

waren die Verkäufe um 3 Prozent gestiegen. Insbesondere fürs Essen wurde mehr ausgegeben: plus 13,5 Prozent.

## Fehlstart für den neuen Roche-Chef

**BASEL** - Kurz nach der Stabübergabe von Franz Humer an Severin Schwan muss der Pharmakonzern Roche einen Umsatzrückgang bekannt geben. Im ersten Quartal sanken die Verkäufe um 4 Prozent auf 10,9 Mrd. Franken. Hauptgrund: Verkaufsrückgang beim Vogelgrippe-Medi Tamiflu.

## Börse & Devisen

<b>SMI</b>	7173.6 (-1.1%)	↘
<b>DOW JONES</b>	12 620.2 (0%)	-
<b>CHF/EURO</b>	1.599	-
<b>CHF/USD</b>	1.006	↗
<b>GOLD</b>	30377 Fr./kg	↗
<b>SILBER</b>	590.5 Fr./kg	↘

## Zahl des Tages



# 1605

So oft warnte 2007 die EU vor Produkten, 53 Prozent mehr als 2006. Am meisten Ärger machte Spielzeug aus China.



**200 000 Gratis-Bälle**  
Der Vorwurf ist nicht entkräftet: Haben Kinderhände in Pakistan an diesen Bällen mitgenäht?

Foto: Paolo Foschini

# CS ist ins offene Messer gelaufen

Gratis-Bälle aus Kinderhand: War die Credit Suisse zu gutgläubig?

**D**er Run auf die 200 000 Gratis-Fussbälle der Credit Suisse hält unvermindert an. Obwohl «10 vor 10» berichtet hat, die Bälle seien teils von Kindern im Norden Pakistans zusammengenäht worden. Ein happiger Vorwurf.

Der Auftrag der CS ging an die auf Promo-Artikel spezialisierte Firma Adcom. Diese liess die Bälle im pakistanischen Sialkot produzieren – von der Firma Sunflex. Diese und Adcom haben der CS mehrfach schriftlich bestätigt, keine Kinder zu beschäftigen. Vor Ort gecheckt wurden die Auflagen von Adcom und zusätzlich vom anerkannten Prüfkonzern Intertek aus London. BLICK und SonntagsBlick sind Medienpartner der Ball-Aktion, die auch vom Schweizerischen Fussballverband mitgetragen wird.

Die «10 vor 10»-Vorwürfe haben weder Adcom noch die CS bislang

entkräftet. Nach wie vor gilt: «Die Credit Suisse nimmt die Hinweise sehr ernst. Wir verifizieren sie zusammen mit unserem Auftragnehmer», sagt Sprecher Matthias Friedli. Abgeklärt wird etwa, ob Sunflex Näharbeiten weiter ausgelagert hat. Adcom will sich nicht äussern, versteckt sich hinter der CS.

## Vergebene Chance

Den jetzigen Ärger und Imageschaden hätte sich die Bank leicht ersparen können – hätte sie fair gehandelte Bälle bestellt. Laut Fairtrade-Experte Tobias Meier von Helvetas sind diese im Einkauf knapp dreimal so teuer wie normale Bälle. Dafür hätte die CS garantiert kein Ärger mit Kinderarbeit, könnte sich gar als Wohltäterin von Tieflohnarbeitern in Pakistan feiern lassen.

Doch die Bank ist in ein offenes Messer gelaufen. Dass Kinderarbeit in der Billigball-Produktion ein ungelöstes Thema ist, hätte sie wissen müssen. Promo-Artikel-Experte Marcel Spiess: «Das ist das Problem: Die Kunden wählen nur den günstigsten Anbieter.» ■ **Marcel Speiser**