



## 독일 인쇄산업 시장조사 보고서<5>

대한인쇄문화협회는 최근 문화체육관광부의 지원을 받아 '독일 인쇄산업 시장 조사 보고서'를 발간했다. 이 보고서에는 독일 시장의 특성과 동향, 독일인쇄산업 현황, 주요업체 현황이 자세히 게재돼 있다. '독일 인쇄산업 시장 조사 보고서'를 연재한다.

편집부

### 바. 인쇄산업 유통 및 공급구조

#### 1) 인쇄산업 유통구조

독일의 유통 채널은 제품에 따라 매우 다양하다. 유통주체는 한국과 크게 다를 바 없이 제조업체, 유통상, 수출입업자, 소매점 등으로 나눌 수 있다. 독일시장에 진출하고자 할 경우 가장 유용한 방법은 해당 분야의 박람회 등에 참가하여 독일 업체들을 직접 접촉하는 기회를 늘리고, 대표적인 잡지 등의 매체를 통해 시장 트렌드에 관한 정보를 수집하는 것이다.

인쇄업의 경우, 소비주체와의 계약을 통해 인쇄물을 생산하기에 B2B 유통 구조를 지니고 있다. 독일 인쇄업 유통의 최종 소비자는 민간 소비자, 지역 소매업체, 신문사, 도서, 출판, 국가공공기관 등으로 구성되어 있다.

인쇄물 유통구조를 살펴보면 민간 소비자가 13.8%로 가장 큰 비중을 차지하고 있으며, 그 다음이 소매업체(10%) 및 신문사(9%)인 것으로 나타났다.

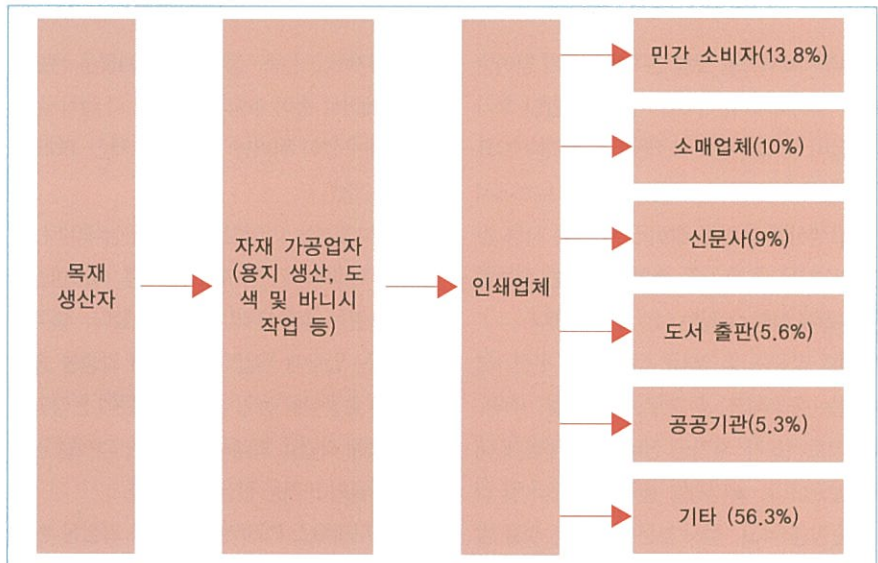
2007~2012년 인쇄물 B2B 판매량은 지속

적으로 줄고 있는 것을 볼 수 있으며, 2007년 판매량이 197억700만 유로에서 2012년도에는 162억5100만 유로로 약 20% 감소하였다.

그외기타 건축, 금융 등에서도 모바일을 통한 홍보활동이 활발해지기 시작하면서 2007년 98억3400만 유로에서 2012년 84억300만 유로로 약 15% 감소하였다. 앞으로 인쇄물 B2B 판매량은 더욱 감소할 것으로 예측된다.

최종 소비자별로 자세하게 살펴보면 다음과 같다.

〈그림 26〉 독일 인쇄산업 유통 구조



출처 : 독일연방입찰보

〈표 17〉 인쇄물 B2B 판매량 2007년~2012년

(단위 : 백만 유로)

구분	2007	2008	2009	2010	2011	2012
민간 소비자	3,124	3,116	2,203	2,429	2,427	2,237
소매업체	2,109	2,101	1,749	1,863	1,849	1,750
신문 출판업체	2,115	1,854	1,416	1,617	1,661	1,609
도서 출판업체	1,149	1,100	843	946	944	905
공공기관	874	913	891	921	907	857
교육	502	524	496	519	512	490
기타(건축, 금융, 산업용 등)	9,834	9,830	8,023	8,460	8,569	8,403

출처 : Euromonitor, Printing in Germany, 2012

〈표 18〉 소매업체의 총 매출액 대비 인쇄 비중 현황

구분	2007	2008	2009	2010	2011	2012
매출액(백만 유로)	146,230	150,375	139,174	147,198	149,780	150,221
이익률(%)	12,5	12,5	10,8	11,7	11,3	11,1
경비(백만 유로)	128,020	131,506	124,184	129,998	132,790	133,532
인쇄 경비(백만 유로)	2,109	2,101	1,749	1,863	1,849	1,750
인쇄 비중(% 경비 대비)	1,6	1,6	1,4	1,4	1,4	1,3
업체 수	295,047	270,220	257,152	253,356	255,124	254,405

출처 : Euromonitor, Printing in Germany, 2012

소매업체의 경우, 업체 수는 2007년 29만여개에서 2012년에는 25만여개로 줄었으며, 이와 더불어 인쇄 경비 비중 또한 2007년 1.6%에서 2012년 1.3%로 감소했다.

소매업체의 총 매출액 대비 인쇄비용 지출현황을 보면 1999년부터 2005년까지는 매출액 대비 인쇄비용에 많은 투자를 하였지만 2005년을 기점으로 업체의 인쇄비용 지출이 현저히 줄어드는 것을 알 수 있다.

이는 최종소비자인 소매업체에서 인쇄보다는 인터넷을 통한 홍보로 인쇄비용 지출을 최소화하고 있는 것으로 생각된다.

신문 출판업체의 인쇄물 현황을 보면 총 매출액의 경우 2007년과

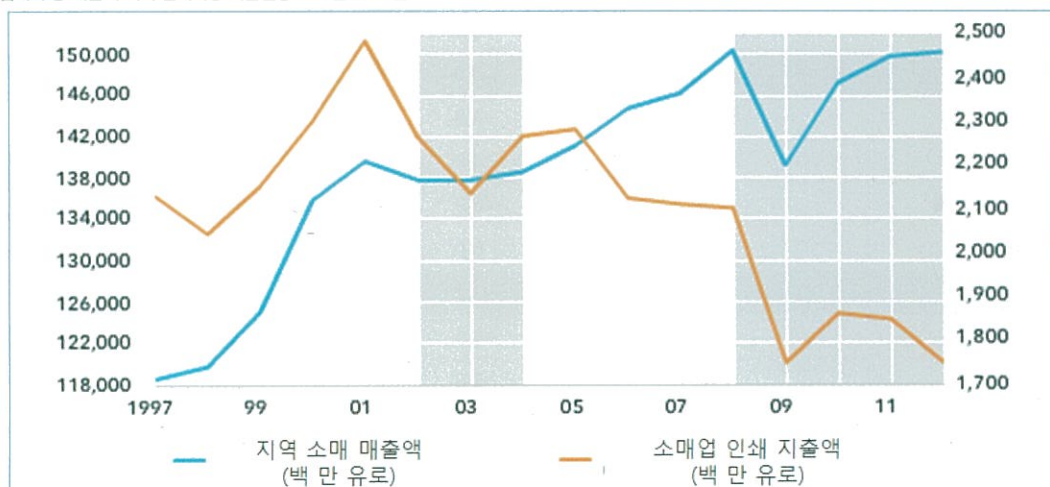
2012년은 크게 차이가 없으며, 업체 수도 2007년 2055개에서 2012년 1937개로 감소폭이 작은 것으로 확인되었다.

하지만, 해당 분야도 모바일 및 인터넷 등 홍보 방향이 바뀌면서 인쇄비중이 2007년 13.5%에서 2012년 11.4%로 감소하고 있다.

신문 및 출판 업체의 총 매출액 대비 인쇄비용 지출 현황을 보면, 1997년부터 2000년까지는 매출액 대비 인쇄비용에 투자를 하였지만 2001년을 기점으로 업체의 인쇄비용 지출이 현저히 낮아지고 있는 것을 알 수 있다.

이는 신문 및 출판 업체에서 인쇄보다는 저렴한 비용으로 다양한 효과를 누릴 수 있는 인터넷 및 모바일을 이용하는 사례가 증가하기 때문으로 생각된다.

〈그림 27〉 소매업체의 총 매출액 대비 인쇄비용 지출현황 1997년~2012년



출처 : Euromonitor, Printing in Germany, 2012

〈표 19〉 신문 및 출판업체의 총 매출액 대비 인쇄 비중 현황

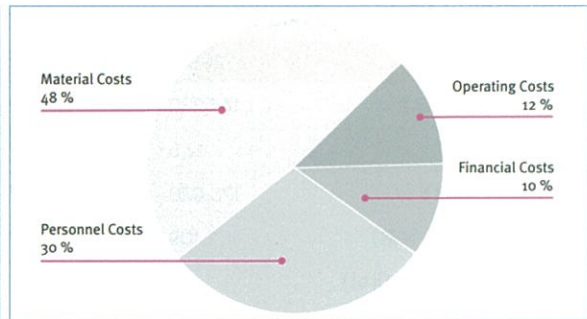
구분	2007	2008	2009	2010	2011	2012
매출액(백만 유로)	19,479	19,042	15,975	18,506	18,950	19,187
이익률(%)	19.0	27.5	26.7	27.0	26.7	26.7
경비(백만 유로)	15,721	13,807	11,712	13,504	13,885	14,066
인쇄 경비(백만 유로)	2,115	1,854	1,416	1,617	1,661	1,609
인쇄 비중(% 경비 대비)	13.5	13.4	12.1	12.0	12.0	11.4
업체 수	2,055	2,107	1,878	1,940	1,945	1,937

출처 : Euromonitor, Printing in Germany, 2012

〈그림 28〉 신문 및 출판업체의 총 매출액 대비 인쇄비용 지출현황 1997년~2012년 (단위 : 백만 유로) 〈그림 29〉 2010년 독일 인쇄산업 비용 구조



출처 : Euromonitor, Printing in Germany, 2012



출처 : 독일인쇄산업협회(bvdm), 애뉴얼 리포트, 2011

## 2) 인쇄산업 공급구조

독일 인쇄산업 운영구조를 보면 산업운영을 위하여 크게 자재비, 영업비, 인건비 그리고 금융비로 구분한다.

〈그림 29〉를 보면 인쇄산업 비용 구조 중 가장 많은 비용이 투입되는 품목은 원료 소비인 것을 알 수 있다. 독일의 경우 원자재를 대부분 수입해서 사용하기 때문에 원료 구입 및 공급 비용이 상당할 수밖에 없다.

〈표 20〉 독일 인쇄산업 비용 구조

품목	million euro	전년대비 %		
	2010년	2010년	2009년	2008년
원료 소비	7,489	-5.6	-3.3	5.2
원료 및 공급	6,181	-6.9	-1.7	6.4
에너지 소비 포함	374	-4.9	-6.3	8.9
Use commodity	180	45.7	-44.3	-7.1
임금	1,129	-3.5	-4.7	1.4
인건비	4,360	-5.9	-1.0	-1.5
총 임금 및 급여	3,516	-4.8	-2.2	0.3
사회복지비	638	-4.6	-0.5	-2.9
기타 사회 복지비	90	-43.9	59.6	-23.2
임시직 임금	116	6.6	-16.4	-18.4
금융	1,591	-7.2	5.6	-2.0
감가 상각비	711	-8.5	0.7	-4.1
임대료	645	-3.8	-0.2	-2.2
차입금 이자	235	-12.1	48.4	9.3
기타영업비	2,071	-0.1	0.2	9.1
총 비용	15,511	-5.1	-1.4	3.0

출처 : 독일인쇄산업협회(bvdm), 애뉴얼 리포트, 2011/2012