

Mere løn og druk hos Carlsbergs beer girls

■ Carlsbergs beer girls har fået et markant lønløft, men det er mest bonus.

■ Til gengæld er bryggeriets kvinder oftere fulde, mens de er på arbejde.

SØREN KRAGBALLE

soeren.kragballe@jip.dk

Carlsbergs beer girls i Cambodja er både lønførende og drukførende.

Bryggeriet fremhæver gang på gang, at ølsalget i Cambodja er i kraftig vækst. Det skyldes ikke mindst indsatsen fra de såkaldte beer girls. De arbejder helt ude i frontlinjen på udendørs restauranter og karaokebarer

med at lokke de mandlige kunder til at vælge Carlsbergs mærker frem for konkurrenternes. Men det er et hårdt og farligt arbejde.

Og indsatsen har sin pris: Carlsbergs piger drikker alt for meget, når de er på arbejde. 60 pct. svarer, at de indimellem (sometimes) er berusede, mens de arbejder. Det sidste er en markant højere andel end hos de øvrige store bryggerier, viser den seneste rapport fra Indochina Research for 2011, som netop er blevet offentliggjort.

Til gengæld tjener Carlsbergs beer girls i gennemsnit 50 pct. mere om måneden end de øvrige firmaers. Men den udbredte druk kan hængesammen med det lønsystem, som Carlsbergs piger

arbejder under. Langt størstedelen er bonus, og det strider faktisk mod BSIC's etiske kodeks om at dæmpe provisionen og hæve basislønnen.

Bonus er rigtigt

»Jeg synes ikke, at det er forkert at sammensætte lønnen, så en del er kommission. Beer Promoters (beer girls, red.) er sælgere, og en stor del af lønnen baseres på bonus. Det er ikke sikkert, at den nuværende fordeling mellem basis- og bonusløn er den optimale. Det er blandt andet det, vi skal bruge rapporten til. Efter lønforhandlingerne sidste år har vi i 2012 hævet basislønnen betydeligt,« siger senior vice president Anne-Marie Skov, der er ansvarlig for Carlsberg Gruppens kommu-

nikation, herunder også CSR.

Indochina Research er hyret af sammenslutningen Beer Selling Industry Cambodia, BSIC, der består af de fire største bryggerier på det cambodjanske marked, til at kontrollere, om bryggerierne lever op til deres eget etiske kodeks. BSIC er oprettet efter massiv international kritik af arbejdsforholdene for Cambodjas beer girls.

Carlsberg er tidligere blevet anklaget af NGO'er i Cambodja for at lønne sine beer girls for ringe. Men den seneste opgørelse viser, at Carlsberg er klart lønførende. Ifølge rapporten tjener en beer girl hos Carlsberg i gennemsnit knap 146 dollars om måneden (860 kr.). De tre øvrige i BSIC betaler mellem 87

og 98 dollar.

Til gengæld har Carlsberg den laveste basisløn på blot 58 dollars, hvor de øvrige bryggerier ligger mellem 61 og 68 dollars.

Klar forbedring

Når man som mand går i byen i Cambodja, kommer beer girls fra forskellige bryggerier hen til bordet, hvorefter manden vælger sin øl i form af den beer girl, som optræder i bryggeriets uniform. Ofte sætter pigen sig sammen med kunderne og drikker med dem, selv om det strider mod det etiske kodeks. Men for en provisionslønnen er det svært at lade være.

»Der er ting, vi stadigvæk kan forbedre, og det er vi klar over. Men jeg synes, at de se-

neste års rapporter viser, at det går i den rigtige retning. Lønnen bliver bedre, den seksuelle chikane bliver mindre, og kvindernes bevidsthed om deres rettigheder er stærkt stigende,« siger Anne-Marie Skov.

De fleste NGO'er, som bryggerierne samarbejder med, har da også stor ros til overs for indsatsen og mener, at der har været betydelig fremgang at spore siden oprettelsen af BSIC i 2006.

Tidligere var vold og sex hverdag for beer girls.

Den side af arbejdet er blevet nemmere, men 45 pct. af alle beer girls oplever stadig seksuel chikane "flere gange om måneden", viser undersøgelsen.

FAKTA

Beer girls

- Beer girls er klædt i uniformer, der svarer til det bryggeri, de arbejder for.
- En typisk kunde i en beer garden i Cambodja bliver mødt af beer girls fra flere bryggerier, hvorefter han vælger sin øl/beer girl.
- Der er omkring 5.000 beer girls i Cambodja.
- Det har været nødvendigt at sikre kvinderne med kørsel til og fra deres hjem for at beskytte dem mod overfald.
- Cambodja er et mandsdomineret samfund, hvor kvinder og børn er underlagt manden.
- De store bryggerier indførte i 2006 deres eget etiske kodeks med overvågning.



Carlsbergs partner i Cambodja, Cambrew, blev sidste år ramt af en længerevarende strejke blandt bryggeriets beer girls. Arkivfoto

NYHEDSBAGGRUND

Den perfekte sag for en NGO rammer Carlsberg hårdt

■ Cambodja er et lille land målt i Carlsberg-salg.

■ Men problemerne med de såkaldte beer girls har alle ingredienserne til at blive en taber-sag, hvis den håndteres dårligt.

SØREN KRAGBALLE



soeren.kragballe@jip.dk

1 Er Carlsberg fri af problemerne med sine beer girls i Cambodja?

Man er godt på vej til at få demonteret den tikkende bombe, der hele tiden har ligget, med vold, voldtægter og generel seksuel chikane af nogle af bryggeriets medarbejdere i et meget fattigt land. Men der er stadig lang vej, før man kan lave den ultimative test på, om problemerne er løst. Det sker, den dag bryggeriets direktør kan sige, at arbejdsforholdene er så gode, at han i princippet godt kunne lade sin egen datter arbejde der på lige fod med i Fredericia eller Valby.

2 Hvorfor er det så stort et problem i Cambodja med beer girls?

Det er en relativ ny foreteelse i landet. Mange unge kvinder bliver beer girls af nød og ikke af lyst. Og rigtig mange mandlige kunder ser dem som potentielle prostituerede, og de skal stå model til mange verbale nedrigheder. Derfor er der også en relativ stor udskiftning i beer girls – det er sjældent et arbejde, man er stolt af.

3 Er den store opmærksomhed på disse kvinder ikke overdrevet?

Hvis man er i tvivl, kan man

prøve at google "beer girls". Så vil det vælte frem med artikler og hjemmesider om, hvor forfærdeligt kvinderne havde det i 1990'erne og begyndelsen af det nye årtusind.

Der var en stor overdødelighed blandt beer girls på grund af hiv/aids. En hivsmitte, de ofte havde fået på grund af voldtægt eller druksex. Og så elsker rigtig mange NGO'er sagen om "undertrykte kvinder versus multinationale ølgigantter".

4 Hvorfor skal de drikke med kunderne?

Det er også noget specielt

for Cambodja. Mange kunder forventer at få kvindeligt selskab, når de vælger ølmærke. Ifølge NGO'er skal mange af kvinderne/pigerne forsørge en hel familie, så de er stærkt afhængige af deres bonus. Og de øl, de selv drikker, er med til at øge bonusbetalingen.

5 Er kvinderne ved at få en større forståelse af deres eget værd?

Det er der noget, der tyder på. Flere beer girls er ved at finde ud af, at de er nødt til at organisere sig i frie fagforeninger. Carlsbergs partner i landet, Cambrew, blev sidste

år ramt af en længerevarende strejke.

6 Hvor er Carlsbergs største udfordringer på CSR-fronten?

Cambodja er nr. 1. Derefter den stigende fokus på unges weekend-druk i Storbritannien. Og generelt er øl hele tiden til debat. Derfor vil man se en imagekampagne for øl fra alle de store bryggerier. Den skal gøre øl lige så "sund" som vin.