

# 2020 국별 진출전략

## 오스트리아



<b>I. 시장 평가 및 주요 이슈</b> .....	<b>3</b>
1. 개요 .....	3
가. 시장 전망 .....	3
나. 주요 경제지표 .....	3
2. 2020년 주요 이슈 및 전망 .....	4
가. 오스트리아, 산업 부문 디지털화에 주력 .....	4
나. 2020년 중 5G 서비스 상용화 예정 .....	4
다. 정치변동성 증가에 따른 정책 불안정성 .....	5
라. 입지경쟁력 강화를 위한 사회간접자본 인프라 투자 확대 .....	6
<b>II. 비즈니스 환경 분석</b> .....	<b>8</b>
1. 정치·경제·산업·정책 환경 .....	8
가. 정치 환경 .....	8
나. 경제 환경 .....	8
다. 산업 환경 .....	9
라. 정책·규제 환경 .....	11
2. 시장 분석 .....	13
가. 시장 특성 .....	13
나. 교역 .....	14
다. 투자 .....	17
3. 한국과의 경제 교류 및 주요 경험 의제 .....	19
가. 교역 .....	19
나. 투자 .....	21
다. 주요 경제협력 의제 .....	22
<b>III. 진출전략</b> .....	<b>24</b>
1. SWOT 분석 및 전략도출 .....	24
2. 주요 이슈·산업별 진출전략 .....	25
3. 한-오스트리아 경제협력을 통한 진출전략 .....	31
4. 진출 시 유의사항 .....	35
<b>첨 부</b>	
1. 수출유망품목(상품) .....	36
2. 수출유망품목(서비스) .....	41
3. 2020년도 KOTRA 주요 사업(잠정) .....	43
4. 2020년도 주요 정치·경제 일정 및 유망 전시회 캘린더 .....	45
<b>부 록</b>	
對오스트리아 K패키지(양국 간 상생협력방안) .....	46



# I. 시장 평가 및 주요 이슈

## 1 개요

### 가. 시장 전망

#### 2020년 오스트리아 경제, 2019년 대비 '하락' 전망

- 2020년 오스트리아 실질경제성장률 1.5% 예상
  - 2016년 이후 대외 부문(수출 시장의 본격 회복세)과 대내 부문(세계개혁으로 인한 개인 가처분 소득의 증가)의 쌍끌이 효과로 2017년, 2018년 연속으로 3% 가까운 성장세 기록
  - 2019년 경제성장률 예상치 1.7%, 2018년 대비 성장 폭 둔화 예상
  - 미-중 무역 분쟁 등 미국 트럼프 대통령발 주요 강대국들의 무역 분쟁, 불확실성이 증가하는 영국의 브렉시트 일정 등 '시장 불안요소'의 증가로, 2019년 들어 성장세 둔화가 뚜렷해진 가운데 2020년에는 이 같은 추세가 가속화될 전망

### 나. 주요 경제지표

주요 지표	단위	2014년	2015년	2016년	2017년	2018년	2019년	2020년
인구	백만 명	8.5	8.6	8.7	8.8	8.8	8.9	9.0
명목GDP	십억 달러	442.6	382.3	391.0	417.4	459.4	467.2	474.2
1인당 명목GDP	달러	46,922	47,467	48,067	50,031	52,225	52,516	53,304
실질성장률	%	0.8	1.1	2.0	2.6	2.7	1.7	1.5
실업률	%	5.6	5.7	6.0	5.5	4.9	4.6	4.6
소비자물가상승률	%	1.7	0.9	0.9	2.1	2.0	1.6	1.7
재정수지(GDP대비)	%	-2.7	-1.0	-1.6	-0.8	0.1	0.6	0.6
총수출	백만 달러	170,167	145,831	145,139	160,294	177,211	181,533	185,890
(對韓 수출)	"	1,344	1,177	1,092	1,615	1,810	1,448	1,593
총수입	"	172,570	148,094	150,123	166,626	183,910	188,140	192,655
(對韓 수입)	"	938	882	840	959	1,077	969	1,018
무역수지	백만 달러	-2,403	-2,263	-4,984	-6,332	-6,699	-6,607	-6,775
경상수지	"	10,151	7,014	8,524	10,215	11,237	12,307	13,055
환율(연평균)	현지국/US\$	0.7524	0.9009	0.9033	0.8857	0.8467	0.8929	0.9009
해외직접투자	억 달러	46	15	-82	111	76	50	60
외국인 직접투자	억 달러	-7	70	-20	106	-7	20	30

주 : 2019년은 추정치, 2020년은 전망치 기입

자료 : IMF, Statistic Austria, Wifo

## 2 2020년 주요 이슈 및 전망

- 전담 조직 설치 운영을 통해, 다양한 부문의 디지털화에 주력
- 2020년 중 5G 서비스 상용화 예정
- 조기 총선, 주의회 선거 등에 따른 정치 변동성 증가 예상
- 입지경쟁력 강화를 위해 사회간접자본 인프라 투자 확대

### 가. 오스트리아, 산업 부문 디지털화에 주력

#### 사회, 경제 등 다양한 영역에서의 '디지털화(Digitalization)' 주력

- 인터스트리 4.0 정책의 연장선상, 2018년 하반기부터 관련 정책 시행
  - 전담 정부 기관 설립하고, 관련 정책의 통일화 및 효율화 도모
  - 2019년 초, 연방정부 R&D 진흥기관(FFG) 산하 오스트리아 디지털 에이전시(DIA : Austrian Digital Agency, <https://www.digitalaustria.gv.at/>) 설립
  - 공공 부문, 민간 부문을 망라, 오스트리아 산업 및 사회 구조의 디지털화 관련 정책 및 프로젝트 담당
  - R&D 프로젝트 수립 및 지원, 특히 중소기업의 디지털화에 중점
    - \* 공공 부문 : 전자정부(eGovernment, [www.oesterreich.gv.at](http://www.oesterreich.gv.at)) 서비스 확대
    - \* 민간 부문 : 산업 자동화, 5G 등 IT·전자 부문의 관련 기술 개발
  - 4차 산업 부문, ICT 부문 등 포함 혁신기술 개발 및 R&D 활동 등에 주력하고 있기 때문에, 한국 업체들에게도 공동연구 및 개발 등 다양한 협력 가능성 존재

#### 우리기업을 위한 시사점

- 디지털화 정책 수행으로 IT·전자 부문에 다양한 R&D 및 기술개발, 인프라 투자 프로젝트 시행 예정 → IT 강국으로서의 한국 및 한국기업 인지도를 바탕으로 현지기업 또는 연구소와의 공동 협업, 공공 또는 민간 부문 디지털 관련 장비 및 솔루션 공급 등 시장 진출 기회 확대

### 나. 2020년 중 5G 서비스 상용화 예정

#### 2020년 여름 5G 서비스 상용화 목표

- 현재 오스트리아 이동통신 서비스는 LTE(4G) 서비스
  - LTE(4G) 서비스는 2010년부터 상용화 시작

- 5G 서비스는 현재 시범 지역 등에서 테스트 서비스 중
- 2020년 상반기 중 상용화 서비스 시작 예정으로, 관련 정책 및 투자 진행 중
- 오스트리아 5G 정책 방향을 담은 ‘5G Strategie’ : Oesterreichs Weg zum 5G-Vorreiter in Europa(5G 전략 : 유럽의 5G 선두주자가 되기 위한 오스트리아의 길)에 따르면, 2025년 말까지 전국 단위의 Giga bit/s 속도의 초고속 인터넷 인프라 구축 및 5G 서비스 상용화가 최종 목표
- 5G 인프라 구축으로 인한 직간접 투자 결과, 2030년까지 320억 유로의 국민총생산 및 3만 5천 명의 일자리가 추가로 창출될 것으로 예상
- o 2020년 초, 2차 주파수 경매 입찰 예정
  - 2019년 3월 7일 오스트리아 내 5G 3.4~3.8GHz 대역 주파수 경매 실시 : 총 입찰 금액 1억 8769만 유로, 오스트리아 3대 이동통신 사업자인 A1, T-Mobile(現 Magenta Telekom), Drei(3)가 전체 금액의 92.3% 차지
  - 2020년 초 주파수 거리가 긴 영역인 700MHz, 1.2GHz, 2.1GHz 주파수에 대한 경매 입찰 예정. 최소 3억 5천만 유로 이상의 입찰 금액 예상
  - 이 주파수의 사용이 가능해지는 2020년 상반기 중, 먼저 도심 지역 중심으로 5G 상용화가 본격화될 예정

**우리기업을 위한 시사점**

- o 5G 서비스 상용화에 따른 시장 진출 기회 → 공공 부문(기반 인프라) 및 민간 부문(이동통신 사업자들의 관련 장비) 및 솔루션, 콘텐츠, 부가서비스 등 직접 관련 시장, 5G 서비스를 이용한 사물인터넷(IoT), 기계 간 통신(M2M) 등 간접 관련 시장 등 한국의 IT 관련 기업의 시장 진출 확대 가능성 증대

## 다. 정치변동성 증가에 따른 정책 불안정성

### 조기 총선 실시 및 그에 따른 새 연립정부 구성

- o 2019년 9월 29일 조기 총선 이후 새 연립정부 구성에 따른 정책 변화 가능성
  - 2019년 5월 발생한 슈트라헤(당시 자유당 대표 및 부총리) 정치 스캔들 및 국민당-자유당 연정 붕괴, 이어진 내각 불신임안 통과에 따른 내각 총사퇴 및 임시 내각 구성 등의 결과로 2019년 9월 29일 조기 총선 실시
  - 새 연립정부 구성의 형태 및 성격에 따라, 다양한 정치적 변수 및 이에 따른 정책적 변동성 존재
- o 다수 정당의 연립정부 구성 필수
  - 조기 총선 결과, 국민당이 제1당 위치 사수

정당	국민당 (OeVP)	사회당 (SPOe)	자유당 (FPÖe)	녹색당 (Grüne)	네오 (NEOS)	에츠트 (Jetzt)
득표율(2019년)	37.5%	21.2%	16.2%	13.9%	8.1%	1.9%
2017년 대비 증감	+6.0	-5.7	-9.8	+10.1	+2.8	-2.5

자료 : 오스트리아 내무부

- 과반 의석 확보 정당이 없기 때문에, 정치 여건상 2개 혹은 3개 이상 정당의 연립정부 구성이 필수
- 국민당-자유당, 국민당-사회당, 국민당-녹색당-Neos 등 다양한 시나리오 가능
- 조기 총선 이후 2020년까지, 여러 주(州)의 주의회 선거 예정
  - 슈타이어막(2019년 11월 24일), 부르크렌란트(2020년 1월 26일), 빈(2020년 10월) 등, 총 3개 주 주의회 선거 예정
  - 특히, 수도 빈의 경우 25년이 넘는 기간 동안 빈 시장(주지사) 지위를 독점해 왔던 미카엘 헤이플(Michael Haeupl)의 정계 은퇴(2018년 5월 24일) 이후 치러지는 첫 선거이기 때문에, 사회당이 제1정당의 지위를 계속 지켜낼 수 있을지 여부에 큰 관심

#### 우리기업을 위한 시사점

- 환경 정당인 녹색당이 연립정부 참가 시, 친환경 신재생에너지 부문 정부 투자 확대 기대 → 정부의 직접 투자 및 관련 지원금, 인센티브 확대 등이 기대됨. 관련 한국 업체들의 시장 진출 기회 확대 예상

## 라. 입지경쟁력 강화를 위한 사회간접자본 인프라 투자 확대

### 사회간접자본 인프라 개선 및 확대를 위해 지속 투자 계획

- 디지털 산업부(BMDW, www.bmdw.gv.at) 주도, 5개 부문 인프라 개선을 위한 정책 추진
  - 국가 입지경쟁력 강화 목적, 에너지, 이동통신, 도로·터널, 항공, 관광 등 5개 부문
  - 에너지 : 2020년부터 2년 동안 총 20억 유로 정부 투자 예상. 수력, 풍력, 태양광 등 신재생 에너지 부문 투자 확대
  - 이동통신 : 2020년 중 5G 서비스 상용화를 위한 투자 확대
  - 도로·터널 : 환경 영향 및 물류 인프라 개선을 위한 대형 프로젝트 예정
  - 항공 : 빈 국제공항 확장 프로젝트 진행 중
  - 관광 : 스키 등 겨울 스포츠 관광 인프라 개선을 위한 프로젝트 예정
- 물류 인프라(도로, 철도 등) 부문, 가장 많은 규모 투자 예상
  - 물류 인프라 : 2018년 총 31억 유로의 관련 투자 수행. 2000년대 이후 연 25~35억 유로 규모의 지속적 투자 진행 중, 2019년 34억 유로 예상

- 철도 부문, 레일 및 역사 현대화에 20억 유로 투자
- 도로 부문, 신규 도로 및 터널 건설에 5억 유로, 기존 도로 및 터널 현대화에 5억 유로, 톨 (Toll) 시스템 개선 및 빅데이터 등에 1억 유로 투자
- 인프라 투자 확대를 통해, 외국인 투자유치 확대 효과도 기대

#### 우리기업을 위한 시사점

- 사회간접자본 인프라 확대에 따른 진출 가능성 증대 → 정부조달을 담당하는 연방조달 유한회사(BBG), 철도공사 (OeBB) 및 대형 건설업체(Asfinag, Strabag, Porr) 등 관련 프로젝트 수행기관 입찰 공고 모니터링을 통한 현지 프로젝트 참여 가능성 확대



## Ⅱ. 비즈니스 환경 분석

### 1 정치·경제·산업·정책 환경

- (정치) 오스트리아는 의원내각제 국가로 다수당의 당수가 총리로 내각 구성
- (경제) 2020년 실질경제성장률 1.5% 예상
- (산업) 서비스 산업의 비중이 높은 가운데 철강, 자동차, 기계 등에 강점
- (정책) 2020년 조세개혁 시행 예정. 개인 가처분소득 증대, 법인세 인하 등 경기 부양 노력

#### 가. 정치 환경

##### 오스트리아는 연방국가 형태

- 오스트리아는 9개의 자치주로 구성된 연방국가
  - 각 자치주는 각각의 독립적인 행정부, 의회를 구성
  - 정부 형태는 의원내각제로, 의회 민주제도를 기본으로 국민투표, 국민발의 및 대통령 직선제의 직접 민주주의 요소를 가미
  - 대통령은 헌법상 국가 원수로 국정을 조정하고 내각을 통제하는 지위에 있으나, 실제로는 상징적 지위만을 가짐
  - 총리는 행정부의 수반으로서, 실질적 행정권을 행사
- 오스트리아 의회는 상하원 양원제로 구성
  - 상원은 각 주의 인구 비례에 따라 각 주 의회에서 간접선거 방식으로 선출되며, 하원은 국민들의 직접선거에 의해 선출
  - 입법권과 국정감사권은 상하원이 각각 행사하나, 하원이 우월하여 실질적 권한을 지니고 있으며 내각 불신임권과 국정조사권 등은 하원이 보유

#### 나. 경제 환경

##### 2020년 실질경제성장률 1.5% 예상

- 2016년부터 회복 국면 돌입

- 2012년 이후 지속적으로 1%를 크게 밑도는 소폭 성장에 머문 가운데, 2016년부터 2%대 성장률을 기록하면서 회복 국면 돌입
- 2017년, 2018년 2% 중반대의 높은 성장률 실현
- 미-중 무역 분쟁의 지속, 브렉시트 등 대외 불안요소의 영향으로, 2019년에 이어 2020년에도 1%대 중반 성장률 전망

### 오스트리아의 실질경제성장률 전망

구 분	2017년	2018년	2019년(전망)	2020년(전망)
명목 GDP(억 유로)	3,511	3,606	3,667	3,722
1인당 GDP(유로)	41,117	42,227	42,945	43,589
실질 GDP 성장률(%)	2.6	2.7	1.7	1.5

자료 : 오스트리아 경제연구소(Wifo) 발행 『월간경제동향(Monatsberichte)』 7월호

### 주요 거시경제 통계

- 2020년, 주요 거시경제지표 2019년 대비 악화 전망
  - 세계경제 불확실성 증가 및 실적 악화 우려로, 설비투자 증가율, 가계소비 증가율, 물가 상승률 등 주요 대내 지표 2020년 악화 전망
  - 실업률은 4.6%로 2019년과 비슷한 수준 유지하면서, 최근의 감소 추세 마감 전망
  - 2019년 들어 증가율 폭 감소, 2020년에도 2% 중반대 증가율 예상
  - 수출 증가율은 2019년의 대폭 하락에 대한 반사 효과로, 2020년 전년 대비 소폭 증가 전망

### 오스트리아의 주요 거시경제지표 전망

(단위 : %)

구 분	2017년	2018년	2019년(전망)	2020년(전망)
설비투자 증가율	3.9	3.4	2.3	1.6
가계소비 증가율	1.4	1.6	1.7	1.6
실업률	5.5	4.9	4.6	4.6
물가상승률	2.1	2.0	1.6	1.7
재정수지(GDP 대비)	-0.8	0.1	0.6	0.6
수출 증가율	4.7	4.4	2.4	2.7

자료 : 오스트리아 경제연구소(Wifo) 발행 『월간경제동향(Monatsberichte)』 8월호

## 다. 산업 환경

### 오스트리아 산업구조

- 서비스 부문이 산업의 근간 형성
  - 2018년 말 기준 산업별 GDP 비율은, 도소매, 금융·보험, 부동산 등 서비스업이 70.3%, 에너지, 건설 및 제조업 등의 2차 산업이 28.4%, 농·임업 등 1차 산업이 1.3%로 구성

- 작은 국내 시장규모, 높은 인건비 수준 등의 이유로, 소비재 가전 등 경공업 분야의 비중은 매우 작지만 철강·자동차부품 등의 산업은 매우 강함

산업분야별 GDP에서 지하는 비중

(단위 : %)

구분	2016년	2017년	2018년
1차 산업	1.2	1.2	1.3
농·임업	1.2	1.2	1.3
2차 산업	27.8	28.4	28.4
광업·제조업	18.6	18.9	18.9
에너지·상수도	2.8	3.0	3.1
건설업	6.4	6.5	6.4
3차 산업	71.0	70.4	70.3
도소매 유통	12.2	12.2	11.9
교통	5.7	5.5	5.5
숙박업	5.4	5.3	5.4
IT·통신업	3.5	3.5	3.5
금융·보험업	4.3	4.1	4.0
부동산업	9.9	9.9	10.0
기타 서비스업	9.6	9.6	9.9
공공 부문	5.2	5.0	5.0
교육·건강·복지	12.5	12.3	12.3
기타	2.8	2.8	2.7

자료 : 오스트리아 통계청

### 자동차·자동차부품 산업

- 제조업 중 철강 산업과 더불어, 오스트리아 수출의 양대 부문
  - 자동차 산업 규모(국내 생산 기준)는, 2018년 기준 전년 대비 소폭 증가한 261억 유로 규모
  - A/S용 자동차부품 및 액세서리 부문, 2000년대 중반 이후 연평균 10% 내외의 꾸준한 성장세 시현
- 2014년 3월 1일부터 승용차 구입 시 新NoVA(환경 부담금) 적용
  - CO<sub>2</sub> 배출이 적은 소형차 및 친환경 차량의 경우, 납부금액 감소 효과
  - 주력 모델 중 중소형차 비중이 높은 한국업체들에게 유리한 시장 환경

### 환경 산업(신재생에너지)

- 친환경 신재생에너지 부문이 높은 비중을 차지
  - 2018년 기준, 신재생에너지는 전체 에너지 생산량의 34.5% 비중

- 전력 부문 비중은 70%로, 매우 중요한 위상
- 발전차액 지원제도(Feed-in Tariffs) 등 정부 정책이 성장세에 큰 역할
  - 신재생에너지 생산비용과 시장가격 간 차이를 보전해 주는 제도로, 지원단가는 매년 녹색전력 규정(Green Electricity Regulation)에 따라 조정

### 철강·금속 산업

- 전통적으로 철강·금속 산업이 발달
  - 특수강, 산업용 특히 자동차 산업에 사용되는 철강 부문에 강점
  - 시장규모, 2018년 기준 총 295억 유로(국내 생산액 기준)
- 현지 시장가격 안정으로, 신규 거래처 제품 취급 기피 경향
  - 아시아권 국가들 제품의 경우, 최소 2개월 이상의 배송기간의 이유로, 유럽 내 현지 판매법인 또는 물류창고를 운영 중인 업체를 선호

### 의료장비 산업

- 잘 완비된 공공 의료 시스템을 바탕으로 안정적 시장규모 형성
  - 노인 인구 증가, 건강 및 웰빙에 대한 관심 증가 등으로, 1인당 의료비 지출 증가세 지속 예상
- 병원 엔지니어링 부문에 강점
  - VAMED가 대표 업체로, 관련 대형 프로젝트에 납품되는 장비 및 소모품 부문 성장세 전망
  - 오스트리아 국내 소비뿐 아니라, 인근 동유럽 국가들에의 중개무역을 위한 수입 시장 활성화

## 라. 정책·규제 환경

### 새 정부 구성과 함께, 2020년 세제개혁 예정

- 내수 진작, 기업 활동 활성화 목적
  - 2020년 시행을 목표로 여러 부문의 세제개혁안이 2019년 중 잠정 확정되었으나, 연정 붕괴 및 내각 총사퇴, 이에 따른 조기 총선 실시 등으로 그 시행이 불확실해진 상황
  - 조기 총선 이후 구성될 새 정부의 내용 및 참여 정당에 따라 그 내용이 소폭 변경될 가능성 존재
  - 주요 골자는, 소득세 개혁을 통한 개인 가처분소득의 증가(내수 활성화), 법인세율 인하(기업 활동 활성화) 등
  - 잠정 확정된 세제개혁안의 주요 내용
    - ① 법인세율 인하 : 25%(현행) → 23%(2022년) → 21%(2023년)

- ② 일괄 과세(별도의 세금 신고 없이 과세) 대상 사업자, 연 매출 3만 유로로 확대
- ③ 영세업자들의 노동회의소(Arbeitskammer) 회비 납부 의무 면제
- ④ 디지털세(Digital Tax) 도입
- ⑤ 개인 소득세율 인하 : 현재 6단계로 되어 있는 소득세율 과표 구간 조정 및 각 구간별 세율 인하

### 2020년부터 비닐 쇼핑백 사용 규제

- EU의 플라스틱 제품 규제 정책의 일환
  - 2020년 1월 1일부터, 오스트리아의 모든 소매유통 매장에서 비닐 쇼핑백의 유통이 금지됨
  - 2018년 12월 국회를 통과한 관련법에 따른 것으로, 2018년 10월 24일 유럽의회가 채택했던 'EU 내 플라스틱 제품 규제' 법안의 일환
  - 이탈리아(2011년 1월 1일), 프랑스(2016년 1월 1일)에 이어, EU 내에서 비닐 쇼핑백의 유통을 금지하는 세 번째 국가

### 한-EU FTA 발효 중

- 2011년 7월부터 시행되고 있으며, 주요 통상·경제 정책의 경우 EU 정책 및 규제들을 적극적으로 시행

## 2 시장 분석

- 작은 시장규모에도 불구하고 높은 구매력을 지닌 중부 유럽 중심 국가
- 2015년부터 대외 수출부문 회복세 본격화로 경제성장 견인
- 자동차, 자동차부품, 의약품, 기계 등이 주요 교역품목
- 한국과의 교역규모는 2017년, 2018년 회복하는 모습을 보였으나, 세계 경기의 둔화 추세와 맞물려 2019년 들어 큰 폭으로 감소

### 가. 시장 특성

#### 중부 유럽의 중심 국가

- 높은 소득수준, 낮은 저축률 등 이유로 상대적으로 높은 구매력 보유
  - 예술과 학문이 고도로 발달하고 높은 생활수준 유지
  - 잘 갖춰진 사회보장제도에 따른 노후 생활 보장으로, 저축보다는 소비 성향이 높은 편
- 유통 부문에서는, 신규업자의 시장 진출이 매우 어려운 환경
  - 작은 시장규모로 인해, 특정 품목의 유통경로 및 조직이 독점적으로 운영되는 경우가 많음
  - 전통적으로 중소기업의 수입상이 주류를 이루어 왔으나, 1995년 EU 가입 이후 타국의 대형 유통업체의 진출로 중소 수입업자들이 몰락하는 추세
    - \* 식생활용품, 의류, 신발, DIY, 가구 등 대부분의 부문에서 상위 5개 업체들의 시장점유율 합계가 70% 이상
  - 특히, 독일계 유통업체의 진출이 빠르게 진행
    - \* 오스트리아 최대의 슈퍼마켓 체인점이었던 'Billa'를 비롯한 대부분의 식생활용품 소매유통 매장 체인점이 독일계 기업에 흡수
- 동유럽에 대한 전초기지의 역할 수행
  - 지정학적으로 중유럽의 교차점에 위치
  - 과거부터 서구와 동구를 잇는 중개교역지로서 특성 및 역할을 수행해 왔으며, 풍부한 대(對) 동구 교역의 노하우 및 금융기법 등 보유
  - 동구 개혁 이후 오스트리아 제조업체들은 저임금 가공생산 기지로서 동구 국가를 활용하는 데 주력하는 한편, 고부가가치 기술집약형 산업은 오스트리아 내에 구축하는 등 산업 재배치를 점진적으로 진행 중

## 나. 교역

### 오스트리아 대외 교역규모, 2015년부터 회복 양상 지속

- 2010년대 들어 정체 추세 지속. 2015년부터 회복 국면 돌입
  - 대외 교역규모 2000년대 후반까지 매년 꾸준한 증가세 시현
  - 유럽 재정위기의 영향 및 내수경기의 지속적 부진 등이 맞물려 2011년 이후 정체 추세 지속하다가, 2015년부터 회복 국면 돌입
  - 연 수출입 1,300~1,500억 유로 규모로, 수출 대비 수입규모가 많기 때문에 대외 무역수지는 적자 기록
  - 2019년 상반기 6개월, 전년 동기 대비 수입 2.1%, 수출 3.3% 증가

#### 오스트리아의 연도별 수출입 실적

(단위 : 백만 유로, %)

연 도	수 출		수 입		무역수지
	금 액	증가율	금 액	증가율	
2015	131,538	2.7	134,023	2.8	-2,485
2016	131,125	-0.3	135,667	1.6	-4,542
2017	141,940	8.2	147,542	8.8	-5,603
2018	150,071	5.7	156,056	5.5	-5,985
2019.1~6)	77,597	3.3*	79,688	2.1*	-1,308

주 : 전년(동기) 대비 증가율

자료 : 오스트리아 통계청

### 수입

- 오스트리아 수입 부문, 2015년 증가세 전환에 성공
  - 2000년대 후반까지는 매년 꾸준한 증가세. 대외 요인의 영향으로 2011년 이후 정체세 지속되다 2015년부터 다시 증가세 전환에 성공
  - 독일(34.6%)을 비롯한 서유럽 국가들로부터 수입이 전통적으로 높은 비중 차지. 2000년대 들어 동유럽 및 아시아권 국가들로부터 수입 빠르게 증가
  - 한국은 수입 시장 점유율 0.5%로 28위 차지. 경쟁국 중국(6.0%)은 3위, 일본(1.5%)은 14위

#### 오스트리아 주요 수입국

(단위 : 백만 유로, %)

순위	품 목	연 도				증가율(%)*
		2017년	2018년	2019년 6월	점유율	
1	독일	53,877	55,332	27,569	34.6	-0.20
2	이탈리아	8,971	9,922	5,111	6.4	4.75
3	중국	8,441	9,107	4,739	6.0	11.14
4	미국	5,768	5,964	3,578	4.5	3.15
5	체코	6,334	6,771	3,366	4.2	1.21
	총계	147,542	156,056	79,688	100.0	2.07

주 : 전년 동기 대비

자료 : Eurostat

- 승용차 및 자동차부품, 석유 및 의약품, 호르몬 등이 주요 수입품목
  - 수입 Top 5 제품은 거의 고정. 연도별로 순위 변동만 발생
  - 한국산 제품은 전기자동차(2위), 인쇄회로(4위), 차량용 배터리(6위), 초음파 영상진단기(9위), LED 모듈(14위), 자동차부품(16위) 등에서 강세

### 오스트리아 주요 수입품목

(단위 : 백만 유로, %)

순위	품 목	연 도			증가율(%)*
		2017년	2018년	2019년 6월	2019년/2018년
1	승용차	8,687	8,284	4,540	-0.05
2	자동차부품	4,489	5,349	2,933	11.04
3	석유·역청유(원유에 한함)	2,697	3,838	1,932	9.32
4	석유·역청유(원유 제외)	3,293	3,761	1,796	2.12
5	의약품	2,759	3,095	1,594	6.09
총계		147,542	156,056	79,688	2.07

주 : 전년 동기 대비  
자료 : Eurostat

### 수출

- 오스트리아 수출 부문, 2017년 이후 본격 회복세
  - 2012년부터 정체 추세가 이어졌으나, 세계경기 회복세에 힘입어 2017년 전년 대비 8.2% 증가한 실적을 기록하면서 본격 회복세 돌입
  - 독일(29.3%)을 비롯한 서유럽 국가들로의 수출이 높은 비중 차지
  - 2000년대 들어 동유럽 국가들로 수출 비중이 빠르게 증가. 2010년대 중반 이후 정치권의 노력으로 중동 및 아시아 지역으로의 수출 시장 다변화 전략 적극 추진 중
  - 한국은 수출 시장 점유율 0.7%로 23위 차지. 다른 아시아 주요 국가들인 중국(2.8%)은 10위, 일본(1.0%)은 19위

### 오스트리아 주요 수출국

(단위 : 백만 유로, %)

순위	품 목	연 도				증가율(%)*
		2017년	2018년	2019년 6월	점유율	2019년/2018년
1	독일	42,206	45,049	22,756	29.3	0.12
2	미국	9,387	10,592	5,092	6.6	2.84
3	이탈리아	8,852	9,643	4,960	6.4	0.49
4	스위스	6,915	7,005	3,759	4.8	7.11
5	프랑스	6,873	6,378	3,653	4.7	7.75
총계		141,940	150,071	77,597	100.0	3.34

주 : 전년 동기 대비  
자료 : Eurostat

- 승용차 및 자동차부품, 의약품, 호르몬·혈청, 엔진 등이 주요 수출품목
  - 우수한 1, 2차 벤더 영향으로, 자동차 산업 관련 수출 전통적으로 강세
  - 글로벌 제약업체들의 오스트리아 현지법인 영향으로, 2009년 이후 의약품, 피·면역혈청 등이 주요 수출품목으로 자리잡음

## 오스트리아 주요 수출품목

(단위 : 백만 유로, %)

순위	품 목	연 도			증가율(%)*
		2017년	2018년	2019년 6월	2019년 / 2018년
1	승용차	5,289	7,080	4,346	22.50
2	의약품	4,680	4,558	2,471	8.79
3	자동차부품	4,448	4,552	2,231	-7.75
4	피·면역혈청	2,788	3,232	1,977	20.22
5	물	1,942	2,141	1,192	11.09
총계		141,940	150,071	77,597	3.34

주 : 전년 동기 대비

자료 : Eurostat

## ○ 한국기업 사례

## 수출 성공사례 : 자동차 사이드미러용 센서 P사(오스트리아 수출)

- 자동차 사이드미러 조절장치용 센서를 생산하는 업체로, 2013년 첫 거래 성사 이후 2017년 400만 유로, 2018년 600만 유로의 관련 제품을 오스트리아 완성차 조립업체인 M사에 납품
- 오스트리아의 대(對)한국 관련제품 수입은 2010년대 들어 지속 증가세(World Trade Atlas 통계치)
- 제품의 비교우위 : 기존 오스트리아 공급업체 대비 우수한 가격경쟁력
  - 품질 및 기능에서 기존 제품과 차이가 없는 가운데, 우수한 가격경쟁력으로 납품에 성공

HS코드(6단위)	세부품목	대한(對韓) 수입증가율(2018년)	대한(對韓) 수입증가율(2019년 3월)
8533.40	기타 가변저항기	12.8%	40.6%

## • 마케팅 톨

필수 인증	CE
성약 소요기간	12개월, 2016년 5월(지사화 가입)
바이어 발굴경로	<input type="checkbox"/> Telemarketing <input checked="" type="checkbox"/> 전시회 <input type="checkbox"/> Sales Rep. <input type="checkbox"/> PR agent <input type="checkbox"/> 기타(온라인서치)
바이어 D/B	compnet, wer liefert was
유망 전시회	AutoZum(오스트리아 최대의 자동차부품 전시회, 격년제, 홀수년 1월 말 개최)

- 무역관 담당자가 말하는 유의사항 : (장기간에 걸친 기술 협력) 기술적 사양 및 적용이 중요시되는 자동차용 부품의 특성상, 첫 거래 성사부터 최초 납품까지 1년이 넘는 시간 동안 지속적인 기술 협력 및 제품 보완에 주력 (현지화 전략) 고객의 요구조건 및 기술적 보완점 등에 신속하게 대응하기 위해 지사화 가입 및 뒤이은 현지법인 설립 등 적극적인 현지화 전략 추진

## 다. 투자

### 큰 폭의 증가와 감소 반복 형태

- 오스트리아의 외국인 순투자유치액, 2018년 64억 5,400만 유로
  - 오스트리아의 외국인 투자유치 규모는, 일정한 지속성 없이 당해 연도 상황에 따라 큰 폭의 증가와 감소 반복 양상
  - 독일기업이 가장 큰 비중 차지. 2010년대 이후 중동부 유럽 국가들로부터 투자 빠르게 증가
  - 지역본부 또는 R&D 센터 등의 투자 비중이 높음
  - 업종별로는, 전문직 서비스(54.1%), 금융·보험업(14.9%), 유통업(11.7%) 등 서비스 부문 투자 유입이 전체의 80% 이상 차지

연도별 외국인 직접투자 금액(Inward FDI)

(단위 : 백만 유로, %)

구 분	2014년	2015년	2016년	2017년	2018년
금액	3,450	1,341	-7,386	9,843	6,454
증가율	-19.9	-61.1	-650.8	-	-34.4

자료 : 오스트리아 중앙은행

- 한국기업 진출 현황
  - 삼성, LG, 기아 등 대기업 판매법인 중심 진출
  - 항공 및 육상물류 인프라가 잘 발달한 오스트리아의 특성 이용, 한국 물류업체들의 진출 활발

오스트리아 진출 주요 한국기업 현황

회 사 명	진출 연도	투자형태	법인장(지점장)
삼성전자	1988	판매법인	김성한
LG전자	1987	판매법인	우찬윤
기아자동차	2002	판매법인	김종우
금호타이어	2003	지점	이성용
대한항공(여객 및 화물)	2004	지점	김남준
아시아나항공(화물)	2004	지점	임병찬
현대글로벌비스	2011	지점	송일권
우진플라임	2014	R&D 법인	Morwitzer Dietmar
삼성 SDI Battery Systems	2015	현지법인	오세중
포스텍전자	2016	판매법인	구본철
미원	2014	R&D 법인	Awad Rami
삼성 SDS	2017	판매법인	이준석
하나로TNS	2007	판매법인	제 영
KCP	2018	판매법인	안일규
Justy's Adventure	2018	판매법인	조현재

한국타이어	2019	판매법인	장수원
LG(ZKW)	2018	현지법인	박경렬
CJ 대한통운	2019	지점	강진우

자료 : KOTRA 빈무역관 자체 조사

○ 경쟁국 투자진출 동향

- 중국기업, 서구 및 일본기업 대비 상대적으로 낮은 인지도 때문에 현지 판매법인 설립 저조
- 현지기업 인수를 통한 진출 선호, 기계 등 제조업 부문 중심
- 일본기업, 높은 인지도를 바탕으로 한 현지 판매법인 설립이 대부분

**중국기업의 오스트리아 주요 업체 인수 현황**

중국 업체	오스트리아 업체	업종	연도
XAC	FACC	항공기 부품	2009
Wolong	ATB(Austria Antriebstechnik)	기계	2011
투자 펀드(익명)	Rosenberger	서비스(고속도로 휴게소 체인)	2013
Hutchison 그룹(홍콩, Drei)	Orange	이동통신 사업자	2013

자료 : KOTRA 빈무역관 자체 조사

 **투자환경**

- 거의 전 산업 분야(99.7%)에 걸쳐, 외국인 투자가 개방
  - 금지 대상 부문은 환경오염 산업, 국가 독점사업 등 극히 일부분
  - 모든 면에서 국내 기업과 동일한 대우. 외투 기업만의 특혜 無
- 오스트리아의 투자임지로서 장단점

장 점	단 점
<ul style="list-style-type: none"> <li>- 정치적, 경제적, 사회적 안정성</li> <li>- 교통, 통신 등 우수한 제반 인프라</li> <li>- 서구 및 동구 시장에 접근 용이성</li> <li>- 안정된 노사 관계와 높은 생산성</li> <li>- 역사적 배경을 바탕으로 한, 중개무역지로서의 강점</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 높은 임금수준과 임금 부대비용</li> <li>- 인근 동유럽 국가들 대비 상대적으로 높은 법인세율(25%)</li> <li>- 회사 설립 및 운영 관련, 상대적으로 복잡하고 많은 행정절차</li> </ul>

### 3 한국과의 경제 교류 및 주요 경험 의제

#### 가. 교역

##### 한-오 교역 동향 및 전망

- 양국 간 교역규모 25~30억 달러
  - 2017년 교역규모 증가세 전환 성공. 2018년 양국 간 교역규모 28억 8,700만 달러를 넘어서면서, 30억 달러 돌파에 대한 기대감 증폭
  - 2019년, 전반적인 세계 경기의 둔화세와 맞물려 수출입 모두 전년 대비 크게 감소한 실적을 기록. 2019년 7월, 한-오 양국 간 교역규모는 13억 1,150만 달러로 전년 동기 대비 27.2% 크게 감소
  - 양국 교역 동향에 뚜렷한 반전 요소가 보이지 않는 가운데, 2020년에도 양국 간 교역규모 감소 추세는 지속될 가능성이 높은 상황
  - 한국의 주력 수출부문과 연관된 자동차부품, 고부가가치 정밀기계(반도체 제조용 장비, 사출 기계 등) 등의 수입으로, 한-오 간 교역은 항상 무역수지 적자 기록

한국의 대(對)오스트리아 무역통계 총괄표

(단위 : 백만 달러, %)

구분	수출		수입		수지
	금액	증가율	금액	증가율	금액
2015	882.3	-5.9	1,176.7	-12.5	-294.4
2016	840.0	-4.8	1,091.9	-7.2	-251.8
2017	959.4	14.2	1,615.1	47.9	-655.7
2018	1,077.2	12.3	1,810.2	12.1	-733.0
2019.7	482.1	-19.7*	829.4	-30.9*	-347.4

주 : MTI 4단위 기준, 전년 동기 대비

자료 : KOTIS(www.kita.net)

- 주요 수출입 품목
  - 주요 수출품목 : 반도체, 전산기록매체, 승용차, 전기자동차, 자동차부품, 의료용 전자기기, 인쇄회로, 축전지 등
  - 주요 수입품목 : 승용차, 엔진, 자동차부품, 의약품, 가축육류, 비스코스 섬유, 계측기, 선박용 엔진 및 부품 등

## 대(對)오스트리아 수출

- 대(對)오스트리아 수출 규모 8~10억 달러
  - 2010년대 들어 감소세 지속. 2017년, 2018년 두 자릿수 증가세 기록
  - 2019년 7월, 한국의 대(對)오스트리아 수출실적은 전년 동기 대비 크게(19.7%) 감소한 4억 8,206만 달러 기록

### 대(對)오스트리아 주요 수출품목

(단위 : 백만 달러, %)

순위	품목명	2018년		2019년 7월	
		금액	증가율	금액	증가율*
1	집적회로반도체	211.8	-12.6	83.7	-28.3
2	전산기록매체	61.9	284.9	70.3	458.9
3	승용차	91.7	13.7	54.9	2.8
4	전기자동차	32.7	75.5	33.6	187.7
5	자동차부품	97.1	-4.6	29.2	-46.7
6	의료용 전자기기	40.6	8.1	22.1	-8.4
7	인쇄회로	24.8	-8.5	13.9	-3.9
8	배전부분품	13.7	1,456.7	12.7	198.7
9	축전지	88.7	27.2	12.1	-81.9
10	레이더 및 항행용 무선기기	58.7	48.2	9.1	-69.8
총계		1,077.2	12.3	482.1	-19.7

주 : MTI 4단위 기준, 전년 동기 대비

자료 : KOTIS(www.kita.net)

- 세부품목별 동향
  - 집적회로반도체, 자동차부품, 인쇄회로 등은 수출 감소세 지속
  - 전산기록매체, 승용차, 전기자동차, 배전부분품 등은 수출 증가세 지속
  - 의료용 전자기기, 축전지, 레이더 및 항행용 무선기기 등은 2019년 수출 감소세로 전환
  - SUV, 전기자동차 등에 대한 소비자 수요 증가로, 직접 한국에서 생산 공급되는 관련 제품의 수출 물량 확대 기대. 특히, 전기자동차 제품의 경우, 2018년 하반기부터 큰 폭의 수출 증가세 기록
  - 집적회로반도체, 보조기억장치의 경우, 동유럽 지역 삼성전자 협력업체 수요분이 대부분. 자동차 부품의 상당 물량은, 슬로바키아 기아자동차, 체코 현대자동차 현지 협력업체 수요분
  - 축전지 제품의 경우, 오스트리아 시장 선두업체인 Banner社에 OEM 방식 공급 물량

## 대(對)오스트리아 수입

- 대(對)오스트리아 수입규모 11~18억 달러

- 2000년대 이후 꾸준한 증가세. 2010년대 중반 감소세로 전환했으나, 2017년 큰 폭(47.9%)의 증가세 시현 이후 2018년에도 증가세 지속
- 2019년 7월, 한국의 대(對)오스트리아 수입실적은 전년 동기 대비 크게(30.9%) 감소한 8억 2,944만 달러 기록

### 대(對)오스트리아 주요 수입품목

(단위 : 백만 달러, %)

순위	품목명	2018년		2019년 7월	
		금액	증가율	금액	증가율*
1	승용차	504.5	30.2	140.6	-67.8
2	원동기(가솔린 엔진)	34.0	32.0	69.2	160.3
3	자동차부품	77.0	-17.3	37.3	-18.1
4	의약품	85.0	48.1	35.3	-16.4
5	가축육류	59.5	-9.9	30.1	-10.4
6	비스코스 섬유	31.6	-16.1	18.7	0.8
7	철도 차량	23.4	-	16.6	799.7
8	운반하역기계	41.6	430.1	16.5	12.8
9	계측기	28.6	-41.8	15.3	-19.2
10	선박용 엔진 및 부품	25.1	-1.2	15.2	4.0
총계		1,810.2	12.1	829.4	-30.9

주 : MTI 4단위 기준, 전년 동기 대비

자료 : KOTIS(www.kita.net)

#### ○ 세부품목별 동향

- 그동안 수입 시장을 주도했던 승용차 제품의 수입이 2019년 들어 전년 동기 대비 크게 (-67.8%) 감소
- 자동차부품, 가축육류, 계측기 등은 수입 감소세 지속
- 원동기(가솔린 엔진), 운반하역기계 등은 수입 증가세 지속
- 비스코스 섬유, 선박용 엔진 및 부품 등은, 2019년 수입 증가세로 전환
- 승용차의 경우, 오스트리아 완성차 조립업체인 Magna Steyr의 BMW(Z4, 5 Series), 벤츠 G-Class의 수입 물량이 대부분
- 자동차부품의 경우, 한국에 합작 법인을 설립 운영 중인 마그나 파워트레인 등 주요 Tier 1 업체들의 한국 수출실적이 대부분

## 나. 투자

### 한-오 투자 동향

#### ○ 오스트리아의 대한(對韓) 투자 동향

- 오스트리아의 대한(對韓) 투자, 2019년 6월 기준 총 131건, 2억 4,950만 달러

- 한국 및 동아시아 진출을 겨냥하거나, 한국 소재 대기업 납품 목적의 제조업 그린필드 투자가 주종
- 2018년 하반기, 오스트리아의 글로벌 화학 기업인 Borealis가 한국의 관련 제품 생산업체인 DYM Solution을 인수합병하면서 대규모의 투자신고 발생

### 최근 오스트리아의 대한(對韓) 투자금액

(단위 : 백만 달러, 건)

구 분	2015년	2016년	2017년	2018년	2019년 6월
대한(對韓) 투자금액(신고금액)	3.9	1.5	8.3	49.7	0.2
투자신고건수	7	6	5	4	2

자료 : 산업통상자원부

#### ○ 한국의 대(對)오스트리아 투자 동향

- 한국의 대(對)오스트리아 투자, 2019년 3월 기준 총 119건, 15억 9,400만 달러
- 물류기업, 요식업, 판매법인 등 소규모 투자 중심, 2012년, 2013년 연속 극히 부진한 실적 기록
- 2014년 472만 달러를 기록하면서 회복세 전환 이후, 2015년 삼성 SDI의 현지 업체 인수로 인해 2015년, 2017년 대규모 투자실적 발생
- 2018년, LG전자가 오스트리아의 글로벌 차량용 조명업체인 ZKW를 인수(13억 4,000만 달러) 하면서 큰 규모의 투자실적 발생

### 최근 한국의 대(對)오스트리아 투자금액

(단위 : 백만 달러, 건)

구 분	2015년	2016년	2017년	2018년	2019년 3월
대(對)오스트리아 투자금액(신고금액)	77.8	5.9	48.8	1,337.7	4
투자신고건수	7	8	5	15	1

자료 : 한국수출입은행(www.koreaexim.go.kr), 신고 기준

#### 투자진출 성공사례 : 사출성형기 생산기업 W사(현지 R&D 연구법인 설립)

- 한국의 W사는 사출성형기 및 컨트롤 시스템을 전문적으로 생산 공급하는 업체로, 관련 부문에서 오스트리아의 높은 기술력 및 우수인력 등을 활용하고자 오스트리아 현지에 R&D 연구법인 설립을 추진
- 오스트리아 연방정부 산하의 투자유치기관인 ABA(Austrian Business Agency)의 도움으로 필요한 서비스를 제공 받음으로써 법인 설립에 따르는 시간과 비용을 최소한으로 줄이는 데 성공

## 다. 주요 경제협력 의제

### 한-오 양국 과학기술협력 MOU 체결

#### ○ 양국 총리 간 양해각서 체결

- 이낙연 한국 국무총리와 세비스티안 쿠어츠(Sebastian Kurz) 오스트리아 총리는, 2019년 2월 14일 이루어진 양국 총리 회담을 통해 '한-오 양국 과학기술 협력 MOU' 체결

- 쿠퍼츠 총리의 방한 기간 중 이루어진 이번 회담을 통해, 양국의 과학기술과 ICT, 전자정부 등 분야의 협력을 강화하고 양국이 상호 윈-윈하는 경제협력 파트너가 되며, 4차 산업혁명의 최적의 파트너가 되도록 노력하기로 합의
  - 양국은 교역과 투자를 확대하면서, 과학기술협력 양해각서를 바탕으로 한 인적 교류 확대 등 구체적인 협력을 강화하기로 합의
- 양국 간 주요 협정 체결 현황
- 1971년 9월 : 무역협정
  - 1979년 : 사증면제협정(3월), 항공협정(5월), 섬유협정(6월)
  - 1985년 10월 : 이중과세방지협정
  - 1991년 3월 : 투자보장협정
  - 2010년 1월 : 사회보장협정 및 행정약정(10월 사회보장협정 발효)
  - 2012년 7월 : 워킹홀리데이 공동선언 서명(발효 : 9월 17일)



### Ⅲ. 진출전략

- 작은 내수시장 규모로 인해, 초기 시장 진입에 따르는 비용 및 리스크가 상대적으로 큰 편
- 한국 제품의 경우, 자동차, 전자 등 주로 대기업 제품들이 진출
- 중소기업의 경우, 소규모 시장 특성에 맞는 진출전략 수립 필요

#### 1 SWOT 분석 및 전략도출

##### <오스트리아 시장 SWOT 분석>

<div style="border: 1px solid #0070C0; padding: 10px; background-color: #E6F2FF;"> <p><b>S</b> <b>강점 (Strength)</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• 2017년부터 본격화된 경기회복 추세의 지속으로 내수경기 활성화 기대</li> <li>• 세계경제의 본격 회복국면 돌입에 따라, 수출 위주의 산업구조인 오스트리아의 경기회복 가속화 기대</li> <li>• 역사적 바탕에 근거한 중동부 유럽(CEE)과 높은 정치·경제적 연계성</li> </ul> </div>	<div style="border: 1px solid #808000; padding: 10px; background-color: #E6E680;"> <p><b>W</b> <b>약점 (Weakness)</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• 거의 모든 산업 부문에 걸쳐, 글로벌 외국기업들이 유동 부문 지배. 시장 진출을 위한 적절한 오스트리아 유통 채널 발굴이 어려움</li> <li>• 초기 시장 진출과 관련한 리스크가 상대적으로 높은 편</li> <li>• 적은 인구 규모로 인한 내수시장의 한계</li> </ul> </div>
<div style="border: 1px solid #008080; padding: 10px; background-color: #E6F2E6;"> <p><b>O</b> <b>기회 (Opportunity)</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• 2020년 실질경제성장률 전망치 1.5%로, 전년 대비 성장세가 꺾이기는 했지만 지속 성장 전망</li> <li>• 개정 세법 시행으로 인한 개인 가처분소득 증가 효과 본격화로, 내수경기 활성화 기대</li> <li>• 수입 시장에서의 높은 의존성 및 신규 기술 채택에 대한 높은 호감</li> </ul> </div>	<div style="border: 1px solid #800080; padding: 10px; background-color: #E6D0E6;"> <p><b>T</b> <b>위험 (Threat)</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• 미-중 무역전쟁, 브렉시트 등 대외적인 불안요소 상존으로 인한 불안정성 증가 우려</li> <li>• 한국 제품의 기 진출 분야가 전기·전자, 자동차 등에 편중</li> <li>• 비용 절감에 대한 압력 증가</li> </ul> </div>

전략방향	세부전략	진출전략
SO 전략 (역량 확대)	• 개인 가처분소득 증대효과를 겨냥한 소비자 중심의 마케팅 전략	현지 개최 전시회 적극 참가 추진
ST 전략 (강점 활용)	• 동유럽 네트워크가 강한 중간 유통상 활용	클러스터 등 현지 유관기관 및 조직과 협업 강화
WO 전략 (기회 포착)	• 유통 채널 다각화 추진	온라인 등 다양한 마케팅 채널 활용
WT 전략 (위험 대응)	• 수출 제품 포트폴리오 다양화 추진	현지 로드쇼, 전시회 참가 확대

## 2 주요 이슈·산업별 진출전략



## 2.1. 5G 서비스 상용화 시작, 디지털 부문 정부 육성 강화

### 시장여건 및 전략적 가치

- 2020년 중 5G 서비스 상용화 예정
  - \* 정부의 디지털 부문 정책 강화 움직임과 맞물려 IT 부문 성장세 전망
- 타깃 고객층 겨냥 맞춤형 진출전략 수립 필요

### 주요 이슈 및 트렌드

- 오스트리아 디지털 부문 성장세 가속화 전망
  - 오스트리아 IT 시장규모, 2018년 135억 유로로 전년 대비 3.0% 성장
  - 하드웨어 시장은 전체 오스트리아 IT 시장의 30.4%를 점유하고 있으며, IT 서비스는 46.2%, 소프트웨어는 23.4%를 차지
  - 부문별로 약간의 차이는 있지만, 세 부문 모두 연평균 2~6%대의 지속적인 성장세 시현
  - 2019년 초, 전담 기구인 오스트리아 디지털 에이전시(DIA) 설립. 공공 부문, 민간 부문을 망라한, 오스트리아 산업 및 사회 구조의 디지털화 관련 정책 및 프로젝트 담당
  - 이동통신 부문에서는, 빠르면 2020년 상반기 중 5G 서비스 상용화 예정

### 오스트리아 IT 시장규모

(단위 : 백만 유로)

구분	2016년	2017년	2018년	증감(2018년/2017년)
하드웨어	3,870	4,005	4,109	2.6%
소프트웨어	2,924	3,056	3,163	3.5%
IT 서비스	5,908	6,060	6,243	3.0%
계	12,702	13,121	13,515	3.0%

자료 : Monitor

- 5G 서비스 상용화
  - 현재 오스트리아 이동통신 서비스는, LTE(4G) 서비스가 제공
  - 5G 서비스 상용화 일정

단계	기간	주요 내용
1단계	~2018년 중반	- 비상업용 5G 시범 테스트 수행
2단계	~2020년 말	- 초고속 광대역 인터넷 서비스 전국 확대(99%)* - 5G 서비스 상용화 시작
3단계	~2025년 말	- 2023년 말까지 도시 지역 5G 서비스 상용화 완료 - 2025년 말까지 5G 서비스 전국 확대 완료

## 진출전략 및 유망품목

### ○ 진출전략

- IT·통신 제품들은 다른 일반 소비재 제품들과는 다른 독특한 유통 및 구매 결정 구조
- IT·통신 장비 및 솔루션의 경우, 현지 시스템에의 적용(Modification) 과정이 필수
- 따라서, 구매 담당자가 아닌 해당 기술부서의 실무 책임자(기술자 또는 엔지니어)가, 어떤 제품을 구매할 것인가에 대한 실질적인 의사 결정 권한을 가지고 있는 경우가 많음
- 실무 담당자들은 설치·판매 후 사용 중 빈번히 발생하는 돌발 상황에 빨리 대응해 줄 수 있는 업체 선호

### ○ 이동통신 사업자 및 정부조달 시장을 통한 진출 유망

- 정부 및 지방자치단체 등 공공부문의 경우, 오스트리아 연방조달유한회사(BBG)를 통해 필요한 장비 및 기기들을 조달하는 경우가 많음
- 정부 발주 이동통신 관련 인프라 부문의 경우, 이 사이트에 대한 지속적인 모니터링이 필요
- 개별 통신 사업자의 경우, 이동통신 관련 장비 및 게임, 엔터테인먼트 등 다양한 콘텐츠 부문에도 주목할 필요
- Magenta Telekom, Telekom Austria(A1), Hutchison Drei(3) 등 3대 이동통신 사업자가 5G 상용 서비스 관련 주도적인 역할 수행
- 주요 전시회

전시회명	개최 시기	주요 품목 등
스마트 아우토메이션 (Smart Automation)	매년 5월	오스트리아 최대의 자동화 설비 전시회

### ○ 유망품목

- 통신장비 및 관련 솔루션, 콘텐츠 등
- 5G 서비스 상용화에 따른 산업 부문 디지털화 가속화 예상. 스마트팩토리, 스마트시티, 자율주행차 등 5G 상용화의 혜택을 받게 될 다양한 산업 부문의 기기 및 솔루션
- IoT(사물인터넷) 관련, M2M(기계 간 통신) 관련 제품 및 솔루션

## 2-2. 한류 붐 이용, 맞춤형 소비재 품목 진출 확대

### 시장여건 및 전략적 가치

- 5만 달러가 넘는 1인당 GDP와 높은 소비성향으로 적은 인구에도 불구하고 구매력 높은 내수시장 자랑
- 동남아 이민자 그룹 및 젊은 층 중심으로, 한류에 대한 관심 꾸준한 증가
- 한류 붐을 이용한 다양한 문화 행사 개최로, 한국 및 한국 제품 홍보 효과 제고

### 주요 이슈 및 트렌드

- 오스트리아 소비재 시장, 꾸준한 성장세 지속
  - 부문별 시장규모

구분	시장규모(백만 유로)			증감 (2018년/2017년)
	2016년	2017년	2018년	
화장품	1,505	1,610	1,689	+4.9%
패션의류	6,200	6,293	6,400	+1.7%
농수산식품	18,809	18,997	19,282	+1.5%

- 2010년대 이후 친환경, 웰빙 등이 주목받는 테마로 자리매김
- 동남아 이민자 그룹 및 젊은 층을 중심으로, 한류에 대한 관심 꾸준히 증가
  - K-POP, K-드라마 등을 통해 한국 문화 및 화장품, 패션 등 한국 제품에 대한 관심 증가 추세
  - K-POP Festival Vienna, Korean Film Week 등 문화 행사 개최
  - 2022년 한-오 수교 130주년을 앞두고, 더욱 다양한 문화 행사 개최 기대

### 진출전략 및 유망품목

- 진출전략
  - EU의 까다로운 소비재 인증 획득에 특별한 주의 필요
  - 한국 문화 행사 연계, 한국 상품전 등 한국 소비재 제품의 홍보 노력 필요
  - 주요 전시회

전시회명	개최 시기	주요 품목 등
크레아티브(creativ)	매년 3월, 8월	오스트리아의 대표적인 선물용품 및 아이디어 상품 전시회로, 잘츠부르크에서 봄, 가을 2회 개최

- 유망품목
  - 한류에 관심 있는 젊은 층을 겨냥한, 화장품, 패션의류, 선물용품·액세서리 등이 유망품목

## 2-3. 지정학적 이점 활용, 물류 거점 활용 전략

### 산업여건 및 전략적 가치

- 2018년 기준 총 물류 운송량 연간 5억 9천만 톤
  - \* EU 및 유로존 경기 회복 추세에 힘입어, 운송량 증가 예상
- 한국으로부터의 항공 물류 증가 추세 주목
  - \* 인근 동유럽 국가 소재 한국 대기업 생산 법인 및 협력업체들에의 물량으로, 이러한 시장 환경을 활용한 한국계 포워딩 회사들의 진출 기회 증가

### 주요 이슈 및 트렌드

- 지정학적 이점을 바탕으로, 동서 유럽을 잇는 물류 중심지로서의 위상 강화
  - 2018년 기준, 총 물류 운송량 연간 5억 8천만 톤으로 매년 5~10%대의 꾸준한 증가세 시현
  - 2018년 운송 회사 수 3,400개, 2005년(1,100개) 대비 3배 이상 업체 수 증가
- 육상 운송이 절대적인 비중 차지
  - 차량을 이용한 육상 운송이 전체의 80.17%로 절대적인 비중 차지
  - 철도(18.15%), 수상(1.64%), 항공(0.04%)의 순
  - 지난 10년 동안, 육상 운송 비중이 크게 증가(64.56% → 80.17%)
  - 반면, 철도 및 수상 운송은 그 비중이 소폭 감소

### 진출전략 및 유망품목

- 진출전략
  - 인근 중동부 유럽 국가(CEE) 소재, 한국 대기업 및 협력업체들을 고객으로 유치하기 위한 현지 대형 물류 회사들의 경쟁 치열
  - 한국 물류 회사 현지 진출 시, 이들과의 경쟁에서 우위를 점할 수 있는 차별화된 고객 서비스 필요
  - 수출입, 통관 서비스를 대행해 주는 작은 규모의 한국계 포워딩 업체들이 다수 활동하고 있으며, 이 숫자는 향후 지속 증가 전망
- 항공 물류 부문, 한국으로부터의 물량 꾸준한 증가 추세
  - 인근 체코, 헝가리, 슬로바키아, 폴란드 등 소재, 한국 대기업 및 협력업체들로 향하는 항공 물류 운송의 많은 부분이 빈 국제공항을 통해 이루어짐
  - 글로벌 및 현지 포워딩 업체들에게, 항공 물류의 주요 고객으로서 한국기업들의 위상 및 중요도 빠르게 증가

## 2-4. 현지법인 설립 지원 확대

### 산업여건 및 전략적 가치

- 지정학적 이점을 살려, 투자 입지로서 많은 장점 보유
  - \* 2019년 10월 기준 총 18개 한국 업체 진출
- 중소기업, 스타트업들의 진출 및 법인 설립 문의 증가 추세
  - \* 설립 형태 및 목적 다양화 추세

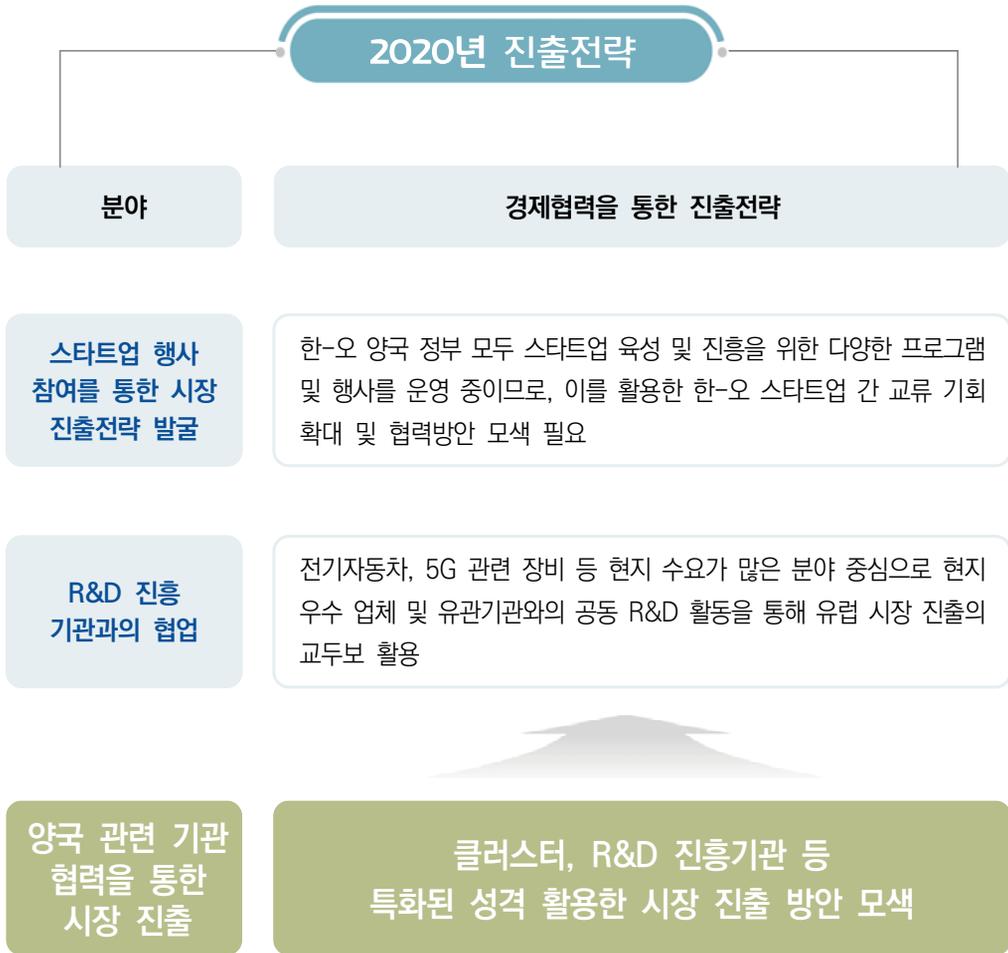
### 주요 이슈 및 트렌드

- 동서 유럽을 잇는 가교로서, 투자 입지로서 많은 장점 보유
  - 교통, 통신 등 우수한 제반 인프라
  - 안정된 노사 관계, 우수 인력 확보의 용이성
  - 역사적 배경 바탕으로, 중개 무역지로서의 네트워크 및 강점 보유
- 2019년 10월 기준 총 18개의 한국 업체 진출
  - 대기업 판매법인 및 물류·운송 분야 업체 위주 진출
  - 2014년부터 중소기업 진출 시작. 판매법인 이외에, R&D 법인 등 현지 특성에 맞는 다양한 진출 형태
  - 최근 스타트업들의 현지 진출 문의 및 시도 빠른 증가 추세

### 진출전략 및 유망품목

- 진출전략
  - 중소기업들의 경우, 법인 설립 및 운영 관련 우수한 현지 법무법인 및 회계 사무소 접촉이 최우선 과제
  - 의사소통의 편의 등의 이유로, 한국인 또는 2세 근무업체를 선호. 2019년 10월 기준 한국인 근무하는 곳은 법무법인 2곳(회계사무소 無)이 전부
  - 무역관, 현지 투자유치 기관과의 협력을 통해 우수한 법무법인 및 회계사무소 발굴 → 우수한 서비스 제공 → 한국 중소기업들의 오스트리아 현지법인 설립 기회 확대의 효과 창출 기대
- 미래기술 분야 업체들 관심 증가
  - 의료, IT·전자 등 미래기술 부문 중심, 스타트업들의 법인 설립 문의 증가
  - 판매법인부터 현지 기술 또는 고급인력 유치를 위한 연락사무소에 이르기까지, 설립 형태 및 목적 다양화 추세

### 3 한-오스트리아 경제협력을 통한 진출전략



### 3-1. 스타트업 행사 참여를 통한 시장 진출전략 발굴

#### 산업여건 및 전략적 가치

- 오스트리아가 최근 스타트업의 중심지로 빠르게 부상
  - 정부 차원의 다양한 지원 및 육성 프로그램 존재
- 이러한 프로그램을 활용한 한-오 양국 간 스타트업 교류 기회 확대 필요
  - Go Austria, 4GAMECHANGERS, Vienna Business Week 등 프로그램 참여 노력 필요

#### 주요 이슈 및 트렌드

- 수도 빈, 최근 스타트업 중심지로 부상
  - 높은 교육수준 및 이에 따른 전문인력 조달의 용이성
  - 공공부문 자금조달의 용이성 : 민간 부문에서 자금조달 기회는 상대적으로 약함. 반면, R&D 진흥기금(FFG), 오스트리아 비즈니스 서비스(AWS) 등을 통한 정책 자금 지원기회는 많은 편
  - 대학, 연구소 등 전문기관과 협업을 통한 산학 연계의 활성화
  - 전문성을 갖춘 초기 스타트업 육성 시스템

#### 진출전략 및 유망품목

- 주요 스타트업 진출 프로그램
  - ① Go Austria와 ② Go International이 대표 프로그램
  - 오스트리아 연구진흥원(FFG) 및 경제진흥원(AWS)의 공동 TF 조직인 Global Incubator Network(GIN)가 운영하는 프로그램
  - 오스트리아 스타트업의 해외진출(②) 및 외국 스타트업의 오스트리아 진출(①)을 지원하는 프로그램
- 현지 스타트업 관련 주요 행사

행사명	주요 내용
4GAMECHANGERS	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 2016년 이후 매년 4월 개최되는 스타트업 행사로, 행사 주최 및 주관은 케이블 채널 'ProSieben'이 담당</li> <li>- 주요 주제는 디지털화(Digitalization) 및 미래기술 등인데, 특히 2019년은 아시아 지역을 협력 파트너로 선정하고 '아시아'를 집중 조명</li> </ul>
Pioneers Festival	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 2011년 이후, 매년 5월 개최되는 유럽 최대 규모 스타트업 행사 중 하나</li> <li>- 2020년부터는 행사 주관 기관이 빈 투자유치청(VBA, Vienna Business Agency)으로 변경 되면서, 형식과 내용을 바꿔 'Vienna Business Week'로 새롭게 선보일 예정</li> </ul>

○ 유망품목

- 전기·전자·IT, 의료·생명공학, 금융 등 다양한 산업 분야
- 하드웨어 및 소프트웨어·솔루션 등 다양한 제품군

**스타트업 진출 성공사례 : 의료 부문 솔루션 업체 BrainNow사**

- BrainNow Medical Technology Ltd.사는 홍콩에 본사를 두고 있는 'Cloud based automatic MRI quantification system' 업체
- 2018년 5월 'Go Austria' 프로그램 참가 후, 이 프로그램을 통해 얻게 된 현지 시장 노하우 및 네트워크를 바탕으로 오스트리아 현지법인을 설립하여 운영
- 무역관 담당자가 말하는 성공 포인트 : ① 진출국 스타트업 진흥 프로그램 참가를 통해 현지 시장 진출에 따르는 리스크 및 시간비용 최소화 ② 철저한 현지화를 통한 오스트리아 및 유럽 시장 공략을 위해 현지법인 설립 운영

### 3-2. R&D 협업 활용, 유럽 시장 진출의 교두보 확보

#### 시장여건 및 전략적 가치

- 단순한 제품 수출보다, 현지 업체 또는 R&D 진흥 기관과의 R&D 협력 등 장기적인 관점에서 접근 필요
  - \* 유럽 시장 진출의 교두보 활용 필요
- 미래 산업 부문, 특히 전기자동차 및 5G 관련 IT·전자 부문에 높은 관심

#### 주요 이슈 및 트렌드

- R&D 협력 활용, 유럽 시장 진출의 전진기지 확보 추진
  - 히든챔피언 업체 수 약 130개로, 독일, 미국, 일본에 이어 네 번째
  - 다수의 R&D 전문연구소 활동, 기업들도 R&D 부문에 대한 높은 관심 및 지속적 투자
  - 2018년 한 해 오스트리아의 R&D 총 지출액은 125억 유로, 전년 대비 7% 증가한 규모로, GDP 대비 3.15%의 높은 비율
- 한-오 양국 과학기술협력 MOU 체결 계기, 양국 협력 기회 확대
  - 개별 기업뿐 아니라, 보다 적극적으로 R&D 진흥기관 또는 연구소와의 협력 기회 모색 필요
  - 대표적인 R&D 진흥기관은 '오스트리아 연구진흥청(FFG, [www.ffg.at](http://www.ffg.at))'
  - 우수 R&D 프로젝트 지원을 위해 매년 30억 유로의 예산 책정 집행
  - Beyond Europe(<https://www.ffg.at/programm/beyond-europe>) : 오스트리아기업과 외국기업의 공동 R&D 프로젝트 지원 프로그램



## 진출전략 및 유망품목

- 진출전략
  - 오스트리아 하이테크 기업 및 주요 연구기관, 한국과의 R&D 부문 협력 및 관련 투자에 높은 관심
  - 현지 개최 관련 포럼 및 세미나 등 행사의 적극적 참여를 통해, 빈 공과대학 등 대학 및 연구소 등과 유기적인 네트워크 형성 도모
- 유망품목
  - IT·전기·전자, 기계, 자동차 등 다양한 산업 부문에 걸쳐 공동 R&D에 대한 수요 존재
  - 전기자동차 관련 부문(전기자동차용 배터리, 차량 경량화 소재 등), IT 부문(5G 관련 장비 및 기술)이 유망 부문

## 4 진출 시 유의사항

현지 대금 결제 방법 파악	이메일 해킹 등을 통한 무역사기 주의
<ul style="list-style-type: none"> <li>■ 신용장(L/C) 방식보다는 T/T 방식 선호               <ul style="list-style-type: none"> <li>- 높은 은행 수수료 때문에 신용장 방식 비선호</li> <li>- 30일 이내에 결제할 경우, 종종 할인을 요구하는 상황 존재</li> <li>☞ 대금 지급 조건, 가격 정책 등 현지 여건에 맞춰 탄력적 대응 필요</li> <li>☞ T/T 방식의 리스크를 최소화하기 위한 안전장치 필요(업체 사전 심사, 수출 보험 가입 등)</li> </ul> </li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ 가짜 이메일을 통해 결제 대금을 가로채는 무역사기 사례 발생               <ul style="list-style-type: none"> <li>- 한국 업체 T사는 오스트리아 업체 A사에 제품 공급</li> <li>- A사에 가짜 이메일을 보내 결제은행 변경을 통지하였으며, A사는 결제 대금을 변경된 사기범 계좌로 송금</li> <li>☞ 해킹 방지를 위한 온라인 보안 강화</li> <li>☞ 결제 대금 지급이 지연되는 경우, 수시로(지급 독촉이 아닌) 진행 상황 체크 필요</li> </ul> </li> </ul>
조달 시장 진출, 현지 업체 활용	인증 및 규제 파악
<ul style="list-style-type: none"> <li>■ 공공조달·국제기구 조달, 현지 업체를 통한 간접 진출 바람직               <ul style="list-style-type: none"> <li>- 오스트리아 정부 조달, 국제기구(IAEA, UNIDO) 조달 시장 원칙적으로 자유경쟁 입찰</li> <li>- 실제 외국 업체 낙찰 비율 5% 미만으로 현실적 장벽 존재</li> <li>☞ 현지 주요 조달 시장 납품업체에 공급을 통한 간접 진출 방식이 현실적</li> <li>☞ 주요 입찰공고 사이트의 주기적 모니터링 필요</li> </ul> </li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ 유럽 시장 진출에 필요한 각종 인증 획득 및 환경 규제 파악               <ul style="list-style-type: none"> <li>- 필수 인증이 없는 경우, 상담 자체를 거부하는 현지 바이어 다수 존재</li> <li>- 인증 미획득 사실을 현지 시장 진출에 대한 준비 부족, 제품의 신뢰도 문제로 인식하는 경우 다수</li> <li>☞ 기본 필수 인증인 CE 이외에, 제품별로 요구되는 인증 구비는 시장 진출 전제 조건</li> <li>☞ 인증 이외에 국가별로 다양한 환경 관련 규제가 시행되고 있으므로, 이에 대한 사전 준비 필요</li> </ul> </li> </ul>
현지 비즈니스 관행 존중	협약 체결을 통한 비즈니스
<ul style="list-style-type: none"> <li>■ 장기적, 꾸준한 관계 구축 노력               <ul style="list-style-type: none"> <li>- 한국식의 적극적이고 과한 모습이 지속될 경우, 유럽 비즈니스를 존중하지 않는다고 인식</li> <li>- 성약 창출 전, 인증, 예상 매출액, 수입규모 등 세심히 검토하는 경향</li> <li>☞ 초반에 적극적이고 과한(재촉하는) 모습은 지양하는 것이 바람직</li> <li>☞ 인내심을 갖고, 일회성보다 장기간 협업할 수 있는 파트너라는 인식 전달 중요</li> </ul> </li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ NDA 또는 MOU 체결 선호, 비즈니스의 기본으로 인식               <ul style="list-style-type: none"> <li>- 일부 동유럽 출신 바이어들의 경우, 영어에 서툰 아시아인 대상으로 불리한 조항 삽입 등 피해사례 발생</li> <li>☞ 사소한 서류라도 문서로 남는 경우, 꼼꼼한 체크 요망</li> <li>☞ 가급적 현장에서보다는 검토 후 서명해서 보내주겠다고 하는 것이 바람직하며, 필요한 경우 전문가의 도움도 받을 것 권장</li> </ul> </li> </ul>

## 첨부 1 수출유망품목(상품)

품목명 1	HS Code	8708	수입관세율(%)	0
	수입액('18/US\$백만)	6,317.9	대한수입액('18/US\$백만)	78.8
	선정사유	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 현지 신차 시장의 꾸준한 성장세 및 한국산 자동차들의 인지도 상승에 힘입어, 한국산 자동차부품에 대한 관심 지속적 증가 추세</li> </ul>		
	시장동향	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 오스트리아 자동차부품 부문은 2018년 기준 총 87억 유로 정도 규모인 것으로 파악되고 있으며, A/S용 자동차부품 및 액세서리 부문이 꾸준한 성장세</li> <li>- 이는 전년 대비 2.4% 증가한 규모로, 2010년대 들어 지속되고 있는 오스트리아 자동차 산업 부문의 성장세가 최근까지 이어지고 있음을 잘 나타냄</li> <li>- 완성차 제조업체가 없는 시장 특성에 기인, 오스트리아 자동차 관련 사업은 '클러스터'라는 독특한 연관 기업집단 방식이 활성화되어 있으며 이들 클러스터가 오스트리아 자동차 산업의 핵심으로 평가받고 있음</li> <li>- 오스트리아에는 자국 완성차 생산업체가 존재하지 않지만, 슈타이어막주 소재의 자동차 조립업체인 Magna Steyr(www.magna.com)사가 BMW, 크라이슬러 등 완성차업체들의 주문을 받아 일부 모델을 조립, 생산</li> <li>- 독일 등 인접국 완성차업체에 관련 부품을 납품하는 우수한 기술력의 중소기업체들(완성차업체들의 1, 2차 벤더들)이 다수 활동하고 있는데, 이들 업체는 지역별로 클러스터를 조직하여 유기적이고 효과적인 네트워크를 통해 정보 교환, 기술 협력 등 다양한 활동을 전개</li> </ul>		
자동차부품	경쟁동향	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 제품종류별로 다양한 자동차부품이 시장에 선보여지고 있는 가운데, 상대적으로 시장 진출 가능성이 높은 한국산 유망품목은 다음과 같음</li> <li>- 완성차 제조 관련 자동차부품 : 기어, 로드휠, 내비게이션, 안전벨트, 핸들, 범퍼, 서스펜션 시스템, 차량용 램프 등</li> <li>- A/S용 자동차부품 : 자동차용 배터리, 타이어 등</li> <li>- E-Mobility 등 미래형 자동차 관련 : 배터리, 차량 경량화 소재 관련 제품 등</li> </ul>		
	진출방안	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 오스트리아 현지 업체와 중장기적인 협력 관계를 구축하는 것이 성공적인 시장 진출의 필수 요소</li> <li>- 한국의 자동차 관련 산업에 대한 개선된 이미지를 바탕으로 현지의 도소매 유통업자들을 대상으로 꾸준한 접촉 및 카탈로그 송부 등을 통한 인적 관계의 형성이 매우 중요</li> <li>- 제품별로 정확한 타겟 고객층 설정 및 공략 또한 중요한 요소</li> <li>- A/S용 부품의 경우, 가격대에 따라 유통 채널이 구분되어 있으므로, 자신의 제품 가격대에 적합한 유통 채널 선택이 중요. 예를 들어 브랜드 인지도가 중요하게 작용하는 중고가 제품의 경우 자동차용품 전문매장 등의 경로를 통해, 반대로 가격 경쟁이 치열한 중저가 제품의 경우 DIY 용품 매장, 온라인 매장 등 기타 경로를 통하는 것이 바람직</li> <li>- 완성차 제조에 사용되는 부품의 경우, 오스트리아 내 완성품 제조업체인 Magna사나 Voest Alpine사 등을 직접 접촉하는 것이 현실적으로 시장 진출 가능성이 있는 방법</li> </ul>		

		<ul style="list-style-type: none"> <li>- 현지 유통업체인 M사 구매 관계자에 따르면, 이미 한국산 제품의 시장 인지도는 어느 정도 있는 것이 사실이지만 특히 A/S용 부품의 경우 경쟁 제품 대비 가격경쟁력이 떨어지는 경우가 많기 때문에 이에 대한 대책 마련이 시급한 상황</li> </ul>		
<p>품목명 2</p> <p>전기자전거</p>	HS Code	8712 00	수입관세율(%)	0
	수입액('18/US\$백만)	188.5	대한수입액('18/US\$백만)	0.1
	선정사유	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 건강·웰빙 및 친환경 제품에 대한 관심 증가 추세와 맞물려, 레저스포츠 및 교통수단으로서 기능을 동시에 수행할 수 있는 전기자전거 제품의 성장세가 지속</li> </ul>		
	시장동향	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 오스트리아 통계청 자료에 따르면, 2018년 한 해 동안 오스트리아에서는 총 14만 대의 전기자전거 제품이 판매된 것으로 집계</li> <li>- 이는 전년(12만 대) 대비 16.7% 크게 증가한 실적으로, 관련 시장이 본격적으로 성장하기 시작한 2009년 판매량 1만 2천 대의 10배가 넘는 수치에서 알 수 있듯이 오스트리아 전기자전거 제품 시장은 지속적으로 폭발적인 성장세</li> <li>- 오스트리아 국민들의 성향 및 정부의 적극적인 정책 노력 등을 감안할 때 오스트리아 전기자전거 시장은 향후 두 자릿수 이상의 성장세를 지속할 것이 확실시됨</li> <li>- 오스트리아 국민들의 일상 이동거리의 2/3 이상이 15km 미만의 단거리인 것으로 나타나기 때문에, 1회 충전 시 이동거리 등을 감안할 때 전기자전거 사용 영역과 잘 맞아떨어지는 것으로 분석</li> </ul>		
	경쟁동향	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 스위스(Biketec, Dolphin E-Bike 등), 독일(Kalkhoff, Riese und Müller 등) 등 수입산 제품이 주를 이루고 있는 가운데, 오스트리아 업체로는 KTM의 모델이 시장에 선보이고 있음</li> <li>- 전기자전거 제품의 선구자라 할 수 있는 Biketec사의 'Flyer' 시리즈가 현재까지도 시장에서 가장 높은 인지도를 유지하고 있는 것이 사실이지만, 최근 들어 소비자들의 선호 및 제품 선택이 빠른 속도로 다양해지고 있는 추세</li> </ul>		
진출방안	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 시장 인지도가 낮은 한국산 제품의 경우 Intersport, Sports Direct 등 대형 스포츠용품 전문매장 체인을 통한 시장 진출 가능성은 그리 높지 않은 상황</li> <li>- 적절한 현지 파트너를 물색하여 온라인숍, 생활용품 할인점 등 소위 '틈새 유통망'을 공략하여 오스트리아 시장에 제품을 먼저 알리는 노력이 필요</li> <li>- 전기자전거를 포함한 스포츠용품의 경우, 계절별 카탈로그 제작 등 마케팅에 따르는 사전준비 기간이 많이 필요함. 이러한 시장 상황을 감안하여 자금, 기술 지원 등 현지 업체와 공동 마케팅을 위한 한국 업체들의 보다 적극적인 투자 및 장기적 전략 수립이 필요함</li> <li>- 기능성 및 디자인 등 최근 유행하고 있는 소비자들의 트렌드를 빠르게 파악해 현지에 맞는 적절한 제품 기획 및 개발 또한 우선적으로 해결해야 할 과제. 이를 위해 스포츠용품 전문잡지에 광고, 오스트리아 및 유럽에서 개최되는 스포츠용품 관련 전시회 참여 등도 고려해 볼 방법 중 하나</li> <li>- 대표적인 관련 전시회로는, 수도 빈에서 열리는 오스트리아 최대 규모의 관련 전시회인 'ARGUS Bikefestival Wien'을 비롯하여, 툴른(Tulln)에서 개최되는 'Bike-Austria Tulln(www.messe-tulln.at, 2019.2.1 ~ 3)', 벨스(Wels)에서 개최되는 'Bike Festival Austria(https://bike-festival.at, 2019.2.9 ~ 10)' 등을 들 수 있음</li> </ul>			

		- 현지 수입업체인 Y사 구매 담당자에 따르면, 한국산 제품의 현지 인지도가 매우 낮은 것이 사실이지만 기능성 및 가격경쟁력을 갖춘 제품의 경우 시장 진출 가능성이 있는 것으로 판단됨		
<b>품목명 3</b>	HS Code	8525 80	수입관세율(%)	0
	수입액('18/US\$백만)	238.3	대한수입액('18/US\$백만)	1.1
CCTV 카메라	선정사유	- 범죄 예방 및 보안에 대한 인식 확대로 2000년대 중반 이후 관련 시장 규모 꾸준히 증가		
	시장동향	- 동유럽 개방 이후 증가하는 범죄 및 테러에 대한 위협으로 인해 정부 기관 및 일반 국민들의 보안에 대한 인식 및 관심이 빠르게 높아지고 있으며, 이와 관련하여 오스트리아 보안 시장은 최근 그 규모가 빠른 속도로 증가 - 이러한 시장의 성장세는 과거에는 정부 및 국영 기업 등 공공 부문이 주도 하였으나, 2000년대 후반 이후 민간 부문에서도 관련 제품에 대한 수요가 빠르게 증가 - 특히, 최근 난민 유입 문제가 유럽 여러 국가에서 이슈화되면서, 일반 국민들의 불안 심리 확대와 맞물려 CCTV 등 보안 장비에 대한 관심이 지속적으로 증가		
	경쟁동향	- 오스트리아 CCTV 카메라 시장은 대부분 수입 제품이 시장을 주도 - Siemens, Sony, Panasonic 등의 대형 업체 제품들이 시장에 널리 유통 되고 있는 가운데, 소비자들의 기호 및 필요 기능에 따라 다양한 브랜드의 제품 및 시스템들이 시장에 선보여지고 있음 - 독일, 슬로바키아, 네덜란드, 영국 등 인근 유럽 국가들로부터의 수입이 대부분을 차지하고 있는 가운데, 최근 가격 경쟁력을 앞세운 중국산 제품의 수입 증가세가 눈에 띄고 있음		
	진출방안	- 현재 CCTV 카메라 관련 오스트리아 시장은 유명 대형 업체들이 주도하고 있는 것이 사실이지만, 한국산 관련 제품에 대한 현지 업체들의 관심 및 반응 또한 매우 양호한 것으로 파악 - 제품의 특성상 단순한 '가격 경쟁' 이외에도 디자인 및 기능성 등에 대한 신뢰를 심어줄 수 있는 제품 홍보 전략이 필요		
<b>품목명 4</b>	HS Code	8703 80	수입관세율(%)	0
	수입액('18/US\$백만)	197.5	대한수입액('18/US\$백만)	36.8
전기자동차	선정사유	- 친환경, 에너지 절약 트렌드와 맞물려, 화석 연료를 사용하지 않는 미래 운송 부문의 핵심으로 E-Mobility에 대한 관심이 지속적으로 증가하고 있는 가운데, 그 대표주자라 할 수 있는 전기자동차에 대한 시장의 관심이 빠르게 증가 - 2019년 들어 새로 시행되는 정부 보조금 제도 및 관련 충전 인프라 확대 정책 등에 힘입어 그 성장세 가속화 전망 - 2020년까지 2년 동안 총 9,300만 유로의 예산이 책정된 이 보조금 패키지는, 전기자동차, 전기자전거 등 다양한 친환경 이동 수단의 구입 이외에도 전기충전소 설치 등에도 해당함으로써 'E-Mobility 지원 종합 패키지'라는 평가		
	시장동향	- 2018년 한 해 동안, 오스트리아에서는 총 6,757대의 전기자동차가 신규로 판매됨 - 이는 전년 대비 24.4% 증가한 수치로 2016년(+128.1%), 2017년 (+42.0%) 등과 비교하면 그 폭발적인 성장세가 다소 주춤한 모습을 보이는 것은 사실이지만, 같은 기간 동안 전체 신차 판매 실적이 전년 대비 3.5% 감소한 오스트리아 전체 시장 상황을 감안하면 전기자동차에 대한 시장 및 소비자의 관심이 현재 얼마나 높은지를 잘 보여주고 있음		

		<ul style="list-style-type: none"> <li>- 오스트리아 친환경 자동차 부문에서는 과거에는 천연가스 자동차의 성장세가 주목을 받았으나, 2010년대 중반 이후 전기자동차, 하이브리드 자동차 등의 성장세가 눈에 띄고 있음</li> <li>- 2018년 이후부터는, 아직 초기 단계이기는 하지만 수소 자동차도 새로운 모델이 출시되며 소비자들에게 선보여지고 있음</li> </ul>		
	경쟁동향	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 폴크스바겐(VW)이 시장 선두업체 위치를 차지</li> <li>- 2018년 한 해 판매된 6,757대 중 폴크스바겐 차량이 1,908대(28.2%)를 차지하면서, 2017년까지 관련 부분 선두업체였던 르노(Renault) (1,170대, 17.3%)를 제치고 시장 선두 자리를 차지한 가운데 그 뒤를 낫산, BMW 등이 잇고 있음</li> <li>- 한국차의 경우 2018년 하반기부터 판매량이 폭발적으로 증가하고 있는 가운데, 2019년 들어서는 현대 Kona, 기아 Niro 등 전기차 모델 판매 순위에서 각각 5위, 7위를 차지하는 성과</li> </ul>		
	진출방안	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 제품의 성격상 전문 전시회에 참석하는 것이 현지 시장 동향 파악이나 관련 네트워크 형성에 가장 효율적인 방법</li> <li>- 오스트리아의 가장 대표적인 자동차 전시회는 매년 1월 수도 빈에서 개최 되는 'Vienna Autoshow(<a href="http://www.viennaautoshow.at">www.viennaautoshow.at</a>)'</li> </ul>		
품목명 5	HS Code	3304	수입관세율(%)	0
	수입액('18/US\$백만)	462.6	대한수입액('18/US\$백만)	2.6
천연 화장품	선정사유	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 건강·웰빙 및 친환경 등에 대한 관심의 증가 추세와 맞물려, 화학 물질을 함유하지 않은 천연 추출물(친환경 유기농) 성분을 사용한 천연 화장품 제품에 대한 수요가 2010년대 들어 빠르게 증가</li> </ul>		
	시장동향	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 오스트리아 화장품 시장규모는 2018년 기준 18억 유로로 집계. 이는 2017년 17억 유로 대비 5.9% 증가한 규모</li> <li>- '천연 화장품'에 대한 공식적 정의가 수립되어 있지 않아 관련 제품 및 시장 규모 등에 대한 공식적인 통계는 발표된 것이 없지만, 오스트리아 천연 화장품 부문은 전체 화장품 시장의 10%가 넘는 비중을 차지하고 있는 것으로 파악</li> <li>- 특히, 최근 들어 그 성장세가 눈에 띄는데 2010년 이후 연 30~40%대의 고속 성장세를 기록하고 있으며, 이 같은 추세가 상당 기간 지속될 것으로 전망됨에 따라 전체 화장품 시장에서 차지하는 비중도 빠르게 증가할 것으로 예상</li> </ul>		
	경쟁동향	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 오스트리아 천연 화장품 시장은 글로벌 유명 브랜드 및 오스트리아 토종 브랜드 등 다양한 제품들이 시장에 선보여지고 있는 가운데, 스위스의 글로벌 브랜드인 Weleda(<a href="http://www.weleda.at">www.weleda.at</a>)사가 시장을 주도</li> <li>- 오스트리아 제품 중에서는 Dr. Hauschka(<a href="https://www.dr.hauschka.com/de_AT/">https://www.dr.hauschka.com/de_AT/</a>) 제품이 소비자들에게 잘 알려져 있는데, 상대적으로 비싼 제품 가격, 의학적 효과를 내세운 제품의 특성으로 인한 약국 위주의 판매 등 Weleda 제품과는 차별화된 타겟 고객층을 형성</li> <li>- 이 밖에 Ringana(<a href="http://www.ringana.com">www.ringana.com</a>), Lederhaas Cosmetics(<a href="http://www.lederhaas-cosmetics.com">www.lederhaas-cosmetics.com</a>), LessisMoreOrganic Healthcare(<a href="http://www.lessismore.at">www.lessismore.at</a>), AlmaBabycare(<a href="http://www.almababycare.com">www.almababycare.com</a>), Eternel(<a href="http://www.eternel.at">www.eternel.at</a>), dieNikolai(<a href="http://www.dienikolai.at">www.dienikolai.at</a>) 등 후발 업체들이 차별화된 제품 및 기능, 고객층 등을 앞세워 틈새 시장 공략</li> </ul>		



	진출방안	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 브랜드 인지도 및 이에 따른 제품에 대한 신뢰도가 큰 역할을 차지하는 제품의 특성상, 한국산 제품의 낮은 인지도가 시장 진출의 가장 큰 장애 요인으로 지적</li> <li>- 이 밖에 다소 보수적인 소비자들의 성향 등 수요 측면에서의 장애물 이외에, 2013년 7월 11일부터 새롭게 시행 중인 'EU의 화장품 수입 및 판매에 관한 규정(EU Regulation No. 1223/2009)' 등 관련 규정 및 검사 등의 수행에 따르는 시간 및 비용상의 문제 또한 오스트리아를 포함한 EU 시장 진출을 위해 반드시 해결해야 할 요소</li> <li>- 이와 관련, CPNP(The Cosmetic Products Notification Portal) 등록 및 인증 획득은 필수 요소</li> </ul>
--	------	--

## 첨부 2 수출유망품목(서비스)

품목명 1		
의료관광	선정사유	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 외국 여행 증가 추세 속 한국에 대한 관심이 크게 부족</li> <li>- 한국의 발전된 의료기술을 앞세운 특화 관광상품 개발 및 홍보 필요</li> </ul>
	시장동향	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 연간 외국(EU 포함)으로의 여행객 수 513만 명</li> <li>- 아시아 여행객 수는 19만 명으로, 전체 외국 여행의 3.7% 차지</li> <li>- 2018년 기준 한국으로의 여행객 수 1만 2600명으로, 오스트리아 방문 한국 여행객 (32만 명)의 4% 수준</li> <li>- 오스트리아 방문 한국 여행객이 연 5~10% 꾸준히 증가하는 데 비해, 한국 방문 오스트리아 여행객 숫자는 2017년 1만 명 돌파 이후 정체 양상</li> <li>- 이는 한국에 대한 홍보 부족이 주요 원인으로, 대부분의 여행사에서 한국 관광상품을 찾아볼 수 없음</li> <li>- 의료관광객 유치의 선결조건이라 할 수 있는 관광지로서 한국에 대한 관심이 거의 전무한 상황으로, 이에 대한 해결책 마련이 최우선 해결과제로 부각</li> </ul>
	경쟁동향	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 중국, 일본은 물론이고 대부분의 동남아 국가들(태국, 인도네시아, 말레이시아, 미얀마, 베트남 등)로 여행상품이 나와 있는 것과는 달리, 한국 여행상품은 실질적으로 전무한 상황</li> <li>- 개별 기업 차원이 아닌 국가 차원의 홍보 노력이 필요하며, 이를 위해서는 오스트리아에서 개최되는 관련 전시회에 한국관광공사 등 공공기관이 참가하는 것이 가장 효과적일 것으로 판단됨</li> </ul>
	진출방안	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 현지 관련 전시회 참가를 통한 일반 대중 상대의 홍보가 가장 바람직</li> <li>- 매년 1월 수도 빈에서 오토쇼와 함께 열리는 관광 전시회 'Ferien Messe (www.ferien-messe.at)'가 대표 전시회</li> </ul>
품목명 2		
물류서비스	선정사유	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 전기·전자, 자동차 부문을 중심으로, 한국기업의 유럽, 특히 동유럽 현지 생산기 지들이 증가하면서 한국으로부터 현지 생산기지들에 공급되는 물동량이 빠르게 증가</li> </ul>
	시장동향	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 오스트리아는 지정학적 위치 및 우수한 육상 운송 인프라를 바탕으로 인근 지역 항공물류의 중심으로 자리매김</li> <li>- 인근 동유럽 한국 생산법인들에 공급되는 항공물류의 대부분이 빈 국제공항을 통하고 있음</li> <li>- 이러한 한국 고객들을 유치, 효율적으로 관리하기 위한 현지 물류회사 및 한국계 물류회사의 경쟁이 치열</li> <li>- 2019년에도 CJ 대한통운이 현지 지점 설립하며 오스트리아 시장 진출</li> </ul>
	경쟁동향	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Cargo Partner, Schenker, Gebrueder Weiss 등 대형 현지 업체들과 한국계 대형 물류회사 이외에 한국인이 운영하는 중소기업의 물류 및 포워딩 회사들이 다수 존재</li> </ul>
	진출방안	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 고정 거래처 확보가 필수조건</li> <li>- 경쟁력 있는 가격 못지않게, 차별화된 서비스 제공이 중요시되는 추세</li> </ul>

품목명 3		
SW	선정사유	- 오스트리아 IT 산업 부문의 꾸준한 성장세
	시장동향	- 오스트리아 IT 시장규모는 2018년 기준 약 135억 유로 규모인 가운데, 이 중 소프트웨어 부문은 32억 유로 정도로 전체의 23.4% 차지 - 정부 및 관련업계의 지속적인 투자 및 R&D 활동 등이 맞물려, 향후 지속적으로 연 3~5%대의 성장세를 보일 것으로 예상
	경쟁동향	- 오스트리아 IT 시장은 글로벌 기업 및 오스트리아 대형업체들이 주도하고 있음
	진출방안	- 오스트리아 IT 시장에서 한국 중소기업 제품들의 진출은 매우 부진한 상황 - 이는 오스트리아 IT 시장의 폐쇄성에 기인한 바가 큰데, 제품의 구매 및 유통 채널상의 폐쇄성으로 인해 삼성, LG 등 국제적 인지도를 지닌 대기업 제품을 제외하고 현지 지명도가 낮은 중소기업 제품들의 경우 시장 진출이 매우 어려운 상황 - 오스트리아 인근 독일 등에서 개최되는 관련 전시회를 통해 1차적으로 현지 업체와 네트워크를 형성하는 것이 중요

## 첨부 3 2020년도 KOTRA 주요 사업(잠정)

### 2020 Vienna Business Week 연계, 유럽 진출 스타트업 인큐베이팅 워크 사업(잠정)

#### ○ 추진 배경

- 오스트리아 빈은 높은 교육 수준, 용이한 공공부문 자금조달, 산학 연계, 전문 육성시스템, 친기업적 환경(투자가 친화적 조세제도, 낮은 최소 회사 설립 자본금)으로 중부 및 동부 유럽의 스타트업 중심지로 각광받고 있으며 매년 다양한 스타트업 기관에서 각종 프로그램 추진
- KOTRA 빈무역관에서는 기 참가 스타트업의 의견을 수용하여 별도의 워크숍 및 비즈니스 미팅(바이어·투자가)을 개최, 현지 Vienna Business Agency(VBA)에서 추진하는 Vienna Startup Week 프로그램에 참가
- 무역관에서 추진하는 상담회를 통해 수출성약 및 투자유치로 실질적인 성과를 도모하고 VBA의 프로그램에 참가하여 유럽 내 네트워크를 구축, 진출기반을 마련토록 지원

#### ○ 추진 방법

- 무역관 자체적으로 국내 스타트업 대상 워크숍 및 비즈니스 미팅 개최
- 본사 스타트업 지원팀·경기지원단과 협업하여 참가기업 모집
- 국내 스타트업 유관기관과 사업예산 확보 논의 중

#### Vienna Business Week 상세 정보

- 사업 명칭 : 2020 Vienna Business Week
- 주관기관 : Vienna Business Agency
- 참가기관 : GIN, Talent Garden, Austrian Startups 협회 등 20~30개 기관
- 사업기간 : 2020.5.12.(화) ~ 14(목)\*  
\* Vienna Business Week 전체 기간은 2020.5.11(월)~20(수)
- 장소 : 오스트리아 빈 전역
- 연혁 : 2020년 첫 회 시행
- 주요 프로그램
  - 비즈니스 미팅(바이어·투자가), 피칭세션, CVC 미팅, 워크숍
- 주요 특징
  - 기존에 각 스타트업 기관별 추진되던 행사를 하나로 통합 및 유럽 전역의 스타트업, 투자가, CVC를 초청하여 스타트업 프로그램 추진

- 기대 효과
  - 단순 행사참가가 아닌 유럽 각국의 주요 기업인·투자자·CVC와 네트워킹을 하면서 KOTRA 비즈니스 미팅을 통한 실질적인 성약 도출

### 오스트리아 Linz Cluster 협력 국내 방산부품 업체 오스트리아 진출사업(잠정)

- 추진 배경
  - 오스트리아 산업의 중심지 Linz·Oberoesterreich에서 매년 11월 Cluster Day 개최
  - 동 행사에 현 지역의 자동차 및 기계 산업 분야의 히든챔피언 기업 다수 참가
  - 위 지역은 오스트리아 내에서 클러스터 활동이 가장 활발한 지역으로, Linz를 중심으로 한 각 산업별 클러스터 11개가 활동 중
  - 현지기업은 주로 소량생산·고가판매 정책을 시행하고 있으나, 국내 방산부품 업체는 동 소량 주문요청 부응 가능
  - 현재 다수 현지기업에서 한국기업의 소량주문 가능여부에 따라 거래성사 가능
- 추진 방법
  - 현지 클러스터협회와 협업을 통한 Cluster Day 연계 논의
  - 참가기업 수출상담회 및 현지 기계 산업 설명회 개최

#### 행사 상세 정보

- 전시회 명칭 : Business&Technology Forum Upper Austria 2020
- 전시회 기간 : 2020년 4분기(잠정)
- 개최주기 : 매년
- 장소 : 린츠, voestalpine Stahlwelt und Caseli Gaestehaus
- 개최 규모
  - 국내기업 8~10개사/현지기업 200개사
- 참가 업체 산업 분야
  - 자동차
  - 기계
  - IT
  - 소재 등
- 주요 특징
  - 2020년 새롭게 단장한 Oberoesterreich 주 클러스터 중심의 비즈니스, 기술 포럼으로, 위 지역의 히든챔피언 기업을 비롯한 많은 기술 기업 및 연구소가 참가하는 행사

- 기대 효과
  - 국내 기업의 기술력 향상을 위한 R&D 파트너 발굴과 현지 유명 히든챔피언과의 협업 기회 창출

## 첨부 4 2020년도 주요 정치·경제 일정 및 유망 전시회 캘린더

### 주요 정치 일정

주요 행사	일시(잠정)	비고
부르겐란트 주의회 선거	2020.1.26	
빈 주의회 선거	2020.10	

### 주요 경제·통상 일정

주요 행사	일시(잠정)	비고
특별한 일정 없는 가운데, 2020년 세계개혁안 시행 예정		

### 유망 전시회 캘린더

산업	품목	전시회명	일자/장소
자동차	자동차(승용차)	오스트리아 비엔나 오토쇼 (Vienna Autoshow)	2020.1.16 ~ 19/빈
여행·관광	여행·관광	오스트리아 비엔나 관광 전시회 (Vienna Ferienmesse)	2020.1.16 ~ 19/빈
건축	건축 자재, 에너지 절약형 제품	오스트리아 비엔나 건축·에너지 전시회(Bauen&Energie)	2020.2.20 ~ 23/빈
의료기기	방사선 의료기기	오스트리아 비엔나 유럽 방사선학회(ECR)	2020.3.11 ~ 15/빈
산업기기	자동화 관련 산업기기	오스트리아 비엔나 국제자동화기기 전시회(Smart Automation Austria)	2020.5.12 ~ 14/빈

## 부록

## 對오스트리아 K패키지(양국 간 상생협력방안)

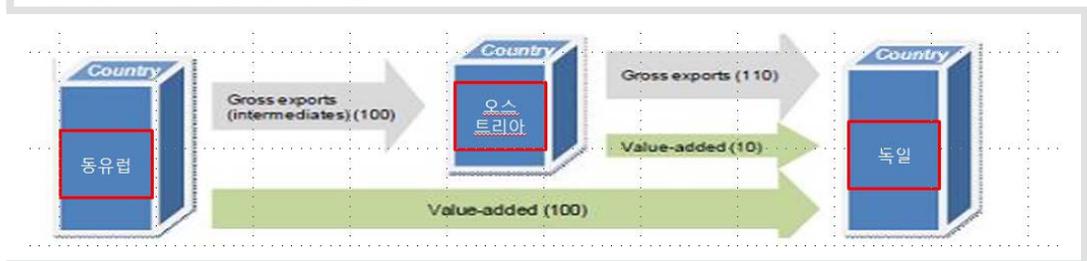
## I. 한-오스트리아 상생협력 필요성과 미래비전

## 가. 오스트리아의 협력 잠재력과 주요국 협력 현황

 오스트리아의 잠재력

- 지정학적 이점
  - EU 회원국으로서, 지정학적으로 서유럽 및 중동부 유럽 가운데 위치 → 유럽 모든 국가와 육상 운송으로 하루 내에 연결 가능
- 동유럽에 대한 전초기지 역할 수행
  - 역사적으로 서구와 동구를 잇는 중개교역지로서 특성 및 역할 수행
  - 풍부한 동유럽 네트워크를 바탕으로, 대(對)동구 교역의 노하우 및 금융기법 등 보유
- 서유럽 및 동유럽 간 밸류체인(Value Chain) 구축
  - 동유럽에서 값싼 중간재 수입 후, 기술집약적 고부가가치 중간재 생산, 이를 다시 독일 등 서유럽 글로벌 기업에 수출하는 글로벌 value chain 확립

## 독일 등 서유럽 및 동유럽 간 Value Chain 구축



- EU 회원국
  - FTA 등 주요 대외 경제정책의 경우, 기본적으로 EU 정책 준수

 주요국의 대(對)오스트리아 경제협력 현황

- 주요국과의 관계

국가	현황
서유럽	- 전통적으로 긴밀한 정치, 경제적 우호 관계 - EU 가입 이후, 이러한 협력관계 더욱 긴밀화
중동부 유럽	- 지리적, 역사적으로 긴밀한 관계. 이들 국가들과의 관계 증진이 주요한 외교 목표의 하나로 설정 - CEI, Danube Navigation 위원회 활동을 통해, 서유럽-중동부 유럽 간 교량 역할을 자임
미국	- 중립국이지만 친서방노선 표방 - 2차 대전 종전 후 마셜 플랜에 의한 미국의 원조가 부흥의 밑거름이 되었다는 인식 등, 대체로 원만한 우호관계 유지
아시아	- 과거 주로 중국, 일본, 인도 등 주요국과의 고위 인사 교류를 통한 의례적 수준의 관계 정립에 치중하는 소극적 외교 - 1980년대 이후 아시아 지역의 성장 잠재력 및 경제력의 급성장에 따라, 경제관계를 중심으로 한 외교관계 강화 주력

○ 주요국과의 경제협력 위원회 개최 내용(2019년)

- 중국(북경) : 2019년 9월 9~10일(27차)
- 코소보(빈) : 2019년 9월 4일(4차)
- 우크라이나(빈) : 2019년 5월 21일(14차)
- 우즈베키스탄(타슈켄트) : 2019년 4월 9일(7차)
- 벨라루시(민스크) : 2019년 3월 19일(15차)

 **한-오스트리아, 100년 넘는 역사적 관계 대비 경제협력은 미흡한 수준**

- 1892년, 조선과 오스트리아-헝가리 제국 간 수호통상조약 체결
  - 1905년, 일본의 대한제국 외교권 박탈로 한-오 관계 단절
  - 1963년, 한국과 오스트리아 공화국 재수교
  - 1967년, 오스트리아에 대한민국 상주 대사관 설치
  - 1969년, 한국에 오스트리아 영사관 설치(1985년, 오스트리아 상주 대사관 설치)
    - \* 1972년 한국 간호사 1차 파견(50명) 후, 1973년 50명 2차 파견
- 양국 간 교역규모 20~30억 달러 수준
  - 오스트리아는 한국의 49위 수출 대상국, 38위 수입 대상국(2018년 기준)

**나. 한-오스트리아 상생협력 미래비전 도출**

 **오스트리아는 '디지털화(Digitalization)'에 국가적 역량 집중**

- 전담 정부 기관 설립하고, 관련 정책의 통일화 및 효율화 도모
  - 2019년 초, 연방정부 R&D 진흥기관(FFG) 산하에 오스트리아 디지털 에이전시(DIA : Austrian Digital Agency, <https://www.digitalaustria.gv.at/>) 설립

- 공공 부문, 민간 부문을 망라한 오스트리아 산업 및 사회 구조의 디지털화 관련 정책 및 프로젝트 담당
- 인공지능(AI), 자율주행차, 빅데이터 등 3개 부문이 핵심 부문

#### 양국 간 기술협력 및 교류 활성화 기대

- 2019년 2월 14일 ‘한-오 양국 과학기술협력 MOU’ 체결
  - 오스트리아 쿠어츠 총리의 방한 기간 중 이루어진 양국 총리 회담을 통해 체결
  - 양국의 과학기술과 ICT, 전자정부 등 분야의 협력 강화. 양국이 상호 윈-윈하는 경제협력 파트너가 되며, 4차 산업혁명의 최적의 파트너가 되도록 노력하기로 합의
  - 또한, 교역과 투자를 확대하면서, 과학기술협력 양해각서를 바탕으로 한 인적 교류 확대 등 구체적인 협력 강화에 합의

#### 양국 경제협력을 통해 2022년 교역액 30억 달러 돌파 목표 추진

- 2020년은 한-오 수교 130주년이 되는 해
  - 기술협력 및 교류 확대, 다양한 문화 행사 등을 통해 양국 간 교역규모 30억 달러 돌파 기대

## II. 주체별 상생협력 과제와 실행방안

### 가. [G2G] 현지 재외 공관을 활용한 산업·문화 진출 지원

#### ① 현지 공관을 활용한 한류 확산

##### 오스트리아 주재 한국 대사관 등을 통한 다양한 문화 행사 개최

- (정책 수요) 개별 기업 차원이 아닌, 국가적 차원에서 한국 국가 홍보 노력 절실
  - 오스트리아로 수출되는 주요 한국 제품은 자동차, 반도체, 핸드폰 등 대기업 제품으로, 전체의 2/3 이상을 차지
  - 중소기업 제품 및 소비재 제품의 수출 비중은 상대적으로 낮은 편으로, 인구 882만의 작은 내수시장으로 인해 적극적인 마케팅이나 제품 홍보에 대한 투자가 쉽지 않기 때문
  - 일반 소비자들을 대상으로 하는 소비재 제품의 경우, 국가적 차원의 ‘한국’ 및 ‘한국 제품’에 대한 홍보 강화가 필요
- (향후 제안) 최근 오스트리아에서도 음악, 식품 등을 중심으로, 한국 및 한국 문화에 대한 관심이 증가하고 있는 추세
  - 아직 한국 문화에 대한 관심 계층이 제한적인 것이 사실이기 때문에, 이의 확대를 위한 다양한 문화 행사 개최 필요
  - 과거 대사관 주관 한국 식품전 등 행사가 개최된 적이 있었으나 정례 행사가 아닌 단발성에 그쳤기 때문에, 정례화된 관련 행사의 확대 필요
  - 현재 대사관이 주최 또는 후원하는 대표적인 정례 한국 문화 관련 행사로는 ‘K-POP Festival’을 들 수 있는데, 2019년 행사 때부터 무역관이 협업해 ‘한국 소비재 상품전’을 진행
  - 이 밖에 2019년 9월 23일부터 27일까지 5일 동안 ‘한국 영화 주간(Korean Film Week)’을 개최, 매일 한 편의 한국 영화를 상영함으로써 한국 문화 홍보에 큰 역할
  - 2022년 한-오 수교 130주년을 맞이하여 대사관 주도로 2020년, 2021년 보다 다양한 문화 행사 개최가 예상되고 있으며, 무역관에서는 이를 활용한 한국 상품 홍보 전략을 구상 추진 중

#### K-POP Festival Vienna

- 매년 창원에서 개최되는 K-POP World Festival 참가 오스트리아 대표를 선발하는 지역 예선 행사
- 2014년부터 개최되고 있는 오스트리아 유일의 K-POP 관련 공식 행사
- 2018년에는 대형 공연장인 빈 시민회관(Stadthalle)에서 개최. 한류스타가 직접 참가하지 않았음에도 불구하고, 1200여 명의 관람객이 몰림으로써 한류 인기 확인
- 빈무역관은 2019년 행사부터 참여하기 시작

- 2019년 K-POP Festival 행사 기간 동안, 화장품, 식품, 문구 소비재 중심 'K-Product Show 소비재 상품전' 개최. 한류 문화를 선호하는 관객들에게 한국 신제품 테스트 기회 제공
- 주요 전시 품목·업체
  - ① 식품 : 오투기, 삼양, 팔도(컵라면 등 간편 식품군), 오케이에프(음료), 라비퀸(컵 떡볶이) 등
  - ② 화장품 : 뉴필, 코스메랩, 러브바드, 엠엔비 등
  - ③ 팬시·문구 : 오디에스, 오피스알파 등

## 나. [B2B] 기업 간 산업협력 통한, 한국기업 진출 지원

### ① 양국 IT 기업 간 협업 추진

#### 5G 상용화 활용, 양국 IT 기업 또는 연구소 간 교류 확대 지원

- (시장규모) IT 시장규모, 2018년 135억 유로로 전년 대비 3.0% 성장
  - 2010년대 이후 꾸준한 성장세
  - 하드웨어 시장은 전체 오스트리아 IT 시장의 30.4%를 점유, IT 서비스는 46.2%, 소프트웨어는 23.4% 차지
  - 부문별로 약간의 차이는 있지만, 세 부문 모두 연평균 2~6%대의 지속적인 성장세 시현

오스트리아 IT 시장규모

(단위 : 백만 유로)

구분	2016년	2017년	2018년	증감(2018년/2017년)
하드웨어	3,870	4,005	4,109	2.6%
소프트웨어	2,924	3,056	3,163	3.5%
IT 서비스	5,908	6,060	6,243	3.0%
계	12,702	13,121	13,515	3.0%

자료 : Monitor

- (기대 수요) 빠르면 2020년 상반기 5G 서비스 상용화 예정
  - 현재 오스트리아 이동통신 서비스, LTE(4G) 서비스 제공 중
  - LTE(4G) 서비스, 2010년부터 상용화 시작
  - 5G 서비스, 현재 시범 지역 등에서 테스트 서비스 중
  - 2020년 상반기 중, 상용화 서비스 시작 예정
- (정책 수요) 5G 정책의 핵심, 오스트리아 교통혁신기술부의 '5G-Strategy'
  - 2018년 4월 오스트리아 교통기술혁신부(BMVIT), 오스트리아 5G 정책 방향을 담은 '5G Strategie : Oesterreichs Weg zum 5G-Vorreiter in Europa(5G 전략 : 유럽의 5G 선두 주자가 되기 위한 오스트리아의 길)' 발표

- 2012년 11월 발표된 오스트리아 ‘초고속 인터넷 전략 2020(Breitbandstrategie 2020)’의 연장선상
- 아래의 세 단계로 나누어 5G 정책 추진 예정

단계	기간	주요 내용
1단계	~2018년 중반	- 비상업용 5G 시범 테스트 수행
2단계	~2020년 말	- 초고속 광대역 인터넷 서비스 전국 확대(99%)* - 5G 서비스 상용화 시작
3단계	~2025년 말	- 2023년 말까지 도시 지역 5G 서비스 상용화 완료 - 2025년 말까지 5G 서비스 전국 확대 완료

주 : ‘Breitbandstrategie 2020’ 정책의 최종 목표

자료 : 오스트리아 교통기술혁신부(BMVI) 발행 ‘5G-Strategy’

- 도심 지역 : 상업성 등의 이유로 활발한 민간 투자 예상. 민간 업체의 투자 유도 및 적극 지원
- 농어촌 지역 : 상대적으로 민간 투자 부족 예상. 적극적 공공 부문 투자를 통해 관련 인프라 구축 추진
- 2025년 말까지, 전국 단위의 Giga bit/s 속도의 초고속 인터넷 인프라 구축 및 5G 서비스 상용화가 최종 목표
- 5G 인프라 구축으로 인한 직간접 투자 결과, 2030년까지 320억 유로의 국민총생산 및 3만 5천 명의 일자리 추가 창출 예상
- (협력 방안) 이동통신 사업자 및 정부조달 시장 진출 지원
  - 공공 부문 투자 : 정부조달 시장 진출 지원(BBG 입찰 정보 제공 및 입찰 참가 절차 지원)
  - 이동통신 사업자 진행 프로젝트의 경우, 해당 프로젝트 발생 및 진행 상황 모니터링 후 한국 우수업체와 연결 지원

## 2 한류 활용, 소비재 시장 교류 확대

### 한류 활용 소비재 시장 진출 확대

- (시장규모) 화장품, 패션의류, 농수산식품 등 오스트리아 소비재 시장, 매년 꾸준한 성장세
- 부문별 시장규모

구분	시장규모(백만 유로)			증감(2018년/2017년)
	2016년	2017년	2018년	
화장품	1,505	1,610	1,689	+4.9%
패션의류	6,200	6,293	6,400	+1.7%
농수산식품	18,809	18,997	19,282	+1.5%

- 2010년대 이후, 친환경, 웰빙 등이 주목받는 테마로 자리매김

구분	내용
화장품	화학 물질을 함유하지 않은 천연 추출물(천환경 유기농) 성분을 사용한 천연 화장품 제품에 대한 수요가 2010년대 들어 빠르게 증가. 연 30~40%대의 고속 성장세를 지속하고 있으며, 이에 따라 전체 시장에서 차지하는 비중도 10%를 상회
패션의류	시장 포화 속, 기존 업체들이 바이오 원사를 사용한 '친환경' 제품을 앞세우는 전략을 추진. 이들 제품들은 기존 제품 대비 5~10% 비싼 제품 가격에도 불구하고 소비자들의 높은 관심을 받고 있음
농수산물	건강 및 환경에 대한 인식 확대로 바이오 식품품 부문의 성장세가 두드러지고 있으며, 연 10~20%대의 성장세를 시현

- (유통 구조) 거의 모든 품목군에서 유통망의 대형화, 집중화 빠르게 진행 중으로, 온라인 마케팅이 차지하는 비중은 그리 높지 않은 단계
  - 소비재 업종별 주요 대형 유통업체

업종	주요 대형 유통업체
화장품	Douglas, Marionnaud, dm, BIPA
패션의류	H&M, C&A, Peek&Cloppenburg, Wolford
농수산물(식생활용품)	REWE 그룹(Billa, Merkur, PennyMarkt 등), Spar, Hofer, Lidl

- (한국 역량) 소비재 부문에서 한국 제품의 진출 실적은 크지 않으나, 2010년대 중반 이후 화장품 등을 중심으로 한류를 이용한 현지 인지도 빠른 증가 추세
  - 한국 소비재 진출 성공사례

구분	성공사례
화장품	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 청소년에서 30대까지 젊은 소비자층 중심, K-Beauty에 대한 관심 및 호응이 높아지는 추세</li> <li>- 2018년 10월 Zalando, 오스트리아 진출 설명회에서 K-Beauty 화장품군(群)을 특히 주목해야 하는 중요한 제품군으로 강조</li> <li>- K-Beauty에 대한 고객들의 관심 및 수요 증가 추세</li> <li>- 다수의 오스트리아 화장품 유통기업들, 한국 화장품 테스트 및 수입 적극 검토 또는 취급 제품군 확대 계획</li> </ul>
패션의류	<ul style="list-style-type: none"> <li>- WeBandit               <ul style="list-style-type: none"> <li>* 2017년 한인 디자이너들이 공동으로 창업, 수도 빈에 오프라인 매장을 오픈한 브랜드. 고객들의 방문 및 관심 꾸준한 증가 추세</li> </ul> </li> </ul>
농수산물	<ul style="list-style-type: none"> <li>- PANASIA(식료품 유통)               <ul style="list-style-type: none"> <li>* 수도 빈에서 1990년대에 설립한 업체로, 한국 식품을 꾸준히 수입 유통</li> <li>* 프랑크푸르트, 런던, 바르샤바, 파리 등 유럽 주요 도시에 10개 지사 운영</li> <li>* 삼양, 오투기, 팔도, 한일식품, 청정원, 해찬들 등 연 1천만 달러 이상의 한국 식료품 수입 유통</li> </ul> </li> <li>- AKAKIKO(식당)               <ul style="list-style-type: none"> <li>* 한인 교포가 1990년대 창업한 이래, 현재 오스트리아 내 20여 개의 매장 운영</li> <li>* 가장 인지도 높고 성공한 아시아 레스토랑 체인 평가</li> <li>* 2015년 고급 한식당 '요리(YORI)' 오픈. 그 영향으로 다른 오스트리아 내 한식당들도 고급화 전략 추진 중</li> </ul> </li> <li>- K-POP Cafe(카페)               <ul style="list-style-type: none"> <li>* 2019년 3월 빈 시내, Fandom K-POP Cafe 개점</li> <li>* 현재 2500명 팔로워 보유. 부다페스트 2호점 개점 준비 중</li> </ul> </li> </ul>

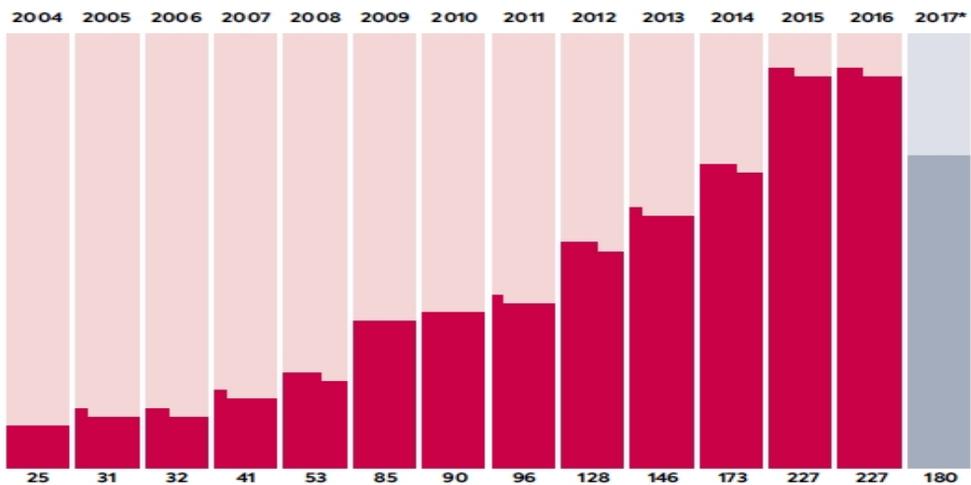
- (협력 방안) 기존 KOTRA 사업(무역사절단, 수출상담회) 활용, 현지 우수 업체와의 연결 추진, 오스트리아 주재 한국 대사관과의 다양한 협업을 통한 한국 이미지 홍보 확대 노력
  - 화장품 제품 현지 인증 취득 지원 : 현지 전문 인력 소개 및 연결을 통한, CPNP(The Cosmetic Products Notification Portal) 등록 및 인증 취득 지원
  - 현지 전시회 참가 지원 : Lebenslust(실버용품), Creativ Salzburg(선물용품·아이디어 상품)

### ③ 한-오 스타트업 협력 시스템 구축

#### 현지 행사 참여 지원, 한국 스타트업 진출 확대

- (시장규모) 2004년부터 2017년까지 오스트리아에서 창업한 신규 스타트업의 수는 총 1534개
  - 신규 스타트업 창업 지속 증가, 연평균 20% 이상 증가율
    - \* 2004년 25개 → 2016년 227개
  - 수도 빈, 전체의 50%가 넘는 업체 창업, 스타트업 창업자들이 가장 선호하는 지역
  - 스타트업 입지로서 빈의 장점
    - \* 우수 인력 조달의 용이성
    - \* 공공 부문 자금 조달의 용이성
    - \* 효율적 산학 연계
    - \* 전문성을 갖춘 초기 스타트업 육성 시스템의 존재

신규 창업 스타트업 추이



자료 : Austrian Startup Monitor 2018

○ **(유망 부문)** IT 산업 중, 소프트웨어 부문 창업 가장 활발

- 전체의 34.9%를 차지하면서, 1/3이 넘는 비중 차지

- 부문별 비중

\* 생명과학(10.2%), 하드웨어(9.6%), 창조 산업(커뮤니케이션, 마케팅, 미디어 등)(7.4%), 소비재(6.6%), 무역·유통(6.3%), 에너지·물류(4.1%), 금융(4.1%), 건설·부동산(3.0%), 관광·여행(1.9%), 교육(1.6%)

- 사업 모델별 비중

\* 소프트웨어·솔루션 공급 및 서비스(21.0%), IT 하드웨어 판매(15.0%), 소프트웨어 개발(8.5%), E-Commerce (7.7%), 온라인 마켓플레이스(7.7%), 모바일·웹 기반 애플리케이션(7.4%), 온라인 서비스 포털(6.0%)

○ **(협력 방안)** 현지 주요 행사 한국 업체 참가 지원

- 현지 개최 주요 스타트업 관련 행사

행사명	주요 내용
4GAMECHANGERS	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 2016년 처음 시작. 매년 4월 개최되는 스타트업 행사</li> <li>- 행사 주최 및 주관, 케이블 채널 'ProSieben' 담당</li> <li>- 스타트업 피칭 방송 프로그램 '2 Minuten 2 Millionen(2분 200만)'의 성공적 개최로, 시청률(방송)과 실속(스타트업 지원) 두 가지 측면에서 모두 높은 평가</li> <li>- 주요 주제는 디지털화(Digitalization) 및 미래기술 등</li> <li>- 특히 2019년은 아시아 지역을 협력 파트너로 선정하고 '아시아'를 집중 조명</li> <li>- 행사 규모                     <ul style="list-style-type: none"> <li>* 방문객 1만 2천 명, 벤처 캐피탈·비즈니스 엔젤 등 파트너·스폰서社 100개, 특별 초청 연사 300명 등</li> </ul> </li> </ul>
Pioneers Festival	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 2011년 이후, 매년 5월 개최</li> <li>- 유럽 최대 규모 스타트업 행사 중 하나</li> <li>- 높은 유럽 업체 참가 비율(75%)로, 한국 스타트업 입장에서 유럽 시장 진출 교두보로 활용하기에 적합한 행사</li> <li>- 핵심 이벤트는 파이오니아스 챌린지</li> <li>- 참가한 스타트업들의 경쟁 후, 투표로 가장 많은 득표를 한 업체 1곳 선정</li> <li>- 올해의 최고 스타트업으로 뽑힌 기업에게, 5만 달러 상당의 상금 및 미국 실리콘밸리 견학 등 다양한 혜택 제공</li> <li>- 2020년부터는 행사 주관 기관이 빈 투자유치청(VBA, Vienna Business Agency)으로 변경. 형식과 내용을 바꿔 'Vienna Business Week'로 새롭게 선보일 예정</li> </ul>

- 스타트업 진흥 기관인 'GIN(www.gin-austria.com)'의 대표 프로그램인 'Go Austria' 및 'Go Seoul' 등을 통해, 양국 스타트업 간 교류 확대 추진

**4 사회 인프라 확충 프로젝트 진출 지원**

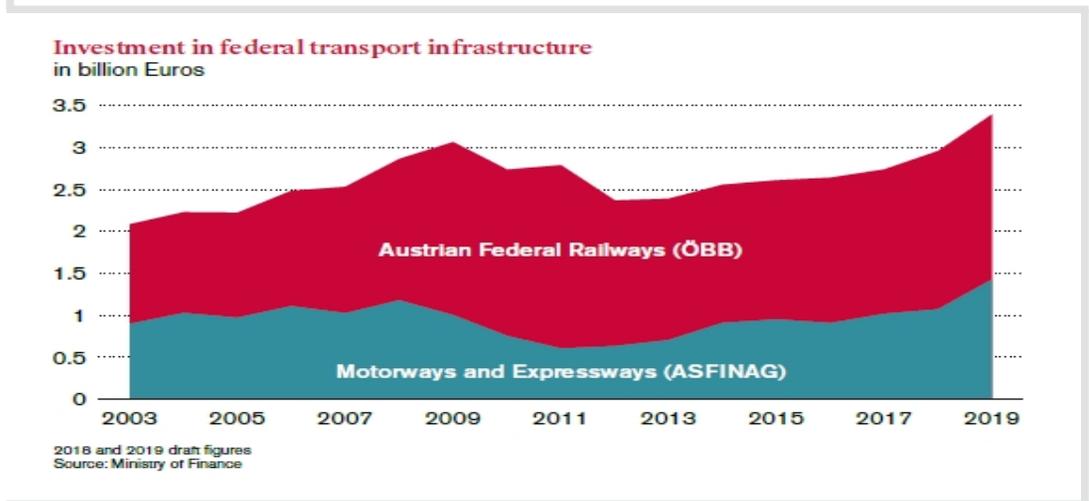
**5대 부문 국가 인프라 구축에 지속 투자 계획**

○ **(정책 방향)** 국가 입지 경쟁력 강화 목적, 에너지, 이동통신, 도로·터널, 항공, 관광 등 5개 부문 인프라 개선을 위한 정책 추진

- 에너지 : 2020년부터 2년 동안 총 20억 유로 정부 투자 예상. 수력, 풍력, 태양광 등 신재생 에너지 부문 투자 확대

- 이동통신 : 2020년 중 5G 서비스 상용화를 위한 투자 확대. 민간 이동통신 사업자 중심의 사업 추진
  - 도로·터널 : 환경 영향 및 물류 인프라 개선을 위한 대형 프로젝트 예정
  - 항공 : 빈 국제공항 확장 프로젝트 진행 중
  - 관광 : 스키 등 겨울 스포츠 관광 인프라 개선을 위한 프로젝트 예정
- (유망 부문) 이동통신 부문, 물류 인프라(도로, 철도 등) 부문 등
- 물류 인프라 : 2018년 총 31억 유로 관련 투자 수행. 2000년대 이후 연 25~35억 유로 규모의 지속적 투자 진행 중으로, 2019년 34억 유로 예상

#### 오스트리아 물류 인프라 투자 추이



자료 : 오스트리아 재무부

- (협력 방안) 각 부문별 대형 프로젝트 수행 주체와의 연결 지원
  - 이동통신 : 이동통신업체(A1, Magenta, Drei(3) 등)
  - 도로·터널 : 대형 건설업체(Asfinag, Strabag, Porr 등)
  - 철도 : 오스트리아 철도공사(OeBB)

#### 5 양국 기업 간 M&A 활성화

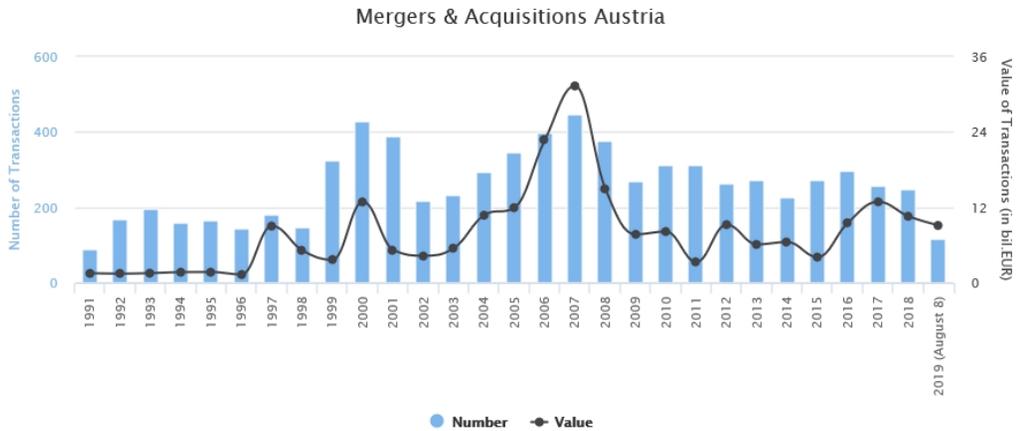
##### 한국기업의 현지 우수 기업 대상 M&A 활동 지원

- (시장 현황) 2018년, 총 248건, 105억 유로 규모 M&A 딜 성사
  - 오스트리아 M&A 시장은 2007년 그 정점을 찍은 이후, 글로벌 경제위기, 유럽 재정위기 등 대외적인 경제 여건의 변화로 그 규모 크게 감소

- 최근 연 60~100억 유로 규모의 시장

### 오스트리아 M&A 시장 추이

## M&A Austria



자료 : IMAA(Institute of Mergers, Acquisitions and Alliances)

- (시장 특성) 오스트리아기업이 M&A 대상(피인수기업)이 되는 경우가 다수
  - 전체 M&A의 2/3가 외국 업체의 오스트리아 업체 인수, 나머지 1/3 오스트리아 업체의 외국 업체 인수
  - 2000년대 중반까지도, 금융, 부동산 등 부문을 중심으로 오스트리아기업들의 외국기업 인수 (주로 남동부 유럽 국가들)가 큰 비중 차지
  - 2010년대 들어, 기술력 있는 오스트리아 중소기업 대상 외국기업들의 인수합병 또는 지분 참여가 오스트리아 M&A 시장의 주를 형성
  - 오스트리아 M&A 시장은 '사모 펀드(PEF) 문화'가 활성화되어 있지 않으며, 동종 또는 유사한 업종의 기업에 의한 인수합병이 주를 이루고 있음
- (기회 요소) 여러 산업 분야에서, 우수한 기술력을 갖춘 중소기업 다수 존재
  - 이러한 '잠재적' M&A 대상 기업들의 경우, 대부분 가족 기업 형태로 운영되는 경우가 많아 소유구조 자체가 복잡하지 않은 특성
  - 가족 기업들의 경우, 사적인 이유로 매물로 나오는 경우도 있기 때문에 잠재적 매물 기업이 될 가능성 상존
  - 화학, 약품, 자동차, IT 등, M&A 시장의 유망한 산업 분야
- (협력 방안) 우수 M&A 부티크, 법무법인 등과의 네트워크를 통한 우수 매물 발굴 및 보고, 한국 관심업체와의 커뮤니케이션 지원 등

- 아시아권 기업들과의 인수합병의 경우, 기업문화의 차이로 인한 갈등 등 비경제적인 요인들이 의외로 크게 작용할 가능성이 높음
  - 현지 M&A 전문 기관과의 충분한 사전 논의 및 검토 등, 유기적인 상호 커뮤니케이션이 M&A 성공의 핵심 요소
- (성공사례) 2010년대 이후, 한국 대기업들을 중심으로 현지 우수 기업 대상 M&A 시도 활발

#### 한국기업 성공사례

- 2018.4.26. LG전자(주), 오스트리아의 글로벌 차량용 헤드램프 제조업체 ZKW 인수 성공
- LG전자(주), ZKW社의 지분 70% 7억 7천만 유로에 인수. 나머지 30%(3억 3천만 유로)는 (주)LG가 인수
- ZKW社는 프리미엄급 차량용 헤드램프 전문 제조업체로, 최근 각광을 받고 있는 LED 주간주행 램프, 레이저 헤드램프와 같은 차세대 광원을 탑재한 프리미엄 헤드램프를 세계 최초로 양산한 기술력 보유
- 오스트리아를 포함, 세계 총 8곳의 생산 기지 운영. 오스트리아 2개(Wieselburg, Wiener Neustadt), 슬로바키아, 체코, 중국, 인도, 멕시코, 미국 등
- Audi, BMW, GM, Porsche, Benz, Opel, Rolls-Royce, Scania, VW 등 완성차 업체들을 주요 고객으로 확보. 오스트리아 본사에 4백 명이 넘는 고급 인력들이 R&D 부문에 종사하면서 기술 개발에 주력
- ZKW社는 글로벌기업인 LG의 글로벌 판매 네트워크 활용, 고객 및 시장 확대 도모 가능
- LG전자(주)는 60년 기업 역사상 최대 규모인 이번 ZKW 인수를 통해 자동차부품 사업의 포트폴리오 강화는 물론 차세대 융복합 제품 개발 등을 통한 미래 자동차부품 시장을 주도할 계획

## 다. [B2G] 국제기구·정부조달 시장 진출 활성화

### ① 전문 품목 위주, 국제기구 조달 시장 진출

#### 국제원자력기구(IAEA)

- (시장규모) IAEA의 조달 규모, 2018년 기준 연 1억 6,730만 달러
  - 원자력 에너지의 평화적 사용을 목적으로 설립된 UN 산하 기관
  - 2010년 이후, 연 1억 5천만~2억 달러 사이에서 매년 증감 반복
  - 연간 구매 주문 건수 8천 건 이상. 건당 15만 달러 이상 구매 시 공개경쟁 입찰 의무
- (유망품목) 구매 품목은, 사무국 본부 구매 품목과 필드 구매 품목
  - 필드 구매 부문, 특히 기술력으로 승부가 가능한 TC 부문(Technical Cooperation : Field Procurement Section)이 한국기업들의 진출 가능성이 상대적으로 높음
  - 본부 구매 품목(IAEA 본부 사용)의 경우, 품질 보증 및 사후 서비스 제공 가능 여부가 중요시 되기 때문에 로컬 공급자를 선호하는 경향
  - TC 부문 구매 규모, 연 5,000~7,500만 달러로 IAEA 전체 구매의 40% 비중
  - 주요 구매 품목

\* 실험실용 관련 장비, 방사능 모니터링 장비, 방사능 이용 의료 기기, 전산처리 관련 각종 장비 및 그 부분품, 보안 및 통제 시스템, 컴퓨터 관련 하드웨어 및 소프트웨어, 각종 애플리케이션, 각종 계측 장비 등

- (조달 절차) UN 구매시스템(UNGM)에 등록된 기업만이 입찰 참여 가능
  - 국제연합(UN)에서 운영하고 있는 통합 구매시스템. 30여 개 UN 산하 기관들이 이 통합 시스템 상에서 공급자 명부(Roster) 운영
  - UNGM 등록에는 특별한 자격 요건이나 제한 없음
  - 3년 이상 제품 해외 수출 경험 또는 국제 프로젝트에 서비스 공급자로서 참가한 사실 입증 가능 업체면 등록 가능
  - UNGM 웹사이트(www.ungm.org)를 통해, 온라인 등록 신청서 작성 및 제출
    - \* 등록 신청 시, 관심 국제기구(Select Agency)에 'IAEA'를 선택(복수 국제기구 선택 가능)
    - \* 공급 가능한 품목을 정해진 품목코드(Commodity Code) 리스트에 따라 정확하게 기재하는 것이 중요. 해당 품목의 품질증명서(Quality Assurance Certificate) 제시 필요(등록 허가 시 중요 기준)
    - \* IAEA를 관심 국제기구로 선택한 신청서는 IAEA 사무국(구매담당 부서)으로 송부되어 심사 및 수락 여부 통보
    - \* 등록 신청에서 최종 수락 여부 통보까지의 기간은 기관별로 차이가 있는데, IAEA의 경우 통상적으로 2~3주의 시간 소요

### 한국 업체 현황 및 진출 방안

- (진출 현황) 전체 IAEA 조달 금액 중, 한국산 제품의 납품 비율은 매우 낮은 수준
  - 2018년 기준, 한국산 제품이 차지하는 비중은 0.15%
  - 한국수력원자력 등 원자력 관련 공기관의 서비스(Professional Engineering Service) 공급 실적, 연 2~10만 달러 수준에서 꾸준히 발생
  - 일반 기업들의 장비 납품 실적은 드물게 발생
  - Accelerator, Electron, Spectrometer Mass, 방사능 모니터링 장비 및 실험실 또는 연구소용 장비 등, 상대적으로 공급 가능성이 높은 품목
- (협력 방안) 한국 업체들의 UNGM 등록 지원 서비스 제공
  - 국제기구 담당자들과의 네트워크 활용, 한국 업체들의 UNGM 등록 절차 지원 및 최근 구매 트렌드 등 입찰에 도움이 될 수 있는 정보 제공
- (성공사례) 1社, 2006년 이후 120만 달러 납품

#### 한국기업 성공사례

- 사는 1990년대 말부터 환경 분야에 뛰어들면서, 폐수 처리 및 가스 처리 관련 기술 개발 시작
- 연구소에서 출발했기에 연구에 강한 장점을 활용, 1997년부터 IAEA의 여러 연구 과제 참여. 이런 연구 과제들이 성과를 내기 시작하면서 IAEA의 신뢰를 받았고, 그 신뢰가 결국 납품 의뢰로 연결
- 2001년부터 2004년까지 IAEA와 기술 제휴 프로젝트를 함께 했는데, 이 프로젝트가 납품으로 이어지는 직접적인 계기
- IAEA를 통해 2006년 처음으로 이란에 전자선 폐수처리 장비 수출에 성공. 이후 지속적으로 관련 장비를 납품

- IAEA는 방사선을 이용한 환경 분야 연구에 많은 지원을 하고 있으므로, 한국기업들은 이 점을 활용할 필요. 실제로 이 회사의 경우, IAEA의 지원을 통해 연구개발된 제품이 상용화된 경우

## ② 인프라 관련, 장비 중심 정부조달 시장 진출

### 사회간접자본 인프라 구축에 지속 투자 계획, 관련 정부조달 시장 유망

- (정부조달 시장) 오스트리아 전체 조달 시장(건설 부문 제외)의 대부분, 연방조달 유한공사(BBG)를 통해 수행
  - 2002년 이전, 연방정부, 주(州)정부 별로 공공조달을 담당하는 부서가 각기 존재. 2001년 헌법재판소의 위헌 결정으로 모두 폐지
  - 현재 국영 기업 연방조달 유한회사(BBG)가 정부, 지방자치단체, 국영 기업 등의 조달 업무 담당
  - 오스트리아 전체 조달 시장의 80~85%를 담당
  - 2018년 기준, 15억 1천만 유로 규모
  - 온실가스 감축 노력 등 환경 문제 및 최근의 에너지 절감 추세 관련, 전기·전자·IT 및 건설 부문에도 친환경 및 에너지 고효율 제품들의 조달 비중 빠른 증가 추세
  - 주요 구매 품목(2018년 기준)
    - \* IT·통신(26%), 건물관리(16%), 자동차·운송(15%), 에너지(14%), 서비스(13%) 등
  - 2018년 기준, 공급업체 수 1800개, 조달 의뢰기관(구매자) 5500개
- (조달 절차) BBG 정부조달 절차 요약

#### ① 입찰 정보 획득

<https://www.bbg.gv.at/information/aktuelle-ausschreibungen/>

#### ② 입찰 참가 자격 및 입찰 절차

- 조달자는 응찰 시점을 기준으로 응찰자가 다음과 같은 자격 요건을 충족시키고 있다는 증거를 제시할 것을 요구할 권한이 있음
  - 응찰건의 수행 능력
  - 일반적 신뢰도
  - 응찰건 관련 특수한 신뢰도
  - 재무 신뢰성
  - 기술 신뢰성
  - 경우에 따라 국제 또는 국내 인증서(ISO 또는 OeNORM 등)
- 입찰 절차는 다음의 절차에 따라 진행됨
  - 입찰 공고 → 응찰 접수(직접 접수, 우편 또는 전자 접수) → 응찰 건 검토 → 낙찰

#### ③ 입찰 경쟁 방식

- 공개입찰 경쟁
  - 일반 물자 조달 및 서비스 용역 비용이 6만 유로 초과 21만 1천 유로 이하일 것으로 예상되는 경우, 공개입찰 경쟁 방식이 일반적
  - 건설의 경우, 35만 유로 이하까지 가능

- (협력 방안) 입찰 공고 안내 및 입찰 참가 자격 준비 지원 서비스 제공
  - 정부조달 시장 폐쇄성으로 인해, BBG를 통한 외국기업의 낙찰 비율은 5% 미만
  - 정부조달 참가 오스트리아 업체에의 관련 제품 납품이 현실적으로 가장 실현 가능한 방법
  - 직접 참가하고자 할 경우, 현지 업체 ANKOe 이용 필수

#### Tender 관련 사업자 등록회사 ANKOe

- 오스트리아 연방상공회의소가 운영하는 Tender 관련 사업자 등록회사로, 정부조달 사업에 참가하고 있는 대부분의 기업들이 등록
  - 정기적으로 등록 회원사들에 대한 조사 실시
  - 응찰 시 요구되는 자격요건 증빙에 필요한 문서 발행
  - 발행한 자격요건 증빙 서류, 대부분의 오스트리아 조달자들이 신뢰할 정도로 공신력 인정
- 업체 정보
  - 회사명 : ANKOe Service GmbH
  - 주소 : Anschuetzgasse 1, A-1150 Wien, Austria
  - Tel : +43-1-333 6666-0
  - 이메일 : office@ankoe.at
  - 홈페이지 : www.ankoe.at

## 라. [국민] 관광 등을 통한 민간 교류 확대

### ① 양국 국가 홍보 증대를 통한, 양국 간 민간 차원의 교류 확대

#### 관광객 증가를 위한, 국가 차원의 홍보 확대

- 오스트리아 방문 한국 관광객 수 꾸준한 증가 추세
  - 2018년 기준, 방문객 수 32만 명, 숙박일수 48만 일
  - 2010년 이후 꾸준한 증가세(27만 명(2016년) → 31만 명(2017년))
  - 2017년부터, 일본을 제치고 아시아 국가 중 중국에 이어 2위 차지
  - 오스트리아 관광청은 문화 및 예술 분야에서 아웃도어 액티비티와 미식까지 테마를 확대하여 한국 관광객 유치 노력 지속
- 한국 방문 오스트리아 관광객 수 정체 추세
  - 2018년 기준, 방문객 수 1만 2,600명으로 오스트리아 방문 한국 관광객 수의 4% 수준
  - 2015년(9,700명)까지 1만 명 이하 수준
  - 2016년 처음으로 1만 명 돌파(1만 1,200명)했으나, 실질적으로 정체 양상(2017년 1만 1,200명)
  - 오스트리아 현지 여행 상품 중 한국 상품은 찾아보기 힘들 정도로, 한국에 대한 홍보가 부족한 상황

○ 정부 차원의 적극적인 국가 홍보 필요

- 한국관광공사, 오스트리아 한국 대사관 등 국가 기관을 활용한 적극적인 홍보 활동 필요
- 매년 초 빈에서 개최되는 오스트리아 최대의 여행·관광 전시회인 ‘페리엔 메세(Ferienmesse, <https://www.ferien-messe.at/>)’에 한국관광공사 독일 지점 전시업체로 참가
- 한국 홍보를 위한 보다 다양한 관련 행사 개최, 한국관광공사 오스트리아 지점 설립 등 보다 적극적인 국가 홍보 전략 필요

## 2 오스트리아 진출 한국기업의 현지 CSR 활성화

### 현지 진출 대기업 중심, 현지 CSR 활동 활성화

○ 시장 특성으로 인해, 중소기업 진출 미미

- 인구 882만의 작은 내수시장
- 삼성, LG, 기아, 현대 등 대기업을 제외하면, 한국 중소기업 진출 실적 부진
- 이들 대기업들이 한국 상품 및 한국 국가 이미지 제고의 큰 역할 담당

○ 현지 CSR 활동, 상대적으로 활발하지 않은 상황

- 2015년부터 삼성이 참여하고 있는 ‘Magdas 프로젝트’, 언론에 많이 언급되었던 한국기업의 CSR 활동 성공사례

- ‘Magdas 프로젝트’는 오스트리아의 천주교 구호 단체인 카리타스(Caritas&Du)가 수행하는 난민 지원 부문의 대표 사업
- 수도 빈 2구(區) 프라터 공원 지역에 위치한 Magdas 호텔([www.magdas-hotel.at](http://www.magdas-hotel.at))은 오스트리아 최초의 사회적 호텔(Social Business Hotel)
- 난민(정식으로 난민 지위를 부여받아 오스트리아 내 합법적인 체제 허가를 받은 사람)들에 의해, 호텔의 모든 기능들이 수행
- 통상적으로 난민들은 체제 허가를 받게 되어도 일할 곳을 찾지 못해 큰 어려움을 겪어 왔는데, 이러한 문제에 대한 해결책으로 2015년 2월부터 Magdas 호텔은 난민들에게 일자리 및 직업 교육의 기회를 제공함으로써 이들이 오스트리아 사회에 안정적으로 정착할 수 있는 토대 마련
- 이 프로젝트의 성공적 수행을 위해 다수의 기업들이 재정적 지원 수행 중으로, 삼성의 오스트리아 현지법인이 메인 스폰서 담당
- 프로젝트 시작 당시, 삼성은 단순한 재정적 지원(금전적 지원, TV·태블릿 PC·핸드폰 등의 전자 제품 지원 등) 외 준비 단계에서 회사 직원들이 직접 현장에 나와 호텔 직원들과 같이 공동 작업을 수행함으로써 언론의 큰 주목 끄
- 2014년 9월부터 매월 한 차례씩 Action Day를 정해 직원들이 자발적으로 현장을 지원했었는데, 첫 Action Day에는 42명의 삼성 직원들이 호텔 스태프들과 함께 청소, 수리 등의 작업을 수행할 정도로 직원들의 참여도가 높았으며 이러한 미담이 오스트리아 경제전문 주간지(FORMAT) 등을 통해 일반에 알려져 큰 관심을 불러일으킴

### Ⅲ. 향후 對오스트리아 K패키지 실행체계(안)

#### ① KOTRA 빈무역관을 KBP(Korea Business Plaza)화 하여 상시협업 체제 구축

- 분야별 현지 기관과의 협업을 통한 성과 극대화 도모
  - 무역 및 경제 활동 : 오스트리아 연방상공회의소(WKO)
  - 문화 행사 및 국가 홍보 관련 : 주 오스트리아 한국 대사관

#### ② 관계 부처 수요 반영, K패키지 수정 보완 및 업데이트

- 산업부, 중소기업벤처부, 외교통상부 등 관계 부처의 수요 반영, 상시 K패키지 업데이트 시스템 구축
  - 양국 정부부처 간, 관계기관 간 MOU 체결 시 기초 참고 자료로 활용하는 등, 활용 극대화 방안 모색
    - \* 경제부문 중심이 아닌, 외교, 안보, 사회, 문화 쉰 분야 참여주체 수요 반영

 작성자

연번	작성자	직책	소속	Tel	Email
1	김현준	팀장	빈무역관	+43-1-586 3876	kim@kotra.at

KOTRA자료 20-044

## 2020 국별 진출전략 **오스트리아**

발행인 권평오  
발행처 KOTRA  
발행일 2020년 1월  
주소 서울시 서초구 헌릉로 13  
(06792)  
전화 02) 1600-7119(대표)  
홈페이지 [www.kotra.or.kr](http://www.kotra.or.kr)  
문의처 경제협력총괄팀  
(02-3460-7689)  
I S B N 979-11-6490-190-6(95320)

Copyright © 2020 by KOTRA. All rights reserved.  
이 책의 저작권은 KOTRA에 있습니다.

