

Die Überraschung stand direkt am Anfang. Von den 27 angefragten Anbietern reichten bis Redaktionsschluss nur acht Hersteller und Zusammenschlüsse Sortimentsübersichten ein. So standen bei der Auswertung die Produkte von Böcke, Braun, F.C. Nüdling, Hansebeton, Kann, Lithonplus, Marlux und Stein + Design im Mittelpunkt. Dazu kamen einzelne Produktmeldungen unterschiedlicher Hersteller, die unverlangt in der Redaktion eingegangen waren.

Als auffälligste Entwicklung im Sortiment lässt sich die Zunahme der Zahl von Produkten in Natursteinoptik oder Rustikalook herausfiltern. Dabei arbeiten die Hersteller weniger mit Edelsplittvorsatz als vielmehr mit unterschiedlichen Formen und Oberflächenstrukturen beziehungsweise gebrochenen Kanten. So hat zum Bei-

Pflaster und Beläge

# The Best of Betonstein

2003 hatten wir zum letzten Mal einen umfassenden Blick auf das Sortiment der Belagsmaterialien aus Beton geworfen. Dieses Jahr haben wir uns wieder die Prospekte der wichtigsten Anbieter in die Redaktion kommen lassen. Lesen Sie eine Zusammenfassung.

spiel die Arena-Familie mit „Collo“ und „XXL“ Zuwachs erhalten. „Courtstone“, „Elegance“ und „Frieda“ treiben das Spiel noch etwas weiter und kommen wie gebrauchte Natursteinpflaster daher. Auch die südlich anmutenden Platten-

beläge „Bradstone“, „Esplanade“ „Hacienda“ oder „Provence“ imitieren Sandstein-, Kalk- oder Schiefermaterialien. Ihre optische Qualität ist mittlerweile so gut, dass sie sich erst auf den zweiten Blick als Betonprodukte zu erkennen geben.

## Fase scheint out

Auffällig ist auch die Zunahme der ungefasten oder nur leicht angefasten Steine wie „Azuro“, „Belpasso“, „Calana“, „Carena“, „Il Campo“, „La Strada“, „Tacato“,



„Frieda“ von Eltersberg

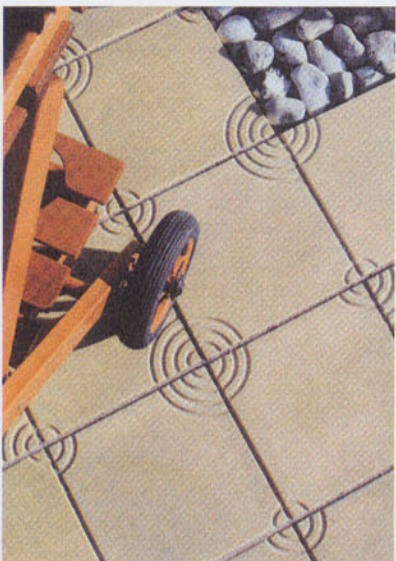


„Hacienda“, gesehen bei Braun und F.C. Nüdling

„Carena“ von Steinwerk



„Circulus“ von SF-Kooperation



„Klosterpflaster“, gesehen bei F.C. Nüdling



„Siento“ von Hansebeton

„Terra Toscana“, „Trento“ oder „Via Roma“. Die modernen Steine sind zum Teil durch integrierte Abstandshilfen geschützt. Auch können ihnen Gebrauchsspuren praktisch nichts anhaben. Zwei Gründe, weshalb sie ohne Fase auskommen. Das gilt in besonderem Maße für die gekollerten oder mit gebrochener Kante versehenen Steine wie „Antinea“, „Cahors“, „Germania antik“, „Grocca“, „Klosterpflaster“, „Rocca/Cassero“, „Santuro Landhauspflaster“, „Schlosshofpflaster“, „Tegula“, „Via Leggero“ und „Via Vecia“. Umso unverständlicher, dass einige Hersteller trotz rustikalem Outfit nicht auf die Fase verzichten wollen.

Überhaupt die Fase: Vergleicht man einen modernen Stein mit den Dauerbrennern „classico“ oder „Nostaliti“, wirken die gefasteten Veteranen alles andere als frisch. Dass solche Steine (wie auch „Canton“, „Heringer Sechseck“, „Tricolor-Platten“, „Polygonalplatten“) immer noch durchs Programm geistern, ist genauso verwunderlich wie geprägte Platten in Mosaikpflaster, Waschbeton- oder gar Klinkeroptik. Die Beispiele zeigen aber auch die Bandbreite, die die Hersteller inzwischen bedienen.

### Vielfalt bei Formaten und Oberflächen

Auch die Oberflächen haben sich gewandelt. Hochwertige Stei-



„Azuro“ von Braun



„Via Savino“ von Kann



„Umbriano“ von Stein + Design“

ne sind heute in der Regel gefräst oder kugelgestrahlt und haben damit den ungewollt rustikalen Charme aus der Anfangszeit des Betonsteins verloren. Weniger optisch als technisch wirksam sind Oberflächenbehandlungen auf Teflon- oder Kunstharzbasis, die den Stein vor Flecken schützen sollen.

Die Zunahme natürlicher Ausstrahlung wird neben der Oberfläche, Kantenbearbeitung und Form der Steine durch Verbände unterschiedlicher Formate erreicht. Viele Beläge entwickeln durch unterschiedliche Steinmaße Verbundwirkung. Große Flächen werden optisch aufgelockert. Neben „Arena“ (bis zu 12 Formate) stellen sich viele Rechtecksteine als Verbund vor, etwa „Heidelberger Kopfsteinpflaster“ (7 Formate), „Klosterpflaster“ (9), „Via Roma“ (6) und „Via Vecia“ (13).

Zunehmend wird der Betonstein auch mit Lichtquelle angeboten. „Estello“, „Illumina“ (Steinwerk) und „Luce e Luna“ (Stein + Design) sind drei Beispiele dafür.

Eines lässt sich ebenfalls bei der Prospektanalyse herauslesen: Es kommt nach wie vor darauf an, was man daraus macht. Das gilt sowohl für die Prospekte selber, als auch für die darin gezeigten Produkte. Jeder Stein wirkt in Abhängigkeit von Formaten, Farben, Oberflächenstrukturen, Verlegemustern und Fugenabständen ganz unterschiedlich. Auch die Einbindung in die Umgebung – in den Abbildungen oft alles andere als gut gelöst – sowie die absolute Größe der Pflasterfläche haben entscheidenden Einfluss auf die Ausstrahlung eines bestimmten Steins. Einer empfindlichen Seele kann da leicht schwindelig werden, angesichts gigantischer Pflasterflächen, mit riesigen, zum Teil farbigen Mustern, brutalen Anschlüssen und kahler Umgebung.

Allerdings hat sich da schon einiges getan. Zwar ist es für den Landschaftsgärtner immer noch nicht sinnvoll, mit einem Herstellerprospekt beim Kunden aufzulaufen, um damit Ge-

staltungsideen zu illustrieren. Viele Hersteller haben aber ausgerüstet und bemühen sich, den Zusammenhang von Belagsfläche und Umgebung herzustellen. In dem Maß, in dem der Betonstein-Ersatz zum Naturstein mutiert, bemühen sich auch die Anbieter, die Steine in hochwertiger Umgebung zu präsentieren. Dass das nicht immer gelingt, hängt auch damit zusammen, dass die Grafiker dabei auf gelungene Projekte und deren Dokumentation angewiesen sind.

Wer glaubt, beim Betonstein wären keine Neuerungen möglich, wird sich jede Saison wieder überraschen lassen können.

**Claudia von Freyberg** und **Tjards Wendebourg**  
Werkbilder

## ARENA® PFLASTER

**Die Natur schenkt das Design**  
Die Steine erinnern an von Hand gespaltene Wacken. Gartenwege, Höfe, Plätze und Garageneinfahrten mit ganz eigenem Charme. Hohe Regenwasser-Versickerung.

**gebührenfreie Info 08 00. 2 73 62 43**  
[www.arena-pflastersteine.de](http://www.arena-pflastersteine.de)

