

Carlsbergs ølpiger bliver fortsat groft chikaneret

Af SØREN KRAGBALLE

Problemerne i Cambodja er så store, at der skal gennemføres en ny revision allerede om et halvt år.

På de ”bløde” målepunkter er der fremskridt for ølindustriens etiske kodeks, viser NGO-rapport.

For halvandet år siden indførte Carlsberg et etisk regelsæt for sine beer girls i Cambodja, men der er stadig store problemer med at få reglerne respekteret. 4 af 10 piger klager fortsat over seksuel chikane fra kunderne, mens 7 af 10 har følt sig tvunget til at drikke med bargæsterne. Det viser den revision, som den uafhængige NGO-organisation CAS netop har gennemført blandt 493 beer girls, der er ansat af arbejdsgiverorganisationen Beer Selling Industry Cambodia, BSIC. Foruden Carlsberg/Cambrew er også bryggerier som Heineken, Guinness og Cambodia Brewery Ltd. medlemmer. De store sælger 80 pct. af al øl i Cambodja og har indført det etiske kodeks efter skarp international kritik af forholdene for deres beer girls. »Selv om revisionen viser, at det går den rigtige vej med undervisning, kontraktforhold og transportorganiseringen, er det ikke nok. Det overrasker mig, at der stadig er knap 40 pct. af pigerne, som klager over seksuel chikane, og at det er så svært at få indført forbud mod, at der drikkes med kunderne,« siger marketingdirektør Birgitte Christensen fra Carlsberg i Cambodja.

Barske arbejdsvilkår

Cambodja er kendt som et hårdt land at arbejde i for kvinder, og især i restaurationsbranchen er forholdene grelle. Der er eksempler på, at piger er blevet skudt af fulde kunder, fordi de ikke ville drikke med dem eller finde sig i seksuelle tilnærmelser. Andre NGO'ere har påpeget en meget stor overrepræsentation af hiv-tilfælde blandt beer girls. Oprindeligt var det meningen, at indførelsen og overholdelsen af det etiske kodeks skulle revideres af uafhængige forskere eller revisionskontorer en gang om året, men medlemmerne i BSIC har besluttet at ændre tidsplanen. »Det her er simpelthen ikke godt nok. Derfor har vi bedt CAS om at gennemføre endnu en revision allerede om et halvt år. Den seneste revision er den første, der er gennemført, siden vores kodeks blev indført, og nu har vi nogle tal at sammenligne med til næste gang. Her forventer jeg et drastisk fald i sagerne om seksuel chikane og i drikkeriet med kunderne,« siger Birgitte Christensen. BSIC-medlemmerne har i deres regelsæt mulighed for at stoppe leverancerne af øl til de barer og restauranter, som ikke overholder reglerne. Det er dog ikke sket en eneste gang i de seneste 18 måneder – med en undtagelse: I sidste uge besluttede Carlsberg og Cambodia Brewery Ltd. at udelukke en værtshusejer i tre måneder.

Meget få klager

Ifølge Birgitte Christensen skyldes de manglende sanktioner, at man får meget få klager fra selskabernes ølpiger. Det kunne tyde på, at de ikke tør at anmelde en barejer. Det er også et af de punkter, som CAS-rapporten har kritiseret. NGO-organisationen pointerer, at der skal etableres en bedre og mere formel klageadgang. Beer girls, øl-piger eller – som de officielt kaldes – Beer Promoters, BP, er ansat af bryggerierne til at sørge for, at kunderne vælger netop deres bryggeris produkter. De er klædt i dragter, som svarer til bryggeriernes farver, og bærer logoer. De er ikke ansat af barerne, men er meget velkomne, fordi de øger omsætningen. Tidligere var dragterne mildest talt meget udfordrende, men det er blevet ændret med det nye etiske kodeks. Nu skal de godkendes af pigerne og være ”tækkelige” Brugen af beer girls er meget udbredt i Asien og Østeuropa. Mens beer girls i Thailand og Vietnam godt kan gå i fred for befalinger, har det været et problem i Cambodja . Jobbet i Cambodja giver ikke meget prestige, og det er også en af grundene til, at kunderne tager sig mange friheder. I Vietnam ville det med meget stor sandsynlighed medføre en syngende lussing og udsmidning af baren, hvis man gramsede på pigerne. I Cambodja tjener en beer girl omkring 80 dollars (ca. 400 kr.) om måneden.

Fakta: ETISK KODEKS

Der skal laves ansættelseskontrakter med grundløn, og bonusdelen må aldrig blive så stor, at det tilskynder til usunde og farlige situationer.

Beer girls skal vide nøjagtigt, hvilken leder de kan henvende sig til, hvis de får problemer på arbejdet.

Uniformen skal tydeligt signalere, at den er en arbejdsuniform, og når man ikke er på arbejde, skal uniformen ikke bæres.

Arbejdsgiveren skal sørge for sikker transport til og fra arbejde.

Beer girls skal tilbydes en standard undervisningspakke, som bl.a. hjælper dem med at tackle besværlige kunder og brugen af seksuelle beskyttelsesmidler.

Medlemmerne af BSIC indfører en nultolerancepolitik overfor seksuel eller anden form for chikane af beer girls.

Ølpigerne skal ikke drikke med kunderne i arbejdstiden, og de vil modtage træning i at lære at afslå tilbud fra barkunderne.

Få mere at vide på nettet: www.beergirls.org , www.ethicalbeer.com og www.fairtradebeer.com