

**Zeitschrift:** Hochparterre : Zeitschrift für Architektur und Design  
**Herausgeber:** Hochparterre  
**Band:** 17 (2004)  
**Heft:** 11

**Artikel:** Der Bauer schert sich nur ums Gras : Landmaschinen  
**Autor:** Wirth, Jürg  
**DOI:** <https://doi.org/10.5169/seals-122480>

#### **Nutzungsbedingungen**

Die ETH-Bibliothek ist die Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften auf E-Periodica. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Zeitschriften und ist nicht verantwortlich für deren Inhalte. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern beziehungsweise den externen Rechteinhabern. Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen sowie auf Social Media-Kanälen oder Webseiten ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. [Mehr erfahren](#)

#### **Conditions d'utilisation**

L'ETH Library est le fournisseur des revues numérisées. Elle ne détient aucun droit d'auteur sur les revues et n'est pas responsable de leur contenu. En règle générale, les droits sont détenus par les éditeurs ou les détenteurs de droits externes. La reproduction d'images dans des publications imprimées ou en ligne ainsi que sur des canaux de médias sociaux ou des sites web n'est autorisée qu'avec l'accord préalable des détenteurs des droits. [En savoir plus](#)

#### **Terms of use**

The ETH Library is the provider of the digitised journals. It does not own any copyrights to the journals and is not responsible for their content. The rights usually lie with the publishers or the external rights holders. Publishing images in print and online publications, as well as on social media channels or websites, is only permitted with the prior consent of the rights holders. [Find out more](#)

**Download PDF:** 12.01.2026

**ETH-Bibliothek Zürich, E-Periodica, <https://www.e-periodica.ch>**

# Der Bauer schert sich nur ums Gras

Text: Jürg Wirth

Fotos: Ralph Feiner

Landmaschinen sehen alle gleich aus: kompakt und funktional. Und alle haben sie rot eingefärbte Bleche. Nun versuchen Landmaschinenhersteller, ihre Neuentwicklungen über deren Design zu verkaufen. Ob das auch die Bauern schätzen, wird sich weisen.



1

• Bergbauern sind trendresistent und unempfänglich für optische Reize, ausser sie begutachten eine Kuh – oder einen neuen Mäher. Auf Letzteres hoffen jedenfalls die Hersteller von Landmaschinen. Sie wollen ihre Geräte nicht mehr nur über Motorenleistung und Zuverlässigkeit verkaufen, sondern auch dank deren Aussehen. Deshalb setzen sie auf Design. Aber ob das etwas nützt? Berechtigt ist diese Art der Verkaufsförderung in jedem Fall. Gemäss der Forschungsanstalt für Agrartechnik (FAT) kaufen die Bergbauern jährlich neue Maschinen im Wert von 163,5 Millionen Franken. Nicht die Menge macht den Umsatz. Bereits kleine Motormäher mit Mähbreiten von 1,5 bis zwei Meter kosten rund 5000 Franken. Für die grösseren und technisch hoch stehenden Modelle blättert man schnell 20000 Franken hin. Traktoren oder Transporter sind unter 100000 Franken kaum mehr zu haben.

Trotzdem, bisher war ein Ein-Achs-Mäher ein Ein-Achs-Mäher. Ob von Aebi, Rapid oder Reform, den wichtigsten Herstellern, Unterschiede waren kaum zu erkennen. Zwei Räder, dazwischen – möglichst nahe auf der Achse – der Motor und zwei Holme, um die Maschine zu bedienen. Die einzigen Gestaltungselemente waren die Bleche, welche Motor und Mähwerk abdeckten. Die bevorzugte Farbe war Rot. Kompakt waren die Maschinen und sie mussten sich am Steilhang ankrallen, durften weder abrutschen noch kippen. Wartungsarm sollten sie ebenfalls sein und einfach zu reparieren. Doch die Zeiten ändern sich und die Anforderungen auch. Heute muss der Mäher leicht zu steuern sein, einfach zu bedienen und sicher. Dass die Maschinen immer noch robust sein müssen, versteht sich von selbst. Stürze und Überschläge sollten sie genauso unbeschadet überstehen wie ab und zu einen Tritt des wütenden Bauern. Klar, dass sämtliche Maschinen heute diese Anforderungen erfüllen. Sie tun dies dank eines hydrostatischen Systems: Ein separater Ölkreislauf steuert Motor, Lenkhilfen und Mähwerk. Die Maschine lässt sich praktisch ohne Kraftaufwand bedienen. Die Reparatur ist etwas aufwändiger, die Ausfallrate sinkt dafür. Dieses System ist bei allen Herstellern Stand der Technik. Deshalb suchen sie neue Differenzierungsmerkmale und das ist die Formgebung.

## Ein Mäher wie ein Staubsauger

Am konsequentesten verfolgt die Firma Rapid diesen Ansatz. Vor rund fünf Jahren hat das Unternehmen aus Dietikon den Rapid (Mondo) auf den Markt gebracht. Der Mehrzweck-Einachser, der auch ein Mäher ist, unterscheidet sich deutlich von den anderen Modellen. Der Motor sitzt in einem rundlichen Metallgehäuse auf den Achsen, er ist also nicht bloss durch Bleche abgedeckt, wie sonst üblich. Die Steuerholme führen nicht einzeln zur Maschine, sondern wachsen gewissermassen aus einem geschwungenen Mittelstück. Das Gefährt ist grasgrün. Positiv betrachtet wirkt die Maschine dadurch schwungvoll und dynamisch. Böse ausgedrückt könnte man sagen, der Mäher erinnert an einen Staubsauger. Wie auch immer, der Rapid ist von weitem als solcher zu erkennen und spricht eine neue Formensprache. Genau das ist es, was Rolf Schaffner will. Design hat für den Geschäftsführer des Maschinenbauers einen hohen Stellenwert: «Unsere Maschinen heben sich klar von denjenigen der Konkurrenz ab und durch die sich wieder-

1 In Ardez stehen mindestens 6 Rapid.

2 Andri Cuoard, Lavin, hat eine Brielmayer.

3 Duri Padrun hat sich für Aebi entschieden.

4 Nuot-Curdin Bonifazi ist für Reform.



2



3



4

holende Formgebung erklären sie sich von selbst.» Bei immerhin 1300 Kunden jährlich ziehen diese Argumente. Und das sind nicht nur Bergbauern, ein wichtiges Kundensegment sind Gemeinden oder Stadtverwaltungen. Schaffner will durch klares Design auch Ordnung in die Maschinenfamilien bringen. Momentan fährt Rapid zwei Linien, eine «kleinere» mit Allzweckgerät und reinem Mäher und eine leistungsmässig betrachtet «grosse» Linie mit zwei Allzweckgeräten. Nebst der Ordnung und der Erkennbarkeit hat die klare Gliederung den Vorteil, dass oft dieselben Teile eingesetzt werden können. Was Kosten spart.

### Bulliges Kombigerät

Die Firma Aebi will ebenfalls übers Design emotionale Werte vermitteln. Entwicklungsleiter Kurt Bula weist stolz auf die neuen Hanggeräteträger hin: «Dank unserem Design wirken sie kraftvoll und sportlich.» Die neuste Mähergeneration hat der Maschinenhersteller zusammen mit dem Industrial Designer Michael Koch aus Biberist entwickelt, der einen Red Dot Award für den Aebi-Dreirad-Geräteträger (Terracut TC07) gewonnen hat. Das Kombigerät wirkt bullig und kraftvoll. Gestaltung und Formensprache sind erkennbar und setzen sich auch im sorgfältig gestalteten Katalog fort. Ganz radikal ist die neue Form bewusst nicht. Verkaufszahlen nennt Bula zwar keine, doch das neue Modell komme sehr gut an, versichert er.

Ganz anders schätzt Pius Kaufmann von der Geschäftsleitung bei Agromont den Markt und den Kaufentscheid ein. Agromont ist Generalvertreter in der Schweiz für den österreichischen Hersteller Reform. «Design ist bei Motormähern sekundär, viel wichtiger ist die Funktionalität.» Überflüssig zu erwähnen, dass den Reform-Maschinen auch nichts von einer Zusammenarbeit mit Designern anzumerken ist. Die sehen so aus, wie Mäher immer ausgesehen haben. So weit die Lage an der Marketing- und Verkaufsfront. Doch worauf schauen die Bauern nun wirklich?

### Erste Wahl

«Ich habe den Mäher getestet. Er ist der Beste und ich bin absolut zufrieden», sagt Andri Cuorad aus Lavin. Er hat sich nicht für ein Modell der beschriebenen Firmen entschieden, sondern eine Brielmayer gekauft. Diese ist kinderleicht zu steuern und zu bedienen. So einfach, dass bereits der Enkel damit mähen kann. Das Gerät ist reduziert, bedienen lässt es sich mit einem Griff statt mit zwei Holmen. Duri Padrun hat zusammen mit seinem Vater einen Aebi-Mäher gekauft, weil «dieser der Beste ist». Er hat die Maschine getestet und für gut befunden. «Ich habe einen Reform-Mäher, weil auch mein Muli von Reform ist.» Auf diesen Nenner bringt Nuot-Curdin Bonifazi seine Entscheidungsfindung. Fügt dann allerdings noch an, dass auch der sparsame Dieselmotor ein wichtiges Argument gewesen sei. Bonifazi steht somit für den Kaufentscheid Nummer eins: «Ist der Bauer zufrieden mit seiner Maschine, bleibt er der Marke ein Leben lang treu», weiss Kurt Bula von Aebi. Doch ab und zu erliegen selbst Bergbauern dem Lemming-Effekt. Im Unterengadiner Dorf Ardez stehen mindestens sechs Rapid-Mäher bei ebenso vielen Bauern im Einsatz. Denn wenn sich die Bauern dem Einfluss des Designs noch entziehen können, den Verlockungen in Nachbars Garten haben sie häufig nichts entgegenzusetzen. Es besteht also Hoffnung, dass sich auch noch die Wünsche der Landmaschinenhersteller erfüllen, und die Bauern den optischen Reizen der neuen Maschinen erliegen. •