

Schone Kleren Kampagne

Schone Kleren Kampagne / Clean Clothes Campaign Jaarverslag 2006



Jaarverslag SKK

2006

Geachte lezer,

In 2006 werd een belangrijk fundament gelegd voor het werk van de Schone Kleren Kampagne in de komende jaren. Het Ministerie van Buitenlandse Zaken kende voor de komende vier jaar (2007-2010) een substantiële subsidie toe aan het programma 'Local action, Global campaigning'. De toekenning gebeurde na een zeer grondig selectieproces waarbij de nodige organisaties afvielen. Deze subsidie kan dan ook gezien worden als een blijk van vertrouwen van het Ministerie in het werk van de Schone Kleren Kampagne. Een vertrouwen dat breed wordt gedeeld, want het bleek niet moeilijk om de subsidieaanvraag te vergezellen met een keur aan ondersteuningsverklaringen vanuit het gehele werkveld.

Binnen de organisatie werd gewerkt aan een verdere professionalisering, terwijl ook het 'gewone' werk doorging. Hierbij viel op dat er veel tijd en middelen zijn ingezet in antwoord op de roerige situatie in Bangladesh. In dit land vonden begin 2006 opnieuw vele tientallen arbeiders de dood bij het instorten of afbranden van fabrieken. Later in het jaar kwamen arbeiders massaal in opstand tegen hun lage loon en nam van de overheidszijde de repressie tegen vakbonden en hun leiders toe. De Schone Kleren Kampagne werkte in verband met de situatie in Bangladesh aan een aantal 'urgent appeals', haalde Bengaalse kledingarbeiders naar Nederland om hun verhaal te vertellen, voerde actie en was bovendien nog bezig met de nasleep van de in 2005 ingestorte Spectrum kledingfabriek, een toeleverancier van Europese winkelketens, waaronder ook Nederlandse bedrijven.

In Europa heeft het netwerk van de Schone Kleren Kampagne zich verder versterkt. Met name in

Content

Voorwoord.....	P 1
Introductie.....	P 2
Doelstelling.....	P 3
Organisatie profiel	P 3
Activiteiten.....	P 8
Social impact	P 12
Financial report.....	P 14

Colofon

Schone Kleren Kampagne

Postbus 11584

1001 GN Amsterdam

T: 020-4122785

F: 020-4122786

info@schonekleren.nl

<http://www.schonekleren.nl>

Internationaal Secretariaat

Clean Clothes Campaign

P.O. Box 11584

1001 GN Amsterdam

The Netherlands

T: +31-20-412-2785

F: +31-20-412-2786

info@cleanclothes.org

<http://www.cleanclothes.org>

Dit jaarverslag is beschikbaar via

www.schonekleren.nl/ftp/jaarverslag2006.pdf

Een papieren versie kan bij de Schone Kleren Kampagne worden besteld. Adresgegevens zie boven.

Publicatiedatum Augustus 2007

Scandinavië werden stappen gezet voor het oprichten van nieuwe nationale Schone Kleren coalities. Elders in Europa bleken bestaande coalities soms zeer succesvol in het werven van fondsen voor komende campagnes. Het is verleidelijk de in 2006 opgebouwde positie van de Schone Kleren Kampagne en haar netwerk als 'luxe' of 'riant' te betitelen, maar niets is minder waar. De campagne moet het de komende jaren opnemen tegen reuzen. De twee meest in het oog springende campagnes van de komende jaren betreffen immers de campagne rond de Olympische spelen in China en de campagne rond de zogenoemde 'Giants', de grote winkelketens die door hun zeer scherpe inkoopbeleid de ruimte voor verbeteringen in de kledingindustrie sterk verminderen.

Het zal in deze campagnes niet eenvoudig zijn om resultaat te boeken, maar het volgende citaat van Ineke Zeldenrust, medewerkster bij SKK, uit de brochure 'Made by Women' geeft ook voor de komende jaren vertrouwen: 'Het blijft me verbazen hoe ver we gekomen zijn met in feite niet meer dan een groep vastbesloten vrouwen (en wat mannen) met een goed concept: het verhaal achter het kledingstuk dat iedereen draagt.'

Evert de Boer,
Voorzitter Schone Kleren Overleg

Introductie

De Schone Kleren Kampagne streeft naar de wereldwijde verbetering van de arbeidsomstandigheden en de 'empowerment' van arbeiders in de kledingindustrie. Dit met het uiteindelijke doel een eind te maken aan onderdrukking, exploitatie en misbruik van de (vooral vrouwelijke) arbeiders in deze sector.

De Schone Kleren Kampagne ontstond in 1989 toen Nederlandse en Britse vrouwen- en solidariteitsgroepen protesteerden tegen het ontslag van stakende arbeiders in een kledingfabriek in de Filippijnen. De vrouwen bij deze toeleverancier van William Biard (GB) en C&A (NL) werden ontslagen nadat ze om uitbetaling van het wettelijk minimumloon hadden gevraagd. Dat jaar hielden de arbeiders picketlines terwijl er in Nederland en Groot-Brittannië een solidariteitscampagne werd gevoerd.

Hiermee begon de campagne voor 'schone kleding' waarbij de eisen van zuidelijke vrouwen- en arbeidersorganisaties werden uitgedragen.

De Schone Kleren Kampagne is de afgelopen zeventien jaar uitgegroeid tot een Europees netwerk. Dit netwerk is op haar beurt onderdeel van een internationaal netwerk bestaande uit vakbonden en arbeidsgerelateerde maatschappelijke organisaties, zowel uit de 'productielanden' als de consumerende landen. Dit netwerk streeft naar de wereldwijde verbetering van de rechten van arbeiders.

Met dit jaarrapport wil de Schone Kleren Kampagne iedereen informeren die geïnteresseerd is in de activiteiten van de 'Stichting Schone Kleren Kampagne', internationaal bekend onder de naam 'Clean Clothes Campaign'. Het jaarrapport zal met name ingaan op de activiteiten van het Internationale Secretariaat (IS) en het Nederlandse Secretariaat van de stichting.

Schone Kleren Kampagne- doelstelling

In de oprichtingsstatuten van de stichting (zie voor de volledige tekst www.schonekleren.nl/ftp/statuten_ccc.pdf) wordt de doelstelling van de organisatie als volgt geformuleerd :

Artikel 2

1. De stichting heeft ten doel:

- a. het leveren van een bijdrage aan het wereldwijd en met name in de zogenaamde lagelonenlanden verbeteren van de arbeidsomstandigheden in de kledingindustrie;
- b. het verrichten van al hetgeen met het vorenstaande -in de ruimste zin genomen - in verband staat of daaraan bevorderlijk kan zijn.

2. De stichting heeft het maken van winst uitdrukkelijk niet ten doel.

De Schone Kleren Kampagne probeert deze doelstellingen te bereiken door:

- Druk uit te oefenen op bedrijven zodat deze hun verantwoordelijkheid nemen en kleding onder goede arbeidsomstandigheden laten produceren.
- Arbeiders, vakbonden en maatschappelijke organisaties in productielanden te ondersteunen.
- Burgers aan te sporen om hun macht als consument te gebruiken. Dit door het bewustzijn onder consumenten te bevorderen door het verstrekken van accurate informatie over de arbeidsomstandigheden in de kleding- en sportgoederenindustrie.
- Het benutten van de bestaande wettelijke mogelijkheden om de arbeidsomstandigheden te verbeteren en te lobbyen voor aanvullende wetgeving die bijdraagt aan goede arbeidsomstandigheden. De overheid wordt zowel aangesproken in haar rol als wetgever als in haar rol als consument. De SKK maakt zich daarom sterk voor een ethisch inkoopbeleid bij de overheid.

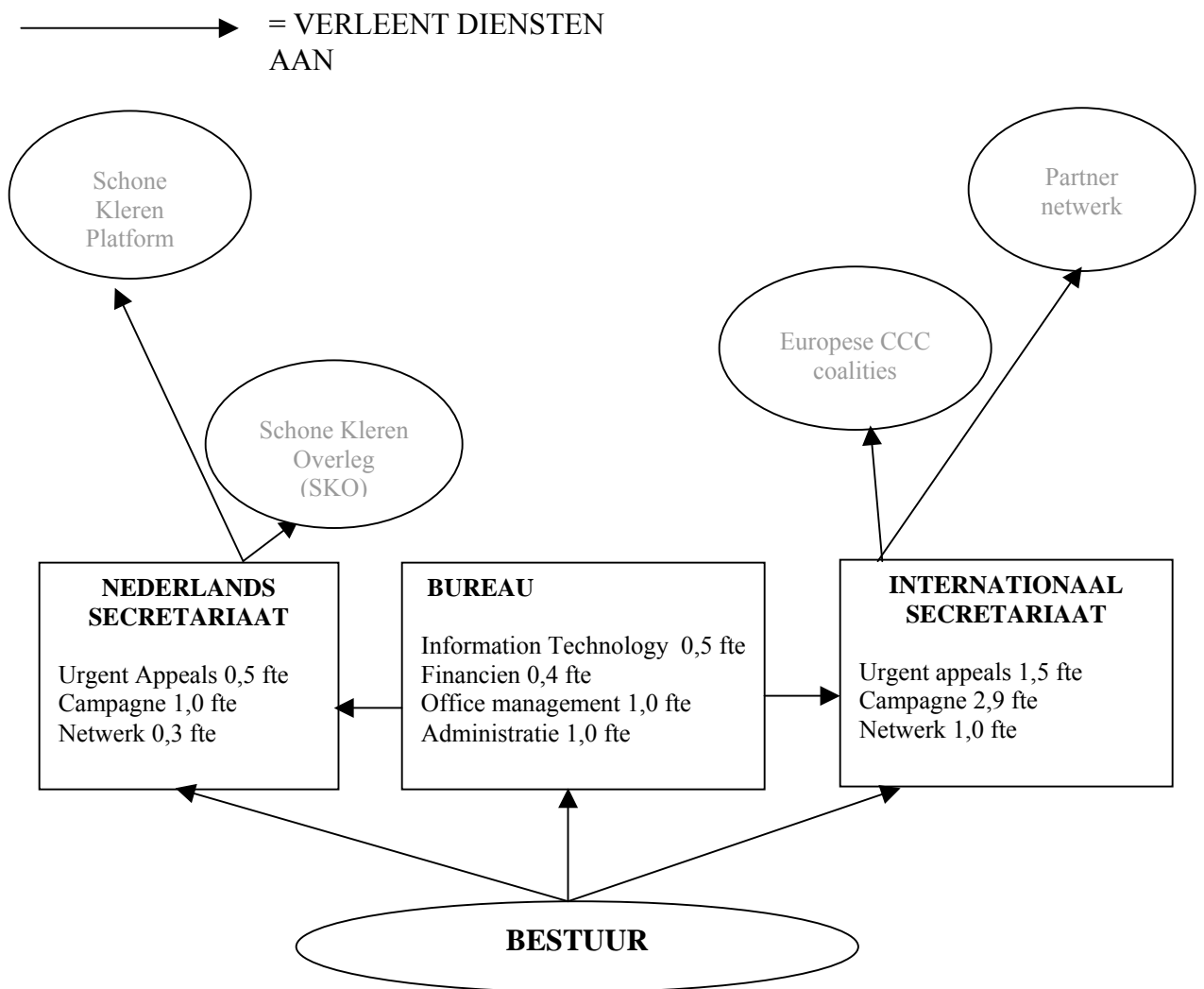
In 2006 is de stichting van naam veranderd. Om het internationale karakter aan te geven en om mogelijke onduidelijkheid te vermijden heet de stichting niet langer Schone Kleren Overleg, maar, net als de uitvoerende secretariaten, Stichting Schone Kleren Kampagne/Clean Clothes Campaign.

Schone Kleren Kampagne – Organisatie profiel

De SKK is een netwerkorganisatie bestaande uit:

- Europese SKK coalities in Europese landen, elk met een eigen secretariaat. Dit zijn autonoom opererende coalities bestaande uit vakbonden en maatschappelijke organisaties (vrouwenorganisaties, consumentenorganisaties, onderzoeksinstituten, organisaties voor eerlijke handel, solidariteitsgroepen, jongerenorganisaties, kerken etc.)
- SKK 'projecten', 'project groepen' of 'task forces' in kleding producerende landen (India).

- Een internationaal partnernetwerk van maatschappelijke organisaties, vakbonden, individuen en instituten in de meeste landen waar kleding wordt geproduceerd.
 - Een los, informeel netwerk van organisaties en coalities die vergelijkbare campagnes voeren in andere 'consumenten landen'. (bijvoorbeeld groepen in de VS, Fair Wear in Australië, de Maquila Solidarity Network in Canada), verschillende maatschappelijke organisaties die veel SKK-gerelateerd werk doen en wellicht in de toekomst een volwaardige campagne zullen opzetten (Ierland, Noorwegen, Portugal) en de internationale organisaties van vakbonden.
 - Een internationaal secretariaat
- Meer dan 200 verschillende organisaties participeren in de campagne.



Het SKK kantoor in Amsterdam bestaat uit drie zelfstandig opererende teams: het internationale secretariaat, het Nederlandse secretariaat en de administratieve ondersteuning (het bureau). De Office Manager functioneert als intermediair tussen de teams die regelmatig als collectief beslissingen nemen in het teamoverleg. De teams behoren dienstbaar te zijn aan de behoeften van de partners. De staf beslist gezamenlijk over zaken die van algemeen belang zijn voor de organisatie, hierbij ondersteund door het stichtingsbestuur. Strategische beslissingen waarin doelen en prioriteiten vastgesteld worden die het hele netwerk aangaan worden zowel in de internationale als de Europese SKK-vergaderingen genomen.

Het Internationale Secretariaat

- Coördineert de internationale activiteiten en campagnes
- Faciliteert de internationale campagnestructuren en kanalen
- Coördineert de internationale ‘urgent appeals’
- Zorgt voor publicaties, maakt informatie toegankelijk voor een breed publiek en doet of geeft opdracht tot onderzoek.

Het Internationale Secretariaat vergadert drie maal per jaar met de Europese SKK coalities. Deze vergaderingen dienen voor het opzetten van nieuwe strategieën, het coördineren van terugkerende activiteiten en het verbeteren van de communicatiestructuur. De grote lijnen over specifieke thema's en campagnes worden uitgewerkt in werkgroepen die tijdens deze vergaderingen geformeerd worden. Er vindt daarnaast op basis van concrete zaken regelmatig bilateraal overleg plaats met internationale partners (urgent appeals). Naast deze terugkerende werkzaamheden worden er nog thematische en regionale vergaderingen over meer strategische vraagstukken georganiseerd onder supervisie van het Internationaal Secretariaat. Deze vergaderingen vormen het kader waarbinnen de SKK haar lange termijn strategie ontwikkelt.

Het Nederlandse Secretariaat

- Coördineert de Nederlandse campagne en is met name gericht op het bevorderen van bewustwording onder Nederlandse consumenten. Hierbij wordt aandacht besteed aan de arbeidsomstandigheden in de kledingindustrie in het algemeen, aan de arbeidsomstandigheden bij bepaalde kledingmerken in het bijzonder en aan het onder druk zetten van Nederlandse kledingmerken.
- Reageert op internationale ‘urgent appeals’ waar Nederlandse bedrijven bij betrokken zijn. Bijvoorbeeld door Nederlandse bedrijven onder druk te zetten om tegemoet te komen aan de eisen van arbeiders in hun toeleveringsketen naar aanleiding van de schending van ILO normen.
- Stuurt een Nederlandse afgevaardigde naar de vergaderingen van het Europese en internationale netwerk.

De Nederlandse kerngroep (het “Schone Kleren Overleg”) bestaat uit drie nationale organisaties die actief zijn op het gebied van arbeidsrechten. De kerngroep vergadert eens per maand en draagt in de nationale context bij aan de strategie- en beleidsvorming van het Nederlandse Secretariaat.

De kerngroep bestaat uit:

- de Landelijke India Werkgroep

- Filippijnengroep Nederland
- Stichting Onderzoek Multinationale Ondernemingen.

Het uitgebreidere Nederlandse netwerk heeft tot doel vakbonden, arbeidsgerelateerde maatschappelijke organisaties, mensenrechtengroepen en consumentenorganisaties bijeen te brengen rond internationale vraagstukken op het gebied van arbeidsrechten en kleding. Het netwerk vergadert enkele malen per jaar onder supervisie van het Nederlandse secretariaat. Hierbij worden de meest belangrijke vragen besproken en activiteiten onderling afgestemd.

Deelnemende organisaties zijn:

- NOVIB
- FNV Mondiaal
- Amnesty International
- CNV jongeren
- Stichting Omslag
- de Landelijke Vereniging van Wereldwinkels
- Max Havelaar
- Solidaridad
- Stichting Natuur en Milieu
- Stichting Oikos
- NVVH
- Consumentenbond
- ICCO
- Hivos
- CNV internationaal
- Vastenactie
- Cordaid
- Fair trade organisatie
- Nationale Jeugdraad
- Nederlandse vrouwen Raad
- Sari Wereld Mode Winkels
- SOMO
- Filippijnen Groep Nederland
- Burma Centrum Nederland
- Goede Waar & Co
- Landelijke India werkgroep
- COS

Het bureau

Het bureau verleent diensten aan het internationaal- en Nederlandse secretariaat. Het is verantwoordelijk voor de administratieve taken, het personeelsbeleid, de verstrekking van informatie, het onderhouden van de websites, financiën en het verzorgen van overige faciliteiten.

Het bestuur

Het stichtingsbestuur bestaat uit vijf leden. De bestuursleden ontvangen geen honorarium, salaris of andere vorm van compensatie van de stichting. Bestuursleden hebben het recht

om binnen redelijke grenzen de kosten die met hun functie verband houden te declareren. In 2006 werden er geen declaraties door bestuursleden ingediend.

Het bestuur heeft de volgende taken:

- Het is verantwoordelijk voor het personeelsbeleid.
- Het heeft de supervisie over het functioneren van het Internationale- en het Nederlandse secretariaat en ziet toe op de uitvoering van de jaarplanning.
- Ondersteunt het Internationale- en Nederlandse secretariaat bij de uitvoering van de diverse campagnes.
- Houdt toezicht op de financiële situatie en stelt de jaarlijkse (financiële) rapportages vast.

Samenstelling van het bestuur

Voorzitter: E. de Boer.

Vervanger: D.J. Binnerts

Taakstelling en functie:

- o Houdt overzicht over de activiteiten van bestuur en SKK
- o Zit de bestuursvergaderingen voor en bereid deze, samen met de secretaris, voor.

Secretaris: V.A. Schipper

Vervanger: E. de Boer

Taakstelling en functie:

- o Is verantwoordelijk voor het personeelsbeleid van beide secretariaten en het bureau (inclusief evaluaties, carrièreplanning en conflictbemiddeling)
- o Bereidt samen met de voorzitter de bestuursvergaderingen voor.

Penningmeester: M. Simons

Vervanger: A.P.M. de Vries

Taakstelling en functies:

- o Houdt overzicht over financiële aangelegenheden binnen de organisatie en is verantwoordelijk voor de rapportage aan het bestuur.
- o Ontwikkelt en verbetert de financiële administratie in nauwe samenwerking met het bureau.

Vice-voorzitter: D.J. Binnerts

Vervanger: V.A. Schipper

Taakstelling en functie:

- o Adviseert de CCC-staf over mogelijke verbeteringen binnen de organisatie op het gebied van efficiency en doeltreffendheid.

Vice penningmeester: A.P.M. de Vries

Vervanger: M. Simons

Taakstelling en functie:

- o ondersteunt de CCC stafleden bij de ontwikkeling en uitvoering van de diverse campagnes
- o Adviseert over fondswerving
- o Is goed geïnformeerd over de structuur van het Nederlandse en internationale netwerk.

Schone Kleren Kampagne - Activiteiten

Internationaal Secretariaat

Het werk dat in 2006 door het Internationale Secretariaat gedaan werd was onderdeel van het vijfjaren programma (2002-2006) 'Het recht om te organiseren – Het recht om te weten'. Hoogtepunten in 2006 waren onder andere de volgende activiteiten:

Ondersteuning en uitbreiding van het internationale netwerk

Op Europees niveau werd een aantal activiteiten ontwikkeld ter uitbreiding en versterking van de campagne. Een 'Noordse samenkomst' werd georganiseerd waarbij 20 vertegenwoordigers bijeen kwamen van vakbonden en NGO's uit Zweden, Noorwegen en Finland. Deze organisaties zijn al betrokken of willen betrokken worden bij campagnes om de werkomstandigheden in de kleding industrie te verbeteren. Niet zonder resultaat! Eén van de Noorse groepen, de milieu organisatie *Frmatiden i våre hender*, heeft sindsdien formeel besloten om de 'Clean Clothes Campaign Norway' te starten en heeft financiële ondersteuning aangevraagd om dat te verwezenlijken. Ook in Denemarken volgden bemoedigende ontwikkelingen die naar verwachting zullen leiden tot een Schone Kleren Kampagne Denemarken.

Medewerkers van het Internationale Secretariaat voerden werkbezoeken uit in verschillende landen – China (Hong Kong), Swaziland, Lesotho – ter versterking van het internationale netwerk en om gesprekken te hebben met vakbonden, activisten, overheidsinstellingen en universiteiten.

Regional Asiatic Meeting

De Regionale Aziatische Conferentie van CCC werd gehouden van 19 tot 21 januari in Delhi, India. CCC en Indiase partner CEC namen gezamenlijk de organisatie voor hun rekening. Niet minder dan 55 deelnemers uit 15 Aziatische landen en 9 belangrijke Europese, Noord- Amerikaanse en Australische partners bezochten het seminar. Van tevoren werd met de deelnemers overleg gepleegd aangaande de agenda. Aan de orde kwamen vraagstukken zoals prijsbepaling- en inkooppraktijken in de wereldwijde kledingindustrie, arbeidsnormen, loonstructuur, werkuren, sociale voorzieningen, globale sociale audits, gedragscodes en multi-stakeholder initiatieven in de kledingindustrie.

Asian Floor Wage Alliance (Aziatische beweging voor een leefbaarloon) In 2006 trad CCC, samen met 28 Aziatische groepen en een aantal internationale leidende partners, toe tot the 'Asian Floor Wage Alliance'. Dit verband, dat in India geboren werd, ontwikkelt een campagne die zich inzet voor een leefbaar loon in de kledingindustrie, en duidelijke streefdoelen stelt voor betere lonen in de verschillende Aziatische landen, zodat het arbeidersloon boven de armoedegrens uitkomt. CCC is betrokken bij consultaties over onderzoek, het voeren van actie en de hoogte van lonen, en coördineert de voortgang van de campagne binnen het CCC netwerk.

Noodkreten

In 2006 nam CCC 34 gevallen van 'urgent appeal', zeg maar noodkreet, aan. Deze betroffen schendingen van arbeidersrechten in Cambodja, de Filipijnen, Thailand, India,

Turkije, China, Bangladesh, Mexico, Indonesië en Maleisië. In 67% van de gevallen werd door vakbonden rechtstreeks contact opgenomen met CCC, met het verzoek de schendingen van arbeidsrechten te onderzoeken; 33% van degenen die CCC benaderden over deze kwesties waren vertegenwoordigers van arbeidsrechten of andersoortige NGO's die zelf weer rechtstreeks in contact stonden met arbeiders en arbeidersvertegenwoordigers.

De meest voorkomende schendingen van rechten waren: schending van het recht zich te verenigen, inclusief onwettig ontslag van vakbondsleden; pesterij, inclusief fysiek geweld tegen vakbondsleden; misbruik van tijdelijke contracten; en schending van het recht op meningsuiting. In 18 gevallen heeft CCC bedrijven aangesproken op de schendingen van het arbeidsrecht bij hun leveranciers, zo'n 45 verschillende bedrijven. In andere gevallen zijn openbare overheidsinstellingen benaderd met een klemmend verzoek om actie te ondernemen.

Een aantal openbare berichten werden in 2006 verspreid, waaronder:

- de werkomstandigheden in de kledingindustrie in Bangladesh betreffende loon, veiligheid en gezondheid, en de protesten van werknemers tegen het gebrek aan verbetering in de industrie;
- de eis tot herziening in de A-One fabriek in Bangladesh en in de PT Panarub fabriek in Indonesië;
- de eis tot vrijlating van mensen- en arbeidersrechten activist Martin Barrios in Mexico;
- de schendingen van arbeidersrechten in de Fibres & Fabrics International fabriek in India;
- de moorden en het geweld tegen arbeiders en activisten in de Filippijnen;
- de eis tot compensatie van de Spectrum fabriek in Bangladesh en bij de Hermosa fabriek in El Salvador.



CCC publicatie over solidariteit

In het tweede deel van 2006 publiceerde CCC een brochure van 12 pagina's, getiteld 'CCC Solidarity Action: Making a Difference for Workers'. De brochure geeft informatie over de rechtstreekse solidariteitsacties die CCC heeft ondernomen ter ondersteuning van kledingarbeiders in wereldwijde toeleveringsketens. De brochure is bedoeld om het publiek voorlichting te verschaffen aangaande gevallen waar succes geboekt werd voor de arbeiders en deelt de lessen die CCC geleerd heeft in het solidariteitswerk. De brochure is te vinden op de CCC website (<http://www.cleanclothes.org/ftp/07-01-cccpub.pdf>).

Schijnwerper op China

Van 15 september tot en met 6 oktober 2006 kwamen 7 Chinese activisten naar Europa. Daar ontmoetten zij de pers, bedrijven, NGO's, vakbonden, universiteitsvertegenwoordigers en het bredere publiek in Oostenrijk, Zweden, Nederland, het Verenigd Koninkrijk, Frankrijk en Spanje. Het bezoek viel samen met de Europese première van een nieuwe documentaire over het leven in de Chinese jeansfabriek 'China Blue'. In ieder land waren de gasten aanwezig bij evenementen die rond deze internationaal bekroonde film georganiseerd werden. In verband met de bezoekers werd een seminar over China georganiseerd in de Universiteit van Cambridge (Engeland) op 27 en 28 september. De seminar legde contact tussen de Chinese gasten en vertegenwoordigers van internationale vakbewegingen, Amnesty, Oxfam, CCC en verschillende andere NGO's, allen geïnteresseerd in het ontwikkelen van strategische campagne-activiteiten met betrekking tot China.

Voorlichting voor bedrijven en industriële associaties

Ook was er samenwerking tussen CCC en verschillende multi-stakeholder initiatieven zoals het Ethical Trading Initiative (ETI) en de Fair Wear Foundation (FWF) in een gemeenschappelijk project (JOIN) waarin CCC haar kritiek op sociale audits met anderen deelt. Dit resulteerde in een nieuw ontwikkelde 'assessment methodology' (beoordelingsmethodiek), die getoetst werd in 6 bedrijven gedurende de laatste 3 maanden van 2006. De door de Fair Wear Foundation gebruikte methodiek werd op grond hiervan aangepast.

Publieke campagne: 'Het recht om te organiseren – Het recht om te weten'

Op 30 januari 2006 publiceerde CCC een voortgangsrapport getiteld 'How are they doing?', met een opsomming van de nog niet vervulde eisen aan de verschillende merken in sportkleding en -schoenen die nadrukkelijk gesteld waren tijdens de 'Play Fair at the Olympics' campagne. Omdat de Winterspelen van 2006 in Turijn halverwege tussen de Olympische Spelen van Athene en Beijing vallen, was het een goed moment om de geboekte voortgang bij de aangesproken bedrijven en organisaties te inventariseren. Het acht pagina's tellende document werd via internet verspreid en vormt een handig stuk gereedschap voor het voeren van campagnes, bij onderzoek en voor werkgroepen.

Database waarderingscijfer en plaatsing

CCC ging verder met het ontwikkelen van een database die het mogelijk maakt bedrijven te rangschikken in relatie tot specifieke beleidsaspecten. Voor een samenkomst van de Rating & Ranking werkgroep in juni 2006 werd het raamwerk voor een proefopzet (met een questionnaire, een gids voor degenen die de informatie invoeren, en de indicatoren) ontwikkeld en besproken. Gegeven het feit dat binnen het CCC netwerk niet alle participerende organisaties van mening zijn dat waardering en plaatsing van bedrijven tot de eigenlijke taak van CCC behoort, besloot de werkgroep het project te beperken tot het ontwikkelen van een database waarvan zo veel mogelijk onderdelen publiekelijk toegankelijk zouden zijn. Op die manier kunnen andere organisaties dan gebruik maken van de inhoudelijke gegevens van de database voor rangschikkingdoeleinden.

Nederlands Secretariaat



In 2006 heeft de situatie in Bangladesh ook van het Nederlands Secretariaat de nodige aandacht gevraagd. Het jaar werd ingeluid met een aantal fabrieken dat getroffen werd door brand of instortte. Naar aanleiding hiervan werd een groot aantal Nederlandse kledingbedrijven gevraagd of zij in Bangladesh produceren en onder welke omstandigheden dat dan gebeurt. De meeste bedrijven konden hier geen bevredigend

antwoord op geven. In april werd daarom in het centrum van Amsterdam een demonstratieve 'kledingcheck' gehouden (dit was precies een jaar na het instorten van de Spectrum kledingfabriek in Bangladesh). Actievoerders, versterkt met een sambaband, gingen de filialen van een aantal grote kledingbedrijven in om de herkomst van de kleding te controleren en aandacht te vragen voor de onveilige situatie in de Bengaalse kledingindustrie. De rest van het jaar zou de situatie in Bangladesh alleen maar instabieler worden met ongekende (arbeids)onrust. Het lage loon van kledingarbeiders heeft bij het ontstaan van deze situatie zeker een rol gespeeld. De slachtoffers van de in 2005 ingestorte Spectrum kledingfabriek hadden in 2006 nog de handen vol aan de nasleep van dit drama waarbij tientallen doden en gewonden vielen. De kledingmerken die in de Spectrum fabriek hun kleding bestelden lieten het in het algemeen afweten en betaalden in 2006 geen overtuigende compensatie aan de slachtoffers. Twee arbeiders van de Spectrum fabriek kwamen in februari naar Nederland om het publiek van hun situatie op de hoogte te stellen en bij het kledingbedrijf Scapino verhaal te halen. Dit bedrijf had een aantal maanden voorafgaand aan de ramp orders in de fabriek geplaatst.

De Schone Kleren Kampagne richtte tevens de schijnwerpers op het jeansmerk G-star. Er was uitgebreide pers aandacht voor de door lokale organisaties gemelde ernstige misstanden bij de toeleverancier van dit bedrijf in Bangalore (India). Naast gedwongen overwerk, zou personeel zijn geïntimideerd, verbaal bedreigd en met stokken zijn geslagen. G-star is naar verluid de grootste klant in deze fabriek, maar weigerde in eerste instantie het management van de fabriek te bewegen tot een dialoog met de rapporteur van de misstanden, vakbond GATWU. Het onverkwikkelijke verloop van deze zaak leidde in India tot een spreekverbod van een aantal maatschappelijke organisaties en vakbonden dat de zaak aanhangig had gemaakt. Een dergelijk spreekverbod is ook voor India zeer ongebruikelijk en bemoeilijkte een bevredigende oplossing van de zaak. Er werd door de Schone Kleren Kampagne en de Landelijke India Werkgroep een klacht tegen G-star ingediend bij het Nationaal Contactpunt, dat oordeelt over schendingen van de OESO-richtlijnen (een serie vrijwillige afspraken voor het bedrijfsleven over o.a. arbeidsomstandigheden). Eind 2006 was de klacht nog niet afgehandeld en het spreekverbod was nog steeds van kracht.

Ook in China is het vaak een probleem om te weten te komen wat zich in kledingfabrieken afspeelt. Documentairemaker Michel Peled smokkelde daarom een camera in onderdelen het land binnen en wist clandestien het wel en wee van Chinese kledingarbeiders te filmen. Dit resulteerde in de indrukwekkende film 'China Blue', die in Nederland in een groot aantal filmhuizen werd vertoond. Om deze film maximaal onder de aandacht te brengen en het publiek van aanvullende achtergrondinformatie te voorzien nam de Schone Kleren Kampagne met Cinema Delicatessen, de Fair Wear Foundation en Goede Waar& Co. deel in het project "True blue". In het kader van dit project werden twee Chinese vrouwen, Jenny Chan en Yuk Yuk, uitgenodigd om over de situatie in China te spreken. Zij konden door hun onderzoeks- en ondersteuningswerk ter plekke veel vertellen over de situatie van Chinese kledingarbeiders. In Amsterdam, Wageningen, Tilburg en Nijmegen gingen zij na de vertoning van de film met het publiek in debat. Ook de pers schonk de nodige aandacht aan hun bezoek.



Tenslotte werd in december op het drukbezochte busstation in Utrecht de campagne 'Groen Licht' gelanceerd. Deze mede door de NCDO gefinancierde campagne is bedoeld om de 50.000 werknemers in het openbaar vervoer over te laten stappen op 'schone' bedrijfskleding. Het campagnemateriaal is zo ontworpen dat het personeel zelf op eenvoudige wijze om schone bedrijfskleding kan vragen. De

campagne is een vervolg op de succesvolle Schone Kleren Gemeenten campagne, die er voor gezorgd heeft dat een aantal Nederlandse gemeenten inmiddels schone werkkleding aanschaft.

Schone Kleren Kampagne – *Social impact*

Staf

Zoals uit het organogram blijkt heeft de Schone Kleren Kampagne geen directeur of management. Ieder staflid is betrokken bij de collectieve besluitvorming, wat bijdraagt aan de productiviteit en efficiency aangezien ieder staflid volledig geïnformeerd en betrokken is. Het staflid zal ook achter de beslissing staan aangezien hij/zij zelf deel nam aan de besluitvorming.

Dit betekent ook dat de CCC intern opereert in overeenstemming met de waarden die het naar buiten toe uitdraagt: basisdemocratie, participerend onderzoek, evaluatie van de werkplek en de directe betrokkenheid van werknemers bij alle processen die bijdragen aan hun rechtspositie. Alle werknemers van de Schone Kleren Kampagne ontvangen hetzelfde salaris, ongeacht hun leeftijd, senioriteit of positie binnen de organisatie.

In 2006 is een kwaliteitshandboek opgesteld. In het handboek worden alle bestaande processen en procedures binnen de organisatie beschreven. Het handboek zal regelmatig worden geactualiseerd.

Voor de functioneringsgesprekken met de stafleden is een nieuwe procedure opgezet.

Aan de hand van een standaard vragenlijst leveren 3 medewerkers/partners input voor de gesprekken met de individuele stafleden. De kernwaarden waarop stafleden worden geëvalueerd zijn: kritisch nadenken, samenwerken, kwaliteit, plannen en organiseren.

Ook het proces voor een eventueel verbetertraject aan de hand van de uitkomsten van de functioneringsgesprekken is geformaliseerd.

Milieu

In 2006 werd besloten om voor de vegetarische lunch die wordt verzorgd op kantoor meer biologische producten te kopen. Ook de schoonmaakmiddelen die worden gebruikt zijn ecologisch.

BALANS

	31-12-2006	31-12-2005
ACTIVA		
<i>vaste activa</i>		
materieële vaste activa benodigd voor de bedrijfsvoering		
apparatuur	2.522	569
<i>vlottende activa</i>		
vorderingen		
debiteuren	5.524	-
werknemersverzekeringen	-	3.539
nog te vorderen subsidies	41.412	38.298
overige vorderingen en overlopende activa	1.407	-
	48.343	41.837
liquide middelen	140.114	192.652
totaal activa	190.979	235.058
PASSIVA		
eigen vermogen		
<i>vrij besteedbaar vermogen</i>		
algemene reserve	78.959	64.100
<i>vastgelegd vermogen</i>		
fonds activa bedrijfsvoering	2.522	569
fonds activa doelstelling	-	-
	2.522	569
kortlopende schulden		
loonheffing en premieheffing	5.632	-
crediteuren	1.257	40.249
nog te spenderen subsidies	80.863	104.904
overige schulden en overlopende passiva	21.746	25.236
	109.498	170.389
totaal passiva	190.979	235.058

STAAT VAN BATEN EN LASTEN

	werkelijk 2006	begroot 2006	werkelijk 2005
<i>baten uit eigen fondsenwerving:</i>			
donaties/giften	13.777	6.500	6.931
directe wervings- en uitvoeringskosten	2.715	3.276	3.233
in % van baten uit eigen fondsenwerving	20%	50%	47%
beschikbaar uit eigen fondsenwerving	11.062	3.224	3.698
inkomsten acties derden	11.586	15.000	16.947
subsidies	538.200	655.720	679.223
resultaat uit beleggingen	3.380	-	2.834
totaal beschikbaar voor doelstelling	564.228	673.944	702.702
<i>besteed aan doelstelling:</i>			
pers en publieke beïnvloeding:			
binnenland	79.101	115.370	111.737
buitenland	125.749	143.444	142.720
campagnes			
binnenland	12.480	13.850	13.715
buitenland	330.086	383.860	433.935
	547.416	656.524	702.107
resultaat	16.812	17.420	595
<i>resultaatverdeling</i>			
toevoeging aan algemene reserve	14.859	19.620	2.718
mutatie fonds activa bedrijfsvoering	1.953	-2.200	-2.123
mutatie fonds activa doelstelling	-	-	-
	16.812	17.420	595