

## 완벽한 푸드 페어링 맥주 BraufactuM

10월 17일, 독일 프리미엄 크래프트 맥주 브랜드 브라우팩툼이 푸드 페어링 행사를 열었다. 다른 날에는 현지 수출담당자, 마스터 브루어와 대화를 나눌 수 있는 기회도 마련됐다. 브라우팩툼이 추구하는 철학과 가치를 전달해준 장소와 인물들을 직접 찾았다.

글 최준영 사진 장영수, 올웨이즈엔트레이드(주)

### 와인에 뒤지지 않는 맥주와 음식의 조화

독일 크래프트 맥주 브라우팩툼 푸드 페어링 행사가 지난 17일, 서울대입구에 위치한 링고 탭하우스에서 오후 7시부터 열렸다. 이번 행사는 두 가지 기획 의도에서 마련됐다. 우선 맥주 애호가들에게 브라우팩툼 브랜드를 소개하기 위해서다. 두 번째는 맥주도 와인 못지않게 음식에 곁들이기 좋은 술이라는 사실을 알리기 위함이다. 행사가 열린 지하 탭하우스는 35명에 가까운 참가자들로 가득 메워졌다. 한국맥주문화협회 윤한샘 회장이 연사로 나서 브라우팩툼 브랜드와 시음 맥주에 대해 설명하며 행사가 시작됐다. 이날 선정된 푸드 페어링 맥주는 브라우팩툼 솔레야, 인드라, 클렌, 프로구스타, 아리끄 등 5종이었다. 이 중 클렌과 아리끄는 국내에 들어오지 않는 미수입 제품이다.

윤 회장이 기본 설명을 마치고 각 맥주와 페어링 될 음식들이 한 접시에 담겨 나왔다. 음식은 오렌지 젤리, 슝뽀 물, 치킨 부르스게타 등 맥주 수와 맞춘 5종을 제이케이코퍼레이션 소속 차주옥 셰프가 각 맥주의 특성을 고려해 만들었다. 시음 맥주가 차례대로 테이블에 제공될 때마다 윤 회장은 맥주에 대해, 차 셰프는 음식에 대해 부가적인 설명을 더하며 참가자들의 페어링을 도왔다. 제공된 음식 양이 많지는 않았지만, 질이 양을 압도했다 할 수 있을 정도로 훌륭한 페어링이 이뤄진



브라우팩툼 수출담당자 토마스 프리즈와 아시아 세일즈 매니저 올리버 슈미트 레펠트

행사였다. 이번 이벤트를 기획한 올웨이즈엔트레이드(주) 장영철 대표는, “맥주를 사랑하는 이들에게 브라우팩툼이 음식과 훌륭한 조화를 지닌 맥주라는 사실을 알릴 수 있어 기쁘다”며, “앞으로도 온 트레이드 시장 위주로 다양한 활동을 이어갈 것”이라고 소감과 향후 계획을 전했다.

### 한국 크래프트 맥주, 성장 가능성 높아

지난 15일에는 브라우팩툼의 모회사 격인 라데베르거 그룹(Radeberger Group) 수출담당자 토마스 프리즈(Thomas Freese)와 아시아 세일즈 매니저 올리버 슈미트 레펠트(Oliver Schmidt-Rehfeldt)가 한국을 찾았다. 포포인츠 바이 쉐라톤 서울 더 이터리에서 이들을 만나 이야기를 나눴다. 프리즈에 따르면, 브라우팩툼은 9년 전부터 해외 시장에 진출해 꾸준히 두 자릿수가 넘는 성장률을 기록했다. 이미 20여 개국 맥주 시장에 진출했고 몇몇 주요 국가에서는 수입 맥주 판매순위 상위에 오를 정도로 반응이 좋다고 한다.

그에게 브라우팩툼을 들여온 지 1년 된 한국 시장에서의 전망을 물었다. “우리는 한국 크래프트 맥주 시장이 더 성장할 것으로 본다. 한국의 젊은 세대는 새로운 경험에 대해 열린 마음을 가졌다. 브라우팩툼은 이들을 만족시킬 만한 아주 신선하고 좋은 경험을 가져다 줄 것”이라며 프리즈는 한국 시장 진출에 긍정적인 태도와 기대감을 드러냈다.

### 독일 전통에 창의성을 더하다

브라우팩툼의 마스터 브루어 마크 라우쉬만(Marc Rauschmann)과는 서면으로 인터뷰를 진행했다. 마스터 브루어는 모든 양조 과정을 총괄해야 한다. 그의 표현에 따르면 하루 24시간, 일주일 내내 맥주를 위해 살아야 한다고. 라우쉬만은 팀원들과 함께 모든 양조 단계에서 맥주를 맛본다 했다. 맛이 조금이라도 달라져서는 안 되기 때문이다. “첫 번째 배치에서 드러난 훌륭한 품질이 다른 모든 배치까지 이어지게 하는 건 매우 중요한 일”이라고 그가 힘주어 말했다. “요리에 비유하자면, 같은 요리를 매번 맛이 다르게 만들어 손님에게 제공해서는 안 되는 것과 같

다”며 자신의 철학을 드러냈다. 다른 크래프트 맥주와 비교했을 때, 브라우팩툼은 어떤 특징이 있느냐는 질문에 그는 이렇게 답했다. “브라우팩툼은 신뢰할 수 있고 쉽게 접근 가능한 고품질 맥주다. 독일 크래프트 맥주의 대표이자 선구자로, 천연 재료에 대한 우리의 열정과 관심이 녹아들어 신선한 깊이를 보여준다.” 또, 브라우팩툼을 대표하는 제품인 프로구스타 IPA만 봐도 다른 브랜드와 지향점이 다르다고 했다.

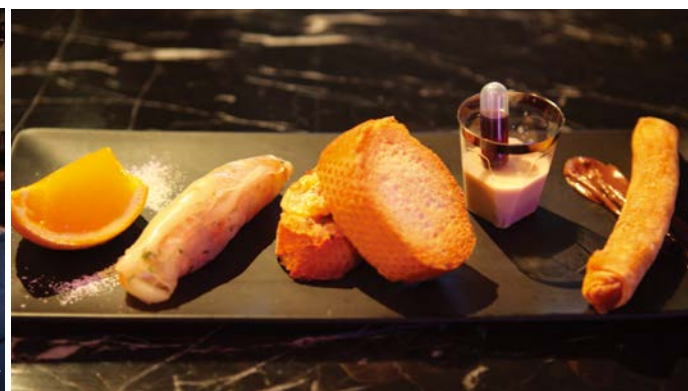
일반 양조장은 미국식 IPA를 만들 때 홉을 지나치게 강조하거나 IBU(International Bitterness Unit, 맥주의 쓴 맛을 나타내는 수치)를 높이려고 애쓴다. 그러나 프로구스타 IPA는 의미 없는 IBU 경쟁에 뛰어들지 않는다. 균형을 잘 갖춰, 오직 소비자에게 즐거움과 뛰어난 음용성을 선사하기 위해 만들어진 맥주라는 것이다.

마지막으로, 그에게 전통 방식 맥주를 고집하는 독일에서 크래프트 맥주 양조를 이어가는 의의에 대해 물었다. 그는 “브라우팩툼은 수세기 동안 이어져온 독일의 전문적인 맥주 양조 지식과 해외 크래프트 맥주 양조업자들의 개방성, 창의성을 결합한 결과물이다. 이런 새로운 방식의 융합은 독일 전통 맥주 산업 저변을 풍성하게 하는 동시에 크래프트 맥주 시장 발전에도 큰 도움이 될 것”이라며 말을 맺었다. ☞

수입사 올웨이즈엔트레이드(주) 문의 02-6012-4561



연사로 나선 윤한샘 회장



시음 맥주와 함께 제공된 페어링 푸드



행사 시음 맥주 5종



참가자들이 행사 시작을 기다리고 있다



브라우팩툼의 마스터 브루어 마크 라우쉬만