

Einsicht in amtliche Akten

Thurgauer Regierung legt Botschaft zum Öffentlichkeitsgesetz vor

(sda) Ab Anfang 2022 gilt im Kanton Thurgau das Öffentlichkeitsprinzip: Der Kanton und die Gemeinden müssen Einsicht in amtliche Akten gewähren, soweit nicht überwiegend öffentliche oder private Interessen dagegen sprechen. Die Stimmberechtigten hatten das Öffentlichkeitsprinzip 2016 beschlossen.

Die kantonale Volksinitiative «Offenheit statt Geheimhaltung – für transparente Behörden im Thurgau» wurde im Mai 2016 mit einem Ja-Stimmen-Anteil von über 80 Prozent angenommen. Nun hat die Regierung ein Öffentlichkeitsgesetz ausgearbeitet. Sie legt dazu eine Botschaft vor.

Das Gesetz, das auf den 1. Januar 2022 in Kraft gesetzt werden soll, bringt den Wechsel vom Grundsatz der Geheimhaltung (mit Öffentlichkeitsvorbehalt) zum Grundsatz der Offenheit vor. In Zukunft dürfen Akten nur noch dann geheimgehalten werden, wenn wichtige öffentliche oder private Interessen überwiegen.

chen Organe in Anspruch nehmen», sollen die Behörden aber eine Gebühr erheben dürfen.

Schlichtungsverfahren

In der Vernehmlassung gingen 70 Stellungnahmen ein. Die Regierung nahm die Anregungen wenn möglich auf. So wurde etwa ein informelles Schlichtungsverfahren ins Gesetz aufgenommen. Zudem wurde die Koordination mit dem Archivgesetz präzisiert.

Bei der Einsicht in Protokolle parlamentarischer Kommission schlägt die Regierung eine wesentliche Änderung vor: Alle Kommissionsprotokolle der Legislative sollen in Zukunft öffentlich zugänglich sein, mit Ausnahme der Protokolle der Aufsichtskommissionen.

Wie viele Personen Einsicht in amtliche Akten verlangen

Neue Werbemöglichkeit in Schaffhauser Parkhäusern

Brauerei Falken AG und Herrenacker Parkhaus AG unterhalten mit kreativem Content-Marketing



Die Brauerei Falken AG und die Herrenacker Parkhaus AG weisen mit humorvoller Werbung auf das alkoholfreie Bier «Hülse Free» hin.

Sie kennen vermutlich die herkömmlichen Plakate in den Parkhäusern, auf denen verschiedene Firmen ihre Produkte oder Dienstleistung auf kreative Art und Weise anbieten. Warum nicht mal wortwörtlich «out of the box» denken?

Das hat die Herrenacker Parkhaus AG zusammen mit der Brauerei Falken AG gesagt und getan. Gemeinsam haben sie grösser, frecher und zukunftsorientierter gedacht. Und so ist nun auch eine Werbeform entstanden, die sich über mehrere Parkfelder hinaus erstreckt und eine kleine eigene Werbe-Welt entstehen lässt.

Hier besteht die Möglichkeit Geschichten zu erzählen und die Produkte oder Dienstleistungen «erlebbarer» zu machen. Das Ziel ist: mit Content-Marketing in Parkhäusern die Zielgruppe zu unterhalten. Diese Werbeform wird in Zukunft selbstverständlich für sämtliche Werbekunden der Herrenacker Parkhaus AG möglich sein.

Im Parkhaus Schiffflände wurde für die Brauerei Falken mit einer speziellen Folie Wände beklebt und so mit etwas Witz die «Hülse Free» beworben. Ganz nach dem Motto: «Sei schlau. Trink blau». Seit Juni 2021 ist nun diese Ecke im Parkhaus Schiffflände umgesetzt und kann natürlich auch besichtigt werden.

REGELSTAND UNTERSEE			
Juni	Mi. 23.	Fr. 25.	So. 27.
M. u. M.	396.06	396.10	396.05
Regelstand	4.21	4.25	4.20

www.hydrodaten.admin.ch
www.hydrodaten.admin.ch

LOKAL FERNSEHEN

LOKAL FERNSEHEN STECKBORN

Ausstellung der Einzelberichte Sek. Steckborn
Dienstag, 29. Juni 2021 ab 5.30 Uhr
Mittwoch, 30. Juni 2021 ab 5.30 Uhr

jeweils mit laufenden Wiederholungen
Programmverschau: www.lokalfernsehen-steckborn.ch

TELE D DIESSENHOFEN

Diese Woche im Programm:

kein bisschen weisse: Mit Erwin Teufel, Ministerpräsident
u. D.

Prominenz zu Gast: Marcel Kohler, Geschäftsführer
20 Minuten

Optimismus in der Reisebranche: Im Gespräch mit Bianc
Gehweiler, Mediensprecherin Hotelplan

Ergötzliches Compact: Folge 8

Unsere ParlamentarierInnen ziehen Sessionsbilanz

Zur Person: Erich Seifritz, Direktor Universitätsklinik
Zürich

Neues Bildungszentrum SFB zieht nach Schaffhausen

Besuch bei Florian Brack, Leiter Grün Schaffhausen

Zur Person: Bruno Perret, Hafner und Gastgeber

Bildung aktuell: Ursi Bamer, Dozentin PH Thurgau und
St. Gallen

Zur Person: Luiza Miggiano, Glückstrainerin

Zur Person: Christian Wackerlin, Scholltenverbundener
Schaffhauser Vermittler

Sendzeiten unter: www.tele-d.ch oder Sendungen
online sehen unter www.tele-d.ch/online-sendungen.html

KREUZLINGER FERNSEHEN

Kult X & Seeburgtheater: Die Schweizermacher

Donnerstag, 1. Juli 2021 ab 5.30 Uhr
Freitag, 2. Juli 2021 ab 5.30 Uhr

Kreuzlinger Persönlichkeiten KOSMOS Kasten Erfinder
Frühling

Samstag, 3. Juli 2021 ab 5.30 Uhr
Sonntag, 4. Juli 2021 ab 5.30 Uhr

Mittwoch, 5. Juli 2021 ab 5.30 Uhr

jeweils mit laufenden Wiederholungen

Neue Werbemöglichkeit in Schaffhauser Parkhäusern

Brauerei Falken AG und Herrenacker Parkhaus AG unterhalten mit kreativem Content-Marketing



Die Brauerei Falken AG und die Herrenacker Parkhaus AG weisen mit humorvoller Werbung auf das alkoholfreie Bier «Hülse Free» hin.

Sie kennen vermutlich die herkömmlichen Plakate in den Parkhäusern, auf denen verschiedene Firmen ihre Produkte oder Dienstleistung auf kreative Art und Weise anbieten. Warum nicht mal wortwörtlich «out of the box» denken?

Das hat die Herrenacker Parkhaus AG zusammen mit der Brauerei Falken AG gesagt und getan. Gemeinsam haben sie grösser, frecher und zukunftsorientierter gedacht. Und so ist nun auch eine Werbeform entstanden, die sich über mehrere Parkfelder hinaus erstreckt und eine kleine eigene Werbe-Welt entstehen lässt.

Hier besteht die Möglichkeit Geschichten zu erzählen und die Produkte oder Dienstleistungen «erlebbarer» zu machen. Das Ziel ist: mit Content-Marketing in Parkhäusern die Zielgruppe zu unterhalten. Diese Werbeform wird in Zukunft selbstverständlich für sämtliche Werbekunden der Herrenacker Parkhaus AG möglich sein.

Im Parkhaus Schiffflände wurde für die Brauerei Falken mit einer speziellen Folie Wände beklebt und so mit etwas Witz die «Hülse Free» beworben. Ganz nach dem Motto: «Sei schlau. Trink blau». Seit Juni 2021 ist nun diese Ecke im Parkhaus Schiffflände umgesetzt und kann natürlich auch besichtigt werden.

Abonnementspreis: Fr. 118.- (jährlich) Fr. 70.- (halbjährlich) Einzelheft: Fr. 1.80 inkl. 2.5% MwSt. Ausland: Abo. jährlich Fr. 236.- Online-Abo: jährlich Fr. 99.- für den Abonnenten, der vom Ausland aus eine Online-Ausgabe im Print-Format liest.
Geschichte: Zeit. «Bote vom Untersee» – gegründet 1906; «Anzeiger am Rhein» – gegründet 1948; «Bote vom Untersee und Rhein» – gegründet 2004.
Die Weiterverarbeitung von redaktionellen Texten und von Inseraten oder von Teilen davon bedarf der schriftlichen Zustimmung durch die Redaktion.

Stein am Rhein. Ausstellung in der Falkengalerie. Carmela Konrad und Philipp Leon Parkhaus stellen von Freitag, 2. Juli, bis Samstag, 3. Juli 2021, in der Falkengalerie aus. Die Öffnungszeiten sind von Donnerstag bis Sonntag jeweils von 11.00 bis 17.00 Uhr, oder nach Absprache. Mehr Informationen unter www.falkengalerie.ch.
der». Reservation empfohlen unter www.cinema-schwanen.ch.