

## DAGVAARDING

Heden, \_\_\_\_\_ tweeduizendzesentwintig,

**HEB IK,**

**OP VERZOEK VAN:**

1. De **Stichting Schone Kleren Kampagne/Clean Clothes Campaign**, een stichting statutair gevestigd te Amsterdam en kantoorhoudende te (1052AK) Amsterdam aan de De Wittenstraat 25;
2. **Eiser 2**;
3. **Eiser 3**;
4. **Eiser 4**; en
5. **Eiser 5**.

te dezer zake woonplaats kiezende te (1021 JT) Amsterdam aan de Hamerstraat 19-1, ten kantore van De Roos Coöperatief U.A., van welk kantoor mr. O.J.W. Schotel, mr. L. van Gijn en mr. L. van der Linde deze zaak inhoudelijk als advocaat behandelen en als zodanig worden gesteld,

Eiser sub 1 wordt hierna aangeduid als **CCC**; Eisers onder 2 tot en met 5 worden hierna gezamenlijk aangeduid als de **Individuele Consumenten**; en CCC en de Individuele Consumenten worden gezamenlijk aangeduid als de **Eisers**,

**GEDAGVAARD:**

1. de besloten vennootschap met beperkte aansprakelijkheid **Levi Strauss Nederland B.V.**, statutair gevestigd te Amsterdam en kantoorhoudende te Amsterdam aan de De Ruyterkade 146 (1011 AC), aldaar aan dat adres mijn exploit doende en afschrift dezes, latende aan:

de heer/mevrouw:

aldaar aanwezig en werkzaam;

voormeld adres in gesloten envelop met daarop de vermeldingen als wettelijk voorgeschreven, omdat ik aldaar niemand aantrof aan wie rechtsgeldig afschrift kon worden gelaten,

2. **Levi Strauss & Co Europe BV**, statutair gevestigd te België te Diegem aan de 19 Leonardo da Vincilaan (1831), aldaar aan dat adres mijn exploit doende en afschrift dezes, latende aan:

zonder bekende woonplaats of bekend werkelijk verblijf in Nederland.

daartoe heb ik uit kracht van artikel 56 lid 2 van het Wetboek van Burgerlijke Rechtsvordering en in mijn hoedanigheid van verzendende instantie als bedoeld in de verordening EU nr. 2020/1874 van de Raad van Europese Unie van 25 november 2020 (EU Betekeningsverordening), twee afschriften van deze dagvaarding en van na te melden stukken:

VERZONDEN AAN DE NAVOLGENDE ONTVANGENDE INSTANTIE

Dikaioma BV  
Groenbek 18  
8790 Waregem  
België

deze verzending heeft vandaag nu er nog geen sprake is van een operationeel veilig en betrouwbaar gedecentraliseerd IT-systeem ter uitwisseling van stukken als bedoeld in art. 5 lid 1 van de Verordening (EU) 2020/1784 van het Europees parlement en de raad van 25 november 2020 per e-mail heeft plaatsgevonden en is vergezeld van de navolgende stukken:

- het aanvraagformulier als bedoeld in de Verordening (EU) nr. 2020/1784 van de Raad van Europese Unie van 25 november 2020, ingevuld in de Nederlandse taal.

Aan de ontvangende instantie heb ik verzocht om deze dagvaarding, voorzien van een vertaling in de Nederlandse taal, aan Levi Strauss & Co Europe B.V. te betekenen/daarvan kennis te geven op de wijze als onder 5 in het hiervoor genoemde formulier "aanvraag om betekening of kennisgeving van stukken" omschreven, te weten betekening volgens de wet van de aangezochte staat (5.1 formulier).

BOVENDIEN WORDT, TER BETEKENING/KENNISGEVING AAN LEVI STRAUSS & CO EUROPE B.V., VOORNOEMD,

vandaag een afschrift van deze dagvaarding zonder vertaling door mij, in overeenstemming met artikel 56 lid 3 van het Wetboek van Burgerlijke Rechtsvordering en artikel 18 van de genoemde EU Betekeningsverordening, per UPS koeriers gezonden aan het adres van Levi Strauss & Co Europe B.V., voornoemd. Het verzonden stuk is voorzien van het in artikel 12 leden 2 en 3 EU Betekeningsverordening genoemde formulier L, opgenomen in bijlage I van de EU Betekeningsverordening.

Levi Strauss & Co Europe B.V. kan dit stuk weigeren indien hij niet gesteld is in of niet vergezeld gaat van een vertaling in een van de volgende talen:

- Een taal die Levi Strauss & Co Europe B.V. begrijpt, of

- de officiële taal van de aangezochte lidstaat of, indien er verscheidene officiële talen in de aangezochte lidstaat zijn, de officiële taal of één van de officiële talen van de plaats waar de betekening of kennisgeving moet worden verricht.

Als Levi Strauss & Co Europe B.V. dit stuk weigert vanwege de taal dan kan dit door binnen twee weken na heden aan mijn kantoor toe te zenden:

- het hiervoor genoemde formulier L. In dit formulier is ook dit recht op weigering vanwege de taal van het stuk beschreven; ofwel.

- een zelf op te stellen verklaring dat de stukken worden geweigerd vanwege de taal waarin het is gesteld.

Gedaagde sub 1 wordt hierna aangeduid als **Levi Strauss Nederland**; gedaagde sub 2 wordt hierna aangeduid als **Levi Strauss België**; Gedaagden sub 1 en 2 worden hierna gezamenlijk aangeduid als "**Gedaagden**" of "**Levi Strauss**".

#### **OM OP:**

**Woensdag 3 juni 2026, te 10:00 uur**, niet in persoon maar vertegenwoordigd door een advocaat, te verschijnen op de zitting van de Rechtbank Amsterdam in één der zalen van het gerechtshuis aan de Parnassusweg 280 te Amsterdam,

#### **ONDER AANZEGGING DAT:**

1. indien een gedaagde verzuimt advocaat te stellen of het hierna bedoelde griffierecht niet tijdig betaalt, en de voorgeschreven termijnen en formaliteiten in acht zijn genomen, de rechter verstek tegen die gedaagde zal verlenen en de hierna omschreven vordering zal toewijzen, tenzij deze hem onrechtmatig of ongegrond voorkomt;
2. indien ten minste een van de gedaagden in het geding verschijnt en het griffierecht tijdig heeft voldaan, tussen partijen één vonnis zal worden gewezen, dat als een vonnis op tegenspraak wordt beschouwd;
3. bij verschijning in het geding van ieder van de gedaagden een griffierecht zal worden geheven, te voldoen binnen vier weken te rekenen vanaf het tijdstip van verschijning;
4. de hoogte van de griffierechten is vermeld in de meest recente bijlage behorend bij de Wet griffierechten burgerlijke zaken, die onder meer is te vinden op de website <https://www.kbvg.nl/griffierechtentabel>;
5. van een persoon die onvermogen is, een bij of krachtens de wet vastgesteld griffierecht voor onvermogenen wordt geheven, indien hij op het tijdstip waarop het griffierecht wordt geheven heeft overgelegd:
  - een afschrift van het besluit tot toevoeging, bedoeld in artikel 29 van de Wet op de rechtsbijstand, of indien dit niet mogelijk is ten gevolge van omstandigheden die redelijkerwijs niet aan hem zijn toe te rekenen, een afschrift van de aanvraag, bedoeld in artikel 24, tweede lid, van de Wet op de rechtsbijstand, dan wel

- een verklaring van het bestuur van de Raad voor Rechtsbijstand, bedoeld in artikel 7, derde lid, onderdeel e, van de Wet op de rechtsbijstand waaruit blijkt dat zijn inkomen niet meer bedraagt dan de inkomens bedoeld in de algemene maatregel van bestuur krachtens artikel 35, tweede lid, van die wet.
6. van gedaagden die bij dezelfde advocaat verschijnen en gelijklopende conclusies nemen of gelijklopend verweer voeren, op basis van artikel 15 van de Wet griffierechten burgerlijke zaken slechts eenmaal een gezamenlijk griffierecht wordt geheven;
  7. eiseres sub 1 ingevolge artikel 1018c lid 2 Rv op straffe van niet-ontvankelijkheid verplicht is het exploit van deze dagvaarding binnen twee dagen na de dag van dagvaarding ter griffie in te dienen onder gelijktijdige aantekening van de dagvaarding in het centraal register voor collectieve acties aan te tekenen in het centraal register voor collectieve acties als bedoeld in artikel 3:305a, lid 7, BW;
  8. De aantekening gaat vergezeld van een uittreksel van de dagvaarding dat deze aantekening tot gevolg heeft dat – tenzij de rechtbank eiseres aanstonds niet ontvankelijk verklaart – de rechtbank de zaak aanhoudt totdat een termijn van drie maanden na de aantekening in het centraal register is verstreken;
  9. de eisende en de gedaagde partij verplicht zijn om de feiten die van belang zijn voor de beslissing van de rechter volledig en naar waarheid aan te voeren;
  10. na het verstrijken van deze termijn de behandeling van de zaak wordt voortgezet in de stand waarin zij zich bevindt, tenzij ingevolge artikel 1018d, tweede lid, Rv deze termijn is verlengd of een andere collectieve vordering voor dezelfde gebeurtenis is ingesteld
  11. dat de in artikel 128, tweede lid, Rv bedoelde roldatum voor het nemen van de conclusie van antwoord door de rechtbank zal worden bepaald op een termijn van zes weken nadat de in artikel 1018c, derde lid, Rv bedoelde termijn is verstreken; en
  12. de rechter de feiten of rechten die door een partij zijn gesteld en door de wederpartij niet of niet voldoende zijn betwist, als vaststaand moet beschouwen, behoudens zijn bevoegdheid bewijs te verlangen, zo vaak aanvaarding van de stellingen zou leiden tot een rechtsgevolg dat niet ter vrije bepaling van partijen staat.

**TENEINDE:**

Te horen eis doen en concluderen als volgt:

## 1. KERN EN BELANG VAN DEZE ZAAK

*“We’ve always stood up for what’s right”.*

*“(…) committed to the highest level of responsible business practices (…).”*

*“(…) ons initiatief voor het welzijn van werknemers gaat verder dan het beschermen van de rechten van werknemers op de werkplek (…).”*

1. Het zijn drie voorbeelden uit de vele uitingen waarmee Levi Strauss zich jarenlang tot het publiek in Nederland (en elders in de Europese Unie) heeft gericht. Levi Strauss heeft zich richting onder meer Nederlandse consumenten jarenlang bediend van deze (Huidige) Uitingen<sup>1</sup>, in ieder geval vanaf 2020 tot midden-maart 2026. Deze (Huidige) Uitingen gebruikt Levi's niet alleen al jarenlang op haar websites, maar ook in haar winkels en op de *labels* van haar producten.
2. Levi Strauss heeft zich met deze stellig en deels absoluut geformuleerde (Huidige) Uitingen gepresenteerd als een voorloper op het gebied van mensen- en werknemersrechten in haar gehele mondiale productieketen. Met deze en andere (Huidige) Uitingen bouwde Levi Strauss actief het beeld op van een merk dat ethiek en maatschappelijke verantwoordelijkheid wereldwijd hoog in het vaandel heeft.
3. De (Huidige) Uitingen van Levi Strauss stroken echter niet met de praktijk.
4. In de productieketen van Levi Strauss hebben zich ernstige misstanden voorgedaan. Voor deze procedure focussen Eisers zich op de misstanden in een productielocatie van een Turkse directe leverancier van Levi Strauss. Het gaat in het bijzonder om ernstige inbreuken op de vrijheid van (vak)vereniging, die ook in Turkije onder artikel 11 van het Europees Verdrag van de Rechten van de Mens<sup>2</sup> en het ILO-Verdrag 87<sup>3</sup> als grondrecht is beschermd, door massaontslagen zonder (adequate) financiële vergoeding. Deze misstanden zijn door Levi Strauss schriftelijk erkend en aangemerkt als “*zero tolerance violation*” van haar publiek beschikbare Supplier Code of Conduct. Levi Strauss heeft dan ook toegezegd de samenwerking met de Turkse leverancier te beëindigen, indien de situatie niet zou verbeteren.
5. Vervolgens is zij hier echter van teruggekomen. De situatie in Turkije is allesbehalve opgelost. Voormalig werknemers wachten nog steeds op financiële compensatie en de vrijheid van (vak)vereniging is onverminderd beperkt. Toch heeft Levi Strauss de samenwerking met de desbetreffende leverancier voortgezet, zonder de benodigde herstelmaatregelen te (laten) treffen. Levi Strauss handelt daarmee niet in lijn met het (I)MVO<sup>4</sup>-beleid dat zij zelf zegt te hanteren en de (Huidige) Uitingen daaromtrent.
6. Levi Strauss heeft aldus een verkeerd beeld geschept over haar (I)MVO-beleid en respect voor werknemersrechten in haar productieketen. Levi Strauss doet met haar misleidende ethische claims aan *social washing*. Daardoor heeft Levi Strauss Nederlandse consumenten misleid, wier belangen de CCC beoogt te beschermen.
7. Hoewel de focus ligt op de situatie in Turkije, zijn meer voorbeelden te noemen waarin Levi Strauss niet doet wat zij belooft.

<sup>1</sup> Zoals hierna gedefinieerd als de Uitingen althans Huidige Uitingen.

<sup>2</sup> Verdrag tot bescherming van de rechten van de mens en de fundamentele vrijheden (1950), *Trb.* 1951, 154.

<sup>3</sup> Verdrag betreffende de vrijheid tot het oprichten van vakverenigingen en de bescherming van het vakverenigingsrecht van San Francisco (1948), Verdrag no. 87 van de International Labor Organization, *Trb.* 1962, 46.

<sup>4</sup> (Internationaal) Maatschappelijk Verantwoord Ondernemen.

8. Op of rond 13 maart 2026 heeft Levi Strauss – naar aanleiding van de sommatie namens CCC – een groot aantal van de Uitingen van haar Nederlandse en wereldwijde websites verwijderd. Deze Uitingen zouden “*outdated*” zijn. Het ontgaat Eisers hoe een MVO-beleid dat jarenlang is gepropageerd op allerlei communicatiekanalen naar consumenten opeens “*outdated*” kan zijn. Het roept ook de vraag op per wanneer dat het geval was. Dit alles neemt echter niet weg dat Nederlandse consumenten in de jaren daarvoor misleid zijn. Hoewel de Huidige Uitingen zijn afgezwakt, zijn deze nog steeds niet in lijn met de werkelijkheid en daarmee nog altijd misleidend voor Nederlandse consumenten.
9. Het maatschappelijk belang van deze procedure is aanzienlijk. Het is al jarenlang bekend dat juist in de kledingindustrie grote misstanden plaatsvinden in de mondiale productieketens van modemerken, zoals Levi Strauss. Een van de sleutels voor het tegengaan van deze misstanden is het eerlijk en volledig informeren van consumenten over hoe hun kleding wordt geproduceerd. Alleen op die manier kunnen consumenten keuzes maken bij het aankopen van kleding en zo merken steunen die het goede doen. Het is echter ook al jarenlang bekend dat grote modemerken ethische claims gebruiken in hun marketing en andere communicatie, die niet stroken met de werkelijkheid. Dat is niet in lijn met de wettelijke verplichtingen van Levi Strauss jegens Nederlandse consumenten. Zij hebben op grond van de Wet oneerlijke handelspraktijken (art. 6:193a e.v. BW; de **Wet OHP**) en Richtlijn oneerlijke handelspraktijken (**Richtlijn OHP**) ook recht op niet-misleidende informatie van handelaren zoals Levi Strauss, zodat zij hun economisch gedrag op goed geïnformeerde wijze kunnen bepalen. Het verschaffen van transparante informatie aan consumenten heeft als afgeleide weer een positief effect op de arbeidsomstandigheden in productielanden. Mede omdat de vereiste transparantie in de productieketen richting consumenten modemerken een prikkel geeft om de arbeidsomstandigheden in de keten te (doen) verbeteren. Bovendien zorg het voor een *level playing field* tussen modemerken. CCC zet zich al decennia in voor een zuivere, eerlijke en volledige informatievoorziening aan consumenten in Nederland. Deze taak blijkt nog altijd niet volbracht.
10. Wat Levi Strauss wordt verweten, raakt aan de kern van de eerlijke en transparante informatievoorziening aan consumenten. Zij heeft met de vage en absolute (Huidige) Uitingen omtrent haar inzet ten behoeve van alle werkenden in haar productieketen een imago als koploper op het gebied van MVO gecreëerd. Consumenten komen daar op af – naar nu blijkt ten onrechte.
11. Deze procedure beoogt de (Huidige) Uitingen te redresseren. De procedure valt uiteen in twee delen.
12. Ten eerste betreft het een algemeen belangactie op de voet van artikel 3:305a BW, waarbij CCC als eiseres optreedt. De Individuele Consumenten ondersteunen deze vorderingen als mede-eisers. Zij vorderen onder meer verklaringen voor recht dat de (Huidige) Uitingen kwalificeren als oneerlijke handelspraktijken in de zin van de Wet OHP en dat Levi Strauss onrechtmatig heeft gehandeld jegens Nederlandse consumenten die in de periode 1 januari 2020 tot en met 13 maart 2026 producten van Levi Strauss hebben gekocht. Zij vorderen tevens een verbod jegens Levi Strauss om in de toekomst dergelijke misleidende (Huidige) Uitingen te doen, tenzij zij deze overtuigend kan onderbouwen. Eisers vorderen ook een passende rectificatie. Zie nader Hoofdstuk 6.
13. Ten tweede gaat het om vorderingen van de Individuele Consumenten. Zij vorderen primair een schadevergoeding in natura, die er kort gezegd uit bestaat dat Levi Strauss ten opzichte van de getroffen Turkse werknemers handelt op de wijze die zij aan de markt heeft beloofd en

(ii) subsidiar vernietiging van de koopovereenkomsten en nakoming van de daardoor ontstane verbintenissen uit hoofde van onverschuldigde betaling. Zie nader Hoofdstuk 7.

## **2. PARTIJEN**

### **2.1 Eisers**

14. CCC is een Nederlandse maatschappelijke organisatie die zich reeds sinds 1991<sup>5</sup> inzet voor sociale rechtvaardigheid en het bevorderen van eerlijke, transparante productieketens wereldwijd. CCC richt zich specifiek op de kledingindustrie en zet zich in voor betere arbeidsomstandigheden en vakbondsrechten van arbeiders, met name in productielanden, zoals Turkije. Daarbij richt ze zich ook op het informeren van consumenten en het verbeteren van de transparantie van bedrijven met betrekking tot hun waardeketen. Daartoe voert zij op verschillende manieren actie.
15. Eisers 2 t/m 5 zijn Nederlandse natuurlijke personen die in de hoedanigheid van consument kleding hebben gekocht bij Levi Strauss in 2024 en 2025. Dat is de periode waarin Levi Strauss de misleidende (Huidige) Uitingen deed die in deze zaak centraal staan.

### **2.2 Gedaagden**

16. Levi Strauss is een beursgenoteerd en van origine Amerikaans kledingbedrijf. Door Levi Strauss worden de volgende merken aangeboden en verkocht: Levi's, Dockers, Beyond Yoga en Signature by Levi Strauss & Co. De producten van Levi Strauss worden wereldwijd aangeprezen en verkocht.
17. Levi Strauss werkt met een complexe multinationale structuur, met 68 dochterondernemingen wereldwijd.
18. Levi Strauss België bedient de Europese markt. Levi Strauss Nederland bedient de Nederlandse markt.
19. Levi Strauss België is het Europese hoofdkantoor van Levi Strauss.

## **3. ONTVANKELIJKHEID VAN CCC**

### **3.1 Inleiding**

20. CCC is een maatschappelijke organisatie die zich al sinds haar oprichting in 1991 inzet voor haar maatschappelijke doel, het aan de kaak stellen van misstanden in de kledingindustrie en het in dat kader zorgen voor een eerlijke informatievoorziening aan de (Nederlandse) consument. CCC maakt een koppeling tussen productielanden en consumptielanden. Zij gelooft er in dat indien consumenten in consumptielanden juiste en volledige informatie hebben omtrent een kledingstuk, zij ethische keuzes kunnen maken omtrent hun economische gedrag. Dergelijk verantwoordelijk koopgedrag heeft een positief effect op de betrokken werknemers in de productieketen. De rol van kledingmerken, zoals Levi Strauss, is daarbij vanzelfsprekend cruciaal. Het zijn dit soort marktpartijen die primair verantwoordelijk zijn voor de verspreiding van de juiste informatie over de producten die zij verkopen. CCC spreekt kledingmerken daar dan ook al 35 jaar op aan.
21. Artikel 3:305a BW bepaalt dat een stichting, zoals CCC, een collectieve actie mag instellen, indien zij voldoet aan de aldaar genoemde vereisten. Dat is het geval, zoals blijkt uit dit Hoofdstuk 3. CCC is dan ook ontvankelijk in haar vorderingen.
22. Uit het hiernavolgende blijkt tevens dat is voldaan aan de vereisten genoemd in art. 1018c Rv.

---

<sup>5</sup> CCC als stichting is opgericht in 1991; CCC als actiebeweging is actief sinds 1989.

### 3.2 CCC komt op voor gelijksoortige belangen

23. Voor de vraag of sprake is van gelijksoortige belangen, is van doorslaggevend belang of bundeling van de individuele vorderingen de efficiënte en effectieve rechtsbescherming van de betrokkenen bevordert.<sup>6</sup> Daarbij is niet van belang dat verschillen kunnen bestaan tussen de belangen van individuele gedupeerden.<sup>7</sup> Ook is niet vereist dat iedereen evenveel waarde hecht aan de belangen waarvoor wordt opgekomen.<sup>8</sup>
24. Collectieve acties kunnen worden onderscheiden in groepsacties en algemeen belangacties. Bij groepsacties bestaan (persoonlijke) te individualiseren belangen en moet met name voor de gelijksoortigheid worden gewaakt. Bij algemeen belangacties is daarvan geen sprake. Een algemeen belang raakt namelijk iedereen of in ieder geval een grote, diffuse, groep. In de procedure worden rechts- en feitelijke vragen daarom niet per individu verschillend beantwoord; deze zijn gemeenschappelijk. Bij algemeen belangacties zijn belangen dan ook snel voldoende gelijksoortig.<sup>9</sup>
25. CCC behartigt hier een algemeen belang, nu haar vorderingen strekken ter bescherming van consumenten met woonplaats in Nederland. Hun belang is gelegen in het verkrijgen van niet-oneerlijke, in het bijzonder niet-misleidende informatie, op grond waarvan zij een goed geïnformeerde economische keuze kunnen maken omtrent de aanschaf van kleding en aanverwante modeproducten, in het bijzonder Levi Strauss producten. Deze groep kan niet worden geïndividualiseerd. Tot die groep behoren de natuurlijke personen – consumenten – die kennis hebben genomen of kennis zullen nemen van de door haar gewraakte reclameuitingen van Levi Strauss, alsmede zij die daadwerkelijk een overeenkomst hebben gesloten met Levi Strauss. Ook voor die groep geldt dat zij zich lastig laat individualiseren.
26. De (Huidige) Uitingen die in deze procedure centraal staan zijn niet gericht op individuele consumenten, maar worden gedaan op de online kanalen van Levi Strauss (websites en sociale media) en in kledingwinkels (niet alleen die van Levi Strauss zelf, maar alle winkels waar Levi Strauss producten liggen).
27. Daarbij komt dat het materiële wettelijk kader dat van toepassing is op de onderhavige vorderingen abstraheert van de persoonlijke situatie van individuele belanghebbenden. De kernvraag is immers of de (Huidige) Uitingen misleidend zijn voor de “*gemiddelde consument*” (art. 6:193b BW). Het gaat niet om een individuele consument, maar om “*de gemiddeld geïnformeerde, omzichtige en oplettende gewone consument*”.<sup>10</sup> Daarbij gaat het niet om een pluriforme, Europese consument, maar de consument per lidstaat.<sup>11</sup>
28. De (Huidige) Uitingen, alsmede de juridische duiding daarvan als misleidend, zijn voor alle belanghebbenden dus hetzelfde. Daarmee zijn de belangen bij uitstek gelijksoortig in de zin van artikel 3:305a BW. CCC laat het verder aan individuele consumenten wat zij met de uitkomsten van de onderhavige algemeen belangactie willen doen.

<sup>6</sup> HR 9 april 2010, ECLI:NL:HR:2010:BK4547 (*Clara Wichman/Staat en SGP*), r.o. 4.3.2; HR 26 februari 2010, ECLI:NL:HR:2010:BK5756, NJ 2011, 473 m.nt. H.J. Snijders (*Stichting Baas in Eigen Huis/Plazacasa*).

<sup>7</sup> HR 27 november 2009, ECLI:NL:HR:2009:BH2162, r.o. 4.9.2.

<sup>8</sup> *Kamerstukken II*, 1991/92, 22486, nr. 3, p. 22; Hof Den Haag 9 oktober 2018, ECLI:NL:GHDHA:2018:2591, r.o. 38 (*Urgenda/Staat*).

<sup>9</sup> Conclusie P-G Wissink onder HR 10 oktober 2025, ECLI:NL:HR:2025:1534, NJ 2025, 295 (*Milieudefensie/Staat*) nr. 2.19.1.

<sup>10</sup> Aldus reeds HvJ EG 16 juli 1998, C-210/96, ECLI:EU:C:1998:369, NJ 2000/374 m.nt. D.W.F. Verkade (*Gut Springenheide*).

<sup>11</sup> D.W.F. Verkade, Oneerlijke handelspraktijken jegens consumenten (Mon. BW nr. B49a) 2016/29.

### 3.3 CCC behartigt de belangen waarvoor zij opkomt krachtens haar statuten

29. Met het instellen van de vorderingen tegen Levi Strauss komt CCC op voor belangen die zij behartigt ingevolge haar statuten.

30. Uit de statuten van CCC blijkt het volgende:

*“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; en*
- b. het verrichten van al hetgeen met het vorenstaande - in de ruimste zin genomen - in verband staat of daaraan bevorderlijk kan zijn, zoals, maar niet beperkt tot:*
  - Werken in solidariteit met werknemers, vakbonden, maatschappelijke organisaties en arbeidsrechtenorganisaties in de wereldwijde toeleveringsketens voor (sport)kleding;*
  - Lobby bij overheden om wet- en regelgeving en juridische mechanismen te versterken en te implementeren om de rechten van werknemers te handhaven;*
  - Druk uitoefenen op bedrijven om de rechten van werknemers te respecteren, verantwoord in te kopen en waarheidsgetrouw en transparant te communiceren met consumenten in Nederland en daarbuiten;*
  - Op verzoek van werknemers specifieke gevallen van schendingen van de rechten van werknemers en activisten aanpakken ter ondersteuning van hun eisen, en de lessen uit deze gevallen te integreren in de strategie;*
  - Bewustwording vergroten, campagne voeren en mensen in Nederland en daarbuiten mobiliseren om individuele en collectieve actie te ondernemen die verband houdt met hun rol als consument, burger, investeerder, werknemer of op andere gebieden in het leven, aangezien het publiek het recht heeft te weten waar en hoe hun kleding wordt geproduceerd;*
  - Juridische mechanismen gebruiken, waaronder collectieve actie, om de rechten van werknemers en consumenten te beschermen;*
  - Publieke en private aanbestedingen bevorderen die ervoor zorgen dat de rechten van werknemers worden gerespecteerd;*
  - Samenwerken om het internationale Clean Clothes Campaign netwerk te versterken;*
  - Allianties ontwikkelen, waaronder met werknemers in de wereldwijde kledingindustrie, om het bedrijfsmodel te transformeren en de wereldwijde beweging voor werknemersrechten, mensenrechten en gender-, economische, sociale en milieurechtvaardigheid te versterken.”*

31. Uit deze passages blijkt dat de statutaire doelomschrijving van CCC aansluit bij de belangen die in deze procedure worden behartigd. De statutaire doelstelling omschrijft immers dat CCC

zich op allerlei manieren hard maakt voor het verbeteren van de arbeidsomstandigheden en het beschermen van de belangen van consumenten in de kledingindustrie. CCC beoogt dat doel te bereiken door, bijvoorbeeld, consumenten te informeren en een zuivere informatievoorziening aan consumenten te waarborgen en het gebruik van juridische mechanismen, waaronder juridische procedures, om *corporate accountability* te bewerkstelligen.

32. Uit de feitelijke werkzaamheden van CCC volgt dat zij de belangen die in deze rechtszaak centraal staan daadwerkelijk behartigt. Zij onderneemt verschillende activiteiten ter bevordering van haar statutaire doelstelling. De volgende omstandigheden zijn daarvoor relevant.
- i. CCC werd in 1991 in Nederland opgericht als stichting Schone Kleren Kampagne.
  - ii. Sindsdien is zij uitgegroeid tot een wereldwijd netwerk van ruim 200 organisaties die in ruim 45 landen actief zijn.
  - iii. Het netwerk van CCC verbindt onder anderen vakbonden, arbeidsrechtsorganisaties, vrouwenorganisaties en consumentenorganisaties. Het netwerk *“slaa[t] bruggen tussen productie- en consumptielanden om zo samen te werken aan betere arbeidsomstandigheden.”*<sup>12</sup>
  - iv. Om ervoor te zorgen dat de fundamentele rechten van werknemers worden gerespecteerd, informeert en mobiliseert CCC (Nederlandse) consumenten via haar website, via mediacampagnes en andere online en offline acties. Zo lanceerde zij bijvoorbeeld de Fashion Checker,<sup>13</sup> een transparantietool die bedoeld is om een licht te werpen op de exploitatie in de kledingindustrie. Dit project wordt financieel gesteund door de Europese Unie. Een ander voorbeeld is de #GoTransparent campagne die CCC heeft gevoerd.<sup>14</sup> En nog weer een ander voorbeeld is de Clean Clothes campagne, die liep van 2015 tot en met 2017 en werd gefinancierd door de Europese Unie. De projectomschrijving was als volgt:<sup>15</sup>  
*“Clean Clothes” encouraged European consumers to become active for the improvement of labour and living conditions of workers in the global supply chains of clothes and shoes. By choosing everyday objects such as clothing and shoes, the project gave issues of global development a personal relevance. “Clean Clothes” showcased concrete examples of how changes in consumption can positively impact production and workers’ rights.”*
  - v. CCC doet regelmatig uitgebreid onderzoek naar belangrijke onderwerpen omtrent arbeidsrechten en bedrijven. Twee van de kernproblemen waar CCC op focust zijn niet-transparante waardeketens en de zwakke, vrijwillige inspanningen waarmee kledingbedrijven op hun websites adverteren.<sup>16</sup> Over deze onderwerpen publiceert CCC regelmatig rapporten, publieke statements, en andere documenten.

<sup>12</sup> <https://www.schonekleren.nl/over-ons/netwerk/> (laatst bezocht 20 april 2026).

<sup>13</sup> [https://fashionchecker.org/who\\_are\\_we.html](https://fashionchecker.org/who_are_we.html); [https://international-partnerships.ec.europa.eu/news-and-events/stories/fashionchecker-calling-living-wage-garment-workers-and-more-transparent-supply-chain\\_en](https://international-partnerships.ec.europa.eu/news-and-events/stories/fashionchecker-calling-living-wage-garment-workers-and-more-transparent-supply-chain_en) (laatst bezocht 20 april 2026).

<sup>14</sup> <https://cleanclothes.org/our-victories?activeAccordion=352cd694-d65d-4b52-9799-a73675024d5b> (laatst bezocht 20 april 2026).

<sup>15</sup> <https://dearprogramme.eu/project/clean-clothes/> (laatst bezocht 20 april 2026).

<sup>16</sup> <https://cleanclothes.org/faq/sweatshop-free>; <https://www.schonekleren.nl/social-washing-waarschuwing-aan-acm/> (laatst bezocht 20 april 2026).

- vi. Ook lobbyt CCC bij bedrijven en overheden op regionaal en nationaal niveau, organiseert zij samen met werknemersgroepen trainingen voor wederzijdse capaciteitsontwikkeling, en werkt zij intensief samen met andere organisaties buiten haar eigen wereldwijde netwerk in het kader van campagnes voor arbeidsrechten.

### **3.4 De belangen van consumenten zijn voldoende gewaarborgd; CCC is voldoende representatief gelet op de achterban**

33. Het waarborgvereiste van artikel 3:305a lid 1, zoals uitgewerkt in lid 2, BW ziet op de vraag in hoeverre CCC representatief is voor haar achterban.

34. De representativiteit van de belangenorganisatie kan uit verschillende gegevens worden afgeleid. Een vastomlijnde invulling van dit begrip is niet gegeven, omdat dit tekort zou doen aan andere gegevens die er ook op kunnen wijzen dat een belangenorganisatie representatief is.<sup>17</sup> In het kader van het representativiteitsvereiste overwoog de rechtbank Amsterdam in de zaak *Fossielvrij/KLM* als volgt:<sup>18</sup>

*“De actie van Fossielvrij is in wezen een algemeen-belangactie. In het kader van een algemeen-belangactie is het voor de belangenorganisatie eigenlijk niet doenlijk om haar achterban met naam en toenaam te noemen, laat staan om duidelijk te maken dat het met het oog op haar representativiteit voldoende personen betreft. Van de belangenorganisatie kan bij een algemeen-belangactie wel worden verlangd dat zij duidelijk maakt dat zij een adequate spreekbuis is van de groep waarvoor wordt opgekomen.”*

35. CCC voldoet aan deze maatstaf. Zij is al 35 jaar een spreekbuis ter bevordering van transparantie omtrent de keten in de kledingindustrie, in het belang van zowel consumenten als werknemers in die productieketen. Dit is precies het onderwerp van deze algemeen belangactie. CCC is de Nederlandse entiteit binnen een wereldwijde organisatie, die wordt erkend als behartiger van belangen van zowel consumenten als werknemers in de kleding-productieketen. Het volgende is in dat kader van belang:

- i. CCC wordt in deze zaak ook specifiek gesteund door internationale maatschappelijke organisaties zoals Stichting Onderzoek Multinationale Ondernemingen (**SOMO**).
- ii. CCC heeft 125.000 volgers op Instagram en heeft 40.000 volgers op LinkedIn. Ook hieruit blijkt dat zij in het algemeen wordt gezien als een serieuze, belangrijke belangenorganisatie.
- iii. Uit het jaarrapport van 2023 van CCC blijkt dat zij een groot bedrag aan donaties heeft ontvangen, onder andere van individuen, loterijen en andere non-profit organisaties. Ook hieruit blijkt de wijdverbreide steun aan CCC.

36. Zie voorts de feitelijke werkzaamheden van CCC, zoals uiteengezet in paragraaf 3.3 van deze dagvaarding.

### **3.5 CCC voldoet aan de ontvankelijkheidsvereisten uit artikel 3:305a lid 3 BW**

37. De oprichters en bestuurders van CCC hebben geen rechtstreeks of middellijk winstoogmerk dat via de rechtspersoon wordt gerealiseerd (art. 3:305a lid 3, aanhef en onder a, BW). Dit is statutair verankerd in art. 13 van de statuten van CCC:

<sup>17</sup> *Kamerstukken II 2003/04, 29414, 3, p. 15.*

<sup>18</sup> Rb Amsterdam 7 juni 2023, ECLI:NL:RBAMS:2023:3499, JOR 2023/240 m.nt. B.T. Klinger (*Fossielvrij/KLM*), r.o. 4.17.

*“Artikel 13.*

*1. De leden van het bestuur zullen nimmer honorarium, loon of ander materieel voordeel van de stichting genieten.*

*2. Zij hebben evenwel recht op vergoeding van in functie en ten behoeve van de stichting gemaakte onkosten, voor zover door het bestuur goedgekeurd.”*

38. Ook de oprichters van CCC hadden en hebben geen winstoogmerk dat via CCC wordt gerealiseerd.
39. De vorderingen van CCC voldoen daarnaast aan de *scope rule* van art. 3:305a lid 3, aanhef en onder b, BW.
- i. De vorderingen van CCC strekken ter bescherming van Nederlandse consumenten. Daarmee bedoelt CCC: consumenten die hun gewone verblijfplaats in Nederland hebben. Naar hun aard gaan de vorderingen van CCC dus uit van een sterke band met Nederland.
  - ii. Eén van de Gedaagden, Levi Strauss Nederland, heeft haar woonplaats in Nederland.
  - iii. De (Huidige) Uitingen, waar de vorderingen op zien, zijn in Nederland gedaan althans richten zich tot het Nederlandse publiek. De (Huidige) Uitingen zijn ook deels in het Nederlands gesteld, via de Nederlandse website beschikbaar en fysiek in Nederlandse winkels gedaan.
  - iv. De producten van Levi Strauss zijn in Nederland door haar verkocht en door de relevante groep, Nederlandse consumenten, ook doorgaans in Nederland gekocht.
40. Al met al is een voldoende nauwe band met Nederland gewaarborgd.
41. CCC heeft meermaals getracht om met Levi Strauss in contact te treden. Zie nader paragraaf 5.4 van deze dagvaarding. Dat contact heeft niet tot een bevredigende oplossing geleid.

### **3.6 Overige ontvankelijkheidseisen van art. 3:305a**

42. De onderhavige rechtsovereenkomsten van CCC worden ingesteld voor een ideëel doel. Deze overeenkomsten vertegenwoordigen bovendien geen financieel belang binnen het bestek van deze algemeen belangactie. Derhalve zijn, op grond van art. 3:305a lid 6 BW, de ontvankelijkheidseisen zoals geformuleerd in lid 2, aanhef en onder a tot en met e, en lid 5 niet van toepassing op CCC.
43. Voor zover art. 3:305a lid 2, aanhef en onder f, BW van toepassing is, bevestigt CCC dat de financiering van de rechtsovereenkomst niet afkomstig is van een financier die een concurrent of afhankelijk is van Levi Strauss.

## **4. ONTVANKELIJKHEID VAN DE INDIVIDUELE CONSUMENTEN**

### **4.1 Inleiding**

44. Naast CCC treden in deze procedure vier natuurlijke personen op als eisers, de Individuele Consumenten.
45. De Individuele Consumenten zijn Nederlandse natuurlijke personen die in de hoedanigheid van consument kleding hebben gekocht bij Levi Strauss. Zij hebben derhalve een rechtstreeks, individueel belang bij de vorderingen (in de zin van art. 3:303 BW). Zij zijn immers persoonlijk en rechtstreeks geraakt door het onrechtmatige handelen van Levi Strauss.

46. Ook hebben de Individuele Consumenten een individueel belang bij deze procedure dat verschilt van het belang van CCC, nu zij en niet CCC schadevergoeding vorderen, althans de vernietiging van hun koopovereenkomsten met Levi Strauss Nederland vorderen.

## 5. FEITEN

### 5.1 De Uitingen van Levi Strauss tussen 2020 en maart 2026

#### 5.1.1 Inleiding

47. Levi Strauss heeft jarenlang – in ieder geval tussen 2020 en maart 2026 – een breed scala aan Uitingen gedaan over de manier waarop zij met werknemers en overige personen werkzaam in haar productieketen omgaat. Deze Uitingen zijn o.a. door Levi Strauss geplaatst op haar wereldwijd gerichte website gekoppeld aan het domein [levi.com]. Aan voornoemd domein zijn diverse subdomeinen gekoppeld die gericht zijn op consumenten uit specifieke landen, waarbij consumenten kunnen kiezen voor een Engelse webpagina of een webpagina in de taal van dat specifieke land. Voor Nederland maakt Levi Strauss gebruik van het subdomein [levi.com/NL/nl\_NL/] en [levi.com/NL/en], die wordt gehost door Levi Strauss België. Ook heeft Levi Strauss Uitingen gedaan in haar fysieke winkels en op haar kledingstukken (die mogelijk in andere winkels lagen).
48. De uitingen in deze paragraaf 5.1 van deze dagvaarding worden aangeduid als de **Uitingen**.

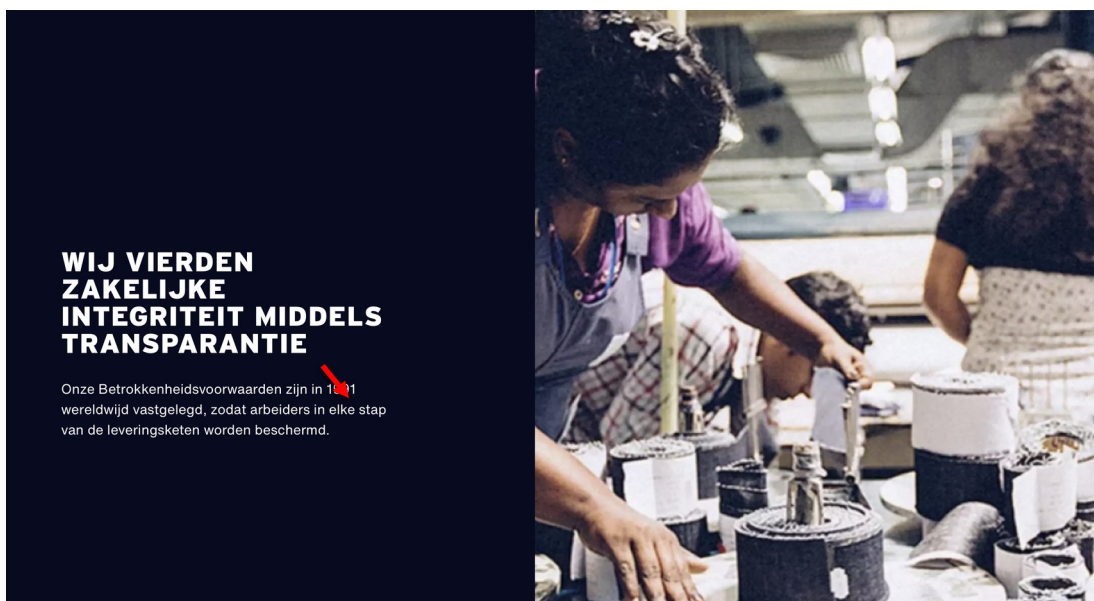
#### 5.1.2 Uitingen gericht op Nederlandse consumenten

49. Levi Strauss heeft jarenlang vele verschillende Uitingen gedaan die te maken hebben met het ethische en sociale karakter van haar bedrijf – ook specifiek gericht op Nederlandse consumenten. Zo heeft Levi Strauss – in ieder geval gedurende 2020 tot maart 2026 – de volgende Uitingen gedaan.
50. Onder de pagina “Onze Waarden”, beschikbaar op de Nederlandstalige website, stelde Levi Straus: “*We’ve always stood up for what’s right*”. Daarbij is een foto geplaatst van activisten op de Berlijnse muur.



51. Ook meldde Levi Strauss dat arbeiders “*in elke stap van de leveringsketen*” worden beschermd:<sup>19</sup>

<sup>19</sup> “Onze betrokkenheidsvoorwaarden zijn in 1991 wereldwijd vastgelegd, zodat arbeiders in elke stap van de leveringsketen worden beschermd.”



52. Verderop deze webpagina vermeldde Levi Strauss dat zij zelfs verder gaat dan het beschermen van de rechten van werknemers op de werkplek:<sup>20</sup>



53. Wie naar aanleiding van deze uiting op “Kom meer te weten” klikte, werd doorgestuurd naar de wereldwijde webpagina van Levi Strauss. Daar doet Levi Strauss de Uitingen zoals weergegeven onder paragraaf 5.1.3 van de dagvaarding.
54. Ook stelde Levi Strauss verderop op de webpagina nogmaals dat de door haar geboden bescherming en toewijding zich uitstrekt tot elk persoon in haar toeleveringsketen:

<sup>20</sup> “Ons initiatief voor het welzijn van werknemers gaat verder dan het beschermen van de rechten van onze werknemers op de werkplek. Wij investeren in hun leven, in dat wat voor ieder voor hen het belangrijkste is. Wij werken samen met leveranciers en lokale non-profitorganisaties in 12 landen om gezondheidseducatie, programma's voor gezinswelzijn en financiële zelfredzaamheid aan te bieden. Meer dan 100.000 werknemers, voor het merendeel vrouwen, profiteren op dit moment van initiatieven voor welzijn van werknemers. Tegen 2020 zal dit aantal verdubbeld zijn en zal 80% van alle producten van Levi's® afkomstig zijn van fabrieken die dit initiatief ondersteunen. We hebben ons ook verbonden aan het SHINE-programma van Harvard om een universeel raamwerk op te stellen voor de bredere maakindustrie, met als doel om textielwerkers over de hele wereld in staat te stellen om gezonder te leven en te genieten van meer financiële stabiliteit.” Levi Strauss maakt daarbij niet duidelijk wat dit SHINE-programma precies inhoudt, of welke concrete resultaten zij heeft opgeleverd. Uit andere informatie wordt duidelijk dat het een onderzoeksinitiatief van Harvard betreft, waarbij Levi Strauss meldt: “Elk jaar komen wetenschappers, bedrijfsleiders en beleidsmakers samen op de SHINE Summit van Harvard University om het welzijn van werknemers te bespreken.”

Zonder onze mensen zouden onze producten niet bestaan. Van onze collega's over de hele wereld tot elke persoon in onze toeleveringsketen tot de gemeenschappen waarin we werkzaam zijn; we zijn toegewijd om onze werknemers te beschermen en hun welzijn te verbeteren. Ongeveer tien jaar geleden hebben we ons initiatief voor het welzijn van werknemers opgezet. Hiermee ondersteunen we onze medewerkers die over de hele wereld onze producten maken op het gebied van financiële zelfredzaamheid, veiligheid, gezondheid en gendergelijkheid. We blijven onze werknemersprogramma's en hulpmiddelen aanbieden om vaardigheden op te bouwen en inclusiviteit aan te moedigen. In 2020 hebben we eens goed gekeken naar onze teams en hoe we daar diversiteit laten zien, zowel in onze organisatie

55. Op de webpagina "*Frequently Asked Questions*" deed Levi Strauss de volgende mededeling omtrent duurzaamheidsinitiatieven:

## Kwaliteit / Beschikbaarheid / Informatie

### Informatie over duurzaamheidsinitiatieven

Mensen en de planeet voorop stellen, dat is wat we doen. Van ons Worker Well-Being-initiatief tot muziekeducatieprogramma's tot onze blijvende steun en belangenbehartiging voor de LGBTQ-gemeenschap, wij geloven in de kracht van positieve actie.

#### 5.1.3 Uitingen op de wereldwijde website van Levi Strauss

56. Wie naar aanleiding van de Uitingen in paragraaf 5.1.2 van deze dagvaarding meer wilde weten over de wijze waarop Levi Strauss met haar werknemers omgaat, werd doorverwezen naar de wereldwijde website.
57. Via de onder randnummer 52 van deze dagvaarding weergegeven link verwees Levi Strauss direct naar de volgende webpagina en uiting van Levi Strauss:

Worker Well-being goes beyond labor compliance to support financial empowerment, health and family well-being, and equality and acceptance for the people who make our products.



58. Op deze webpagina verwees Levi Strauss naar verschillende documenten rondom 'Worker Well-being', waaronder de voorwaarden die zij zou hanteren voor haar wereldwijde toeleveringsketen. In die documenten stelde Levi Strauss opnieuw dat zij sterk toegewijd is aan arbeidsrechten, en dat zij verder gaat dan het verzekeren van compliance:

## LEVI STRAUSS & CO.

### Levi Strauss & Co. Announces New Terms of Engagement for Its Global Supply Chain

Levi Strauss & Co. is strongly committed to worker's rights and environmental stewardship across the apparel supply chain.

On the 20<sup>th</sup> anniversary of our groundbreaking Terms of Engagement, Levi Strauss & Co. is announcing a new commitment to require contract factories to help make employees' lives better by supporting programs for their workers.

LS&Co. is working to move beyond a compliance model of "do no harm" to supporting factory-based programs that will help empower workers to improve their lives.

59. In deze Terms of Engagement, door Levi Strauss ook wel het Sustainability Guidebook genoemd,<sup>21</sup> stelt Levi Strauss een kader voor de (omgang met) haar toeleveranciers. Daarin definieert zij onder andere haar *ratings* voor bepaalde *Terms of Engagement Requirements*. Daarbij definieert zij onder andere wat zij doet in het geval van een *Zero Tolerance Violation (ZTV)*:

<sup>21</sup> Het Sustainability Guidebook van Levi Strauss is toegankelijk via [https://www.levistrauss.com/wp-content/uploads/2021/09/LSCO\\_TOE.pdf](https://www.levistrauss.com/wp-content/uploads/2021/09/LSCO_TOE.pdf). Op de webpagina circuleren ook andere versies van het Sustainability Guidebook, waar Levi Strauss dezelfde uitingen in doet.

## Ratings Defined

### Zero Tolerance Violation (ZTV)

A Zero Tolerance Violation is a serious breach of Terms of Engagement that LS&Co. believes could result in severe impact to individual rights, life safety, and/or LS&Co.'s corporate reputation. Production cannot be placed in proposed suppliers with ZTVs. For existing suppliers with a ZTV confirmed by more than one source of information, LS&Co.'s approach is to work with these suppliers to remediate ZTVs immediately, and endeavor to limit exit to circumstances when a supplier is unwilling to remediate promptly, or does not have the capability to do so.

Examples of ZTV include underage workers; forced labor; corporal punishment; violation of ethical standards; infringements on freedom of association; failure to provide adequate emergency exits; inadequate fire prevention; falsification of records; unauthorized subcontracting; and failure to complete ZT or IA [defined below] corrective actions within the agreed-upon timeframe.

60. Als ZTV in het kader van specifiek de vrijheid van vereniging en vakbond definieert Levi Strauss vervolgens onder meer:

### General Labor Practices and Freedom of Association

**We respect workers' rights to form and join organizations of their choice and to bargain collectively. We expect our suppliers to respect the right to free association and the right to organize and bargain collectively without unlawful interference. Business partners should ensure that workers who make such decisions or participate in such organizations are not the object of discrimination or punitive disciplinary actions, and that the representatives of such organizations have access to their members under conditions established either by local laws or mutual agreement between the employer and the worker organizations.**

#### Requirements

##### Freedom of Association

**ZTV** Factories must respect employee rights to freedom of association; they must not impose any punitive actions against workers in supporting union activities. Punitive actions include threatening, fining, suspending or firing workers exercising their right to support union activities. Any action that suppresses freedom of association is prohibited to the fullest extent permitted under applicable local law, and may be an act expressly identified as illegal in some countries' labor codes.<sup>1</sup>

Laws in different countries vary substantially regarding freedom of association. Most countries maintain procedural regulations regarding the actions of workers and employers. Some countries place substantial restrictions on workers' rights of association. The TOE provision on free association neither permits nor requires LS&Co. or its business partners to engage in unlawful activities to protect the rights of association. Nevertheless, where the right to freedom of association and collective bargaining is restricted under law, the supplier should not hinder the development of lawful parallel means for independent free association and bargaining. Subject to the foregoing:

- Employers may not use intimidation, unreasonable searches, police or military force to obstruct workers' right to freedom of association.
- Workers' organizations have the right to conduct their activities and elect their representatives without employer interference, such as the presence of factory management or factory designees at organizing meetings.
- Workers are free to meet and discuss workplace issues in the factory during their breaks and before and after work.
- Workers may communicate their concerns about factory practices to management, choose representatives to organize workers, inspect working

- conditions, engage in dialogue with factory management, and carry out other organizing activities that do not disrupt factory production.
- The employer shall not interfere with employees' right to freedom of association; the employer shall not control workers' organizations or favor one workers' organization over another.
  - Employers are not required to take an active role in supporting workers' efforts to associate or organize, but employers must assure that workers can exercise their right to organize in a climate free of violence, pressure, fear and threats.
  - Factory management shall not impede workers' right to peaceful organization by outsourcing work performed by union members. Shifting production from one site to another for the purpose of retaliating against workers who have formed—or are attempting to form—a union is not acceptable.
  - Employers may not offer or use severance pay as a means of discouraging union activities. Unscheduled wage or benefit increases must be avoided while a union organizing campaign is in progress.

61. Verder doet Levi Strauss onder andere de volgende mededeling met betrekking tot *compliance* en de bescherming van arbeiders in haar keten op de wereldwijde webpagina [levistrauss.com](http://levistrauss.com):

We put our profits, people and products to work in more than 100 countries to champion equality, support vulnerable communities and build a more sustainable future for our planet. Our values – empathy, originality, integrity and courage – guide every decision we make and every action we take.

62. In haar *Supplier Code of Conduct* doet Levi Strauss onder andere de volgende uitingen:

**Levi Strauss & Co. (LS&CO.) is committed to the highest levels of responsible business practices. The LS&CO. Supplier Code of Conduct (“CoC”) outlines our requirements for fair, safe and healthy working conditions and environmental responsibility throughout the tiers of our supply chain.** The Supplier Code of Conduct applies to all LS&CO. sourcing and procurement, including all suppliers of goods or services, including every factory, subcontractor, licensee, agent, or affiliate that manufactures or finishes products for LS&CO or from whom LS&Co. procures goods and services for its own use (collectively referred to as “Suppliers”). Suppliers must operate in accordance with our CoC, and in full compliance with all applicable laws and regulations, opting for whichever standard is higher should the requirements differ.

LS&CO. seeks to work with Suppliers who are actively pursuing a course of continual improvement for their environmental and social impacts in line with the CoC and internationally recognised good labor practices. Our goal is to achieve positive results and effect change by working with Suppliers to find long-term solutions that will benefit the individuals who make our products and will improve the quality of life in local communities.

#### FREEDOM OF ASSOCIATION

LS&CO. respect workers' rights to form and join organizations of their choice and to bargain collectively. Suppliers shall respect the right to free association and the right to organize and bargain collectively without unlawful interference. Suppliers should ensure that workers who make such decisions or participate in such organizations are not the object of discrimination, harassment, or punitive disciplinary actions and that the representatives of such organizations have access to their members under conditions established either by local laws or mutual agreement between the employer and the worker organizations.

63. Levi Strauss geeft daarbij aan dat de *Supplier Code of Conduct* tot stand is gekomen op basis van wereldwijd erkende arbeidsrechtelijke standaarden, zoals de *International Bill of Human Rights* en de standaarden van de International Labour Organization. Zij respecteert de internationaal erkende mensenrechten van de arbeiders in haar keten, zo stelt zij. Ook stelt zij te streven naar samenwerking met partners die in al hun bedrijfsactiviteiten verenigbare ethische standaarden nastreven:

#### ETHICAL STANDARDS

We seek to partner with Suppliers who aspire as individuals and in the conduct of all their businesses to a set of ethical standards not incompatible with our own. We respect the internationally recognized human rights of our employees and individuals in the supply chain involved in or affected by the manufacturing and production of LS&CO. products.

64. Uit de *Supplier Code of Conduct* van Levi Strauss blijkt dat zij hoge eisen stelt aan haarzelf en aan haar leveranciers met betrekking tot de *due diligence* naar mensen- en arbeidsrechtenschendingen. Zo stelt zij:

## RESPONSIBLE SOURCING

LS&CO. and our Suppliers shall conduct due diligence on our supply chains to identify, prevent and mitigate potential labor and human rights, health and safety, environmental, business ethics, and legal compliance risks.

65. In haar *Worldwide Code of Business Conduct* stelt Levi Strauss zich altijd aan de wet te voldoen, in ieder land waar zij zaken doet. Daarbovenop stelt Levi Strauss dat zij op consistente wijze haar set van ethische standaarden naleeft en trouw blijft aan haar waarden.

**AT LEVI STRAUSS & CO.,  
WE PRIDE OURSELVES ON  
DOING WHAT'S RIGHT.**

That means we obey the law in every country where we do business. And beyond that, it means we stay true to our own values by acting with integrity, being socially responsible and following a consistent set of ethical standards across the globe.

This Worldwide Code of Business Conduct (this "Code") outlines the basic principles that we expect all directors, officers, employees and LS&Co. affiliates to follow. Being a good corporate citizen is essential to our success as a company, and it's the

bedrock of our profits-through-principles approach to business. Really it comes down to you – not only the decisions you make every day, but also your obligation to raise concerns if you hear or see anything unusual or questionable. If you ever have questions or concerns, or if you are in doubt about what to do, ask your manager or reach out to HR or the Legal department. You may also contact our Ethics and Compliance Reportline.

----- ★ -----

**THANK YOU FOR UPHOLDING OUR COMMITMENT  
TO DOING THE RIGHT THING.**

22

66. Onder *Policies and Commitments* verwijst Levi Strauss naar haar *Global Sourcing and Operating Guidelines*. Daarin stelt zij enkel zaken te doen met partners die geen mentale of fysieke druk gebruiken, die geen lokale overtredingen omtrent maximale arbeidsuren overschrijden, en die de vrijheid van vereniging van arbeiders respecteren.

<sup>22</sup> "That means we obey the law in every country where we do business. And beyond that, it means we stay true to our own values by acting with integrity, being socially responsible and following a consistent set of ethical standards across the globe."

## Employment Standards

We will only do business with partners who adhere to the following guidelines:

### Child Labor

Use of child labor is not permissible. Workers can be no less than 15 years of age and not younger than the compulsory age to be in school. We will not utilize partners who use child labor in any of their facilities. We support the development of legitimate workplace apprenticeship programs for the educational benefit of younger people.

### Prison Labor/Forced Labor

We will not utilize prison or forced labor in contracting relationships in the manufacture and finishing of our products. We will not utilize or purchase materials from a business partner utilizing prison or forced labor.

### Disciplinary Practices

We will not utilize business partners who use corporal or other forms of mental or physical coercion.

### Working Hours

While permitting flexibility in scheduling, we will identify local legal limits on work hours and seek business partners who do not exceed them except for appropriately compensated overtime.

While we favor partners who utilize less than sixty-hour work weeks, we will not use contractors who, on a regular basis, require in excess of a sixty-hour week. Employees should be allowed at least one day off in seven.

### Wages and Benefits

We will only do business with partners who provide wages and benefits that comply with any applicable law and match the prevailing local manufacturing or finishing industry practices.

### Freedom of Association

We respect workers' rights to form and join organizations of their choice and to bargain collectively. We expect our suppliers to respect the right to free association and the right to organize and bargain collectively without unlawful interference. Business partners should ensure that workers who make such decisions or participate in such organizations are not the object of discrimination or punitive disciplinary actions and that the representatives of such organizations have access to their members under conditions established either by local laws or mutual agreement between the employer and the worker organizations.

67. Levi Strauss verwees van 2020 tot maart 2026 op haar Nederlandse site veelvuldig naar haar wereldwijde website. Wie bijvoorbeeld klikte op "Kom meer te weten" bij de Nederlandstalige website "*Over het welzijn van werknemers*", werd doorverwezen naar de wereldwijde site van Levi Strauss.<sup>23</sup> Ook op andere manieren werden Nederlandse consumenten doorgestuurd naar de wereldwijde site van Levi Strauss. Zo werd je ook doorverwezen als je op de Nederlandstalige pagina van Levi Strauss klikte op "*Onze merken: Levi's®*" of door te klikken op links zoals weergegeven op de Nederlandse webpagina "*Onze Waarden*".

#### **5.1.4 Uitingen in de Nederlandse winkels van Levi Strauss**

68. Ook in de fysieke winkels van Levi Strauss doet zij mededelingen over het ethische karakter van haar broeken.
69. Zij plaatste namelijk de volgende uitlating op de labels die aangehecht zitten aan haar producten:

<sup>23</sup> [https://www.levi.com/NL/nl\\_NL/features/our-values](https://www.levi.com/NL/nl_NL/features/our-values).



70. Levi Strauss doet deze uiting op meerdere van haar producten. Dat blijkt uit foto's die zijn genomen in de winkel op 29 april 2025.

## 5.2 De gebeurtenissen rondom de Fabriek in 2023

### 5.2.1 Inleiding

71. De hierboven besproken Uitingen zijn geen juiste weerspiegeling van de feiten ten aanzien van het ethisch handelen van Levi Strauss. Dat blijkt (onder meer) uit het volgende.
72. Levi Strauss is, zoals eerder genoemd, een wereldwijd opererend kledingbedrijf. Haar bedrijfsmodel bestaat in grote mate uit *outsourcing*. Dat houdt in dat Levi Strauss vooral gebruik maakt van externe contractfabrikanten voor de productie van haar kleding. Een mondiaal kledingmerk als Levi Strauss heeft een zeer grote invloed op haar (indirecte) leveranciers, omdat de laatsten veelal sterk afhankelijk zijn van slechts enkele grote afnemers.
73. Volgens de leverancierslijst van Levi Strauss onderhoudt zij een uitgebreid netwerk van meer dan 550 productiefaciliteiten in meer dan 30 landen.<sup>24</sup>
74. Een van die productiefaciliteiten is de kledingfabriek Özak Tekstil op het adres 1. Organize Sanayi Bölgesi 2. Cad. No: 4 Şanlıurfa.
75. Özak Tekstil is een dochterbedrijf van Özak Global Holding (**Özak Global**). Onder Özak Global Holding vallen verschillende fabrieken in Turkije die spijkerbroeken en andere denim producten leveren aan onder andere Zara (Inditex), Hugo Boss en Guess. Özak Global Holding omvat ook bedrijven in andere sectoren.
76. In de zomer van 2023 werd een tweede dochterbedrijf van Özak Global Holding opgericht op dezelfde locatie als Özak Tekstil: Kübrateks. Tussen juli en maart 2024 hadden beide entiteiten, Özak Tekstil en Kübrateks een deel van de arbeiders in de fabriek in Şanlıurfa in dienst, terwijl ze de facto als één werkgever optraden. Op 15 februari 2024 deelde Özak Tekstil al haar werknemers mede dat zij per 1 maart 2024 in dienst zullen zijn bij Kübrateks. In deze dagvaarding worden Özak Tekstil en Kübrateks gezamenlijk aangehaald als de **Fabriek**.
77. Volgens Özak Global produceert de Fabriek al ongeveer 10 jaar kleding voor Levi Strauss. De afgelopen 4,5 jaar produceert de Fabriek exclusief denim jeans en korte broeken voor Levi Strauss.<sup>25</sup>

<sup>24</sup> Zo meldt Levi Strauss onder andere op [www.levistrauss.com/sustainability/supplier-map/](http://www.levistrauss.com/sustainability/supplier-map/).

<sup>25</sup> Onderzoeksrapport WRC, p. 5,

78. De hierna te beschrijven feiten worden in het bijzonder onderbouwd door het uitgebreide onderzoeksrapport van de gezaghebbende instantie Workers Rights Consortium (**WRC**). Het WRC is een onafhankelijke non-profitorganisatie die zich richt op het monitoren en verbeteren van arbeidsomstandigheden in fabrieken die kleding en andere producten produceren, vooral voor universiteiten en grote merken. Het WRC voert diepgaande, onafhankelijke onderzoeken uit naar fabrieken wereldwijd en publiceert hierover openbare rapporten. Daarnaast ondersteunt het WRC werknemers in deze fabrieken bij hun inspanningen om arbeidsmisstanden te beëindigen en hun arbeidsrechten te verdedigen.

79. Het rapport van WRC is gebaseerd op de volgende bewijsstukken:<sup>26</sup>

*“• Detailed confidential interviews, conducted away from factory premises, with Özak/*

*Kübrateks employees, including workers who are members of the independent BİRTEK-SEN union and those who remain members of the company-favored union, Öz İplik İş;*

*• Interviews, meetings, and extensive email exchanges with Özak Tekstil’s chairman, its corporate social responsibility manager, the chief manager for the Özak/Kübrateks Şanlıurfa facility, the managers of most of the factory’s departments, and company lawyers;*

*• Interviews and meetings with national and local representatives of the BİRTEK-SEN and Öz İplik İş labor unions, and review of records and documentation provided by them;*

*• Review of factory records and documentation provided by workers, including termination letters, photographs, videos, and communications between workers, worker representatives, and factory management (including audio recordings and text messages);*

*• Review of factory records and documentation provided by Özak Global, including personnel records, disciplinary records, and related material;*

*• Review of court documents and settlement agreements; and*

*• Numerous written and verbal communications with Özak Global and Levi’s.”*

80. CCC heeft voorafgaand aan deze procedure een informatieverzoek in de zin van art. 194 Rv gedaan bij Levi Strauss, onder meer omtrent de communicatie van Levi Strauss met betrokkenen zoals Özak Global. Hierop heeft CCC geen antwoord gekregen. De informatie omtrent de communicatie tussen Levi Strauss en verschillende actoren ligt dus nog altijd grotendeels in het domein van Levi Strauss.

### **5.2.2 De aardbevingen in Turkije in februari 2023 en de misstanden binnen de Fabriek**

81. Op 6 februari 2023 werd Zuidoost-Turkije getroffen door een zware aardbeving, waarbij meer dan 50.000 mensen om het leven kwamen. Şanlıurfa werd hierbij zwaar getroffen. Op 15 maart 2023 volgde een grote overstroming in hetzelfde gebied.

82. In de nasleep van deze rampen meldden werknemers van de Fabriek dat onvoldoende rekening werd gehouden met hun persoonlijke en familiale omstandigheden. Zo kregen zij nauwelijks betaald verlof om hun levens en dat van hun gezinnen weer op te bouwen. Voor een groot deel van de werknemers van de Fabriek vormde dit de aanleiding voor een kritische

---

<sup>26</sup> Onderzoeksrapport WRC, p. 14.

blik op de door de werkgever gesteunde vakbond, Öz İplik İş (“Öİİ”), waarbij de meeste werknemers van de fabriek op dat moment waren aangesloten.

83. Naast deze acute problemen uitten werknemers in diezelfde periode ook andere zorgen over hun arbeidsomstandigheden in de Fabriek. Zij meldden structurele misstanden zoals onbetaalde overuren boven het wettelijk toegestane maximum, verbale en fysieke mishandeling door supervisors, slechte of zelfs onveilige voeding in de bedrijfskantine, en het ontbreken van transparantie vanuit het management. Verder klaagden werknemers over gebrekkige arbeidsvoorwaarden en het managementgezinde Öİİ, die volgens hen niet goed functioneert. Zij vertelden dat Öİİ hun belangen niet behartigde en dat klachten niet serieus werden genomen. Bovendien werden er nooit verkiezingen gehouden voor leiderschapsposities binnen Öİİ.<sup>27</sup>

### 5.2.3 De werknemers stapten over naar onafhankelijke vakbond BİRTEK-SEN

84. Deze situatie leidde ertoe dat veel werknemers overstapten naar een nieuwe, onafhankelijke vakbond, genaamd BİRTEK-SEN. Tussen begin november en 20 december 2023 sloot 78% zich aan bij BİRTEK-SEN. De Fabriek reageerde op harde wijze op de toegenomen kritiek en de populariteit van BİRTEK-SEN. In eerste instantie verspreidde het management van de Fabriek impliciet dreigende boodschappen. Zo werd door de *chief manager* gezegd dat arbeiders die “*de werkomstandigheden van [het bedrijf] niet accepteren*” en “*de orde op de werkplek verstoren*”, bestraft zouden worden.<sup>28</sup> Hiermee werd bedoeld op deelname aan BİRTEK-SEN. Werknemers bleven in november 2023 desondanks bijeenkomsten van BİRTEK-SEN bijwonen. Eén bijeenkomst bracht bijvoorbeeld honderden arbeiders van de Fabriek bijeen.
85. De intimidatie nam in november 2023 verder toe. Werknemers die zich hadden aangesloten bij BİRTEK-SEN werden geïntimideerd en expliciet bedreigd met fysiek geweld en represailles, zoals ontslag zonder betaling van ontslagvergoeding.
86. De ernst van de situatie kan worden geïllustreerd aan de hand van expliciete bedreigingen door het fabrieksmanagement en vertegenwoordigers van Öİİ. Er zijn verklaringen dat een fabrieksdirecteur eind november 2023 tegen een werknemer zei: “*If you don’t leave the union [BİRTEK-SEN] I’m going to break your head.*”<sup>29</sup> Andere werknemers, waaronder vrouwen, werden geconfronteerd met dreigementen dat hun families op de hoogte zouden worden gebracht van “*immoreel gedrag*” – een potentieel levensbedreigend risico in een regio waar eer-gerelateerd geweld voorkomt.<sup>30</sup> Ooggetuigen verklaren dat één van de vertegenwoordigers van Öİİ een vrouwelijke collega had geslagen en bedreigd met meer fysiek geweld. De intimidatie werd gemeld bij het management van de Fabriek. Daar werd geen opvolging aan gegeven.<sup>31</sup>
87. Op 23 november 2023 stuurden vertegenwoordigers van BİRTEK-SEN namens 435 werknemers een brief naar het management van de Fabriek, waarin zij erop aandrongen dat de Fabriek moest stoppen met pogingen om arbeiders te belemmeren in het uitoefenen van hun wettelijke, legitieme en democratische rechten.<sup>32</sup> Een reactie op de eerste brief bleef uit.

<sup>27</sup> Onderzoeksrapport WRC, p. 6 e.v.

<sup>28</sup> Onderzoeksrapport WRC, p. 19.

<sup>29</sup> Onderzoeksrapport WRC, p. 21.

<sup>30</sup> Onderzoeksrapport WRC, p. 28.

<sup>31</sup> Onderzoeksrapport WRC, p. 21.

<sup>32</sup> Onderzoeksrapport WRC, p. 23.

Een tweede brief werd door een manager van de Fabriek op 27 november 2023 in ontvangst genomen, en ter plekke in stukken gescheurd.<sup>33</sup>

---

<sup>33</sup> Onderzoeksrapport WRC, p. 23 e.v.

#### 5.2.4 De werknemers werden onterecht ontslagen

88. De situatie escaleerde verder op 27 november 2023, toen BİRTEK-SEN-activiste Seher Gülel werd ontslagen na het uiten van kritiek op de slechte arbeidsomstandigheden. Haar ontslag leidde tot massale stakingen en protesten. Daarop kondigden de lokale autoriteiten een vierdaags verbod op publieke samenkomsten af. De protesten bleven desondanks doorgaan. Later oordeelde de rechter in Turkije dat het verbod op publieke bijeenkomsten onrechtmatig was.
89. De Fabriek stuurde op 4 december 2023 een brief naar meerdere werknemers voor hun deelname aan de 'illegale stakingen'. In de brief werd gedreigd met ontslag zonder compensatie of opzegtermijn als werknemers door zouden gaan met staken. Als grond voor dit mogelijke ontslag haalde de Fabriek afwezigheid in verband met deelname aan een illegale staking aan.
90. Ook na het vierdaagse verbod op publieke samenkomsten werden bij geweldloze protesten vele werknemers gearresteerd.
91. Op 6 december 2023 werden 22 demonstranten (19 werknemers van de Fabriek en 3 vertegenwoordigers van BİRTEK-SEN) gearresteerd.
92. Op 11 december werden waterkanonnen ingezet tegen de demonstranten en werden nog eens honderd mensen gearresteerd.
93. Op 18 december werden 18 arbeiders en een vakbondsvertegenwoordiger van BİRTEK-SEN gearresteerd. In totaal zijn meer dan 150 werknemers van de Fabriek gearresteerd. Volgens WRC gebeurde dit in samenspanning tussen lokale veiligheidstroepen en de Fabriek.
94. Uiteindelijk werden op 12 en 13 december 2023 circa 400 stakende werknemers ontslagen. Deze werknemers zijn vrijwel allemaal aangesloten bij BİRTEK-SEN.<sup>34</sup>
95. De Fabriek weigerde aan de ontslagen werknemers de wettelijk verplichte ontslagvergoedingen uit te betalen. Zij liet later weten deze vergoedingen niet verschuldigd te zijn, omdat de werknemers zijn ontslagen in verband met wangedrag. Die reden staat echter niet vermeld in de ontslagbrieven. Daarnaast maakte de Fabriek het voor de ontslagen werknemers praktisch onmogelijk elders werk te vinden, door valse beschuldigingen in het register van de Turkse Sociale Zekerheidsdienst te plaatsen.
96. De ontslagen werknemers bleven hun protesten tegen de Fabriek na hun ontslag doorzetten. Uiteindelijk nodigde de Fabriek de ontslagen arbeiders in december 2023 en januari 2024 uit voor individuele gesprekken. In die gesprekken bood de Fabriek aan om de wettelijk verschuldigde ontslagvergoeding alsnog te betalen, en de beschuldigingen van wangedrag te verwijderen uit de sociale zekerheidsdossiers. De Fabriek stelde daarbij de voorwaarde dat de oud-werknemers het bedrijf niet meer openbaar zouden bekritisieren, en zij geen herindiensttreding zouden verlangen. Bijna alle ontslagen werknemers gingen met dat voorstel akkoord. Aan 24 van de voormalig werknemers werd geen voorstel gedaan.
97. Het management van de Fabriek bleef druk uitoefenen op de werknemers die niet zijn ontslagen, maar wel lid zijn geworden van BİRTEK-SEN om terug te keren naar Öil. Werknemers die dit weigerden, worden bijvoorbeeld vals beschuldigd van productiefouten.

---

<sup>34</sup> Onderzoeksrapport WRC, p. 29.

### 5.2.5 De rol van Levi Strauss

98. Levi Strauss werd op 6 december 2023 (een week vóór de massaontslagen) schriftelijk door CCC op de hoogte gebracht van de hierboven beschreven misstanden. CCC vroeg daarbij om onmiddellijk ingrijpen van Levi Strauss.
99. Op 7 december 2023 liet WRC aan Levi Strauss weten te zijn begonnen met een onderzoek naar de misstanden. WRC riep Levi Strauss op om zowel de fysieke gezondheid van de arbeiders als hun recht op vereniging en vrije meningsuiting te waarborgen.
100. Op 8 december 2023 reageerde Levi Strauss. Zij liet onder andere aan CCC en WRC weten dat Levi Strauss de situatie en de vrijheid van vereniging erg serieus neemt.
101. Op 22 december 2023 liet Levi Strauss opnieuw van zich horen. In een brief aan Özak Global benadrukte zij dat het ontslag van de werknemers een “*zero tolerance violation*” vormde van haar *Supplier Code of Conduct*, Levi Strauss eiste op dat moment de onmiddellijke herindiensttreding van de ontslagen werknemers, zonder represailles. Levi Strauss schreef aan de Fabriek:
- “The decision to terminate those employees constitutes a zero-tolerance violation of our Supplier Code of Conduct. We urge you to reinstate all terminated workers immediately and do so with the understanding there will be no retaliation against these workers upon reinstatement. If we are unable to reach an agreement, we will be taking the appropriate next steps to uphold workers’ rights, make our position known publicly and protect our business.”<sup>35</sup>*
102. Diezelfde dag ontving ook CCC een email van Levi Strauss waarin benadrukt werd dat Levi Strauss in nauw contact stond met het management van de Fabriek om een adequate oplossing te vinden. Ook werd opnieuw benadrukt dat Levi Strauss de ontslagen als een *zero tolerance*-schending van haar Code of Conduct ziet. Levi Strauss lijkt daarmee te verwijzen naar haar Sustainability Guidebook en de daarin opgenomen definitie van Zero Tolerance Violations of ZTV, die in randnummers 59 en 60 van deze dagvaarding reeds aan de orde kwamen. Kort gezegd betekent een ZTV dat Levi Strauss’ aanpak in een dergelijk geval is om samen met deze leveranciers de “*ZTV’s onmiddellijk te herstellen, en zich te onttrekken aan de overeenkomst alleen in situaties waarin een leverancier niet bereid is om snel herstelmaatregelen te nemen, of hiertoe niet in staat is*” (vertaling, advocaat).
103. Het contact met de Fabriek had voor Levi Strauss klaarblijkelijk niet het gewenste gevolg gehad. In januari 2024 informeerde Levi Strauss WRC daarom de relatie met de Fabriek te zullen beëindigen.<sup>36</sup>
104. Op 9 februari 2024 nam BİRTEK-SEN contact op met Levi Strauss. BİRTEK-SEN verzocht Levi Strauss schriftelijk om, ten behoeve van de werknemers die nog in dienst zijn van de Fabriek, zich in te spannen om met de Fabriek tot een oplossing te komen waarbij de arbeidsrechten worden beschermd en de relatie tussen de Fabriek en Levi Strauss wordt voortgezet. Het management van de Fabriek weigerde op dat moment met BİRTEK-SEN zelf in overleg te treden.
105. Op 19 februari 2024 stuurde BİRTEK-SEN Levi Strauss een tweede brief. Daarin liet zij weten dat de protesten tegen de Fabriek na 80 dagen zijn gestaakt, als gevolg van de forse politie-interventie en de 190 verrichte arrestaties.

<sup>35</sup> Onderzoeksrapport WRC, voetnoten 7 en 30.

<sup>36</sup> Onderzoeksverslag WRC, pp. 12-13, 39-45.

106. BİRTEK-SEN wees er daarnaast op dat Levi Strauss na de beëindiging van de relatie met de Fabriek door is gegaan met het verstrekken van opdrachten aan andere fabrieken van Özak Global in Turkije. Zo kon de Fabriek doorgaan met het negeren van de onterecht ontslagen werknemers, aldus BİRTEK-SEN. Daarbij komt dat de Fabriek al was overgegaan tot het aannemen van nieuwe werknemers, die allen geen lid zijn van BİRTEK-SEN. BİRTEK-SEN benadrukt dat daarmee haar invloed werd gereduceerd.
107. Verder benadrukte BİRTEK-SEN het belang van een aanbod tot herindiensttreding voor de ontslagen werknemers, en het belang om in de toekomst hun recht op vereniging van (vak)vereniging te respecteren. BİRTEK-SEN wees daarbij ook naar de beslissende invloed die Levi Strauss op het Fabrieksmanagement kan uitoefenen. BİRTEK-SEN is zelfs bereid om namens de werknemers een toezegging te doen. Zij geeft aan dat de ontslagen werknemers bereid zijn om concessies te doen wat betreft het achterstallig loon in de maanden dat de medewerkers onrechtmatig waren ontslagen.
108. Ook CCC stuurde berichten aan Levi Strauss. Zo liet zij op 18, 25, en 26 maart 2024 weten dat zij van plan was publiekelijk stelling te nemen over de situatie rondom de Fabriek, en Levi Strauss de kans wil geven daarop te reageren. Een reactie van Levi Strauss daarop bleef uit.
109. Pas op 1 april 2024 liet Levi Strauss weer van zich horen. CCC heeft begrepen dat Levi Strauss aan WRC en BİRTEK-SEN liet weten dat zij, in afwijking van haar eerder ingenomen positie, de handelsrelatie met de Fabriek zal voortzetten. Zij zal niet van de Fabriek vragen om de werknemers terug in dienst te nemen. Levi Strauss is ook niet bereid om zelf financiële ondersteuning te bieden aan de ontslagen werknemers. Levi Strauss legde, zo begrijpt CCC, de verantwoordelijkheid voor de ontstane situatie zowel bij haarzelf, als bij de Fabriek, als bij beide vakbonden.<sup>37</sup>
110. Op basis waarvan Levi Strauss meende de relatie toch zonder verdere maatregelen te kunnen voortzetten, blijft onduidelijk. Immers: de ontslagen werknemers zijn niet hersteld in hun functie, de Fabriek heeft de wettelijke compensaties voor de ontslagen niet uitbetaald en de ontslagen werknemers worden nog altijd actief tegengewerkt in het vinden van nieuw werk door de valse vermeldingen in de sociale zekerheidsregisters. CCC is niet bekend met nadere uitleg van Levi Strauss hieromtrent.
111. BİRTEK-SEN vernam vervolgens op 3 april in een artikel van Just Style dat Levi Strauss samen met de Fabriek werkte aan een '*detailed remediation plan*'. CCC heeft begrepen dat BİRTEK-SEN daarom op 10 april 2024 een volgende brief aan Levi Strauss stuurde. Daarin verzocht zij betrokken te worden bij de herstelmaatregelen, nu zij de 400 ontslagen werknemers vertegenwoordigt. Levi Strauss reageert niet op dit aanbod.<sup>38</sup>
112. Op 7 oktober 2024 ontving Levi Strauss een gezamenlijke brief van BİRTEK-SEN en CCC. Daarin herinnerden zij Levi Strauss eraan dat 400 werknemers nog altijd wachten op een aanbod tot herindiensttreding en de wettelijk verschuldigde compensatie. Daarbij wijzen zij ook de aanspraak die de ontslagen werknemers kunnen maken op de zogenoemde *union compensation* op basis van artikel 25(4) van de *Turkish Act No. 6356 on Trade Unions and Collective Labor Agreements*. BİRTEK-SEN en CCC verzochten wederom om een gesprek. Een reactie bleef – wederom – uit.
113. Op 23 november 2024 stuurde CCC daarom opnieuw een brief en verzocht zij om een reactie.

<sup>37</sup> Deze correspondentie heeft CCC niet tot haar beschikking. Zij heeft daarom een informatieverzoek gedaan bij Levi Strauss, waaraan Levi Strauss niet heeft voldaan.

<sup>38</sup> Deze correspondentie heeft CCC niet tot haar beschikking. Zij heeft daarom een informatieverzoek gedaan bij Levi Strauss, waaraan Levi Strauss niet heeft voldaan.

114. In een e-mail van 5 december 2024 meldde Levi Strauss daarop dat het maandelijks de Fabriek zal bezoeken en zij 'voortdurend in gesprek' is met het management van de Fabriek. Ook meldde Levi Strauss dat zij binnen enkele maanden een *face-to-face* meeting zou hebben gepland met het fabrieksmanagement om 'het respect voor arbeidsrechten en de werkomstandigheden' in de Fabriek te verbeteren.
115. Sinds die datum heeft Levi Strauss echter geen verdere communicatie verstrekt, geen verslagen van de gestelde bezoeken overgelegd en geen concrete maatregelen getroffen om de ontslagen arbeiders opnieuw in dienst te laten treden of te compenseren. Voor de ontslagen werknemers is er niets veranderd.

#### **5.2.6 De situatie nu**

116. Tot op de dag van vandaag is de situatie rondom de Fabriek niet deugdelijk afgehandeld. Zo hebben alle ontslagen arbeiders van Özak Tekstil/Kübrateks op basis van Turkse wetgeving recht op een jaarsalaris als *union compensation* voor hun ontslag. Deze hebben zij deze nog altijd niet ontvangen. Met een aantal van de werknemers van de Fabriek is inmiddels een schikking getroffen. Deze schikkingen zijn onder grote druk van Özak Tekstil/Kübrateks tot stand gekomen en houden in dat de ex-werknemers afstand doen van een deel van de hen toekomende vergoeding.
117. Daarnaast wachten de circa twintig oud-werknemers die geen schikkingsvoorstel van de Fabriek hebben ontvangen nog op hun reguliere ontslagvergoeding. De ontslagen van meerdere van deze werknemers zijn onderwerp van lopende rechtszaken in Turkije. CCC begrijpt dat hieromtrent nog geen uitsluit is.
118. Ondertussen lijkt de situatie in de Fabriek allesbehalve verbeterd. Nog steeds lijkt de Fabriek grote druk uit te oefenen op haar werknemers om zich niet bij BİRTEK-SEN aan te sluiten. Ook qua arbeidsomstandigheden zijn, voor zover CCC bekend, weinig tot geen verbeteringen te zijn doorgevoerd.

#### **5.2.7 Overige misstanden in de toeleveringsketen van Levi Strauss**

119. Uit het voorgaande wordt duidelijk dat er bepaalde misstanden zich hebben voorgedaan in de keten van Levi Strauss, en zij daar – ongeacht haar constatering dat van een sprake is – niet tegen heeft opgetreden. Dat is niet de enige keer dat er verwijten worden gemaakt aan Levi Strauss met betrekking tot de bescherming van werknemers in haar keten. Zo volgt uit een bedrijfsoverzicht van het Business and Human Rights Resource Center dat er zich vaker problemen voordoen met arbeidsrechten, bijvoorbeeld in Lesotho, Taiwan en Polen.<sup>39</sup>

### **5.3 Elk van de Individuele Consumenten heeft kleding gekocht bij Levi Strauss**

120. In de periode tussen 23 maart 2024 en 13 maart 2025 heeft elk van de Individuele Consumenten in de hoedanigheid van consument kleding gekocht bij Levi Strauss.
121. Elk van de Individuele Consumenten heeft deze aankopen gedaan op basis van de informatie die aan hen was verstrekt over de voornaamste kenmerken van de producten van Levi Strauss: de Uitingen. In dat kader hebben zij verklaringen afgelegd over de reden voor hun aankopen bij Levi Strauss.

---

<sup>39</sup> [www.business-humanrights.org/en/companies/levi-strauss/](https://www.business-humanrights.org/en/companies/levi-strauss/) (laatst bezocht 20 april 2026).

#### 5.4 Correspondentie tussen Levi Strauss en Eisers

122. Op dinsdag 20 januari 2026 stuurde CCC een sommatiebrief aan Levi Strauss. In de sommatie eiste CCC dat Levi Strauss de Uitingen binnen veertien dagen staakt en gestaakt houdt en een rectificatie plaatst. Ook verzocht zij Levi Strauss om de werkelijkheid in overeenstemming te brengen met de beloftes die Levi Strauss doet aan de Nederlandse consument.
123. Op 3 maart 2026 reageerde Levi Strauss op de sommatie van CCC.
124. De gesprekken tussen Levi Strauss en CCC hebben niet tot een voor CCC bevredigende uitkomst geleid.

#### 5.5 Huidige Uitingen op de website van Levi Strauss

125. Ook na de aanpassingen aan de website doet Levi Strauss nog een aantal uitingen aan Nederlandse consumenten over het ethische karakter van haar kledingmerk. De uitingen in deze paragraaf 5.5 worden aangeduid als de **Huidige Uitingen** en gezamenlijk met de Uitingen de **(Huidige) Uitingen**.
126. Zo staat tot heden het beeldmerk zoals weergegeven in randnummer 50 van deze dagvaarding op haar website.<sup>40</sup> Daarbij staat:
- “Bij Levi Strauss & Co. hebben we altijd geloofd dat wat we doen net zo belangrijk is als wat we maken. Vanaf het allereerste begin stelde Levi Strauss die norm voorop.”*
127. Ook verwijst Levi Strauss op deze webpagina nog tweemaal naar de wereldwijde website van Levi Strauss.<sup>41</sup>
128. Verder schrijft Levi Strauss op de Nederlandse webpagina *De echte prijs van mode*<sup>42</sup> het volgende:<sup>43</sup>

Maar je hoort ons niet zeggen dat merken moeten stoppen met het produceren van kleding, of dat jij geen kleding meer moet kopen. Wat we willen zeggen, is dat merken een verantwoordelijkheid hebben om dieper na te denken over hoe en wat ze produceren. Tegelijkertijd hebben consumenten de verantwoordelijkheid om vaker stil te staan bij hoe en wat ze kopen.

Wij maken kleding, dus onze voetafdruk zal nooit nul zijn. Dat is de realiteit die we onder ogen moeten zien, maar dat zal ons er nooit van weerhouden om er alles aan te doen om zo weinig mogelijk schade te berokkenen. Als bedrijf met een wereldwijde toeleveringsketen, moeten we verantwoording kunnen afleggen aan de mensen die onze kleding met liefde dragen, de werknemers die de kleding maken, de gemeenschappen waar zij in leven, en voor de grondstoffen die deze planeet ons biedt, die we allemaal moeten delen. Wij nemen die verantwoordelijkheid serieus en daarom zetten wij in op voortdurende ontwikkeling en zelfbeoordeling, zodat wij er zeker van kunnen zijn dat we producten van topkwaliteit leveren waar mensen van houden, en tegelijkertijd zo weinig mogelijk sporen achterlaten.

<sup>40</sup> [https://www.levi.com/NL/nl\\_NL/features/our-values](https://www.levi.com/NL/nl_NL/features/our-values)

<sup>41</sup> Onder het kopje Kom meer te weten bij de Levi Strauss Foundation en de Red Tab Foundation. Zie [https://www.levi.com/NL/nl\\_NL/features/our-values](https://www.levi.com/NL/nl_NL/features/our-values)

<sup>42</sup> [https://www.levi.com/NL/nl\\_NL/features/transparency?srsltid=AfmBOopRawIdGPhQTK73CRP4deTcJ91Rahpj4t9wf\\_MM\\_Ay0YzJzAw](https://www.levi.com/NL/nl_NL/features/transparency?srsltid=AfmBOopRawIdGPhQTK73CRP4deTcJ91Rahpj4t9wf_MM_Ay0YzJzAw)

<sup>43</sup> Deze Uiting is overigens niet nieuw, maar wordt in dit deel van de dagvaarding weergegeven ten behoeve van de leesbaarheid omdat zij niet is verwijderd.

## WERK IN UITVOERING

Iedere stap van ons proces is belangrijk en onze productiemethoden zijn daarop geen uitzondering. Op basis van gegevensverzameling en innovatie transformeren we voortdurend ieder aspect van ons productieproces.

•**Arbeidsnormen:** onze samenwerkingsvoorwaarden (Terms of Engagement) verzekeren dat alle fabrieken waar we mee werken, voldoen aan ethische arbeidsnormen.

•**Welzijn van werknemers:** in samenwerking met leveranciers en lokale organisaties stellen we programma's samen gericht op financiële zelfredzaamheid, gezondheid, gelijkwaardigheid en acceptatie. Voordat deze programma's worden ingevoerd, houden de leveranciers van LS&Co. eerst een enquête onder de fabrieksarbeiders om rechtstreeks van hen te horen waar ze behoefte aan hebben. Zodra die behoeften in kaart zijn gebracht, sluiten LS&Co. en zijn leveranciers samenwerkingsverbanden met lokale en nationale non-profitorganisaties en ngo's om programma's in te voeren die daadwerkelijk aan de behoeften van de werknemers voldoen.

129. Op deze wereldwijde website staat onder *Social Impact* ook de volgende uitlating:<sup>44</sup>

We put our profits, people and products to work in more than 100 countries to champion equality, support vulnerable communities and build a more sustainable future for our planet. Our values – empathy, originality, integrity and courage – guide our decision-making and actions.

130. Wanneer een consument vervolgens op de link 'Welzijn van werknemers' klikt, wordt diegene verwezen naar de wereldwijde pagina van Levi Strauss. Specifiek wordt de consument doorgestuurd naar *Worker Well-being: Surpassing 2020 Targets and Deepening Our Impact*.<sup>45</sup>
131. Wie door de verwijzingen op de Nederlandse website wordt doorgestuurd naar de wereldwijde website van Levi Strauss, vindt daar verschillende ethische claims. Zo meldt Levi Strauss op de pagina *Social Impact*.<sup>46</sup>

## People

We have a legacy of standing up for the causes we care about, and empower our people to do the same.

<sup>44</sup> <https://www.levistrauss.com/values-in-action/social-impact/>

<sup>45</sup> <https://www.levistrauss.com/2020/01/08/worker-well-being-surpassing-2020-targets-and-deepening-our-impact/>

<sup>46</sup> <https://www.levistrauss.com/values-in-action/social-impact/>

132. Onder *Governance* meldt Levi Strauss op de wereldwijde pagina *Commitment to ethics and transparency*<sup>47</sup> het volgende:

## Led By Our Values

Across all our brands and throughout our global organization, our values – empathy, originality, integrity and courage – guide our decisions and actions. They are at the heart of our purpose-driven company, underpinning our vision of the future and our business strategies, including how we continue to lead in sustainability.

133. Op de wereldwijde website van Levi Strauss blijven daarnaast veel van de in paragraaf 5.1 van de dagvaarding genoemde Uitingen ongewijzigd staan. Het gaat dan in het bijzonder om de Uitingen zoals weergegeven in randnummer 59, 60 en 62 t/m 66 van deze dagvaarding.<sup>48</sup> De overige Uitingen en documenten zoals weergegeven in paragraaf 5.1.3 van deze dagvaarding zijn niet langer zichtbaar via de wereldwijde webpagina van Levi Strauss.

## 6. VORDERINGEN DEEL 1: VERKLARINGEN VOOR RECHT EN BEVELEN/VERBODEN

### 6.1 Inleiding

134. Zoals hierboven toegelicht doet Levi Strauss verschillende uitingen over de ethische en sociale aspecten van haar bedrijfsvoering en die van haar leveranciers (de (Huidige) Uitingen). Deze (Huidige) Uitingen verhouden zich niet tot de realiteit. In deze procedure vorderen Eisers van uw Rechtbank kort gezegd:

- i. een verklaring voor recht dat de (Huidige) Uitingen en daarmee vergelijkbare uitingen kwalificeren als misleidende reclame in de zin van afdeling 6.3.3A BW;
  - ii. een verbod op het doen van de (Huidige) Uitingen en daarmee vergelijkbare uitingen in de toekomst, tenzij Levi Strauss de juistheid van deze Uitingen overtuigend kan bewijzen; en
  - iii. een rectificatie van de (Huidige) Uitingen door Levi Strauss,
- telkens op straffe van een dwangsom.

<sup>47</sup> <https://www.levistrauss.com/sustainability-report/governance/>

<sup>48</sup> In de Annex aangeduid als Uiting

## 6.2 De Wet OHP is van toepassing op de (Huidige) Uitingen

135. De (Huidige) Uitingen van Levi Strauss vallen onder de werkingssfeer van afdeling 6.3.3A BW oftewel de Wet en Richtlijn OHP.
136. Het reclamerecht uit de Wet OHP is ingevolge artikel 6:193b BW o.a. van toepassing op handelspraktijken van een handelaar jegens een consument. Afdeling 6.3.3A BW is een nationale implementatie van Richtlijn OHP.<sup>49</sup> De bepalingen in de Wet OHP worden daarom uitgelegd in het licht van de Richtlijn OHP en ook de richtsnoeren van de Europese Commissie (de **EC Richtsnoeren**) zijn van belang bij de uitleg van de Wet OHP.<sup>50</sup>
137. Uit artikel 6:193a lid 1 sub b blijkt dat onder het begrip “*handelaar*” in de zin van de Wet OHP moet worden verstaan: “*een natuurlijk persoon of rechtspersoon die handelt in de uitoefening van een beroep of bedrijf of degene die ten behoeve van hem handelt*”. Levi Strauss valt gelet op haar commerciële verkoopactiviteiten onder deze wettelijke definitie, en is derhalve een handelaar.
138. Onder het begrip van handelspraktijken onder de Wet OHP moet ingevolge artikel 6:193a lid 1 sub d BW worden verstaan:
- “iedere handeling, omissie, gedraging, voorstelling van zaken of commerciële communicatie, met inbegrip van reclame en marketing, van een handelaar, die rechtstreeks verband houdt met de verkoopbevordering, verkoop of levering van een product aan consumenten.”*
139. Het begrip ‘handelspraktijken’ wordt ruim uitgelegd, en omvat meer dan alleen productreclame. Volgens vaste rechtspraak van het Hof van Justitie EU (**HvJ EU**) is bepalend of een uitlating deel uitmaakt van de commerciële strategie van een onderneming.<sup>51</sup> Ook mededelingen van de klantenservice, imagocampagnes, en (I)MVO-verklaringen vallen onder deze definitie. Onder handelspraktijken kunnen dus ook ethische claims, sociale ambities en uitingen in de gedragscodes van handelaren vallen.
140. De Uitingen van Levi Strauss kunnen aldus worden gedefinieerd als handelspraktijk, oftewel een vorm van reclame. Ook de Uitingen die Levi Strauss op haar wereldwijde website doet, houden verband met de verkoopbevordering aan Nederlandse consumenten. Levi Strauss verwijst immers op haar Nederlandse consumentensite door naar de wereldwijde webpagina's en deze Uitingen. Daarmee wordt de reclame verspreid via media die op Nederland gericht zijn, namelijk de Nederlandse webpagina van <http://www.levis.com> die blijkens die website wordt gehost door Levi Strauss België.
141. De Wet OHP beschermt in de eerste plaats de belangen van consumenten. Eisers komen op voor de belangen van consumenten als bedoeld in artikel 6:193a lid 1 sub a BW. Daarmee komen zij op voor belangen die beschermd worden door afdeling 6.3.3A BW. De ontvankelijkheid van Eisers is reeds toegelicht in hoofdstuk 4 van deze dagvaarding.

## 6.3 De inhoud van de verplichtingen uit de wet OHP

<sup>49</sup> Richtlijn 2005/29/EG van het Europees Parlement en de Raad van 11 mei 2005 betreffende oneerlijke handelspraktijken van ondernemingen jegens consumenten op de interne markt en tot wijziging van Richtlijn 84/450/EEG van de Raad, Richtlijnen 97/7/EG, 98/27/EG en 2002/65/EG van het Europees Parlement en de Raad en van Verordening(EG) nr.2006/2004 van het Europees Parlement en de Raad („Richtlijn Oneerlijke Handelspraktijken”).

<sup>50</sup> Richtsnoeren met betrekking tot de uitlegging en toepassing van Richtlijn 2005/29/EG van het Europees Parlement en de Raad betreffende oneerlijke handelspraktijken van ondernemingen jegens consumenten op de interne markt, 29.12.2021, Pb EU 2021/C 526/01.

<sup>51</sup> HvJ EG 14 januari 2010, NJ 2010/268, m.nt. M.R. Mok; BIE 2010/41, m.nt. C.J.J.C. van Nispen; IER 2010/42, m.nt. P.G.F.A. Geerts; HvJ EG 9 november 2010, NJ 2011/54; BIE 2011/15.

142. Artikel 6:193b lid 1 BW bepaalt dat een handelspraktijk oneerlijk is indien deze (i) in strijd is met de vereisten van professionele toewijding en (ii) het vermogen van de gemiddelde consument om een geïnformeerd besluit te nemen merkbaar verstoort of kan verstoren. Misleidende en agressieve handelspraktijken zijn in het bijzonder oneerlijk (lid 3).
143. Eisers stellen bovendien voorop dat de bewijslast ter zake van de juistheid en volledigheid van de Uitingen op grond van artikel 6:193j lid 1 BW bij reclameclaims bij Levi Strauss ligt. Zij moet aldus aantonen dat de Uitingen juist en volledig zijn. Deze bewijslast weegt zwaarder, naarmate de claims meer absoluut zijn geformuleerd.
144. Specifiek voor duurzaamheidsclaims is de Leidraad Duurzaamheidsclaims<sup>52</sup> van de Autoriteit Consument en Markt (de **Leidraad**) van groot belang bij de interpretatie van de wet OHP. De ACM heeft vele marktspelers ook gewezen op hun verantwoordelijkheden met zogenoemde sectorbrieven.<sup>53</sup> In de kledingindustrie heeft dit geleid tot toezeggingsbesluiten ten aanzien van onder meer H&M, waarin H&M toezegde om een donatie te doen aan een goed doel.<sup>54</sup>
145. De term “*duurzaamheidsclaims*” is een paraplubegrip, dat ook sociale claims omvat:<sup>55</sup>
- “claims die de indruk wekken dat bij de fabricage van een product of de activiteit van een bedrijf wordt voldaan aan bepaalde ethische standaarden, bijvoorbeeld ten aanzien van algemene arbeidsomstandigheden, dierenwelzijn en/of maatschappelijk verantwoord ondernemen.”*
146. De Leidraad ziet op dus op meer dan wat ook wel *greenwashing* claims worden genoemd. Het omvat ook *social washing*. Deze definitie is ook opgenomen in de Code voor Duurzaamheidsreclame van de Reclame Code Commissie, waar het wordt aangeduid als ethische claim.
147. De EC-Richtsnoeren merken het volgende op omtrent ethische claims:<sup>56</sup>
- “Handelaren moeten ook voorzichtig zijn bij het maken van ethische claims en claims inzake maatschappelijk verantwoord ondernemen, die betrekking kunnen hebben op diverse aspecten van de werkwijzen van de handelaren, bijvoorbeeld op het gebied van arbeidsomstandigheden, dierenwelzijn, charitatieve bijdragen enz. Maatschappelijk verantwoord ondernemen houdt in dat ondernemingen de verantwoordelijkheid nemen voor hun invloed op de maatschappij door aandacht voor consumentenbelangen en sociale, ethische en milieukwesties in hun bedrijfsactiviteiten en kernstrategie te integreren.*
- Claims met betrekking tot dergelijke aspecten zijn een marketinginstrument geworden dat wordt gebruikt met het oog op de toenemende bezorgdheid van de consumenten of handelaren aan ethische en sociale normen voldoen. Dergelijke claims kunnen van invloed zijn op het besluit over een transactie van een consument die moet kiezen tussen twee concurrerende producten van gelijke kwaliteit en prijs. Om die reden kunnen zij worden beschouwd als “rechtstreeks verband [houdend] met de verkoopbevordering, verkoop of levering van een product” en derhalve worden aangemerkt als handelspraktijk in de zin van de richtlijn*

<sup>52</sup> <https://www.acm.nl/system/files/documents/acm-leidraad-duurzaamheidsclaims-versie-2.pdf>

<sup>53</sup> ACM, sectorbrief kleding duurzaamheidsclaims, 30 april 2021; zie <https://www.acm.nl/sites/default/files/documents/sectorbrief-kleding-duurzaamheidsclaims.pdf> (laatst bezocht 20 april 2026).

<sup>54</sup> ACM Besluit ACM/UIT/582443 in zaak ACM/22/179209 van 29 augustus 2022; zie <https://www.acm.nl/system/files/documents/toezeggingsbesluit-hm.pdf> (laatst bezocht 20 april 2026).

<sup>55</sup> Leidraad, p. 7.

<sup>56</sup> EC-Richtsnoeren, p. 29.

*oneerlijke handelspraktijken. Vanwege de belangrijke overeenkomsten tussen ethische claims/claims inzake maatschappelijk verantwoord ondernemen en milieucclaims, kunnen de kernbeginselen die voor milieucclaims gelden, ook gelden voor ethische claims en claims inzake maatschappelijk verantwoord ondernemen.”*

148. De Leidraad bepaalt onder meer op p. 9:

*“Wees bewust van de algehele indruk die uw claim wekt door de woordcombinatie en beeldmateriaal. Let bij het formuleren van uw duurzaamheidsclaim onder meer op de woordcombinatie, het beeldmateriaal en de specifieke kleuren die u gebruikt. Deze algehele indruk mag bij de consument geen hogere verwachtingen wekken over uw product en het duurzaamheidsvoordeel dan u kunt waarmaken.”*

*Voorbeeld laserprinter*

*Een elektronikawinkel maakt in een advertentie gebruik van een afbeelding van een laserprinter in een vogelnest, balancerend op een boomtak, omgeven door een dicht bos. In groene letters zegt de elektronikawinkel: Koop onze printer. Maak een verschil.*

*Toelichting voorbeeld*

*Hoewel de advertentie niet uitdrukkelijk beweert dat het product milieuvordelen heeft, wekken de afbeeldingen in combinatie met de tekst de verwachting dat het product aanzienlijke milieuvordelen heeft.*

*Uit onderzoek blijkt dat de elektronikawinkel geen bewijs heeft om aan te tonen dat de printer geen of weinig negatieve impact heeft op het milieu. De advertentie is in dit geval dus misleidend. De elektronikawinkel kan misleiding voorkomen door de visuele en tekstuele claims niet te maken.” [onderstrepingen toegevoegd]*

149. Ook bepaalt de Leidraad op p. 11:

*“Het gebruik van algemene of absolute termen is in veel gevallen misleidend. Een algemene of absolute claim wekt bij consumenten de indruk dat een product in zijn geheel (grote) duurzaamheidsvoordelen heeft of geen negatief effect heeft op mens, dier en milieu. Algemene en absolute claims zorgen snel voor verwarring over de specifieke duurzaamheidsvoordelen van het product. Voor dergelijke claims is de bewijslast hoog (zie ook vuistregel 2). (...) Let op! Termen als bewust en verantwoord zijn vaag en dubbelzinnig, omdat zij over uiteenlopende onderwerpen kunnen gaan. Behalve over milieu, mens of dier kunnen deze termen bijvoorbeeld ook gaan over economische of maatschappelijke omstandigheden. Zelfs als deze termen worden gespecificeerd kunnen zij misleidend zijn. Bij het gebruik van vage en dubbelzinnige termen moet de nuancering dusdanig uitvoerig zijn dat de claim uitsluitend op de door het bedrijf beoogde manier kan worden geïnterpreteerd”.* [onderstrepingen toegevoegd]

150. En op p. 13 bepaalt de Leidraad:

*“Wat mag niet?”*

*X Gebruik geen vakjargon of moeilijke woorden.*

*X Gebruik geen claims die verschillende betekenissen kunnen hebben. Consumenten kunnen hierdoor namelijk makkelijk worden misleid.*

*Voorbeelden van deze claims zijn bewust en verantwoord.*” [onderstrepingen toegevoegd]

151. Kortom: handelaren zoals Levi Strauss moeten oppassen met ethische/sociale duurzaamheidsclaims.

#### **6.4 Toepassing op (Huidige) Uitingen Levi Strauss**

152. In het voorliggende geval is sprake van misleidende (en daarmee oneerlijke) handelspraktijken als bedoeld in artikel 6:193c BW. Eisers voeren daartoe – kort gezegd – aan dat:
- i. Levi Strauss (a) met haar uitlatingen onjuiste dan wel onduidelijke informatie heeft verstrekt over de kenmerken van haar producten en (b) de concrete en kenbare verplichtingen uit haar eigen gedragscodes niet nakomt, terwijl zij aangeeft aan die gedragscodes gebonden te zijn, waarmee zij in ieder geval in strijd handelt met art. 6:193c lid 1, aanhef en onder b, BW;
  - ii. Voor zover er geen sprake is van een schending van art. 6:193c lid 1 sub b BW, de (Huidige) Uitingen alsnog kwalificeren als oneerlijke handelspraktijk in de zin van art. 6:193b lid 2 BW; en
  - iii. De gemiddelde consument door de (Huidige) Uitingen een besluit over een overeenkomst neemt of kan nemen, die hij anders niet had genomen.
153. De Uitingen van Levi Strauss zijn zowel in onderlinge samenhang als per afzonderlijke Uiting misleidend en daarmee onrechtmatig jegens consumenten. Ten behoeve van de leesbaarheid bouwen Eisers hun betoog als volgt op.
- i. In deze paragraaf 6.4 schetsen Eisers het algemene misleidende beeld dat de Uitingen aan consumenten geven, om zo de onderlinge samenhang te laten zien.
  - ii. In de Annex, die integraal onderdeel is van deze dagvaarding, gaan Eisers in op de afzonderlijke Uitingen.

##### **6.4.1 De (Huidige) Uitingen zijn onjuist**

154. Levi Strauss misleidt consumenten over de voornaamste kenmerken van haar goederen door claims als *“We’ve always stood up for what’s right”*, dat *“arbeiders in elke stap van de leveringsketen worden beschermd”*, *“Ons initiatief voor het welzijn van werknemers gaat verder dan het beschermen van de rechten van onze werknemers op de werkplek”* en *“responsibly made”* te gebruiken. Door het doen van de (Huidige) Uitingen heeft Levi Strauss een onjuist beeld geschapt van de wijze waarop zij met de personen die werkzaam zijn in haar toeleveringsketen omgaat.
155. Meerdere (Huidige) Uitingen staan in de eigen gedragscodes van Levi Strauss. Daarbij gelden in het bijzonder het *Sustainability Guidebook*, de *Supplier Code of Conduct*, de *Worldwide Code of Business Conduct* en de *Global Sourcing and Operating Guidelines*. Levi Strauss geeft daarbij aan dat zij naar haar eigen gedragscodes handelt.<sup>57</sup>
156. Levi Strauss komt de (concrete en kenbare) verplichtingen in deze gedragscodes echter niet na. Zo zou Levi Strauss alleen werken met leveranciers die het recht op vereniging respecteren en die voldoen aan de aldaar vigerende wettelijke verplichtingen.

<sup>57</sup> Zie bijv. pagina 1 van de Supplier Code of Conduct: *“The Supplier Code of Conduct applies to all LS&CO. sourcing and procurement, including all suppliers of goods or services, including every factory, subcontractor, licensee, agent, or affiliate that manufactures or finishes products for LS&CO or from whom LS&Co. procures goods and services for its own use (collectively referred to as “Suppliers”).”* Uit deze bewoordingen blijkt dat de gedragscode zowel op Levi Strauss zelf als op haar leveranciers van toepassing is.

157. In het bijzonder zou Levi Strauss een ‘zero-tolerance’ beleid op het gebied van arbeidsrechtsschendingen door leveranciers hanteren. Op basis van dat beleid zou Levi Strauss immers de relatie met de Fabriek moeten opzeggen, althans zou zij moeten toezien op effectieve *remediation* van de schendingen op het recht van (vak)vereniging en ontslagen. Zij heeft dat uiteindelijk niet gedaan.
158. Met de (Huidige) Uitingen heeft Levi Strauss jarenlang de indruk gewekt dat haar producten tot stand zijn gekomen onder goede werkomstandigheden, en dat Levi Strauss er alles aan doet om de rechten van haar werknemers te beschermen en misstanden te voorkomen. Zij gaat daar ver in, nu zij zelf stringente regels voor zichzelf en leveranciers heeft opgesteld – met een ‘zero-tolerance’ beleid – die zij ook actief aan het publiek communiceert.
159. Deze (Huidige) Uitingen zijn in het onderhavige geval echter in strijd met de werkelijkheid en dus onjuist.
160. Dat blijkt immers uit het feitenkader zoals reeds besproken is in Hoofdstuk 5 van deze dagvaarding, waarbij in het bijzonder relevant is dat:
- i. de arbeidsomstandigheden in de Fabriek zorgelijk zijn, en de terechte klachten hierover niet serieus zijn genomen door Öİİ en Özak Global;
  - ii. het recht op vereniging en de vakbondsvrijheid van medewerkers van de Fabriek op grove wijze is geschonden;
  - iii. daarbij fysieke en mentale bedreigingen zijn gebruikt, en er zelfs fysiek geweld is voorgevallen;
  - iv. circa 400 werknemers door de Fabriek op onrechtmatige wijze zijn ontslagen, omdat zij gebruik maakten van hun recht op staking en vereniging;
  - v. de Fabriek en Özak Global, in strijd met hun wettelijke plicht, nalaten de oud-werknemers financieel te compenseren voor deze ontslagen;
  - vi. Levi Strauss hier van op de hoogte is sinds december 2023, en heeft aangegeven dat de gebeurtenissen in de Fabriek ZTV's van haar *Supplier Code of Conduct* opleveren;
  - vii. Levi Strauss geen consequenties heeft willen verbinden aan deze ZTV's, en weigert om de arbeiders- en mensenrechten van de oud-werknemers te beschermen of zelf financiële compensatie voor de oud-werknemers te verzorgen; en
  - viii. Dat Levi Strauss daarmee in strijd heeft gehandeld met haar eigen *Sustainability Guidebook* en de *Supplier Code of Conduct*.
161. Ook doet Levi Strauss verschillende (Huidige) Uitingen die erop neer komen dat zij meer doet, althans verder gaat, dan het beschermen van de rechten van arbeiders in de keten. Zij stelt daarbij dat zij toegewijd is om elk persoon in hun keten te beschermen en hun welzijn te verbeteren. Dat zijn claims met een absoluut karakter, die onjuist zijn. De vierhonderd werknemers die onterecht zijn ontslagen nadat hun arbeidsrechten structureel zijn geschonden, hebben immers geen bescherming van Levi Strauss genoten. Hetzelfde geldt voor het verlies van inkomen, hetgeen een grote impact heeft op de families van deze oud-werknemers. Dat alles is nog extra schrijnend, nu de situatie in Turkije op scherp is komen te staan na een natuurramp, de aardbeving van 7.8 op de schaal van Richter die ook in Nederland uitvoerig in het nieuws is geweest. Het werd de werknemers nagenoeg onmogelijk

gemaakt om voor hun families te zorgen. Van toewijding aan de zijde van Levi Strauss is dan ook geen sprake.

162. Hoewel de bewijslast van de juistheid en volledigheid van de verschafte informatie bij Levi Strauss ligt, kan zij evident niet staven dat:
- i. zij alle individuen in haar keten beschermt;
  - ii. zij alleen samenwerkt met leveranciers die onder andere het recht op vereniging respecteren en beschermen;
  - iii. zij altijd doet wat juist is; en
  - iv. dat zij samenwerkt met partners die bij al hun activiteiten met die van Levi Strauss verenigbare ethische standaarden naleven.
163. De bewijslast is zoals gezegd in dit kader zwaar, gezien het absolute karakter van de (Huidige) Uitingen van Levi Strauss.
164. Voor een schematisch overzicht van de (Huidige) Uitingen en de feitelijke onjuistheid daarvan wordt verwezen naar de Annex, die integraal onderdeel is van deze dagvaarding.

#### **6.4.2 De (Huidige) Uitingen zijn vaag en dubbelzinnig**

165. Voor zover de (Huidige) Uitingen niet onjuist zijn, geldt ten minste dat deze vaag en dubbelzinnig zijn en dat zij niet voldoen aan de wettelijke vereisten, zoals verder verduidelijkt in de ACM Leidraad Duurzaamheidsreclame.
166. Een aantal voorbeelden van de vage bewoordingen waar Levi Strauss zich van bedient zijn als volgt:
- “We pride ourselves in doing what’s right”*
- “We are committed to the highest level of responsible business practice”*
- “We stay true to our values by acting with integrity and being socially responsible”*
- “We zijn toegewijd om onze werknemers te beschermen”*
- “Responsibly made”*

167. Zoals ook de ACM in haar Leidraad Duurzaamheidsclaims benadrukt, is het voor consumenten niet duidelijk wat met dergelijke termen wordt bedoeld. De bewijslast voor zulk soort claims ligt dan ook erg hoog. Bovendien moeten de (Huidige) Uitingen dermate zijn genuanceerd dat zij uitsluitend op de door het bedrijf beoogde manier kunnen worden geïnterpreteerd. Van een dergelijke nuancering is in het geval van de hierboven genoemde (Huidige) Uitingen echter geen sprake. Termen als ‘right’ en ‘responsible’ zijn in elk geval vaag en dubbelzinnig en zijn zelfs in combinatie met een nuancering meestal misleidend.
168. Voor een schematisch overzicht van de (Huidige) Uitingen en het vage dan wel dubbelzinnige karakter daarvan wordt verwezen naar de Annex, die integraal onderdeel is van deze dagvaarding.

#### **6.4.3 Misleiding door beeld**

169. Ook maakt Levi Strauss gebruik van beeldmateriaal dat haar een (veel) activistischer en ethischer imago geeft dan feitelijk het geval is.
170. Een pijnlijk voorbeeld is het gebruik van de foto van activisten op de Berlijnse muur, gecombineerd met de tekst *“we’ve always stood up for what’s right”*. De protesten in Berlijn

zijn historisch van grote waarde. Door het gebruik van dergelijk emotioneel beladen beeldmateriaal, wekt Levi Strauss hoge verwachtingen. Verwachtingen die zij niet waarmaakt.

171. In dat kader is het extra pijnlijk dat het juist mensenrechten als het recht op demonstratie en het recht op vereniging zijn die in de keten van Levi Strauss ernstig zijn geschonden, en dat Levi Strauss hiertegen niet krachtig heeft willen optreden. Waar Levi Strauss de indruk wekt dat zij steeds opkomt voor wat juist is en die boodschap met beeldmateriaal versterkt, is in de realiteit geen sprake van enige serieuze inzet om fundamentele rechten als het recht op vereniging of demonstratie te beschermen.

#### 6.4.4 Economische beïnvloeding

172. Het is aannemelijk dat de gemiddelde consument ertoe kan worden gebracht een beslissing te nemen over de aankoop van producten van Levi Strauss, die hij of zij bij een juiste voorstelling van de feiten niet had genomen. Dat geldt zowel voor de misleidende (Huidige) Uitingen die Levi Strauss heeft gedaan als voor de niet-nakoming van de verplichtingen uit de door haar opgestelde gedragscodes.

173. De EC-Richtsnoeren geven het volgende handvat:<sup>58</sup>

*“Krachtens de richtlijn oneerlijke handelspraktijken hoeft niet te worden aangetoond dat het economische gedrag van de consument (d.w.z. zijn besluit over een transactie) daadwerkelijk is verstoord. Er kan worden beoordeeld of een handelspraktijk “waarschijnlijk” een dergelijk effect op de gemiddelde consument zal hebben (d.w.z. kan hebben). De nationale handhavingsinstanties moeten derhalve de feiten en omstandigheden van het individuele geval onderzoeken (d.w.z. in concreto), maar ook de “waarschijnlijkheid” van het effect van die praktijk op het besluit over een transactie van de gemiddelde consument beoordelen (d.w.z. in abstracto).”*

174. Aan beide toetsen is voldaan.
175. De ‘gemiddelde consument’ wordt volgens vaste rechtspraak gedefinieerd als een redelijk geïnformeerde, omzichtige en oplettende consument, rekening houdend met maatschappelijke, culturele en taalkundige factoren. Van deze consument mag worden verwacht dat hij zich in de door de handelaar verstrekte informatie verdiept en, indien nodig, aanvullende informatie zoekt, waarbij de mogelijkheid om verschillende bronnen te verwerken afhankelijk is van de omstandigheden van het geval.<sup>59</sup>
176. De gemiddelde consument mag er, op basis van de (Huidige) Uitingen, van uitgaan dat zij een product koopt dat voldoet aan de daarin beschreven beloftes van Levi Strauss. Voor consumenten kan dit logischerwijs een verschil maken bij hun keuze voor de aankoop van een product.
177. Consumenten worden in deze tijd graag geïnformeerd over de ethische aspecten die verbonden zijn aan de producten die zij kopen. Dat is ook de reden voor de ACM om specifiek voor duurzaamheidsclaims, zoals de (Huidige) Uitingen, regels te formuleren.
178. De gemiddelde consument houdt zich bewust bezig met onderwerpen zoals mensenrechtenschendingen in de keten van *fast fashion*, en de wens om daarin betere keuzes te maken speelt in toenemende mate een rol bij de beslissing om een bepaald product wel of niet te kopen.<sup>60</sup> Het is dan ook zeer goed denkbaar dat de gemiddelde consument het

<sup>58</sup> EC-Richtsnoeren, p. 32.

<sup>59</sup> HvJ EU, 14-11-2024, nr. C-646/22, r.o. 18.

beeld dat hij van Levi Strauss heeft als gevolg van de uitlatingen laat meespelen in zijn beslissing om de producten van Levi Strauss al dan niet aan te schaffen.

179. Ook in het concrete geval is sprake van beïnvloeding. Zie bijvoorbeeld de verklaringen van de Individuele Consumenten.

#### **6.4.5 Gedaagden zijn verantwoordelijk voor de (Huidige) Uitingen die zij doen over hun producten, althans waar zij naar verwijzen**

180. Voor zover Gedaagden zich erachter willen verschuilen dat zij als Belgische en Nederlandse entiteit binnen een groot internationaal concern geen doorslaggevende invloed kunnen uitoefenen op het concernbeleid van Levi Strauss, dan wel dat een deel van de (Huidige) Uitingen afkomstig zijn van de wereldwijde website van Levi Strauss, kan dit argument niet slagen.
181. In de eerste plaats: voor zover de (Huidige) Uitingen niet door Gedaagden zelf worden gedaan of binnen hun risicosfeer vallen, zijn zij aan toerekenbaar.
182. Gedaagden laten zelf weten verantwoordelijk te zijn voor de commerciële activiteiten in Europa (Levi Strauss België) en Nederland (Levi Strauss Nederland). Zij voeren de marketing waarbij zij kleding en aanverwante producten actief positioneren als duurzaam, ethisch en maatschappelijk verantwoord geproduceerd.
183. Een mededeling misleidend wanneer zij door haar inhoud, presentatie of formulering een onjuiste indruk wekt omtrent de kenmerken van een product of dienst, waaronder de samenstelling, de herkomst, de wijze van vervaardiging of de milieueffecten. Die misleidende indruk hoeft niet het gevolg te zijn van opzet en vraagt ook niet welke partij schuldig is aan het ontstaan van de onjuiste mededelingen. Het enkele bestaan van een misleidend beeld volstaat om aansprakelijkheid te vestigen.
184. Gedaagden dragen dus zelfstandige verantwoordelijkheid en de daarmee samenhangende aansprakelijkheid voor de niet-oneerlijkheid van de (Huidige) Uitingen.
185. Daarbij komt is Levi Strauss België de entiteit die wordt genoemd op de Nederlandstalige website van Levi Strauss (namelijk [levi.com/NL/nl\\_NL/](http://levi.com/NL/nl_NL/)). Gedaagden kiezen er ook zelf voor om door te linken naar de wereldwijde website. Zij zijn daarmee verantwoordelijk voor de juiste informatievoorziening van hun cliënten. Dat zij voor de uitvoering van dit beleid gebruik maakt van leveranciers of entiteiten die deel uitmaken van hetzelfde concern, doet aan die verantwoordelijkheid niets af.
186. Voor zover de (Huidige) Uitingen niet door Gedaagden zelf zijn gedaan, geldt dat zij in het maatschappelijk verkeer als hun gedragingen hebben te gelden en om die reden toerekenbaar zijn.<sup>61</sup> Een andere benadering zou er ook toe leiden dat een concern als Levi Strauss zich achter de door de groepsleiding ingezette structuur kunnen verschuilen. Voor die uitkomst bestaat geen grondslag in het recht.
187. In de tweede plaats: indien Gedaagden zelf geen invloed kunnen uitoefenen op leveranciers van de groep, dienen zij *extra* voorzichtig te zijn met het verspreiden van de (Huidige) Uitingen.

<sup>60</sup> Vgl. Rechtbank Amsterdam, 20 maart 2024, ECLI:NL:RBAMS:2024:1512, r.o. 4.22. Zie ook het rapport Capgemini Research Institute, 'How sustainability is fundamentally changing consumer preferences', beschikbaar op [https://www.capgemini.com/wp-content/uploads/2020/07/20-06\\_9880\\_Sustainability-in-CPR\\_Final\\_Web-1.pdf](https://www.capgemini.com/wp-content/uploads/2020/07/20-06_9880_Sustainability-in-CPR_Final_Web-1.pdf) (laatst bezocht 20 april 2026).

<sup>61</sup> Vgl. HR 6 april 1979, ECLI:NL:HR:1979:AH8595, NJ 1980, 34 m.nt. C.J.H. Brunner (*Kleuterschool Babbel*).

188. Bovendien miskent het betoog dat Levi Strauss geen invloed zou hebben op de arbeidsomstandigheden of productieomstandigheden in haar keten de aard van de onrechtmatige gedraging. Het gaat in deze zaak immers niet primair om de vraag of Levi Strauss de arbeidsomstandigheden feitelijk *beheerst*, maar om de vraag of de (*Huidige*) *Uitingen* die Gedaagden openbaar maakten een juist beeld geven van de werkelijkheid. De uitingen zijn van Levi Strauss zelf afkomstig, althans zij verwijst naar deze (*Huidige*) *Uitingen*. Daarmee kwalificeren de (*Huidige*) *Uitingen* als openbaar gemaakt door de Gedaagden.<sup>62</sup> Daarmee zijn zij verantwoordelijk voor het onrechtmatige karakter van de claim. Dat geldt ook als de uitvoering elders in de keten plaatsvindt.
189. De omstandigheid dat de (*Huidige*) *Uitingen* deels afkomstig zijn van of mede betrekking hebben op handelingen van andere concernonderdelen, waaronder de Amerikaanse moedervenootschap Levi Strauss & Co, ontslaat Gedaagden aldus niet van verantwoordelijkheid *en* aansprakelijkheid. Sterker nog: Gedaagden zouden beter moeten weten dan het voeren van (*Huidige*) *Uitingen* waar zij blijkbaar in zijn geheel geen invloed op kunnen uitoefenen.<sup>63</sup>

#### **6.4.6 Aanpassingen van de (*Huidige*) *Uitingen* heft de onrechtmatige situatie niet op voor het verleden of het heden**

190. Voor zover Levi Strauss heeft betoogd of zal betogen dat de onderhavige vorderingen geen belang meer zouden hebben omdat zij bepaalde *Uitingen* van haar website of uit andere publieke communicatie heeft verwijderd, faalt ook dit verweer.
191. In de eerste plaats geldt dat de verwijdering van een onrechtmatige uiting de onrechtmatigheid van die uiting niet met terugwerkende kracht ongedaan maakt. De betreffende mededelingen zijn jarenlang openbaar geweest, en hebben hun werking op consumenten gehad. Het economisch gedrag van Nederlandse consumenten is reeds merkbaar beïnvloed, zodat hun beslissingen hebben genomen of hadden kunnen nemen over economische transacties die zij op basis van de juiste informatie *niet* hadden genomen. Ook hebben de Individuele Consumenten, net als vele andere consumenten, reeds onder onjuiste veronderstellingen daadwerkelijke koopovereenkomsten met Gedaagden gesloten, steeds op basis van het beeld dat Levi Strauss van zichzelf heeft gecreëerd. Het onrechtmatig handelen is daarmee reeds voltooid.
192. In de tweede plaats heeft Levi Strauss de verwijderde *Uitingen* op geen enkel moment gerectificeerd. Rectificatie is een wezenlijk vereiste voor het ongedaan maken van de gevolgen van misleidende reclame. Het enkele stilzwijgend verwijderen van *content* is daartoe ontoereikend. Consumenten die onder invloed van de misleidende *Uitingen* aankopen hebben gedaan of een voorkeur voor het merk hebben ontwikkeld, zijn door de verwijdering immers niet bereikt en niet geïnformeerd. De gemiddelde consument draagt immers nog altijd het door Gedaagden gecreëerde (maar onterechte) beeld met zich mee van een sociaal en ethisch verantwoord Levi Strauss. Indien Gedaagden zouden kunnen volstaan met het stilzwijgend verwijderen van misleidende *Uitingen* zodra zij daarop worden aangesproken, zouden zij per saldo profiteren van de onrechtmatige toestand die zij hebben gecreëerd.

<sup>62</sup> Asser Verbintenissenrecht/C.H. Sieburgh, Deel 6-IV. De verbintenis uit de wet, Deventer: Wolters Kluwer 2023, nr. 316, GS Onrechtmatige daad, art. 6:194 BW, aant. 3.1 (C.J.J.C. van Nispen), GS Onrechtmatige daad, en art. 6:194a BW, aant. 9 (C.J.J.C. van Nispen), T&C Burgerlijk Wetboek, art. 6:194 BW, aant. 3 (G.H. Lankhorst) en C.J.J.C. van Nispen, J.L.R.A. Huydecoper & T. Cohen Jehoram, Industriële eigendom. Deel 3. Vormen, namen en reclame, Deventer: Kluwer 2012, par. 5.3.2.6. Vergelijk D.W.F. Verkade, Misleidende (B2B) reclame en vergelijkende reclame (Mon. BW B49b), Deventer: Wolters Kluwer 2019, nrs. 2.22-2.24, 2.27. Zie ook HR 17 december 2010, ECLI:NL:HR:2010:BO1979, NJ 2011/8, JOR 2011/53 m.nt. J.B.S. Hijink en Ondernemingsrecht 2011/41 m.nt. M.A. Verbrugh ([...]/TMF), rov. 4.2.

<sup>63</sup> Zie ook PHR 12 september 2025, r.o. 4.15.

193. In de derde plaats bestaat er een zelfstandig belang bij het vorderen een rechterlijk verbod en een rechterlijk bevel tot rectificatie. Dat is reeds het geval gelet op de noodzaak om herhaling te voorkomen. Nu Levi Strauss geen enkele publieke erkenning van de misleidende aard van haar Uitingen heeft gegeven, bestaat er geen enkele garantie dat vergelijkbare uitingen niet opnieuw worden gedaan. Bovendien blijft zij op haar sites bepaalde (Huidige) Uitingen voeren die vergelijkbaar zijn aan de (Huidige) Uitingen in deze procedure. De dreiging van herhaling is daarmee allesbehalve denkbeeldig. Dat geldt des te meer gelet op het commerciële belang van Levi Strauss bij het uitdragen van een duurzaam en ethisch imago.
194. In de vierde plaats voert Levi Strauss nog altijd een aantal van de misleidende (Huidige) Uitingen die in deze dagvaarding centraal staan. Dat is reeds uiteengezet in paragraaf 5.4 en 5.5 van deze dagvaarding.
195. Ook na wijziging van de website(s) zijn de vorderingen van Eisers onverminderd toewijsbaar. Tot slot merken Eisers op dat de omstandigheid dat Levi Strauss zelf een begin heeft gemaakt met het verwijderen van de Uitingen, juist illustreert dat ook zij de onhoudbaarheid van haar communicatie inziet. Dat het zou gaan om “*outdated*” informatie laat zien dat Levi Strauss weet dat haar communicatie onjuist was. Tegelijkertijd gaat zij onverminderd voort met het verspreiden van de misleidende Huidige Uitingen.

#### **6.4.7 Tussenconclusie**

196. Uit het bovenstaande volgt dat sprake is van een schending van art. 6:193c lid 1, aanhef en onder b, BW.
197. Het bovenstaande leidt ook tot de conclusies dat (i) Levi Strauss in strijd handelt met de vereisten van professionele toewijding en (ii) de handelspraktijk de gemiddelde consument economisch beïnvloedt. Aldus is er sprake van een schending van art. 6:193b lid 2 BW.

### **6.5 Vorderingen**

#### **6.5.1 Verklaring voor recht en verbod**

198. Eisers vorderen allereerst verklaringen voor recht dat de (Huidige) Uitingen kwalificeren als oneerlijke handelspraktijken en onrechtmatig handelt jegens in ieder geval Nederlandse consumenten.
199. Eisers vorderen ook een verbod op het voeren van de (Huidige) Uitingen en vergelijkbare uitingen in de toekomst. Dat verbod dient te gelden voor zowel de online (Huidige) Uitingen als de Uitingen op de labels die op de producten van Levi Strauss zijn geprint, opdat de misleidende handelspraktijken ook daadwerkelijk worden gestaakt.
200. Gelet op het karakter van de documenten van Levi Strauss en de veelheid aan misleidende uitingen die zij op dit gebied heeft gedaan is herhaling redelijkerwijs te voorzien. Daarom achten Eisers het noodzakelijk om tevens een verbod te vorderen op alle reclame-uitingen met bewoordingen die vergelijkbaar zijn aan de (Huidige) Uitingen. Alleen zo kan worden voorkomen dat consumenten in de toekomst opnieuw worden misleid.
201. Levi Strauss voert bovendien nog altijd misleidende reclame-uitingen, zij het deels in aangepaste vorm. Dat is reeds uiteengezet in paragraaf 5.5 van deze dagvaarding. Levi Strauss meet zich met die uitingen nog altijd een ethisch en sociaal karakter aan die zij niet waar kan maken. Het is dan ook te verwachten dat zij in de toekomst nog vaker misleidende uitingen vergelijkbaar aan de (Huidige) Uitingen zal doen. Eisers hebben daarom belang bij het gevorderde verbod voor de toekomst.

### **6.5.2 Rectificatie**

202. Eisers vorderen op basis van artikel 6:167 BW tevens rectificatie van de (Huidige) Uitingen.
203. Eisers hebben belang bij een rectificatie nu de (Huidige) Uitingen, gedaan op verschillende webpagina's en in de winkels van Levi Strauss, misleidend zijn voor de gemiddelde consument en besluiten van consumenten om de producten van Levi Strauss blijvend kunnen beïnvloeden. Levi Strauss heeft zichzelf onterecht van een ethisch imago bediend. Het is op zijn plaats dat Levi Strauss dit beeld rechtzet. Het publiek moet weten dat de (Huidige) Uitingen misleidend zijn, zodat consumenten in de toekomst beter geïnformeerd zijn over de kenmerken van de producten van Levi Strauss.
204. Een rectificatie moet ter plaatse en in omvang geschikt zijn om de misleiding ongedaan te maken. Voor online rectificaties geldt bovendien dat deze geplaatst moeten worden op dezelfde kanalen waar de beschuldigingen zijn geuit. Nu de (Huidige) Uitingen veeltalig zijn en zich op verschillende webpagina's van Levi Strauss en in haar winkel hebben voorgedaan, vorderen Eisers dat Levi Strauss de rectificatie in elk geval bovenaan haar homepage en op alle pagina's waarop zij een misleidende (Huidige) Uiting heeft gedaan plaatst.
205. Gelet op het langdurige karakter van de (Huidige) Uitingen van Levi Strauss, dient zij de rectificatie minimaal 120 dagen te laten staan. Om te voorkomen dat Levi Strauss afbreuk doet aan de boodschap van de rectificatie vorderen Eisers dat Levi Strauss de rectificatie zonder aanvullende tekst opneemt.

### **6.5.3 Informatievoorziening door Levi Strauss**

206. Eisers vorderen op basis van artikel 3:296 BW jo 6:162 BW tevens een verdergaande informatievoorziening door Levi Strauss aan haar consumenten. Met die vordering richten Eisers zich op herstel van het door Levi Strauss zelf gecreëerde misleidende beeld, en daarmee van de onrechtmatige situatie die is ontstaan.
207. Levi Strauss heeft zich gedurende een aanzienlijke periode ten onrechte gepresenteerd als een onderneming met een ethisch verantwoorde toeleveringsketen, door misleidende uitingen te doen over de door haar geboden bescherming van arbeiders. Daarmee heeft zij zichzelf onterecht van een ethisch karakter bediend. Het onrechtmatige karakter van deze handelswijze brengt met zich mee dat van Levi Strauss mag worden verlangd dat zij dit beeld actief corrigeert.
208. Het onjuiste beeld dat Levi Strauss heeft geschept kan enkel worden rechtgezet door een transparante en volledige informatievoorziening omtrent de Fabriek. Levi Strauss is deze context aan haar consumenten bovendien verschuldigd, juist omdat zij deze informatie bij haar eerdere uitingen onterecht achterwege heeft gelaten.
209. Door Levi Strauss de verplichting op te leggen haar consumenten te voorzien van deze informatie, wordt zij in feite gehouden om rechtsherstel te bieden voor de onrechtmatige situatie die zij heeft gecreëerd. Bij deze rectificatie moet Levi Strauss niet alleen melden dat zij misleidende reclame heeft gevoerd, maar dient zij ook de context te leveren die bij haar oorspronkelijke Uitingen juist misten en de (Huidige) Uitingen met onduidelijkheden, dubbelzinnigheden en vaagheden te verduidelijken. Eisers vorderen daarom dat Levi Strauss haar consumenten via haar homepage in elk geval informeert over het volgende:
  - i. De zorgen en klachten over de arbeidsomstandigheden in de Fabriek in de periode van 3 februari 2023 tot en met 16 juni 2025;

- ii. De aard en ernst van de misstanden in de Fabriek, met inbegrip van het daarover opgesteld rapporten door de WRC;
  - iii. De wijze waarop Levi Strauss in het verleden heeft gereageerd op deze misstanden; en
  - iv. De wijze waarop Levi Strauss in de toekomst zal omgaan met deze misstanden en welke herstelmaatregelen zij heeft genomen en zal nemen om de arbeidsomstandigheden in de Fabriek te verbeteren en de rechten van de (ontslagen) werknemers van de Fabriek te beschermen.
210. Gelet op het langdurige karakter van de uitingen van Levi Strauss, dient zij ook deze informatie minimaal 120 dagen te laten staan. Daarbij mag ook van Levi Strauss worden verwacht dat zij de informatie updatet wanneer zij concrete stappen heeft ondernomen.

## **6.6 Dwangsom**

211. CCC vordert Uw rechtbank om dwangsommen te verbinden aan het staken en gestaakt houden van het verspreiden van de (Huidige) Uitingen, en voorts aan de naleving van de rectificatie en de informatieverplichting. Daarbij is van belang dat Levi Strauss heeft laten zien niet bereid te zijn om vrijwillig aan Eisers tegemoet te komen. Dit volgt onder meer uit de reactie van Levi Strauss op het verzoek om de misleidende uitingen gestaakt te houden, maar ook uit de teleurstellende reacties van Levi Strauss op de verzoeken van WRC, SOMO en CCC naar aanleiding van de incidenten in de Fabriek. Bovendien voert Levi Strauss nog steeds een aantal van de misleidende Uitingen en ook nieuwe Huidige Uitingen op haar websites.
212. Gelet op het financiële voordeel dat Levi Strauss met de misleidende publicaties kan behalen en haar financiële draagkracht, zien Eisers aanleiding tot het vorderen van een dwangsom van EUR 50.000 per dag of gedeelte daarvan dat overtreding van de veroordeling voortduurt.<sup>64</sup>

## **7. VORDERINGEN DEEL 2: VORDERINGEN INDIVIDUELE CONSUMENTEN**

213. De vorderingen van CCC houden op bij de verklaring voor recht *dat* Levi Strauss onrechtmatig heeft gehandeld en de daarmee samenhangende ge- en verboden.
214. De vorderingen van de Individuele Consumenten zijn verder strekkend. Zij hebben immers schade geleden door de aankoop van Levi Strauss producten, in de veronderstelling dat de Uitingen niet-misleitend waren. Die schade moet worden vergoed in natura (de primaire vordering). En als die schade niet in natura of geld kan worden vergoed, dan wensen de Individuele Consumenten hun overeenkomsten met Levi Strauss te vernietigen (de subsidiaire vordering).
215. De Individuele Consumenten hebben (vanzelfsprekend) een grote voorkeur voor toewijzing van de primaire vordering. Het gevolg van een vernietiging zal immers zijn dat de consumenten weliswaar hun geld terugkrijgen, maar de Levi Strauss producten in huidige staat aan Levi Strauss zullen moeten teruggeven. Juist in een zaak als onderhavige, waar het gaat om ESG-claims, is het laten terugsturen en waarschijnlijk vernietigen van kledingstukken die nog gewoon kunnen worden gedragen, een maatschappelijk onrechtvaardige uitkomst. De gevorderde schadevergoeding in natura redresseert dat bezwaar.<sup>65</sup>

### **7.1 Primair: schadevergoeding in natura**

<sup>64</sup> Vgl. Rechtbank Amsterdam 5 december 2018, ECLI:NL:RBAMS:2018:8692.

<sup>65</sup> In deze zin ook S. De Rey, 'Schadevergoeding anders dan in geld: *cash is not always king*', *NTBR* 2019/31, p. 202.

216. De Individuele Consumenten vorderen van Levi Strauss een schadevergoeding in natura, die eruit bestaat dat Levi Strauss *zelf* alsnog de Turkse werknemers een financiële vergoeding betaalt.
217. Daartoe is het volgende redengevend.
218. Uit hoofdstuk 6 volgt dat Levi Strauss een oneerlijke handelspraktijk is begaan jegens consumenten. Elk van de Individuele Consumenten heeft bij zijn of haar aankopen vertrouwd op de Uitingen van Levi Strauss, zo volgt uit de verklaringen van deze consumenten. Levi Strauss heeft aldus onrechtmatig gehandeld jegens de Individuele Consumenten (art. 6:193b lid 1 BW).
219. Levi Strauss is derhalve gehouden om de schade van de Individuele Consumenten te vergoeden (art. 6:193j lid 2 BW). Deze schade is ook toerekenbaar aan Levi Strauss. Daarbij zij opgemerkt, dat artikel 11bis Richtlijn OHP, zoals ingevoerd door de Moderniseringsrichtlijn, de lidstaten verplicht om Individuele Consumenten “toegang [te geven] tot evenredige en doeltreffende remedies, waaronder vergoeding voor de door hen geleden schade”.<sup>66</sup> Hieruit volgt dat consumenten geholpen moeten worden door een verlaging of omkering van het bewijsrisico omtrent het causaal verband.<sup>67</sup> Dit strookt ook met het beeld van de Nederlandse rechtspraak, ook voor de invoering van artikel 11bis Richtlijn OHP. Tigelaar en Pavillon hebben bijvoorbeeld op basis van uitgebreid jurisprudentieonderzoek gesignaleerd: “Interessant is verder dat in veel zaken sprake is van een feitelijk vermoeden van causaliteit”.<sup>68</sup> Zij concluderen:
- “Aangenomen wordt doorgaans dat artikel 6:193j lid 2 BW niets toevoegt in termen van bewijs van het causale verband tussen oneerlijke handelspraktijk en schade, daar het geen vermoeden, laat staan een bewijslastomkering daaromtrent bevat. Het ontbreken van deze tegemoetkoming in lid 2 vormt evenwel, op basis van de onderzochte uitspraken, een minder groot probleem in termen van consumentenbescherming dan het lijkt. De vaststelling van de oneerlijke handelspraktijk en van schade leidt tot een feitelijk vermoeden van het bestaan van een causaal verband tussen beide. Dit verband wordt voorshands aangenomen. Een aanpassing van lid 2 waarmee ook ten aanzien van het causaal verband het bewijsrisico bij de ondernemer wordt gelegd, lijkt dan ook niet nodig om de effectieve werking van de richtlijn te garanderen. Feitelijke en jurisprudentiële bewijsvermoedens bieden voldoende bescherming.”*
220. Om de schade van elk van de Individuele Consumenten vast te stellen, dient een vergelijking te worden gemaakt tussen enerzijds de daadwerkelijke situatie *met* de onrechtmatige daad en anderzijds de hypothetische situatie *zonder* onrechtmatige daad. Het betreft hier een bijzondere vorm van schade. Het stoffelijke product is op zich niet aangetast door de gesignaleerde problemen in de toeleveringsketen. Er zitten geen gaten in de producten en de genoemde problemen zorgen ook niet per definitie voor bijvoorbeeld een snellere slijtage.
221. Het gaat er in het onderhavige geval immers om dat de aangekochte producten niet zijn geproduceerd op de wijze die Levi Strauss heeft beloofd, althans heeft doen voorkomen. Het gaat dus om problemen in het maakproces van de betreffende Levi Strauss producten en het

<sup>66</sup> Richtlijn (EU) 2019/2161 van het Europees Parlement en de Raad van 27 november 2019 tot wijziging van Richtlijn 93/13/EEG van de Raad en Richtlijnen 98/6/EG, 2005/29/EG en 2011/83/EU van het Europees Parlement en de Raad wat betreft betere handhaving en modernisering van de regels voor consumentenbescherming in de Unie, PbEU 2019, L 328/7

<sup>67</sup> E.E.C. van Nievelt en F.M. Verburg, ‘Is de consument het kind van de rekening in geval van greenwashing?’, TvOB 2024-6, p. 156;

<sup>68</sup> L.B.A. Tigelaar & C.M.D.S. Pavillon, ‘De bewijslastomkering bij oneerlijke handelspraktijken’, TvC 2021, afl. 4.

gebrek aan correcte afhandeling daarvan. Het stoffelijke product dat de Individuele Consumenten hebben aangekocht beantwoordt aldus niet aan de belofte van Levi Strauss aan de markt, waaronder de Individuele Consumenten.

222. De geleden schade betreft *wel* vermogensschade. De waarde van de producten is gedaald, nu het product niet aan de belofte beantwoordt. De kosten die de consumenten in dit geval hebben gemaakt, kunnen worden aangemerkt als uitgaven die hun doel hebben gemist. De Hoge Raad omschreef deze schade als volgt:<sup>69</sup>

*“Indien iemand uitgaven heeft gedaan ter verkrijging van een op zichzelf niet op geld waardeerbaar onstoffelijk voordeel en hij dit voordeel heeft moeten missen, zal met het oog op het begroten van de door hem geleden schade — die als vermogensschade moet worden aangemerkt — als uitgangspunt hebben te gelden dat de waarde van het gemiste voordeel moet worden gesteld op de voor het verkrijgen daarvan gedane uitgaven die hun doel hebben moeten missen (...)”*

223. Wat de consumenten betreft is de waarde van de door hen aangeschafte producten nihil en de schade dus, in geldelijke zin, gelijk aan de aanschafprijs. Zij hadden de producten niet gekocht, als zij hadden geweten dat de Uitingen van Levi Strauss misleidend waren.<sup>70</sup>

224. Schadevergoeding wordt in beginsel voldaan in geld. Art. 6:103 BW biedt de rechter echter de mogelijkheid om, op vordering van een gelaedeerde, schadevergoeding in natura toe te kennen.<sup>71</sup> De kernvraag hierbij is of een schadevergoeding, indien gevorderd, meer passend is dan een schadevergoeding in geld. En juist gelet op de aard van de geleden schade in het onderhavige geval, ligt een schadevergoeding in natura meer voor de hand.

225. Nuninga heeft in zijn proefschrift opgemerkt dat schadevergoeding in natura ligt tussen het gerechtelijk bevel en schadevergoeding: *“het doel is vergoeden van schade, de vorm is een veroordeling tot het verrichten van een prestatie”*. Daarbij is volgens Nuninga schadevergoeding in natura op zijn plaats, indien de remedie de gelaedeerden dichter bij datgene brengt waar de geschonden norm hem recht op gaf dan een schadevergoeding in geld zou doen.<sup>72</sup>

*“Of schadevergoeding in natura in een concreet geval passend is, is aan de rechter. Dat geeft hem een discretionaire bevoegdheid ten aanzien van zowel de toewijzing als de precieze vormgeving, die hij bij het rechterlijk bevel niet heeft. Dat lijkt zich slecht te verhouden met de hiervoor verdedigde opvatting dat de remedie ten doel heeft de gerechtigde zoveel mogelijk te bieden wat de norm beloofde. Is de schadevergoeding in natura dan niet bij uitstek geschikt om wat de norm beloofde alsnog te bieden? Brengt zij de gerechtigde, met andere woorden, niet zo dicht mogelijk in de buurt van wat naleving van de norm haar had geboden? Opvallend genoeg wijkt de Nederlandse praktijk van schadevergoeding in natura, ondanks het discretionaire karakter van de remedie, niet eens zo ver af van die gedachte. Waar de norm meer dan alleen een vermogensbelang beschermt én een passende vergoeding in natura beschikbaar is, wordt ze vaak toegewezen.”*

<sup>69</sup> HR 28 januari 2005, ECLI:NL:HR:2005:AR6460, NJ 2008/55 m.nt. Jac. Hijma (*Dakar Rally*), r.o. 3.3.1. Zie ook HR 5 december 2008, ECLI: NL: HR: 2008:BF1042, NJ 2010/579 m.nt. Jac. Hijma (*Pollen/Linssen Yachts*), r.o. 3.5.

<sup>70</sup> Vgl. voor schade als gevolg *greenwashing* in de financiële sector: M.W. Wallinga, 'De transformatie van het financieel privaatrecht in de duurzaamheidstransitie', in: M.W. Wallinga, S.M.C. Nuijten & A. Karagianni, *Europeanisering van financieel recht. Preadvies voor de Vereniging voor Financieel Recht 2024* (Serie vanwege het Van der Heijden Instituut, deel 188), Deventer: Wolters Kluwer 2024, par. I.3.4.2. Zie ook E.E.C. van Nievelt en F.M. Verburg, 'Is de consument het kind van de rekening in geval van greenwashing?', *TvOB* 2024-6, p., p. 157.

<sup>71</sup> Zie daartoe: PHR 18 december 2020, ECLI:NL:PHR:2020:1202, r.o. 2.4 e.v.

<sup>72</sup> W.Th. Nuninga, *Recht, plicht, remedie* (R&P nr. CA25) 2022/4.1.

226. Een voorbeeld biedt het klassieke arrest Pos/Van den Bosch.<sup>73</sup> Van den Bosch had een koopoptie op een boerderij, waar hij al jarenlang pachter van was. Pos lokte echter een wanprestatie uit van verkoper onder de koopoptie, waardoor hij uiteindelijk de boerderij cadeau kreeg en eigenaar werd. Een schadevergoeding in geld had Van den Bosch niet in de hypothetische situatie gebracht *zonder* onrechtmatige gedraging van Pos. De juiste remedie in het geval van Van den Bosch, was dat hij de boerderij alsnog kon kopen, maar nu van Pos.
227. Precies een dergelijke situatie is hier aan de orde. Een enkele schadevergoeding in geld, zorgt er niet voor dat het belang dat de norm vervat in de Wet OHP tracht te beschermen wordt gediend. Deze norm beoogt een zuivere, niet-misleidende en volledige informatievoorziening aan consumenten te bewerkstelligen, zodat zij volledig geïnformeerd economische handelingen kunnen verrichten. In deze norm is vervat, dat een handelaar moet doen wat hij of zij belooft aan consumenten.<sup>74</sup>
228. Bij schadevergoeding in geld ligt dat anders. De Individuele Consumenten hebben dan wel enige vorm van compensatie, maar zij zijn nog steeds verder verwijderd van de wat de norm beoogt te beschermen dan in het geval van schadevergoeding in natura. Bij nakoming van die belofte, zelfs al is dat te laat, wordt alsnog aan de norm voldaan.
229. Een schadevergoeding in natura voldoet ook aan het vereiste dat de civielrechtelijke sancties op overtreding van de Wet OHP doeltreffend, evenredig en afschrikkend moeten zijn. Het neemt in de eerste plaats het misleidende karakter van de Uitingen weg. In de tweede plaats is enkel een financiële prikkel jegens Individuele Consumenten die in directe verhouding staat met de prijs van het aangeschafte product, doorgaans niet voldoende afschrikkend. Het gaat immers doorgaans om kleine bedragen. De sanctie is in de derde plaats evenredig, omdat de handelaar zelf de beloftes doet en dus de gevolgen in de hand heeft.<sup>75</sup>
230. Kortom: Levi Strauss is jegens de Individuele Consumenten gehouden om, bij wijze van schadevergoeding in natura, de Turkse werknemers een financiële compensatie aan te bieden.

## 7.2 Subsidiar: vernietiging van de overeenkomst

231. Subsidiar aan het bovenstaande vernietigen de Individuele Consumenten op basis van artikel 6:193j lid 3 hun koopovereenkomst met Levi Strauss. Zij hebben deze koopovereenkomsten gesloten onder invloed van de misleidende handelspraktijk van Levi Strauss, zie nader paragraaf 6.4 van deze dagvaarding.
232. Eisers 2 t/m 5 zijn individuele partijen die overeenkomsten met Levi Strauss hebben gesloten als gevolg van de door haar gebezigde oneerlijke handelspraktijken. Op grond van artikel 6:193j BW gelden zulke overeenkomsten als vernietigbaar. Daarbij verdient vermelding dat aan het bewijs dat de Individuele Consumenten daadwerkelijk als gevolg van de oneerlijke handelspraktijken de overeenkomsten hebben gesloten, geen te zware eisen moeten worden gelegd. Dat blijkt ook uit de toepassing van artikel 6:193j lid 3 BW in de rechtspraak,<sup>76</sup> en vloeit daarnaast voort uit het Europese effectiviteitsbeginsel.<sup>77</sup>

<sup>73</sup> HR 17 november 1967, ECLI:NL:HR:1967:AC4789, NJ 1968,42, m.nt. G.J. Scholten (*Pos/Van den Bosch*).

<sup>74</sup> Richtlijn OHP, Preambule punten 7 en 8.

<sup>75</sup> Richtlijn OHP, Preambule punt 11.

<sup>76</sup> Rb. Midden-Nederland 30 september 2015, ECLI:NL:RBMNE:2015:6985; Rb. Noord-Holland 13 november 2014, ECLI:NL:RBNHO:2014:12536; Rb. Noord-Holland 17 september 2014, ECLI:NL:RBNHO:2014:9422. Zie ook: C.M.D.S. Pavillon & L.B.A Tigelaar, 'Vernietiging van de overeenkomst bij een oneerlijke handelspraktijk; een hanteerbare sanctie?', *Contracteren* 2018/3.

<sup>77</sup> Zie ook: T.M.C. Arons, 'Van financiële massaproducten en (massa)vernietigingssancties: Vernietiging van overeenkomsten wegens oneerlijke handelspraktijk. Nederlandse toevoeging aan de consumentenrichtlijn', *OR* 2015/4.

233. Als gevolg van de vernietiging ontstaan wederzijdse vorderingen uit onverschuldigde betaling, nu de koopovereenkomsten tussen de Individuele Consumenten en Levi Strauss nooit hebben bestaan maar wel zijn uitgevoerd.
234. Enerzijds dient Levi Strauss dus de originele aanschafprijs van de kledingstukken aan de Individuele Consumenten terug te betalen.
235. Anderzijds dienen de Individuele Consumenten de kledingstukken terug te geven aan Levi Strauss. Deze kledingstukken zijn zowel in kwaliteit als in waarde verminderd sinds de aankoop daarvan. De Individuele Consumenten behoeften echter geen rekening te houden met een verplichting tot teruggave. Zij zijn immers pas veel later geconfronteerd met het oneerlijke karakter van de Uitingen van Levi Strauss. Dit oneerlijke karakter is immers geruime tijd voor hen verborgen gehouden door Levi Strauss.
236. De Hoge Raad heeft in de prejudiciële beslissing inzake *Lindorff/Nazier* bepaald dat de consumenten kunnen volstaan met de teruggave van de producten in de staat waarin die zich thans bevinden. Indien de consument het product niet teruggeeft, is hij verplicht tot vergoeding van de waarde van het product, maar slechts indien en voor zover aan de eisen van art. 6:74 e.v. BW is voldaan. Daarvoor is nodig dat de consument in verzuim verkeert ten aanzien van zijn teruggave verplichting. De te vergoeden waarde van het product dient te worden bepaald op het moment van verzuim. De consument is niet gehouden om een vergoeding te betalen voor het genot dat hij of zij van de producten heeft gehad.<sup>78</sup>
237. Gelet op het voorgaande en het feit dat de kledingstukken voor Levi Strauss op dit moment niet meer van commerciële waarde zijn, kan van de Individuele Consumenten niet worden gevraagd om tot teruggave van de kledingstukken over te gaan. Daarbij is ook van belang dat Eisers juist door mededelingen rondom de ethische en duurzaamheidsaspecten zijn bewogen tot de aankoop van de kledingstukken, en zij logischerwijs niet wensen dat deze kledingstukken als afval eindigen en daarmee nog meer negatieve impact met zich meebrengen.
238. Met het oog op bovenstaande vorderen de Individuele Consumenten uw Rechtbank om te bepalen dat Levi Strauss een percentage van 100%, dan wel een percentage dat Uw Rechtbank gerade acht, van de oorspronkelijke aankoopprijs van de kledingstukken dient te vergoeden aan de Individuele Consumenten, onder de voorwaarde dat zij de door hen aangeschafte kledingstukken niet hoeven terug te geven aan Levi Strauss.

## **8. BEKENDE VERWEREN EN WEERLEGGING**

239. De bekende verweren van Levi Strauss blijken uit het antwoord op de sommatiebrief van CCC en zijn in deze dagvaarding reeds aan bod gekomen.
240. Voor zover Eisers bekend, zijn er geen verdere (gemotiveerde) verweren door Levi Strauss aangevoerd.

## **9. BEVOEGDHEID RECHTBANK EN TOEPASSELIJK RECHT**

### **9.1 Bevoegdheid van de rechtbank Amsterdam**

241. De rechtbank Amsterdam is bevoegd om kennis te nemen van de vorderingen jegens Levi Strauss Nederland, nu haar woonplaats is gelegen in Nederland (art. 2 Rv en art. 4 jo. 63 EEX-Vo (Herschikking)<sup>79</sup>).

<sup>78</sup> Vgl. HR 12 februari 2016, ECLI:NL:HR:2016:236, *NJ* 2017, 282 m.nt. Jac. Hijma (*Lindorff/Nazier*), r.o. 3.14-3.16.

<sup>79</sup> Verordening (EU 1215/2012 Van het Europees Parlement en de Raad van 12 december 2012 betreffende de rechterlijke bevoegdheid, de erkenning en de tenuitvoerlegging van beslissingen in burgerlijke en handelszaken (herschikking).

242. De Rechtbank Amsterdam heeft tevens internationale rechtsmacht ten aanzien van Levi Strauss België.
243. In de eerste plaats is de bevoegdheid gestoeld op art. 8 lid 1 EEX-Vo (Herschikking). Tussen de vorderingen tegen beide entiteiten bestaat een zodanige samenhang dat gelijktijdige behandeling en berechtiging noodzakelijk is ter voorkoming van tegenstrijdige beslissingen. Beide entiteiten maken deel uit van hetzelfde concern, zijn gezamenlijk verantwoordelijk voor de misleidende Uitingen, en opereren via een gedeeld platform. Bovendien zij de vorderingen jegens de twee entiteiten gebaseerd op dezelfde feitelijke en juridische grondslag.
244. In de tweede plaats heeft de Nederlandse rechter bevoegdheid op grond van art. 7 lid 2 EEX-Vo Herschikking. De ingestelde vorderingen kwalificeren als onrechtmatige daad in de zin van die bepaling. Het schadebrengende feit omvat zowel de plaats waar de schade is ingetreden (*Erfolgsort*) als de plaats waar het daarmee in causaal verband staande handelen heeft plaatsgevonden (*Handlungsort*). De publicatie en verspreiding van de Uiting heeft zich voorgedaan in Nederland. Het *Handlungsort* is dus alhier te lokaliseren. Ook het *Erfolgsort* heeft in Nederland plaatsgevonden, nu de markt in Nederland is verstoord door de Uitingen en de consumenten in Nederland economische transacties met Levi Strauss zijn aangegaan.

## 9.2 Toepasselijkheid Nederlands recht

245. Nederlands recht is van toepassing op het geschil.
246. Zowel de vorderingen van CCC als die van Individuele Consumenten kwalificeren als onrechtmatige daadvorderingen, nu zij zijn gebaseerd op de Wet OHP en OHP-richtlijn. Dit geldt ook voor de vorderingen van CCC.<sup>80</sup> Deze vordering valt dus binnen de materiele en formele reikwijdte van de Rome II-Verordening.<sup>81</sup> Ingevolge art. 6 lid 1 Rome II-Verordening is in geval van oneerlijke handelspraktijken het recht van het land waar de collectieve belangen van consumenten worden geschaad of dreigen te worden geschaad van toepassing.<sup>82</sup>
247. In casu zijn Nederlandse consumenten via de Nederlandstalige website van Levi Strauss of in Nederlandse winkels blootgesteld aan misleidende informatie. Daarmee staat centraal of de collectieve belangen van consumenten in Nederland zijn geschaad. CCC komt voor deze consumenten op en de Individuele Consumenten zijn zulke consumenten. Nederlands recht is aldus van toepassing op de vorderingen.
248. Nu het *Erfolgsort* zich in Nederland bevindt, is Nederlands recht eveneens van toepassing op grond van de hoofdregel van art. 4 lid 1 Rome I.
249. Als de vorderingen van de Individuele Consumenten zouden kwalificeren als vorderingen uit overeenkomst, is de Rome I-verordening van toepassing. Nu het gaat om consumentenovereenkomsten en de Individuele Consumenten hun gewone verblijfplaats in Nederland hebben, zou art. 6 lid 1 Rome I van toepassing zijn. Ook in dat geval is Nederlands recht van toepassing.

## 10. BEWIJSAANBOD

250. Eisers bieden bewijs aan van hun stellingen.

<sup>80</sup> HvJ EG 1 oktober 2002, C-167/00, ECLI:EU:C:2002:555, NJ 2005, 221 m.nt. P. Vlas (*VKI/Henkel*).

<sup>81</sup> Verordening (EG) nr. 864/2007 van het Europees Parlement en de Raad van 11 juli 2007 betreffende het recht dat van toepassing is op niet-contractuele verbintenisseffrn.

<sup>82</sup> Considerans 21 Rome II.

## MITSDIEN

Het Uw Rechtbank moge behagen om bij vonnis, één en ander voor zover mogelijk uitvoerbaar bij voorraad:

### Procedureel

- A. Te bepalen dat CCC ontvankelijk is in haar vorderingen;
- B. CCC aan te wijzen als exclusieve belangenbehartiger;
- C. Alleen indien de rechtbank van oordeel is dat zij dient te bepalen voor welke nauw omschreven groep personen de exclusieve belangenbehartiger de belangen in deze collectieve vordering behartigt in de zin van artikel 1018e lid 2 Rv: te bepalen dat onderhavige collectieve actie betrekking heeft op alle consumenten met woonplaats in Nederland;
- D. Te bepalen dat eenieder die in Nederland woonachtig is of domicilie heeft gedurende een periode van drie maanden na de aankondiging in de zin van artikel 1018f lid 3 Rv van de uitspraak tot aanwijzing van de exclusieve belangenbehartiger, de mogelijkheid zal hebben bij schriftelijk bericht aan de griffie van de rechtbank te laten weten zich van de behartiging van hun belangen in deze collectieve actie te onttrekken;

### Verklaringen voor recht omtrent de (Huidige) Uitingen

- E. Voor recht te verklaren dat de (Huidige) Uitingen van Gedaagden, als geheel en per (Huidige) Uiting, oneerlijk zijn in de zin van art. 6:193a BW;
- F. Voor recht te verklaren dat Gedaagden met het doen van de (Huidige) Uitingen onrechtmatig handelen jegens consumenten met woonplaats in Nederland;

### Bevelen in verband met de (Huidige) Uitingen

- G. Ieder van Gedaagden te bevelen met onmiddellijke ingang na betekening van het vonnis te staken en gestaakt te (doen) houden iedere vorm van oneerlijke handelspraktijken zoals beschreven in het lichaam van deze dagvaarding, waaronder in ieder geval begrepen het doen van de uitlatingen die gelijk zijn aan de (Huidige) Uitingen, althans vergelijkbare (Huidige) Uitingen over het ethische beleid en de bescherming van rechten van werknemers en overige personen werkzaam in de productieketen van Gedaagden, tenzij Gedaagden deze (Huidige) Uitingen of daarmee vergelijkbare uitingen kunnen staven met overtuigend bewijs;
- H. Ieder van Gedaagden te veroordelen om **uiterlijk binnen achtenveertig (48) uur na wijzen van het vonnis** bovenaan de homepage van de website [www.levis.nl](http://www.levis.nl) gedurende 120 (honderdentwintig) kalenderdagen] na plaatsing, de tekst te plaatsen, althans te doen plaatsen, in normale lettergrootte, zonder weglatingen, aanvullingen of commentaar, met uitsluitend de volgende inhoud:

#### ***“RECTIFICATIE***

*In diverse reclame-uitingen hebben wij ons recentelijk uitgelaten over de bescherming van arbeidsrechten in onze keten. Zo hebben wij reclame gemaakt op onze sites waar wij hebben geclaimd “altijd” te doen wat juist is*

*en op consistente wijze onze hoge ethische standaarden na te leven. Deze uitingen waren misleidend, gelet op de misstanden die in de afgelopen jaren plaats hebben gevonden in onze handelsketen en onze omgang met die problematiek. Wij hebben de uitslatingen met onmiddellijke ingang van onze website gehaald. Wij zullen deze uitingen ook elders niet meer in dezelfde vorm publiceren.”*

- I. Ieder van Gedaagden te veroordelen om uiterlijk binnen achtenveertig (48) uur na het wijzen van het vonnis bovenaan de homepagina van de website [www.levis.com](http://www.levis.com) gedurende 120 kalenderdagen na plaatsing, de tekst te plaatsen, althans te doen plaatsen, in normale lettergrootte, zonder weglatingen, aanvullingen of commentaar, met uitsluitend de volgende inhoud:

**“RECTIFICATION**

*In various advertisements, we have recently commented on the protection of workers’ rights in our chain. We have advertised on our websites where we have made claims such as that we “always” do what is right and to consistently adhere to our high ethical standards. These statements were misleading, given the abuses that have taken place in our supply chain in recent years and our handling of those issues. We have removed the statements from our website with immediate effect. We will not publish these claims elsewhere.”*

- J. Ieder van Gedaagden te veroordelen om uiterlijk binnen achtenveertig (48) uur na het wijzen van het vonnis op de homepagina van de website [www.levis.nl](http://www.levis.nl) gedurende 120 kalenderdagen na plaatsing, haar consumenten te informeren over de misstanden in de Fabriek, de wijze waarop Levi Strauss met deze misstanden is omgegaan, en de herstelmaatregelen die Levi Strauss in dat verband heeft genomen en zal nemen, en deze informatie continue actueel te houden;
- K. Ieder van Gedaagden te veroordelen om uiterlijk binnen achtenveertig (48) uur na het wijzen van het vonnis op de homepagina van de website [www.levis.com](http://www.levis.com) gedurende 120 kalenderdagen na plaatsing, haar consumenten te informeren over de misstanden in de Fabriek, de wijze waarop Levi Strauss met deze misstanden is omgegaan, en de herstelmaatregelen die Levi Strauss in dat verband heeft genomen en zal nemen, en deze informatie continue actueel te houden;
- L. Gedaagden hoofdelijk te veroordelen tot het verbeuren van een dwangsom van EUR 50.000 (vijftigduizend euro) voor iedere dag of gedeelte van een dag, iedere uiting of voor ieder geval dat Gedaagden nalaten geheel of ten dele aan de vorderingen zoals hiervoor geformuleerd onder G tot en met K te voldoen;

**Individuele vorderingen van de Individuele Consumenten**

- M. **Primair:** Levi Strauss te veroordelen tot het (doen) betalen van een passende financiële compensatie aan alle getroffen werknemers van de Fabriek, waaronder in

elk geval (i) de compensatie voor vakbondsleden die van toepassing is voor arbeiders die vanwege hun vakbondslidmaatschap ontslagen zijn, (ii) doorbetaling van gemiste arbeidsuren als gevolg van de onrechtmatige ontslagen en (iii) een toereikende ontslagvergoeding;

N. **Subsidiar:**

1. de koopovereenkomsten tussen elk van de Individuele Consumenten en Levi Strauss Nederland te vernietigen; en
2. Levi Strauss Nederland te veroordelen tot betaling van:
  - EUR [•] aan Eiser 2;
  - EUR [•] aan Eiser 3;
  - EUR [•] aan Eiser 4; en
  - EUR [•] aan Eiser 5,
3. Te bepalen dat de Individuele Consumenten ter voldoening van hun verbintenis uit hoofde van onverschuldigde betaling jegens Levi Strauss niet gehouden zijn de door hen aangeschafte kledingstukken terug te geven,

Overig

- O. Gedaagden hoofdelijk te veroordelen tot betaling van de kosten van dit geding, een en ander te voldoen binnen veertien dagen na dagtekening van het vonnis, en – voor het geval voldoening van de (na-)kosten niet binnen de gestelde termijn plaatsvindt – te vermeerderen met de wettelijke rente over de (na-)kosten, te rekenen vanaf bedoelde termijn voor voldoening.

\* \* \* \* \*

mr. O.J.W. Schotel, mr. L. van Gijn en mr. L. van der Linde  
De Roos Cooperatief U.A., Hamerstraat 19-1, 1021 JT, Amsterdam, T: (020) 303 8880,  
E: olivier.schotel@deroos.eu, E: laura.van.gijn@deroos.eu, E: [lisette.van.der.linde@deroos.eu](mailto:lisette.van.der.linde@deroos.eu)

