

SKC

Campagne

Jaar
verslag
2018

Kleren

Inhoud /

Inleiding	3.
Campagnes	9.
Gender	15.
Highlights in 2018	17.
In de media	18.
Organisatie	20.
Financiën	22.

SKC

Campagne

Kleren

Inleiding

SchoneKleren.nl

Schone

Inleiding /

Wie zijn wij?

Wereldwijd werken er ongeveer 60 tot 75 miljoen mensen in de kledingindustrie. 85% daarvan is vrouw, de meeste zijn kwetsbare jonge vrouwen. Gemiddeld werken zij 6 dagen per week, 10 uur per dag met alleen een korte lunchpauze, zonder airco in een onveilige en hete fabriek. Van het loon dat ze hiervoor betaald krijgen kunnen ze zichzelf en hun families niet onderhouden. Dit moet anders!

Schone Kleren Campagne zet zich in voor een transparante en eerlijke kledingindustrie waarin kledingarbeidsters onder goede omstandigheden kunnen werken en een eerlijk loon krijgen voor het werk wat ze doen. Op een werkplek die veilig is en waar hun rechten niet worden geschonden en ze de mogelijkheid hebben om een vakbond op te richten/ en zich bij een vakbond aan te sluiten.

Schone Kleren Campagne is in 1989 opgericht in Nederland waarna activisten en consumenten in andere Europese landen geïnspireerd raakten, zij organiseerden zich, startten hun eigen campagnes en sloten zich aan. Zo ontstond er een netwerk met steeds meer organisaties met ook partnerorganisaties in de productielanden. Samen met deze organisaties, vormt Schone Kleren Campagne nu een wereldwijd netwerk; Clean Clothes Campaign, waarbij meer dan 235 organisaties en vakbonden zijn aangesloten. Gezamenlijk zetten zij zich in voor betere arbeidsomstandigheden en leefbare lonen in de wereldwijde kledingindustrie.

Inleiding /

Wat doen we?

We zetten ons samen met de kledingarbeidsters in om kledingmerken en overheden aan te spreken op misstanden en uitbuiting.

Door vakbonden, fabriekseigenaren, kledingmerken en overheden met elkaar te verbinden willen we tot bindende afspraken komen over veiligheid, werknemersrechten en een leefbaar loon. Met als einddoel veilige werkomstandigheden en een beter leven voor de kledingarbeidsters. Om onze boodschap richting bedrijven en overheid kracht bij te zetten informeren we consumenten over de onmenselijke situaties waaronder hun kleding wordt gemaakt om ook hen te mobiliseren mee te doen aan onze acties, petities te tekenen en merken aan te spreken op hun beleid. Schone

Kleren Campagne spreekt bedrijven, overheden en consumenten niet alleen aan, maar draagt ook bij aan duurzame en constructieve oplossingen. We bespreken bijvoorbeeld met bedrijven hoe specifieke misstanden kunnen worden opgelost, we bespreken met overheden hoe bedrijven kunnen worden gemotiveerd ketentransparantie toe te passen en op onze website kunnen consumenten verschillende producten downloaden die ze kunnen gebruiken ter informatie maar ook om hun stem als consument te laten horen. We geven lezingen en workshops op scholen en nemen plaats in debatten om het verhaal van kledingarbeidsters te kunnen delen.

Inleiding /

Hoe doen we dat?

Door ons urgent appeals systeem bieden we directe steun aan arbeidsters en mensenrechten-activisten in concrete gevallen van misstanden en mensenrechtenschendingen.

Door te lobbyen bij de Nederlandse en Europese overheid, Kamerleden en Europarlementariërs brengen we misstanden in de kledingindustrie onder de aandacht en pleiten we voor betere wet en regelgeving voor bedrijven in Nederland en Europa en voor betere handelsakkoorden die mensenrechten wereldwijd in acht nemen.

Door om de tafel te gaan zitten met kledingmerken, vakbonden, internationale instellingen en overheden om daadwerkelijke veranderingen in de kledingindustrie te bewerkstelligen.

Door het lanceren van publiekscampagnes, sociale media-activiteiten, geven van lezingen en workshops en het doen van onderzoek informeren wij de media, politiek, Nederlanders en Europeanen.

Inleiding /

Urgent appeals

Schone Kleren Campagne steunt kledingarbeiders in situaties waarbij hun rechten worden geschonden. Veel van deze zaken hebben te maken met schending van vakbondsvrijheid en schending van het recht op organisatie. In veel productielanden zoals Myanmar, Bangladesh en Cambodja is vakbondsvrijheid een groot probleem: bestaande vakbonden worden tegengewerkt en er worden allerlei barrières opgeworpen voor nieuwe vakbonden om zich op te richten. Eigenaren van fabrieken proberen er alles aan te doen om te voorkomen dat vakbonden 'binnenkomen' door bijvoorbeeld vakbondsleden en arbeiders die zich willen aansluiten bij een vakbond te intimideren en te bedreigen, te ontslaan of door ongefundeerde aanklachten tegen vakbondsleiders en -activisten in te dienen met strafrechtelijke vervolging als gevolg.

Naast problemen rond vakbondsvrijheid zijn andere veel voorkomende misstanden: buitensporige werkuren, onderbetaling, verbaal en fysiek geweld, seksuele intimidatie en loondiefstal.

Vakbondsvrijheid Cambodja

In 2018 zette SKC zich samen met 35 organisaties uit het CCC-netwerk in om een einde te maken aan de politiek gemotiveerde strafrechtelijke vervolging van Tola Moeun, directeur van Center for the Alliance of Labor and Human Rights (CENTRAL) en een gerenommeerd bepleiter van arbeidsrechten in Cambodja. De organisaties riepen de Cambodjaanse overheid op fundamentele mensenrechten te respecteren en de aanklacht

tegen Tola te laten vallen. De campagne bestond onder meer uit lobbywerk richting ambassades, bedrijven die in Cambodja inkopen en multi-stakeholder initiatieven, en het benaderen van media. Nadat een EU-delegatie Cambodja voor een fact-finding mission bezocht in verband met de EBA (Everything But Arms scheme) status van Cambodja, verzocht het ministerie van arbeid in Cambodja de rechtbank de aanklachten tegen Tola in te trekken.

In 2013 werden drie vakbondsactivisten van de Meridian Garment Industries Limited fabriek in Cambodja ontslagen omdat zij een tak van de vakbond wilden oprichten in de fabriek. Dankzij een samenwerking tussen de vakbond en NGO's (inclusief SKC) en inkopende bedrijven die fabrieksmanagement onder druk zetten, werden de vakbondsleden vijf jaar later weer terug in dienst genomen en/of ontvingen zij achterstallig loon en andere betalingen waar zij recht op hadden.

In totaal werkte CCC (inclusief SKC) aan zo'n 18 zaken in 2018. Tijdens de 'Garment Worker Labour Rights' bijeenkomst voor vakbonden en arbeidsrechtenorganisaties in Myanmar en de 'Urgent Appeal Global Strategising and Capacity Building' bijeenkomst voor partners uit het gehele CCC netwerk in Bangkok wisselden zo'n 60 vakbonden en NGO's waaronder SKC kennis en ervaring met elkaar uit over successen en uitdagingen rond het UA werk en werden er (nieuwe) strategieën besproken om problemen rond fabriekssluitingen, vakbondsvrijheid en gender based violence aan te pakken.

Inleiding /

Politiek- en bedrijvenlobby

Van bedrijven verwachten we dat ze hun due diligence doen; Due diligence is de inspanning die zij moeten leveren om risico's in de productie-keten te identificeren, misstanden aan te pakken en op te lossen, te voorkomen en over dit proces verantwoording af te leggen. In een aantal Europese landen is er de afgelopen jaren Due Diligence wetgeving tot stand gekomen, zoals in Frankrijk en in het Verenigd Koninkrijk. Andere landen zoals Nederland werken met vrijwillige initiatieven zoals de IMVO-convenanten.

Schone Kleren Campagne tekende het in 2016 gesloten Duurzame Kleding en Textiel Convenant (CKT) niet, omdat het niet bindend is. Wel volgen we de ontwikkelingen op de voet en brengen we het secretariaat van het CKT telkens op de hoogte als er misstanden bij ons bekend zijn of als er in bepaalde productielanden ontwikkelingen zijn die de aandacht van Nederlandse kledingmerken verdient. Ook als SKC van mening is dat bedrijven niet de juiste stappen nemen binnen het CKT om aan hun Due Diligence verplichtingen te voldoen stellen we dit bij het secretariaat aan de kaak. Ook stellen we vaak Kamerleden op de hoogte van deze ontwikkelingen zodat zij middels Kamervragen een vinger aan de pols houden.

Als er misstanden in een fabriek zijn geconstateerd gaan we het gesprek aan met de inkoopende bedrijven; soms ook met overheden en ambassades. Het meeste werk blijft 'achter de schermen'.

Als deze aanpak niet werkt, zoeken we in sommige gevallen de publiciteit op en roepen we mensen op om mede druk uit te oefenen op de inkoopende bedrijven. Dit gebeurt alleen in overleg met, en met toestemming van lokale partners. Niet alle zaken worden volledig opgelost; soms wordt een deel van de eisen van de arbeiders ingewilligd of blijft de kwestie onopgelost.

SKC

Campagne

Campagnes

Kleren

Campagnes /

Wij willen schone kleren!

In 2018 voerden we uiteraard ook campagnes om bedrijven, politici en ambtenaren bewust te maken van de noodzaak voor een transparantere, eerlijkere en dus schonere kledingindustrie. Zo brachten we de loonstrijd van arbeidsters in Bangladesh onder de aandacht, spoorden we bedrijven aan om het Bangladesh transitieakkoord te ondertekenen en brachten we onderzoek uit naar de verbroken beloftes van H&M om een leefbaar loon uit te betalen.

Turn around H&M!! Leefbaar loon campagne

Uit ons onderzoek wat we in september 2018 publiceerden blijkt dat veel arbeidsters die kleding maken voor H&M onder de armoedegrens leven; ondanks de belofte van H&M om arbeidsters bij de meest strategische toeleveranciers vanaf 2018 een leefbaar loon te betalen. In 2013 beloofde H&M dat ze 850.000 kledingarbeidsters in haar keten binnen vijf jaar een leefbaar loon zou uit gaan betalen. Niets van deze belofte bleek waar te zijn en H&M ontkende zelfs dat ze deze belofte had gedaan.

Toen bleek dat H&M haar belofte niet waar ging maken lanceerde Schone Kleren Campagne in mei de "Turn Around, H&M!" campagne. Uit het gepubliceerde onderzoek blijkt dat arbeidsters in

India en Turkije ongeveer 1/3 van het minimumloon verdienen en de arbeidsters in Cambodja slechts minder dan de helft van het geschatte leefbare loon. In Bulgarije, lid van de EU, is het loon dat arbeidsters verdienen nog geen 10 procent van wat zij zouden moeten verdienen om zichzelf en hun families te kunnen onderhouden.

De leefbaar loon campagne die we zijn gestart rondom H&M schokte een hoop consumenten. Ze gaven aan niet op de hoogte te zijn van de belofte van H&M en ook niet van het feit dat de arbeidsters echt zo weinig verdienen. In november voerden we actie in Utrecht om winkellende consumenten te vragen om de petitie te ondertekenen en H&M te overtuigen dat belofte



schuld maakt. Velen van hen raakte betrokken en de petitie om H&M aan te spreken genereerde 120.000 handtekeningen. Daarnaast hebben veel consumenten H&M ook via hun eigen social mediakanalen aangesproken. Tijdens de aandeelhoudersvergadering van H&M in mei 2019 hebben wij de petitie aan de CEO van H&M overhandigd. Daarnaast dienden we tijdens deze vergadering ook een resolutie in om de winst van 2018 (2,6 miljard US-dollar) te besteden aan een leefbaar loon voor de kledingarbeidsters. Helaas werd de resolutie niet aangenomen, maar het onderwerp leverde wel aandacht op in de Nederlandse media en er verschenen meerdere artikelen over het onderwerp. De kamer pakte dit op en diende vervolgens Kamervragen in over de het onderzoek wat resulteerde in de toezegging van Minister Kaag om het gesprek met H&M hierover aan te gaan.

Meer over deze acties:

- 🔗 ['H&M komt belofte van leefbaar inkomen kledingmakers niet na](#)
- 🔗 [Minister Kaag wil met H&M in gesprek over leefbaar loon](#)
- 🔗 [Hongerlonen en schendingen van arbeidsrechten in H&Ms productieketen](#)
- 🔗 [Minister Kaag wil met H&M in gesprek ...](#)
- 🔗 [Actie rond Stadhuisbrug voor betere lonen](#)
- ▶ [Turn Around H&M](#)

Loonstrijd Bangladesh & Myanmar

In 2018 was er een loonstrijd gaande in Bangladesh. Het wettelijk minimumloon was sinds 2013 niet meer herzien. Vakbonden organiseerden demonstraties tegen het nieuw aangekondigde minimumloon van 8,000 taka. Arbeiders en vakbonden eisten 16.000 taka wat arbeiders minimaal nodig hebben om in hun basisbehoeften te kunnen voorzien.

Ook SKC steunde de loonstrijd van de vakbonden en riepen kledingmerken en Multi Stakeholder Initiatieven op om steun te betuigen aan de oproep van kledingarbeidsters (#WeDemandTk16000). Maar ook om hun invloed te gebruiken richting de overheid en werkgevers van Bangladesh het loon opnieuw te herzien en recht te doen aan de looneis van 16,000 Tk. 11 Nederlandse merken – waaronder WE Fashion, G-Star en Zeeman – schreven een gezamenlijke brief aan de Bengaalse overheid. Ook werden er wederom Kamervragen gesteld waarin Kamerleden de Minister vroegen om haar collega-Ministers in

Bangladesh aan te sporen, eerlijke onderhandelingen te bewerkstelligen en het recht op vakbondsvrijheid en demonstratie te respecteren.

Ook in Myanmar werd het minimumloon in 2018 verhoogd naar 4,800 kyat. In de praktijk pakt de verhoging helaas niet per se gunstig uit voor kledingarbeidsters. Vanwege hogere productiedoelstellingen zullen arbeidsters harder of zelfs langer (onbetaald) moeten werken. Rekening houdend met inflatiecijfers, stijgende kosten van levensonderhoud en verlaging van bonussen, verdienen werknemers mogelijk geen cent meer dan vóór de invoer van het minimumloon in 2018, zo blijkt uit onderzoek van Stichting Onderzoek Multinationale Ondernemingen en Action Labor Right. SKC en SOMO roepen kledingfabrieken in Myanmar en de internationale merken die inkopen in Myanmar op om deze bijwerkingen te helpen voorkomen en/of aan te pakken.



Bangladesh Akkoord

Voor het Bangladesh Veiligheidsakkoord was 2018 een cruciaal jaar. Vanaf mei trad het 2018 transitieakkoord – de opvolger van het Bangladesh Akkoord – in werking. Het jaar startte met een dringende oproep aan bedrijven die in Bangladesh produceren om (ook) het 2018 Akkoord te tekenen. Hier werd massaal gehoor aan gegeven: >190 kledingmerken sloten zich aan. In april, vijf jaar na de Rana Plaza ramp in Bangladesh, organiseerde SKC een debat in de Balie met Kalpona Akter – arbeidsrechtenactivist en oprichtster en directeur van het *Bangladesh Center for Worker Solidarity* – als gastsprekerster. Met het publiek en later in die week ook met een aantal Nederlandse bedrijven en ambtenaren sprak Kalpona over de lage lonen en het gebrek aan vakbondsvrijheid in het land en ook over hoe het Bangladesh Veiligheidsakkoord zorg draagt voor veiligere fabrieken. Media – inclusief de Correspondent en Trouw – schreven uitgebreid over het belang van het werk door het Akkoord.

Al snel kwam het Akkoord in een benarde situatie terecht door een slepende rechterlijke procedure over een mogelijk vroegtijdig sluiten van het kantoor in Bangladesh. Op nationaal, Europees en internationaal niveau werd er hard gelobbyd om de overheid van Bangladesh te overtuigen het Akkoord zijn werk te kunnen laten voortzetten. Minister Kaag, Kamerleden en Europarlementariërs spraken steun uit voor behoud van het Akkoord. Middels een resolutie riepen 50 Europarlementariërs de overheid van Bangladesh ook op werk te maken van vakbondsvrijheid. Alle opgebouwde politieke en publieke druk zou in 2019 leiden tot een einde van deze onzekere periode voor het Akkoord.

Lees hier meer over deze acties:

- [!\[\]\(9a53fe79a03d38d8322f7a2c5a875b36_img.jpg\) Bengaalse overheid stelt absurde voorwaarden-aan-bangladesh-akkoord](#)
- [!\[\]\(01f19d40f03100aa8a158c4891453b0d_img.jpg\) Wederom groot risico op nieuwe dodelijke branden in Bangladesh zes jaar na de dodelijke brand in de Tazreen kledingfabriek](#)
- [!\[\]\(e08cd99387e13601e6c12f535030ab90_img.jpg\) Bangladesh Akkoord](#)

UNIQLO weigert ontslagvergoeding en achterstallig loon van 2000 ontslagen arbeidsters te betalen!

Op 28 september opende Uniqlo voor het eerst haar deuren in Nederland. Ze zijn een van de snelst groeiende winkelketens van de wereld en hun CEO is de tweede rijkste man van Japan. In 2014 trok Uniqlo als grootste inkoper plotseling haar orders terug uit de Jaba Garmino fabriek in Indonesië met als gevolg dat de fabriek in april 2015 haar deuren sloot door faillissement. Hierdoor stonden 2000 kledingarbeidsters ineens op straat zonder baan en toekomst. De vrouwen van de fabriek strijden met de support van Schone Kleren Campagne al drie jaar voor hun rechten. Ze willen hun onbetaalde salaris en hun ontslagvergoeding van 5.5 miljoen dollar, een schijntje voor het Japanse mega merk. Maar Uniqlo weigert de arbeidsters te ontmoeten en de ontslagvergoeding en achterstallig loon van 2000 ontslagen arbeidsters te betalen!

Om deze reden trokken we met een groep consumenten naar het Rokin in Amsterdam waar we naast de ingang van de net geopende winkel met grote spandoeken onze boodschap duidelijk maakten. Veel passerende consumenten waren geschokt door onze boodschap en gingen met ons in gesprek. Naast de live actie in de stad hebben we via een onlinecampagne activisten opgeroepen om via hun eigen social media een dringende oproep te doen aan Tadashi Yanai, Uniqlo's CEO met de vraag om de arbeidsters te gaan ontmoeten om het conflict op te lossen. De uitkomst van de campagne was een hoop media-aandacht en de belofte van Uniqlo om in november met de arbeidsters om de tafel te gaan om het gesprek weer te beginnen.

Meer over deze acties:

- 🔗 [Japanse modeketen Uniqlo verwaarloost jaba garmino arbeiders](#)
- 🔗 [UNIQLO weigert ontslagvergoeding en achterstallig loon van 2000 ontslagen arbeiders te betalen](#)
- 🔗 [Hoe eerlijk en duurzaam is Uniqlo?](#)



SKC

Campagne

Kleren

Gender

SchoneKleren.nl

Schone

Gender /

Vrouwelijk leiderschap

Schone Kleren Campagne zet zich ervoor in om de arbeidsomstandigheden van alle arbeidsters in de wereldwijde kledingindustrie te verbeteren. Hierbij proberen wij de ongelijkheid tussen mannen en vrouwen en seksdiscriminatie waarmee kledingarbeidsters geconfronteerd worden, aan te pakken.

85% van de kledingarbeiders is vrouw. Zij krijgen minder betaald dan mannen en werken lange dagen in fabrieken zonder pauze. Zonder een leefbaar loon, opleiding, promotie en zwangerschapsverlof. Ook hebben ze te maken met (verbale) mishandeling en seksuele intimidatie. Steeds meer vrouwen komen voor zichzelf en hun collega's op. Ze richten vakbonden op of worden lid. Ze vragen aandacht voor arbeidsrechtenschendingen. En ze werken samen met bondgenoten voor steun in hun strijd tegen corrupte fabriekseigenaren en machtige bedrijven.

Een mooi voorbeeld van vrouwelijk leiderschap is het kledingindustrie project van de Hondurese vakbond Central General de Trabajadores. Dit wordt geleid door één van de meest gerespecteerde vrouwelijke vakbondsleden in Latijns-Amerika. Zij zette een vakbond voor kledingarbeidsters op en bleef vechten, ondanks fabriekssluitingen en doodsbedreigingen, totdat zij succes bereikte. De arbeidsrechtengroep Bangladesh Centre for Worker Solidarity wordt aangestuurd door een voormalige kind arbeidster die wereldwijd de stem voor vrou-

welijke kledingarbeidsters vertolkt. Ze heeft op fabrieksniveau leidinggegeven aan de verdediging van vrouwelijke arbeidsters tegen seksuele intimidatie, het ontzeggen van zwangerschapsuitkeringen en andere misstanden, terwijl ze tegelijkertijd de inspanningen in Bangladesh heeft gestimuleerd om vrouwelijke leiders in de kledingindustrie op te leiden en te ontwikkelen. Asia Floor Wage Alliance, geleid door een vrouw die één van de leidende denkers van Zuid-Azië is, ontwikkelde een robuuste formule voor het berekenen van leefbaar loon en bouwde vervolgens een consensus ter ondersteuning van deze formule onder een groot aantal vakbonden, mensenrechtenorganisaties en vrouwenorganisaties in de regio: iets dat geen enkele andere organisatie heeft kunnen doen. Deze vrouwen verdienen het om te werken onder veilige en goede omstandigheden. Ze verdienen loon waar ze hun familie van kunnen onderhouden. Vrouwen en meisjes zijn de kracht achter de mode-industrie. En ze hebben de macht om de industrie te verbeteren. Samen met deze vrouwen zet Schone Kleren Campagne en ons wereldwijde netwerk zich in voor deze vrouwen.

Highlights 2018

120.000

De Turn Around H&M-campagne leverde 120.000 handtekeningen op. Er was veel media-aandacht, er werden Kamervragen gesteld en Minister Kaag zegde toe met H&M hierover in gesprek te gaan.

Bangladesh Akkoord

Tijdens de demonstratie bij de Ambassade van Bangladesh in Den Haag samen met CNV en FNV werden we uitgenodigd in gesprek te gaan met de Bengaalse ambassadeur over het Bangladesh Akkoord en de loonstrijd.

Uniqlo demonstratie

Door de demonstratie tijdens de store opening van UNIQLO in Amsterdam, verscheen het management van UNIQLO aan de onderhandeltafel met de kledingarbeidsters van Jaba Garmindo.

SKC

Campagne

In de media

Kleren

SchoneKleren.nl

Schone

Schone kleren in de media

In 2018 wist de media Schone Kleren Campagne zeker te vinden. Wanneer er onderwerpen in het nieuws zijn over de kledingindustrie wordt SKC gevraagd om haar visie te delen, en een reactie of een quote te geven. Daarnaast weet de media ons ook als expert te vinden. In 2016 en in 2017 organiseerde SKC in samenwerking met Mama Cash, geheel mogelijk gemaakt door het geld van de Nederlandse Postcode loterij, 2 grote publiekscampagnes die zeer veel media-aandacht genereerde. Helaas was het in 2018 niet mogelijk om zonder een extra financiële impuls dit soort grote campagnes mogelijk te maken en daardoor ook minder media aandacht dan voorgaande jaren.

Schone Kleren Campagne in de Nederlandse media 2014-2018

	Online	Dagbladen	Tijdschriften	Radio	TV
2018	34	26	2	-	1
2017	67	83	4	10	8
2016	146	121	5	10	5
2015	48	56	3	4	2
2014	—	70	4	8	6

Van de 26krantenartikelen in 2018: Regionale dagbladen (15x) Volkskrant (1x), Trouw (5), Parool (1x), NRC (4x). Bronnen: LexisNexis Academic en archief Schone Kleren Campagne.

Schone Kleren Campagne op sociale media

Schone Kleren Campagne wist goed de geïnteresseerde achterban aan zich te binden en uit te breiden. Het aantal volgers op Facebook en Instagram groeide door.

	1 januari 2018	31 december 2018	Toe of afname
Facebook SKC	19.827	19.512	- 1.6 %
Twitter SKC	5.125	5.168	0.8 %
Instagram SKC	1.236	1.850	49.7 %
Facebook CCC	46.010	48.788	6.0 %
Twitter CCC	13.652	242.000	1672.6 %

SKC

Campagne

Kleren

Organisatie

SchoneKleren.nl

Schone

Organisatie /

De reikwijdte van ons netwerk wat inmiddels bestaat uit 235 organisaties, is de kracht van ons werk. Door met meerdere partners op verschillende onderwerpen en niveaus samen te werken kunnen we op meerdere vlakken tegelijkertijd acteren. Zowel op het gebied van Lobby en Avocacy, het Urgent appeal werk, het aansprakelijk stellen van bedrijven, samen te werken met vakbonden, onderzoek te laten doen in de landen zelf en gesprekken voeren met arbeidsters waardoor we op de hoogte zijn van de echte actuele situatie. De afgelopen vijf jaar was het verdiepen en versterken van ons internationale netwerk een kernstrategie. In de afgelopen twee jaar hebben zuidelijke partners zelfsturende regionale coalities opgezet met hun eigen coördinerende organen en bestuursstructuren, waarin bijna 100 vakbonden en ngo's in Zuid-, Zuidoost- en Oost-Azië zijn verenigd. Een soortgelijk proces heeft plaatsgevonden in Oost- en Zuidoost Europese productielanden. Er is overeenstemming bereikt over communicatie- en besluitvormingsstructuren en een intranet opgezet dat deze regio's verbindt met zusterorganisaties en bondgenoten over de hele wereld, waaronder Latijns-Amerika, Europa en de VS.

Organisatie en besluitvorming

In Nederland bestaat Stichting Schone Kleren Campagne /Clean Clothes Campaign uit twee (zelfsturende) teams: Schone Kleren Campagne (SKC) en International Office (het Internationale team). Deze worden beiden ondersteund door het Bureau, de gemeenschappelijke administratieve ondersteuning. SKC/CCC heeft geen directeur of managementteam. Er is een zogenaamd Cross Team Body (CTB) dat bestaat uit drie portfoliohouders HR, financiën en fondsenwerving. Een vertegenwoordiger vanuit het SKC-team en twee van CCC-IO vergaderen maandelijks en door de drie portfoliohouders wordt roulerend voorgezeten. Besluiten over arbeidsvoorwaarden, zoals salaris en overwerkbeleid, en onderwerpen die de hele organisatie aangaan worden in een all staff meeting door het gehele personeel genomen en zijn vastgelegd in het personeelshandboek.

Bestuur

In de statuten staan de principes van bestuur van SCK/CCC. Het bestuur bestaat uit vijf vrijwillige leden:

Mr. Evert de Boer (voorzitter)
Mr. Sjef Stoop (penningmeester)
Ms. Nina Ascoly
Ms. Hester Klute
Mr. Just van der Hoeven

SKC

Campagne

Kleren

Financiën

Balance

	31 december 2018	31 December 2017
Fixed assets (€)		
Fixtures and fittings	20,906	2,754
Total fixed assets	20,906	2,754
Current Assets (€)		
Receivables and prepayments	64,085	85,308
Cash and cash equivalents	1,574,445	1,284,450
Total current assets	1,638,530	1,369,757
Total assets	1,659,436	1,372,502
Reserves (€)		
Continuity reserve	473,371	472,652
Earmarked reserve for operating assets	-	2,745
Earmarked Reserve for NPL activities	38,497	53,497
Earmarked reserve for accrued training budget	14,528	10,496
Total reserves	526,396	539,390
Current liabilities	1,133,040	833,112
Total current liabilities	1,133,040	833,112
Total liabilities	1,659,436	1,372,502

Statement of income and expenditure

	Actual 2018	Budget 2018	Actual 2017
Income (€)			
Income from private individuals	18,694	20,000	27,350
Income from government grants	1,509,901	1,717,149	1,492,283
Income from lottery organisations	-	-	272,684
Income from other non-profit organisations	1,345,186	971,455	-
Sum of raised income	2,873,781	2,708,604	1,792,317
Other income	-	2,000	764
Total income	2,873,781	2,710,604	1,793,080
Expenditure (€)			
Staff costs	1,127,765	1,131,517	969,737
Accommodation costs	56,048	58,550	55,039
Office and general expenses	104,790	98,079	102,698
Direct campaign costs	1,599,260	1,400,466	608,589
Total expenditure	2,887,863	2,688,612	1,736,063
Result before financial income and expenditure	14,082-	21,992	57,017
Balance of financial income and expenditure	1,089	500	2,578
Result	-12,994	22,492	59,595




Appropriation of the result

Added to the continuity reserve	-2,026		63,440
Charged to the earmarked reserve for operating assets	-		-3,986
Charged to the earmarked reserve for NPL	-15,000		-
Added to the earmarked reserve for accrued training budget	4,032		141

Schone Kleren Campagne

Postbus 11584
1001 GN Amsterdam



Telefoon: (+31) (0)20 41 22 785
info@schonekleren.nl
www.schonekleren.nl

 schonekleren
 @schonekleren
 Schonekleren

Clean Clothes Campaign

International Office
Postbus 11584
1001 GN Amsterdam

Telefoon: (+31) (0)20 41 22 785
info@cleanclothes.org
www.cleanclothes.org

 cleanclothescampaign
 @cleanclothes