



유럽시장 진출시 독일을 선점하라

유럽 내에서 정치적·경제적으로 중추적 역할을 담당하고 있는 독일.

독일시장을 확보하면 유럽시장 진입에 어느 정도 성공을 거두었다고들 말한다.

특히 IT분야에 강점을 보이고 있는 한국의 기업들에게 독일은 더없이 매력적인 시장이 되고 있다.



한 국기업뿐만 아니라 지구촌 각지의 기업들이 유럽 시장으로 진출하기 위해 치열한 경쟁을 펼치고 있다. 더욱이 유럽 동구권의 10개국 유럽연합에 가입함에 따라 이들 국가에서 저비용·저임금으로 생산된 상품과 투자가 곧 시행될 예정이다. 경쟁이 점차 가시화되는 이 시기에 유럽시장으로의 진출에 앞서 신중한 태도와 함께 철저한 사전준비가 요구되고 있다.

현재 유럽연합에는 25개의 국가가 가입되어 있다. 이 유럽시장으로의 진출을 성공적으로 이끌기 위해서 유럽내의 핵심국가를 선정하고 분석하는 작업이 무엇보다 중요하다 하겠다. 그런 의미에서 세계는 독일을 주목하고 있다.

수출에 의존하는 독일경제

유럽연합 중에서도 경제강국으로 인정받는 독일은 그 인구만 해도 대략 8253만명(2003년 12월 현재)으로 유럽연합내의 국가 중 가장 많다. 독일의 전체 경제규모는 세계 3위이며, 1인당 GNP는 2만3000유로를 넘는다. 이 숫자들은 대부분 수출을 통해 채워지고 있는데 국가 GDP의 75% 이상을 수출에 의존하고 있다. 2003년 독일은 무역부문에서는 세계 2위를 차지하고 있다. 2003년 무역규모로 보면 무역대상국 1위는 프랑스(1188억유로), 2위는 미국(1007억유로), 3위는 영국(873억유로)이며, 한국은 독일측에서 보면 22위의 수출 및 수입국가이다. 이 수출강대국로서의 독일의 경쟁력은 제품기술력에서 기인한다.

이러한 의미에서 독일에서의 시장을 확보하면 유럽시장 진입에 일단 성공했다고 볼 수 있다.

독일경제는 주로 수출에 의존하는 경제성장 패턴을 가지고 있기 때문에 아시아 외환위기, 미국의 경제침체, 이라크전쟁 등 외부적 충격에 취약함을 보여왔다. 그 후 2002년 상반기 세계경제회복에 따라 회복세를 보였던 독일경제는 하반기부터 미국경제의 불안, 전쟁으로 인한 국가경제의 불안, 국내소비 위축 심화 및 실업률의 증가, 현 정부의 지나친 과세정책으로 인한 국민경제 활성화 저하와 같은 요인으로 인하여 장기침체로까지 이어질 전망이 나오기도 했다.

독일, 세계3위의 정보통신시장

독일 정보통신시장 규모를 살펴보면, 독일은 유럽 최대규모인 25%의 시장 규모로 전세계시장의 7%를 차지하는 세계 3위의 정보통신 시장이다. 정보통신분야 매출액은 GDP의 5.7%, 정보통신분야 종사자수는 170만 명에 이른다. 독일의 정보기술 및 통신부문을 모두 합한 정보통신부문의 시장규모는 1400억유로(원화 약 180조원)에 이르는 것으로 집계되고 있다.

독일 통신시장은 지난 1998년 전면 개방과 함께 완전경쟁체제로 도입하였다. 기존 유선통신망 분야가 마이너스 성장인 반면, 무선통신, 데이터통신, 인터넷/온라인통신, 케이블 TV부문은 전체적으로 매년 20%이상 성장하고 있다. 2001년 유선부문은 약 5228만회선에 이르러 약 64%의 보급률에 정체상태에 있으나 이동통신분야는 2003년 말 현재 이동통신가입자수 5900만명을 초과하여 71.3%의 보급률을 기록하였다.

T-Mobile은 무선통신시장의 41%를 확보하여 1대 사업자로 랭크되어 있고, Vodafone D2, E-Plus, Viag Interkom 등이 그 뒤를 잇고 있다. 무선통신시장은 2001년 145억달러 시장규모를 이루고, 2002년 약 11%의 성장률을 달성함으로써 독일에서 가장 높게 성장하고 있는 정보통신분야의 하나이다. 이 통신부문은 2005년까지 770억유로 규모로 성장할 것으로 전망되고 있다.

유럽의 경제중심지, 독일

유럽의 중심부에 위치하고 10여 개의 유럽 주요 국가들이 국경을 접하고 있는 독일은 유럽에 진출하고자 하는 외국기업들에게 가장 이상적인 지리적 특성을 제공하고 있다. 뿐만 아니라 독일의 높은 생산성 및 교육수준, 첨단기술, 창의력 있는 학자, 안정된 통화, 안정적인 정치환경 등을 통해 국제경쟁력을 높일 수 있는 기회를 제공하고 있다. 이에 반하여 각종 급여외의 비용, 근로시간, 법인세, 환경보호규정, 사회복지

분담금 등 기업들에게 부담스러운 요소들도 물론 엄연히 존재한다는 것을 염두에 두어야 한다.

독일의 경제정책에서 특히 주목해야 할 점은 독일은 유럽의 다른 나라와 비교하여 외국투자기업들에게 많은 투자 지원금을 지급하고 있다는 것. 독일의 경제정책이 지향하는 것은 무엇보다 고용 창출이기 때문에 외국기업의 투자 유치에 필요한 적극적인 지원을 하고 있으며 특히 외국 첨단기업 및 벤처기업의 투자 유치에 적극적인 정책을 펼치고 있다. 신연방주에만 이미 50여 개국에서 1700개 외국기업이 투자를 하고 있는 사실에서도 독일은 충분한 국제적 경쟁력을 갖춘 나라라는 것을 알 수 있다.

독일의 경제적 중심지를 Frankfurt로 인정하고 있다. 이 지역의 경제 활동 영역이 마치 바나나와 같이 구성되어 있기 때문에 '바나나 지역'이라고도 부른다. Frankfurt는 물류유통 관련한 제반 Infrastructure 활용이 용이할 뿐 아니라 독일 각 주의 정부 지원을 통한 상·산업활동간 특혜도 강화되어 있다. 유럽중앙은행, 독일연방은행 등이 이 도시에 집중되어 있고, 바이오 계통과 첨단 과학분야의 연구소가 위치하고 있다. 특히 한국기업의 유럽 본부가 대부분이 Frankfurt에 위치하고 있으며, 이는 전 유럽지역으로의 진출시 교두보가 될 수 있다.

도움말: INKE 독일 전요섭 의장/주한 독일대사관 안상록 담당관
*독일의 외국기업 투자유치 및 지원에 관한 사항이 궁금하시면 www.foreign-direct-investment.de 또는 www.iic.de를 참조하세요.

▼ 유럽 25개국과 새로 가입된 동구 10개국의 경제지표

