

독일 자동판매기 시장 현황



KOTRA 제공

1. 요약

□ 시장개요

- 독일 자동판매기 시장은 매출이나 수입, 수출량에서 큰 성장이 없다. 그러나 기존의 주를 이루던 음료, 스낵 자판기 이외에 다양한 자판기 물품 수요가 높아지고 있어 새로운 시장 개척의 기회가 되고 있다.
- 자판기 시장의 대부분을 차지하는 음료, 스낵 자판기는 주로 사내에 비치되어 있다. 쉽게 거래처를 바꾸지 않는 독일 바이어 특성상, 기존 고객 유지와 신상품 개발이 주요 성공요인이 될 수 있다.
- 자동판매기 시장의 특징은 담당 업체가 자판기 판매에서부터 지속적인 제품 조달, 유지, 청소까지 맡게 된다는 점이다. 급격한 수요 증가가 예상되지 않는 한, 구매 후의 서비스가 재구매 여부를 결정한다고 할 수 있다.

□ 경쟁 동향

- 독일 자판기 시장에는 독일 제품과 더불어 프랑스, 네덜란드와 같은 주변 유럽국가의 제품들이 시장을 지배하고 있다. 대부분 한 업체에서 물품에 상관없이 다양한 자판기를 생산하고 있다.
- 최근에는 선택의 폭이 넓은 복잡하고 다양한 자판기 제품이 인기를 끌고 있다. 박람회 등을 통해 선보이는 신상품에 대한 관심이 높아지고 있다.
- 신선한 디자인과 다양해진 제품의 양이 새로운 구매 요소로 떠오르고 있다. 자판기의 위치 또한 중요한 변수가 되면서 좋은 위치 선점이 경쟁력 향상에 도움이 될 것으로 보인다.

□ 마케팅 참고사항

- 자동판매기의 경우, 사업 파트너와의 협상이나 각각 상품에 따라 가격이 매우 유동적이다. 기존 시장에서의 기업 인지도 역시 가격 협상에 영향을 미치기 때문에 시장의 정확한 가격을 알아보기가 매우 힘들다. 자사의 가격이 곧 핵심역량을 나타내기 때문에 제3자에게 공개되는 일이 적다.
- 독일에서는 우리나라와 달리 온라인 광고시장이 활성화되어 있지 않다. 자동판매기도 온라인 광고보다는 전문 잡지를 통해 광고한다. 올해에도 이런 경향은 지속될 것으로 보인다.

□ 수출 시 참고사항

- 자판기 관련 제품의 독일 진출 시 현재까지 특별한 제약 사항은 없다. 관세는 1.7%이며 부가세는 다른 제품과 동일하게 19%를 적용 받는다.
- CE 마크의 획득은 필수적이다. 독일 내 진출을 생각한다면 GS 마크를 획득하는 것도 도움이 된다.

II. 시장동향

1. 거시경제 분석

□ 독일 경제 현황

- 독일은 2007년 노동시장 유연화에 따른 내수회복 및 수출 호조 등에 힘입어 약 2.5%의 경제 성장률을 달성하였다. 독일 정부와 여러 경제연구소에서는 2008년의 수출은 지속적으로 성장하겠지만, 미국경제의 불안으로 인해 약 1.8% 정도의 성장세를 보일 것으로 전망하고 있다.
- 수출 강국인 독일은 미국의 경기둔화와 유로화 강세로 어려운 상황 속에서도 세계 1위 수출국 자리를 지켰다. 2007년도 수출은 전년 대비 약 8% 증가한 9,690억 유로를 기록하였다.
 - 주요 수출 품목은 자동차, 자동차부품, 기계류, 석유화학, 의약, 첨단설비이다.
- 경기회복세와 메르켈 총리의 노동시장 개혁으로 인해 2007년 말 기준 실업률이 9%로, 최근 5년 사이 최저 수치를 보였다. 다만 유가 상승으로 인해 물가는 당분간 상승할 전망이다.

□ 한-독 교역현황

- 독일은 중국, 미국, 일본, 대만에 이어 제5위의 교역국이다. 2007년 12월 기준 한국은 독일을 상대로 수출 약 115억 달러(-2.4%), 수입 135억 달러(+19%)을 기록했다.
 - 품목별로 살펴보면 자동차, 선박이 전년 대비 증가하였고, 무선통신기기, 반도체와 같은 일부 주력 품목은 수출증가세가 둔화되었다.
- 우리나라의 대독일 주종 수출 품목은 선박, 반도체, 자동차, 무선통신기기, 컴퓨터, LCD이다. 이 주요 수출품목이 차지하는 비중은 약 70%에 달한다. 현재 6대 수출품목의 수출의존도가 지나치게 높기 때문에 수출품목 다양화가 필요하다.

2. 시장개요

○ 냉·온 음료 자판기(HS code 8476 21) 수출입 동향

[수입 동향]

(단위: 천 유로)

순위	국 가	2006	2005	2004
1	프랑스	300	48	30
2	네덜란드	1,779	2,574	1,133
3	이탈리아	13,532	4,665	3,112
4	영국	4,820	6,270	2,916
5	덴마크	3,054	5,532	1,212
6	스페인	259	373	282
7	스웨덴	323	298	301
8	오스트리아	80	40	72
9	폴란드	66	8	2
10	미국	541	526	716
11	중국	21	11	N/A
상위 11개국 총계		24,775	20,345	9,776
전체 총계		24,866	20,745	10,149

※ 자료원: Federal Statistical Office

[수출 동향]

(단위: 천 유로)

순위	국 가	2006	2005	2004
1	프랑스	2,389	2,089	3,381
2	네덜란드	7,260	7,029	6,623
3	영국	893	622	2,105
4	덴마크	567	694	205
5	오스트리아	2,190	1,294	1,416
6	벨기에	2,264	1,739	1,380
7	노르웨이	662	257	151
8	스위스	659	588	342
9	러시아	572	541	115
상위 9개국 총계		17,456	14,853	15,718
전체 총계		19,631	16,610	18,165

※ 자료원: Federal Statistical Office

○ 그 외 자판기(HS code 8476 89) 수출입 동향

[수입 동향]

(단위: 천 유로)

순위	국 가	2006	2005	2004
1	프랑스	58	3	18
2	네덜란드	42	55	N/A
3	이탈리아	9,174	15,338	9,062
4	영국	79	81	66
5	스페인	1,211	2,066	2,386
6	스웨덴	165	N/A	N/A
7	노르웨이	162	68	35
8	스위스	2,079	2,613	431
9	체코	85	21	N/A
10	미국	581	848	2,105
11	중국	36	114	31
12	대한민국	23	N/A	N/A
13	타이완	157	19	N/A
상위 13개국 총계		13,852	21,226	14,134
전체 총계		13,946	21,975	14,251

[수출 동향]

(단위: 천 유로)

순위	국 가	2006	2005	2004
1	프랑스	4,119	1,265	2,899
2	네덜란드	1,075	663	611
3	영국	1,669	1,933	922
4	아일랜드	812	915	531
5	오스트리아	3,296	2,431	2,726
6	스위스	1,282	1,287	1,935
7	루마니아	1,569	1,224	913
8	러시아	681	518	394
9	미국	601	365	526
10	UAE	4,819	80	1,093
11	호주	968	174	31
상위 11개국 총계		20,891	10,855	12,581
전체 총계		24,415	16,225	17,170

- 독일 자판기 협회(BDA-Bundesverband der Deutschen Vending Automatenwirtschaft, Association of the German vending machine branch)에 따르면, 현재 독일에서는 약 50만 대의 음료, 스낵 자판기가 사용되고 있다. 그 중 80% 이상이 직원들에게 음료와 음식을 제공하기 위하여 사내에 비치되어 있다.
- 많은 기업들이 커피 전문 자동판매기를 구비하는 것이 가정용 커피 머신을 구비하는 것보다 가격 면에서 효과적이라고 판단하고 있다. 전문 자동판매기의 경우 불연성의 재료로 제작되었고, 화재 예방 수칙에 따르고 있어 일반 커피 자판기보다 안전성 면에서도 뛰어나다. 기업외에도 기차역, 학교, 대학교, 기차 내 등에 비치되어 있다.
- 이 밖에도 여러 다른 종류의 자판기를 독일 시장에서 찾아볼 수 있다. 자판기 중 가장 큰 부분을 차지하는 것은 냉온음료 자판기와, 스낵 자판기, 담배 자판기와 기차, 버스, 주차 티켓 자판기이다. 꽃, 우표, 핸드폰 충전 카드, 신문 자판기도 있다.

3. 경쟁동향 분석

□ 주요 기업별 현황 및 특징

- Servomat Steigler
 - 주소 : Vertriebs- und Beratungs- GmbH, Robert-Bosch-Str. 389179 Beimerstetten
 - 전화 : 0 73 48/95 66 0
 - 팩스 : 0 73 48/95 66 22
 - 이메일 : info@servomat-steigler.com
 - 홈페이지 : http://www.servomat.web-grafix.eu
 - 이탈리아 냉음료, 스낵 자동판매기의 제작 및 유통을 담당하는 'rheavendors'의 상품을 판매하는 기업이다. 자판기 분야에서 40년 이상 운영해 왔으며, 몇몇 국가에서는 시장 선두 기업이다. 또 독일 시장에서는 가장 광범위한 상품과 상표로 알려져 있다. 소형 온음료 자동판매기 분야에서 가장 지배적인 상품인 'Cino'나 온음료와 스낵류 'Luce'와 같은 유명 브랜드의 자동판매기를 판매하고 있다.
- Animo GmbH
 - 주소 : Franz Lenz Strasse 12F 49084 Osnabr?k
 - 전화 : +49 541 971250
 - 팩스 : +49 541 9712525
 - 이메일 : info@animo-gmbh.de
 - 홈페이지 : http://www.animo.nl
 - 전문적인 커피, 차 종류의 자판기를 제조하는 네덜란드 기업이다. 관련 시장을 선도하는 기업으로, 1950년 네덜란드에서 설립되어 그 후 벨기에, 독일, 프랑스로 영역을 넓혀나갔다. 강점은 수동이나 자동을 선택할 수 있다는 다양성과 어떤 상황에서도 제품을 공급할 수 있는 점이라 할 수 있다. 이들의 커피 제조 시스템은 스타일, 내구성, 위생 등이 중요한 호텔이나 회사, 레스토랑, 병원, 부대 등 다양한 곳에서 찾아볼 수 있다. 모든 제품은 스테인레스 스틸로 만들었고, 이러한 자재와 기능적 디

자인이 제품의 유지를 쉽게 해준다.

- Sielaff GmbH und Co. KG
 - 주소 : M ùchener Strae 2091567 Herrieden
 - 전화 : +49 9825 18-0
 - 팩스 : +49 9825 18-155
 - 이메일 : info@sielaff.de
 - 홈페이지 : www.sielaff.de
 - 1886년 설립된 가족 경영 기업으로, 오랫동안 지속 되어온 독일 자판기 제조 시장의 선두 기업이다. 체코 필젠과 프랑스 파리, 영국에 자회사를 가지고 있고, 550명의 직원이 있다. 2007년 총 매출은 약 5,300만 유로였다.
- Automaten Seitz
 - 주소 : Vertrieb und Kundendienst GmbH, Schatzbogen 49 81829 M ùchen
 - 전화 : + 49 (0) 89 42 73 5 0
 - 팩스 : + 49 (0) 89 42 73 5 111
 - 홈페이지 : http://www.automaten-seitz.de
 - 150명 이상의 직원을 보유하고 있으며 스낵, 냉온음료 자판기를 생산한다. 대형 기업, 대학, 스포츠 센터, 여가 시설 등에 물품을 조달하고 있다.
- Jakob Gerhardt Automatische Verkaufsanlagen GmbH
 - 주소 : Am Raigerwald 18 2072622 Nrtingen
 - 홈페이지 : http://www.gerhardt-automaten.de
 - 1969년 설립된 가족 경영 기업으로, 온·음료 자판기 분야에서 4세대의 자판기에 해당하는 새로운 모델을 발명하여 잘 알려져 있다. 또 2007년 9월에 열린 세계 자판기 박람회에서 뚜껑이 있는 자판기 컵 기계를 통해 'Vending Star' 상을 수상하였다.

III. 마케팅 참고사항

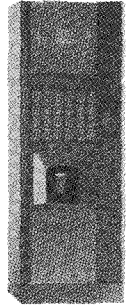
1. 제품 트렌드

- 독일 내 자동판매기들의 위치가 구석진 장소에서 판매가 향상될 수 있는 장소로 바뀌고 있다. 이제 자판기의 디자인도 소비자들의 눈길을 끌 수 있도록 새롭게 변화하고 있다. 자판기의 조명도 소비자들에게 편안하고 친근한 느낌을 줄 수 있도록 조정되고 있다. 이를 통해 고객의 관심을 끌고 판매량을 늘려준다.
- Servomat Steigler사의 'LUCÉ X2'는 매우 인지도가 높은 자동판매기이다. 이 자판기의 배경 조명은 고객들로 하여금 '문을 연 매장'의 느낌을 풍겨 잠재 고객들이 다가와서 무언가를 구매할 수 있도록 한다. 큰 버튼과 손쉬운 작동은 고객들이 상품을 결정하고 구매하기 쉽게 한다.
 - LUCÉ X2는 2007년 EU Vend 무역 박람회에서 처음으로 등장했다. 이 자판기는 프리미엄 자동 커피숍이라고 할 수 있다. 이 자판기에는 시선을 이끄는 반사면 디자인이 장착되어있고, 서로 다른 3

가치의 색깔로 비춰진다.

- 이 자동판매기는 동시에 두 가지의 서로 다른 크기의 음료를 선택할 수 있다. 이를 통해 50% 이상의 판매 증가를 이뤄냈다. 기존의 냉온음료 자판기에서는 200cm 크기의 음료만 구입이 가능하였으나 LUCE X2는 150cm와 300cm의 두 가지 크기의 음료를 제공한다. 게다가, 냉온음료 모두 인스턴트나 원두 두 가지 중 하나를 고를 수 있도록 소비자들의 선택의 폭을 넓혔다.

※ 자료원 : www.servomat.web-grafix.eu/index.php?c=press



▲ LUCE X2

2. 가격 트렌드

- 독일 내에서 수입되거나 도매상에서 취급되는 자판기의 가격 정보 수집은 매우 어렵다. 사업 파트너와의 협상과 각각 상품에 따라 가격이 매우 유동적이며 기존 시장에서의 기업 인지도 역시 가격 협상에 영향을 미치기 때문이다. 자사의 가격이 곧 핵심역량을 나타내기 때문에 제 3자에게 공개되는 일이 적다. 새로운 자판기들이 주로 산업적, 상업적 실수요자들에게 판매되기 때문에 몇몇의 중고 상품의 가격만을 파악하였다.

[관련 제품의 소비자 가격 예시]

(단위 : 유로)

상품/업체	사 진	가 격	특 징
냉음료 자판기 / Wittenborg		699	- 중고 - 크기: 너비120cm *폭73cm * 높이83cm - 6종의 음료
냉온음료 자판기 / Klix		949	- 중고 - 총 400종류 중 8종의 음료
담배 자판기 / Harting 사		1,309	- 2005년 8월부터 사용 - 전자 동전 감지 장치 부착 - 적재 용량: 10종 * 15개 + 10종 * 12개 - 크기: 너비90cm * 높이118cm * 폭 38cm
화훼 자판기 - ROTA-FLEUR /Ladenbau und Verkaufsautomaten GmbH		13,523.67	- 조명 장치 부착 - 크기: 너비 약 1m * 높이 2.10m * 폭 약 1m

3. 주요 유통망

- ‘오퍼레이터’ 라고 부르는 기업이 약 1,000개 존재하는데, 이 기업들이 자판기의 주요 유통업체다. 오퍼레이터는 자판기를 설치, 판매, 임대하고, 음료, 스낵, 담배도 독자적으로 공급한다. 또 고객들에게 물품 공급, 기계 유지 및 보수, 청소 서비스까지 제공한다. 대표적인 전문 업체들은 아래와 같다.
- R. Malsche.K. Verkaufsautomaten
 - 주소 : Hollndische Strae 136, 34246 Vellmar
 - 전화 : 0561 / 766 200 0
 - 팩스 : 0561 / 766 200 290
 - 홈페이지 : <http://www.malsch-automaten.de>
- Manfred Heuer Verkaufsautomaten GmbH
 - 주소 : Orchideenweg 932139 Spenge
 - 전화 : 05225 / 8767-0
 - 팩스 : 05225 / 8767-67
 - 이메일 : info@manfredheuer.de
 - 홈페이지 : <http://www.manfredheuer.de>
- Werthmann Verkaufsautomaten GmbH
 - 주소 : Maybachstr. 3, 87437 Kempten
 - 전화 : 0049 (0)831 / 96 01 69-0
 - 팩스 : 0049 (0)831 / 96 01 69-30
 - 이메일 : info@werthmann-verkaufsautomaten.de
 - 홈페이지 : www.werthmann-verkaufsautomaten.de
- 해외 기업의 전담 유통 업체들은 종종 독일에 위치한다. 여러 나라에서 시장 선도 기업인 이탈리아의 “rheavendors”사가 그렇다. 독일에서는 다음과 같은 회사를 통해 그들의 품목을 유통시킨다.
- servomat steigler
 - 주소 : Vertriebs- und Beratungs- GmbH, Robert-Bosch-Str. 389179 Beimerstetten
 - 전화 : 0 73 48 / 95 66 0
 - 팩스 : 0 73 48 / 95 66 22
 - 이메일 : info@servomat-steigler.com
 - 홈페이지 : <http://www.servomat.web-grafix.eu>

4. 매체 광고비

- 자판기의 광고는 주로 전문 잡지를 통해서 이루어진다. 인쇄지를 통한 광고는 복잡하고 자세한 정보를 고객들에게 수월하게 전달할 수 있기 때문에 더욱 유리하다. 게다가 전문잡지를 통한 광고는 타깃 그룹에 광고 영향력을 더욱 극대화 시킨다. 전문 잡지의 주 구독자들 중에는 다양한 종류의 자판기에 관심을 가진 사업자들이 많기 때문이다.

- 자판기의 광고는 다음과 같은 독일 잡지에서 찾아 볼 수 있다.
 - Vending Management, Coffee Business, Vending, GV kompakt, Gastrotel, Wirtschaft & Dienstleistungen, GV manager, Coffee and Food Service
 - 이러한 잡지들은 자판기뿐만 아니라 커피숍이나 바, 베이커리, 호텔, 레스토랑 등 대형기업이나 공공시설의 식료품 분야에 종사하는 사람들이 주 독자이다.

IV. 수출 시 참고사항

1. 수출 요건

- HS code가 8476인 상품을 한국을 비롯한 non-EU 국가에서 수입할 시에는 1.7%의 관세가 부과되며 다른 상품과 마찬가지로 19%의 부가세 적용을 받는다. 현재까지 관련제품에 대한 특별한 수입제한 조치는 없다.

[HS code 8476 상품]

HS code	상 품
8476	Automatic Goods-vending Machine(우표, 담배, 식음료 자판기)
- 8476 21	Automatic beverage-vending machines
- 8476 21	Incorporating Heating or Refrigeration devices
- 8476 29	그 외

- CE마크의 획득
 - CE마크: CE 마크는 'Conformity to European'으로 지난 93년 유럽연합(EU) 시장이 단일화 되면서 역내 기술 장벽을 제거하기 위해 만들어진 인증제도이다. 이는 EU 시장에 제품을 수출하는 데 필수적이다. 이 마크를 획득한 제품은 소비자의 안전과 건강, 위생, 환경보호와 관련된 유럽의 규격조건을 준수한다는 의미로 받아들여진다. 인체 · 안전 · 건강 · 환경 등에 관련된 제품은 CE마크를 붙이지 않고 유통 · 판매할 수 없다.
 - CE인증절차는 해당제품에 속한 모듈에 따라 차이가 있다. 기본규격(EN규격)을 분석해 제품의 시험 성적서가 필요할 경우, 공인시험기관에 의뢰해 시험과 수정정보를 거쳐 기술문서를 작성해야 한다. 인증기관의 승인을 받아 제조자가 최종으로 적합선언서에 서명하고 스스로 CE마크를 부착한다.
- 독일 내 인증(German Appliance Safety Law, Gerätesicherheitsgesetz - GSG)
 - 장난감, DIY 제품 및 각종 가정용품의 경우 독일 인증기관의 각종 테스트를 거쳐 'GS' 마크를 받기도 한다. 이 마크의 획득이 의무는 아니다. 그러나 독일 소비자들의 경우 이 마크에 큰 의미를 두는 경우가 많기 때문에 현지 시장 진출을 위해서는 독일 내 인증을 받는 것이 좋다.

2. 상거래 관행

- 독일 바이어의 특징

- 독일 업체들은 거래선을 쉽게 바꾸지 않고 한번 신뢰가 형성된 업체와 지속적인 거래관계를 유지하려고 하기 때문에 신규 거래선 발굴이 어렵다. 그러나 일단 거래가 트이면 장기적으로 거래가 지속 가능하다.
- 손해를 보지 않으려는 독일인들은 가격 대비 품질에 대한 인식이 확실하여 가능하면 낮은 가격의 좋은 제품을 찾는 경향이 매우 강하다. 독일 시장을 공략하기 위해서는 상품의 높은 질과 함께 저렴한 가격 제시가 가장 중요하다.
 - 독일인들은 엄격한 계획성과 합리적 사고방식이 생활 습관으로 배어 있다. 따라서 총동구매의 가능성이 매우 낮아, 첫 구매상담 시 바로 계약이 성사되기 힘들다.
- 독일은 시장 진입 장벽이 높은 만큼 그 장벽을 넘어서 시장에 진입한 기업에게는 장벽의 보호를 받는 기득권이 주어진다. 오랜 시간의 노력을 통해 장기간 안정적인 거래관계를 유지할 수 있다. 장기적인 안목을 가지고 꾸준히 바이어 및 딜러를 접촉하면 좋은 결실을 볼 수 있다.

□ 대금결제 관행

- 대금결제 관행 중 특기 사항은 L/C 거래가 많지 않다는 점이다. 독일 무역의 상관습에 따라 대규모가 아닌 일반적인 거래는 T/T나 D/P(Documents against Payments), D/A(Documents against Acceptance)가 보통이다.
- 금액이 크지 않은 이상 L/C 거래는 수수료 및 서류작업 시간 투여 필요 등의 이유로 꺼려한다. 그러나 상대방의 신용도를 알지 못하는 초기거래나 대규모 구입 시에는 L/C가 활용된다.

□ 계약체결 시 유의사항

- 비즈니스 상담 시 계약내용 꼼꼼히 점검하고 계약서를 잘 보관해야 한다. 세부조건을 제대로 확인하지 않고 서명했다가는 문제가 발생했을 때 매우 불리한 상황에 놓일 수 있다. 반드시 서명하기 전에 몇 번씩 각 항목을 점검하도록 한다.
 - 독일의 바이어들은 계약 조건대로 이행되지 않으면 거의 모든 업체가 클레임을 제기한다. 한국 업체의 경우 계약조건을 정확히 파악하지 못하고 있다가 나중에 계약조항과 다른 선적 등으로 클레임을 당하거나 수출 대금을 제대로 못 받을 수 있으므로 유의해야 한다.
- 대금 결제 방법 및 환율 변동에 대비하는 것도 중요하다.
 - 예를 들어 수출 대금 결제조건이 DDP (Delivery Duty Paid)인 경우 수출자는 수입자가 지정하는 장소까지 인도 의무를 지게 된다. 따라서 수출자가 관세, 현지 운송비, 통관수수료를 부담하게 된다.
 - 수출보험공사(<http://www.keic.or.kr>)에서 운영하는 '환변동보험제도'를 잘 활용하여 급격한 환율 변동으로 인한 결제 위험에 적절히 대비하는 것이 좋다.
- 마지막으로 분쟁 발생을 대비해 중재조항을 삽입하는 것이 중요하다.
 - 협상력의 우위에 따라 수입자는 대부분 자국 중재지를 선호하나 제 3국으로 중재지를 지정할 수도 있다. 중재 관련 자세한 내용은 대한상사중재원 페이지(www.kcab.or.kr)에서 확인할 수 있다. 분쟁 시 중재는 가능한 한 한국의 대한중재원을 표기하면 큰 도움이 된다.