

“운전이 보람이 되는 고성능”: 제네시스 최고 크리에이티브 책임자가 말하는 마그마의 럭셔리 고성능 철학

제네시스의 고성능 프로그램 ‘마그마’에 대해 이야기하는 루크 동커볼케 최고 크리에이티브 책임자(CCO.사장)의 눈빛에는 열정이 넘친다. 마그마는 서브브랜드가 아니라, 제네시스가 추구하는 고성능 럭셔리의 새로운 방향성을 담은 철학이자 대담한 비전이다.

제네시스가 마그마 프로그램의 첫 양산 모델인 GV60 마그마 출시를 앞둔 가운데 동커볼케 사장은 개발 과정에 깃든 혁신과 전통, 그리고 진화하는 럭셔리 자동차 브랜드의 새로운 정의에 대해 이야기했다.





마그마 프로그램의 탄생

제네시스에게 마그마 프로그램은 수년에 걸친 세심한 고민과 노력의 산물이다.

동커볼케 사장은 기존 제네시스 라인업 내에서 감성적 연결을 더한 새로운 차원을 탐구하려는 열망이 마그마의 시작이었다고 전한다. 즉, 마그마는 ‘또 다른 자아(alter ego)’를 구현하는, 보다 감성적인 모델 개발의 가능성을 탐구하는 과정에서 출발했다.

이러한 도전은 2023 년 뉴욕에서 공개된 GV80 쿠페 콘셉트를 통해 구체화됐는데, 이는 당시 전통적인 럭셔리의 경계를 확장한 시도로 평가됐다.

마그마 프로그램은 두바이에서 공개된 G80 기반의 현지 전용 모델 등 다양한 프로젝트로 이어졌고, 마그마 공식 출범에 가장 적합한 모델로 결국 GV60 가 선정됐다.

동커볼케 사장은 *"GV60는 제네시스 라인업 중 가장 젊고 다이내믹한 모델로 많은 에너지를 품고 있다. GV60 를 마그마 프로그램의 출발점으로 삼은 다음 다양한 차량 유형으로 마그마 라인업을 확장한다는 전략이 당시로서는 가장 합리적인 판단이었다"*고 말한다.

단순히 편의성의 문제가 아니라 브랜드 철학과 프로세스를 공고히 하기 위한 전략적 판단이었다는 설명이다.

동커볼케 사장은 *"제네시스 모델 중 최고의 정수를 담은 마그마는 제네시스의 슈퍼 히어로와도 같은 존재이자 기존 모델의 가치와 특성, 마그마만의 독보적 개성을 결합한 하나의 융합체와도 같다"*고 표현한다.



고성능 럭셔리의 새로운 정의

고성능 모델 대부분이 공격적이고 파워풀한 퍼포먼스에 초점을 맞추는 반면, 마그마는 '균형'을 중심에 두고 고성능 럭셔리에 대한 새로운 접근 방식을 제시한다. 마그마는 운전자의 주행 기술을 시험하기보다, 운전 실력을 자연스럽게 보완하고 자신감을 불어넣는 고성능 주행 경험을 선사하는 데 특화돼 있다. 동커볼케 사장은 이를 ‘운전이 보람과 즐거움이 되는 고성능(rewarding, not challenging)’을 구현한 것이라고 설명했다.

“마그마의 운전대를 잡는 순간, 고속 주행이나 코너링 같은 민첩한 운전이 필요한 상황에서 자신의 숨은 운전 실력이 발휘되는 모습에 놀라게 될 것”이라는 동커볼케 사장은 “아드레날린이 넘치는 극한의 순간에도 마그마는 고성능 주행의 장벽을 허물며 운전자의 자신감과 성취감을 극대화하도록 설계됐다”고 강조한다.

이 철학은 제네시스 고유의 디자인 언어인 ‘역동적인 우아함(Athletic Elegance)’에 부합하는 마그마의 디자인 DNA 에서도 명확히 드러난다. 즉, 마그마의 디자인은 단순히 기능을 따르는 데 그치지 않고, 형태와 기능의 조화를 통해 완성된다.

동커볼케 사장은 *“디자인이 차량의 외형을 압도하지 않으면서 항상 균형을 유지하는 것이 핵심”*이라고 전한다.

마그마의 상징적 디자인 요소 가운데 하나는 시그니처 색상인 오렌지 컬러가 적용된 외장이다. 한국의 화산 지형과 그 아래 흐르는 대지의 힘에서 영감을 받은, 불처럼 강력한 이 색상은 마그마의 외향적 에너지와 정체성을 표현한다.

10 년에 걸친 도전의 결실



지난 10 년간 글로벌 럭셔리 브랜드로서 입지를 다진 제네시스에게 마그마의 등장은 당연한 수순으로 보일 수 있으나, 동커볼케 사장은 마그마의 도입이 창립 10 주년과 맞물린, 신중하게 계획된 결과물임을 강조한다.

*“우리는 다른 브랜드들이 100 년에 걸쳐 쌓아온 역사를 10 년 안에 만들어내고 있다”*고 그는 말한다.

그는 고성능 마그마 모델의 출시를 앞당겼다면 시기상조였을 것이라면서 신중한 접근이 필요했다고 설명한다.

외향적이며 공격적인 정체성을 강조하는 고성능 퍼포먼스 브랜드들과 달리, 제네시스는 고유의 철학을 기반으로 차별화된 접근법을 택해 마그마를 통해 고성능 럭셔리를 보다 정제되고 세련된 방식으로 정의한다.

동커볼케 사장은 *“마그마는 제네시스 브랜드의 자연스러운 진화 과정 중 하나로, 럭셔리의 본질을 유지하면서도 브랜드에 본능적인 스릴과 감각적인 몰입감을 더한다”*고 부연한다.

퍼포먼스의 한계를 깨우는 시험대

마그마 양산 차량의 개발과 모터스포츠 즉 제네시스 마그마 레이싱(Genesis Magma Racing)의 연계는 단순한 마케팅 효과를 넘어 양측이 상호 발전하는 전략적 공생 관계를 형성한다.

동커볼케 사장은 *“마그마와 제네시스 마그마 레이싱의 DNA 는 서로 자극을 주고받으며, 마그마 개발 과정 역시 제네시스의 DNA 를 더욱 정교하게 다듬고 발전시키는 데 기여한다”*면서 *“고성능 모델 개발을 통해 얻은 경험은 모든*



제네시스 차량을 한 단계 발전시키는 원동력이 된다”고 말한다.

레이싱 환경은 양산차 기술을 혁신적으로 발전시키는 데 가장 적합한 토대다. 모터스포츠는 자동차 산업에서 가장 혹독한 테스트 환경으로, 극한의 주행 속에 공기역학, 온도 제어, 24 시간을 견딜 수 있는 내구성 등 모든 기술력이 총동원되는 검증의 장이다. 제네시스는 이처럼 모터스포츠를 통해 검증된 첨단 기술을 양산 모델에 반영하면서 성능 개선과 기술 혁신을 이어가고 있다.

이러한 이유로 제네시스는 브랜드의 기술 혁신의 미래를 열기 위해 내구 레이싱 분야에 조기 진출했고, 제네시스 마그마 레이싱을 브랜드의 전략적 투자이자 기술 발전의 전초기지로 삼았다.

*“하이퍼스피드(Hyperspeed) 정신을 갖추기 위해 모터스포츠 진출을 결정했다”*는 동커볼게 사장은 *“작년 9 월 프로그램 발표 후 정확히 12 개월이 지난 지금, 우리는 벌써 하이퍼카와 레이싱 팀을 모두 갖췄다”*고 힘주어 말한다. 한국의 독특한 ‘빨리빨리’ 문화가 제네시스의 실행력에 영향을 준 만큼, 그는 레이싱 프로그램의 빠른 진전에 대해 농담조로 *“하이퍼-빨리빨리”* 라고 언급한다.

GMR-001 하이퍼카 프로그램을 통해 탄생한 기술적 혁신은 이미 마그마 양산 차량 개발에 중요한 역할을 하고 있다. 내구 레이싱 프로그램 참가로 제네시스 모델에 특화된 첨단기술 개발이 가속화됐고, 이러한 기술들은 앞으로 마그마 라인업 전반에 걸쳐 민첩성과 성능을 대폭 향상시킬 것으로 기대된다.

이처럼 제네시스는 혁신적인 기술을 개발하고 검증하는 플랫폼으로 모터스포츠를 활용하고 있다. 새로운 추진 시스템과 고성능 기술을 극한의



환경에서 테스트하고, 이를 양산 차량에 적용하기 위한 개발 체계로 레이싱 대회를 활용하는 것이다. 이와 같은 기술 개발 체계는 제네시스가 글로벌 시장에서 경쟁력을 유지하고 브랜드 입지를 강화하는 데 중요한 기반이 되고 있다.

마그마의 한국적 정체성

마그마는 제네시스가 글로벌 고성능 시장에 본격적으로 진출하는 것을 뜻하지만, 그 DNA는 여전히 한국 문화에 깊이 뿌리 박혀 있다. 동커볼케 사장은 이러한 문화적 영향이 브랜드를 정의하는 중요한 특징 가운데 하나라고 말한다.

그는 *“한국에서는 고객 관리와 만족이 문화의 DNA에 깃들여 있다”*고 설명한다.

고객 경험 중심의 가치는 극단적 퍼포먼스보다 균형과 세련미를 우선시하는 마그마의 철학에도 고스란히 반영돼 있다.

동커볼케 사장은 이것이 *“마그마가 마니아층에 특화된 서브브랜드가 아니라, 제네시스의 최고 중의 최고인 이유”*라며 *“마그마는 차량의 균형을 지키면서 특정 요소를 정교하게 조율하고 강화해 ‘우아함 속 강인함’을 갖춘 모델”*이라고 표현한다.

제네시스 라인업의 최상위 트림으로 자리 잡은 마그마는 기성의 트랙 중심 고성능 서브브랜드와는 달리 편안함, 정밀함 및 운전의 즐거움을 핵심으로 설계됐다. 일상에서 부담 없이 즐길 수 있는 다재다능한 스포츠카로서, 마그마는 섬세함과 우아함, 그리고 감성적인 디자인을 다이내믹한 주행 성능과 결합해, 고성능 럭셔리의 새로운 기준을 제시한다.



미래를 향한 여정

라인업을 지속적으로 확장하는 제네시스에서 마그마는 단연 중추적 역할을 할 것으로 기대된다. 동커볼케 사장은 마그마가 제네시스의 큰 그림을 완성하는 핵심으로서 전체 라인업의 부족한 부분을 보완하고 전반적인 수준을 한층 끌어올릴 것이라고 설명한다.

그는 “마그마는 고객들이 진정으로 원하는 개성과 감성적 공감이 담긴 주행 경험을 선사하는 동시에, 제네시스 전반의 품질을 높이고 브랜드의 미래 비전을 실현하는 중요한 기반”이라고 강조한다.

다른 브랜드들이라면 수십 년에 걸쳐 달성할 만한 성과를 제네시스는 불과 10 년 만에 이루었다. 마그마를 통해, 제네시스는 단순히 고성능 럭셔리를 재정의하는 데 그치지 않고 글로벌 혁신 기업으로서 입지를 확고히 다지고 있다.

향후 제네시스의 미래에 대해 동커볼케 사장은 “선봉에 마그마를 세운 제네시스의 미래는 무궁무진한 가능성으로 가득하다”고 자신감을 나타냈다. [끝]