

Sandra Rupp (SP) und Mitunterzeichnende vom 30. Juni 2016

*„Das Magazin soll die Attraktivität der Stadt und des Wirtschaftsraumes Thun mit ihren vielfältigen Facetten präsentieren...ist das wichtigste externe PR- und Marketinginstrument der Stadt, des Stadtmarketings von Thun Tourismus und der Innenstadt-Genossenschaft Thun IGT...Stil und Charakter des Magazins: hoher Alltagsnutzen, knackig, unterhaltend, modern, lesenswert, wertvoll, nahe bei den Lesenden“*

Dies einige Auszüge aus dem Redaktionskonzept von „thun! das magazin“. Beim Durchblättern des Magazins stellen wir uns immer wieder die Frage, ob die Zielsetzungen tatsächlich erreicht werden. Für uns ist das Heft eher eine Ansammlung von allgemeiner Werbung und Publireportagen. Knackige, unterhaltende, moderne, wertvolle, lesenswerte Beiträge sind aus unserer Sicht eher selten zu finden.

Aus diesen Gründen bitten wir den Gemeinderat, im Wissen, dass es sich um ein Joint-Venture-Produkt handelt, uns folgende Fragen zu beantworten.

1. Wie hoch ist der jährliche finanzielle Beitrag der Stadt Thun, resp. der Abteilung Stadtmarketing an das Produkt?
2. Werden aus Sicht des Gemeinderates die Ziele und Vorgaben des Redaktionskonzeptes erreicht und eingehalten?
3. Wird das Produkt regelmässig evaluiert?
4. Im Redaktionskonzept ist zu lesen, dass mindestens 50% der Beiträge redaktioneller Art sein müssen. Welche Kriterien müssen erfüllt sein, damit ein Beitrag unter die Rubrik „redaktioneller Beitrag“ fällt?

Dringlichkeit: wird nicht verlangt

Thun, 30. Juni 2016

A collection of handwritten signatures in black ink, including names like 'S. Rupp', 'D. H.', and others, arranged in a loose cluster at the bottom right of the document.

A collection of handwritten signatures in black ink, including names like 'R. St.', 'S. Rupp', and others, arranged in a loose cluster at the bottom left of the document.