

독일 통신법의 주요 개정내용 및 평가

차성민
한국전자통신연구원

Reform of German Telecommunication Law

Cha, Seong-Min
ETRI

요 약

본고에서는 최근에 있었던 독일 통신법의 개정 과정과 주요 내용에 대해 살펴보았다. 독일 개정 통신법은 우선 EU차원의 법질서와 조화를 이루기 위한 방향으로 개정되었고, 독일 통신시장에 있어서 경쟁을 활성화하기 위해 여러 가지 제도적 개선을 모색한 것으로 평가된다. 특히 상호접속, 요금규제 및 주파수 이용과 관련하여 사후규제를 할 것인지 사전규제를 할 것인지를 명확히 한 점은 우리 규제정책에 시사하는 바가 있다. 이밖에도 번호부여에 관한 규제당국의 권한이나 데이터 보호를 위한 규정들도 개선되었다.

I. 개정의 과정과 목적

2004년 6월 26일 독일 통신법이 개정되었다. 이번 통신법 개정 과정에서는 여러 가지 점에서 논쟁이 있어서 여름 휴지기 전에 의회에서 통과될지가 의문이었지만, 연방참의원(상원)과 연방의회(하원)의 조정협의회에서 예상치 않게 빨리 합의가 이루어졌다.

독일의 개정 통신법은 조화로운 통신 규제를 목적으로 하고 있는 '통신망과 통신서비스에 관한 새로운 EU법체계'에 따라 수정되었다. 개정 통신법에 포함된 새로운 내용들을 보면 다음과 같다.

개정 통신법의 목적은 특히 일반 경쟁법으로의 접근이다. 이에 따라 기존의 면허의무가 폐지되었다. 통신서비스 제공에 있어서 더 이상 기존의 허가를 요하지 않게 함으로써, 시장진입을 보다 쉽게 한 것이다. 따라서 개정 통신법 하에서는 사업자는 신고만 하면 된다. 사업자들이 의무를 위반하는 경우 규제당국인 통신-우편 규제청(Regulierungsbehörde für TeleKommunikation und Post; 이하 RegTP)은 이제부터는 사후적으로만 개입할 수 있다. 이러한 사후 조치에 대해서는 독일 통신법 제126조에서 상세히 명시하고 있는데, 여기서는 필요한 조치와 강제 이행금(Zwangsgeldern)으로부터 최후의 수단으로서의 영업활동에 대한 금지명령에 이르기까지 다양한 규제수단을 규정하고 있다.

II. 주요 개정 내용

1. 개관

개정 통신법의 핵심영역은 이른바 시장 규제(Marktregulierung)이다. 이는 현재 당해 시장에 시장진입

장벽이 존재하며 장기간 유효 경쟁이 기능하지 않기 때문에, 이러한 시장에서의 실패를 막기 위해서는 일반 경쟁법의 적용만으로는 충분치 않다는 것을 전제로 한다. 시장규제의 범위에 대한 결정은 이제까지 RegTP의 심결부에서 해왔다.

시장규제에는 시장에 대한 정의와 시장 분석이 선행되어야 한다. 이는 관련 시장의 확정 및 그 시장에서 의미있는 시장지배력을 확정하는 역할을 한다. 시장의 정의와 시장 분석 절차를 시도함에 있어서, RegTP는 이해관계 있는 기관들, 즉 다른 EU회원국의 규제당국들과 EU위원회에 자기의 입장을 전달해야 한다(자문 및 확인 절차). EU회원국의 규제당국들과 EU위원회가 입장을 피력하면, RegTP는 이를 포괄적으로 고려해야 한다. 이제는 EU위원회가 관련시장 확정과 시장지배력의 유무에 대한 판단에 있어서 거부권을 행사할 수 있다는 것을 의미한다.

문제된 통신시장에서 의미있는 시장지배력이 있는지 여부에 대한 법적 효과는 이제부터는 법에서 직접 나오지 않고 조정권한을 통해 발생된다. RegTP는 이에 근거하여 적절한 평가에 따라 다음과 같은 의무를 부과할 수 있다.

- 차별 금지(제19조)
- 투명 의무(제20조)¹⁾
- 접속 의무(제21조)
- 회계분리 의무(제24조)
- 접속요금 규제(제30조)
- 최종 이용자에 대한 요금 규제(제39조)
- 사업자 선택 또는 사전선택(제40조)
- 망제공(제41조)

1) 정보공개의 투명성 확보를 의미한다.