

Die Gründerinnen von Kaleio: Laura Simon, Martina Polek, Marta Kosińska (v. l.)

Für die starken Frauen von morgen

Mädchen sollen selbstbewusste Frauen werden: Diese Idee verfolgt das Mädchen-Magazin «Kaleio». Mithilfe des Migros-Kulturprozents wurde das Projekt weiterentwickelt.

Das «Kaleio»-Magazin richtet sich an Mädchen von 8 bis 13 Jahren und möchte sie für relevante Themen der Frauen von morgen sensibilisieren. Auf 64 Seiten stellen die Macherinnen weibliche Vorbilder aus der Schweiz vor, die etwas bewegen. Sie behandeln Themen aus Psychologie, Umwelt, Wissenschaft und Gesellschaft und geben App-, Buch- und Basteltipps. Ziel des Projekts ist, Kinder, Eltern und Lehrpersonen zu inspirieren und die Mädchen jenseits von Rollen-erwartungen selbstbewusst zu machen.

Hilfreiche strategische Unterstützung

«Wir möchten die Mädchen bestärken, so dass sie zu selbstbewussten Frauen heranwachsen können», sagt Co-Gründerin Laura Simon, «und zu einer Gesellschaft beitragen, in der es keine Gender-Stereotype mehr



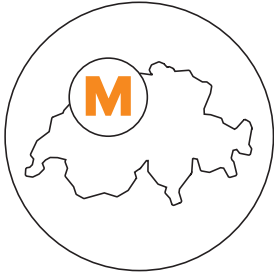
**Verlosung
Mädchen-
Magazin**

Teilnahme: E-Mail mit Stichwort «Kaleio» an
verlosung@migrosbasel.ch

gibt.» Weil neben dem Magazin neu auch Workshops und Schulmaterialien hinzukommen sollen und das Team wächst, haben die Frauen das Coaching des Migros-Kulturprozents für soziale Projekte in Anspruch genommen. «Diese strategische Unterstützung war für uns sehr wertvoll», sagt Simon. «Kaleio» ist politisch unabhängig und konfessionell neutral und kostet 19 Franken pro Heft oder 99 Franken für sechs Ausgaben pro Jahr. Die Migros Basel verlost fünf aktuelle Ausgaben.

Mehr Infos: kaleiomag.ch
Coaching-Angebot für soziale Initiativen:





Philipp Simon, stv. Leiter der Pâtisserie artisanale
in der Betriebszentrale in Münchenstein



Saftig, fluffig: **Cinnamon- Rolls**

Ein Trend aus Skandinavien hat den Weg
in die Backstuben der Migros Basel
gefunden: Ausgewählte Hausbäckereien
und die Pâtisserie artisanale stellen
seit Kurzem Zimtgebäck täglich frisch
und von Hand her.

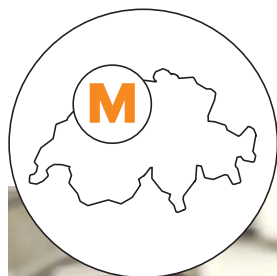
Luftig weiche Gebäcke, in verschiedenen
Formen und Variationen, gefüllt und ver-
ziert mit unterschiedlichen süssen Zutaten:
Diese nordischen Klassiker haben in den
vergangenen Jahren einen regelrechten
Boom erfahren. Besonders beliebt sind die
Zimtschnecken oder Cinnamon-Rolls.

«Zimt war lange Zeit als Geschmacksträger
nicht so präsent», sagt Philipp Simon, stell-
vertretender Leiter der Pâtisserie artisanale
in der Betriebszentrale in Münchenstein.

«Die nordischen Länder haben dieses Ge-
würz mit ihren süssen Backwaren etabliert.»

Verschiedene Füllungen je nach Saison

In der Patisserie der Migros Basel duftet es
herrlich an diesem Morgen. Simon hat so-
eben ein Blech mit 35 luftig-weichen Cinna-
mon-Rolls aus dem Ofen genommen. Der
süsse Hefeteig wurde dafür maximal gegärt,



Die Cinnamon-Rolls sind auch im Förmchen erhältlich.

«Zimt war als Geschmacksträger lange nicht so präsent. Die nordischen Länder haben dieses Gewürz etabliert.»

Philipp Simon

damit das Gebäck mehr Volumen erhält. «Wenn wir die Schnecken im grossen Blech backen, treiben sie einander gegenseitig in die Höhe», erklärt der Bäcker. Werden die einzelnen Stücke aus dem Blech gebrochen, bleiben ihre Ränder weich und luftig. Aktuell produziert die Migros Basel Schnecken mit einer klassischen Zimt-, einer Apfel-Zimt- sowie einer Praliné-Füllung. Die dritte Variante wird saisonal angepasst. Charakteristisch für die Gebäcke ist auch deren Garnitur. Noch warm aus dem Ofen verziert Simon die Schnecken mit einer Mischung aus Zuckerguss und Frischkäse. «Diese Geschmackskomponente verleiht dem Gebäck den frischen, süssen Kick.»

Tüftelei an Varianten

Die Gebäcke sind ein schönes Beispiel dafür, wie in der Migros Basel neue Angebote den Weg in die Filialen finden. Die Idee dafür kam vor rund einem Jahr aus der Pâtisserie artisanale. Simon erkannte in den luftigen Schnecken Potenzial und schlug vor, deren Einführung zu prüfen. Zusammen mit seinem Team tüftelte er an Varianten, verfeinerte sie und liess sie degustieren. «Das ist ein intensiver Prozess», sagt der stellvertretende Leiter der hauseigenen Pâtisserie. «Zu dunkel gebacken, zu zimtlastig, ein zu harter Rand, da gab es wichtige Entwicklungen.» Das Endprodukt überzeugte durch seine saftige und fluffige Art schliesslich alle Beteiligten – und ab sofort können sich

auch die Kundinnen und Kunden davon überzeugen. Die neuen «frisch & handgemacht»-Rolls gibt es in der Migros Basel in den Take-aways der Filialen Drachen-Center, Dreispitz, Claramarkt und Bahnhof SBB sowie in 18 ausgewählten Supermarktfilialen.

In Nordeuropa haben diese Backwaren Tradition, die erste Erwähnung der Zimtschnecken in Schweden geht zurück in die 1920er-Jahre. Der Siegeszug beginnt in den 50er-Jahren, als Zimt und Kardamom erschwinglich werden. In Schweden sind die Kanelbullar, wie sie auf Schwedisch heissen, derart populär, dass sie 1999 sogar einen eigenen Nationalfeiertag erhielten.

Text und Bilder: Luzia Schmid

Genossenschaftsrat

Ein nachhaltiges Sortiment fördern

Am 6. Februar traf sich der Genossenschaftsrat der Migros Basel zur 380. Sitzung und zum ersten Mal in diesem Jahr. Geschäftsleiterin Anita Weckherlin informierte die Anwesenden über die Pläne der Migros-Gruppe, sich künftig mehr auf das Kerngeschäft zu fokussieren. «Wir wollen die Nummer 1 im Schweizer Detailhandel bleiben.» Nach den Informationen aus der Geschäftsleitung wurde der Wahlvorschlag für den Genossenschaftsrat, die Delegierten und die Revisionsstelle zuhanden der Urabstimmung verabschiedet.

Zum Abschluss erklärte Thomas Paroubek, Nachhaltigkeitsverantwortlicher beim Migros-Genossenschaftsbund (MGB), in einem Referat, wie die Migros das nachhaltige Sortiment fördert. So werden alle Rohstoffe jeweils geprüft und Mindestanforderungen für die Produkte definiert. Paroubek verwies auf das Label MCheck, das aufzeigt, wie gut ein Produkt beispielsweise in Bezug auf die Klimaverträglichkeit oder das Tierwohl ist. «Die Migros genießt ein grosses Vertrauen bei der Kundschaft bezüglich ihrer Nachhaltigkeit», betonte er abschliessend.