

## Fair Fashion Award 2026

### Fokus Faire Arbeitsbedingungen und Menschenrechte

#### Einleitung

##### Was wird ausgezeichnet?

Mit dem Fair Fashion Award wird dasjenige Angebot prämiert, das aufgrund der untenstehenden Fragen zu Nachhaltigkeit, fairen Arbeitsbedingungen und Menschenrechte in der textilen Lieferkette am meisten Punkte erzielt.

Aufgrund dieses Bewertungsraster wird eine Longlist erstellt und veröffentlicht. Die Jury, welche aus ausgewiesenen Expert:innen der relevanten Bereiche besteht, bestimmt daraus eine Shortlist. Alle ausgewählten Angebote dürfen sich bei der Award-Verleihung präsentieren. Die Jury bestimmt ebenfalls die Gewinnenden pro Kategorie, die jeweils ein **Preisgeld von total CHF 20'000** erhalten. Den Zweit- und Drittplatzierten pro Kategorie werden jeweils professionelle Beratungsleistungen im Wert von CHF 3'000 zugesprochen.

##### Wer wird ausgezeichnet?

Als bewerbungsfähiges Angebot wird eine Organisation, eine Marke, ein Projekt oder eine Dienstleistung aus der Textilbranche verstanden, welche auf dem Schweizer Markt erhältlich und zugänglich ist. Bei einer Eingabe mit einem Projekt aus dem Dienstleistungsbereich müssen nur die zutreffenden Fragen beantwortet werden.

Bewerbungen können in den folgenden beiden Kategorien eingereicht werden:

##### **Aufstrebende Organisationen**

- Aufstrebend in Bezug auf Nachhaltigkeit
- Umsatz unter CHF 10 Millionen, oder
- Mitarbeitende unter 50 Mitarbeitenden (gerechnet in Vollzeitstellen)

##### **Etablierte Organisationen**

- Umsatz über 10 Mio.
- Über 50 Mitarbeitende (gerechnet in Vollzeitstellen)

## Kriterien- und Bewertungsraster

Der vorliegende Kriterien- und Bewertungsraster dient als **Orientierungshilfe** zur Beantwortung der Fragen im Bereich Nachhaltigkeit. Das Raster zeigt die Gewichtung sowie die zugrunde liegenden Kriterien auf. Die spezifische Nachhaltigkeit Ihres Angebotes steht dabei im Vordergrund und entsprechende **Schwerpunkte können und sollen individuell** gesetzt werden.

<b>Kontaktangaben</b>	
<b>Fragen zum Angebot</b>	<b>Gewichtung</b>
<p><b>1. Bitte beschreiben Sie uns Ihr Angebot und die Motivation/Vision dahinter.</b></p> <p>Zusammenfassung in einem Satz für eine mögliche Veröffentlichung in der Nomination:</p>	Erklärung
<p><b>2. Welcher Ansatz macht Ihr Angebot besonders nachhaltig, fair und innovativ?</b></p>	Erklärung
<p><b>3. Wie beurteilen Sie die zukünftigen Weiterentwicklungsmöglichkeiten für Ihr Angebot und was ist die Vorbildfunktion und Know-how Transfer für den Markt?</b></p>	Erklärung

<b>Governance, Strategie und Verantwortung</b>	<b>30%</b>
<b>4. Menschenrechte als integrierter Teil der Unternehmensstrategie</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Verankerung Menschenrechten in Leitbild, Policies und Code of Conduct, Bezug auf anerkannte Rahmenwerke</li> <li>• Langfristige Ziele mit regelmässigem Monitoring und Reporting</li> <li>• Zugeordnete Zuständigkeiten im Top-Management</li> </ul>	
<b>5. Risikoanalyse &amp; Priorisierung</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Systematische Analyse der Menschenrechtsrisiken</li> <li>• Transparenz bis zum Ursprung und Priorisierung</li> <li>• Realistische und ambitionierte Zielsetzungen in der Lieferkette</li> <li>• Verknüpfung mit Geschäftsentscheidungen und Massnahmen</li> </ul>	
<b>6. Geschäftsbeziehungen &amp; Einkaufspolitik</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Langfristige Partnerschaften</li> <li>• Entscheidungen zu Einkauf &amp; Wachstum berücksichtigen soziale Auswirkungen</li> <li>• Realistische Produktionszeiten und faire Zahlungsbedingungen</li> <li>• Keine kurzfristigen Stornierungen oder Preisdruck</li> </ul>	
<b>7. Beschwerdemechanismus</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Zugang zu funktionierenden Beschwerdemechanismen</li> <li>• Klare Prozesse bei festgestellten Missständen</li> <li>• Nachweisbare Verbesserungsmaßnahmen</li> <li>• Langfristiges Engagement statt Beendigung der Geschäftsbeziehung</li> </ul>	
<b>Arbeitsbedingungen und Menschenrechte</b>	<b>40%</b>
<b>8. Arbeitszeiten, Arbeitsschutz &amp; Würde in der Lieferkette</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Sicherheit und Gesundheit am Arbeitsplatz</li> <li>• Nulltoleranz zu Kinder- und Zwangsarbeit mit Einsatz von wirksamen Präventionsmassnahmen</li> <li>• Faire Arbeitszeiten &amp; Überstundenregelungen</li> <li>• Geschlechtergerechtigkeit und Schutz vor Diskriminierung, Gewalt und Belästigung</li> </ul>	
<b>9. Existenzsichernde Löhne in der Lieferkette</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Strategie und Anerkennung des Living-Wage-Ansatzes</li> <li>• Definition und konkrete Massnahmen zur Lohnanpassungen auf den verschiedenen Tiers</li> <li>• Definition Mitverantwortung der Marke (z. B. Preise, Volumen, Planung)</li> </ul>	

<p><b>10. Vereinigungsfreiheit &amp; Mitbestimmung in der Lieferkette</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Einbezug und Respekt gegenüber Gewerkschaften</li> <li>• Recht und Ermöglichung der Arbeiter:innen auf Vereinigungsfreiheit und Kollektivverhandlungen</li> <li>• Unabhängigkeit von Arbeiter:innenvertretungen</li> <li>• Einbezug Mitarbeitende und weitere Stakeholder in Entscheidungsprozesse</li> </ul>	
<p><b>Umwelt und Qualität</b></p>	<p><b>15%</b></p>
<p><b>11. Umwelt und Langlebigkeit</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Zeitloses Design und Qualität statt Trendzyklen</li> <li>• Ansätze und Modelle der Kreislaufwirtschaft</li> <li>• Reduktion von Wasser- und Energieverbrauch</li> <li>• Klimawirkung (CO<sub>2</sub>-Reduktion statt Kompensation)</li> <li>• Kritische Auseinandersetzung mit Materialwahl. Einsatz von: zertifizierten Naturfasern, recycelten Materialien, innovativen, umweltschonenden Fasern</li> </ul>	
<p><b>Kommunikation</b></p>	<p><b>15%</b></p>
<p><b>12. Kommunikation und Nachvollziehbarkeit</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Klare Darstellung der Wertschöpfungsstufen</li> <li>• Offenlegung der Produktionsländer</li> <li>• Verständliche Informationen für Konsument:innen</li> <li>• Benennung der Herausforderungen</li> <li>• Thema wird auch in interner Kommunikation gelebt</li> <li>• Konsistenz zwischen Kommunikation und Praxis</li> </ul>	