

ABGESPEIST



Denn Etiketten lügen wie gedruckt

Wer verdient den Goldenen Windbeutel?

Im Angebot:



Außen bio,
innen
Schwindel

Beo Heimat
von Carlsberg

Der Gelbe
Zitrone-Physalis
von Pfanner



Physalis
drauf, aber
nicht drin

Duett
Champignon
Creme-Suppe
von Escoffier



Schuhbecks
Dosen-
suppen-
schwindel



Bertolli
Gegrilltes Gemüse
von Unilever

Die
"verbesserte
Rezeptur"-
Lüge

Monte Drink
von Zott



Getarnte
Zucker-
bombe

STIMMEN SIE AB!
www.abgespeist.de

foodwatch verleiht zum 2. Mal den Goldenen Windbeutel für die dreiste Werbelüge. Der Preisträger wird vom 22.03. - 22.04.10 im Internet unter www.abgespeist.de gewählt.

Die foodwatch-Kampagne „abgespeist“ zeigt anhand von ganz konkreten Beispielen aus dem Supermarkt, wie die Lebensmittelindustrie Verbraucher mit kleinen Schwindeleien, großen Lügen und gewieften Tricks systematisch täuscht. Und übt gemeinsam mit Verbrauchern Druck auf die Lebensmittelindustrie aus, damit diese ihre irreführenden

Werbepraktiken stoppt. Denn erst wenn Etiketten ehrlich sind, wissen wir wirklich, was wir kaufen. Solange nicht drauf steht, was drin ist und nicht drin ist, was draufsteht, können wir nicht selbst bestimmen, was wir essen. Und wie unser Essen hergestellt werden soll.

foodwatch®

ABGESPEIST



Denn Etiketten lügen wie gedruckt

Wer verdient den Goldenen Windbeutel?

Im Angebot:



Außen bio,
innen
Schwindel

Beo Heimat
von Carlsberg

Der Gelbe
Zitrone-Physalis
von Pfanner



Physalis
drauf, aber
nicht drin

Duett
Champignon
Creme-Suppe
von Escoffier



Schuhbecks
Dosen-
suppen-
schwindel



Bertolli
Gegrilltes Gemüse
von Unilever

Die
"verbesserte
Rezeptur"-
Lüge

Monte Drink
von Zott



Getarnte
Zucker-
bombe

STIMMEN SIE AB!
www.abgespeist.de

foodwatch verleiht zum 2. Mal den Goldenen Windbeutel für die dreiste Werbelüge. Der Preisträger wird vom 22.03. - 22.04.10 im Internet unter www.abgespeist.de gewählt.

Die foodwatch-Kampagne „abgespeist“ zeigt anhand von ganz konkreten Beispielen aus dem Supermarkt, wie die Lebensmittelindustrie Verbraucher mit kleinen Schwindeleien, großen Lügen und gewieften Tricks systematisch täuscht. Und übt gemeinsam mit Verbrauchern Druck auf die Lebensmittelindustrie aus, damit diese ihre irreführenden

Werbepraktiken stoppt. Denn erst wenn Etiketten ehrlich sind, wissen wir wirklich, was wir kaufen. Solange nicht drauf steht, was drin ist und nicht drin ist, was draufsteht, können wir nicht selbst bestimmen, was wir essen. Und wie unser Essen hergestellt werden soll.

foodwatch®