

2. Antrag gemäss § 52 der Geschäftsordnung des Grossen Rates von Martina Pfiffner Müller, Kristiane Vietze, Sandra Stadler, Iwan Wüst, Stephan Tobler, Ueli Fisch, Marina Bruggmann, Erika Hanhart, Bernhard Braun, Christian Stricker vom 21. Juni 2023 "Hinter Winterthur..." (20/AN 9/523)

Beantwortung

Präsident: Die Antwort des Regierungsrates vom 7. Mai 2024 liegt schon eine Weile schriftlich vor. Diese Beantwortung wurde am 24. September 2024 durch den Schlussbericht betreffend Weiterentwicklung der Marke Thurgau und Weiterentwicklung des CI/CD der Kantonalen Verwaltung Thurgau ergänzt. Das Wort haben jetzt zuerst die Antragstellerinnen und Antragsteller, vertreten durch Kantonsrätin Martina Pfiffner Müller.

Diskussion

Martina Pfiffner Müller, FDP: Schön, dürfen wir heute noch aus einer anderen Perspektive auf unseren schönen Kanton schauen. In den Vorbereitungen zur heutigen Debatte meinte ein Ratskollege zutreffend, dass er das kleine Appenzell Innerrhoden spontan als störrisch, stolz, innovativ, anziehend, voller Hidden Champions und Geheimnissen beschreiben würde. Im Thurgau hören wir oft die Beschreibung "erholsam", "heimisch", "idyllisch", "bodenständig" und "bescheiden". Obwohl wir fast alle Zutaten hätten, stellen wir uns und unseren Kanton nicht selten unter den Scheffel und positionieren uns im Schatten selbstbewusster Kantone. Der Kanton St. Gallen darf sich jetzt selber einordnen. Was ich Ihnen mit diesem Votum mitteile, mache ich im Namen aller Vorstösserinnen und Vorstösser. Es sind Vertreterinnen und Vertreter aller Fraktionen des Grossen Rates. Wir haben mit dem Antrag "Hinter Winterthur..." ein Anliegen platziert, das wir parteiübergreifend lanciert haben und nach wie vor für gut befinden. Wir waren daher auch etwas überrascht von der ungewohnten regierungsrätlichen Schärfe in der Beantwortung unseres Antrages, datiert vom 7. Mai dieses Jahres. Es scheint, als seien wir dem Regierungsrat mit unserem Vorstoss derart auf den Schlips getreten, dass er uns unterstellt, ein eher negatives Bild von unserem Kanton zu haben. Das Gegenteil ist der Fall: Wir Vorstösserinnen und Vorstösser möchten unseren wunderschönen Kanton weiterbringen. Wir bewegen uns in Kreisen, die vom bodenständigen, naturbewussten und familienfreundlichen Kanton noch etwas mehr erwarten, nämlich etwas mehr Fortschritt und etwas mehr Selbstbewusstsein. Auch die moderne, zukunftsgerichtete und selbstbewusste Zielgruppe wohnt in unserem wunderschönen Kanton, nicht nur Landschafts- und Landwirtschaftsliebende. Positiv bewerten wir, dass sich der Regierungsrat der Markenentwicklung und der Markenidentität angenommen hat. Dieser Prozess hat nach Einreichen unseres Vorstosses begonnen und mündet nun in die Umsetzung. Der Bericht liegt uns vor, und wir begrüßen die geplanten

Schritte des Regierungsrates. Wir stellen aber auch fest, dass die von uns eingebrachte Zielgruppe im genannten Schlussbericht zur Markenentwicklung Thurgau nur sehr marginal bedient wird. Wir sind oft ausserhalb des Kantons unterwegs und nehmen den Thurgau auch von aussen wahr. Deshalb bedauern wir es sehr, dass der nun vorliegende Schlussbericht zur Markenentwicklung Thurgau zu wenig die ausserkantonale Sicht auf unseren Kanton wiedergibt. Wir könnten dies als Chance betrachten beziehungsweise die Innensicht mit diesen Erkenntnissen ergänzen. Das Bild, das heute vermittelt wird, stimmt zwar für einen Grossteil der Bevölkerung, es gibt aber nicht alle Thurgauer Bevölkerungsschichten wieder, es ist zu einseitig, und es ist vor allem nicht vollständig. Wir erwarten daher, dass die im Schlussbericht festgestellten Schwächen mit hoher Priorität und spürbar angegangen werden: Es sind dies die heute fehlende Zukunftsausrichtung, im Sinne, was man als Mensch oder Unternehmen im Thurgau bewegen kann und welche Möglichkeiten der Kanton Thurgau dazu bietet. Weiter sind es die deutlichen Schwächen bei der Einzigartigkeit, der Kontakthäufigkeit sowie bei Themen zur zukünftigen Entwicklung des Kantons. Wir erlauben uns daher explizit folgenden Hinweis: Die Umsetzung dieses Berichts kostet Geld. Wenn dabei eine Zielgruppe bewusst ausgelassen wird und obengenannte Schwächen nicht spürbar angegangen werden, ist es unserer Meinung nach falsch eingesetztes Geld. Daher betonen wir nochmals: Wir wünschen uns, dass alle Bevölkerungsschichten berücksichtigt werden. Wir Vorstösserinnen und Vorstösser wollen verantwortungsbewusst handeln und sind uns bewusst, dass die Prioritäten aufgrund der angespannten Finanzlage des Kantons Thurgau derzeit genau gesetzt werden müssen. Wir ziehen den Antrag deshalb – und ich betone, wenn auch sehr ungerne – zurück. Unser periurbaner Kanton Thurgau hat sehr viel mehr zu bieten als Äpfel und Löwen. Ich komme zum Schluss: Auslöser des Rückzugs ist daher nicht ein überzeugender Schlussbericht, sondern die finanzielle Situation des Kantons. Wir erkennen im Schlussbericht die Tendenzen, die unser Anliegen aufnehmen. Wir erwarten daher bei der Umsetzung der Weiterentwicklung der Marke Thurgau, dass dem Zukunftstreiber und der Zielgruppe des modernen, urbanen Menschen im Kanton ebenfalls Aufmerksamkeit geschenkt wird. Unser Parlament gibt die Thurgauer Gesellschaft wieder. Es hat nicht nur Bodenständige unter uns. Wir beobachten gut und nehmen das Geschäft nochmals in die Hand, sollten wir merken, dass unsere Anliegen keinen Eingang in die Umsetzung des Konzepts erhalten. In diesem Sinne danken wir dem Regierungsrat und dem Markenrat für seine Arbeit und die Berücksichtigung unserer Anliegen und **ziehen den Antrag zurück**.

Diskussion – **nicht weiter benützt**.

Präsident: Die Antragstellerinnen und Antragsteller erklären den Rückzug ihres Antrages. Ich frage die Mitunterzeichnerinnen und Mitunterzeichner an, ob von ihnen jemand am Antrag festhalten will. Das ist nicht der Fall. Das Geschäft ist somit erledigt.