

swiss Insight

The magazine from employees to employees

We proudly present:

SWISS Insight

Editorial 3

SWISS joins Star Alliance

An interview with Jaan Albrecht,
CEO of Star Alliance 4

Your personal Star Alliance benefits

6

Greetings from Star Alliance member airlines

Welcome SWISS 8

Employee Opinion Survey Report

10

Our new frequent flyer programme

Miles & More 12

Our number one in ID travel

Bangkok 14

Swiss WorldCargo takes a bow

17

International news

18

Question to the Management

Short finals 20



We join Star Alliance

Ready for the future! Having joined Star Alliance, SWISS is now an attractive equal partner within the world's biggest airline grouping. That will deliver a wide range of benefits, to us and our customers. But what can SWISS add to Star Alliance, and how do our fellow Star Alliance member airlines see us? We have been talking to Jaan Albrecht, CEO of Star Alliance; and you'll find his views on all this and more on **Page 4-7**.



Dear reader

Intranet, Crewlink, Hello SWISS, Staff News, Staff Briefings, Lunch Talks: we seem to have a lot of communications channels at SWISS already. So why do we need a staff newspaper, too? We don't see our new publication as an additional information channel; we see it as a platform for dialogue among our staff. And that dialogue has started already. Because it was you who gave our new publication its name – SWISS Insight – when you voted on the candidates suggested at the beginning of the year. SWISS Insight has been devised to be the newspaper by SWISS employees for SWISS employees. It will reflect and represent the wide variety of topics, ideas and concerns within our company. And it will allow you to provide the input – or even the content – for future issues. To this end, we have compiled an editorial team that consists of one representative from each of our divisions. This should ensure that all our various interests are fairly and adequately reflected. It also provides you with your own direct contact who will represent your ideas, suggestions and contributions in our editorial team. And this will create the dialogue we seek: a dialogue that goes beyond divisions, beyond work locations and beyond our various personnel groups. SWISS Insight will be working to an extremely modest budget. Just under half of our costs will be recouped through advertising revenue; and the rest will be met with barter agreements. You are holding the first provisional product of our new dialogue platform in your hands. "Provisional" because SWISS Insight will live and evolve from your feedback, your ideas, your involvement and your contributions. We hope you enjoy reading it; and we look forward to hearing from you.

With best regards,
Franco Gullotti
Head of Internal Communications

P.S. With the same idea of reflecting the wide variety within our organisation, our editorials will be written each time by a different member of our editorial team.

Liebe Leserin, Lieber Leser

Intranet, Crewlink, Hello Swiss, Staff News, Staff Briefings oder Lunch Talks. Bei SWISS haben wir viele Kommunikationskanäle. Weshalb also eine neue Mitarbeiterzeitung? Wir wollen mit der Mitarbeiterzeitung keinen zusätzlichen Informationskanal schaffen, sondern Ihnen vielmehr eine Plattform für den Dialog bieten. Der erste Schritt ist bereits getan. Sie haben zu Beginn des Jahres Ihrer Zeitung mittels elektronischer Abstimmung den Namen gegeben. SWISS Insight ist als Zeitung von SWISS Mitarbeitenden für SWISS Mitarbeitende konzipiert. Dabei wird sie zum Sinnbild für die Vielfaltigkeit der Themen, Ideen und Anliegen in unserem Unternehmen. Werden Sie also zu Ideengebern oder gar Autoren. Ihnen steht ein Redaktionsteam zur Verfügung, welches je aus einem Vertretenden jeder Division zusammengestellt ist. Damit schaffen wir nicht nur eine ausgewogene Interessenwahrung, sondern Sie erhalten auch eine direkte Ansprechperson welche Ihre Ideen, Anregungen und Beiträge im Redaktionsteam vertritt. So entsteht Dialog – über Abteilungsgrenzen, Standorte im In- und Ausland und den verschiedenen Personalgruppen hinweg. SWISS Insight lebt von einem sehr bescheidenen Budget. Die Werbeanzeigen helfen uns, knapp die Hälfte der Kosten zu decken. Den Rest der Kosten gelten wir vollständig über Freiflüge ab. Das erste Zwischenergebnis halten Sie in Ihren Händen. Zwischenergebnis deshalb, weil SWISS Insight von Ihrem Feedback, Ihren Ideen, Ihrem Engagement und Ihren Beiträgen lebt, sich weiterentwickelt. Ich freue mich darauf und wünsche Ihnen reichlich Freude bei der Lektüre.

Herzlich,
Franco Gullotti
Head of Internal Communications

P.S. Übrigens, das Editorial schreibt abwechselnd jeweils eine Kollegin oder ein Kollege aus dem Redaktionsteam. Auch das verstehen wir darunter, wenn wir von Vielfaltigkeit sprechen.

Impressum

Editorial team: Silvia Cappelli (Cargo), Jürg Dinner (Publisher), Jessica Exner (Marketing & Strategy), Franco Gullotti (Editor in Chief), Christoph Meier (Finance), Lars Ottmer (Network & Distribution), Andreas Richter (Content Management), Albrecht Schiewe (Human Resources), Elle Steinbrecher (Outstations & Subsidiaries), Helen Worswick (Operations). **Contributors to this issue:** Rolf Bewersdorf (Lufthansa), Marco Boppart, Paul Day, Urs Eberhard, Reto Guntli (zapaimages), Barbara Josef, Rolf Koller, Alan Millen, Jacqueline Pash, Isabel Reiners, Gilles Theophile, Dominik Werner. **Title photo:** Gilles Theophile. Many thanks to Heavy & Line Maintenance Basel for their support. **Editorial Team contact:** internal.communications@swiss.com. **Layout:** Thomas Spinnler, Linsenmann AG. **Printed by:** Linsenmann AG, CH-4123 Allschwil 1. **Note:** The opinions expressed in SWISS Insight are not necessarily representative of the views of Swiss International Air Lines. SWISS Insight will be published four times a year.