

NGO: Bryggerier betaler sulteløn til deres ølpiger

SiRCHESEI, der er en anerkendt NGO-organisation i Cambodja , frygter, at ølindustriens rapport bygger på for få data.

Af SØREN KRAGBALLE

En af de største kritikere af ølindustriens opførsel i Cambodja er den canadiske professor Ian Lubek fra NGOorganisationen SiRCHESEI.

Han finder det stærkt kritisabelt, at industrien ikke vil offentliggøre hele revisionsrapporten og har stillet kritiske spørgsmål om dens uafhængighed.

»Jeg forstår ikke, hvorfor det ikke er muligt at kigge bryggerierne efter i sømmene, så vi kan se, hvad der er blevet undersøgt og hvordan. I stedet er der kun offentliggjort en to siders pressemeddelelse. Vi har tilbudt dem, at de kan se vores baggrundsspørgsmål, og at vi kan sammenligne data,« siger Ian Lubek.

SiRCHESEI har i snart 10 år indsamlet data om beer girls og deres arbejdsforhold.

For lidt kontrol

Ian Lubek kritiserer bl.a. revisionsrapporten, som er udarbejdet af det uafhængige institut CAS i Cambodja , for f.eks. ikke at forholde sig til, hvor meget alkohol, den enkelte beer girl drikker, mens hun er på arbejde.

SiRCHESEI's undersøgelser antyder, at det i gennemsnit er fem genstande pr. beer girl pr. arbejdsdag - hvilket er klart over det niveau, som sundhedsmyndighederne i både USA og Europa anser for skadeligt.

Men hos CAS holder man fast ved, at der er tale om en uafhængig, videnskabelig revision.

»Det er os, der har stået for gennemførelsen og designet af revisionen, som jeg selv har udformet grundlaget for. Men den endelige rapport tilhører vores kunde (bryggerierne i organisationen BSIC), og derfor kan jeg ikke bestemme, om den skal offentliggøres i sin fulde længde,« siger Joanna White fra Center for Advanced Study, CAS, i Cambodja .

Referencepunkt

Hun mener, at denne revisionsrapport skal bruges som et referencepunkt, da den er den første af sin slags: »Ud fra den kan vi overvåge, om bryggerierne gør fremskridt, og hvor hurtigt.« siger hun.

Ian Lubek har i mange år ført kampagner for at forbedre levevilkårene for ølpigerne. Han har været på besøg hos de store bryggerier og fremlagt sine resultater og anklagepunkter - også hos Carlsberg i København. Hans data er samtidig et fast indslag på generalforsamlingen i Heineken.

Lubeks grundholdning er, at ølindustrien underbetaler sine beer girls, og at den ringe løn er årsagen til alle de følgeproblemer, som pigerne udsættes for: Hiv-smitte, vold og social lavstatus.

For en lægmand er det svært at forholde sig til de forskellige oplysninger, som kommer fra SiRCHESI, CAS og ølindustrien, og det er med til at mudre debatten, at alle data ikke er tilgængelige. Derfor har Ian Lubek opfordret industrien til at lægge sine resultater frem.

Indtil videre uden held.*

Fakta: Beer girls

* Beer girls eller Beer Promoters bruges ofte i Asien til at sælge et bestemt bryggeris mærker.

* Pigerne er/var typisk udfordrende klædt og skal forsøge at få kunderne til at drikke netop deres ølmærke. De aflønnes delvist på provision.

* Det nøjagtige antal beer girls i Cambodia er ukendt, men NGO'er taler om op til 4.000.

* Der findes også spiritus-girls, cigarette-girls og sågar cigar-girls , der turnerer mellem barer og restauranter.