

ABGESPEIST

Denn Etiketten lügen wie gedruckt

Wer lügt am dreistesten?



foodwatch verleiht zum ersten Mal den **Goldenen Windbeutel** für die dreisteste Werbelüge.

Der Preisträger wird vom:
19.02.09 – 19.03.09 im Internet
unter www.abgespeist.de gewählt.

STIMMEN SIE AB!
www.abgespeist.de

Die foodwatch-Kampagne „abgespeist“ zeigt, wie die Lebensmittelindustrie systematisch Verbraucher täuscht. Tagtäglich werden wir mit kleinen Schwindeleien, größeren Lügen und einer endlosen Reihe von Tricks verwirrt und in die Irre geführt. Überzuckerte Frühstücksflocken werden als „Fitmacher“ verkauft, die teuerste Premium-Konfitüre unterscheidet sich kaum von der billigsten. Wenn

Etiketten nicht ehrlich sind, wissen wir nicht, was wir eigentlich kaufen und können nicht selbst bestimmen, was wir essen.

Mit der Wahl ruft foodwatch Verbraucher auf, sich aktiv gegen Irreführung und Täuschung zur Wehr zu setzen und direkt bei der Lebensmittelindustrie gegen Etikettenschwindel zu protestieren.

ABGESPEIST

Denn Etiketten lügen wie gedruckt

Wer lügt am dreistesten?



foodwatch verleiht zum ersten Mal den **Goldenen Windbeutel** für die dreisteste Werbelüge.

Der Preisträger wird vom:
19.02.09 – 19.03.09 im Internet
unter www.abgespeist.de gewählt.

STIMMEN SIE AB!
www.abgespeist.de

Die foodwatch-Kampagne „abgespeist“ zeigt, wie die Lebensmittelindustrie systematisch Verbraucher täuscht. Tagtäglich werden wir mit kleinen Schwindeleien, größeren Lügen und einer endlosen Reihe von Tricks verwirrt und in die Irre geführt. Überzuckerte Frühstücksflocken werden als „Fitmacher“ verkauft, die teuerste Premium-Konfitüre unterscheidet sich kaum von der billigsten. Wenn

Etiketten nicht ehrlich sind, wissen wir nicht, was wir eigentlich kaufen und können nicht selbst bestimmen, was wir essen.

Mit der Wahl ruft foodwatch Verbraucher auf, sich aktiv gegen Irreführung und Täuschung zur Wehr zu setzen und direkt bei der Lebensmittelindustrie gegen Etikettenschwindel zu protestieren.