

VIÐ ERUM EINS ÁRS



HIPP HIPP HÚRRÁ!

Í dag, 19. ágúst, er Hlemmur mathöll eins árs. Hlemmur mathöll sótti innblástur í evrópskar mathallir sem hafa notið vaxandi vinsælda. Nú lítur út fyrir að mun meira muni sjást til staða eins og Hlemms mathallar og Granda mathallar á næstu misserum. Áhuginn er mikill bæði hjá veitingamönnum og neytendum. Áður en aldan skellur á er ágætt að rifja upp hvað mathallir standa fyrir og hvernig þessi þróun gæti átt sér stað hérlendis á næstu árum.

Um gjörvallan hinn Vestræna heim eiga sér nú stað ýmiskonar breytingar er snerta það hvernig fólk kaupir, eldar og borðar mat, hugsar um mat og notar mat sem uppsprettu sjálfsmyndar. Og matur og vangaveltur um mat virðast nú taka meira pláss í almenningsýminu en oftast áður. Matur og framleiðsla er einfaldlega í tísku og tímarit, blöð og bækur um mat hafa líklega aldrei verið vinsælli. Í þessu umhverfi verður vélvædd matvælaframleiðsla og veitingastaðakeðjru ekki jafn vinsælar og áður. Með iðnvæðingu tókst að stórlækka kostnað og brauðfæða ört stækkandi heim. Með keðjunum tókst einnig að lækka verð á skyndibita. En í hamagangnum glataðist líka hluti af hefðinni, hollustunni, góða bragðinu, flókna bragðinu og tengingunni við náttúruna og fæðuöflunina. Sífelld fleiri vilja nú endurheimta þessi einkenni matarins.

Eitt einkenni þessara breytinga mætti kalla hinu nýju matarhugsun en hana má skýrt greina í tilkomu hugtaka á borð við staðbundin matvæli (e. locally sourced), lífræn ræktun og lífræn matvæliu (e. organic), árstíðabundin framleiðsla (e. seasonal), sanngjarnir viðskiptahættir (e. fair trade),

"slow food", beint frá býli og fleira í þessum dúr. Hér mætti einnig bæta við vaxandi áhuga fyrir götubita (e. street food) sem hér verður fjallað nánar um. Götubitastaðir eiga sér langa sögu í alþjóðlegri matarmenningu. Fyrstu götubitastaðirnir, sem sögur fara af, buðu forngríkkjum upp á steiktan fisk og þeir voru lengi vinsælir á meðal fátækra fjölskyldna sem ekki áttu eldunartæki. Þetta hefur breyst í tímans rás en nú eru slíkir staðir vinsælir um allan heim. Einkenni götubitastaða nútímans eru þau að þeir bjóða ýmsa smárétti á viðráðanlegu verði og eru oft í eigu fjölskyldna eða einstaklinga sem sjálf vinna við matargerðina. Auknar vinsældir götubitastaða víða um heim eiga sér klára skírskotun til þeirrar hugarfarsbreytingar sem nefnd var hér að framan. Fólk vill í auknum mæli vita hvaðan maturinn þeirra kemur, hvernig hann er unninn og jafnvel sjá hvernig það er gert. Hin nýja matarhugsun snýst því oftast enn ekki um að leita aftur til upprunans. Kosturinn við götubitastaðina er einnig sá að þannig gefst veitingamönnum kostur að opna nýja veitingabása talsvert lægra stofnframlag heldur en þekkist í hefðbundnum veitingarekstri. Ástæðan fyrir því er fyrst og fremst samrekstur á öllum sameiginlegum rýmum og ýmis hagræðing sem verður til við samvinnu af þessu tagi. Hér má einnig sjá samsvörun í vaxandi áhuga fyrir sameiginlegum vinnurýmum sem hafa skotið upp kollinum víða um heim og eru jafnframt að festa sig í sessi hérlendis. Í raun erum svipaða hugmyndafræði að ræða í rekstri Húss sjávarklasans og mathallanna; umtalsverð samlegðaráhrif eiga sér stað um leið og rýmið býður upp á meiri tengsl og stærra samfélag lítilla fyrirtækja (e. the sharing community).

VIÐ ERUM EINS ÁRS



HIPP HIPP HÚRRA!

Sjávarklasinn vill hvetja til þess að opnaðir verði fleiri götubitastaðir á Íslandi. Hér er þó mikilvægt að staðir sem þessir reyni sem mest að vera trúir grundvallarhugmyndum götubitameningarinnar. Í því felst að bróðurpartur staðanna sé í eigu einstaklinga sem sjálfir vinna við staðina, staðbundin hráefni séu nýtt, vörur komi beint frá býli eða vinnslu og gætt sé að umhverfisþáttum. Þá er mikilvægt að götubitastaðir leggi áherslu á fjölbreytni og ekki síður að efla íslenska götubitameningu.

Dönsku mathallirnar Torvehallerne og Copenhagen Street Food hafa verið partur af fyrirmyndum íslensku mathallanna. Þá hefur Sjávarklasinn notið ráðgjafar frá stofnendum Torvehallerne. Í upphafi Torvehallerne kom í ljós að erfitt var að finna einstaklinga sem voru hvort í senn bændur og kaupmenn (e. Growers and sellers). Frá því Torvehallerne voru stofnuð hefur verið lagt kapp á að efla samskipti við bændur, garðyrkjufólk ofl. Og efla sölukunnáttu þeirra. Þetta hefur gefist afar vel.

Þessa leið þarf að fara héraendis til að efla minni kaupmenn í mathöllum. Slíka vinnu þarf að fara í á næstu misserum. Áhugavert væri ef verkefnið Matarauður Íslands mundi huga að því en Sjávarklasinn er reiðubúinn til samstarfs um slíkt.

Fjölbreytni götubitastaða í heiminum er gríðarleg. Héraendis hefur bróðurpartur götubita verði vagnar sem bjóða fyrst og fremst pylsur og hamborgara. Ef fleiri götubitastaðir þróast héraendis, bæði stakir og í mathöllum, er mikilvægt að efla fjölbreytni í íslenskir götubitameningu og næstu götubitastaðir geta beinlínis hvatt til þess. Tækifæri kunna að vera í því að efla samstarf götubitastaða með það að markmiði að efla áhuga á íslenskum götubita, hafa í heiðri merka sögu götubitans og að gestir götubitastaða geti gengið að vissum hlutum vísam.

HLEMMUR
MATHÖLL