



Ganz Wien sucht Karl den Krapfen â€“ BILD/ VIDEO

ID: LCG26015 | 30.01.2026 | Kunde: Ströck | Ressort: Chronik
Österreich | Medieninformation

Vielfach ausgezeichnet sind die Krapfen von Ströck. Jetzt ist die Wiener Traditionsbäckerei der Fill-Good-Manager abhandengekommen. Die Suche hat begonnen und der Finderlohn ist ausgeschrieben.

Bilder zur Meldung in der [Mediendatenbank](#)

Wien (LCG) – Seit 16. Jänner 2026 ist die familiengeführte Wiener Traditionsbäckerei in heller Aufregung: Mitten in der Faschingszeit und damit der Hochsaison für das kulinarische Kulturgut ist Fill-Good-Manager **Karl** aus der Backstube verschwunden. Nicht nur aufgrund des hohen Arbeitsaufwands beim vielfach ausgezeichneten Krapfenbäcker vermissen die rfast 1.600 Ströck-Mitarbeiter ihren flaumigen Kollegen **Karl**. „Man muss ihn einfach lieben; **Karl** hat ein Herz aus Marmelade“, trauert etwa Entwicklungsbäcker **Pierre Reboul** seinem langjährigen Wegbegleiter nach. Seit Jahren sorgt der digitale Fill-Good-Manager nicht nur für gute Laune im Ströck-Team, sondern hat auch ein wachsames Auge auf die perfekte Füllung von jedem einzelnen Krapfen, der in der Saison alljährlich die Backstube verlässt und für freudvollen Genuss sorgt. Seinen Abschied kommentierte **Karl** nur mit einer knappen Botschaft, auf der neben etwas Marillenmarmelade nur „Ich bin dann mal weg.“ zu lesen war. Die Reaktion vieler Ströck-Kollegen war klar: **Karl** wurde in letzter Zeit trotz seiner Höchstleistungen viel zu wenig Liebe und Empathie entgegengebracht.

Krapfenliebe soll Karl zurückholen

Gemeinsam mit den Wienern möchte Ströck echte Krapfenliebe zeigen und den flaumigen Freund spätestens bis Faschingsdienstag, am 17.

Februar 2026, wieder zurückholen. Bei der digitalen Schnitzeljagd ist das Publikum eingeladen, **Karl** mit Reimen und Gedichten Zuneigung zu zeigen und den entlaufenen Krapfen mit emotionalen Botschaften wieder zurückzuholen.

Seit seinem Verschwinden taucht Karl regelmäßig in sozialen Medien auf. Die gute Nachricht ist, dass er nicht sehr weit weg ist und eigenständig die Schönheiten Wiens entdeckt. So wurde er beispielsweise am 19. Jänner 2026 im Wiener Riesenrad gesehen und legte am 22. Jänner 2026 eine gute Figur beim Eislaufen hin. Die letzte Sichtung erfolgt am 26. Jänner 2026 im Tiergarten Schönbrunn, wo er eine aufregende Begegnung mit einer Giraffe hatte. Seither ging die Spur des flaumigen Krapfens verloren und die Sorge unter seinen Kollegen steigt.

Hinweise auf den Verbleib von **Karl** sind auf [stroeck.at/ karl](https://stroeck.at/karl) erbeten und werden mit Gutscheinen für Attraktionen und Shopping sowie süßen Überraschungen von Ströck belohnt. Der Hinweis, der **Karl** zurück zu seiner Bäckereifamilie bringt, wird sogar mit „Krapfen ein Leben lang“ belohnt – einem Karton Krapfen in jedem Fasching.

Sachdienliche Hinweise zur liebevollen Rückholung von **Karl** gibt es regelmäßig auf [stroeck.at/ karl](https://stroeck.at/karl), im Newsletter der Bäckerei, auf [Instagram](#) sowie [Facebook](#).

Künstliche Intelligenz trifft auf Schwarmintelligenz

Alljährlich setzt Ströck ein kommunikatives Highlight rund um den vielfach prämierten Krapfen, der als Flaggschiffprodukt der familiengeführten Wiener Traditionsbäckerei gilt. In der Vergangenheit wurde unter anderem bereits ein eigenes Emoji gemeinsam mit zehntausenden Unterstützern gefordert, um dem kulinarischen Kulturgut eine digitale Referenz zu erweisen. Letztes Jahr feierte Ströck seinen Star aus der Backstube mit einem viel beachteten Kunstprojekt, an dem sich namhafte Kuntschaffende beteiligten und das Stadtbild über mehrere Wochen hinweg prägte.

Mit der diesjährigen Krapfenkampagne betritt Ströck digitales Neuland und setzt auf die Kreativität seiner Mitarbeiter und die Expertise von KI-Experte **Michael Katzlberger** von **Artificial Creativity**, der **Karl** zum Leben erweckt und seine Erlebnisse in Wien mit digitalem Staubzucker gestaltet. Das Storytelling stammt aus dem Ströck-Marketingteam und ist das geschmackvolle Resultat einer abteilungsübergreifenden Inhouse-Kampagne. Auch wenn die Inhalte durch künstliche Intelligenz computergeneriert sind, sind es am Ende die Menschen dahinter, die alles mit Herz füllen und es besonders machen.

„In der Faschingszeit erreicht die Leidenschaft der Krapfen-Community ihren Höhepunkt. Mit Augenzwinkern involviert die Suche nach **Karl** Genussfans und zeigt, wie viel Liebe in jedem Ströck-Krapfen steckt. Sie ist auch ein Beweis dafür, dass perfekte Krapfen ausgezeichnete Teamarbeit mit einer Prise Staubzucker ist – dies bestätigen echte Kolleginnen und Kollegen aus allen Unternehmensbereichen, die gemeinsam **Karl** vermissen. Mit Charme und künstlicher Intelligenz bringt die kollektive Suche nach dem Fill-Good-Manager die Community enger zusammen und überrascht immer wieder mit herzerwärmenden Sichtungen des Krapfens, die für gute Nachrichten in digitalen Medien sorgen“, fasst Ströck-Kommunikationsverantwortliche **Andrea Unger-Posch** zusammen.

Über Ströck

Das Familienunternehmen mit zwei Produktionsstandorten in Wien Donaustadt wurde 1970 gegründet, umfasst bereits 80 Filialen in Wien und Umgebung und beschäftigt fast 1.600 Mitarbeiter. Mit 44 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)

