

수입차 피해보상 극과 극... BMW '적극' vs 벤츠 '소극'

BMW, 리콜 서비스 24시간 확대
사전 안전점검진단 등 대책 마련

벤츠, 불량차량 교환 요구 거절
리콜 '능장대응' 등 나몰라라

국내 자동차 시장에서 수입 브랜드들이 업체들이 고속 성장을 지속함에 따라 차량 결함 사고도 잇따라 발생하고 있다.

1일 한국수입자동차협회에 따르면 상반기 수입차 신차등록대수(14만109대)는 지난해 같은 기간(11만8152대) 대비 18.6% 증가했다. 같은기간 메르세데스-벤츠와 BMW, 폴크스바겐, 아우디의 판매량은 각각 4만1069대, 3만4568대, 5269대, 5011대로 독일브랜드가 수입차 시장을 견인하고 있는 모습이다.

독일차의 판매량이 증가함에 따라 차량 결함도 증가하고 있다. 문제는 차량에 발생한 문제점을 찾고 해결 방안을 모색하는 모습에서 브랜드별로 큰 차이를 보이고 있다.

최근 차량 화재와 관련해 '능장대응'으로 소비자에게 비판을 받은 BMW는 차량 결함을 확인한 뒤 적극적으로 피해 보상을



지난달 29일 강원도 원주시 판부면 금대리 중앙고속도로 춘천방면 305km 지점 치악휴게소 인근에서 주행 중인 BMW 520d 승용차에서 불이 나 소방대원 등이 진화하고 있다. /원주소방서

대책을 마련하고 있다.

BMW는 지난달 27일 리콜 대상 BMW 디젤 모델은 배기가스 재순환장치(EGRR) 모듈이 장착된 연식의 차종으로 확대해 2011년 3월부터 2016년 11월까지 생산된 42개 차종 10만여대에 대해 자발적 리콜을 진행한다고 밝혔다. 이후 후속 조치로 리콜 전담 고객센터 및 전국 서비스센터의 운영시간을 주말 포함 24시간으로 확대하는 방안을 발표했다. 이 외에도 BMW는 리콜차량의 사전 안전점검 진단

을 받고 문제없음을 확인하고 정식 리콜이 진행되는 8월 20일 이전에 EGR모듈 문제로 화재가 발생할 경우 해당 차량과 동급의 신차를 제공하는 보상 방안도 준비했다.

다만 BMW가 이처럼 적극적으로 대응책을 내놓고 있지만 최근 잇따라 화재가 발생하면서 소비자들의 불안감은 확산되는 추세다. BMW 차주는 "리콜 조치가 내려진 이후에도 차량 화재가 잇따르고 있어 불안하다"고 말했다. BMW 차주 4명

은 서울중앙지법에 BMW 코리아와 딜러사인 도이치모터스를 상대로 손해배상 청구 소송을 냈다.

반면 국내 수입차 판매 1위인 메르세데스-벤츠는 사후 관리 등에서 소홀한 모습이다. 메르세데스-벤츠는 지난해 달리던 차량에서 잇따라 차량 화재가 발생해 곤욕을 치렀지만 당시 뚜렷한 해결방안을 내놓지 못했다. 지난해 9월 주행 중이던 벤츠 차량에서 화재가 발생했고, 국립과 학수사원은 사고 원인이 차량 결함인 것으로 결론 내렸다. 하지만 지난달 벤츠가 일반 소비자인 차주에 적절한 보상을 취하지 않은 것으로 알려져 논란이 일었다.

또 불량이 발견된 신차를 다른 신차로 교환 또는 환불해 달라는 소비자의 요구를 약관상 이유로 거부해 논란이 된 바 있다.

특히 벤츠는 지난해 퓨즈 결함으로 화재가 발생할 가능성이 발견돼 전 세계에 판매한 2015~2017년식 C 클래스, E 클래스, CLA 세단 등 100만대에 대한 리콜을 진행했다. 국내에서는 5개월 뒤인 8월 31일 리콜을 진행한 바 있다.

올해는 지난 6월 정비 후 차량 점검 중이던 벤츠 SUV에서 화재가 발생하기도 했다.

아우디폴크스바겐은 지난 2015년 '디젤게이트 사태'에 대한 능장 대응으로 사태가 일파만파로 확산되면서 국내 소비자들에게 신뢰를 잃은 바 있다. 급기야 국내 수입차 시장에서 판매 정지 조치를 받아 2년여 동안 판매를 중단했다가 올해 상반기 판매를 재개했다.

이에 아우디코리아는 소비자 신뢰 회복을 위해 서비스 네트워크 확대를 진행하고 있다. 아우디 코리아는 아우디 'AS 디지털 라운지 서비스'와 모바일 견적 솔루션인 '퀵터 모바일' 등을 통해 고객의 편의를 더욱 제고하기 위해 힘쓰고 있다.

수입차 업계 관계자는 "독일 3사를 비롯한 수입차 판매 비중이 커짐에 따라 그에 따른 책임도 더욱 강하게 요구되고 있다"며 "무엇보다 중요한 것은 판매량 증대는 소비자들의 신뢰를 바탕으로 이뤄져 있다는 점"이라고 설명했다.

이어 "이러한 신뢰를 이어가기 위해 서비스센터 등 AS 인프라에 대한 투자가 지속적으로 진행되어야 하며 특히 화재나 결함으로 인한 리콜 등이 발생할 시 소비자의 입장에서 서서 적극적인 보상과 재발방지 계획을 신속하게 내놓는 것이 중요하다"고 덧붙였다.

/양성운 기자 ysw@metroseoul.co.kr

수출로 '희비'... 기아·쌍용 '웃고' 현대·르노·지엠 '울고'

국내 완성차 7월 실적

기아차 '신형 K9' 등에 판매 5.1% ↑
현대차 파업 여파 등으로 수출 차질



지난달 국내 완성차 5개사의 판매 실적 희비가 극명하게 엇갈렸다.

기아자동차와 쌍용자동차가 신차와 해외 판매량 증가로 상승세를 이어가고 있는 반면 현대자동차와 르노삼성자동차, 한국지엠은 판매량 감소로 우울한 성적표를 받아들었다.

1일 완성차 업계에 따르면 기아차는 5개월 연속 전년 대비 판매 증가를 기록하며 하반기 본격적인 판매 반등에 드라이브를 걸고 있다. 기아차는 7월 국내 4만

7000대, 해외 18만3878대 등 세계 시장에서 전년 동월보다 5.1% 증가한 총 23만 878대를 판매했다.

이는 카니발 페이스리프트, 신형 K9 등 신모델 판매 호조와 더불어 지난달 중순부터 진행된 개별소비세 인하 조치의 영향이 컸다. 전년 대비 7.8% 증가했다.

쌍용차는 같은기간 내수 9823대, 수출 3093대(CKD 포함)를 포함 총 1만2916대

를 판매했다. 이는 내수, 수출 모두 전년 대비 증가세를 기록하며 전체적으로 전년 동월 대비 13.2% 증가했다. 내수 판매는 전년 동월 대비 13.5% 증가했다. 렉스턴 스포츠와 G4 렉스턴 물량 증대에 힘입어 올해 월 최대 실적을 기록했다.

특히 렉스턴 스포츠는 시장에서의 호평이 이어지며 주간연속 2교대로 공급물량을 늘렸다. 이에 지난 달에 이어 두 달 연속 4000대 판매를 돌파하는 등 역대 월 최대실적을 또 다시 갱신하며 내수 성장세를 주도했다.

반면 현대차는 개별소비세 인하 효과로 국내 판매가 소폭 증가한 반면, 파업 여파로 인한 생산 물량 차질 등으로 인해 해외 판매가 부진했다. 현대차는 7월 세계 시장에서 전년 동기 대비 6.5% 감소한 33만9694대를 판매하는데 그쳤다. 국내

판매는 지난달 중순부터 시작된 개소세 인하에 힘입어 지난해 같은달에 비해 1.3% 증가한 6만367대를 기록했다.

르노삼성은 지난달 내수는 7602대, 수출은 1만963대로 총 1만8565대를 판매했다. 이는 전년 동기 대비 20.3% 감소한 수치다. 르노삼성은 '신차효과'의 부재로 판매량이 감소하는 분위기다.

한국지엠은 국내의 시장에서 3만7046대의 차량을 판매했다. 전년 동기 대비 10.5% 감소한 수치다. 내수판매는 전년 동기 대비 16.7% 감소한 9000대, 수출은 8.4% 감소한 2만8046대를 각각 기록했다. 한국지엠은 7월 차량 판매가 비수기와 휴가 시즌에도 불구하고 고객 신뢰 회복 추세와 주력모델 판매가격 인하로 하락폭을 크게 줄이며 견조한 회복세를 유지했다고 자평했다. /양성운 기자



모델들이 LG유플러스의 'U+ Family 하나카드'와 단독 제휴 소식을 알리고 있다. /LG유플러스

LG유플러스 'U+ Family 하나카드' 통신비 월 3만원 할인

LG유플러스는 'U+ Family 하나카드'와 단독 제휴를 통해 업계 최대 월 3만원의 통신비 할인을 제공한다고 1일 밝혔다.

LG유플러스 모바일 고객들은 이날부터 'U+ Family 하나카드'를 발급 받아 통신비를 자동이체 하면 매월 최대 25%의 요금할인을 추가로 지원 받는다.

최대 할인 한도는 전월 카드 사용 실적에 따라 다르다. 통신비를 제외한 사용실적이 30만원 이상일 때는 1만7000원, 70만원 이상이면 2만5000원까지 할인 받을 수 있다. 오는 10월까지의 프로모션을 통해 월 할인 한도가 각각 2만원, 3만원으로 적용된다.

LG유플러스 김새라 마케팅그룹장은 "이번에 선보인 하나카드 단독 제휴·출시로 업계 최대 통신비 할인 혜택을 제공할 수 있게 됐다"며 "기존과 차별화된 제휴상품을 지속적으로 선보여 고객 통신비 절감에 기여해나갈 것"이라고 말했다.

'U+ Family 하나카드' 제휴 서비스는 공시지원금, 선택약정할인과 관계 없이 적용된다. 25% 제휴할인은 본인·가족의 통신요금뿐만 아니라 소액결제 및 단말기 비용, IPTV와 인터넷 요금에도 적용 가능하다. 휴대폰을 장기할부 구매하는 고객들은 무이자 혜택을 받을 수 있다. 보다 자세한 내용 확인 및 신청은 LG유플러스 홈페이지 또는 하나카드 신청 ARS를 통해 할 수 있다. /김나인 기자 silkni@

KT스카이라이프 빠르고 정확하게 '보는 ARS' 운영

KT스카이라이프는 '보는 ARS' 서비스를 운영한다고 1일 밝혔다.

KT스카이라이프가 선보인 '보는 ARS'는 고객센터 음성안내와 함께 스마트폰 화면에 표시된 서비스 내용을 선택할 수 있다. 기존 음성 ARS는 원하는 서비스가 나올 때까지 음성안내를 들어야 했지만 '보는 ARS'는 이러한 고객 불편을 개선했다고 회사 측은 설명했다.

'보는 ARS'를 통해 상담원 연결 없이 고객 스스로 정보를 확인하고 처리할 수 있는 서비스도 확대된다. ▲청구·미납 요금 조회 ▲고장·이전 문의 ▲청구서제발행 ▲이용정지 신청·해제 ▲신용카드 즉시 납 ▲납부내역 수신 ▲납부계좌 확인 등의 서비스를 이용할 수 있다. /김나인 기자

'T멤버십'으로 사회적기업 제품 싸게 사고 기부도 하고

SKT 'T데이' 맞아 착한소비 제안

SK텔레콤이 8월 'T멤버십'으로 사회적 기업 제품을 할인된 가격으로 제공해 고객들에게 착한 소비를 제안한다.

1일 SK텔레콤에 따르면, T멤버십은 지난 4월 멤버십 연간 할인한도를 없애고, 매달 할인혜택을 제공하는 'TDay'를 도입해 7월 이용자 수 250만명을 돌파했다. T Day는 매달 달력에 T자 모양으로 나타나는 날짜에 T멤버십 전 고객에게 깜짝 혜택을 제공하는 프로그램이다.

8월 T Day는 단순한 할인혜택을 넘어 고객들에게 착한 소비의 기회를 제공한다. 6일부터 10일까지 5일간, T멤버십 내 T Day이벤트페이지에서 사회적 기업 제품인 천연비누 '엘레멘트' 7종과 '동구밭'



사회적기업 '엘레멘트'의 이사인 알베르토가 8월 T멤버십을 통해 판매 될 '엘레멘트' 비누를 소개하고 있다. /SK텔레콤

3종을 30% 할인된 가격으로 판매한다.

SK텔레콤과 제휴 업체들은 고객들이 비누를 구매하면 같은 숫자의 비누를 보육원 등 복지시설의 어려운 이웃에게 기부한다. 고객들이 100개의 비누를 사면, 100개를 기부하는 셈이다. SK텔레콤은 'ONE

FORONE'으로 유명한 '탐스(TOMS)' 슈즈와 같은 매칭 기부 방식을 통해 사회적 기업의 제품을 고객에게 소개한다.

'엘레멘트'는 발달장애인들이 일하는 '동구밭'에서 생산한 비누를, 노숙인 등 취약계층을 고용해 배송하는 사회적 기업인 '두손컴퍼니'를 통해 고객들에게 전달한다. 엘레멘트는 '비정상회담' 등에 출연한 방송인 '알베르토' 씨가 이사로 활동 중인 기업으로도 유명하다.

8월 T Day에는 T멤버십에 한정판으로 프랑스의 세계적인 그래피티 아트 '무슈샤'와 '엘레멘트'가 콜라보레이션으로 제작한 친환경 비누를 선보인다. 한정판 '무슈샤' 비누도 T멤버십으로 구매 시 예술 활동을 하는 취약 아동청소년과 신진예술인에게 같은 방식으로 기부된다. /김나인 기자