

Jaar- verslag 2017

Schone Kleren Campagne
Clean Clothes Campaign

Inhoud

Inleiding	3
Acties & campagnes	5
Urgent Appeals	6
Politiek- & bedrijvenlobby	7
Publiekscampagnes	9
Gender	11
Onderzoek en Rapporten	12
Highlights in 2017	13
In de media	14
Organisatie	17
Financiën	19

Inleiding

.....

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 partner-organisaties in de productielanden. Samen met deze organisaties, vormt Schone Kleren Campagne nu een wereldwijd netwerk; Clean Clothes Campaign, waarbij meer dan 250 organisaties en vakbonden zijn aangesloten. Gezamenlijk zetten zij zich in voor betere arbeidsomstandigheden en leefbare lonen in de wereldwijde kledingindustrie.

Dat doen we door samen met de kledingarbeidsters kledingmerken en overheden aan te spreken op misstanden en uitbuiting. Door vakbonden, fabrieks-eigenaren, kledingmerken en overheden met elkaar te verbinden om tot bindende afspraken te komen over veiligheid, werknemersrechten en een leefbaar loon. Zodat kledingarbeidsters ook echt iets merken van de veranderingen. En door consumenten te informeren over de onmenselijke situaties waaronder hun kleding wordt gemaakt en hen te mobiliseren mee te doen aan acties. Schone Kleren Campagne spreekt mensen niet alleen aan, maar draagt ook bij aan duurzame en constructieve oplossingen.

Hoe doen we dat?

- Door ons urgent appeals systeem bieden we directe steun in concrete gevallen van schendingen van de rechten van werknemers en activistes.
- Door te lobbyen bij de Nederlandse overheid, Kamerleden en Europarlementariërs brengen we onze verbeterpunten in de kledingindustrie onder de aandacht en om te zorgen voor betere wetten en regels in Nederland en Europa.
- Door om de tafel te gaan zitten met kledingmerken, vakbonden, internationale instituten en overheden om daadwerkelijke veranderingen in de kledingindustrie te bewerkstelligen.
- Door het lanceren van publiekscampagnes, sociale media activiteiten en het doen van onderzoek informeren wij de media, politiek, Nederlanders en Europeanen.

Acties & campagnes

Urgent Appeals

Schone Kleren Campagne steunt kledingarbeiders in situaties waarbij hun rechten worden geschonden. Veel van deze zaken gaan over vakbondrepressie, zoals (massa) ontslag en arrestaties van vakbondsleiders, organizers en arbeiders.

Wanneer er zo'n urgent appeal wordt opgenomen, wordt er eerst met de lokale partners een strategie afgesproken om het probleem op te lossen en een internationale werkgroep gevormd die aan de zaak werkt. Veel urgent appeals werk vindt 'achter de schermen' plaats en worden opgelost door gesprekken en onderhandelingen met merken en overheden; soms worden zaken publiek gemaakt om tot een oplossing van de zaak te komen.

Samen met inkopende bedrijven, fabrieksmanagement en soms met overheden wordt er eerst altijd gezocht naar een oplossing 'achter de schermen'. Wanneer deze aanpak niet werkt, en alleen als de lokale partners het ermee eens zijn, wordt de zaak publiek gemaakt. In 2016 hebben we gewerkt aan 21 urgent appeal zaken in 11 landen. Veel urgent appeal zaken gaan over vakbondsvrijheid en het recht op organisatie: intimidaties en bedreigingen tegen vakbondsleden, schorsingen en ontslagen van arbeiders vanwege deelname aan vakbondactiviteiten of betrokkenheid bij het opzetten van een vakbond zijn aan de orde van de dag. Andere misstanden zijn: buitensporige werkuren, onderbetaling, verbaal en fysiek geweld, seksuele intimidatie, onveilige fabrieken en ongezonde werkomstandigheden. Ook zijn er voorbeelden van niet uitbetaalde lonen en andere betalingen waar arbeiders recht op hebben in geval van fabriekssluitingen.

Naast het casework, organiseerde CCC urgent appeal trainingen voor vakbonden, vrouwenorganisaties en arbeidsrechtenorganisaties in Bangladesh, Sri Lanka en Oost-Europa. Urgent Appeal coördinatoren ontvingen een training over veilige communicatie.

Een staking voor hogere lonen in Bangladesh in december 2016 leidde tot een massaontslag en de arrestatie van 24 vakbondsleiders. Na maandenlange internationale acties door vakbonden en organisaties en een actieve lobby bij bedrijven, overheden, ambassades en de EU werden in maart 2017 alle gevangen vakbondsleiders en -activisten vrijgelaten. Helaas werd er geen tijdspad afgesproken voor het terugtrekken van de klachten tegen deze vakbondsleiders en het terugnemen van de 3000 ontslagen arbeiders. SKC, FNV en CNV voerden actie bij de Bengaalse ambassade in Den Haag.

Lees hier meer over deze acties:

-  [Vakbondrepressie Bangladesh](#)
-  [Vrijlating Gearresteerde Vakbondsleiders](#)
-  [Actie bij ambassade in Den Haag](#)

Daarnaast werkte SKC aan een 'vakbondszaak' in Myanmar en Cambodja. In beide zaken ging het om ontslag van vakbondsleiders. In de 'Myanmar zaak' kwamen fabrieksmanagement en de vakbond overeen dat de twee vakbondsleiders worden teruggenomen en dat de sociale dialoog wordt verbeterd. SKC was hierover in gesprek met het Nederlandse merk dat inkoopt van deze fabriek. In de 'Cambodjaanse zaak' werd een gedeeltelijk succes behaald: hoewel er werd overeengekomen dat alle drie ontslagen vakbondsleiders zouden worden teruggenomen en dat hun achterstallig loon zou worden betaald, nam het fabrieksmanagement er maar twee terug. SKC en andere organisaties en de Cambodjaanse vakbond werken ook in 2018 verder aan deze zaak opdat de overeenkomst volledig wordt geïmplementeerd.

Politiek- & bedrijvenlobby

In 2017 maakte we uiteraard ook politici en ambtenaren bewust van de noodzaak voor meer transparantie en het hoog op de agenda houden van het werken aan een schonere kledingindustrie.

We vroegen nieuwe Kamerleden en Europarlementariërs tijdens de sweat shop campagne om samen met ons de aandacht te vestigen op de slechte omstandigheden in de kledingindustrie. Van bijna alle politieke partijen kwam er een Kamerlid dan wel Europarlementariër een kijkje nemen en een uurtje naaien in de sweatshop. Ook publiceerden we een position paper over transparantie en drongen we aan op Kamervragen over de situatie in Bangladesh, Myanmar, het textiel convenant en het Bangladesh akkoord. Ook reisde we met 2 Europarlementariërs af naar Sri Lanka om te spreken met kledingarbeidsters, vakbonden, ministeries en werkgeversorganisaties over het toekennen van EU handelspreferenties aan Sri Lanka.

Position paper: Transparantie in de Kledingindustrie

Hongerlonen, instortende fabrieken, kinderarbeid. Dagelijks worden mensenrechten geschonden in de wereldwijde kledingindustrie. Wil je hier als consument iets aan doen dan stuit je op niet verifieerbare claims van bedrijven. Kledingmerken



zijn niet open over waar en onder welke omstandigheden zij produceren. Het advies van Schone Kleren Campagne aan bedrijven en politiek is onder andere pleiten voor traceerbare labels in kleding, openbare lijsten van productielocaties en publieke rapportages.

Deze position paper laat zien waarom transparantie in de kledingindustrie noodzakelijk is.

[**Transparantie in de Kledingindustrie**](#)

Lees meer over.....

- [**Europese Commissie waarschuwt Bangladesh: bij geen verbetering rondom vakbondsvrijheid volgt onderzoek**](#)
- [**EU: treed op tegen vakbondsschending Bangladesh!**](#)
- [**Politici aan het werk in Bengaalse sweatshop**](#)

- [**Internationale kledingmerken trekken zich terug van jaarlijkse kledingtop Bangladesh**](#)
- [**Schone Kleren Campagne eist meer transparantie van kledingmerken**](#)
- [**Gaat Hudson's Bay het Bangladesh Akkoord ondertekenen?**](#)

Bangladesh Akkoord

In 2017 zetten vakbonden en bedrijven een handtekening onder een verlenging van het Bangladesh Veiligheidsakkoord dat werkt aan de verbetering van de veiligheid van kledingfabrieken in Bangladesh. SKC riep alle Nederlandse kledingbedrijven met productie in Bangladesh op om dit vernieuwde Akkoord te tekenen zodat het werk kan worden voortgezet, want nog niet alle renovaties zijn gedaan.

[Veiligheidsakkoord voor Bangladesh verlengd](#)

[Bangladesh Akkoord II zet veiligheidswerk voort na 2018](#)

Het Convenant Duurzame Kleding en Textiel

Het Convenant Duurzame Kleding en Textiel publiceerde in 2017 een samengestelde lijst van fabrieken die aan de convenantbedrijven leveren en haar eerste jaarrapport. SKC is van meet af aan kritisch geweest op het gebrek aan transparantie van het convenant en volgt de ontwikkelingen nauwlettend. Zo geeft het jaarrapport geen informatie over hoe het secretariaat de risico's analyses en verbeterplannen beoordeelt. Het rapport geeft bijvoorbeeld geen informatie over hoe er toegewerkt wordt naar een leefbaar loon voor kledingarbeidsters door bedrijven die lid zijn van het convenant.

[Arbeiders hebben nog weinig baat bij het kledingconvenant](#)

Sri Lanka

In mei 2017 besliste het Europees Parlement om in te stemmen met het voorstel van de Europese Commissie om Sri Lanka handelsvoordelen (GSP+) te verlenen. Schone Kleren Campagne reisde samen met Anne Marie Mineur (Europarlementariër SP) af naar Sri Lanka voor een 'fact finding mission' met de vraag, of Sri Lanka wel voldoet aan alle voorwaarden zodat de (kleding)arbeiders ook profiteren van deze handelsvoordelen?

Gedurende drie dagen werd er gesproken met onder meer lokale vakbonden, kledingarbeiders, de minister van Arbeid, de werkgeversorganisatie en de ILO over vele kwesties rondom vakbondsrechten en de rechten van werknemers. "Veel ernstige problemen in de kledingfabrieken zijn ons ter ore gekomen, zoals arbeiders die werden ontslagen nadat ze zich bij een vakbond hadden aangesloten of omdat ze de veel te hoge productietargets niet haalden", aldus Mineur.

Er is ook winst geboekt tijdens de missie. Zo gaf de minister van Arbeid aan dat de financiële winsten uit GSP+ voor 50% ten goede moeten komen aan de arbeiders en sprak de voorzitter van het Bestuur van Investeerders uit dat de vakbonden betere toegang moeten krijgen tot de zogeheten Free Trade Zones. Vakbondsleiders krijgen een badge waarmee zij vrij toegang krijgen.

“We zijn erg blij met de uitkomsten van deze ‘fact finding mission’, kledingarbeiders hebben zelf hun problemen kunnen verwoorden en de Europarlementariërs hebben deze overgebracht aan de Minister en het Bestuur van investeerders, dit heeft al concrete resultaten opgeleverd die door ons verder zullen worden opgevolgd.”

Suzan Cornelissen van Schone Kleren Campagne



Publiekscampagnes

WPF Women Power Fashion

Hard werken, lange dagen en lage lonen. Om misstanden in de kledingindustrie zichtbaar te maken openden Schone Kleren Campagne en Mama Cash in mei 2017 een pop-up sweatshop midden in de grootste winkelstraat van Den Haag. Een week lang namen vrijwilligers, politici en bekende Nederlanders plaats achter naaimachines en werd het winkelend publiek geïnformeerd. Over wat de vrouwen die onze kleding maken doen om misstanden aan te kaarten en voor hun eigen rechten op te komen, zoals het oprichten van een eigen vakbond. De Campagne was mede mogelijk dankzij de Nationale Postcode Loterij.

Women Power Fashion was zowel een bewustwordingscampagne in Nederland als in productielanden zelf. Binnen het project zijn er in samenwerking met vrouwenrechten organisaties in productielanden in Zuid Azië trainingen en bijeenkomsten georganiseerd voor kledingarbeidsters, over wat hun rechten zijn en hoe zij zichzelf kunnen verweren en organiseren.

Lees meer over de sweatshop:

[!\[\]\(9c4f697052545ae4fab36076e03db94f_img.jpg\) **Women Power Fashion: Tailored Activism**](#)

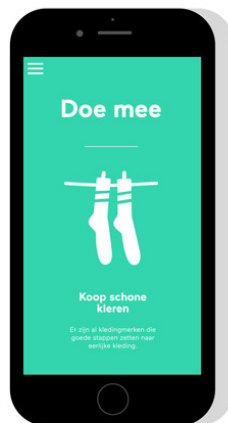
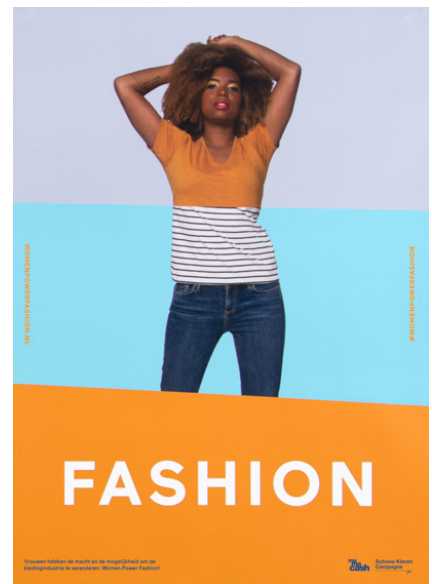
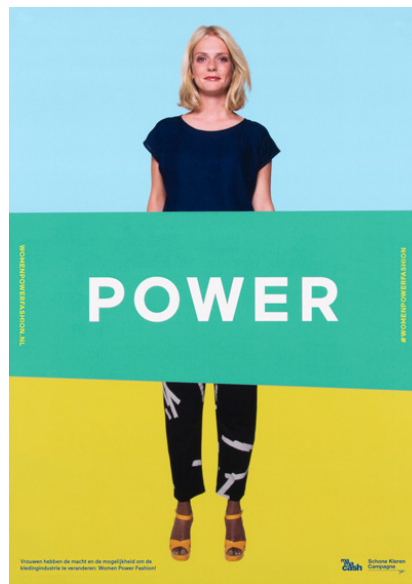
[!\[\]\(a69696d69cfd88b51cbd02e5288eca32_img.jpg\) **Sweat shop Den Haag**](#)

[!\[\]\(fc3a57079704ef1b99671c8cafae23be_img.jpg\) **De Balie event**](#)

[!\[\]\(0ac73c45806a78de248a19d9a2dbe7a6_img.jpg\) **Event Humanity house**](#)

[!\[\]\(147b0c7dce349edf02b6b21226344f99_img.jpg\) **Klein filmpje over WPF met korte beeldimpressie**](#)

[!\[\]\(ac7494f141109b59d18bf9c3aeb84d93_img.jpg\) **Filmpje Angela Groothuizen**](#)



#Gotransparent

Heb jij al gewinkeld bij Forever 21, Urban Outfitters, Walmart, Primark of Armani? Weet jij waar zij hun kleren laten maken en onder welke omstandigheden? Wij ook niet! Schone Kleren Campagne en haar internationale netwerkpartners schreven meer dan 70 kledingbedrijven aan, en vroegen hun om de pledge te onderschrijven en informatie te publiceren over de fabrieken waar hun merken geproduceerd worden. Gevraagd werd aan o.a. Forever 21, Urban Outfitters, Walmart, Primark en Armani om de Transparantiegarantie voor het einde van het jaar te onderschrijven.

In 2018 heeft deze campagne ertoe geleid dat Primark in februari aankondigde haar productie-locaties online te zetten en kort daarna heeft ook Hugo Boss zijn productielocaties gepubliceerd.

Lees meer over #GoTransparent:

[#GoTransparent: Ik wil weten wie mijn kleren heeft gemaakt](#)

[Pop-up sweatshop Den Haag: de successen](#)

Gender

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

80% van de kledingarbeiders is vrouw. Ze 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 organiseren vakbonden 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. 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.



Onderzoek en Rapporten

Moderne slavernij in India

Vrouwelijke migranten die werken in Indiase kledingfabrieken die leveren aan grote internationale merken zoals Benetton, C&A, GAP, H&M, M&S en PVH, zijn het slachtoffer van moderne vormen van slavernij. In Bangalore, India's grootste kleding producerende regio, worden jonge vrouwen geronseld met valse beloftes over lonen en andere vergoedingen. Ze werken in kledingfabrieken onder hoge druk voor lage lonen. Hun leefomstandigheden in hostels zijn slecht en hun bewegingsvrijheid is ernstig beperkt. Hoewel ze beweren achttien te zijn, zien veel werknemers er veel jonger uit.

 [Moderne slavernij in India bij bekende kledingmerken als Benetton, C&A, GAP en H&M](#)

De mythe van Made in Europe

Als er op het label van je kledingstuk staat Made in Europe wat denk je dan? Waarschijnlijk dat de kleding onder goede omstandigheden is gemaakt. Dat kledingarbeidsters een fatsoenlijk loon betaald krijgen voor het werk dat ze doen en dat ze in een veilige fabriek werken. Helaas is dat niet het geval. Eerder onderzoek van onze internationale partners toonde al aan dat de lonen in landen als Bosnië-Herzegovina, Macedonië en Roemenië laag zijn, de werkdruk hoog is en intimidatie regelmatig voorkomt. Recent onderzoek naar de regio laat zien dat de arbeidsomstandigheden weinig verbeterd zijn en lonen nog steeds veel te laag zijn om van te leven. Uitbuiting gebeurt niet alleen ver weg in landen als Bangladesh, China of India maar ook dichtbij huis, in Europese sweatshops. In deze publicatie zetten we een aantal feiten over de regio op een rij.

 [De mythe van 'Made in Europe'](#)

Highlights in 2017

5.234

merken tekenden in 2017 het Bangladesh Akkoord, zowel in Nederland als internationaal.

10.000

Minister Ploumen ontving 10.000 handtekeningen voor leefbaar loon.

Landmark Compensation

We hebben een Landmark Compensation arrangement bereikt op de 4e verjaring van de dodelijke brand in Pakistan. [!\[\]\(8942d28dc4da2a769efbb41dc37c5a1c_img.jpg\)](#)

Freedom of Association

3 Fair Wear Foundation bedrijven hebben het Freedom of Association protocol ondertekend, waaronder Suit Supply. [!\[\]\(99af31d6d7b9b738106c66bf7ffde536_img.jpg\)](#)

In de media



.....

In 2017 was er flinke aandacht voor schone kleren in de media. De aansprekende campagnes van SKC en de erbarmelijke situatie van kledingarbeidsters was erg zichtbaar. Zichtbaarheid creëert draagvlak en resulteert in een effectievere campagne.

Daarnaast weet de media ons ook als expert 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.

Met name de campagne Women Power Fashion (WPF) kreeg veel media-aandacht. Bij deze campagne werd samengewerkt met een pr-bureau. Over WPF verschenen op nieuwssites en blogs ruim 60 items, ruim 20 nieuwssites schreven over deze campagne. Dit verklaart ook de piek in 2016, het startjaar van de 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 groeide flink. Ook het bereik van schonekleren.nl is toegenomen: 266.580 weergave en 218.312 unieke gebruikers, ten opzichte van 123.000 in 2016.

Schone Kleren Campagne in de Nederlandse media 2014-2017

	Online	Dagbladen	Tijdschriften	Radio	TV
2017	67	83	4	10	8
2016	146	121	5	10	5
2015	48	56	3	4	2
2014	geen gegevens	70	4	8	6

Van de 83 krantenartikelen in 2017: Regionale dagbladen (74x) Volkskrant (2x), Trouw (2x), Parool (2x), NRC (3x).

Bronnen: LexisNexis Academic en archief Schone Kleren Campagne.

Toename in aantal volgers op sociale media

	1 januari 2017	31 december 2017	Toename
Facebook SKC	19.128	19.827	3,6%
Twitter SKC	5.049	5.125	1,5%
Instagram SKC	1.004	1.236	23,1%
Facebook CCC	40.363	46.010	39,9%
Twitter CCC	9.869	13.652	38,3%

Bereik in de media

Op tv:

- ▶ [RADAR \(AVROTROS\): Is jouw schoen eerlijk?](#)
- ▶ [Pleit samen met ons en Arjen Lubach voor wetgeving in de kledingindustrie](#)
- ▶ [Kledingindustrie - Zondag met Lubach \(S07\)](#)

In de krant of magazines:

- ▶ [AD: Pas op voor de trucs van H&M, Zara en Primark](#)
- ▶ [Genoeg.nl: Genoeg stelt kritische vragen aan kledingmerken](#)

Online:

- ▶ [Radar: Waar komt kleding van grote ketens vandaan?](#)
- ▶ [De Correspondent: Wat zijn de gevolgen van onze verslaving aan spotgoedkope kleding?](#)
- ▶ [NOS: Twee kledingmerken aangeklaagd voor onveilige fabrieken in Bangladesh](#)

Organisatie

.....

Het werken aan de doelen en strategieën van het eind 2014 gezamenlijk afgesproken Global Strategic Framework op het gebied van leefbaar loon, veiligheid en contracten was in 2017 natuurlijk een prioriteit. Daarnaast stond in 2017 de verdere uitwerking van de nieuwe netwerkstructuur hoog op de agenda.

Nadat in 2016 al regionale coalities waren opgezet in Zuid-Azië (Bangladesh, India, Nepal, Pakistan en Sri Lanka) en Oost-Azië (Hong Kong, Japan, Taiwan en Zuid-Korea), is op een regionale bijeenkomst in mei 2017 in Bali ook in Zuidoost-Azië (Birma/Myanmar, Cambodja, de Filipijnen, Indonesië, Maleisië en Thailand) een coalitie opgericht. Door het opzetten van deze regionale coalities krijgen werksters in de kledingindustrie directe invloed op het internationale beleid van de Schone Kleren Campagne/Clean Clothes Campaign. In Indonesië hebben vier vakbonden en vier ngo's besloten gezamenlijk een nationale coalitie op te zetten, de eerste in Azië.

De organisaties in Oost- en Zuidoost-Europa hebben op een bijeenkomst in het voorjaar van 2017 in Budapest besloten dat ze deel willen uitmaken van de hernieuwde Europese Coalitie. Deze coalitie bestaat nu uit nationale coalities en organisaties in Albanië, België, Duitsland, Finland, Frankrijk, Georgië, Italië, Kroatië, Macedonië FRY, Nederland, Noorwegen, Oekraïne, Oostenrijk, Polen, Roemenië, Servië, Slowakije, Spanje, Tsjechië, Turkije, Verenigd Koninkrijk en Zwitserland. In Kroatië is een nieuwe nationale coalitie opgericht. De nationale coalities in Denemarken en Ierland zijn in 2017 helaas opgehouden te bestaan.

Op de Europese bijeenkomsten in mei 2017 in Madrid en in november 2017 in Zagreb is hard gewerkt aan het samengaan van alle Europese organisaties in een (1) coalitie. Omdat er in de Europese landen waar kledingproductie plaatsvindt andere activiteiten en andere vormen van lobby nodig zijn, is er binnen de Europese Coalitie de European Production Focussed Group opgericht, die regelmatig eigen bijeenkomsten organiseert.

Eind 2017 hadden bijna 200 organisaties bevestigd dat ze onderdeel willen zijn van het hernieuwde internationale netwerk van SKC/CCC.

Organisatie team 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 SKC/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

Financiën

Balance

31 december 2016

31 December 2015

Fixed assets (€)

Fixtures and fittings	2,754	6,731
Total fixed assets	2,754	6,731

Current Assets (€)

Receivables and prepayments	85,308	93,873
Cash and cash equivalents	1,284,450	1,500,608
Total current assets	1,369,757	1,594,445
Total assets	1,372,502	1,601,177

Reserves (€)

Continuity reserve	472,652	409,212
Earmarked reserve for operating assets	2,745	6,731
Earmarked Reserve for NPL activities	53,497	53,497
Earmarked reserve for accrued training budget	10,496	10,355
Total reserves	539,390	
Current liabilities	833,112	1,121,382
Total current liabilities	833,112	1,121,382
Total liabilities	1,372,502	1,601,177

Statement of income and expenditure

	Actual 2016	Budget 2016	Actual 2015
Income (€)			
Income from private individuals	27,350	25,000	32,186
Income from government grants	1,492,283	1,668,673	1,270,257
Income from lottery organisations	272,684	270,012	567,316
Sum of raised income	1,792,317	1,963,685	1,869,758
Other income	764	2,000	1,500
Total income	1,793,080	1,965,685	1,262,982

Expenditure (€)			
Staff costs	969,737	992,613	914,930
Accommodation costs	55,039	62,000	52,789
Office and general expenses	102,698	76,538	91,965
Direct campaign costs	608,589	807,216	746,076
Total expenditure	1,736,063	1,938,367	1,871,258

Result before financial income and expenditure	57,017	27,318	65,498
Balance of financial income and expenditure	2,578	2,500	5,203
Result	59,595	29,818	70,701

Appropriation of the result

Added to the continuity reserve	63,440		70,046
Charged to the earmarked reserve for operating assets	-3,986		-3,256
Charged to the earmarked reserve for NPL	-		-378
Added to the earmarked reserve for accrued training budget	141		4,289

Schone Kleren Campagne
Postbus 11584
1001 GN Amsterdam

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



[schonekleren](https://www.facebook.com/schonekleren)



[@schonekleren](https://twitter.com/schonekleren)



[Schonekleren](https://www.instagram.com/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](https://www.facebook.com/cleanclothescampaign)



[@cleanclothes](https://twitter.com/cleanclothes)

©2018 Schone Kleren Campagne