

독일의 제조업, 중소기업, 컨벤션 산업경쟁력 사례 조사

- 심영섭 선임연구위원(국제산업협력센터)

1. 출장개요

- 출 장 자 : 심영섭(국제산업협력센터)
- 출장기간 : 2012. 2. 19 ~ 2. 25
- 출장지역 : 독일(함부르크, 베를린)
- 출장 목적
 - 독일의 제조업, 중소기업, 컨벤션 산업 경쟁력 사례조사

2. 출장일정

- 2월 19일 함부르크 도착
Europaischer Hof Hotel
 Ludwig-Erhard-StraBe 20
 20459 Hamburg
- 2월 20일 - KOTRA 함부르크 무역관 방문
 윤주영 과장, 민준호 과장, 김선우 과장 면담
- 물류지원센터, HHLA Logistics GmbH 방문/터미널 시찰

Mr. Henning Eggers, MBA, Sales Dept. 면담

- 함부르크투자청, HWF Hamburg Business Development Corporation 방문, Mr. Zan Zerling, Project Director 면담

2월 21일 함부르크 출발 베를린 도착

- 삼성전자 현지법인 주인혁 차장 면담

Park Inn by Radisson Berlin Alexanderplatz

Alexanderplatz 7

10178 Berlin

2월 22일 - 연방중소기업협회, Bundesverband mittelstandische Wirtschaft(BVMW) 방문

Ms. Barbara Bonrath-Kaster, Head of Foreign Trade Department,

Mr. Stefan Beisswenger, CEO, BVMW 면담

2월 23일 - 건축 IT 및 통신, 태양열 에너지 박람회 참관

- 독일 산업전시회 전문 컨설팅 업체 Choi's Agentur 최기창 대표 면담

2월 24일 베를린 출발, 귀국

3. 출장내용

□ 독일 경제 개관

○ 독일은 GDP 규모로 세계 4위(미국, 중국, 일본, 독일)의 경제대국이며, 무역규모에 있어서는 2조 7,280억 달러(2011년 실적)로 미국, 중국에 이어 세계 3위임.

- 독일은 2011년의 수출규모가 1조 4740억 달러로, 1조 유로를 상회하는 실적을 기록하였음

○ 독일은 탄탄한 제조업 기반을 보유하고, 중소기업 위주의 경제구조를 갖추면서 세계적인 경쟁력을 유지하고 있는 나라임.

- 중소·중견기업이 전체의 99.7%(367만 개)를 차지하는데, 이 가운데 세계 시장 점유율 1~3위인 기업이 1,350여 개 존재

o 독일은 특히 자동차, 화학, 기계 및 부품, 전기전자, 환경, 제약 등 중요한 기간산업에서 세계적인 경쟁력을 확보하고 있는 산업 강국으로, ‘기술’과 ‘시장’이 제조업 성공의 두 축임.

- Daimler, BMW, VW(자동차), BASF, Bayer(화학), Siemens(전자), Continental(자동차 부품) 등 독일의 대표기업들은 탄탄한 기술경쟁력을 바탕으로 전통적인 고품질의 강한 브랜드 (‘Made in Germany’) 이미지를 앞세워, EU 역내는 물론, 아시아 및 남미 등 신흥시장에서 시장점유율을 꾸준히 늘려나가고 있음.

o 독일은 동유럽을 활용한 국제분업구조의 선순환 수혜국

- 유럽의 중앙에 위치한 지리적 이점을 살려 기획, 디자인 판매, 마케팅 및 완성품 조립 등 핵심 기능은 독일에 유지하고, 그 밖의 기능은 동력이 저렴한 동유럽으로 이전하는 등 국제적 분업구조의 거점 역할을 수행함.
- EU의 확대와 투자진출에 따른 동유럽 현지의 수요 증가에 따라 이 지역에 대한 완성품의 수출이 증가하는 등 국제분업구조의 선순환 수혜국의 입지를 굳혀나가고 있음.
- 체코, 폴란드, 헝가리, 루마니아, 불가리아 등 인접성, 문화, 기술력, 기능인력 등을 고려하여 투자 - 독일이 동구권 최대의 투자파트너(체코 외국인투자기업의 25%가 독일기업)
- 독일이 최근 물류중심지로 부상하고 있는 것도 동유럽 효과 때문(물류지원센터, HHLA 방문 및 터미널 시찰 시 확인)

□ 글로벌 역량을 지닌 독일 중소기업의 저력

o 독일은 종업원 500인 미만, 매출액 5천만 유로 미만의 중소기업 수가 전체 기업의 99.7%를 차지하고 있으며, 이들 가운데 다수가 해당 부분에서 세계적인 경쟁력을 확보하는 등 중소기업 위주의 경제 구조 및 탄탄한 제조업 기반을 보유함.

- 독일에서는 중소기업이 총 매출액의 37%, 총고용의 80%를 차지하며, 직업훈련의 비중도 83%에 이르고 있음.
- 독일 중소기업의 매출액대비이익률은 7.7%로 대기업의 5.8%를 훨씬 앞서고 있음.

o 독일에는 35만 3천여 개의 수출 중소기업이 존재하는데, 이는 미국의 23만

8천개, 한국의 7만 9천 개와 비교하여 절대 숫자로 많을 뿐 아니라, 중소기업 가운데 수출기업의 비중이 독일 11.1%, 미국 4%, 한국 2.6%로 상대적인 비율로도 월등할 정도로 독일 중소기업의 글로벌 역량이 탁월함.

- 이에 힘입어 독일 제조업의 세계시장 점유율은 15%를 상회할 정도로 강한 경쟁력을 가짐.

□ 독일의 히든 챔피언(글로벌 강소기업)

○ 세계시장에서 수출 1~3위를 차지하는 독일기업이 1,500여 개에 달하며, 이 중에서 약 1,300개가 중소기업임.

- 이들을 히든 챔피언(Hidden Champion)으로 통칭하며, 독일 내에서도 이들에 대한 자부심이 대단히 강함(독일 연방중소기업협회 방문시 확인).
- Stihl, Wuerth, Festo, Trumpf, Dorma, Leoni, Miele 등이 바로 대표적인 히든 챔피언들임.
- 히든챔피언 기업이 독일 내 가공 부가가치의 50% 이상 생산

○ 이들 중소기업의 성공비결로는 일반적으로 ‘한 우물’ 품목 전략, 글로벌 마케팅 전략, 지속적인 기술개발 등을 들고 있음.

- 독일 기업의 성공비결은 ‘글로벌 전략+생산효율+가족경영’이라고 할만큼 가족경영이 일반화
- 기업승계의 선순환 구조 - 히든챔피언 기업 가운데는 가족 기업의 비중이 70% 정도로 높은 비중을 차지
- 가족 기업 경영자는 외부의 간섭을 받지 않고 혁신적인 경영 결정이 가능하다는 장점을 십분 활용
- 가족 기업의 60%는 외부에서 전문경영인을 초빙함으로써 가족 기업의 장점과 전문경영의 장점을 접목해 나감.
- 가족 기업의 장점 가운데 하나가 ‘신뢰조직(trust organization)으로, 직원 교육, 인센티브 등을 통해 이노베이션, 생산성 향상에 도움이 되고 있으며, 높은 R&D 투자도 신뢰조직의 특성 가운데 하나
- 핵심 영역에 대해서는 아웃소싱을 배제하고, 가능하면 주요 부품의 하청업체는 인근에 위치하도록 결정

○ 히든챔피언 기업들의 R&D 투자는 매출액의 5~6% 수준

- 독일 기업의 매출액 대비 R&D 비율

히든챔피언 기업 5~6% > (히든챔피언 기업 포함)중소기업 3.6% > 대기업 3.1%

- CEO의 절반 이상이 엔지니어, 기술자 등 이공계 출신으로, 기술혁신에 대한 의식이 매우 높은 편

o 독일 국민성이나 이공계 CEO의 특성상 금융산업이나 서비스산업보다 제조업을 선호

- 히든챔피언 기업의 90% 이상이 B2B 부문에 집중되어 있는데, 이는 제품 판매뿐 아니라 보수유지 및 서비스 제공 등을 통해 지속적인 수익창출이 가능하며, 우수한 제품에 대한 고객들의 충성도가 매우 높다는 이점을 충분히 활용할 수 있음.

o 히든챔피언 기업들도 업종 중심으로 클러스터를 형성

- 자동차 : 뮌헨, 슈트트가르트

- 전자 : 뮌헨, 뉴른베르크

- 기계 : 슈트트가르트 등

□ 독일의 전시산업

o 24개 도시에서 매년 15여 전시회가 개최되며, 세계적 규모 박람회의 2/3가 독일에서 개최

- 유명 전시회로는 프랑크푸르트 모터쇼(IAA), IT전시회(CeBIT), 서적박람회(Book Fair), 가전전시회(IFA), 외이어 및 케이블전(wire), xbm 및 파이프전(tube), 플리스틱 고무전(K), 의료기기전(MEDICA), 사진기자재전(Photokina), 식품전시회(Anuga) 등등.

- 유럽 정 중앙의 지리적 이점, 오랜 전통, 전시 주제의 다양성 등으로 매년 박람회 개최실적 지속적으로 증가 추세 : 2010년에 157개의 박람회 개최

- 독일 박람회에 출품하는 기업 중 외국기업의 비중은 53.2%(2010년), 외국 바이어는 24.8% 차지

- 독일 수출입 계약의 20~30% 정도를 박람회에서 성사

o 박람회를 통해 독일 GDP의 0.5%에 해당하는 연 235억 유로의 매출을 달성하고, 23만명의 고용을 창출

o 독일 전시산업의 강점

- 전시면적으로 세계 5대 전시장 가운데 4개 보유 : 하노버전시관은 COEX의 14배, 뒤셀도로프는 7배, 쾰른 5배 규모, 이밖에 프랑크푸르트, 뒤셀도르프, 뮌헨, 베를린, 뉘른베르크, 에센 등에 대형 전시장 산재
- 오랜 Messe(메세)의 역사 : 메세는 중세시대 성당 앞에서 열린 장터에서 유래한 것으로, 길게는 수백 년, 짧게는 수십 년의 전통을 이어 옴.
- 강한 제조업이 전시산업의 배후에 존재 : 특히 히든 챔피언 기업들이 업종별로 간판 전시회에 적극 출품함으로써 제조업과 전시산업의 시너지 효과를 거두고 있음.
- 독일의 중앙정부와 지방정부에서 전시산업을 지역균형발전 차원에서 적극 지원 : 주요 전시장이 독일 곳곳에 산재해 있으며, 베를린 전시장도 통독 이후 구 동독 지역의 균형발전을 위한 정책의 일환으로 육성 중