독일어-영어 사전 사이트 주소는 www.leo.org 이며, 접속하여 Deutsch - Englisches Wörterbuch 를 클릭하면 된다.

4) 전시회 사이트 방문

독일 전시회 참가 업체 목록을 해당 전시회 홈페이지에서 검색할 수 있다. 전시회 참가업체를 대상으로 자사 제품을 홍보하거나 자사 제품 관련 수입 업체 소개를 부탁하는 것 또한 해당 분야에 접근하는 효과적인 방법이다.

- <http://www.auma.de>(독일 전시 협회 사이트)
- <http://www.fkm.de>(각종 전시회 통계 정보 제공)

5) 독일 이트레이드 센터(e-trade-center) 활용

KOTRA 에서 운영하는 Buykorea 와 같이 독일에도 수출입 업체를 위한 이트레이드 센터가 있다. 홈페이지는 www.e-trade-center.com 이다. 이트레이드 센터에서는 독일 기업 정보, 전시 정보는 물론 투자 정보를 제공하고 있다.

이트레이드 센터에서는 관심 독일 기업과 외국 기업들이 무료로 자사 제품과 서비스를 홍보하거나, 잠재 고객을 직접 접촉할 수 있는 장을 제공하는 것은 물론 12 개 협력 기관 데이터베이스를 통합해서 검색할 수 있는 서비스를 제공한다.

이트레이드 센터는 2001 년 독일 상공회의소, 독일 상공회의소 연합, 외국 독일 상공회의소의 통합 데이터 베이스로 구축되었으며 현재는 12 개 관련 데이터 베이스 통합 검색이 가능하다.

인콰이어리가 협력 기관 어느 데이터 베이스에 등록이 되더라도 e-trade-center 에서 열람, 검색이 가능하기 때문에 e-trade-center 만 방문하면 된다. e-trade-center 웹사이트 화면은 검색, 인콰이어리 등록, 마켓 플레이스, 협력 데이터베이스, 홈페이지 소개 등으로 구성돼 있는데 인콰이어리 등록 방법은 다음과 같다.

- 웹사이트 접속(www.e-trade-center.com)
- 화면 상단 E-TRADE-CENTER-ENTRY 를 클릭한다.
- 등록종류는 Premium 과 Standard 로 나뉘어진다. Premium 서비스는 유료이며, Standard 서비스는 무료 서비스이다. 어떤 서비스를 이용할 것인지는 각 서비스의 Hints 에 들어가 읽어본 후 결정한다.
- 서비스 종류를 결정한 후, Form 에 들어가 신청서를 완성한 후 forward 키로 등록을 완료한다.
- 만약 궁금한 점이 있다면, Hints 화면 하단의 For the questionnaire please click here! 를 클릭한 후 궁금한 점을 입력한 후 forward 한다.

다. 기타 방법

1) 특별 행사 참가

- KOTRA 지원 행사: 보수적인 현지 시장의 특성 상 온라인적인 방법으로 바이어를 찾는 것은 쉬운 일이 아니다. 또한 타 지역과는 달리 조사 대행 등을 통한 바이어 발굴도 시간과 노력이 많이 소모된다. 프랑크푸르트 KBC 의 경우 GM OPEL 상담회 등 특별 상담회를 개최하기도 하고 유럽 지역 KBC 가 합동으로 상담회를 개최하기도 한다. KOTRA 주최 행사인 만큼 저렴한 비용으로 참가가 가능하다.

- 타기관 지원 행사: 유럽 한국 경제인 협회 등에서도 한국 상품전 등 다양한 행사를 수행하고 있다.

2) 현지 에이전트

- 독일에는 교포 및 유학생이 많아 한국 기업의 영업을 대신해 주는 에이전트들도 일찍이 자리잡아 왔다. 다만 에이전트의 능력이나 성실성 등에 대해서는 세심한 사전 고려가 필요하다.

자료: KBC 자체 정보

4. 상관습 및 거래시 유의사항

가. 일반 유의 사항

- 독일 바이어와의 약속은 반드시 최소 4 주에서 2 개월 전에 서면으로 해야 한다. 최근에는 이메일이나 팩스로도 상담 시간을 잡기도 하나, 메일의 경우는 스팸으로 처리되거나 못 받는 경우가 있으니 반드시 전화로 수신 여부를 확인하는 것이 필요하다.
- 독일에서는 비즈니스 미팅뿐만 아니라 사적인 약속도 시간을 정확하게 지키는 것이 기본이다. 중소기업 이상의 규모인 회사인 경우 대체로 안내 데스크에 등록을 해야 담당자와의 미팅이 가능하기 때문에, 약속 시간 15 분전 미리 도착하는 것이 좋다. 소규모의 업체일 경우에는 약속 시간보다 몇 분 전에 도착해서 밖에서 잠시 기다렸다가 정시에 들어가는 것이 좋다.
- 공식적인 만남에서 일반적으로 인사는 남녀를 불문하고 악수(손을 잠시 잡고 순간 몇 초 꺾 누른다)를 한다. 악수를 할 때 시선은 땅바닥에 두지 않고, 상대방 눈동자를 쳐다본다. 독일에서는 호칭 시 친구 사이가 아닐 경우 결코 이름을 불러서는 안 된다. 독일 바이어의 성 앞에 Herr 또는 Frau(Mr./Ms.)를 붙이는 것이 예의이며, 직함이 있는 경우에는 Herr/Frau 뒤에 직함을 꼭 넣어주도록 한다. 예를 들면, Herr/Frau Dr. Meier. 또는 Herr/Frau Prof. Dr. Meier.
- 공식적인 미팅에서 양복에 타이 정장 복장은 특히 초면이나 계약 작성 시에 필요하다. 안면이 있는 사이인 경우에는 편안한 평상복 차림도 상관없으며, 공장 방문 일정이 있거나 전문 사무직이 아닌 공장 관련 실무에 투입되는 사람들과 상담을 하는 경우에는 완벽한 정장차림 보다는 노타이 등 세미 정장이 더 적합하다.
- 피해야 할 대화 주제
 - 독일은 역사적으로 세계 대전을 두 번이나 경험한 나라로 독일 바이어와 미팅 시 “나치”나 “히틀러” 시대에 대한 언급은 피하는 것이 좋다. 바이어와의 친분이 쌓여 자연스럽게 역사와 관련된 대화를 나누게 되더라도 “히틀러” 또는 “유대인 학살(Holocaust)” 관련 농담이나 찬사는 금물이다. 문화적으로는 개인 프라이버시를 침해하는 질문은 금물이다. 독일인들은 철저히 공적인 생활과 사적인 생활을 구분하고 있으므로, 진지한 분위기의 비즈니스 상담 시 개인적인 질문이나 농담은 하지 않도록 한다.

나. 독일의 비즈니스 특징

- 독일 바이어의 특징
 - 독일 업체들은 거래선을 쉽게 바꾸지 않고, 한번 신뢰가 형성된 업체와 지속적인 거래관계를 유지하려고 하기 때문에 신규 거래선 발굴이 어려우나 일단 거래가 트이면 장기적으로 거래가 지속 가능하다는 점을 들 수 있다. 독일 업체의 보수적인 성향의 또 다른 특징은 거의 모든 거래를 문서 위주로 진행된다는 점이다. 손해를 보지 않으려는 독일인들은 특히 가격 대비 품질에 대한 인식이 확실하여 가능하면 낮은 가격의 좋은 제품을 찾는 경향이 매우 강하다. 디자인, 포장 등 비가격 요인 또한 중요시하지만, 독일 시장을 공략하기 위해서는 상품의 높은 질과 함께 저렴한 가격 제시가 가장 중요하다. 독일인들은 엄격한 계획성과 합리적 사고 방식이 생활 습관으로 배어 있어 충동 구매의 가능성이 매우 낮아, 첫 구매 상담 시 바로 계약이 성사되기 힘들다.
- 첫 대면에 자연스러운 이야기 주제
 - 독일 바이어와의 첫 대면에서 Small Talk 는 간단히 마치고, 본론으로 빨리 들어가는 것이 중요하다. 독일인들은 Small Talk 를 통한 친근감보다 전문가적 능력을 더 중요시하기 때문이다.
- 바이어 상담 시 배려사항
 - 독일인들은 구매 상담 시 사전에 상대 업체의 기본 정보 및 상품에 관해 정확하게 파악하고 있으나, 한국 업체 측에서는 회사 및 상품 소개 같은 간단한 정보부터도 제대로 챙기지 못하는 경우가 있다. 독일인들은 철저히 객관적인 자료 및 정보 위주로 판단하기 때문에 장황하게 미사여구를 붙여 상품을 홍보하기 보다는 제품에 관한 상세정보가 포함되어있는 자료를 작성하는 것이 중요하다.
 - 한국과 독일의 제품정보에 관한 인식이 다르기 때문에, 정확한 정보를 제공하기 위해서는 바이어가 어떤 정보를 원하는지 구체적으로 조사를 하는 것이 요구된다. 또한 관련제품 판매업체들의 웹사이트를 방문하여 어떤 방식으로 정보가 구성되어있는지 미리 공부하는 것도 도움이 된다.

다. 계약 체결 시 유의할 점

- 계약 내용을 꼼꼼히 점검하고 계약서를 잘 보관해야 함.
 - 대금 결제 방법 및 환율 변동에 대비해야 한다. 예를 들어, 수출 대금 결제 조건이 DDP(Delivery Duty Paid)인 경우 수출자는 수입자가 지정하는 장소까지 인도 의무가 있다. 따라서 수출자가 관세, 현지 운송비, 통관 수수료 등을 부담하게 된다. 하지만 부가세(2006 년 5 월 기준 16%, 2007 년부터 19%로 인상)는 수입자가 선납 후 환급 받을 수 있으므로 수출 계약서(Sales agreement)상에 부가세는 하주(consignee)가 부담하는 것으로 명확히 기재하는 것이 분쟁 예방을 위해 좋다. 수출보험공사 <http://www.keic.or.kr> 에서 운영하는 '환 변동 보험 제도' 등을 잘 활용, 급격한 환율 변동 으로부터 올 수 있는 결제 위험에 적절히 대비하는 것이 좋다.
- 분쟁 발생을 대비해 중재 조항을 삽입하는 것이 중요
 - 중재지는 협상력의 우위에 따라 수입자는 대부분 자국 중재지를 선호하나 제 3 국으로 중재지를 지정할 수 도 있다. 중재 관련 자세한 내용은 대한상사주재원 홈페이지를 방문, 자료를 입수할 수 있다.

- 대한상사중재원 추천 중재 조항 조문, Arbitration (중재지를 서울로 한 경우)
- All disputes, controversies, or differences which may arise between the parties, out of or in relation to or in connection with this contract or for the breach thereof, shall be finally settled by arbitration in Seoul, Korea in accordance with the Arbitration Rules of The Korean Commercial Arbitration Board. The award rendered by the arbitrator(s) shall be final and binding upon both parties concerned.

자료: Business Etikette in Deutschland, 대한상사중재원, KBC 자체 조사

5. 무역, 투자진출시 애로사항

가. 독일 진출 시 애로사항

대부분의 한국 기업들이 유럽 법인을 독일에, 그 중에서도 프랑크푸르트에 두고있다. 이는 생활 환경이 타국에 비해 우수하고 기타 업무 환경도 타 유럽 국가에 비해 뛰어나기 때문이다. 그럼에도 불구하고 국제 교류이다 보니 한국인들이 독일로 수출하거나 투자 진출 시 어려움을 토로할 경우가 종종 생기고 있으며, 그 중 한국인들이 특히 느끼는 애로사항은 아래와 같다.

□ 한국 기업 애로 사항

- 가장 많이 언급되는 것이 언어상의 문제이다. 예컨대, 독일어나 독일 물정에 밝지 못하다 보니 여러 기관이나 컨설팅 업체의 조언을 받아야 하는 경우가 많은데, 이러한 서비스의 경우 비용 부담이 발생하게 된다. 또한 부당하게 청구되는 비용이 사후 파악되는 경우도 언어적인 문제의 한 예에 해당된다.
- 독일의 근로자 중심의 노동법 또한 어려운 점으로 지적되었다. 예컨대, 독일에서는 직원을 채용하고 나면 이유를 불문하고 해고하는 것이 매우 어려우며, 직원에게 4대 보험 등 챙겨야 할 복지 혜택이 많다. 아울러 독일에서는 병가 기간이 한정되어 있지 않으므로 직원의 발병 시, 이로 인해 근무를 하지 못하더라도 병가 기간 동안 고용자 측에서 임금을 지불해야 한다. 한국과는 달리 독일 근로자는 25~30일의 긴 휴가기간을 모두 사용하는 경우가 대부분이라, 고용주의 입장에서는 이러한 복지 제도를 악용하여 병가 및 휴가가 남발되는 경우 난감하다고 한다.
- 한국으로의 송금 시 금융 서비스가 아직 제대로 확립되지 않은 점도 문제로 꼽혔다. 체계적 송금 시스템을 확보하지 못한 중소기업의 경우, 독일과 한국 본사 간의 대금 전달에 비용 부담이 있다고 한다. 독일에 여러 한국의 은행 지점들이 진출해 있으나, 이들의 서비스가 중소기업의 필요를 충족시켜주지 못하는 상황이라 독일 업체에서 한국으로 대금 송부 시 비싼 수수료를 지불해야 하는 것이 불편한 점으로 꼽혔다.
- 독일은 현재 EU 가입국으로 EU에서 결정한 각종 규제들이 독일에서도 유효하다. 그러나 이러한 규제의 발효 시기 및 시행 방법 대비해서 준비해야 하는 사항들이 국 별로 다르거나 통일성이 없는 경우가 있어 독일에 관한 사항은 따로 확인해서 준비해야 하는 점도 번거로운 점으로 꼽혔다.

나. 구체적 무역 장벽 사례

□ 해당 분야: CE 인증, TUEV 인증

- 비관세 장벽의 내용
 - 독일은 수입품에 대해 강제적으로 취득해야 하는 인증 제도는 없음. 다만 유럽연합 지침의 안전 규정(EU Directives) CE 마크 획득이 의무인 품목이 있으며, 동 검사 및 시험은 독일 내 공인 시험 기관에서 시행할 수 있음.
 - EU 지침의 안전 규정에 따라 독일 내에서도 소비자 용품 안전법(Geraetssicherheitsgesetz: GSG) 충족 기준이 있어, 동 안전 기준을 충족시킨 품목에 따라 TUEV 인증 및 GS 마크를 받을 수 있음.
 - 복잡한 기기일수록 인증 시간이 장기간 걸리고 비용이 증가하여 중소기업들의 관련 제품 수출에 애로사항 발생. 특히 전자기기, 안전 관련 장치 관련 수출업체가 피해를 가장 많이 보고 있음.

□ 해당 분야: 연락 사무소 파견직원 비자 연장

- 비관세 장벽의 내용
 - 현지 시장 파악 및 고객 확보를 목표로 일차적으로 연락사무소를 설립하게 되며, 시장 동향을 파악 후 법인 전환을 하게 됨. 법인 전환이 가능한 기반이 갖추어지는 데는 통상 4-5년이 소요된다고 함.
 - 현재 일부 주정부에서는 연락사무소 파견 직원에 대하여 통상 1번 연장 포함하여 최대 3년까지만 비자를 발급해 주고 있으며, 3년이 넘을 경우 법인 전환을 '강요'하는 실정임.

□ 해당 분야: 환경 규제 REACH

- 장벽의 내용
 - 화학 물질의 양과 위해성에 따라 등록, 평가, 신고, 허가, 제한하는 EU의 '新 화학물질 관리제도'로 EU에서 연간 1톤 이상 제조 또는 수입되는 화학 물질은 반드시 등록해야 한다.
 - 본등록 기간까지 유예를 받을 수 있는 사전 등록의 경우 2008년 12월 1일까지로 이미 그 신청 기간이 지났기 때문에, 사전에 REACH 제도에 대해 잘 몰라 대비를 못한 업체들에게는 큰 무역 규제로 작용할 수 있다.

자료: KBC 자체 조사

6. 진출 성공, 실패 사례

가. 한국기업 진출 성공 사례

□ 서울반도체 Seoul Semiconductor Europe GmbH

- 회사개요
 - 소재지: 프랑크푸르트
 - 투자 형태: 법인, 유한회사

- 진출 시기: 2008년 (Oberasbach 소재 유럽지점은 2003년도에 설립)
- 업종: 발광반도체(LED)
- 종업원: 본사 직원 3명, 현지 직원 3명

○ 진출 과정

- 서울반도체(주)의 경우 2000년도 초기에 KOTRA 지사화 업체로 처음 독일 및 유럽에 진출하는 계기를 삼았다. 지사화 사업 종료 후 2003년도에 뉘른베르크 인근 Oberas - bach시에 지점을 설립하였으며, 2008년도에는 프랑크푸르트에 법인을 세우게 되었다.

○ 현지법인 성과와 요인

- 서울반도체의 경우 국내 LED 업체로는 일찍 해외 시장에 눈을 돌리기 시작했으며, Osram, Phillips 등 굴지의 LED 취급 조명업체와 OEM 납품 등 여러 방법으로 협력하여 유럽 시장에 성공적으로 입지를 다지고 있다.
- LED의 경우 자동차 라이트, 가로등, 일반 조명, 전구 등 사용범위가 무한하지만 LED 부품 또는 그 기술 자체로는 판로를 개척하기가 힘들므로, 서울반도체와 같이 LED가 사용되는 큰 기업들과 손잡고 제품을 시장에 선보이는 점이 고객의 품질 신뢰면에서도 높이 평가 받고 있다.
- 아울러 LED의 경우 경기를 타지 않는 제품이라고 하며, 금융위기로 인한 경기 침체 속에서도 매출이 매년 2배 이상씩 늘어나는 등 성공적으로 어려운 시기를 극복하였다.

□ 오스텍 Germany GmbH

○ 회사개요

- 소재지: 에쉬보른(Eschborn)
- 투자 형태: 법인, 유한회사
- 진출 시기: 2006년 12월
- 업종: 치과용 의료 재료
- 매출 규모: 2007년 기준 120만 달러
- 종업원: 본사 직원 3명, 현지 직원 8명

○ 경영 패턴

- 의료기기 제품의 독일내 유통 시 중간 딜러를 운영하지 않고 현지 치과를 직접 방문 하여 밀착 영업을 하고 있다. 특히 타 회사와 차별화되는 점은 판매와 관련하여 일반 독일 임플란트 회사에서는 임플란트 제품만 판매하는 데 비해 오스텍에서는 의료기기 (주 제품인 임플란트)와 그 외 엑스레이, 소독기, 임플란트 도구 등 현지 회사의 관련 의료기기를 접목시켜 패키지로 판매하는 방식을 채택한 점으로 꼽힌다.

○ 현지법인 성과와 요인

- 회사 내 채용한 영업 직원들에게 한국식 영업 관리를 강조하여 언제든지 고객 불만 시 신속하게 해결하고 고객이 원하는 바를 신속히 해결하는 방식으로 고객의 신임을 얻고 있다고 한다.
- 아울러 PDP 나 LCD 등과 같은 한국 주요 진출 기업의 제품은 금액은 크나 사실 마진이 적은 반면, 임플란트 기술은 수입 가격에서 200~300% 선에서 판매가 되므로 개당 마진이 높은 편이다.

나. 한국기업 진출 실패 사례

□ 한솔 LCD 구주 본부

- 회사개요
 - 소재지: 프랑크푸르트
 - 투자 형태: 법인
 - 진출 연도: 1998
 - 업종(품목): 무역업 (모니터, 디스플레이)
 - 종업원 수: 본사 직원 2명, 현지 직원 5명
- 투자 진출 경과
 - 한솔 LCD 구주 본부는 1998년도에 프랑크푸르트에 구주 본부 판매 법인을 설립하여 소규모 형태로 운영해왔으나, 2005년도에 법인을 폐쇄하였다.
- 철수 원인 및 시사점
 - LCD 제조 및 판매 과정에서 중국 및 대만 제품의 치열한 가격 경쟁에 밀려 결국에는 매출 부진으로 철수하였다.

□ 삼성 SDI

- 회사개요
 - 소재지: 베를린
 - 투자 형태: 법인
 - 진출 시기: 1992
 - 업종(품목): 제조(브라운관)
 - 종업원 수: 본사 직원 13명, 현지 직원 880명
- 투자 진출 경과
 - 삼성 SDI 베를린 공장은 1993년에 파산 상태에 놓여있던 구동독 기업인 WF를 거의 무상으로 인수하여 설립되었으며, 진출 시 베를린 시와 유럽 연합으로부터 최소 5년간 공장 유지 조건으로 1999년 말까지 약 3,000만 유로에 해당하는 국가 보조금을 받고 운영해 왔다. 그러나 삼성 SDI 독일 법인은 2005년 12월 31일자로 베를린 소재 공장을 폐쇄하고 헝가리로 공장을 이전시키기로 결정했다. 현재 베를린에서의 생산 업무는 중단되었으나, 독일 법인의 영업 업무와 연구소는 계속 유지되고 있다.
- 철수 원인 및 시사점
 - 철수 원인은 유럽 내 기존 브라운관의 수요 감소와 중국, 인도 등 저임금 경쟁국의 생산품과의 경쟁으로 인한 가격 인하 등 생산 경쟁력 상실 등으로 분석된다.
 - 베를린 시, 정부 및 노조측에서는 기존 브라운관의 수요 감소는 이전부터 충분히 예견되어, 새로운 시장 창출, 새로운 전략 품목 개발 및 투자가 이루어져야 함을 누차 지적해왔다고 한다. 그러나 삼성 측이 베를린 시의 보조금을 받고도 채산성 있는 품목에 투자하는 노력을 보이지 않고, 공장 최소 5년 유지 기간이 만료되자마자 동유럽으로 공장 이전을 해버려, 직장을 잃은 700명 가량의 현지 직원들 외에도 베를린 시, 정부 및 금속 노조의 비난을 받고 있다.

다. 외국 기업의 진출 성공, 실패사례

□ 모토로라 - 성공사례

- 회사개요
 - 소재지: 베를린, Flensburg, Taunusstein, 뮌헨(Munich), Bad Salzdetfurth
 - 투자 형태: 법인
 - 진출 연도: 1986 년(Taunusstein)
 - 업종(품목): 정보 통신(휴대폰 등 통신기기)
 - 종업원 수: 약 2,500 명
- 투자 진출 경과
 - 1986 년 최초 진출 이후 2000년 베를린에 진출 하였음.
 - 각 지역별로 특화된 기능을 가지고 있으며 이를 잘 통합하여 독일 시장에서 성공적인 성과를 보이고 있음
- 성과 요인
 - 지역별로 특화된 기능을 가지고 이를 잘 통합하여 시너지 효과를 창출
 - 베를린: 모토로라의 디지털 통신 시스템(TETRA)의 개발
 - 타우누스슈타인(Taunusstein): 물류 센터 소재. 유럽 및 중동 아프리카 지역의 물류 및 서비스를 총괄
 - 독일뿐 아니라 유럽 전체 시장을 감안한 글로벌 전략 추진

□ 월마트 - 실패사례

- 회사개요
 - 투자 형태: 법인
 - 진출 연도: 1998 년
 - 업종(품목): 유통
- 투자 진출 경과
 - 진출 이래 현지 유통업체를 인수하여 매장을 늘려 왔음. 2005년도에 약 20억 유로의 매출을 기록
 - 2006년 더 이상의 손실을 감안하기 힘들다고 판단 Metro에 매장을 판매 및 임대하고 철수
- 철수 원인 및 시사점
 - 노조와의 마찰: 미국식 경영의 도입을 강요함으로써 노조와 마찰을 일으킴.
 - 독일 소비자의 현지 브랜드 선호: 보수적인 독일 소비자의 경향을 바꾸지 못함
 - 현지 트렌드에 적응하지 못함: 독일 소비자들이 대형 할인점 보다 전문 소매점을 선호, 또한 독신자의 증가 등으로 인해 원거리에 있는 대형 할인점에 대한 선호도가 감소.

(자료: German Trade and Invest 자료 및 KBC 자체 조사)

7. 이주정책 가이드

가. 거주 등록

1) 거주 신고: Anmeldung

주거지가 정해지면 주재원 및 가족은 관할 외국인 관청에 소정 양식에 따라 거주지 신고를 해야 한다. 이 거주 신고서에는 성명, 생년월일, 국적, 본적, 가족 관계(기혼 여부), 종교 관계, 취업 여부 등 전반적인 인적 사항을 기록하게 된다. 이 신고서는 각 1부가 외국인 관서, 노동부 등 상급 관청에 송부되며, 독일 생활 중 이 기록에 의하여 모든 권리 및 의무 행사를 하게 됨으로 기록에 신중을 요한다.

특히 종교란에 종교(기독교, 가톨릭)가 있는 것으로 기입하면 소득의 2% 정도를 종교세로 납부하게 된다.

거주 신고 담당 청은 거주 관할지역의 관청에서 담당하며, 프랑크푸르트의 경우 아래의 관할 청에서 관련 업무를 담당한다.

Bürgeramt (중앙 동사무소)	○ 주소: Zeil 3, 60313 Frankfurt am Main ○ Tel: 069 / 212-306-00 ○ Fax: 069 / 212-308-98 ○ E-Mail-Adresse: buergeramt.zentrale@stadt-frankfurt.de ○ 집무시간 (Öffnungszeiten) - 월, 목: 09:00 – 18:00 - 화, 수: 07:30 – 13:30 - 금: 07:30 – 13:00
Agentur für Arbeit Frankfurt a.M. (노동청)	○ 주소: Kundenzentrum Ost ○ Fischerfeldstr. 10-12, 60311 Frankfurt ○ Tel: - 01801 / 555-111(고용인- Arbeitnehmer) - 01801 / 664-466(고용주-Arbeitgeber) ○ Fax: 069 / 217-124-30 ○ E-Mail-Adresse: Frankfurt-Main@arbeitsagentur.de ○ 집무시간 Öffnungszeiten - 월, 화, 목: 08:00~16:00 - 수, 금: 08:00~12:30
Finanzamt Frankfurt (세무서)	○ 주소: Gutleutstraße 124, 60327 Frankfurt ○ Tel: 069 2545-01/ Fax: 069 2545-1999 ○ 우체국 사서함 주소(Postanschrift) Postfach 110861, 60305 Frankfurt ○ E-Mail-Adresse: Poststelle@FA-FF1.Hessen.de ○ 집무시간 Öffnungszeiten - 월~수: 08:00~15:30 - 목: 13:30~18:00 - 금: 08:00~12:00 Uhr

2) 체류 허가 및 노동 허가: Aufenthaltserlaubnis & Arbeitsgenehmigung

3 개월 이내 체류인 경우 별도 비자 등이 필요하지 않으나 3개월 이상 체류할 경우에는 비자가 필요하다. 따라서 비자 발급은 한국 소재 주한독일 대사관에서 비자를 사전

취득하는 경우와 독일 현지의 외국인 관청에서 발급을 받는 두 가지 방법이 있다. 우리나라의 경우 주재원의 경우 후자의 방법을 주로 이용하고 있다.

외국인청(Auslaenderamt)은 지상사원 소속 기업 소재지를 관할하는 노동청 (Arbeitsamt)에 노동 허가 발급을 의뢰, 동 노동청으로부터 노동 허가가 발급되면, 동 노동 허가 기간에 상응하는 체류 비자를 발급한다. 체류 비자는 통상 2개월 이내에 발급되나 간혹 동 기간 중 발급이 지연되어 임시 비자가 필요할 경우도 있다. 비자 신청서(Antrag auf Erteilung einer Aufenthaltserlaubnis)는 27개 항목으로 체재 예정 기간, 체류지, 종사 업무 내용, 수입원 등을 기입하도록 되어 있다. 그러나 지역별로 요구하는 서류가 다른 경우가 있으므로 사전에 확인이 필요하다.

노동청에서는 노동허가 신청 시 계약기간이 말소될 때까지 노동 허가를 발급하며, 이후 갱신 신청 시 2년 또는 3년 기간의 노동 허가를 발급한다. 또한 독일에서 5년 이상 정상적으로 취업 활동을 한 경우 영주권 신청 자격이 부여된다.

일부 제도를 잘못 이해한 사람의 경우 독일에서 3개월 거주 후 타 유럽 국가로 출국하였다가 입국하면 3개월을 다시 거주할 수 있다고 생각하는 사람도 있다. 그러나 쎅겐 협정에 의해 이러한 방법은 더 이상 유효하지 않을 뿐 아니라 협정이 체결되지 않은 동유럽 국가로 출국하더라도 불가능한 방법이다. 여행자 비자(정확히는 무 비자)로 3개월을 더 체류하기 위해서는 한국으로 출국하여 3개월 이상 거주 후 다시 독일로 입국하여야만 한다.

3) 세금카드: Lohnsteuerkarte

독일에서 취업하는 모든 직장인은 거주지 관할 시청으로부터 세금 카드를 발급받게 되며 이 세금 카드에 의하여 회사는 매월 직원의 소득세를 해당 세무서에 납부하게 된다. 관할 시청은 매 연말경에 익년도 세금 카드를 집주소로 우송해 주는데 행정적인 사유로 송달이 되지 않은 경우도 종종 있으며 이때에는 Einwohnermeldeamt (=Bürgeramt 동사무소)나 Finanzamt(세무서)에 가서 즉시 발급을 받을 수 있다.

나. 거주지

1) 선호 지역

독일인들은 산이나 강과 인접하여 경치가 좋고, 수돗물에 석회석이 많지 않은 지역 또는 우수한 학군을 가지고 있는 지역을 선호하고 있으나, 교포들이나 주재원들은 독일인들과 달리 우수한 학군, 인터내셔널 스쿨 인근 지역을 거주지 선택의 최우선 순위로 생각한다. 이와 같은 사유로 한인들은 인터내셔널 스쿨 인근 지역, 우수한 김나지움(고등학교) 인근 지역에 대다수 주택을 구입, 임차하고 있다. 또한 독일인들이 단독 주택을 선호하는 반면 한국인들은 아파트 또는 Reihen 하우스(유사한 형태의 집이 일렬로 배열된 주거 구조) 등을 선호한다.

베를린, 뮌헨, 함부르크 등의 대부분의 경우 도시 내에 거주지를 구하는 경우가 많으나, 한국 주재원 및 교민이 많이 살고 있는 프랑크푸르트의 경우 대부분 시내보다는 주변 환경이 좋고 입주가 용이한 인근 위성 도시(Oberursel, Bad Homburg, Kronberg, Schwalbach, Bad Soden, Koenigstein 등)에 거주하고 있다. 특히 인터내셔널 스쿨 인근 지역에는 많은 한인들이 거주하고 있으며 임차료 또한 높은 편이다.

2) 주택 확보 방법

집을 구하기 위해서는 주거하고자 하는 지역에 소재한 부동산 중개 업자를 통하여 매매 또는 임대 주택을 물색하는 것이 일반적인 방법이다. 특히, 한인이 많이 거주하는 프랑크푸르트, 베를린 등의 독일 대도시에는 한인이 운영하는 부동산 중개업소가 다수 존재하고 있어 독일어로 인한 의사 소통의 문제를 쉽게 해결할 수 있고, 한인들이 선호하는 주택을 쉽게 물색할 수 있다.

또한, 부동산 중개업자를 통하지 않고 매주 두 번 정도 게재되는 지역 신문의 주택 매물 광고를 보고 직접 집주인이나 관리인에게 전화를 해서 본인이 원하는 주택을 구할 수도 있다. 최근에는 인터넷 주거 관련 중개 사이트에서 직접 자신이 원하는 유형의 주택을 찾아 집을 구하는 방법도 있는데, 이 사이트에서는 임대인과의 직거래도 가능하지만 대체로 일반 부동산 중개업자들이 올린 광고가 대부분이며 도시별 주택 임대 관련 정보를 얻을 수 있다.

대표 사이트: <http://www.immobiliien24.de> <http://www.kalaydo.de/iad>

부동산 중개업자를 통하여 집을 구하게 되는 경우에는 일반적으로 2~3개월 분의 월세 (부가 비용 제외)와 19% 부가가치세를 포함한 임대료의 2.38배에 해당하는 중개 수수료를 지불해야 하므로 임대인에게 부담이 될 수 있으나 직거래보다 좋은 환경의 집을 구할 수 있다는 장점이 있다.

3) 임대료 및 수수료

독일 내 주택 임차료는 위치, 노후 정도, 가구가 있는지의 여부 등에 따라 상이한데 대도시 인근의 경우에는 보통 1s/m당 15~20유로 수준을 보이고 있다. 4인 가족 기준으로 방 4개 정도(거실 및 침실 3)가 필요한데 면적은 대략 110~120m²정도고, 월 임차료는 관리비의 일부가 포함되는 계약(Warmmiete)을 체결하면 1,600~2,300유로 수준이다.

임대료는 매월 임차인 은행 계좌에서 임대인 은행 계좌로 자동 이체(Dauerauftrag)로 처리하는 것을 계약서에 명기하는 것이 일반적이다.

또한, 임대 주택 입주 시에는 보통 월 임차료(기본 임차료로 난방비 및 전기세 제외) 3개월 분의 보증금을 현금, Gesetzliche Mietkaution이라 명기된 예금 통장에 입금한다. 일반적으로 이 보증금은 양자의 합의에 의해서 인출이 가능하며 어느 일방의 요구로 중도 인출할 수 없다. 보증금은 임차 해약 또는 계약 만료 시 돌려 받을 수 있으나, 통상 주인은 임대 기간 중 임차인이 주택 또는 가구 등에 입힌 손상에 대한 수리 또는 보상으로 손상에 상응하는 금액을 공제한 후 나머지 금액만을 돌려준다. 한국의 복비에 해당하는 수수료의 경우 보통 관리비를 제외한 순수 임차료 2달치를 지불한다.

4) 임대차 계약

2001년 9월부터 독일 주택 임대차 계약법에 따라, 임대차 계약서에 임차 기간을 명시하지 못하도록 하고 있다. 단, 계약을 해지하려고 할 때에는 해지 통고일로부터 3개월의 여유 기간을 주어야 하므로 귀임 시기가 되면, 이 계약 해지 기간을 유의하여 불이익을 당하는 일이 없도록 하여야 한다.

5) 유의 사항

집을 잘못 관리함으로 인해 타인에게 피해를 줄 경우 이에 대한 배상 책임은 거주자에게 있다. 눈이 내린 다음 날 집 앞 도로의 눈을 치우지 않아 사고가 났다든지 정원을 관리하지 않아 주변 경관을 해치고 있다든지 할 경우 이웃의 항의 편지 또는 행정 관청의 제재를 받을 수도 있다.

독일의 경우 임차 계약 종료 시 임차인에게 원상 복구의 의무가 있다. 한국과 달리 아주 세세한 부분까지 원상 복구를 요구하는 경우가 많기 때문에 입주 시 가구 상태, 주택 상태를 주인과 면밀히 검사 후 서로 확인하도록 하며, 필요 시 사진을 찍어두는 것도 좋은 방법이다. 세입자 공제 단체인 Deutscher Mieterbund e.V. 에 가입해 두면 세입자의 권익 신장에 용이하다.

다. 교육

1) 교육 체계

독일의 교육 과정은 만 6세에 입학하는 초등학교(Grundschule)를 시작으로 중등 교육 과정인 Gymnasium까지 13년간이며, 일조의 졸업 시험이자 동시에 종합대학(Universitaet) 입학 자격 시험인 Abitur를 치르고 졸업을 하게 된다.

인문계 교육 과정이라고 할 수 있는 Gymnasium외에 아이의 학업 능력과 희망에 따라 교사의 추천으로 진학하게 되는 중등 교육 과정에 속하는 실업학교(Realschule)와 직업학교(Hauptschule)가 있는데, 실업 학교는 10학년, 직업 학교는 9학년까지로 졸업 후 일정 기간의 실제 직업 교육(Ausbildung)을 마친 후 사회 생활을 시작하게 되며, 졸업 후 인문계 고등학교 과정으로 진학할 수 있는 기회도 주어진다.

연령별 입학 가능 현지 학교의 종류

구분	나이	학년	졸업 시험
Kindergarten	3~6		
Vorschule(Kindergarten)	5~6/7		
Grundschule	6~10	1~4	
Hauptschule	11~16	5~10	Hauptschule 졸업시험
Realschule	11~17	5~11	Mittlere Reife
Gymnasium (Type 1)	11~19	5~13	Abitur
Gymnasium (Type 2)	11~18	5~12	Fachabitur

구분	입학 조건	최소 수업 학기	학위
Fachhochschule	Fachabitur 또는	6학기	Diplom 전공 (FH)
	Abitur 시험 합격자		
Hochschule	Abitur 시험 합격자	8학기	Diplom전공(U)
Universitaet	Abitur 시험 합격자	6학기	B.A
Universitaet	Abitur 시험 합격자	6~10학기	교직이수자: 국가고사- Staatsexamen

- 입학: 독일어로 된 재학 증명서(건강 기록부 첨부하면 좋음)를 주한 독일 대사관에서 확인 받아 거주 지역 학교에 신청하면 자리가 있을 시 쉽게 입학 가능하다
- 학비: 유치원은 월 100~200 유로 정도로 오전만(반나절) 또는 오전과 오후를 모두 포함(전일)하는지에 따라, 그리고 주별로 차이가 있을 수 있다. 그러나 Grundschule 부터는 전액 무료. 대학 교육의 경우 이전에는 전액 무료였으나 500~650 유로의 학비와 100 유로의 행정비를 포함하여 약 600~750 유로 정도의 학비를 받는 곳이 늘어나고 있다.
- 대학교육의 경우 이전에는 석사에 대비하는 Magister 또는 Diplom 졸업제도만이 있었으나 현재 미국식으로 학사와 석사가 분리되어 운영되는 대학이 주를 이루고 있다. 최소 수업 학기는 주와 과, 그리고 부전공을 이수하는지 여부에 따라 최소 6~10 학기를 공부하여야 한다.

2) 인터내셔널 스쿨

독일 전역에 약 20여 개의 인터내셔널 스쿨이 있으나, 프랑크푸르트와 같이 한국인이 많이 밀집되어 있는 지역에서는 입학 정원 초과로 입학이 어려운 사례가 많아지고 있다.

- 입학: 영어로 된 최종 학년 재학 증명서 및 성적 증명서를 한국대사관 또는 총영사관 에서 확인을 받아 제출한다.
- 학업: 1~5 학년(초등부), 6~12 학년(중, 고등부)
- 학비: 등록금 500 유로, 입학금 130 유로, 수업료 12,000~17,000(년간) 등
 - 프랑크푸르트 인터내셔널 스쿨 기준

라. 통신

1) 전화

전화 가설을 신청하기 위해서는 신청 서류를 거주 지역의 전화국에 제출해야 한다. 대부분은 아직도 Deutsche Telekom을 통해 설치하고 있으나, 최근 몇 년 사이에 통신 자유화로 인해 독일 전화국을 통하지 않고 전화 비용을 저렴하게 판매하는 통신 회사들이 많이 생겨나고 있으니 이를 활용하는 것도 좋을 듯 하다. 다만 일부 저가 통신의 경우 자사 저가 번호만을 사용할 수 있고 기타 국제 할인 회선 등의 사용이 불가한 경우가 있으니 사전에 충분한 검토가 필요하다.

전화번호는 새 번호를 신청할 수도 있고 이전 사람의 전화번호를 사용할 수도 있다. 전화 가설에 소요되는 시간은 지역마다, 개개인 별로 상이하여 짧게는 3일에서 한달 이상 걸리기도 하기 때문에, 가급적 집이 정해지는 대로 바로 신청해 놓는 것이 좋다.

2) 인터넷

인터넷의 경우 집에 연결된 선이 일반 전화선인지 고속 인터넷 선인지 등의 여부에 따라 설치 시간 및 사양이 매우 다르다. 일반적으로 인터넷 설치는 전화 설치보다 시간이 더 많이 든다. 짧게는 2주에서 최장 2개월 이상 소요될 수도 있으므로 전화 개설과 동시에 또는 전화 설치 후 바로 신청하는 것이 좋다. 요즈음에는 전화와 같이 패키지로 제공되는 경우도 많다.

독일의 경우 전화 및 인터넷 설치 시 한국과 달리 통신회사 직원이 방문 시간을 정확히 정하지 않고 일자만을 통보 한 후 방문 하는 등 설치 시에 불편한 점이 다수 존재한다.

3) 무선전화

무선 전화의 경우에는 Deutsch Telekom계열의 T-Mobile, Vodafone, e-Plus, O2 등이 있고, 연간 계약을 통하여 사용하는 방법 및 Payphone과 같이 사전에 금액을 적립한 후 적립한 금액 내에서 사용하는 방법 등이 있다. 다만, 연간 계약을 맺어 사용하는 전화의 경우에는 비자를 발급받은 사람만이 사용할 수 있다.

마. 자동차

1) 자동차 구입

신차의 경우 BENZ, BMW, VOLKSWAGEN, AUDI, OPEL 등의 대리점을 통해서만 유통되므로 몇 군데 대리점을 접촉해 보고 가격 및 옵션을 잘 선택하는 것이 유리하다. BENZ, BMW 같은 독일 차뿐 아니라 미국이나 일본, 한국 차량도 손쉽게 구입이 가능하다.

중고차는 개인 간의 직거래 또는 중고차 전문 매장에서 구입할 수 있다. 직거래의 경우 가격은 저렴하나 향후 고장이나 문제 발생 시 어려움이 있을 수 있다. 중고차 전문 매장을 이용할 경우 1년 또는 2년의 개런티가 부여되는 경우가 많고 향후 A/S 등에서 유리한 면이 있다.

중고차를 구입할 때에는 매장 방문 전 www.adac.de 또는 www.autosout24.de와 같은 중고차 거래 사이트를 통해 원하는 차종의 정보를 충분히 습득한 후 방문하는 것이 좋다.

2) 운전면허 취득

한국 운전면허증을 가지고 있을 경우 국제운전면허증을 발급받아 독일에서 운전이 가능하다. 1년 이상 거주 시에는 독일 운전 면허증을 발급 받아야 하는데 거주 1년 이내에 신청을 해야 하며 지역에 따라 다를 수 있으나 한국 운전면허증의 번역 및 공증이 필요한 것이 일반적이다. 면허가 없는 사람은 운전 면허 학원 수강 등을 통해 운전면허증을 발급 받아야 한다.

바. 은행 구좌 개설

1) 구좌 개설

여권과 거주 등록증이 있으면 대부분의 은행에서 구좌 개설이 가능하다. 구좌 개설 시 소득수준에 따라 한국과 같이 마이너스 통장의 개설도 가능하다.

2) 기타

독일은 한국과 달리 신용카드를 잘 받지 않는 곳이 많아 구좌 개설 시 EC카드(한국의 직불카드 개념)를 같이 발급 받는 것이 좋다. 또한 현금인출 시 수수료가 높기 때문에 회사나 집 주변의 은행에서 구좌를 개설하면 유리하다. 요즘에는 은행 간 수수료 면제 등의 제도도 있기 때문에 이를 사전에 체크하는 것도 좋다.

사. 병원

1) 의료 시스템

독일은 기본적으로 전 국민이 의료보험에 가입되어 있다. 사보험일 경우, 먼저 병원에서 진료를 받고 보험회사를 통해 청구서를 받아 치료비를 지불하게 되어 있다. 공보험에 가입되어 있는 경우, 대부분 개인이 청구서를 받는 일이 없다. 보험회사에서 발행하는 카드로 병원을 이용하고, 이용 후 청구서는 보험회사로 직접 보내진다. 특별한 경우에만 개인이 보험사에 치료비를 따로 청구하여야 하는 경우도 있다.

공보험에 가입되어있는 사람은 분기마다 처음으로 가는 병원에서 10유로의 수수료 (Praxisgebühr)를 지불하여야 하며, 다른 병원에 가야 할 경우 별도의 의사 소견서를 받아 가야하며, 그렇지 않을 경우 10유로를 다시 지불하여야 한다.

병원은 한국과 같이 크게 개인병원(Privatpraxis)과 종합병원(Klinik, Krankenhaus)으로 나뉘며 개인병원에서 진단서를 받아 종합병원을 이용하는 것이 일반적이나, 개인 병원이 영업을 하지 않는, 늦은 저녁시간이나 주말에는 종합병원을 찾는 것이 보통이다.

2) 병원 이용

위급한 경우가 아니면 사전 예약을 하고 병원을 방문한다(위급 시는 한국과 같이 119 응급 서비스를 이용한다.) 한국과 같이 처방전을 가지고 약국을 방문하여 약을 구입한다.

3) 의료보험

의료보험은 크게 특정 근로자가 의료 보험법에 따라 의무적으로 가입해야 하는 공보험과 법적 의무 가입자에 해당 되지 않는 사람들이 선택 가입할 수 있는 사보험이 있다.

공보험의 경우 AOK, Barmer Ersatzkasse, Bundesknappschaft, IKK, KKH 등이 있으며, 2009년 이전에는 가격차이가 있었으나 2009년 1월 이후로는 공보험의 보험료 비율이 수입의 15.5%로 의료보험이 차지하는 비율을 통일하였다. 또한 2009년 7월부터는 현재의 15.5%에서 14.9%로 의료보험이 차지하는 비율이 하락할 것으로 발표된 바 있다.

사보험의 경우 Gerling, Gothar, Inter, HUK Coburg등이 대표적이며, 보험사마다 가격 차이가 많으므로 가입 전에 가격과 서비스를 충분히 검토하여야 한다.

4) 비즈니스 출장 시 병원 이용

단기 출장자의 경우에는 한국의 보험사에서 보증하는 여행자 건강 보험에 가입하여 현지 병원에서도 선 지불하고 귀국 후 청구하는 방법이 있다.

아. 보험의 종류 및 내용

1) 자동차 보험

- 한국과 같이 자동차를 운전하기 위해서는 보험에 가입하여야 한다. 중고차 인수 시에도 보험사에서 발행한 증명서(엽서 형태)를 제시하여야 인수할 수 있다. 보험사

마다 가격에 차이가 있으며 특히 한국에서의 운전 경력 인정 여부, 사고 발생시 렌터카 지원 여부 등을 확인하여 자신에게 맞는 보험에 가입하는 것이 좋다.

2) 집 책임 보험(Hausratversicherung)

- 화재, 폭발, 누수, 태풍, 우박, 도둑 등으로 인하여 임차 주택 및 주택의 일부로 간주되는 물건에 피해가 발생하였을 경우 보상하는 보험으로 주택 임차 계약 체결 시 임대주가 동 보험의 의무 가입을 요구하고, 계약서에 이를 명기하는 것이 일반적이다.

3) 개인 배상 책임 보험(Privathaftpflichtversicherung)

- 집을 제외하고 본인 및 가족의 실수로 인하여 제3자의 인명, 재산 등 물건에 손해를 입혔을 경우 보상되는 보험이다. 보험료는 1년에 30~200유로까지 다양하다. 보험료는 본인부담액의 유무에 따라, 최고 보상액이 얼마가 되는지, 어떤 보험회사와 계약을 하는지에 따라, 그리고 일인보험인지 가족 보험인지에 따라 가격차이가 있다.

4) 유리보험(Glasversicherung)

- 독일에서는 유리의 파손 시 수리, 교체 하는 비용이 상당히 높은 편이다. 따라서 유리보험에 가입하는 경우가 많다.

5) 열쇠보험

- 독일인들은 개개인이 많은 열쇠를 보유하고 있다. 독일에서 열쇠는 대체로 고가로 분실 시 많은 비용이 소요된다. 또한 공동 주택의 경우 열쇠 분실 시 모든 거주자 및 입주자들의 열쇠를 일괄 교체하여 주도록 규제되어 있어 금전적인 부담이 매우 크다. 이러한 경우 열쇠 보험사에서는 신규 제작에 소요되는 비용을 보상하여 준다.

6) 변호사 보험

- 우리 나라와 마찬가지로 독일의 변호사 비용은 높은 편이다. 또한 작은 문제도 소송으로 가는 경우가 많기 때문에 이에 대비해 변호사 비용을 드는 경우가 많다.

자. 기타 이주 정착 정보

1) 비품 구입

독일의 전기 규격은 50Hz, 230V로 대부분의 한국 가전 제품을 사용하는 데는 별 문제가 없으나, 모터가 들어간 일부 제품(세탁기, 냉장고, 헤어 드라이어 등)은 높은 전압으로 고장이 날 우려가 높다. 또한 TV와 비디오 레코더는 우리나라의 NTSC방식과는 달리 PAL 방식을 사용하기 때문에 멀티 제품이 아닌 경우에는 사용할 수 없다. 가전 제품은 가전 제품 양판점 또는 디스카운터 스토어를 이용하는 것이 일반적이며 요즈음에는 독일에서도 인터넷을 통해 전자제품 등을 구입할 수도 있다.

임대 주택의 경우 기본적인 가구(싱크대, 냉장고, 식기 세척기)를 제외한 가구는 전혀 비치되지 않고 있는 것이 일반적이며 전등 또한 임차인이 직접 설치해야 하는 경우가

대부분이다. 가구는 IKEA, MANN Mobilia 등 대형 가구점에서 구입하는 것이 좋다. IKEA 및 MANN Mobilia 가구는 중저가이나 조립식이므로 구입 후 본인이 직접 집에서 조립하거나 아니면 별도의 수수료를 내고 조립을 의뢰해야 한다. IKEA에서 조립 가구를 구입하면 4~5년간 사용한 후 폐기하기가 용이하다. 고급 가구는 별도의 전문점에서 구입할 수 있으며, 가격은 조립 가구의 3배 이상이며 배송 기간이 2주에서 길게는 12주 정도까지 소요되는 경우도 있다.

기타 가벼운 공기구 및 집안에 필요한 집기는 Baumarkt나 대형 양판점에서 구입할 수 있다.

2) 생필품 구입

생필품은 Edeka, Tengelmann, Aldi, Schlecker, Fegro, Real, Lidl, Minimal, DM 등의 체인점에서 쉽게 구입할 수 있다. 공산품 가격은 모두 정찰제이나, 지역에 따라 조금씩 물가차이가 있다. 규모가 큰 백화점이나 시내 대형 매장 외에는 신용카드를 취급하지 않는 경우가 허다하며, Real, Metro, Fegro 등 Cash & Carry 대형 유통점에서는 일체 신용카드를 사용할 수 없다. 이런 경우에는 현금이나 직불카드(EC Karte)를 사용해야 한다.

월요일~금요일은 저녁 8~10시까지, 토요일은 6시 또는 8시까지 영업하며 일요일에는 대부분 문을 열지 않는다. 급한 경우에는 주유소 또는 공항 등의 상점을 이용할 수 있다.

3) 한국 식품 구입

프랑크푸르트, 뒤셀도르프, 베를린, 뮌헨 등은 주재원 및 교포가 많아 한국 식품점이 다수 있으며 인스턴트 식품, 생선, 채소, 떡, 식품회사 가공 고추장, 된장, 간장 등 웬만한 식품은 거의 구입할 수 있다. 가격은 한국 2~3배이다. 또한 K-Mall이나 AisaKauf 등의 인터넷 사이트에서도 한국 식품의 구입이 가능하며, 어느 정도의 구매가격을 넘어서면 무료로 배송을 해주기도 한다.

4) 여가 활용

독일은 작은 지역이라도 스포츠 센터 등 여가 관련 시설이 잘 있다. 또한 시에서 운영하는 무료 또는 저가의 스포츠센터들이 많이 있다.

골프장의 경우 다수 산재해 있으며 요금은 18홀 기준으로 50유로에서 80유로 선이다. 다만 핸디캡 증명서 등을 요구하는 등 이용이 까다로운 골프장이 많으며, 한국과는 달리 캐디 서비스는 없다. 낚시의 경우 관련 자격증이 필요하며 등산 시에도 식물의 채집 등이 금지되어 있는 경우가 많기 때문에 주의를 요한다.

오페라나 음악회 등 문화 관람도 비교적 저렴한 가격에 높은 수준의 공연을 감상할 수 있다. 영화의 경우 대부분 독일어로 더빙되어 상영되며, 영어 극장이 있긴 하나 독일어 극장에 비해 시설이 상당히 열악한 편이다.

자료: KBC 자체 조사

8. 출장가이드

가. 기후

1) 기후 특성

독일 기후는 서유럽의 해양성 기후와 동유럽의 대륙성 기후의 중간형이다. 독일 서부는 전반적으로 북해의 영향을 받아 해양성 기후를 보이고 있으며, 높은 위도에 비해 온난 습윤하나, 북서쪽에서 남동쪽으로 가면 대륙성으로 바뀐다. 따라서 동부에서도 대륙성 기후가 우세해 강수량도 적은 편이다.

기온은 계절에 따라 차이가 크며, 연평균 기온은 섭씨 7-10도 수준이다. 겨울철 평균 기온은 저지대는 섭씨 1.5도, 남쪽의 산악 지대는 영하 6도이며, 여름철 평균 기온은 섭씨 16-20도 사이이다. 따라서 한국에 비해 겨울에는 덜 춥고 여름에는 덜 덥다. 일반적으로 겨울철에 비와 안개가 많으며 여름철에는 건조하다. 평균적으로는 한국에 비해 햇볕이 적어 여름철 휴가는 햇볕이 많은 곳을 선호한다. 그러나 최근 들어 독일 평균 기온은 다소 올라가고 있는 추세다.

독일 평균 기온

(단위: °C)

	1월	2월	3월	4월	5월	6월	7월	8월	9월	10월	11월	12월
2008	1.7	2.5	5.7	9.1	13.5	16.3	18.0	17.9	15.0	10.8	5.5	2.4

자료: DWD(독일기상청), 2009년 9월 최신자료

2) 출장 시 추천 복장

사계절이 한국과 비슷하므로 한국 기준으로 복장을 준비하는 것이 좋다. 그러나 겨울에는 비가 자주 오므로 외투와 우산을 준비해야 하며, 여름에도 8월 중순 이후에는 아침, 저녁으로 선선하므로 긴 팔(점퍼 등) 옷을 준비하는 것이 좋다.

공식적인 미팅에서 양복에 타이 정장 복장은 특히 초면이나 계약 작성 시에 필요하다. 안면이 있는 사이인 경우에는 편안한 평상복 차림도 상관없으며, 공장 방문 일정이 있거나 전문 사무직이 아닌 공장 관련 실무에 투입되는 사람들과 상담을 하는 경우에는 완벽한 정장차림 보다는 노타이 등 세미 정장이 더 적합하다.

(자료: KBC 자체조사)

나. 시차/근무 시간

1) 시차

우리나라와의 시차는 KST-7시간으로 독일이 09:00일 때 한국은 16:00이다. 3월 마지막 일요일부터 10월 마지막 토요일까지는 서머타임을 실시하며, 그 이외의 기간에는 한국과의 시차가 8시간으로 늘어난다.

2) 근무 시간

일반 직장의 근무 시간은 일반적으로 평일은 08:00-17:00가 많으나, 직장이나 개인에 따라서 좀더 일찍 시작하고 빨리 끝나는 경우도 많다. 금요일에는 평일보다 1-2시간 빨리 종료하는 것이 보통이다.

관광서는 08:00-12:00까지만 대민 업무를 보는 경우가 많고 요일에 따라 오전, 오후로 나누어 업무를 보는 경우도 있다. 은행 개점 시간은 08:30-13:00, 14:30-16:00이나 은행에 따라서는 화요일, 목요일 오후 18:00까지 개점하는 곳도 있다.

상점들의 개폐점 시간은 법률로 엄격히 제한되어 있는데, 일반 상점은 2003년6월1일 부터 평일과 토요일 모두 08:00-20:00로 변경되었다. (기존 토요일 개점 시간 08:00-16:00) 그러나 작은 상점은 폐점 시간보다 1-2시간 앞당겨 문을 닫는 경우도 많다. 단, 대 도시의 중앙역이나 공항 내의 슈퍼마켓, 상점, 그리고 주유소 간이 매장은 개폐점 시간에 규제를 받지 않기 때문에 보통 23시까지 영업을 하며, 대형 유통점의 경우에도 점점 개점 시간을 늘려가고 있는 추세이다. 제과점 역시 신선한 빵 제공을 위해 일요일 오전 영업을 예외적으로 인정된다.

(자료: KBC 자체 조사)

다. 도량형

1) 도량형

거리는 미터법, 무게는 kg을 사용하고 있다.

2) 전기 규격

일반 가정 및 사무실은 230V, 50Hz를 사용하고 있다.

3) 시간 표시법

정오 이후의 시각은 일반적으로 13시, 14시, 15시 등으로 표기한다.

(자료: KBC 자체 조사)

라. 출입국/비자

1) 비자

2005년 1월 발효된 상호 비자면제협정에 의하여 3개월 미만 관광 목적으로 체류 시 비자가 면제된다. 그러나 3개월 이상 혹은 경제 활동의 목적으로 체류 시에는 비자가 필요하며, 비자 발급 업무는 독일 현지 외국인 청에서 전담한다. 별도의 주한 독일대사관을 통하여 비자 취득을 할 필요가 없어진 것이다. 그러나 최근 비자 발급이 3개월 이상 지연되는 경우가 있어 주재원들의 경우 주한 독일대사관에서 비자를 취득하여 입국하는 것도 하나의 방법으로 볼 수 있다. 독일 내 취업 시는 비자 외에 노동 허가증(Arbeitserlaubnis)이 필요하며 부임 후 곧바로 관할 노동청에 신청하여야 한다.

□ 비자 발급 시 구비 서류

- 국내 신청 시: 비자 신청서, 호적 등본, 여권, 사진 2 매
- 독일 내 신청 시: 거주 신고서 사본, 체류 허가 신청서, 여권, 사진 2 매(성인의 경우 본인이 직접 외국인청에 출두 신청)

□ 비자 발급처

- 독일에서 비자 신청 시: 각 거주 지역의 외국인청(Auslaenderbehoerde)
- 한국 내에서 신청할 시: 주한 독일 대사관
 - 주 소: 서울 용산구 동빙고동 308-5
 - 전 화: 02-748-4114, 팩스: 02-748-4161
 - 휴 일: 토, 일요일, 독일 및 한국 공휴일
 - 업무 시간: 월-목 09:00-12:00, 금 08:30-11:30
 - 소요 일수: 6-8 주
 - 소요 비용: 30,000 원(환율 변동에 따라 다소 달라질 수 있음)

2) 출입국 절차

출입국 시 특별한 절차는 없다. 입국 시 입국 심사-세관의 순서로 절차를 밟으며, 입국 심사 시 EU와 비EU국을 구분하여 여권을 검사한다. 짐 검사는 신고할 물건이 있는 곳과 없는 곳으로 구분하여 검사대를 설치해 놓았으나 보통 검사 없이 입국하고 있다. 입국에 따른 예방 접종은 필요 없다. 최근 전시회 개최 시 전시품을 핸드캐리 하는 참가업체가 많아 짐에 따라 일반인들의 검색도 심해지기도 한다. 특히 주의 사항은 담배에 대한 통관 시 검사가 철저하여, 1보루 이상 소지 시 관세 대상임을 주지하기 바람.

(자료: 주한 독일 대사관, KBC 보유 자료)

마. 환전

화폐 단위는 유로 (Euro)로서 약칭은 EUR이며, 1유로는 100 센트이다. 지폐에는 5, 10, 20, 50, 100, 200, 500 액권이 있으며, 이중에서 10, 20, 50유로 지폐가 가장 많이 사용되고 있다. 200유로 및 500 유로 지폐는 대부분 상점에서 잘 받지 않는다. 주화에는 1, 2 유로 및 1, 2, 5, 10, 50 센트가 있다. 2002년 1월 1일부터 유로화가 공용 화폐로 전면 도입, 사용되고 있으며, 독일 마르크화는 2002년 2월 28일까지 지불 수단으로 사용되었다.

기존 마르크화를 소지하고 있는 한인들은 독일 연방은행이나 주정부은행에서 유로화로 환전할 수 있다. 특히 독일은 미국 달러가 통용되지 않으며 환전 시 환전 수수료가 매우 비싸 미리 유로화를 준비할 필요가 있다. 2009년 5월 4일 기준 1 유로당 달러 환율은 약 1.33이며, 유로화 출범 이후 연도별 유로 대 달러화 환율은 아래 표와 같다.

연도별 유로 對 달러화 환율

연도	기준 월	환율
2002	10	1:1
2003	1	1:1.0589
2004	1	1:1.2613
2005	1	1:1.2614
2006	1	1:1.1839
2007	1	1:1.2134
2008	1	1:1.4639
2009	9	1:1.4612

자료: 유럽 중앙은행

환전은 공항, 기차역, 호텔, 은행 또는 거리의 환전소에서 할 수 있으나 정식 은행을 통해 환전하는 것이 가장 좋으며 공항 도착 시 공항에서 환전하는 것이 좋다. 일부 은행에서는 100달러 이상의 고액권에 대해서는 환전을 꺼리는 경향이 있다.

신용카드 사용이 가능하므로 환전한 현지화가 부족할 경우 신용카드를 사용하는 것이 환율에서 유리하다.

(자료: 독일 연방은행(www.bundesbank.de), KBC 자체조사)

바. 교통/통신

1) 교통

□ 우리나라와의 교통

- 인천 - 프랑크푸르트 노선
 - 인천 - 프랑크푸르트간 대한항공이 주 7 회, 아시아나 항공이 주 7 회, Lufthansa 가 주 7 회 Non-Stop 직항로로 각각 운항되고 있다.

Frankfurt → 인천

기 편	출발시간	출발 요일	도착 시간(익일)
LH 712	18:15	월, 화, 수, 목, 일	11:40+1
LH 712	18:20	금, 토	11:45+1
KE 906	19:45	매일	13:05+1
OZ 542	19:00	매일	12:25+1

주: 2009년 여름 스케줄(2009년 9월 기준)

인천 → Frankfurt

기 편	출발시간	출발 요일	도착시간(당일)
LH 713	1	매일	14:35
KE 905	13:00	매일	17:35
OZ 541	12:30	월, 수, 일	17:00
OZ 541	13:05	화, 목, 금, 토	17:35

주: 2009년 여름 스케줄(2009년 9월 기준)

- 프랑크푸르트 공항에 도착하면 동 공항에서 독일 각지로 항공편, 기차편으로 각각 연결되며 대한항공은 Frankfurt 공항 제 2 청사 착발, 아시아나 항공과 Lufthansa 는 Frankfurt 공항 제 1 청사에서 착발한다. 이 외에도 독일의 이웃 국가인 프랑스, 네덜란드 등 항공사를 이용할 수 있다. 이 경우 파리, 암스테르담 등 제 3 국을 경유하게 되며, 시간은 약 5~6 시간 정도 더 소모된다.

주요 직항 및 3국 경유 항공사 리스트

항공사	연락처(한국 내)	홈페이지
Korean Airlines 대한 항공	032-742-2620	www.kr.koreanair.com
Asiana Airlines 아시아나 항공	032-744-2132~3	www.flyasiana.com
Lufthansa 루프트한자 항공	032-744-3400	www.lufthansa.com
KLM 네덜란드 항공	032-744-6700~1	www.klm.co.k
Air France 프랑스 항공	02-3483 1033	www.airfrance.co.kr

○ 인천/부산 - 뮌헨 직항 노선 신설

- 루프트한자는 2008 년 여름 운항 스케줄부터 기존의 인천-프랑크푸르트 직항 노선을 매일 운항하게 되며, 부산-인천-뮌헨 노선을 주 3 회 운항에 이어, 인천-뮌헨 노선을 주 3 회 증편함으로써 총 주 13 회에 이르는 유럽행 항공편을 운항하게 될 예정이다(이 부산발 직항 노선은 인천국제공항을 경유하여 뮌헨에 도착한다).

항공편	경로	출발	도착	운항일
뮌헨 - 인천	LH716	11:55	05:30	화
		12:00	05:00	금, 일
	LH718	11:55	05:30	월, 목, 토
인천 - 뮌헨	LH717	13:10	17:50	월, 수, 토
	LH719	13:10	17:50	화, 금, 일
인천 - 뮌헨	KE915	15:55	20:45	수/금/일
뮌헨 - 인천	KE916	22:20	15:55+1	수/금/일

주: 2009년 여름 스케줄(2009년 9월 기준)

□ 국내 교통

○ 철도

- 독일의 각 도시가 95 년 민영화된 연방철도 주식회사(DB AG)의 철도로 연결된다. ICE, IC 등이 주요 도시를 운행하며, 철도 요금은 한국의 약 3-4 배이다. 만원인 경우가 거의 없으므로 언제나 즉시 구입이 가능하나, 좌석표는 별도로 예약해야 한다.
- 토요일과 일요일에는 주말 티켓(Schoenes Wochenende Ticket) 한 장으로 저렴하게 준급행급 이하의 모든 열차(RE, RB, SE, S)를 단독 또는 공동(최고 5 명까지)으로 탑승할 수 있다. 가족이 이 티켓을 이용할 경우, 성인은 최대 2 인이 탑승가능하며, 어린아이는 무제한으로 동반탑승이 가능하다. 유효 기간은 27 시간(토요일 또는 일요일 0 시부터 다음날 3 시까지)이다.
- 가격은 인터넷 또는 티켓 자판기에서 구입할 경우 한 장에 37 유로이며, 역전 창구에서 구입할 경우 39 유로이다. 때에 따라 기차 안에서도 구입할 수 있으나(39 유로 플러스 10% =약 43 유로), 많은 경우에 기차 내에서 탑승권 구입을 허용하지 않고 있기 때문에 유의해야 한다. 이 지역의 경우 기차표 없이 탑승하면 불법으로 벌금을 지불하게 된다.
- 이 외에도 기차표를 미리 구입(적어도 3 일전에는 구입해야 함)거나 Surf & Rail 등 인터넷으로 예매할 경우 기차표가 25%~50%까지도 할인된다.

○ 자동차

- 독일은 전체 구간의 약 50%가 속도 제한 없는 고속도로인 아우토반을 통해 각 지역이 연결되며, 1 일 약 150~200 유로로 2,000cc 급 자동차를 보험료를 포함하여 빌릴 수 있다. 운전면허증은 한국에서 국제 운전면허증을 발급 받아오면 되며, 신용카드가 있어야만 렌트가 가능하다. 독일의 고속도로에는 톨게이트비가 없다.

○ 택시

- 택시는 기차역 앞 등에는 항상 대기하고 있으나 원칙적으로 콜택시이므로 전화로 주문해야 한다. 이외에 도시 여기저기 택시 대기 구역이 준비되어 있는데, 여기에 서있는 택시는 항상 사용할 수 있다.
- 기본 요금은 1.8 유로부터 6.50 유로까지 지역과 시간에 따라 차이가 있으며 거리에

시간을 더한 시간거리 병산제를 사용하여 요금을 징수하고 있다. 프랑크푸르트 공항에서 시내 중심지까지 약 30-40 유로가 나온다. 승차 정원은 4 명이고, 팁을 줄 경우, 약 10-15 퍼센트 정도, 짐을 택시 트렁크에 실은 경우 약 1 유로 정도 추가 지불하면 된다. 영수증은 요구 시 발급해 준다.

주요 도시 콜택시 전화번호

지역	전화번호
베를린	(030) 20 20 20/ (030) 21 02 02
프랑크푸르트	(069) 73 30 30/ (069) 23 00 01
함부르크	(040) 604 7001 / (040) 66 66 66
뮌헨	(089) 19410 / (089) 312 040 23
뒤셀도르프	(0211) 21 21 21

2) 통신

□ 국제 통신

한국으로 국제 전화하려면 국제전화 코드인 00을 돌린 후 국가 번호 + 지역 번호(지역번호 앞의 0 제외) + 가입 자 번호를 돌리면 된다. (예를 들어 서울의 3460-7141을 걸 경우 00-82-2-3460-7141) 한편 한국으로 수신자 부담 전화도 가능한 바, 이 경우에는 080-0080-0082를 돌리면 자동응답기능으로 원하는 서비스를 선택할 수 있다. 한국으로의 전화 요금은 한국보다 비싼 편이므로 한국에서 국제전화 카드를 사오는 것도 좋은 방법이며, 최근 인터넷 전화로 1분당 10~15 센트로 저렴한 번호(예: 01056, 01058)등이 있으니 참조하기 바란다. (공중전화나 핸드폰으로는 불가능)

사용법 01056+0082(한국)+2(서울)+3460+7114(KOTRA)

독일에서 가장 저렴하게 전화할 수 있는 번호는 찾을 수 있는 인터넷 사이트는 <http://www.tariftip.de/> 로, 한국만이 아닌 전세계로의 전화요금을 검색할 수 있다.

□ 국내 통신

시내 한 통화에 20센트이며, 전화를 거는 방법은 한국과 동일하다. 호텔에서 전화할 경우 다소 비싼 편이며, 동전 전화기보다는 카드전화기가 보편화되어 있으므로 전화카드를 구입, 사용하면 편리하다. 전화카드는 우체국 및 가판대, 담배 가게에서 구입 가능하며, 20, 30, 50유로짜리 전화카드가 있다. 최근 핸드폰의 대중화로 공중전화 부스가 많이 없어지는 추세이나, 공항, 주요 역, 대형 유통점 등에는 대부분 비치되어 있다.

3) 우편

소포

- 독일 우체국에서 보낼 수 있는 최대 무게는 일반적으로 20kg 이다. 보내는 소포가 직육면체일 경우 최소 크기는 15cm x 11cm x 1cm 이며 최대 크기는 120cm x 60cm x 60cm 이다. 원통 모양일 경우 최대 무게 5kg, 최소 규격 길이 15cm, 지름 5cm 이며 최대 규격은 길이 150cm 에 지름은 15cm 이다.

무게	가격
5kg 이하	7.00 유로
5kg< ~ 10kg이하	10.50 유로
10kg< ~ 20kg 이하	14.00 유로

□ 국내

○ 편지

(단위: 유로)

구 분	가 격
우편엽서	0.45
일반 규격 편지(최대 무게: 20g) 최소 크기: 140mm x 90 mm/최대 크기: 235mm x 125mm x 5mm	0.55
중간 규격 편지(가능 무게: 21g ~ 50g) 최소 크기: 100mm x 70mm/최대 크기> 235mm x 125mm x 10mm	0.90
대형 규격 편지 최소 크기: 100mm x 70mm/최대 크기: 353mm x 250mm x 20mm 무게: 50g 이하(50g< ~ 2000g)	1.45 2.20

□ 국제

○ 편지

(단위: 유로)

구 분	유럽	유럽을 제외한 국제 육로 편지	유럽을 제외한 국제 항공편 편지
우편엽서	0.65	1.00	1.00
일반 규격 편지(최대 무게: 20g) 최소 크기: 140mm x 90 mm 최대 크기: 235mm x 125mm x 5mm	0.70	1.70	1.70
중간 규격 편지(가능 무게: 21g ~ 50g) 최소 크기: 100mm x 70mm 최대 크기> 235mm x 125mm x 10mm	1.00	2.00	2.00
대형 규격 편지 최소 크기: 100mm x 70mm 최대 크기: 353mm x 250mm x 20mm 무게: 50g 이하	1.90	3.00	3.00
50g< ~ 100g이하	2.50	4.00	4.00
100g< ~ 500g이하	4.50	6.00	8.00
500g< ~ 1000g이하	6.00	8.00	12.00
1000g< ~ 2000g이하	14.00	14.00	28.00

○ 소포

- 국제 소포에 대한 무게 및 규격 규정은 국내 소포와 동일하다.

(단위: 유로)

무 게	지역별 가격			
	1	2	3	4
5kg 이하	17.00	30.00	32.00	37.00
5kg< ~ 10kg이하	22.00	35.00	42.00	52.00
10kg< ~ 20kg이하	32.00	45.00	62.00	82.00

주: * 지역1은 EU 및 스위스, 지역 2는 나머지 유럽 국가, 지역3은 북미, 북아프리카, 근동, 지역 4는 나머지 국가 (한국은 지역 4에 속함)

4) 특사 운송 회사

연락처

회사명	연락처	홈페이지
DHL	01805-3452255	www.dhl.de
UPS	0800-8826630	www.ups.de
FedEx	0800-123 0800	www.fedex.com

주: 위 전화번호는 독일 내 고객 서비스 센터로, 독일 어디서나 연락하면 보내려는 문서나 소포를 받으러 온다. 단지 때에 따라서 1~4시간 정도 기다려야 하는 경우가 있으니 가장 가까운 있는 지점을 고객 서비스 센터에 문의하여 직접 그곳에 가서 보낼 수도 있다.

(자료: KBC 자체조사)

사. 호텔/식당

1) 호텔

호텔 관련 정보를 제공하는 국가 기관으로는 Deutsche Zentrale fuer Tourismus(Beethoven str. 69, 60325 Frankfurt, Tel: +49-(0)69-75720, Fax: +49-(0)69-751056)가 있고, 각 자치 단체 단위의 관광청(Verkehrsamt)에서도 호텔 관련 정보를 제공하고 있다. 인터넷의 경우, www.hrs.de(Hotel Reservation System) 및 www.hotel.de 등의 사이트를 통하여 독일 내의 호텔을 예약할 수 있다.

또한, 전시 산업이 매우 발달한 독일 대부분의 호텔은 국제 전시회 및 컨퍼런스가 개최되는 기간 중에는 일반 요금의 약 2~4배 비싼 금액을 청구할 뿐만 아니라 예약 또한 조기 완료 되는 경우가 많은 바, 출장 계획 수립 시에 출장 지역의 주요 전시회 개최 여부 등을 미리 확인하는 것이 바람직하다.

특히, 유럽 호텔의 경우에는 침실, 치약 등이 비치되어 있지 않은 호텔이 대다수이므로 출장 및 여행 준비물로 개인 세면 도구는 미리 준비하는 것이 좋다. 또한 트윈룸의 경우 한국과 달리 매트리스만 분리되어 있는 경우가 있으므로 주의를 요한다.

○ 5성급 호텔

- 싱글 150-200 유로, 트윈/더블 200-300 유로

지역	호텔명	주소	전화번호
프랑크푸르트	Steigenberger Frankfurter Hof	Am Kaiserplatz	069-21502
	Intercontinental	Wilhelm-Leuschner-Str. 43	069-26050
	Arabella Sheraton Grand	Konrad-Adenauer	069-29810
	Hilton Frankfurt	Hochstrasse 4	069-1338000
	Sheraton Frankfurt	Hugo-Eckener- Ring 15	069-69770
베를린	Adlon Kempinski Berlin	Unter den Linden 77	2261-1110
	The Regent Berlin	Charlottenstr. 49	030-20 33 8
	Grand Hotel Esplanade	Loetzowufer 15	030-25478 0
	Grand Hyatt Berlin	Marlene-Dietrich-Pl.2	030-25531234

	Hotel Palace Berlin	Budapest Str 45	030-25020
	Kempinski Hotel Bristol	Kurfuestendamm 27	030-8843 40
	Inter-Continental	Budapester Str. 2	030-2602 0
원헨	Continental	Max-Joseph-Str. 5	089-551570
함부르크	Vier Jahreszeiten	Neuer Jungfernstieg 9	040-34943181
	Elysee Hotel Hamburg	Rothenbaumchaussee 10	040-41412-0
	Sofitel Hamburg Alter Wall	Alter Wall 40	040-369500
	Europaeischer Hof	Kirchenallee 45	040-248248
	InterContinental	Fontenay 10	040-41420

- 4성급 호텔
- 싱글 100-150 유로, 트윈/더블 140-190 유로

지역	호텔명	주소	전화번호
프랑크푸르트	Maritim	Theodor-Heuss-Allee 3	069-7578-0
	Moenvpick	Den Haager Str. 5	069-788-0750
베를린	Schweizer Hof	Budapester Str. 25	030-2696 0
	Alsterhof Berlin	Augsburger Str. 5	030-212420
원헨	Bayerischer Hof	Promenadeplatz 2-6	089-21200
	Mercure Muenchen-Orbis	Karl-Marx-Ring 87	089-390550
	Admiral	Kohlstrasse 9	089-216350
함부르크	Madison Residenz	Schaarsteinweg 4	040-376660
	Hotel Hafen Hamburg	Seewartenstr. 9	040-3111-30
	Holiday inn Crowne Plaza	Leopoldstrasse 194	089-381790

- 3성급 호텔
- 싱글 70-90 유로, 트윈/더블 90-130 유로

지역	호텔명	주소	전화번호
프랑크푸르트	Excelsior	Mannheimer Str. 7-9	069-2560801
	Intercity	Poststrasse 8	069-273910
	Mercator	Mercator Str. 38	069-9434070
	Monopol	Mannheimer Str. 11-13	069-227370
베를린	Ambassador	Bayreuther Str. 42	030-2190 20
원헨	Vier Jahreszeiten	Maxmilianstr.	089-21250
	Excelsior	Schuetzenstr. 11	089-551370
함부르크	Continental Hotel	Kirchenallee 37	040-284430
	Ambassador Hotel	Heidenkampsweg 34	040-2388230
	Hotel Berlin	Borgfelderstr. 1-9	040-251640

2) 식당

유럽의 타 국가에 비해 독일 음식은 매우 단순하고 조리법 또한 크게 발달되어 있지 않다. 그러나 프랑스 및 이탈리아 레스토랑을 중심으로 많은 음식점이 있어 다양한 음식을 즐길 수 있다. 또한 최근에는 일본 음식을 중심으로 동양식 레스토랑이 증가하고 있다. 한식의 경우 아직 일본 음식만큼 대중화되지는 못 하였으나 주재원들이 많은 프랑크푸르트 등에는 한국 음식점이 다수 있으며 값 또한 타 유럽 국가에 비해 저렴한 편이다.

- 한식당
- 점심 10 유로~12 유로, 저녁 메뉴별로 12~30 유로

지역	식당명	주소	전화번호
프랑크푸르트	Mr. Lee(Mr. Lee)	Gutleutstr. 153, Frankfurt	069-251198
	고궁(Go Gung)	Hauptstr. 28, Eschborn	06196-775100
	신라 (Shilla)	Kennedyallee 61, Frankfurt	069-636520
	아리랑(Arirang)	Muenchenerstr. 46, Frankfurt	069-24271778
	불고기(Bulgogi)	Dreikoenigstr. 4, Frankfurt	069-66126678
베를린	김치식당(Kim Chi)	Ku'damm 134, Berlin	030-8812121
	서울관(Seoul kwan)	Schmiljanstr 25, Berlin	030-8526262
	한일관(Hanil Kwan)	Schmiljanstr. 25, Berlin	030-8526262
	호도리 (Hodori)	Beusselstr. 26, Berlin	030-396 2836
	서울(Seoul)	bamberger Str. 49, Berlin	030-213-4940
원헨	한국관(Korea)	Leopoldstr. 120, Muenchen	089-348104
함부르크	김치식당	Emilienstr. 22, Hamburg	040-493871
	복식당	Schulterblatt 3, Hamburg	040-4306781

○ 독일, 양식: 점심 8 유로~13 유로, 저녁 메뉴별로 15~30 유로

지역	식당명	주소	전화번호
프랑크푸르트	Weinstube im Roemer	Roemerberg 19, Frankfurt	069-291331
	Sèvres(Hessischer Hof)	Friedrich-Ebert-Anlage 40, Frankfurt	069-75402927
	Gargantua	Liebigstrasse 47, Frankfurt	069-720717
	Humperdinck	Grueneburgweg 95, Frankfurt	069-97203154
	Maingau	Schifferstr. 38, Frankfurt	069-609140
	Tigerpalast-Restaurant	Heiligkreuzgasse 16-20, FfM	069-92002225
	Weinhaus Brueckenkeller	Schuetzenstrasse 6, Frankfurt	069-2980070
	Apfelwein Klaus	Meissengasse 10, Frankfurt	069-282864
	1a-Bavaria	Bockenheimer Anlage 1a	069 - 95507390
	Mosebach	Sandweg 29	069 - 4930396
뒤셀도르프	An'ne Bell	Kaistrasse 16 a, Duesseldorf	0211-3006750
	Savini	Hafen-Stromstrasse 47, D'dorf	0211-393931
	VAU	Kaistrasse 16 a, Duesseldorf	0211-3006750
	An'ne Bell	Hafen-Stromstrasse 47, D'dorf	0211-393931
베를린	Alt Luxemburg	Windscheidstrasse 31, Berlin	030-3238730
	Bamberger Reiter	Regensburger Strasse 7, Berlin	030-21966355
	Dressler	Unter den Linden 39, Berlin	030-2044422
	Alt Nuernberg	Europa Center, Berlin	030-2641397
	Georgenbraeu	Spreeufer 4, Berlin	030-2424244
	Schloss Glienicke-Remise	Jaegerstr asse 54-55, Berlin	030-2029730
	TirolerBauernstuben	Heerstraße 137	030-30 09 94 66
	Gaffel Haus Berlin	Taubenstraße 26	030-31 01 16 93
원헨	Savini	Muehlbaurstr. 36, Muenchen	089-4704848
	Acquarello	Promenadeplatz 2-6, Muenchen	089-2120993
	Bayerischer Hof	Amalienstr. 89, Muenchen	089-2120-0
	Bistro Terrine	Ismaniger Str. 85, Muenchen	089-281780
	Bogenhauser Hof	ISMANINGER STRASSE 85	089-98 55 86
	Gasthaus Glockenbach	Kapuzinerstraße 29	089 53 4043
	Halali	Karlsplatz 25, Muenchen	089-551360
	Koenigshof	Rablstr. 10, Muenchen	089-4484477
	Massimiliano	Am Tucherpark 7, Muenchen	089-38450
	Muenchen Park Hilton	Am Tucherpark 7	089-38450
	Augustiner am Dante	Dantestr. 16	089-15919870
함부르크	Anno 1905	Holstenplatz 17, Hamburg	040 4392535
	Friesenkeller	Neuer Wall 9	040 35760610
	Landhaus Dill	Elbchaussee 94	040 390 50 77

- 이탈리아 식당
 - 점심 8 유로~13 유로, 저녁 메뉴별로 13~30 유로

	식당명	주소	전화번호
프랑크푸르트	Collosseo	Mörfelder Landstr. 122, Frankfurt	069-614386
	Garibaldi	Kleine Hochstrasse 4, Frankfurt	069-21997644
	Villa Leonhardi	Zepplinallee 18, Frankfurt	069-7898847
베를린	Ana e Bruno	Sophie-Charlotten-Str. 101, Berlin	030-3257110
	Trenta Sei	Mark-Graffenstr. 36, Berlin	030-20452630
	Schell	Knesebeck Str. 22, Berlin	030-3128310
	Via Condotti	Fasanenstr. 73, Berlin	030-88677897
뮌헨	Galleria	Sparkassenstr. 2, Muenchen	089-297995
함부르크	LA VITE	Heimhuderstr. 5, Hamburg	040-458401
	Ristorante Palazzo	Rothensbaumchaussee 185, Hamburg	040-4102277
	Antica Roma	Wandsbeker Königstraße 15	040 881 556 94

- 기타
 - 일식 및 중식의 경우 한국의 2~3 배 선이며, 그리스 식당 등은 이탈리아 식당과 비슷한 수준이다.

	식당명	주소	전화번호
프랑크푸르트	Parthenon(그리스)	Kennedyallee 34	069 63 54 19
	Sushi am Main(일식)	Feuerbachstraße 1	069-72 84 795
	SUSHIMOTO(일식)	Konrad-Adenauer str. 7, D-60313	069-1310057
	San San(중식)	Konrad-Adenauer str. 7, D-60313	069-91399050
뒤셀도르프	ManThei sushibar(일식)	Bachstrasse 1	0211-93379989
	Sila Thai Restaurant & Cocktail(타이)	Bahnstraße 76	0211-860 44 27

자료: KBC 자체조사

아. 관공서 관행

1) 민원 처리 기간

독일은 관공서 별로 민원 서류 처리 기간이 통일되어 있지는 않으나 일반적으로 당일 처리를 원칙으로 한다. 관공서에서 요구하는 서류 조건을 충족하였을 경우 운전 면허증, 체류 허가증 등 단순 서류의 경우에는 당일 발급받을 수 있으나, 외국인청 및 노동청의 협조가 필요한 비자 발급 등의 경우에는 최소 4주 이상의 기간이 필요하다.

일부 인터넷을 통하여 업무 처리를 하는 곳도 있으나 기본적으로 서면 처리가 원칙이기 때문에 한국처럼 인터넷을 통한 신속 처리는 기대하기가 힘들다.

2) 관공서 방문 시 유의 사항

독일 모든 관공서의 업무 처리는 철저하게 원리 원칙을 중시하고 있어 예외 적용 등을 기대하는 것은 현실적으로 불가능하다. 특히 공무원에게 뇌물을 제공하는 것은 오히려 업무 처리에 악영향을 미칠 수 있다.

원칙을 중시하면서도 담당자 또는 지역에 따라 요구하는 서류 및 절차가 다른 경우가 많다. 또한 담당자가 휴가 등으로 부재 중일 경우, 업무 처리가 거의 불가하기 때문에 여유를 가지고 필요 서류, 소요 기간 등을 확인하여 업무를 처리해야 한다.

3) 관공서 근무 시간

독일 관공서는 대민 업무를 8시부터 12시까지 오전 근무만 하는 경우가 많으며, 요일에 따라 오전, 오후로 나누어 업무를 보는 경우도 있다. 민원 업무 시간은 지역별로, 관공서 별로 차이가 있는 바 해당 관공서에 사전 문의 후 방문하는 것이 효율적이다.

(자료: KBC 자체조사)

자. 공휴일

1) 2008년도 공휴일 및 축제일

독일은 신년(Neujahr) 등 8개 공휴일의 경우에는 독일 전체가 휴일이나, 이를 제외한 나머지 공휴일은 16개 연방 주 별로 상이하여 거주하는 주에 따라 공휴일 일수 및 일자가 다르다.

특히 종교가 관련된 국경일 및 기념일이 많고, 천주교가 주를 이루고 있는 남부 지방은 휴일 수가 많고, 개신교가 주를 이루고 있는 북부 지방의 경우에는 상대적으로 휴일 수가 적다.

2009년 독일 주 별 공휴일 및 축제일

월	일	공휴일 명	공휴일명(독어)	대상 지역(주별)
1	1	신년	Neujahr	독일 전역
1	6	주현절	Heilige Drei Koenige	Baden-Wuerttemberg, Bayern, Sachsen-Anhalt
4	10	부활절 휴일	Karfreitag, Ostern	독일 전역
4	13	부활절 휴일	Ostermontag	독일 전역
5	1	노동절	Maifeiertag	독일 전역
	21	예수승천일	Christi Himmelfahrt	독일 전역
6	1	성령강림절	Pfingstmontag	독일 전역
	11	성체축일	Fronleichnam	Baden-Wuerttemberg, Bayern, Hessen, Nordrhein-Westfalen, Rheinland-Pfalz, Saarland, Sachsen, Thueringen
8	8	평화축제	Friedensfest	Augsburg 과 Augsburg 관할지역
	15	성모승천일	Maria Himmelfahrt	Bayern, Saarland
10	3	통일기념일	Tag der Deutschen Einheit	독일 전역
10	31	종교개혁일	Reformationstag	Brandenburg, Mecklenburg-Vorpommern, Sachsen, Sachsen-Anhalt, Thueringen
11	1	만성절	Allerheiligen	Baden-Wuerttemberg, Bayern, Nordrhein-Westfalen, Rheinland-Pfalz, Saarland
11	19	속죄의 날	Buss- und Betttag	Sachsen
12	25~26	성탄절	Weihnachten	독일 전역

주: 부활절, 예수승천일, 성령강림절, 성체축일은 해마다 날짜가 바뀐다, 주현절, 성모승천일, 종교개혁일, 만성절은 주 별 축제일이다.

2) 출장 지양 기간

독일인들은 휴가를 매우 중시한다. 또한 여행을 큰 즐거움으로 여기기 때문에 휴가 시즌에는 2주 이상 장기 휴가를 떠나는 경우가 많다.

대표적이 휴가 시즌으로는 부활절 휴가 시즌(보통 4월 초 ~ 4월 말 사이)과, 성령강림절 휴가 시즌(올해 5월 말에서 6월 초), 여름 휴가 시즌(7월 중순 ~ 9월 중순), 연말 휴가 시즌(12월 중순 ~ 1월 중순) 등을 들 수 있다. 이 시기에는 장기 휴가로 인하여 많은 관공서, 은행 및 기업들이 정상 업무를 수행하지 않을 뿐만 아니라 담당자와의 미팅 약속이 매우 어렵다. 또한 휴가 중 업무상 연락을 매우 싫어하는 경향이 있다. 따라서 비즈니스 출장의 경우에는 상기 휴가 시즌을 고려하여 일정을 잡는 것이 필요하다.

(자료: KBC 자체조사)

차. 여행 시 유의 사항

1) 여행 준비

독일과 한국은 양국 간 비자 면제 협정이 체결되어 있어 단기 관광을 목적으로 한 입국의 경우에는 3개월간 비자가 불필요하지만 3개월을 초과하는 경우에는 비자를 발급받아야 한다.

비가 자주 내리고 일교차가 심한 날씨를 유의해 긴 옷(점퍼)과 작은 우산을 준비하는 것이 좋다. 소형 전자 제품의 경우 독일은 230V, 50Hz가 기준이지만 한국산 제품(60Hz)을 사용하는 데 큰 문제가 없다.

2) 여행 여건

독일 전국에 관광객들을 위한 여행 안내소(Touristeninformationsbuero)가 있어 여행 지도 및 관광 관련 정보를 쉽게 얻을 수 있으며 교통 및 기타 편의 시설이 매우 발달되어 있다. 특히 대도시의 경우에는 중앙역(Hauptbahnhof)의 안내소(Information)를 이용하면 호텔, 식당 등의 정보를 얻을 수 있어 매우 편리하다.

독일의 수도물은 석회 성분이 많아 갑자기 많은 양을 마시면 탈이 날 수 있으므로 시중에서 파는 미네랄워터(Mineralwasser)를 구입해서 마시는 것이 좋다.

3) 위험 지역

독일의 치안 상태는 유럽에서도 매우 안정적인 편이다. 그러나 최근 대도시 등의 공항이나 역 주변은 소매치기 피해가 많은 편이며, 단체 여행객이 많이 이용하는 호텔 및 식당에서의 소지품 분실 사고가 많이 발생하기도 한다.

지역별로 보면 프랑크푸르트에는 금융가와 중앙역(Hauptbahnhof) 사이에 유흥가가 있으며, 국가에서 마약 중독자들의 치료를 위한 무료 주사기와 마약을 공급해 주는 치료소도 위치하고 있다. 또한 동구권, 터키 등에서 온 노동자들이 유흥을 위해 많이 찾는 곳이다. 해가 진 이후에는 가급적 이 근처를 출입하지 않는 것이 좋다.

함부르크 중앙역(Hauptbahnhof) 주변이나 유흥가인 레퍼반(Reeperbahn) 등에 늦은 시간 혼자 머무를 때는 주의하여야 하며, 너무 호의적인 사람이 접근할 때에는 우선 의심하고 주

의하여야 한다. 또한 늦은 시간 실내 복장으로 거리에 나오는 것은 여러 가지 오해를 받을 수 있으므로 삼가 하여야 한다.

원헨은 상대적으로 범죄율이 낮은 도시로 위험 지역으로 특별히 알려진 곳이 없다. 도시 변두리 깊은 지역으로 들어가지 않고 시내에서 관광 및 비즈니스를 한다면 위험하지 않다.

동독지역은 전반적으로 외국인이 여행하기에 좋지 않은 지역이다. 서독 지역은 외국인에 대해 우호적이거나 무관심한 반면 동독 지역은 전반적으로 외국인에 대해 적대적이고 특히 나치 추종자들이 많아 외국인을 대상으로 한 집단 테러 등도 발생하고 있다.

또한 대부분의 외국인 관련 폭행 사건 등이 지식, 주거 수준이 낮은 외국 노동자들에게 자주 일어난다. 가급적 외출 시 단정하게 입는 것이 좋다. 지식인 또는 비즈니스맨처럼 보일 경우 대체로 독일인들이 함부로 행동하지는 않는다.

4) 팁 제도

독일에서는 식당, 호텔, 택시, 미장원 등 서비스 분야에 팁 제도가 발달되어 있다. 식당의 경우 가게 수준에 따라 틀리겠지만 일반적으로 총 가격의 5~10% 정도의 팁을 지불하며, 호텔의 경우에는 1유로, 택시의 경우에는 요금의 5%정도를 지급하면 된다. 그러나 맥도날드 같은 음식점의 경우 팁을 지급하지 않는 경우가 많으며 외국인의 경우 팁을 지급하지 않더라도 이상하게 여기지 않는다.

5) 기타 유의 사항

- 독일은 세계 대전을 두 번이나 일으킨 나라로, 독일 바이어와 미팅 시 “나치”나 “히틀러” 시대에 대한 언급은 피하는 것이 좋다. 바이어와의 친분이 쌓여 자연스럽게 역사와 관련된 대화를 나누게 되더라도 “히틀러” 또는 “유대인 학살(Holocaust)” 과 관련된 농담이나 찬사는 금물이다.
- 개인 프라이버시를 침해하는 질문은 절대로 하지 않는 것이 독일의 문화이다. 독일인들은 공적인 생활과 사적인 생활을 철저히 구분하고 있으므로, 진지한 분위기의 비즈니스 상담 시 개인적인 질문이나 농담은 하지 않도록 한다.
- 친구 사이가 아닐 경우 결코 이름을 불러서는 안 된다. 독일 바이어의 성 앞에 Herr 또는 Frau(Mr./Ms.)를 붙이는 것이 예의이며, 직함이 있는 경우에는 Herr/Frau 뒤에 직함을 반드시 넣어주도록 한다.
- 모든 유럽 문화에서 그렇듯이 독일에서도 식사 예절을 매우 중시한다. 식사 때 트림을 하거나 씹는 소리를 크게 내지 않도록 주의한다.
- 방문 시 사전 예약이 필수적이다. 일요일에는 거의 대부분의 관공서 및 상점이 문을 열지 않기 때문에 주의를 요한다.

(자료: KBC 자체 조사)

카. 유용한 연락처

1) 독일 주재 한국 기관

기관명	주소	전화번호
프랑크푸르트 KBC	Mainzer Landstr. 27-31, 60329 Frankfurt a/M	069-2429920
뮌헨KBC	Tal 12, 80331 Muenchen	089-24242630
함부르크KBC	Ludwig-Erhard-Str.20, 20459 Hamburg	040-3405740
한국관광공사	Baseler Str. 35-37, 60329 Frankfurt	069-233226
대한항공	Airport Frankfurt, Bldg. 152, Room 4114	069-69764650
아시아나 항공	An der Hauptwache 2, 60313 Frankfurt	069-92101920

2) 한인 단체

기관명	전화번호	인터넷 주소
재독한국경제인협회	069-24299220	www.kobag.de
재독한인연합회	06171-923950	www.jaedokhanin.de
재독한인세계상공인 총연합회	0201-369187	www.hansang.de
교포신문	02064-97269	www.kyoposhinmun.de
우리신문	069-58707767	www.urishinmun.de

3) 콜택시

지역	전화번호
대표 번호(지역에 관계 없이)	22456
베를린	(030)-210101
프랑크푸르트	(069)-733030 / (069)-777732
뮌헨	(089)-21610 / (089)-19410
함부르크	(040)-44 10 11

4) 비즈니스 관련 현지 기관

기관명	전화번호	인터넷 주소
AUMA 박람회 위원회	030-240000	www.auma.de
BDI 독일공업협회	0221-370800	www.bdi-online.de
BGA 도매 및 무역업협회	0228-260040	www.bga.de
DGB 독일노조연맹	0221-43010	www.dgb.de
DIHT 독일상공회의소	0228-1040	www.diht.de
DIN 독일규격원	030-26010	www.din.de
Gesamttextil 섬유공업협회	06196-9660	www.gesamttextil.de
HDE 독일소매업협회	0221-9365502	www.einzelhandel.de
VDA 독일자동차공업협회	089-570070	www.vda.de
VDE 독일전기규격협회	069-630330	www.vde.de
VDMA 독일기계공업협회	069-66030	www.vdma.de
ZHD 독일수공업협회	0228-5450	www.zhd.de
ZVEI 독일전기전자공업협회	069-63020	www.zvei.de

5) 현지 은행(본사 연락처)

기관명	전화번호	인터넷 주소
Deutsche Bundesbank	069-95661	www.bundesbank.de
Hessische Landesbank	069-913201	www.helaba.de
Landesbank Stuttgart	0711-1240	www.igbank.de
Norddeutsche Landesbank Girozentrale	0511-3601	www.nlb.de
Westdeutsche Landesbank Girozentrale	0211-82601	www.wlb.de
Deutsche Genossenschaftsbank	069-744701	www.dgbank.de
Commerzbank AG	069-13621	www.commerzbank.de
Kreditanstalt fuer Wiederaufbau	069-74310	www.kfw.de

6) 비상 연락처

기관명	주소	전화번호
주독 대한민국 대사관	Stuelerstr. 8-10, 10787 Berlin	030-260650
주독일 대사관 본 분관	Mittelstr. 43, 53175 Bonn	0228-94379-0
프랑크푸르트 총영사관	Lyoner Str. 34, 60528 Frankfurt	069-9567520
함부르크 총영사관	Kaiser-Wilhelm-Str. 9 (3.OG), 20355 Hamburg	040-650-677-600
본 분관	Mittelstrasse 43, 53175 Bonn	0228-943790
외교통상부 영사콜센터	해외사건, 사고 신고 및 상담	00-800-2100-0404
독일 경찰서	응급 상황	110

자료: KBC 자체조사

타. 기타 유용한 정보

1) 주요 쇼핑 센터

독일은 쇼핑이 아주 발달한 지역은 아니나 대부분의 상점에서 영어가 통용되고 소액의 경우도 부가세 환급을 받을 수 있는 등 관광객이나 출장자들이 쇼핑하기에는 좋은 환경을 가지고 있다. 또한 대부분 교통이 편리하고 일부는 호텔과 직접 연결이 되는 등 단기 방문자들에게 추천할 만하다.

□ 함부르크

쇼핑 센터	주소	전화번호	영업 시간
Hanse Viertel (쇼핑센터)	Grosse Bleichen과 Poststrasse 사이	-	월- 토: 10:00~20:00 (이곳을 중심으로 여러 개의 Arkaden 쇼핑 센 터가 있음)
Alstertal- Einkaufszentrum	Heegbarg 31, 22391 Hamburg	040-6116770	월- 토: 10:00~20:00
Alsterhaus(백화점)	Jungfernstieg 16-20, 20354 Hamburg	040-359010	월- 토: 10:00~20:00

□ 원헨

쇼핑 센터	주소	전화번호	영업 시간
Fuenf Hoefe (쇼핑몰)	Theatinerstr., Maffeistr., Kardinal Faulhaber str. 와 Salvatorstr. 사이의 파사주와 호프	-	월- 토: 10:00~20:00
Schrannenhalle	Viktualienmakrt 15, 80331 Muenchen	089- 51818 18	연중24시간 열려있으나 내부 상점은 기타 상점 영업시간과 같음. (쇼핑 하면서 문화 이벤트를 즐길 수 있는 공간)
명품 거리	Maximilianstr.	-	월- 토: 10:00~20:00

□ 프랑크푸르트

쇼핑 센터	주소	전화번호	영업 시간
Galeria Kaufhof (백화점)	Zeil 116-126, 60313 Frankfurt/Main	069-21910	월 - 수: 9:30~20:00 목 - 토: 9:30~21:00
Zeilgalerie(패션)	Zeil 112-114, 603 13 Frankfurt/Main	069-9207340	월 - 토: 10:00~20:00
Karstadt	Zeil 90, 60313 Frankfurt/Main	069-92905-0	월 - 목: 10:00~20:00 금 - 토: 10:00~21:00
명품 거리	Goethestr	-	월- 토: 10:00~18:00

□ 베를린

쇼핑 센터	주소	전화번호	영업 시간
KADEWE 백화점 (Kaufhaus des Westens)	Taentzienstr. 21-24, 10789 Berlin	030-21210	월- 금: 10:00~20:00 토요일: 9:30~20:00 베를린에서 가장 고급스러운 백화점
Arkaden am Potsdamer Platz	Potsdamer Platz	-	월- 토: 10:00~20:00
B5 Designer Outlet Center	Alter Spandauer Weg 1, 14641 Wustermark (베를린 근교)	033234- 9040	월- 토: 10:00~19:00 12월24~31일: 10:00~14:00 Aigner, Alba Moda, Doce & Gabbana 등 각종 디자이너 아웃렛 매장)
Galeries Lafayette	Friedrichstr. 76-78 (Ecke Franzoesische Str.), 10117 Berlin	030-209480	월- 토: 10:00~20:00
명품 거리	Kuerfuerstendamm	-	월-토: 10:00~20:00

2) 특산물

□ 맥주와 와인

독일에는 약 1,364개의 맥주 양조장이 1) 있으며, 여기서 생산되는 맥주 상표는 5,000가지가 넘는다. 대부분 도시마다 도시를 대표하는 맥주가 있고, 알디 등 식품 디스카운터들이 OEM으로 생산하는 무명 브랜드 종류도 있다.

맥주뿐 아니라 독일에서 생산되는 화이트 와인 및 아이스 와인의 경우에는 세계 최상의 품질로 인정받고 있고, 특히 과거 에버바흐 수도원에서 생산되는 화이트 와인의 경우에는 영국 왕실에서 우선적으로 재고를 확보하려고 하였던 고품질의 와인으로 명성이 자자하다.

□ 소시지

독일에는 1,300종류가 넘는 소시지가 있다고 한다. 프랑크푸르트를 대표하는 Frankfurter Wurst, 뉘른베르크를 대표하는 Nuernberger 등과 같이 지역별로 특성 있는 소시지가 생산되고 있다.

□ 초콜릿과 젤리

스위스 못지 않게 Sarotto, Milka 등 독일 초콜릿도 명성을 얻고 있다. 또한 Gummibaerchen(곰 모양의 젤리)도 유명한데, Haribo 가 대표적인 브랜드이다.

□ 유명 브랜드

- Zwillinge(쌍둥이 칼), Fissler(압력 밥솥), WMF(스푼, 포크, 압력 밥솥 등) 그리고 Meissen(자기 그릇) 등은 세계적으로 알려진 부엌용품 제품의 독일 브랜드이다,
- 여성 의류 및 가방 브랜드로 Aigner, 남성의 경우 Boss 가 대표적이다. 이외에도 s'Oliver, Esprit, Mexx, Gery Weber 등 브랜드가 잘 알려져 있다.
- 가전 및 전자 제품으로 Bosch, Miele, Braun, Siemens 등이 세계적인 명성을 떨치고 있다.

(자료: KBC 자체조사)

파. 관광 명소

1) 개요

3개월까지는 비자가 따로 필요 없고 특별한 입국 절차도 없기 때문에 방문하기 편리하다.

다른 유럽 국가들처럼 아름다운 자연 환경 및 유적지 등을 중심으로 관광 코스가 개발되어 있으며 괴테 하우스 등 인물에 유래된 관광지도 볼 수 있다. 독일 관광청에서는 로맨틱 가도, 고성 가도 등의 가도를 광고하고 있는데 이는 각 지역별 특색이 뚜렷한 독일 특성에 맞게 관광객에게 테마 여행을 제공하려는 의도로 보인다. 옥토버 페스트 등 여러 축제도 유명하다.

2) 주요 관광 도시

- 베를린
 - 독일의 수도이다. 1894 년 건축된 네오 로마네스크 양식의 카이저 빌헬름 교회는 2 차 대전 시 파괴되어 폐허만 남은 채로 지금까지 보존되고 있으며, 도시 내 제국 의회 의 사당(Reichstag), 전승 기념탑, 6 월 17 일 거리, 샤를텐부르크 궁전 등도 구경할 만하다. 그 외 브란덴부르크 문, 쿠담 거리가 관광 명소이다.
 - 인근 포츠담 지역에는 체칠리엔호프 궁전과 상수시 궁전이 유명하다.

- 프랑크푸르트
 - 독일의 맨하튼이라 할 수 있는, 금융과 경제의 중심지이다. 시내 중심가에는 1749 년 괴테가 태어난 생가와 박물관이 위치하고 있으며, 19 세기 초 완성된 교회로 1948 년 독일의 1 회 의회를 개최한 파울교회가 역시 시내에 있다. 뢰머 광장에 자리잡은 구 시청 건물과 13 세기 건축되어 신성로마제국 대관식이 거행되던 카이저 돔 등이 관광 객들의 발길을 끌고 있다. 시내 중심 한가운데 자리잡은 중앙 위병 초소는 현재 식당으로 사용 중이다. 하이델베르크 성이 프랑크푸르트에서 1 시간 거리, 로렐라이가 1 시간 20 분 정도 거리로 하루 여행 코스가 가능하다.
- 함부르크
 - 베를린(347 만 명)에 이어 2 번째로 인구(171 만 명)가 많은 독일 제 2 의 도시이자 독일 최대 무역항이다. 주요 관광지로는 시청 청사, 성미하엘 교회, 알스터 호수가 있다. 시청 청사는 탑 높이가 112 미터나 되는 네오 르네상스식 대 건축물이며, 성 미하엘 교회는 18 세기 중반 건축된 바로크 풍의 교회로서 132 미터 전망대가 있다. 알스터 호수는 450 에이커의 인공호수로 Jungfernstieg 는 쇼핑, 비즈니스 중심지이다.
- 뮌헨
 - 독일 제 3 의 도시로서 맥주와 예술의 도시이다. 1488 년 완공된 프라우엔 교회는 높이 99m 의 탑 2 개가 있으며 뮌헨의 상징적 교회이다. 마리엔 광장과 신 시청은 금빛 성모상과 오전 11 시, 12 시에 움직이는 인형이 있는 Glockenspiel 시계로 유명하다. 베르사이유 궁전을 모방한 님펜부르크 성은 시내 서북쪽 5km 에 위치하며 바이에른가의 여름 궁전으로 사용되었다. 시청부근 Hofbraeuhaus(궁중 맥주 주조장)은 1,000 명 이상이 들어갈 수 있으며, 히틀러가 회동 장소로 이용했다는 술집으로도 유명하다.
- 하이델베르크
 - 관광 도시이자 교육 도시이다. 독일 낭만파 시인들이 사랑하던 도시로서 고딕 양식부터 바로크 양식까지 다양한 건물이 있는 하이델베르크 성에는 성 지하에 큰 포도주통과 약사 박물관(Apotheken-museum)이 관광 명소로 자리잡고 있다. 하이델베르크 대학은 독일에 서 가장 역사가 오래된 대학으로 3 만 명의 학생이 수업을 받고 있는데, 학생 감옥으로도 유명하다. 그 외 구 시가지의 Hauptstrasse 를 중심으로 한 성령 교회, 기사들의 집, 시청 등이 명소이다.
- 로텐부르크
 - 전형적인 관광도시로서 미국과 일본 관광객이 많아 여러 곳에서 영어를 비롯한 일본어로 되어있는 관광 설명서를 볼 수 있다. 로텐부르크는 전형적인 중세시대의 요지 도시로서, 도시 전체가 성벽 안에 쌓여있다. 로텐부르크는 크리스마스트리에 사용 되는 각종 수제 장식품만을 취급하는 전문점과 범죄박물관(Kriminal Museum)으로 유명하다.

3) 기타

- 라인강
 - 알프스 산지에서 발원하여 유럽에서 공업이 가장 발달한 지역을 관류하여, 북해로 흘러 든다. 본류는 스위스, 리히텐슈타인, 오스트리아, 독일, 프랑스, 네덜란드 등의 여러 나라를 거치며, 운하에 의해서 지중해, 흑해, 발트해 등과 연결된다. 그 중 독일을 흐르는 부분이 가장 길어, 독일의 상징이라고 한다.
 - 독일 빙겐 지방의 북서쪽 협곡 부분을 중부 라인이라고 하며, 특히 빙겐과 코블렌츠

와의 사이는 자연 풍경이 너무나 아름다운 곳으로, 계속 이어지는 고성(古城)과 포도 원을 비롯하여 하이네의 시로 유명한 로렐라이 바위 등 세계적으로 알려진 관광 코스 이다.

- 라인강은 이른바 국제 하천으로서 1868 년 항행의 자유가 선언되었고, 본류, 지류 연안의 벨기에, 네덜란드, 독일, 프랑스, 스위스의 선박이 자유롭게 통행할 수 있게 되어 교통량이 증대되고 있다.

○ 온천

- 비스바덴, 바덴바덴 등의 지역에서는 예로부터 온천이 발달되어 있다. 이전부터 온천의 의학적 효과를 연구하여 독일의 온천은 단순한 목욕이 아니라 종합적인 건강 관리를 위한 시설로 운영되고 있다.

○ 주요 축제 및 박람회

- 옥토버 페스트: 매년 9 월 셋째 토요일 정오에서 16 일간 뮌헨에서 개최되는 10 월 축제(Oktoberfest)에는 전세계 약 600 만 명 이상 인파가 몰려드는 유명한 축제이다.
- 라인강 불꽃 축제(Rhine in Flames): 5 월 첫 번째 주 토요일 본의 라인 강변에서 열린다. 지상뿐 아니라 선박에서도 불꽃을 쏘아 올려 장관을 연출한다.
- 뉘른베르크 록 축제(Rock am Ring): 1985 년 최초로 개최. 당초 1 회성 행사로 기획 되었으나 엄청난 인기로 인해 연중 행사가 되었다. 유럽에서 가장 큰 록 축제로 매년 수 만 명의 젊은이들이 간단한 식기 도구 등만을 가지고 이 행사를 보기 위해 몰려든다.

(자료: KBC 자체조사)

9. 주요 전시회 개최일정

1. AUTOMECHANIKA		
업종	자동차 제조업	
전시장소	프랑크푸르트	
설립연도	1971	
주기	2년에 한번	
일정	2010.09.14-2010.09.19	
전시주최자	Messe Frankfurt Exhibition GmbH Ludwig-Erhard-Anlage 1 60327 Frankfurt/Main Fon: +49-69-7575-0 · Fax: +49-69-7575-6433 info@messefrankfurt.com, www.messefrankfurt.com	
프로젝트팀 연락처	Fon: 069-7575-6340/-6120/-6225, Fax: 069-7575-5908 automechanika@messefrankfurt.com, www.automechanika.com	
전시 제품	구동기술, 제어기술, 정기서비스, 부품, 자동차 전자 제품, 특별 정비기기, 서비스업, 수리용구, 차체, 처분, 재활용, AS	
개장시간	매일 09:00-18:00	
입장료	티켓 종류	2008년 기준
	1일 티켓 미리 구입	21 유로
	1일 티켓 현지 구입	30 유로
	시즌 티켓 미리 구입	40 유로
	시즌 티켓 현지 구입	56 유로
	학생 할인	8 유로
전시 면적	271 821 m² (2008년 기준)	
전시업체 수	4475사(913 독일기업, 3562 해외기업: 2008년 기준)	
방문객 수	16만1269명 (2008년 기준)	

2. HANNOVER MESSE - INTERKAMA+, FACTORY AUTOMATION, INDUSTRIAL BUILDING AUTOMATION		
업종	컴퓨터 공학, 자동제조기술, 구동 및 제어기술, 전자, 전기	
전시장소	Hannover	
설립연도	1947	
주기	매년	
일정	2010.04.19 - 2010.04.23	
전시주최자	Deutsche Messe AG Messegelände 30521 Hannover Fon: +49-511-89-0, Fax: +49-511-89-32626 info@messe.de, www.messe.de	
프로젝트팀 연락처	Projektteam Fon: 0511-89-31140, Fax: 0511-89-32684 hannovermesse@messe.de, www.hannovermesse.de	
전시제품	산업 박람회 자동화, IT-Service, 전자부품, control system, 신호계, 정비, 서비스, 통신시스템, 센서, 측정 및 테스트기, 분석기술, 개폐기, 공학기술, 핸들링 공학, 로봇공학, 전기공학, 시험 공학, 조립공학, WLAN, 전기 모터, 건물자동화, 통신기술, 구동기술	
개장시간	업체, 개인 방문자 매일 09:00-18:00 시	
입장료	1일권	EUR 26,00,
	정기권	EUR 57,00
전시면적	약 11만 7000 m²	
전시업체 수	약 1200 사	
방문객 수	약 12만 5594인	

3. MEDICA - World forum for medicine		
업종	의학, 건강, 약학	
전시장소	Düsseldorf	
설립연도	1969	
주기	매년	
일정	18.11.2009 - 21.11.2009 / 17.11.2010 - 20.11.2010	
전시주최자	Messe Düsseldorf GmbH Messeplatz 40474 Düsseldorf Fon: +49-211-4560-01 Fax: +49-211-4560-668 info@messe-duesseldorf.de / www.messe-duesseldorf.de	
프로젝트팀 연락처	Projektteam Fon: 0211-4560-529 Fax: 0211-4560-87529 info@messe-duesseldorf.de www.compamed.de / www.medica.de	
전시제품	각종 의료기기 및 소모품, 약학 및 실험실 기기 등	
개장시간	매일 10:00-18:30 Uhr , 마지막 날 10:00-17:00 시	
입장료	1일권	EUR 29,00
	정기권	EUR 72,00
전시면적	255 700 m²	
전시업체 수	4831사	
방문객 수	13만 6871인	

4. Tendence		
업종	소비품, 선물용품, 가정용품, 가구, 인테리어, 사무실 가구 및 용품	
전시장소	Frankfurt	
설립연도	1948년	
주기	매년	
일정	03.07.2009 - 07.07.2009 02.07.2010 - 06.07.2010 / 01.07.2011 - 05.07.2011	
전시주최자	Messe Frankfurt Exhibition GmbH Ludwig-Erhard-Anlage 1, 60327 Frankfurt/Main Fon: +49-69-7575-0 · Fax: +49-69-7575-6433 info@messefrankfurt.com www.messefrankfurt.com	
프로젝트팀 연락처	Fon: 069-7575-6473, Fax: 069-7575-5770 (tendence) tendence@messefrankfurt.com www.tendence.messefrankfurt.com	
전시제품	주방용품(그릇, 테이블보), 가정용품, 등, 학용품, 세라믹 제품, 보석, 종이제품, 공예품, 장난감, 인테리어 제품, 정원용품, 가구, 유리제품, 유아용 가구 등	
개장시간	매일 09:00-18:00시, 마지막 날 17시 종료	
입장료	1일 티켓	26유로
	정기권	63유로
전시면적	24만 2100 m²	
전시업체 수	총 2879사	
방문객 수	총 6만 3241인	
5. IFA-COMSUMER ELECTRONICS UNLIMITED		
업종	오락제품, 라디오, 텔레비전, IT, 통신, 멀티미디어	
전시장소	Berlin	
설립연도	1924	
주기	매년	
일정	2009.09.04 - 2009.09.09	
전시주최자	○ 1. Messe Berlin GmbH Messedamm 22 14055 Berlin Fon: +49-30-3038-0 · Fax: +49-30-3038-2325 central@messe-berlin.de www.messe-berlin.de ○ 1. gfu - Gesellschaft für Unterhaltungs- und Kommunikationselektronik (gfu) mbh Lyoner Straße 9 60528 Frankfurt/Main Fon: +49-69-6302-289 · Fax: +49-69-631-4036 gfu@gfu.de, www.gfu.de	
프로젝트팀 연락처	○ Projektteam 1 Fon: 030-3038-2242, Fax: 030-3038-2059 ifa@messe-berlin.de, www.ifa-berlin.de ○ Projektteam 2 Fon: 069-6302-219, Fax: 069-63140-36 gfu@zvei.org, www.gfu.de	
전시제품	오락기기, 오디오, 비디오, 텔레비전, 케이블, 컴퓨터, 소프트웨어, 멀티미디어, 통신, 네트워크, 데이터통신, Online-Service, 데이터 보안, IT technique, 음향기기, 가정기기, 불박이식 부엌	
개장시간	업체 참가자	매일 08:00-18:00 Uhr
	개인	매일 10:00-18:00 시
입장료	1일권	14유로
전시면적	약 192000 m²	
전시업체 수	총 1245개사	
방문객 수	총 215000인	

자료: AUMA 및 KBC 자체 조사 정보 종합

10. 유관기관 웹사이트

가. 전시회

- AUMA (독일전시협회) : <http://www.auma.de/>
 - 박람회장, 전시장치업체, 전시대행업체에 관한 정보 등 독일에서 개최되는 각종 박람회 및 세계 주요박람회에 관한 정보를 검색 할 수 있다.

나. 경제전반

- BMWI(독일연방경제기술부) : <http://www.bmwi.de/>
 - 독일 경제정책, 기업, 에너지 정책, 통신, 교역, 전시회에 관한 정보를 광범위하게 취급하고 있는 사이트로서 영어 및 독일어 모두 검색 가능하다.
- German Trade and Invest(독일무역투자청) : <http://www.gtai.de/>
 - KOTRA 와 유사기관으로 해외 각국의 시장동향, 투자정보, 개발계획, 상거래 관습 등 수출 지원 파트와, 외국인 투자 지원을 하는 투자 파트로 구분된다.
- IHK(독일상공회의소) : <http://www.diht.de/>
 - 독일연방 상공회의소로서 82 개의 지방상공회의소의 중앙기관이다. 경기, 유로화, 교역, 회사, 세무 및 재무, 세계각국 박람회, 수출지원제도, 국제적 프로젝트에 관련된 정보를 광범위하게 입수할 수 있다.
- IFO 경제연구소 : <http://www.ifo.de/>
 - 경제연구소인 Institute for Economic Research 의 웹사이트로서 경기동향, 주요 경제이슈 등 동 경제연구소가 발간하는 주간 및 월간 각종 보고서를 검색할 수 있도록 되어 있다.

다. 노동

- DGB(독일노동조합) : <http://www.dgb.de/>
 - 독일 내 각 노조 연합체 웹사이트로서 근로자의 권리, 근로조건에 관한 각종 정보를 제공하고 있다.
- BDA(독일연방고용주협회) : <http://www.bda-online.de/>
 - 노동법, 임금, 노동시장, 사회보장제도, 회사 연금법, 인사정책, 직장 내 교육, EU 의 사회 보장법 등 고용주의 근로자 정책을 위 한 각종 정보가 수록되어 있다.

라. 금융

- Bundes Bank(독일연방은행) : <http://www.bundesbank.de/>
 - 독일연방은행 홈페이지에서는 유로화에 관한 정보, 주요경제지표 및 통계를 얻을 수 있는 유용한 사이트이다.

자료: 독일 각 기관별 홈페이지, KBC 자체 정보 종합