

Leserbrief zum Interview mit Hermann Hess «Apfelkanton? Was für ein Fehler!» vom 20. September 2021. Autor: Ralph Gilg, Präsident Thurgauer Obstverband

Titel: Apfelkanton? Was für eine Chance!

Alt-Nationalrat Hermann Hess erhitzte mit seinem Rundumschlag gegen die Thurgauer Land- und Obstwirtschaft die Gemüter. Dies inmitten der Apfelernte, in welcher hunderte Bauernfamilien und Erntehelfer tagtäglich Höchstleistungen erbringen, um die optimal gereiften Früchte ihrer ganzjährigen Kulturpflege zu ernten.

Hermann Hess scheint in seiner Rage einige Fakten grosszügig ausgeblendet zu haben:

Als ehemaliger Wirtschaftsstudent sollte er sehr wohl wissen, dass der rein monetäre Output einer Branche noch lange nicht alleiniger Indikator für die Bedeutung eines Wirtschaftszweiges in einer Region darstellt. Vor- und nachgelagerte Betriebe profitieren direkt von (mit Direktzahlungen künstlich vergünstigten) regionalen Ur-Produkten und schaffen so wiederum wertvolle Arbeitsplätze. Die Land- und Ernährungswirtschaft als Gesamtbranche beschäftigt rund 9% der Bevölkerung und steht damit auf gleichem Niveau wie die Metall- und Maschinenbaubranche.

Natürlich kann unserer Branche angelastet werden, es würden zu viele Tiere gehalten und dadurch zu viel Dünger anfallen. Fakt ist aber auch, dass die Thurgauer Land- und Ernährungswirtschaft einen grossen Teil der Schweizer Bevölkerung mit hochwertigen Nahrungsmitteln zu ernähren vermag: Jeder dritte Apfel kommt aus dem Thurgau, bei diversen landwirtschaftlichen Produkten sind wir Marktleader. Dass unser Kanton bei den risikoreichen und personalintensiven Frischprodukten wie Obst, Beeren und Gemüse zu den Spitzenreitern gehört, spricht für den Unternehmergeist, den unsere Bauern an den Tag legen.

Auch wenn dies ein FDP-Politiker nie zugeben würde, ist die Land- und Obstwirtschaft Grundpfeiler für die hohe Lebensqualität im Kanton: Saftige Wiesen, weidende Kühe, blühende Hochstamm-Obstgärten und offene Weinkeller laden zum Naherholen und Geniessen ein. In den Hofläden und Einkaufsregalen der Detailhändler finden sich regionale Lebensmittel von höchster Qualität. Und obendrauf fixieren unsere Apfelbäume CO₂ aus der Atmosphäre und liefern Sauerstoff (auch für die rauchenden Köpfe von vielbeschäftigten Immobilien-Investoren...).

Was auch klar ist: Der Apfel ist und bleibt ein Identifikationsobjekt für jeden Thurgauer, denn er verfügt über viele trendige Attribute: Er ist knackig und wohlgeformt, hält jung und sexy, verfügt über kontinuierliches Wachstum und steht ständig im Scheinwerferlicht.

Herr Hess liegt also falsch: Der Apfel symbolisiert alles andere als eine Untertanenexistenz, sondern ist Ausdruck von Freshness, Unternehmergeist und Vitalität. Wäre das anders, würden wohl kaum namhafte Unternehmer aus der ganzen Ostschweiz unsere Apfelkönigin als Werbeträgerin in ihr Marketing integrieren. Kein Zufall ist es auch, dass das billionenschwere IT-Unternehmen Apple auf den Apfel als Unternehmenslogo und -namen setzt: Der Apfel ist und bleibt ein idealer Werbeträger für den Thurgau und es gibt keinen Grund, an dessen Wirksamkeit zu zweifeln!

Sollte Alt-NR Hess also auf der Suche nach einem visionären Grossprojekte sein, stellt unsere Branche gerne den Apfel als Werbelogo zur Verfügung, um den Apple-Konzern dahin zu lotsen, wohin er eigentlich gehört: In den innovativen Apfelkanton Thurgau. Aber fehlt unseren Wirtschaftsvertretern für einen solchen Schritt das Selbstvertrauen?