



Kongeniales Duo: Theresa Patsch und Künstliche Intelligenz gewinnen â€žThe Artificial Krapfen Challengeâ€œ von Ströck â€œ BILD/ VIDEO

ID: LCG23053 | 21.02.2023 | Kunde: Ströck | Ressort: Chronik
Österreich | Medieninformation

Über 96.000 digitale Krapfenkunstwerke entstanden in Zusammenarbeit mit dem „KI-Krapfinator“. Aus den 15 Wochensiegern kürte nun eine Jury im Belvedere 21 die Gesamtsiegerin, die sich über Ströck-Krapfen auf Lebenszeit freuen darf.

Bilder zur Meldung in der [Mediendatenbank](#) : © leisure communications/ Christian Jobst

Video zur Meldung auf [Youtube](#)

Wien (LCG) – Dass Faschingskrapfen nicht nur Teil der Genusskultur sind, sondern auch zu innovativer Kunst inspirieren, bewies die familiengeführte Wiener Traditionsbäckerei Ströck mit der „Artificial Krapfen Challenge“. Drei Wochen lang konnten sich Krapfenfans erstmals im Umgang mit Künstlicher Intelligenz versuchen und mit dem „KI-Krapfinator“ beeindruckende Kunstwerke schaffen. Mittels einfacher Texteingabe wurde die Künstliche Intelligenz zu kreativen Meisterleistungen herausgefordert – je ausgefallener die Eingabe war, desto erstaunlicher das Ergebnis. Einzige Bedingung war, dass das Wort „Krapfen“ vorkommen musste. Der „KI-Krapfinator“ lieferte in wenigen Sekunden jeweils zwei Vorschläge, von denen eines auf thefluffykrapfenclub.com hochgeladen und der gesamten Community präsentiert werden konnte. Sie hatte die Qual der Wahl und kürte jede Woche fünf Wochensieger.

Mensch und Maschine kooperieren als Kunstschaffende

Mit Schlagworten wie „Krapfen, der eigentlich ein Meerschwein ist, welches gerade in der Wiese sitzt und isst“, „Zwei Hühner in pinken Kleidern essen Krapfen bei Sonnenuntergang“, „Krapfen spielt

Shakespeare auf großer Bühne vor Publikum“ oder „Ein Büro der 1950er. Alle kämpfen wie verrückt um den letzten Krapfen“ entstanden bemerkenswerte Kunstwerke.

Jetzt schafften es die 15 Wochensieger mit den meisten Likes aus der Community mit ihren digitalen Meisterwerken ins Museum. Im Belvedere 21 kürte eine Expertenjury das beste Kunstwerk, das aus dem Zusammenspiel menschlicher Kreativität und wegweisender Technologie entstanden ist.

„Die Diskussion über die Möglichkeiten und Risiken von Künstlicher Intelligenz wird in der gesamten Kultur- und Kreativwirtschaft derzeit intensiv geführt. ‚The Artificial Krapfen Challenge‘ ist ein kreativer und humorvoller Beitrag dazu. Für viele Krapfenfans war diese Aktion eine erste Möglichkeit, mit Künstlicher Intelligenz in Kontakt zu kommen“, so **Wolfgang Bergmann**, wirtschaftlicher Geschäftsführer des Belvedere.

„Bereits zum dritten Mal bringen wir das kulinarische Kulturgut in den digitalen Raum. Der spielerische Zugang zur innovativen Technologie hat beeindruckende Ergebnisse hervorgebracht. Sie zeigen, dass der Faschingskrapfen nicht nur ein Resultat traditioneller Backkunst ist, sondern auch seinen fixen Platz in der digitalen Kunstwelt hat. Mit ‚The Artificial Krapfen Challenge‘ macht Ströck den Krapfen auch in der digitalen Welt zum köstlichen und inspirierenden Erlebnis“, so **Philipp Ströck**, Bäckermeister. „Knapp 3.000 eingereichte Krapfen-Kunstwerke zeigen, dass der Genuss echter Krapfen sehr inspirierend ist und die Kreativität anregt!“

Ein Krapfen isst einen Krapfen

Als Gewinnerin geht **Theresa Patsch** hervor. Mit dem Satz „Ein Karpfen isst einen Krapfen“ gestaltete der „KI-Krapfinator“ ein außergewöhnliches Kunstwerk mitsamt witzreichem Wortspiel.

Patsch darf sich nicht nur über köstliche Ströck-Krapfen auf Lebenszeit freuen. Ihr Kunstwerk wird auch auf großflächigen Werbeflächen der Gewista im öffentlichen Raum zu sehen sein.

„Der Einsatz von Artificial Intelligence gewinnt stetig an Einfluss im Schaffen und Wirken von Künstlerinnen und Künstlern. Mit dem Wettbewerb unterstützt Ströck die sich in ständigem Wandel befindliche Welt der Kunst und bereitet den Weg für moderne Werke – die in Zukunft höchst relevante Zusammenarbeit von Mensch und Maschine symbolisierend“, so Gewinnerin **Theresa Patsch** .

„Out of Home wird immer digitaler und ist immer Teil einer guten Kampagnenplanung. Deshalb freut es uns ganz besonders, dass Ströck mit ‚The Artificial Krapfen Challenge‘ einmal mehr einen guten Geschmack im Marketing-Mix beweist und die beliebtesten Werke auf unseren neuen und reichweitenstarken Premium Screens an Top-Standorten präsentiert“, meint **Andrea Groh**, Chief Sales Officer der Gewista.

Kultur-, Kommunikations-und Digitalexperten kürten die beste Krapfenkunst

Der Jury unter der Leitung von Belvedere-Geschäftsführer **Wolfgang Bergmann** gehörten unter anderem an: **Caroline Ströck** und **Irene Ströck** , **Andrea Groh** (Gewista) , **Stephan Kugler** , **Sebastian Kainz** und **Susanne Safer-Maricic** (Ogilvy) , **Daniel Paul Wallner** und **Patrick Breynck** (Belvedere) , **Andrea Unger-Posch** und **Lukas Kraetschmer** (Ströck) sowie **Evin Atas** und **Helena Zacher** (leisure communications) .

Technische Pionierleistung aus Österreich

Hinter dem „KI-Krapfinator“ stecken die bildgenerierende Künstliche Intelligenz DALL-E 2 sowie Stable Diffusion, die erstmals deutsch sprechen. Mittels komplexer Schnittstellen macht es die Agentur Katzlberger Consulting unter der Leitung der Werbeagentur Ogilvy möglich, die Texte auf Deutsch einzugeben. Sie werden in Echtzeit im „KI-Krapfinator“ auf Englisch übersetzt und an die KIs übertragen. Ströck ist das erste Unternehmen, das die bildgenerierende KI im Rahmen einer Initiative professionell einsetzt.

Alle Krapfenkunstwerke sind in der digitalen Galerie auf thefluffykrapfenclub.com ausgestellt und regen auch nach der Faschingszeit den Appetit auf köstliche Backkunst an.

Über Ströck

Das Familienunternehmen mit zwei Produktionsstandorten in Wien Donaustadt wurde 1970 gegründet, umfasst bereits 75 Filialen in Wien und Umgebung und beschäftigt über 1.550 Mitarbeiter. Mit 40 Lehrlingen investiert das Unternehmen in die Ausbildung der nächsten Generation. Brot und Gebäck ohne Zusatzstoffe, lange Teigreife und ein breites veganes und vegetarisches Sortiment mit Heißgetränken in Bio-FAIRTRADE-Qualität überzeugen die Kunden Tag für Tag. Der Bioanteil des verwendeten Mehls liegt bereits bei 70 Prozent, das Getreide stammt zu 100 Prozent aus Österreich. Die Restaurants „Ströck-Feierabend“ servieren Speisen rund ums Brot und setzen auf regionale und saisonale Zutaten; viele davon werden im eigenen Garten in Aspern geerntet. Die drei „Ströck-Feierabend-Bäckereien“ befinden sich auf der Landstraßer Hauptstraße und in der Rotenturmstraße und Burggasse. Weitere Informationen auf feierabend.stroeck.at und stroeck.at

+++ BILDMATERIAL +++

Das Bildmaterial steht zur honorarfreien Veröffentlichung im Rahmen der redaktionellen Berichterstattung zur Verfügung. Weiteres Bild- und Informationsmaterial im Pressebereich auf leisure.at (Schluss)

