



Presse-Information

Arques, 24. März 2021

„So Urban“: elegant, praktisch, nachhaltig

Mehrwegfähig, mit Deckel, schickes Design, trotzdem robust, leicht und stapelbar – Attribute der neuen Schalen-Kollektion des französischen Glasherstellers Arc. „So Urban“ ist ideal für den Einsatz in der Gastronomie und ganz im Sinne des novellierten Verpackungsgesetzes.



Nachhaltig und vielseitig einsetzbar: „So Urban“ von Arc.

Fotos: Arc France

Arques (hds).- Ende Januar 2021 verabschiedete das Bundeskabinett den Entwurf zur Änderung des Verpackungsgesetzes. Ein Punkt darin: Restaurants, Bistros und Cafés ab einer gewissen Verkaufsfläche und Mitarbeiterzahl müssen künftig für ihre To-go-Produkte auch Mehrwegbehälter anbieten. Denn: Der Plastikmüll nimmt drastisch zu. Weltweit sind es mittlerweile rund 450 Millionen Tonnen pro Jahr! Der Boom von Abhol- und Lieferdiensten in Zeiten des Lockdowns verschärfte die Situation zusätzlich.

Parallel wächst unter Verbrauchern die Bereitschaft für Alternativen. Laut einer aktuellen Umfrage des WWF und des Deutschen Verpackungsinstituts wünschen sich

drei Viertel der Befragten nachhaltige Verpackungen bei Take-away- und Lieferdiensten. 24 Prozent bevorzugen dabei Pfandbehälter. Dieser Trend zur Nachhaltigkeit inspirierte den französischen Glashersteller Arc, Fördermitglied der FBMA –Food & Beverage Management Association e. V., zu seiner neuen Kollektion „So Urban“. Sie ist Teil der Marke Arcoroc, unter der das Unternehmen seit über 40 Jahren Produkte aus äußerst widerstandsfähigem, gehärtetem Glas für den professionellen Food-Bereich anbietet. Bei der Härtung werden die Produkte auf sehr hohe Temperaturen erhitzt und anschließend abrupt abgekühlt. Dadurch ist das Material besonders bruchfest und widerstandsfähig gegen Temperaturunterschiede bis 130 Grad Celsius. Für dieses Konzept einer langlebigen Verpackung wurde „So Urban“ mit dem Award „Der Goldene Snack 2021“ des französischen Fachmagazins „Snacking“ in der Kategorie „Material und Ausrüstung“ ausgezeichnet.

Für ein komplettes Menü

Generell bietet Glas als Verpackung von Lebensmitteln viele Vorteile: Es ist hygienisch, geruchsneutral hält sowohl Kälte als auch Wärme stand und nimmt weder Geruch noch Geschmack von Lebensmitteln an. Das gilt auch für die neue Linie „So Urban“. Sie besteht aus vier runden Schalen mit einem Fassungsvermögen von 0,25 bis 0,80 Litern, inklusive auslaufsicherem Deckel. Die verschiedenen Größen decken eine komplette Menüfolge ab: von der Vorspeise oder Suppe über den Hauptgang bis hin zum Dessert. Die nachhaltigen Glasbehälter kommen den hohen Ansprüchen der Profis entgegen, egal, ob in Restaurant-Ketten, in der System-Gastronomie, im Take-away-Verkauf, in Food Trucks, bei Lieferdiensten oder in Kantinen. Das puristische Design und die Transparenz ermöglichen eine ansprechende Präsentation der Speisen am Point of Sale. Besonders innovativ: „So Urban“ folgt dem Prinzip der Kreislaufwirtschaft und ist pfandgeeignet sowie personalisierbar – zum Beispiel durch die Anbringung eines Logos. Ein QR-Code, dauerhaft auf Schale oder Deckel angebracht, ermöglicht die Integration in ein Pfandsystem. Auch dank attraktiver Preisgestaltung ist „So Urban“ eine echte Alternative zu Einweg-Produkten sowie herkömmlichen Mehrwegbehältern.

Hygienisch und widerstandsfähig

Das funktionelle Konzept der Serie wird ergänzt durch besondere Widerstandsfähigkeit, Kompatibilität und Stapelbarkeit. Praktisch: Ein Deckel passt jeweils auf zwei Größen. Dies erhöht die Geschwindigkeit bei der Ausgabe der Schalen und reduziert den benötigten Stauraum. Er verschließt die Schalen absolut

dicht, Schutz und Haltbarkeit der darin verpackten Lebensmittel sind gewährleistet. Die spezielle Form sorgt für ein sicheres Stapeln – sowohl der Schalen ohne Deckel ineinander, als auch mit geschlossenem Deckel übereinander. Dies erhöht die Resistenz bei Schwankungen und Stößen, zum Beispiel bei der Auslieferung in Transportboxen. Deren Standard-Formate wurden bei der Entwicklung der Schalen entsprechend berücksichtigt. Generell beim Handling von Vorteil: das geringe Gewicht. Die Produkte von „So Urban“ wiegen 30 Prozent weniger als vergleichbare Glasschalen des jeweiligen Fassungsvermögens. Diese Gewichtsreduktion schlägt sich in niedrigeren CO₂-Emissionen auf allen Transportwegen nieder – ganz im Sinne der ökologischen Ausrichtung von Arc. Darüber hinaus kann Glas unendlich oft recycelt werden, ohne seine positiven Eigenschaften zu verlieren.

Aufgrund der besonderen Stabilität sind die Behälter prädestiniert für den Einsatz in Großküchen, Schale und Deckel sind nicht verformbar. Sie können daher bedenkenlos auch in Mikrowellenherden verwendet und in gewerblichen Spülmaschinen bei bis zu 80 Grad Celsius gereinigt werden: Wie für alle anderen Profiprodukte garantiert Arc mindestens 2.000 gewerbliche Spülvorgänge.

Pilotprojekt in Paris

Seit November 2020 testet die Elio Group „So Urban“ an insgesamt vier seiner 2.300 Standorte, darunter auch eine Kantine im Zentrum von Paris. Das Unternehmen ist weltweit einer der führenden Anbieter von Catering- und Support-Dienstleistungen und als Contract Caterer unter den Top 5 seiner Branche. Der Grund für das Pilotprojekt: In Frankreich sind seit Januar 2021 nicht recycelbare Einwegbehälter verboten. Elio Group forciert bei der Verpflegung von täglich rund fünf Millionen Menschen bereits seit geraumer Zeit eine „Null Abfall“-Politik.

Zeichen: 5.349 (inklusive Leerzeichen, Headlines und BU)

Stimmen zu „So Urban“:

Oliver Fudickar, Präsident FBMA – Food & Beverage Management Association e. V., Wiesbaden:

„Wir als FBMA e. V. begrüßen, dass zukünftig ein stärkerer Fokus auf Mehrweg-Artikel gesetzlich vorgeschrieben sein wird. Es muss unser aller gemeinsames Ziel sein, sich verstärkt zu den Klimazielen zu bekennen und aktiv an deren Erreichung mitzuwirken – nicht zuletzt aus Verantwortung für folgende Generationen. Auch Corona hat das Thema Take-away und Delivery nochmals fester in unseren Alltag integriert. Gerade

in diesen Umsatzfeldern müssen wir als Branche Vorreiter in Sachen nachhaltiger Verpackung sein. Fakt ist: Es wird von allen handelnden Personen – somit auch von den Kunden – eine größere Veränderungsbereitschaft abverlangt. Das impliziert auch eine gewisse Kostensteigerung, die wir weitergeben müssen.“

Zeichen: 720

Günther Stopka, Geschäftsführer Top Table GmbH, Berlin:

„Nicht nur die Top Table GmbH selbst, sondern vor allem der überwiegende Teil unserer Kunden legt größten Wert auf Nachhaltigkeit. So gewinnt dieses Thema nicht allein im Kontext der Novellierung des Verpackungsgesetzes für das Außer-Haus-Geschäft besondere Bedeutung. Viel mehr aus der Selbstverständlichkeit zum schonenden Umgang mit Ressourcen fordern unsere Kunden uns vermehrt aktiv dazu auf, Kunststoffverpackungen abzuschaffen und alternative Produkte anzubieten. Mit der Serie „So Urban“ liefert Arc eine umfassende Lösung, die nicht nur preisgünstig ist, sondern auch im Pfandsystem genutzt werden kann. Wir begrüßen es sehr, dass ein weltweit führender Glasproduzent zeigt, wie wichtig der Umweltgedanke ist. Lösungsorientiert und ganz im Sinne von Verbrauchern und Außer-Haus-Anbietern wurde hier ein Angebot entwickelt und zeitnah produziert.“

Zeichen: 856

Sandra Roth, Marketing-Leiterin Markus Hans Group / Victor Meyer Hotelbedarf AG, Sempach Station (CH):

„Die Glas-Schüsseln mit dem BPA-freien PE-Deckel machen einen robusten und stabilen Eindruck, der sich bei unseren Tests auch bestätigt hat: Der Deckel sitzt sicher und ist auch bei flüssigem Inhalt dicht. Dabei ist der Behälter erstaunlich leicht und trotzdem stabil. Dass er durch den Einsatz von Glas statt Kunststoff nicht absolut bruchstabil ist, wird von den Vorteilen der Wiederverwendbarkeit und der Lebensmittelsicherheit jedoch klar übertroffen. Wir finden, dass das puristische Design den Wunsch vieler Kunden zur Einfachheit widerspiegelt.“

Zeichen: 552

Muster-Bestellungen von „So Urban“ unter dem Stichwort „TO GO“ bei frederik.brueetting@arc-intl.com.

Arc beschäftigt weltweit mehr als 9.000 Mitarbeiter, davon 4.500 in Frankreich. Der Hauptsitz liegt in Arques, in der französischen Region Pas-de-Calais. 2019 erzielte die Gruppe einen Bruttoumsatz von 811 Millionen Euro. Die Historie des Traditionsunternehmens reicht bis in das Jahr 1825 zurück. Mit seinem Know-how im Bereich Glaswaren entwickelte sich Arc zum weltweit größten Hohlglashersteller und vermarktet inzwischen sein komplettes Sortiment in über 160 Ländern.

Das Portfolio deckt sowohl die Märkte im Sektor Konsumgüter als auch Lebensmittel-Dienstleistungen ab. Es umfasst die Marken Luminarc®, Arcoroc®, Arcopal™, Cristal d'Arques®Paris, Eclat Cristal d'Arques®Paris, Chef&Sommelier®. Seit über 40 Jahren bietet die Gruppe auch professionellen Kunden – darunter Industriekonzerne, Großhändler, Hersteller von Halbzeugen und Fertigprodukten, Dienstleister – eine breite Palette maßgeschneiderter Lösungen für deren spezielle Bedürfnisse an.

Das Unternehmen ist mit Produktionsstätten, Vertriebsgesellschaften sowie Verbindungsbüros in zahlreichen Ländern rund um den Globus vertreten. Dazu zählen: Frankreich, USA, China, Vereinigte Arabische Emirate, Italien, Russland, Indien, Australien, Japan, Südafrika, Singapur und Südkorea.

Arc verfolgt eine Strategie der nachhaltigen Entwicklung, um wirtschaftliche Anforderungen, soziale Verantwortung, Umweltschutz und Ressourcen-Schonung miteinander in Einklang zu bringen. Entsprechend dieser Unternehmensphilosophie trat Arc 2003 dem United Nations Global Compact bei.

www.arc-intl.com

Zeichen im Kasten: 1.477

Pressekontakt:

hd...s agentur für presse- und öffentlichkeitsarbeit

Heike D. Schmitt, Stefan Krämer

Kaiser-Friedrich-Ring 23

65185 Wiesbaden

T. + 49 (0) 611 – 99 29 111 / 99 29 113

E-Mail: h.d.schmitt@hds-pr.com; s.kraemer@hds-pr.com

V. i. S. d. P.:

Arc France

Frederik Brütting

Key Account Manager HOTELS Germany | Austria | Switzerland

District Manager Food Service Deutschland MITTE

104 Avenue du Général de Gaulle

62510 ARQUES – France

T. +49 (0) 178 – 82 46 933

E-Mail: frederik.bruetting@arc-intl.com