

독일의 맥주와 옥토버페스트

남정애*

- I. 들어가는 말
- II. 독일의 맥주
- III. 옥토버페스트
- IV. 나가는 말

〈국문초록〉

제대로 된 교육기관이 아직 드물었던 중세시대에 수도원은 교육기관의 역할을 겸하고 있었고, 따라서 엘리트가 양성되는 기관이기도 했다. 이런 엘리트들이 수도원에서 맥주 양조를 과학적으로 연구 및 체계화함으로써 독일맥주가 발전되는 기반이 다져진다. 1516년에 공포된 맥주순수령은 독일맥주의 맛과 질을 획기적으로 끌어올리는 계기가 된다. 맥주순수령은 맥주의 재료를 보리, 홉, 물, 효모로만 한정하는 내용을 담고 있다. 그러자 독일의 맥주양조 마이스터들은 네 가지로 제한된 재료를 가지고서 최대한의 맥주 맛을 끌어내려 온갖 노력을 아끼지 않았고, 이를 통하여 독일맥주는 최고의 맛과 품질을 인정받게 되었다.

옥토버페스트는 바로 이런 맥주를 중심으로 이루어지는 축제이다. 1810년 바이에른 왕세자 루드비히의 결혼식 축하행사로 열렸던 경마대회에서 유래되어 이후 맥주축제로 자리 잡은 옥토버페스트는 오늘날 세계최대규모의 민속축제로 그

* 숭실대학교 독어독문학과 교수

이름을 떨치면서 전통을 보존하고, 지역주민의 화합을 도모하며, 독일과 독일맥주를 홍보하고, 고용창출과 경제발전에 기여한다. 옥토버페스트의 성공요인으로는 독일맥주의 명성, 축제를 위해 잘 구축된 인프라, 엄청난 규모, 효율적 운영 등을 들 수 있다.

핵심어: 독일맥주, 수도원 양조, 맥주순수령, 옥토버페스트

I. 들어가는 말

그 역사와 규모 그리고 성격은 다르겠지만, 아마도 전 세계에 전통축제가 없는 나라는 없을 것이다. 그러나 단지 전통을 지키는 차원을 넘어 하나의 축제가 세계적으로 이름을 떨치며 엄청난 수익까지 창출하는 경우는 그리 흔하지 않다. 바로 이런 축제가 독일의 옥토버페스트(Oktoberfest)이다. 전통을 보존하고, 지역주민의 화합을 도모하며, 독일과 독일맥주를 홍보하고, 고용창출과 경제발전에 기여하는 옥토버페스트는 한국의 지방자치제 도입 이후 곳곳에서 생겨난 지역 축제들이 여러모로 참고할 만한 모델이라 하겠다.

이런 맥락에서 본고는 옥토버페스트의 면면을 살펴보고, 그 성공요인을 고찰해보고자 한다. 이를 위해서는 옥토버페스트의 핵심인 독일맥주에 관한 고찰 역시 필요할 것이다. 따라서 본고는 크게 두 부분으로 구성된다. 전반부는 독일맥주에 관하여 역사적으로 살펴볼 것인데, 여기서는 중세시대 수도원맥주의 발전과 맥주순수령이 중점적으로 다루어진다. 후반부는 옥토버페스트의 유래와 변천, 행사와 시설과 볼거리 그리고 축제와 관련된 여러 데이터들을 알아보고, 마지막으로 옥토

버페스트가 성공적인 축제가 된 요인들을 정리해보고자 한다.

II. 독일의 맥주

1. 고대

인류가 발효라는 현상을 인지하고 의식적으로 발효현상을 활용하여 술을 빚기 시작한 것은 기원전 3500년~기원전 3000년경 메소포타미아에서라고 한다.¹⁾ 이 시기 메소포타미아에서는 이미 밀과 보리를 경작하고 있었고,²⁾ 이 곡물들로 빚은 술은 오늘날의 맥주와 유사했다. 이런 형태의 술은 메소포타미아와 멀리 떨어지지 않은 이집트에서도 빚어졌다.

그런데 고대 그리스와 고대 로마는 곡물로 만든 술이 포도주보다 못한 술이라고 간주했던 것으로 보인다. 예를 들어 그리스 역사가 헤로도토스는 자신의 「이집트 기행」이라는 글에서 고대 이집트인들이 마시는 술을 거론하면서 이집트에는 포도가 나지 않기 때문에 곡물로 술을 빚는다고 서술한다.³⁾ 또한 고대로마의 역사가 타키투스는 서기 98년에 집필한 『게르마니아』의 제23장에서 게르만족이 보리나 밀로 음료를 만드는데, 그 음료가 질 나쁜 포도주와 비슷하다고 표현하고 있다.⁴⁾ 고대 로마가 게르마니아라도 칭했던, 오늘날 독일에 해당하는 지역 역시

1) 무라카미 미쓰루, 이현정 옮김, 『맥주, 문화를 품다』, RHK, 2012, 15쪽 참조.

2) 위의 책, 같은 곳 참조.

3) 헤로도토스, 『박성식 옮김, 이집트 기행』, 출판시대, 1998, 83쪽 참조.

4) Vgl. <http://gutenberg.spiegel.de/buch/die-germania-137/23>.

포도가 생산되기에는 그리 적절한 토양과 기후가 아니었기에 곡물로 술을 빚었는데, 그 술이 타키투스에게는 ‘포도주와 비슷하게 변조된 액체’로 여겨졌던 것이다.

2. 수도원 맥주

고대 로마제국의 술, 게다가 기독교의 성례에도 사용되는 술인 포도주는 로마제국이 붕괴되고 유럽에서 중세가 시작된 이후에도 왕과 귀족과 성직자가 선호하는 술이었다. 포도주가 생산되지 않는 지역의 상류층은 포도주를 수입하여 마셨다. 이에 상응하여 포도주는 고급술로, 곡물로 만드는 맥주는 서민이 마시는 저급한 술로 간주되었다.⁵⁾

급이 낮은 술로 인식되던 맥주가 질적으로 발전하고, 그 입지가 높아지게 된 계기는 카알 대제에 의해 마련되었다. 카롤링거 왕조 출신으로 768년~814년 동안 프랑크 왕국을 다스렸던 카알 대제는 기독교의 수호 및 전파를 평생의 업으로 삼았다.⁶⁾ 그리하여 카알 대제가 행한 일들 중에 하나가 바로 성직자를 양성하고, 종교활동 및 포교활동의 기반이 되어줄 수도원을 전국 각지에 건립한 것이다. 이렇게 건립된 수도원들에는 토지와 건물이 하사되고, 면세 등 각종 특권이 부여되었다.

카알대제 자신 및 그가 건립한 수도원이 독일맥주의 발전에 기여를 하게 된 이유로는 다음의 두 가지를 들 수 있다.

첫째, 맥주에 대한 인식이 높아진다. 카알대제는 이른바 술고래였다고 하며, 특히 맥주를 각별히 즐겨 마셨다고 한다.⁷⁾ 이로 인하여 맥주

5) 미쓰루, 앞의 책, 30-31쪽 참조.

6) 임종대 외, 『독일이야기 I』, 거름, 2000, 56쪽 참조.

7) 미쓰루, 앞의 책, 86쪽 참조.

는 왕이 즐겨 마시는 술로 그 위상이 높아진다.

둘째, 보다 결정적인 이유로 수도원이 맥주의 맛과 질을 높이는 데 크게 기여하였다는 사실이다. 카알대제는 자신이 건립한 수도원들을 정기적으로 방문하였다. 카알대제를 맞기 위하여 수도원은 숙박과 음식에도 신경을 썼지만, 맥주를 즐기는 왕을 위하여 맥주양조에도 심혈을 기울였다.⁸⁾ 또한 수도원은 많은 순례자와 방랑자가 숙식을 청하는 곳이었고, 하루에 2백 명이 넘는 이가 찾는 경우도 많았다고 한다.⁹⁾ 이들은 후에 자신이 묵었던 수도원에 관한 이야기를 다른 이들에게 하게 되는데, 그럴 때면 그 수도원의 맥주에 관한 평가도 자주 거론되었으며, 수도원들의 맥주 맛을 비교하기도 했다. 이런 상황 속에서 수도원은 더 좋은 맥주를 생산하기 위하여 노력을 아끼지 않았다.

당시 수도원은 이와 같이 맥주의 맛과 질을 높이는 데 적절한 기관이었다. 딱히 제대로 된 교육기관이 없던 중세에 수도원은 성직자를 양성하며 교육기관의 역할을 겸하고 있었고, 따라서 엘리트가 양성되는 기관이기도 하였다. 수도원의 성직자들은 수도원의 운영에 필요한 영역들을 분담하여 일처리를 하였는데, 그중 하나가 바로 양조였다.

수도사들은 과학적으로도 맥주를 양조할 수 있는 환경에 있었다. 수도원장은 교양이 뛰어난 사람으로 고문서 해독이 가능했다. 그들은 고문서에서 맥주양조 기술과 비결을 찾아내고 제자들에게 강의하고 함께 실험도 하면서 맥주양조를 체계화했다.¹⁰⁾

게다가 수도원은 종교시설이라는 이유로 맥주를 만드는 재료를 더

8) 위의 책, 같은 곳 참조.

9) 위의 책, 87쪽 참조.

10) 위의 책, 89쪽.

싼 가격에 구입할 수 있었고, 심지어 식량이 부족하여 사설양조장에 양조금지령이 내려졌을 때에도 예외의 특권을 누리며 맥주를 계속 생산할 수 있었다. 여러모로 좋은 맥주를 만들기에 유리한 조건들을 갖춘 수도원에서 만든 맥주는 사람들에게서 좋은 평판을 받았고, 시장에서 높은 가격에 팔리게 되어 수도원의 귀중한 재원이 된다.¹¹⁾ 따라서 독일 맥주의 발전에 있어 수도원은 그 토대를 확고하게 다지는 역할을 하였다고 할 것이다.

수도원 맥주의 전통은 오늘날까지도 이어져 오고 있다. 독일의 여러 수도원들이 자신들의 고유한 양조전통을 계승 및 발전시키는 일에 심혈을 기울이고, 수도원에서 비롯된 유명한 맥주브랜드들이 기업화되어 대량으로 생산 및 판매되고 있기도 하다.

3. 맥주순수령

이처럼 중세시대 독일에서는 수도원을 대표로 하여 곳곳에서 맥주가 양조되고 있었으나 양조에 관한 규정 및 품질 검사에 있어서는 아직까지 철저하지 못하였다. 예를 들어 1156년 프리드리히 1세는 “맥주 제조와 판매에 종사하는 자가 질 나쁜 맥주를 양조하거나 양을 속여 판매할 경우 그에 합당한 형에 처한다”¹²⁾는 조례를 공포하였는데, ‘질 나쁜 맥주’에 대한 기준이 모호하였다. 이후에도 몇 차례에 걸쳐 맥주의 제조, 품질, 판매, 보관 등에 관한 규정이 제정되었고, 1516년 4월 23일 독일 남부 바이에른 공국의 빌헬름 4세가 드디어 독일 맥주의 발전에 있어 기념비적이라 할 수 있는 맥주순수령(Reinheitsgebot)을 공포하였다.

11) 위의 책, 90쪽 참조.

12) 위의 책, 122쪽.

맥주순수령이 공포된 배경으로는 두 가지를 들 수 있다. 첫째, 재료의 안전성을 담보하기 위해서이다. 첨가물에 관한 규정이 엄격하지 않은 상태에서 사람들은 온갖 재료들로 맥주를 제조하였으며, 간혹 독초나 독버섯 등 안전이 담보되지 않는 재료들이 사용되기도 하였다. 따라서 맥주순수령의 제정에는 법으로 맥주의 재료를 정해놓아 그 안전성을 보장하겠다는 의도가 담겨있다. 둘째, 식량자원으로서의 밀을 확보하기 위해서이다. 맥주를 만드는 주재료는 보리와 밀이었는데, 이 중에 밀은 또한 빵을 만드는 주재료이기도 했다. 그런데 밀로 빵을 만들어 파는 것보다는 맥주를 만들어 파는 것이 더 큰 이익을 남길 수 있었다. 그래서 심지어 식량이 부족한 상황에서도 밀로 빵이 아닌 맥주를 만드는 일이 일어나기도 했다. 이에 식량의 재료인 밀이 술을 만드는 데 다 쓰이지 않도록, 즉 식량을 확보한다는 차원에서 맥주의 재료를 아예 보리로 정한 것이다.¹³⁾

1516년 공포된 맥주순수령은 ‘맥주는 보리와 홉과 물, 이 세 가지만으로 만들어야 한다’는 내용을 골자로 한다. 이 법령은 이후 1551년에 ‘맥주는 보리와 홉과 물과 효모, 이 네 가지만으로 만들어야 한다’는 내용으로 개정된다. 1516년 처음 맥주순수령이 만들어질 때는 사람들이 아직 효모에 관한 지식이 없었고, 맥주는 자연발효에 의해 제조되었다.¹⁴⁾ 따라서 후에 효모의 존재를 알게 된 후 효모를 추가한 것이 1551년 개정판 맥주순수령이다.

13) 그러나 실제로는 맥주순수령 공포 이후에도 계속해서 밀로 맥주가 만들어졌다. 본래 밀맥주는 바이에른 지역에서 순수령이 공포되기 전부터 즐겨 마시던 맥주였고, 순수령이 공포된 이후에는 궁정양조장과 일부 수도원에만 밀맥주를 양조할 수 있는 특혜가 주어졌다. 여기서 궁정양조장은 맥주순수령을 공포한 빌헬름 4세의 전속궁정양조장으로 일부 수도원을 제외하고는 밀맥주를 독점생산한 셈이다. (미쓰루, 위의 책, 130쪽 참조).

14) 위의 책, 119쪽.

맥주순수령이 공포되기 전에는 독일 북쪽 지역의 맥주가 남쪽 지역의 맥주보다 품질이 더 좋았다고 한다. 중세 북부독일에서 맥주양조권은 시민의 손에 있었고, 길드(수공업 조합)가 시정의 중요 기반으로 기능하면서 맥주와 관련된 법규를 관장하고, 맥주의 품질을 유지 및 향상시키는 일도 관리하였기 때문이다.¹⁵⁾ 이에 반해 남부독일은 영주가 지배자로서 절대적 영향력을 행사하고 있었고, 영주가 맥주에 관하여 제대로 된 규제를 도입하고 실행하는 데 큰 의지가 없는 상태에서는 남부독일의 맥주가 북부독일의 맥주에 비해 품질이 떨어질 수밖에 없었다. 하지만 이 상황은 맥주순수령으로 인해 역전된다. 네 가지 재료만으로 맥주를 생산해야한다는 법령은 북부독일이었다면 길드의 반대에 부딪쳐 관철될 수 없었을 것이다. 그러나 영주의 권력이 강대한 남부독일 바이에른에서는 양조업자들의 반발에도 불구하고 이 법령이 관철되었고, 양조업자들은 이 법령을 준수할 수밖에 없었다. 공포된 법령을 지켜야만 하는 상황이 되자 바이에른의 맥주양조 마이스터들은 네 가지로 제한된 재료를 가지고서 최대한의 맥주 맛을 끌어내려 온갖 실험과 연구를 하였고, 이를 통하여 맥주양조에 대한 지식과 경험이 쌓이면서 독일맥주가 발전하는 데 큰 영향을 끼친다. 그리하여 바이에른에서 맥주순수령의 공포 이후에 생산된 맥주는 순수하면서도 깊은 맛을 담게 되었다는 평을 받았다. 이런 과정을 거치면서 남부독일 바이에른의 맥주는 북부독일 맥주의 명성을 능가하며 그 맛과 품질을 인정받게 되었다.

1871년 독일제국의 탄생은 바이에른 지역에 한정되어 있던 맥주순수령이 독일 전역으로 확대되는 계기를 제공한다. 독일제국은 프로이센을 중심으로 하여 22개의 영방(領邦)과 3개의 자유시가 하나의 연방

15) 위의 책, 127쪽 참조.

국가를 이룬 것이다. 이때 바이에른 공국은 병합의 조건들 중 하나로 맥주순수령을 독일제국 전역으로 확대할 것을 요구하였다. 당시에는 바이에른 이외 지역의 양조업자들이 이 요구에 대해 거세게 반발하여 본격적으로 관철되지 못하였으나 시간이 흘러 결국 1906년에 이르면 독일 전역에서 이 법령이 시행된다. 맥주순수령이 전국적으로 확대되자 이미 이전부터 맥주순수령을 지키며 좋은 품질의 맥주를 생산해오던 바이에른 양조업자들의 경쟁력이 커졌고, 따라서 바이에른이 독일 맥주의 중심지로 부상하게 되었다. 제1,2차 세계대전 등 격동의 시기를 거치면서도 맥주순수령은 그대로 유지되며 독일맥주의 자부심으로 기능하였다.

그러나 유럽연합의 탄생과 함께 맥주순수령은 존폐와 직결된 문제에 직면하게 된다. 유럽연합은 회원국들 사이의 시장통합을 지향한다. 이런 상황에서 프랑스의 어느 맥주회사가 독일에 맥주를 수출하려고 하였다. 그런데 독일의 법에 따르면 맥주순수령을 준수하여 생산된 음료에만 맥주라는 명칭을 붙일 수 있었다. 프랑스 회사에서 만든 맥주는 맥주순수령을 지키지 않은 것이었고, 따라서 맥주라는 명칭으로 독일에서 판매될 수가 없었다. 이에 프랑스 회사는 유럽사법재판소에 소송을 제기하였고, 유럽사법재판소는 프랑스 회사의 손을 들어주었다. 1987년 유럽사법재판소는 맥주순수령에 따르지 않고 생산된 외국맥주에 맥주라는 명칭을 금하는 것은 상품교역의 자유에 위배된다고 판결하였다. 이에 따라 독일은 맥주순수령을 공식적으로는 더 이상 고수할 수 없게 되었고, 현재 좀 더 유연한 내용을 담은 법령이 적용되고 있다.

그러나 법적 강제성이 약화된 상황에서도 독일에서는 오늘날까지 맥주순수령을 지켜 맥주를 생산하는 것에 여전히 많은 자부심을 느끼며, 맥주순수령에 따라 제조되었다는 점이 그 맥주의 정통성과 품질을 보

장해주는 것으로 인식되고 있다.

III. 옥도버페스트

1. 유래 및 역사

1.1. 축제의 유래

1810년 바이에른의 왕세자 루드비히가 작센-힐트부르크하우젠의 공주 테레제와 결혼식을 올리게 된다. 당시 왕실의 결혼식은 시민들도 초대되어 함께 축하하고 즐기는 축제의 형식으로 열렸다. 그런데 이 결혼식을 준비하며 새로운 아이디어 하나가 나오는데, 그것은 바로 축하 행사로 경마대회를 개최하자는 것이었다. 당시 영토를 확장하고 행정 당국을 개편하는 등 혼란의 시기를 겪고 있던 바이에른의 왕 막스밀리안 요셉 1세는 경마대회를 통해 왕실에 대한 충성심을 함양하고, 시민들의 화합과 사기 진작을 꾀할 수 있을 것이라 여겨 이 아이디어를 마음에 들어 하며 실행에 옮길 것을 허락하였다.¹⁶⁾

결혼축하연은 1810년 10월 12일부터 17일까지 열렸는데, 마지막 날인 10월 17일에 경마대회를 개최하기로 하였다. 경마대회는 넓은 공간이 필요했기 때문에 뮌헨 도성 안에서 개최하는 것은 불가능하였다. 따라서 도성 밖 넓은 목초지를 경마대회의 장소로 결정하였다. 이곳은 이후 오늘날까지 신부의 이름 ‘테레제 Therese’와 ‘목초지 Wiese(비제)’

16) 사지원, 「지역축제의 세계화: 뮌헨의 옥도버 페스트」, 『카프카연구』 12, 한국카프카학회, 2005, 91-110쪽, 93쪽 참조.

를 합쳐 ‘테레지엔 비제 Theresien Wiese’라고 불리고 있다. 여기서 개최된 경마대회에 대한 시민들의 반응은 매우 좋았다. 시민들이 다음 해에도 계속해서 경마대회가 열릴 것을 희망했기 때문에 이후 해마다 10월이면 같은 장소에서 경마대회가 열렸고, 이것이 옥토버페스트¹⁷⁾의 유래가 된다.

1.2. 경마대회에서 맥주축제로

유래에서 볼 수 있듯이, 원래 옥토버페스트는 맥주를 마시는 축제가 아니라 경마대회를 관람하는 축제였다. 맥주는 테레지엔 비제 근처에 있는 쟈틀링 거리의 주점에서 마실 수 있었다.¹⁸⁾ 즉, 테레지엔 비제에서는 경마대회가 열렸고, 경마대회를 관람하러 오는 길에 혹은 관람한 후에 쟈틀링 거리의 주점에서 맥주를 마시는 형태였다. 그런데 맥주를 마시려는 인파가 점점 더 몰리면서 쟈틀링 거리의 주점만으로는 감당할 수 없게 되자 뮌헨시는 1850년부터 테레지엔 비제에도 맥주 주점의 설치를 허락하였다.¹⁹⁾ 테레지엔 비제에서 맥주를 마시려는 사람들의 숫자는 점점 더 늘었고, 이에 상응하여 맥주 주점의 규모도 커졌다. 그러면서 축제는 점점 더 경마대회에서 맥주축제로 그 중심이 옮겨갔다.²⁰⁾ 맥주를 파는 가게도 간이주점 형태에서 기업형 대형 맥주천막으로 그

17) 옥토버페스트는 독일어로 Oktoberfest이다. Oktober는 10월이라는 의미이고, Fest는 축제라는 의미이다.

18) 사지원, 앞의 논문, 94쪽 참조.

19) 위의 논문, 같은 곳 참조.

20) 경마대회는 1938년 이후 조직상의 이유로 아예 축제 프로그램에서 빠지게 되었다.(박숙진 외, 『문화관광개발을 위한 독일의 이벤트 경영전략에 관한 연구 - 뮌헨 Oktober-Fest의 사례를 중심으로』, 『관광정책학연구』 7(2), 한국관광정책학회, 2001, 21-47쪽, 9쪽 참조) 그러나 1960년 150주년과 2010년 200주년에는 기념행사로 경마대회가 개최되었다.

규모가 커졌고, 오늘날의 맥주축제로 자리 잡게 된다.

경마대회에서 맥주축제로의 변천은 축제가 시작되는 날짜에도 영향을 끼쳤다. 독일에서는 10월이면 이미 날씨가 스산해진다. 경마대회라면 이런 날짜에도 개최되는 데 별 문제가 없었다. 그러나 맥주를 마시기에는 기온이 더 높고 쾌청한 날씨가 좋았기 때문에 축제를 좀 더 일찍 시작하자는 요구가 나왔다. 그리하여 1872년부터는 축제의 시작을 9월로 앞당기게 되었다. 이로 인해 옥토버페스트는 9월에 시작하여 10월에 끝나는 축제가 된 것이다.

축제의 기간에도 변화는 있었다. 경마대회로 시작되면서 처음에는 6일이라는 기간이 정해졌으나 맥주축제로 변천되면서 사람들이 더 긴 기간 동안 개최되기를 희망하였다. 그리하여 축제기간은 점점 늘어나 19세기 말에는 약 2주에 걸쳐 개최되기에 이르렀다. 오늘날 옥토버페스트는 9월 15일이 지난 후의 토요일(보통 9월의 세 번째 토요일)에 축제를 시작하고, 10월의 첫 일요일에 축제를 끝낸다. 독일이 통일되어 10월 3일이 ‘독일 통일의 날’ 공휴일로 지정되자 2000년 이후 규정이 추가되어, 10월 1일이나 2일이 일요일일 경우에는 축제를 공휴일인 10월 3일까지 연장할 수 있게 되었다. 따라서 옥토버페스트는 최소 16일에서 최장 18일간에 걸쳐 개최된다.

2. 행사, 시설, 볼거리 등

2.1. 축제의 시작

옥토버페스트는 맥주마차퍼레이드로 시작된다. 퍼레이드의 맨 앞에는 뮌헨을 상징하는 ‘뮌헨의 킨들 Münchner Kindle’이 말을 타고 앞장 서고, 그 뒤에는 뮌헨시장의 마차가 따르며, 이어서 화려하게 치장하고

맥주통을 가득 실은 맥주회사의 마차들이 이어지며, 축제장 내 여러 가게의 상인들이 뒤를 따른다.²¹⁾ 이 행렬이 축제가 시작되는 토요일 오전 10시 45분에 뮌헨 시내의 존넨 거리를 출발하여 테레지엔 비제로 향하고, 축제장에 도착하는 데 약 1시간이 걸린다. 12시가 되면 테레지엔 비제에서 개막식이 열린다. 정각 12시에 뮌헨 시장이 나무로 된 생맥주통의 마개꼭지를 망치로 열어 따고, “O’ zapft is!”(마개가 열렸다!)라고 외치는 것이 축제의 시작을 알리는 전통이다.

2.2. 맥주천막²²⁾

옥토버페스트가 열리는 테레지엔 비제는 원래 경마대회가 열리기에 충분할 정도의 광활한 공간이다. 이 공간에 14개의 대형 맥주천막과 15개의 중소형 맥주천막이 설치된다. 규정상 옥토버페스트에서는 뮌헨 전통양조장의 맥주만 판매될 수 있다. 그래서 현재 뮌헨의 6대 대형 맥주양조회사인 슈파텐브로이, 아우구스티너, 파울라너, 하커-프쇼르, 호프브로이, 뢰벤브로이가 대형 맥주천막을 설치하고 있다. 대형맥주천막은 일반적으로 한꺼번에 약 10,000명 전후의 인원을 수용할 수 있으며, 중소형 맥주천막은 100~500여 명을 한꺼번에 수용할 수 있는 규모이다.²³⁾ 일반적으로 술집이 30여 명 내외를 수용하는 규모임을 감안

21) 사지원, 앞의 논문, 98-99쪽 참조.

22) 독일어로는 ‘Bierzelt’이며, ‘축제천막 Festzelt’이라는 표현도 자주 쓰인다. ‘천막’이라는 표현은 축제기간에만 임시로 설치했다가 철거할 수 있는 시설이기 때문에 사용된 것이며, 실제로는 우리가 흔히 아는 비닐천막이 아니라 목재를 중심으로 한 조립식 건축물이다.

23) 옥토버페스트에 맥주천막을 운영할 수 있는 맥주회사의 선정은 공개적으로 이루어진다. 맥주회사가 여러 자료들을 첨부하여 신청서를 제출하면 평가기준표에 따라 심사가 이루어지고, 최종결정은 뮌헨 시의회의 무역산업위원회가 한다. 가장 규모가 컸던 맥주천막으로는 1913년 13,000명을 수용한 프쇼르 브로이의 맥주천막이며, 현재는 11,000명을 수용하는 파울라너 브로이의 맥주천막이 가장 규

할 때, 한꺼번에 10,000여 명을 수용한다는 것은 세계 어디에서도 볼 수 없는 압도적인 규모라 할 것이다.

맥주천막의 영업시간은 아침 10시(토요일, 일요일, 공휴일은 아침 9시)부터 밤 11시 30분까지이고, 주문은 밤 10시 30분까지만 받는다. 대규모 시설이지만 사람들이 워낙 많이 몰리기 때문에 만석인 경우가 대부분이며, 입장을 위해 긴 시간 줄을 서게 된다. 홈페이지에서 예약을 할 수 있으며, 10명 이상인 경우 예약 가능하다. 맥주는 1리터짜리 용량으로만 판매되는데, 한 잔에 한화로 약 13,000원(2017년도 가격)이다.

2.3. 기타 시설들

롤러코스트, 자이로드롭, 회전목마, 유령의 집, 대관람차 등등 여러 놀이기구들이 설치된다. 그래서 맥주를 마시기 위해 방문하는 성인뿐만 아니라 어린아이를 동반한 가족 관람객도 축제를 즐길 수 있다.

축제장 곳곳에는 기념품, 간식, 디저트, 솜사탕, 바이에른 전통 과자 등을 파는 가판대가 있다. 넓은 축제장을 이동하는 중간 중간에 먹고 마시고 즐길 거리들이 있는 것이다.

또한 축제장의 안전이나 편의를 위한 행정서비스단지도 마련되어 있다. “지방행정사무실, 이동파출소, 소방서, 간이우체국, 은행분점, 분실물 보관소, 적십자사, 여성을 위한 안전보호소, 휠체어 서비스실, 유모차 대여실, 어린이 보호소 및 수유장소, 국제기자단을 위한 프레스센터, 수도 및 전기공급 사무실”²⁴⁾ 등이 이곳에 자리한다.

모가 크다.(사지원, 앞의 논문, 98쪽 참조)

24) 사지원, 앞의 논문, 98쪽 참조.

2.4. 바이에른 전통의상

옥토버페스트는 독일의 축제이지만 좀 더 엄밀하게는 바이에른의 축제라고 할 수 있다. 앞에서 거론했듯이 옥토버페스트의 유래가 바이에른 왕가의 결혼식이었고, 옥토버페스트에서 판매가능한 맥주는 뮌헨의 전통양조장에서 생산된 것이며, 개막식 때 “O’ zapft is!”라는 말도 바이에른 사투리이다. 이렇듯 옥토버페스트에는 바이에른의 색채가 강하게 각인되어 있는데, 여기에 기여하는 또 하나의 볼거리가 바로 바이에른 전통의상이다.

옥토버페스트 기간 동안에는 테레지엔 비제에서 뿐만 아니라 도시 곳곳에서 남녀노소를 막론하고 이 전통의상을 입은 사람들을 쉽게 볼 수 있다. 지역민은 바이에른의 자부심을 가지고 전통의상을 입으며, 축제를 보러온 외부인의 경우 축제를 좀 더 제대로 즐기고 싶은 마음에 바이에른 전통의상을 구입하여 입는다. 전통의상을 입는 것이 축제를 즐기는 하나의 방식이 되고, 전통의상을 입은 모습이 또 하나의 볼거리가 되는 셈이다. 나아가 전통의상의 제조와 판매가 활발하게 이루어짐으로써 축제와 관련하여 간접적인 경제활성화에도 기여한다.

2.5. 친환경 지향 축제²⁵⁾

옥토버페스트에 본격적인 친환경 규제가 실시된 것은 1991년부터이다. 그 내용은 다음과 같다.

25) 1970년 중반 환경운동과 반원전운동을 중심으로 발전한 독일의 친환경운동은 현재 녹색당이 제도권정당으로 자리 잡을 정도로 그 기반이 탄탄하다. 이런 기반이 옥토버페스트라는 거대한 규모의 축제도 친환경을 지향하도록 만든 힘이라고 할 것이다.

1회용 그릇과 컵 및 포크와 나이프의 사용을 금지하고, 캔 음료의 판매는 전면 금지한다. 음료는 반드시 보증금이 붙은 회수용 병에 넣어 팔아야 한다. 또 쓰레기는 용도별로 분리하고 재활용 쓰레기를 위한 분리수거 용기를 구비해야 한다. 음식물 찌꺼기는 분리 수거하여 동물사료용 등 특별한 목적의 재활용 시설로 분리하여 보내야 한다. 재활용이 불가능한 쓰레기는 압축기로 처리한다.²⁶⁾

축제로 이익만을 추구하는 것이 아니라 환경에 피해가 가지 않도록 애쓰는 모습을 볼 수 있다. 만 명이 넘는 인원을 한꺼번에 수용하는 대형맥주천막만 14개가 되는 대규모 축제에서 일회용품이 무분별하게 쓰인다면 엄청난 양의 쓰레기가 발생할 것이므로 이러한 친환경적 규제는 매우 바람직한 일로 여겨진다.

3. 축제와 관련된 데이터들

3.1. 방문객수와 판매량

약 16일에 걸친 축제기간 동안 평균 방문객수는 600만 명 정도이다. 방문객수 최고기록을 세운 해는 1985년으로, 당시 7백10만여 명이 테레지엔 비제를 찾았다. 방문객수에 가장 큰 영향을 끼치는 요인은 날씨이다. 축제기간 동안 날씨가 화창하고 기온이 높을수록 방문객 숫자는 올라간다. 해마다 약 600만 리터의 맥주와 50만 마리의 통닭이 소비된다. 방문객 1인당 평균 한화로 약 7~8만 원을 쓴다고 한다.

26) 사지원, 앞의 논문, 101쪽.

3.2. 고용 및 경제적 효과

약 12,000명 정도가 옥토버페스트의 축제장에서 일을 한다. 그중 1,600명 정도가 맥주천막이나 음식점에서 서빙을 하는 사람들이다. 7, 8월 정도에 시작되는 축제장 건설작업과 축제가 끝난 후 진행되는 축제장 해체작업에 종사하는 노동자들, 축제에 필요한 맥주와 음식재료 등의 생산에 종사하는 사람들, 축제기간 동안 뮌헨을 방문하는 사람들의 숙식과 관련된 업무에 종사하는 사람들 등 옥토버페스트와 관련하여 한시적·간접적 고용창출 효과도 매우 크다.

옥토버페스트에서 각각의 업체 및 상인이 구체적으로 얼마나 많은 수익을 올리는지에 대한 자료는 공개되지 않는다. 그런데 2014년에 세금과 관련된 소송으로 어느 작은 맥주천막의 2012년 수익이 공개된 바가 있다. 이 소형맥주천막이 2012년 옥토버페스트에서 올린 수익은 한화로 약 43억이었고, 순수익은 19억이 넘어가는 액수였다.²⁷⁾ 소형맥주천막의 수익이 이 정도라면 대형맥주천막의 수익은 엄청난 규모임을 짐작할 수 있을 것이다.

옥토버페스트와 직간접적으로 관련된 총수익은 다음의 도표²⁸⁾에서와 같다. 한화로 1조 원을 훌쩍 넘기는 액수인데, 축제의 기간이 단 16일 정도라는 점을 감안한다면 옥토버페스트로 인한 경제적 효과가 대단함을 알 수 있다.

27) Vgl.: https://de.wikipedia.org/wiki/Oktoberfest#Umsatz_eines_Festzeltes.

28) 사지원, 앞의 논문, 103쪽.

항목	액수
축제장에서의 음료, 식사, 오락비	4억 4천9백만 유로
뮌헨과 주변 지역에서의 교통, 쇼핑, 식사비	2억 5백만 유로
숙박비	3억 유로
계	9억 5천4백만 유로 (한화 약 1조 2천5백억 원)

4. 옥토버페스트의 성공 요인

4.1. 맥주

옥토버페스트는 맥주가 중심이 되는 축제이다. 이미 맥주 자체가 세 가지 측면에서 축제의 성공에 기여한다고 볼 수 있다. 첫째, 독일맥주의 오랜 역사가 지닌 경쟁력을 들 수 있다. 앞에서 살펴보았듯이, 독일은 좋은 맥주를 생산하는 데 오랫동안 많은 노력을 기울여 왔다. 맥주 순수령의 공포가 500년이 넘었고, 그 기간 동안 독일 고유의 그리고 최고 품질의 맥주를 생산 및 유통하기 위한 노력과 노하우와 인프라가 탄탄하게 구축되었다. 이 덕분에 독일을 대표하는 맥주를, 세계 최대라는 규모에도 불구하고, 축제가 차질 없이 진행되도록 제공할 수 있는 기반이 잘 자리 잡혀 있다고 할 것이다. 둘째, 맥주에 대한 독일인의 자부심을 들 수 있다. 프랑스인이 프랑스 포도주가 세계 최고라고 생각하듯이 독일인은 독일맥주가 세계 최고라고 생각한다. 이러한 자부심속에 독일인은 그저 돈을 벌기 위한 것이 아니라 독일맥주의 세계적 위상을 드높인다는 사명감으로 열과 성을 다해 축제에 임하게 된다. 셋째, 독일을 대표하는 맥주이기에 외부인이 갖게 되는 관심이다. 독일하면 당연히 맥주를 꼽을 정도로 맥주는 독일을 대표한다. 이런 맥주가 중심이 되는 축제에 외국인들은 직접 독일에 가서 독일맥주를 맛보고, 독일의 정

서를 경험하고 싶다는 욕구를 느낀다. 한 마디로 독일이 세계 그 어느 나라보다 잘 만들어낼 수 있고, 또한 세계 그 어느 나라보다 잘 만들어 내려는 마음가짐이 되어 있으며, 독일을 대표하는 것으로 세계적으로 유명한 아이템이 바로 맥주이고, 이 맥주를 중심으로 하는 것이 옥토버페스트이니 축제의 성공가능성이 그 만큼 클 수밖에 없다.

4.2. 규모

만약 1810년 왕가 결혼식의 기념행사로 처음부터 맥주축제를 구상했다면 굳이 도성 밖의 초원이 아닌 도성 안의 적당한 공간을 물색했을 것이다. 그러나 맨 처음 구상한 것이 경마대회였고, 경마대회를 개최하기에 충분한 공간이 필요했으며, 따라서 테레지엔 비제와 같이 매우 넓은 공간이 행사의 장소로 결정되었다. 물론 당시 사람들이 미래의 일을 미리 알고 장소를 결정한 것은 아니었지만, 이것이 어찌 보면 이른바 신의 한수였다고 할 수 있다. 왜냐하면 옥토버페스트의 가장 큰 매력들 중 하나가 바로 그 규모이기 때문이다.

경마대회를 위하여 선정된 공간이 그대로 맥주축제를 위한 공간이 되면서 옥토버페스트는 세계 어디에서도 볼 수 없는 최대 규모를 자랑한다. 축제가 열리는 테레지엔 비제는 약 126만 평으로, 이는 국제규격 축구장 약 580개를 합친 크기이다. 거기에 만 명 이상을 동시에 수용하는 맥주천막들이 들어선다. 이 규모 자체가 옥토버페스트의 상징이고, 축제를 보러 온 사람들을 압도한다. 이 압도감은 사진이나 동영상으로는 전달될 수가 없기에 사람들로 하여금 직접 옥토버페스트를 방문하고 싶다는 욕구를 자극한다.

4.3. 효율적 운영

현재 옥tober페스트에 대한 총관리는 뮌헨 시 산하기관인 뮌헨 관광청의 특별이벤트 팀이 맡고 있는데, 6명의 전문인으로 구성된 이 팀은 옥tober페스트만을 전담한다.²⁹⁾ 600만여 명이 방문하는 대규모 축제를 겨우 6명의 인원으로 관리할 수 있는 비결은 뮌헨시의 개입은 최소한의 필수적인 영역으로 제한하고, 그 대신 축제에 참여하는 업체에게 최대한의 자율권을 보장해주는 효율적 운영에 있다.

특별이벤트 팀은 축제장에 입주할 업체와 부스 설치 장소를 선정하는 일을 총괄한다. 공개적이고도 투명한 절차를 거쳐 입주업체 및 입주장소가 결정되고 나면 축제장에서 이루어지는 나머지 일들은 입주업체의 자율에 맡겨진다.³⁰⁾ 다시 말해 뮌헨시의 차원에서는 경쟁력 있는 입주업체를 적절한 장소에 입주시키는 일이 문제의 소지가 없도록 관리되고, 축제장에서 일어날 판매와 관련된 모든 일은 그것과 직접 관련이 있는 업체에 일임하는 것이다. 이른바 ‘장사’와 관련된 일은 ‘장사’를 가장 잘 아는 쪽, 즉 업체에 전적인 권한을 줌으로써 가장 효율적이고도 수익창출이 용이한 방식을 보장한다고 할 수 있다.

또한 뮌헨 시는 축제를 관할하는 데 드는 경비를 충당하고 약간의 이익만 남길 정도의 임대료를 책정한다. 총수익이 1조 원이 넘어가는 축제임에도 불구하고 뮌헨시가 취할 수 있는 이익은 최소한으로 제한하면서 입주업체에 가능한 한 낮은 임대료를 책정하고 있는 것이다.³¹⁾ 그 이유는 만약 뮌헨시가 임대료에서 많은 이익을 취하고자 한다면 입

29) 위의 논문, 96쪽 참조.

30) 위의 논문, 같은 곳 참조.

31) 강건희 외, 「지역 경제 활성화를 위한 전통주 ‘막걸리 축제’ 발전 방안 연구」, 『문화산업연구』 11(2), 한국문화산업학회, 2011, 201-217쪽, 211쪽 참조.

주업체들은 그 임대료를 맥주 등의 판매가격에 반영할 것이고, 그러면 방문객은 더 많은 돈을 소비해야 해서 축제에 대한 만족도가 떨어질 수 있기 때문이다. 뮌헨 시는 축제에서 뮌헨시가 직접 취할 수 있는 이익 보다는 축제 자체가 최상으로 돌아가는 것을 더 중요하게 여긴다. 축제 자체가 최상으로 돌아가게 되면 뮌헨 시에도 임대료 이상의 직간접적 경제적 이익이 발생하기 때문에 결국은 보다 긴 안목으로 축제를 운영하고 있다고 할 것이다.

그 외에도 뮌헨 시는 축제를 위한 준비기간을 충분히 잡는다. 사람들은 그저 약 16일간에 걸친 축제라고만 생각하겠지만, 실제로 10월 초에 축제가 끝나고 11월이 되면 뮌헨시는 벌써 다음 해의 축제장 입주 업체 공모를 시작하고, 이때부터 사전준비와 세계 전역에서의 홍보를 준비하고 진행하기 시작한다. 약 16일간의 축제가 일 년 내내 준비되고 있는 것이다.

4.4. 독일인과 음주가무

독일인은 대체로 차분하고, 이성적이다. 결례를 조심스러워하여 타인에게 예의는 지키되 일정 정도 거리를 두기 때문에 쉽게 친해지지 않는다는 이미지도 독일인에 해당된다. 이런 독일인이 처음 보는 사람과도 거리낌 없이 잔을 부딪치고, 어깨동무를 하고, 큰 소리로 노래를 따라 부르는 모습을 볼 수 있는 것이 바로 옥토버페스트 축제장에서이다. 이렇게 옥토버페스트는 독일인에게는 평소와 달리 음주가무를 마음껏 즐기며 일상의 스트레스로부터 벗어날 수 있는 장이 되고, 외국인에게는 독일인의 또 다른 모습을 보게 되는 재미 또한 선사한다. 이것이 텔레지엔 비제를 방문하는 독일인에게도 그리고 외국인에게도 옥토버페스트의 빠질 수 없는 매력이 된다.

IV. 나가는 말

이상으로 독일맥주의 역사와 옥토버페스트의 면면을 살펴보고, 그 성공요인을 고찰해보았다. 이를 통해 알 수 있는 것은 맥주에 대한 독일인의 애정과 자부심, 전통축제를 계승 및 발전시키고자 하는 노력 그리고 축제를 대하는 보다 긴 안목이 옥토버페스트의 성공을 이끌고 있다는 사실이다.

이는 특히 한국의 지역축제들에 있어 시사하는 바가 많다. 1990년대 한국에서 지방자치제가 실시되면서 지방자치단체들은 문화정책이나 재정정책에 있어 이전보다 더 많은 자율권을 지니게 되었다. 그리하여 그 지역을 홍보하면서 동시에 경제적 가치를 창출할 수 있는 지역축제의 활성화에 힘을 쏟게 된다. 실제로 지역축제의 숫자는 1950년대 8개에서 1970년대 83개까지 늘었고, 1990년대 지방자치제 실시 이후 2000년대에는 314개로 급증하였으며, 2008년 926개로 정점을 찍었지만 이후 여러 문제들이 겹치면서 2014년 555개로 줄어들었다.³²⁾ 그 중에서 제대로 자리를 잡고 본격적인 수익을 창출하는 축제는 얼마 되지 않으며, 앞으로 지역축제의 질적 성장과 경제적 가치의 안정적 창출을 위한 노력이 많이 필요한 상황이다. 이러한 상황에서 독일의 옥토버페스트는 한국의 지역축제가 무엇에 집중하고, 어떤 관점으로 지역축제를 바라보아야하며, 지역단체와 업체가 어떻게 상호 협조해야할 지에 대한 하나의 모델을 제시하고 있다고 하겠다.

32) 김미현 외, 「한국 지역축제에 관한 연구경향 분석: 2002년-2014년 사회과학분야 논문을 중심으로」, 『지방행정연구』 29(2), 한국지방행정연구원, 2015, 267-296쪽, 269쪽 참조.

▣ 참고문헌

- 강건희 외, 「지역 경제 활성화를 위한 전통주 ‘막걸리 축제’ 발전 방안 연구」, 『문화산업연구』 11(2), 한국문화산업학회, 2011, 201-217쪽.
- 김미현 외, 「한국 지역축제에 관한 연구경향 분석: 2002년-2014년 사회과학분야 논문을 중심으로」, 『지방행정연구』 29(2), 한국지방행정연구원, 2015, 267-296쪽.
- 무라카미 미쓰루, 이현정 옮김, 『맥주, 문화를 품다』, RHK, 2012.
- 박숙진 외, 「문화관광개발을 위한 독일의 이벤트 경영전략에 관한 연구 - 뮌헨 October-Fest의 사례를 중심으로」, 『관광정책학연구』 7(2), 한국관광정책학회, 2001, 21-47쪽.
- 사지원, 「지역축제의 세계화: 뮌헨의 옥토버 페스트」, 『카프카연구』 12, 한국카프카학회, 2005, 91-110쪽.
- 임종대 외, 『독일이야기 I』, 거름, 2000
- 헤로도토스, 박성식 옮김, 『이집트 기행』, 출판시대, 1998.
- <http://gutenberg.spiegel.de/buch/die-germania-137/23>.
- https://de.wikipedia.org/wiki/Oktoberfest#Umsatz_eines_Festzeltes.

〈Abstract〉

Deutsches Bier und Oktoberfest

Nam, Jeong Ae

Im Mittelalter, als es nur wenige Bildungseinrichtungen gab, war das Kloster auch eine Bildungsanlage für die Elite. Indem diese Elite das Brauwesen erforschten, trugen die Kloster dazu bei, die Entwicklung des Bieres voranzutreiben. Im Jahre 1516 wurde auf dem Landständetag in Bayern eine neue Landesordnung erlassen, die das Fundament für das bekannte Reinheitsgebot bildete. Dem Reinheitsgebot nach wurde festgelegt, dass Bier nur aus Hopfen, Malz, Hefe und Wasser hergestellt werden darf. Demzufolge mussten die Braumeister sehr viel Arbeit investieren, um mit nur vier Inhaltsstoffen die beste Qualität für das Bier erreichen zu können. Dies ist die Basis für die heutige weltweite Anerkennung des deutschen Bieres.

Das erste Oktoberfest wurde im Jahre 1810 anlässlich der Hochzeit von König Ludwig I eröffnet, und zwar damals in der Form eines Pferderennens. Jahr für Jahr erlebte das Oktoberfest Veränderungen und hat sich heute als das weltweit größte Bierfest etabliert, das jedes Jahr über 6 Millionen Gäste besuchen. Als Faktoren für den solchen Erfolg des Festes sind die Berühmtheit deutschen Bieres

an sich, die Infrastruktur des Festes, die effiziente Verwaltung etc. zu nennen.

Key Words: deutsches Bier, Klosterbrauerei, Reinheitsgebot, Oktoberfest

이 논문은 2018년 10월 31일 접수되어 11월 30일 심사를 완료하고
12월 10일에 게재 확정되었습니다.

