

# MEDIADATEN 2026

Print & Online | Gültig ab 1. Januar 2026



HSG Alumni

University of St.Gallen

Magazin – Website – Newsletter

## HSGalumni magazin

DIE ZEITSCHRIFT VON  
HSG ALUMNI

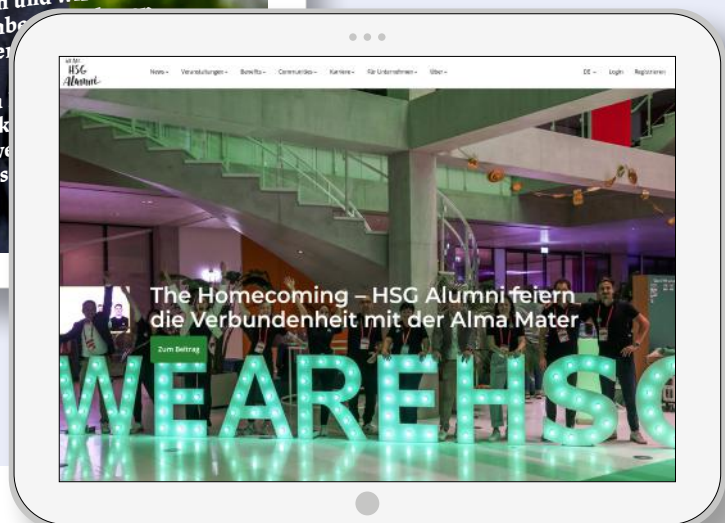
Ausgabe 4/25



### «alma» auf einen Blick:

- Gesamtauflage 28 000 Ex.
- Erscheint 4x jährlich
- Hochkarätige Zielgruppe

[www.hsgalumni.ch](http://www.hsgalumni.ch)



**FACHMEDIEN**

Ein Unternehmen der Galledia

# Inhaltsverzeichnis

<u>Inhalt &amp; Auflage</u>	3
<u>Leserschaft</u>	3
<u>Terminplan 2026</u>	4
<u>Formate &amp; Preise</u>	5
<u>Beilagen</u>	6
<u>Online-Angebot</u>	7
<u>Newsletter</u>	8
<u>Kontakt</u>	10



# Titelpositionierung

## alma – Das Alumni-Magazin der Universität St.Gallen

HSG Alumni ist die Ehemaligenorganisation der Universität St.Gallen (HSG) und mit über 42 000 Mitgliedern eine der grössten Alumni-Organisationen Europas. HSG Alumni ist ein gemeinnützig anerkannter Verein und finanziert sich aus Mitgliederbeiträgen und Zuwendungen. Von der Universität unabhängig, arbeitet er jedoch in vielen Projekten eng zusammen.

Die «alma» ist das Magazin für alle HSG-Absolvent:innen und informiert die Ehemaligen über das Geschehen an der Universität und im Alumni-Netzwerk. Der Inhalt umfasst unter anderem wissenschaftliche Artikel zum jeweiligen Themenschwerpunkt, Reportagen, Portraits sowie Kurzmeldungen.

**Sprache** Deutsch

**Verlagsleitung** HSG Alumni, Stefano Alghisi, Dufourstrasse 50, 9000 St.Gallen, stefano.alghisi@unisg.ch, T +41 71 224 30 10

**Herausgeber** HSG Alumni

**Redaktion** alma@alea-iacta.ch, T +41 71 244 66 00

**Leitung Medienberatung** Markus Haas  
T +41 44 928 56 53, markus.haas@fachmedien.ch

**Sachbearbeitung** Josta Heller  
T +41 44 928 56 02, josta.heller@fachmedien.ch

# Auflage / Leserschaft

## Auflage

«alma»

rund 28 000 Exemplare

## Zielgruppe

Hochkarätige Zielgruppe, gebildet, anspruchsvoll und qualitätsbewusst

## Leserschaft

Alumnae und Alumni der Universität St.Gallen, Studierende ab Masterstufe, HSG-Community, interessierte Öffentlichkeit. Die gemeinsame Ausbildung verbindet weltweit tausende von ehemaligen Studierenden im Wirtschaftsleben und in öffentlichen Aufgaben. Kein anderes Medium erreicht mehr Ehemalige der HSG als das Mitgliedermagazin «alma». Mit einer Auflage von rund 28 000 Exemplaren bietet Ihnen die «alma» eine einzigartige Möglichkeit, zielgruppenspezifisch und ohne Streuverluste zu werben.

### Award für Sabina Furler

Der HSG Alumni Engagement Award 2025 geht an Sabina Furler, die den HSG Alumni Women's Club mit 10 000 Mitgliedern während sechs Jahren mit überdurchschnittlichem Engagement geleitet hat. Sie hat den Club erfolgreich neu positioniert und über 20 hochwertige und zukunftsorientierte Themenveranstaltungen organisiert, die die Community nachhaltig gestärkt haben. Darüber hinaus engagiert sich die HSG-Alumna regelmässig für Projekte der Universität St.Gallen, der HSG Stiftung und der HSG-Alumni-Community.

Interview Stefano Alghisi Bilder: Jörg HSG Alumni

Die Präsident:innen der HSG-Alumni-Clubs haben sich aus drei Nominierten als Gewinnerin des dritten HSG Alumni Engagement Awards ausgewählt. Was bedeutet das für dich?

Sabina: Vielen Dank. Diese Auszeichnung freut mich sehr! Mein langjähriges Engagement für die (und mit der) HSG-Community wird offensichtlich gesehen und geschätzt.

Was war der Antrieb für dein ausserordentliches Engagement und warum würdest du auch anderen Personen empfehlen, sich in der HSG-Community zu engagieren?

Das Leben ist ein Geben und Nehmen – oder zumindest sollte es das in meinen Augen sein. Es gibt Phasen im Leben, wo die Aus- und Weiterbildung im Vordergrund steht. Phasen, wo man beruflich stark engagiert ist und sich stark auf seine Karriere konzentriert. Aber es gibt auch Phasen, wo man etwas zurückgeben darf. «Life-long learning» und «Giving-Back» sind für mich zentrale Werte, die auch im Kern der HSG-Community verankert sind. Unser Anspruch war es immer, Anlässe zu relevanten Themen zu organisieren, gute Locations und grossartige Speaker:innen zu finden und inspirierende Begegnungen zu schaffen. Die Dankbarkeit der Teilnehmenden zu spüren, ist der Lohn für eine ehrenamtliche Tätigkeit.

Der Engagement Award wurde auch lanciert, um das HSG-Ökosystem zu stärken. Dass soll die ausgezeichnete Person das Preisgeld von 5 000 Franken an eine andere Institution im HSG-Netzwerk weitergeben, die noch keine Unterstützung von HSG-Alumni erhalten hat. Welche ist das in deinem Fall?

Die HSG Foundation hat im Auftrag der Universität St.Gallen mit zahlreichen Privatsphären aus Wirtschaft, Bildung und Gesellschaft Workshops organisiert und Möglichkeiten eröffnet, wie das Interesse von weiblichen Jugendlichen für die HSG geweckt werden könnte. Der Frauenanteil bewegt sich nach wie vor bei ca. 30 Prozent. Das soll sich ändern. Ich habe an diesem Projekt mitgearbeitet und freue mich, dass im Sommer 2025 nun erstmals sogenannte «Summer Camps» für Mädchen und junge Frauen stattfinden. Dabei wird insbesondere die unternehmerische Seite der HSG gezeigt. Die Camps benötigen noch eine Finanzierung, weshalb ich das Preisgeld gerne an dieses Herzprojekt spende.

Was war dein Highlight in deiner Zeit als Präsidentin des HSG Alumni Women's Club?

Oh – da gibt es viele! Vor allem habe ich ganz viele tolle Menschen kennengelernt. Zudem habe ich mich bei der Moderationsvorbereitung immer wieder auch in Disziplinen vertieft, die nicht zu meinen Kernthemen gehören. So habe ich mich z.B. ins Familien- und Erbschaftsrecht oder in medizinische Themen. Eines der Highlights war sicher unser Abschiedsdinner bei Google, wo wir den Teilnehmenden aufgaben, warum «Gender and Precision Medicine» so wichtig ist, wie wir ein langes gesundes Leben führen können und was für ein Beitrag AI zu besseren Diagnosen und personalisierten Therapien leisten kann.

Stellst diese Auszeichnung den Schlusspunkt deines Engagements dar oder ist es der Beginn weiterer Aktivitäten? Was möchtest du dich in Zukunft einbringen?

Das Präsidium des HSG Alumni Women's Club habe ich Ende Januar dankbar in neue Hände übergeben. Das heisst aber sicher nicht, dass ich mich nicht mehr engagieren werde. Im Gegenteil! Seit ich dieses Präsidium abgegeben habe, habe ich bereits wieder zwei neue pro bono-Mandate angenommen. Neben meinen Beratungs- und VR-Mandaten werde ich auch weiterhin ehrenamtliche Tätigkeiten ausführen, um einen Beitrag zu wirtschaftlich und gesellschaftlich wichtigen Themen zu leisten. Zudem bleibe ich Faculty Member der St.Gallen Board Programmes und werde auch die HSG Foundation weiter tatkräftig unterstützen.

Welchen Rat würdest du jungen HSG-Absolventinnen und -Absolventen für den Einstieg in das Berufsleben mitgeben?

Im Kern sollte es immer darum gehen, möglichst viel zu lernen und sich weiterzuentwickeln. Das Studium ist das eine, die Praxis das andere. Einfach mal machen, erweist sich häufig als gute Deise. So rate ich insbesondere, jede Möglichkeit nutzen, um mit spannenden Menschen zusammenzuarbeiten, an interessanten Projekten mitzuarbeiten und etwas Neues zu lernen. So werden sich bestimmt immer wieder neue Türen öffnen.



Im Januar dieses Jahres organisierte der HSG Alumni Women's Club einen Award für Sabina Furler, die den HSG Alumni Women's Club während sechs Jahren in neuem Glanz geleitet hat. Sie hat den Club erfolgreich neu positioniert und über 20 hochwertige und zukunftsorientierte Themenveranstaltungen organisiert, die die Community nachhaltig gestärkt haben. Darüber hinaus engagiert sich die HSG-Alumna regelmässig für Projekte der Universität St.Gallen, der HSG Stiftung und der HSG-Alumni-Community.

«alma» – das Magazin für alle HSG-Absolvent:innen – kein anderes Medium erreicht mehr Ehemalige der Universität St.Gallen (HSG)

[Zurück zur Übersicht](#)

# Terminplan 2026

Ausgabe	Anzeigenschluss	Druckunterlagen	Erscheinung
1/2026	30.10.2025	10.11.2025	04.12.2025
2/2026	29.01.2026	09.02.2026	05.03.2026
3/2026	15.05.2026	26.05.2026	25.06.2026
4/2026	20.08.2026	31.08.2026	24.09.2026
1/2027	29.10.2026	09.11.2026	03.12.2026

## Redaktionelle Schwerpunkte

## Allgemeine Themen über das ganze Jahr

- Dossier: Interviews und Porträts über Persönlichkeiten, innovative Projekte
- Wissen und Karriere
- Netzwerk: Alumni-Clubs, Events, Startups



**INFORMATIK  
AN DER HSG**

# Inhalt

---

## «Denken wie eine Informatikerin. Handeln wie eine Unternehmerin.»

**Florence Lentner**  
*Technical Advisor to the Board bei cohora AG | Master in Informatik*

Bachelor  
mehr Infos:  
[bcs.unig.ch](https://www.bcs.unig.ch)

Master  
mehr Infos:  
[mcs.unig.ch](https://www.mcs.unig.ch)



Universität St.Gallen

## Editorial

»Longevity« – der Begriff ist für viele so schwierig korrekt auszusprechen wie richtig zu definieren. Dabei scheint es so einfach zu übersetzen und zu verstehen: »Langlebigkeit«. Dabei geht es nicht per se um ein langes Leben, sondern – ganz wichtig – um ein langes, gesundes Leben. Und rund um dieses gesunde Altern hat sich inzwischen eine ganze Branche entwickelt, die von Longevity-Gesundheitspraxen über Nahrungsmittel bis zu persönlichen Longevity-Coaches reicht. In der Schweiz ist HSG-Alumnus Tobias Reichmuth einer der wichtigsten Investoren mit mehreren Startups in diesem zukunftsreichen Bereich. Die persönlichen Vorstellungen zu dem, was langes und gesundes Leben heisst und ob es erstrebenswert ist, haben wir bei ihm, aber auch bei Studierenden und bei Mitgliedern des Vorstands von HSG Alumni eingeholt. Und wir sind auch sehr daran interessiert, eure Erwartungen zu diesem Thema kennenzulernen (vgl. Seite 19).

**Impressum**  
Die Online-Ausgabe der Universität St. Gallen seit 2007  
© 2022 Hochschule St. Gallen  
HSG-Stiftung  
Postfach 10  
CH-9000 St. Gallen  
Telefon +41 71 44 10 00  
E-Mail [hsg@hsg.ch](mailto:hsg@hsg.ch)  
Webseite [www.hsg.ch](https://www.hsg.ch)

**Redaktion**  
Chefredaktor: Thomas Bopp, Harry Benoit, Corinne De Traz, Edwige Gasser, Hans-Joachim Frey, Markus Gasser, Michael Hayzen, Denise Hasler, Esther Leuten, Anna Lüthy, Veronika Mader, Peter Meier, Silke Reibele, Claudia Schmid, Roger Troner

**Gestaltung, Anzeigen, Verlag**  
Zürcher Hochschule für Angewandte Wissenschaften (ZHAW)  
T +41 71 24 44 02, [anzeigen@zhaw.ch](mailto:anzeigen@zhaw.ch)  
Anzeigen-Redaktion:  
Telefon:  
CH Hot Support: T +41 44 10 26 11,  
[hot-support@hsg.ch](mailto:hot-support@hsg.ch)  
Administrations-HSG Alumni:  
Dienstag, 10.02.2023, 10:02:10 Uhr  
T +41 71 26 30 31, [alumni@hsg.ch](mailto:alumni@hsg.ch)



**HSG-Startup  
ALPINA+ SANA im Porträt**  
Kampf gegen Mangernalterung im Spital



**St.Galler Management-Modell 5.0**  
Ein kollaborativer Entwicklungsprozess mit den Alumni

**Weitere Inhalte**

- Regierung hat neuen Universitätsrat gewählt
- 286-mal Dankeschön
- Ein Rückblick auf das HSG Alumni WEF2023 Meet-up
- The Importance of Gender and Precision Medicine
- Karnezess aus unseren Clubs


Universität St.Gallen
HSG Alumni

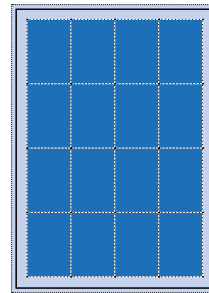
Attraktiv – Ihre Anzeige in «alma», dem Alumni-Magazin der Universität St.Gallen

# Anzeigen – Formate & Preise

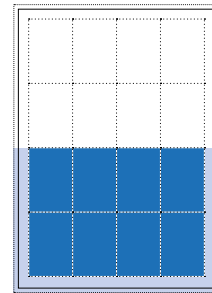
**Heftformat** 210 × 297 mm  
**Satzspiegel** 184 × 280.5 mm

Anzeigen	4-farbig
1/1 Seite	4 500.–
1/2 Seite	2 400.–
1/3 Seite	1 800.–
1/4 Seite	1 200.–

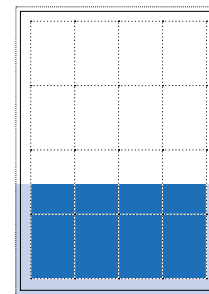
Umschlagseiten	
2. US	5 900.–
3. US	5 500.–
4. US	5 900.–



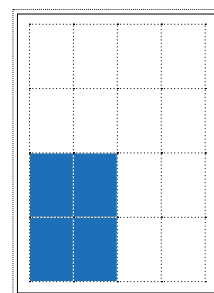
**1/1 Seite**  
184 × 280.5 mm Ssp  
210 × 297 mm ra



**1/2 Seite quer**  
184 × 134 mm SSp  
210 × 142.5 mm ra



**1/3 Seite quer**  
184 × 85 mm Ssp  
210 × 93.5 mm ra



**1/4 Seite hoch**  
88 × 134 mm Ssp

Ssp = Satzspiegel  
ra = randabfallend plus 3 mm Beschnitt

## Konditionen

<b>Beraterkommission</b>	5%
<b>Wiederholungsrabatte</b>	10% bei vier aufeinanderfolgenden Insertionen in der «alma»

Preise in CHF zuzüglich MWST.  
Für sämtliche Werbeaufträge gelten die allgemeinen Geschäftsbedingungen auf [www.fachmedien.ch](http://www.fachmedien.ch).

## Drucktechnisches

**Digitaldaten** Druckfähiges PDF. Bei PDF- und EPS-Daten müssen sämtliche Schriften eingebettet und die Datei muss mit Druckauflösung 300 dpi und Original-Bilddaten geschrieben sein.

**Druckunterlagen** Druckfähiges PDF per E-Mail an: [josta.heller@fachmedien.ch](mailto:josta.heller@fachmedien.ch). Eventuell anfallende Kosten für Druckunterlagen-Herstellung werden separat nach Aufwand verrechnet.

**Papier** Umschlag: Refutura 150 gm<sup>2</sup>, holzfrei, matt, ungestrichen / Inhalt: Refutura 80 gm<sup>2</sup>, holzfrei, matt, ungestrichen

**Druck** Offset

**Raster** 54er

**Druckerei** Stämpfli AG, Wölflistrasse 1, CH-3001 Bern

[Zurück zur Übersicht](#)

# Beilagen

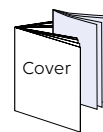
Anzuliefernde Auflage 28 000 Exemplare

## Beilagen

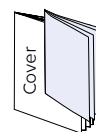
Format max.<sup>1</sup> 220 × 295 mm

### lose eingesteckt oder aufgelegt

	pro 1000 Ex.			Verrechnete	Preis <sup>3</sup>
	Werbewert	Tech. Kosten <sup>2</sup>	Total	Auflage	
bis 25 g	160.–	27.25	187.25	28 000	5 243.–
bis 50 g	205.–	27.25	232.25	28 000	6 503.–



lose Beilage  
eingesteckt



lose Beilage  
aufgelegt

<sup>1</sup>randabfallend plus 3 mm Beschnitt

<sup>2</sup>Preisänderung vorbehalten

<sup>3</sup>zuzüglich Postaltaxen

Weitere Spezialformate auf Anfrage

Beilagen / Beihefter über 50 g auf Anfrage

Postaltaxen\* pro 1000 Ex.

bis 25 g 14.–

bis 50 g 28.–

\*für den Versand in der CH,  
Preisänderungen vorbehalten

## Konditionen

Beraterkommission  
Beilagenanlieferung  
Lieferadresse

5%

1 Woche vor Erscheinen

Stämpfli AG, Wölflistrasse 1, CH-3001 Bern

Alle Preise in CHF zuzüglich MWST. Für sämtliche Werbeaufträge gelten die allgemeinen Geschäftsbedingungen auf [www.fachmedien.ch](http://www.fachmedien.ch).

[Zurück zur Übersicht](#)



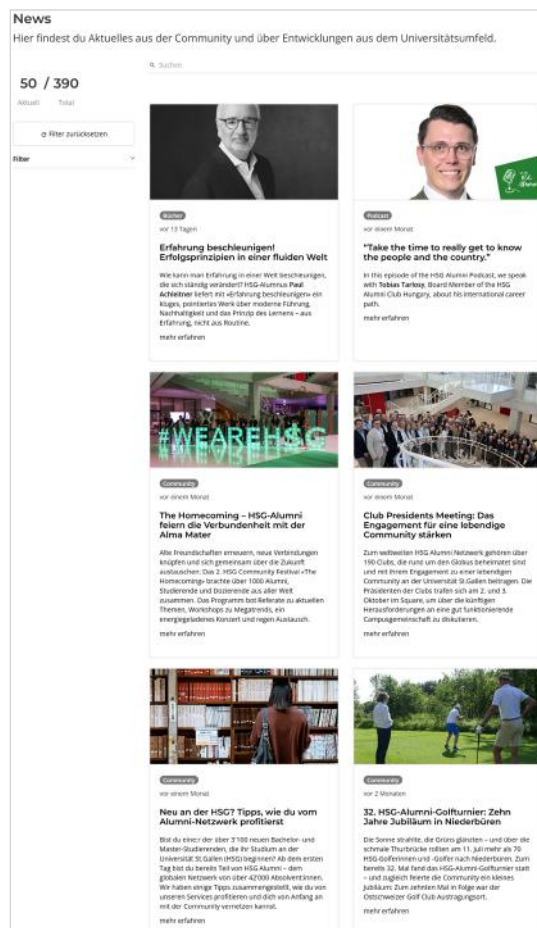
# Online-Angebot auf hsgalumni.ch

Die HSG-Alumni-Website **hsgalumni.ch** ist der Startpunkt der Networking-Plattform unserer Ehemaligen. Im Mitgliederbereich der Online-Plattform treten die ehemaligen Kommiliton:innen miteinander in Kontakt, melden sich zu Veranstaltungen an und informieren sich über massgeschneiderte Job-Angebote.

Werbeform	Laufzeit	Preis
<b>Paid Post</b>	30 Tage	2500.–
<b>Andere Werbeformen</b>	auf Anfrage	

## Angaben für Paid Posts

<b>Titel</b>	max. 80 Zeichen (inkl. Leerzeichen)
<b>Teaser</b>	erster Abschnitt des Textes
<b>Text</b>	max. 1500 Zeichen (inkl. Leerzeichen)
<b>Links</b>	Für Clicks-Reports muss der Auftraggeber «Externer-Traffic»-Link einbauen, um den Traffic im Analytic-Tool nachzuverfolgen.
<b>Bild Teaser</b>	1 Bild
<b>Bilder Detailseite</b>	max. 2, Bildbreite max. 1920 px, min. 1024 px
<b>Bildformate</b>	jpg, gif / Auflösung: 300 dpi
<b>Platzierung</b>	News
<b>Anlieferung</b>	min. <b>5 Werktage</b> vor Publikation



## Besucherzahlen

<b>Page views</b>	39 302
<b>Visits</b>	13 013

Ø pro Monat, 1. Okt. 24 - 30. Sept. 25

Alle Preise in CHF zzgl. MWST. Für sämtliche Werbeaufträge gelten die allgemeinen Geschäftsbedingungen auf [www.fachmedien.ch](http://www.fachmedien.ch).

[Zurück zur Übersicht](#)

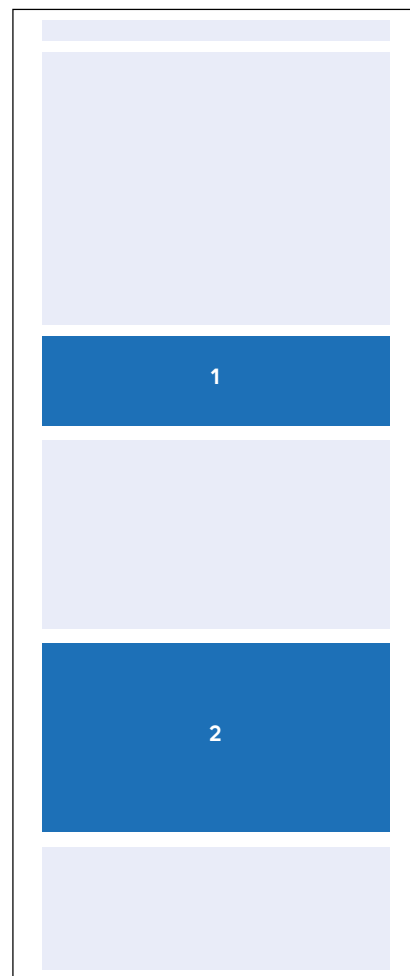
# Newsletter «Alumni Monthly»

Der monatliche Newsletter hat über 27 000 Abonnent:innen (24 000 DE/ 3 000 EN) und informiert die Ehemaligen über das Geschehen an der Universität und im Alumni-Netzwerk. Mit einem Banner oder einem Sponsored Post landet man direkt in der Inbox der Mitglieder.

Der Newsletter erscheint am letzten Donnerstag des Monats in deutscher und englischer Sprache.

Werbeform	Format	Preis/ Versand	Spezialpreis/ Versand*
<b>1 Banner</b>	1200 × 300 px	1500.–	1000.–
<b>2 Sponsored Post</b>		1800.–	1300.–
Text	max. 500 Zeichen (inkl. Leerzeichen)		
Bild	1 Bild, 1200 × 675 px		
Link	Bitte URL angeben		

\*Spezialpreis für alle Angebote mit Vergünstigungen für Alumni



## Empfänger

<b>Newsletter-Abonnenten</b>	27 000
<b>Klickrate</b>	deutsch 3.1%
	englisch 2.0%

Ø pro Versand 2025

## Technische Daten

<b>Dateigrösse</b>	max. 130 kB
<b>Dateiformate</b>	jpg, gif
<b>Anzeigenschluss</b>	1 Woche vor Erscheinen

**Datenanlieferung** per E-Mail an:  
josta.heller@fachmedien.ch

Alle Preise in CHF zzgl. MWST. Für sämtliche Werbeaufträge gelten die allgemeinen Geschäftsbedingungen auf [www.fachmedien.ch](http://www.fachmedien.ch).



Beispiel Newsletter «Alumni Monthly»

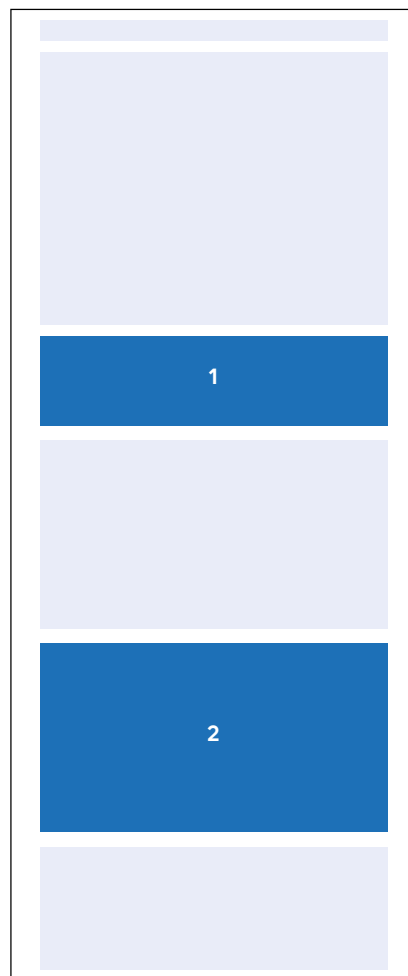
[Zurück zur Übersicht](#)



# NEU: Newsletters «Career News» und «Student News»

Der neue Newsletter «**Career News**» mit 24 500 Abonnent:innen informiert die Ehemaligen über vielseitige Karrieremöglichkeiten. Mit einem Banner oder einem Sponsored Post landet man direkt in der Inbox der Mitglieder. «Career News» erscheint vierteljährlich in deutscher Sprache.

Der neue Newsletter «**Student News**» mit über 10 000 Abonnent:innen versorgt die Studierenden mit Aktualitäten aus der Community und berichtet über Entwicklungen aus dem Universitätsumfeld. «Student News» erscheint vierteljährlich in englischer Sprache.



Werbeform	Format	Preis/ Versand	Spezialpreis/ Versand*
<b>1 Banner</b>	1200 × 300 px	1500.–	1000.–
<b>2 Sponsored Post</b>		1800.–	1300.–
Text	max. 500 Zeichen (inkl. Leerzeichen)		
Bild	1 Bild, 1200 × 675 px		
Link	Bitte URL angeben		
*Spezialpreis	für alle Angebote mit Vergünstigungen für Alumni		

## Empfänger «Career News»

<b>Newsletter-Abonnenten</b>	24 500
------------------------------	--------

<b>Klickrate</b>	deutsch	2.7%
------------------	---------	------

Ø pro Versand der ersten drei Ausgaben

## Empfänger «Student News»

<b>Newsletter-Abonnenten</b>	10 000
------------------------------	--------

<b>Klickrate</b>	englisch	4.4%
------------------	----------	------

Ø pro Versand der ersten vier Ausgaben

## Technische Daten

**Dateigrösse** max. 130 kB

**Dateiformate** jpg, gif

**Anzeigenschluss** 1 Woche vor Erscheinen

**Datenanlieferung** per E-Mail an: [josta.heller@fachmedien.ch](mailto:josta.heller@fachmedien.ch)

Alle Preise in CHF zzgl. MWST. Für sämtliche Werbeaufträge gelten die allgemeinen Geschäftsbedingungen auf [www.fachmedien.ch](http://www.fachmedien.ch).

[Zurück zur Übersicht](#)

# Kontakt

**Leitung Medienberatung**

Markus Haas

T +41 44 928 56 53

markus.haas@fachmedien.ch

**Verlagsleitung**

Stefano Alghisi

T +41 71 224 30 10

stefano.alghisi@unisg.ch

**Sachbearbeitung**

Josta Heller

T +41 44 928 56 10

josta.heller@fachmedien.ch

**FACHMEDIEN - Zürichsee Werbe AG**

Tiefenastrasse 2, CH-8640 Rapperswil-Jona

Telefon +41 44 928 56 11, E-Mail: [info@fachmedien.ch](mailto:info@fachmedien.ch)

[www.fachmedien.ch](http://www.fachmedien.ch)

Wir sichern Ihnen  
die besten Werbeplätze.

