



Der „Pegida-Schokoladen-Skandal“



Kurz vor der

Fußball-EM brachte die Firma Ferrero, die seit Jahrzehnten mit bewusst falscher Werbung ihre Kinderdickmacher als besonders gesundheitsfördernd anpreisen darf, eine Sonderedition der „Kinderschokolade“ heraus. Auf den Verpackungen sind Kinderbilder der Spieler der deutschen Mannschaft zu sehen. Da Deutschlands „wahres Gesicht“ [laut Focus](#) aus Migranten besteht, sind auch entsprechend die abgebildeten Kinder unserem neuerdings „südländisch“ bevölkerten Straßenbild gleich.

Auf der Facebookseite von [Pegida BW-Bodensee](#), die kein offizieller Ableger Pegidas ist, sondern den Namen widerrechtlich nutzt, hat jemand diese Kampagne aufgegriffen und seine Meinung dazu gepostet. Daraus entstand unmittelbar darauf eine wahnwitzige „Berichterstattung“ der Lynchpresse (z.B. [BILD](#), [ZEIT](#) und [Südkurier](#)), die an Lächerlichkeit und aufgeblasener Dramatik nichts zu wünschen übrig lässt.

Lutz Bachmann hat nun auf der [Facebook-Seite von Pegida Dresden](#) ein Statement dazu abgegeben:



Ich bin so glücklich, dass es in unserem Land und offensichtlich auf der Welt keine anderen Probleme gibt (61 Presseanfragen zu dem Unsinn), als einen dümmlichen Post bei Facebook über eine ungesunde, fett machende Schokolade und deren nun einzig durch den angeblichen „Pegida-Schokoladen-Skandal“ erfolgreiche PR-Aktion!

Bleibt zu hoffen, dass der Süßwarengigant die ersparten Werbekosten und einen Teil des Mehrgewinns durch den Missbrauch des Namens PEGIDA wenigstens an ein gemeinnütziges Projekt spendet! Eventuell mal an deutsche Kindervereine oder so?

Im Übrigen wird es keine weiteren Statements zu diesem Quatsch geben. Eine Sondersendung auf RTL fehlt noch... Ferrero zahlt sicher gut und die Ablenkung von Themen wie #TTIP? #DirekteDemokratie?, #ErdoganDeal?, usw ist perfekt gelungen!

*#Ferrero? #Kinderschokolade? #PRmitPegida?
#FettAberGlücklichMitFerrero?*

Bachmann hat Recht: Anstatt sich über die Meinung einer Person zu einer Schokoladenpackung zu ereifern und das offensichtlich ohne jede Recherche PEGIDA anzudichten, täte die Lückenpresse gut daran, die fiesen Werbestrategien der Firma Ferrero zu hinterfragen und nicht deren Geschäft durch diese

durchsichtige Skandalisierung auch noch zu befeuern.