

Heineken beschermt Beer Promotiongirls voor prostitutie

Heineken wil Aziatische ‘Beer Promotiongirls’ beschermen voor prostitutie. Na een avond pikant gekleed bier verkopen, komt het te vaak voor dat de dames met mannen meegaan. Samen met de Australische organisatie CARE biedt Heineken de vrouwen nu vervoer aan, na werktijd. Voorlichting over de gevaren van aids maakt ook deel uit van dit unieke pilotproject in Cambodja.

De vrouwelijke promotie teams zijn een bekend verschijnsel in vele Aziatische landen, tot in Japan en China toe. De teams rukken niet alleen uit om op zeer persoonlijke wijze bier te verkopen, maar ook andere artikelen als sigaretten en cosmetica. In landen als Cambodja, Vietnam en Thailand is de grens tussen pikante aanprijzingen en prostitutie wat vager. Na kritische opmerkingen hierover van de Canadese professor Ian Lubek, besloot Heineken mogelijke acties voor te blijven. Nederlands beroemdste wereldmerk sloot een partnership af met de Australische organisatie Care, die zich inzet voor armoedebestrijding. De aanpak van Heineken is inmiddels een publiek geheim in de bierwereld, waar een scherpe concurrentie heerst. De Goederen, hoofd corporate communications van Heineken: “In België is de vraag al opgeroepen waarom Interbrew (onder meer Stella Artois en Jupiter) niets doet.” Heineken is zeer terughoudend geweest met het doen van mededelingen. De Goederen: “Wij communiceren alleen onze ‘core business’ op actieve wijze. En dat is bier. Dat geldt ook het openstellen van onze bedrijfsklinieken in Afrika voor personeelsleden en hun familieleden die HIV/aids-besmet zijn. Wij maken daar geen reclame over. We doen het tenslotte ook voor een deel uit eigen belang. Ons aids-programma in Afrika is gestart omdat we in Burundi bijna het volledige middenkader dreigden kwijt te raken.” Ook in het Aziatische project is er aandacht voor preventie. Heineken draagt maar tot op bepaalde hoogte verantwoordelijkheid voor de de ‘Beer Promotiongirls’. De vrouwen hebben de status van ‘consultant’. Ze worden geleverd door grote bureaus. En als het dan toch mis gaat? De Goederen: “In onze voorlichting aan de eerste groep van 500 dames hebben we ook de werking van condooms uitgelegd.”



Bron (bewerkt): www.p-plus.nl, 19 december 2004

A In het artikel wordt gesteld dat Heineken slechts een beperkte verantwoordelijkheid heeft met betrekking tot de beer promotion girls, omdat ze ingehuurd worden van grote bureaus en dus niet direct door Heineken worden geworven en betaald. Ben je het daarmee eens? Of doet Heineken niet genoeg door samenwerking met CARE, door de werking van condooms uit te leggen en voor vervoer te zorgen? Of doen ze hiermee al eigenlijk te veel, omdat Heineken gewoonweg niet verantwoordelijk gesteld hoeft te worden voor wat de promotion girls naast het promoten van bier nog meer doen om geld te verdienen? Geef een beargumenteerd antwoord.

B Heineken stelt dat het alleen communiceert over de core business, bier, en geen reclame maakt over zijn sociale activiteiten. Controleer de website van Heineken of dat inderdaad zo is. Veel andere bedrijven maken wel reclame over al hun sociale activiteiten. Zie bijvoorbeeld de site van Shell. Vind je dat moreel aanvaardbaar? Geef een beargumenteerd antwoord.