

## #Krapfengate: Österreich will ein echtes Krapfen-Emoji

Utl.: Österreichs süßes „Kulturgut“ wird mit Donut verwechselt.  
Stimmen der Bevölkerung sollen Antrag bei Unicode-Konsortium  
für richtiges Krapfen-Emoji unterstützen. =

Wien (OTS/LCG) - Ein Krapfen ist kein Donut! Croissants, Glückskekse und sogar der anglosächsische „Apple Pie“ besitzen ein eigenes Emoji. Auch die bayerische Brezen und das französische Baguette werden visualisiert. Krapfen dagegen werden mit Donuts über den Kamm geschoren. Ein Missstand, den der Wiener Traditionsbäcker Philipp Ströck kürzlich irritiert feststellen musste, als er über sein Smartphone eine Nachricht zum Start der Krapfensaison an sein Team senden wollte. Wird das Wort „Krapfen“ eingetippt, schlägt das Smartphone jedoch ein Donut-Emoji vor.

„Wir feiern heuer unser 50-jähriges Jubiläum. Seit jeher gehört der Krapfen zu den beliebtesten Produkten in unserem Sortiment. Und dann das! Diese falsche Darstellung tut dem Bäckerherz und den Millionen Krapfen-Fans weh. Nicht nur, dass der Krapfen dem Donut in sämtlichen Belangen überlegen ist und einen fixen Platz in der alpenländischen Küche hat; hier wird ein klarer Fake-Fact serviert! Denn ein Krapfen ist kein Donut!“, zeigt sich Ströck entsetzt.

Zwtl.: #Krapfengate: Dem Krapfen sein eigenes Emoji

Über 100 Millionen Krapfen (Stand: 2005) werden laut Agrarmarkt Austria (AMA) jährlich in Österreich verspeist. Mit einem durchschnittlichen Durchmesser von neun Zentimetern ergeben die Krapfen aneinander gereiht die Strecke von Wien nach Tokio (9.127 Kilometer). 50 Prozent der rot-weiß-roten Krapfen werden in der Faschingszeit genossen. Der statistische Durchschnittskonsum an Krapfen pro Österreicher liegt bei 12,5 Stück im Jahr. Krapfen haben also einen wichtigen Stellenwert bei den Österreichern. Sie sind das Symbol der Faschingszeit schlechthin und stehen für die fröhlichste Zeit des Jahres, in der nicht alles ganz so ernst genommen werden muss.

„Krapfen haben nicht nur in Österreich zur Faschingszeit einen wichtigen Stellenwert, sondern auch in Teilen Deutschlands und der Schweiz. Das gab mir den Anlass, wichtige Aufklärungsarbeit für ein

symbolträchtiges Kulturgut zu leisten“, zeigt sich der Impulsgeber der Initiative motiviert.

Gemeinsam soll nun dem „Skandal“ um das süße Kulturgut ein Ende gesetzt werden. Mit starken Stimmen aus der Bevölkerung wird der Antrag beim US-amerikanischen Unicode-Konsortium vorgelegt werden, um endlich auf die Smartphones zu bringen, was Feinschmeckern schon lange fehlt. Das Konsortium entscheidet unter anderem aufgrund der Relevanz, ob ein neues Emoji in die Kollektion aufgenommen wird.

Bis dahin gibt es zur Überbrückung einen eigenen Krapfen-Sticker für Smartphones zum Download, um zu zeigen, dass der Krapfen auch in der digitalen Welt zum Fasching gehört. Krapfen-Fans können sich unter [<https://www.krapfengate.at>] (<https://www.krapfengate.at>) mit ihrer Stimme beteiligen, um den Fake-Fact rund um das Donut-Emoji aufzuklären und dem Krapfen endlich sein eigenes Emoji zu verschaffen.

Zwtl.: Über Ströck

Das Familienunternehmen mit zwei Produktionsstandorten in Wien Donaustadt wurde 1970 gegründet, umfasst bereits 74 Filialen in Wien und Umgebung und beschäftigt über 1.600 Mitarbeiter. Mit 80 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 50 Prozent, das Getreide stammt zu 100 Prozent aus Österreich. Das Restaurant „Ströck Feierabend“ im dritten Wiener Gemeindebezirk serviert Speisen rund ums Brot und setzt auf regionale und saisonale Zutaten; viele davon werden im eigenen Garten in Aspern geerntet.

Krapfen sind das ganze Jahr über fixer Bestandteil im Angebot und in den Herzen der Wiener fest verankert. Die Marillenmarmelade für die Krapfen kommt direkt aus der „GenussRegion Kittseer Marille“ im Burgenland, dem Herkunftsort der Familie Ströck. Mit 55 Prozent Fruchtanteil in der Marmelade schmeckt der Krapfen genauso, wie er soll: fruchtig und nicht zu süß. Weitere Informationen auf [<https://stroeck.at>] (<https://stroeck.at>).

~

Rückfragehinweis:

leisure communications  
Marlies Brenn  
Tel.: +43 664 8563003  
mailto:mbrenn@leisure.at  
<https://www.leisure.at/presse>

~

Digitale Pressemappe: <http://www.ots.at/pressemappe/615/aom>

\*\*\* OTS-ORIGINALTEXT PRESSEAUSSENDUNG UNTER AUSSCHLIESSLICHER  
INHALTLICHER VERANTWORTUNG DES AUSENDERS - WWW.OTS.AT \*\*\*

OTS0006 2020-02-02/09:00

020900 Feb 20

Link zur Aussendung:

[https://www.ots.at/presseaussendung/OTS\\_20200202\\_OTS0006](https://www.ots.at/presseaussendung/OTS_20200202_OTS0006)