

Heineken is inhumain met biermeisjes in Cambodja

Als het brouwer Heineken lukt om APB uit Singapore over te nemen, controleert de multinational zo'n 50 procent van de biermarkt in Cambodja. Het Deense Carlsberg is daar een goede tweede, met 35 procent.

Wat helaas het nieuws niet haalt, is het inhumane gedrag van Heineken in Cambodja, rond de zogenoemde biermeisjes – vrouwen die in het uitgaanscircuit bier aan de man brengen. Op 23 augustus jongstleden publiceerde Somo, een Nederlandse onderzoeksorganisatie van multinationale ondernemingen, een rapport over deze biermeisjes. De conclusies zijn – wederom! – niet mis. De 'promotied medewerkers' krijgen een loon dat ver onder het leefbaar minimum ligt. Ze hebben veel te maken met seksuele intimidatie op de werkvloer. Richtlijnen die alcoholconsumptie door hen aan banden moeten leggen worden niet nageleefd – elk verkocht pilsje is er per slot één. Als ze ziek worden, door hun werk, geven de brouwerijen niet thuis.

Vorig jaar brak er een staking uit, die uiteindelijk heeft geresulteerd in een financiële compensatie. Heineken ontsloeg daarop de grote meerderheid van de medewerkers. Ook dat scheelt op de balans.

Geconfronteerd met recente cijfers door de Phnom Penh Post, heeft Carlsberg deze week publiekelijk beterschap beloofd. Het gaat met de Deense vakbond samenwerken om de werkomstandigheden in Cambodja te verbeteren. Je zou hopen dat Heineken ook eens op een andere plek dan de economiepagina met zulk (positief) nieuws verschijnt.

ROEL IDEMA
Maastricht

erwets