

Metzingen/Mailand, 24. September 2021

## HUGO BOSS VERFOLGT SOCIAL FIRST ANSATZ BEI MAILÄNDER MODEWOCHE

Gestern um 12.00 Uhr feierte HUGO BOSS bei der Mailänder Modewoche den Launch der zweiten BOSS X Russell Athletic Kapselkollektion mit einem spektakulären, aktionsgeladenen „Phygital“-Event – einer Mischung aus digitaler Aktivierung und physischer Veranstaltung.

Rund 1.300 Gäste waren bei dem Event auf dem Baseball-Platz im Kennedy Sport Center in Mailand vor Ort. Bereits bevor die Models - angeführt von Modelikone Gigi Hadid - die neue BOSS X Russell Athletic Kapselkollektion vorstellten, sorgten lokale Baseballspieler, Maskottchen, eine Marschkapelle, ein Live-DJ sowie ein Stadionsprecher für eine authentische Atmosphäre. Das Highlight war der exklusive Auftritt des TikTokers Khaby Lame @khaby.lame, als Abschluss der Show, der mit 113 Millionen Followern zu den erfolgreichsten Creators der Plattform zählt. Für Lame war dies die erste Partnerschaft mit einer Modemarke überhaupt. Unter den Models waren darüber hinaus: Irina Shayk, Joan Smalls, Cindy Bruna, Alpha Dia, Alton Mason und Adut Akech. Komplettiert wurde der Cast durch die Athleten Alica Schmidt, Trenten Merrill und Race Imboden sowie den K-Pop-Star Big Matthew, die alle ihr Model-Debüt bei der Show feierten.

Inspiration für die zweite BOSS X Russell Athletic Kapselkollektion sind die Archive beider Marken. Die insgesamt 60 ikonischen Sportswear-inspirierten Looks spiegeln den Teamgeist und die Energie eines Baseballspiels wider und stehen für Casualwear von BOSS die eine ganz neue Generation anspricht.

**„Außergewöhnliche Kooperationen wie diese sind ein wichtiger Teil unserer neuen Wachstumsstrategie, denn sie ermöglichen es uns, das volle Potenzial unserer Marken auszuschöpfen. Mit der neuen BOSS X Russell Athletic Kapselkollektion stärken wir die Position der Marke im wichtigen Wachstumsbereich der Casualwear und bei jüngeren Konsumenten“, so Daniel Grieder, Vorstandsvorsitzender der HUGO BOSS AG.**

Mit einer innovativen und interaktiven Social Media-Kampagne wurde das Event auf Instagram und TikTok umfangreich digital inszeniert. Damit war es das größte vollständig auf die Aktivierung in den sozialen Medien ausgerichtete Event in der Geschichte von HUGO BOSS. Zahlreiche Social Media-Stars, wie Chiara Ferragni, Fedez, Fai Khadra, Avan Jogia und Benji Krol, waren vor Ort, neben den TikTok-Stars Elevatorboys, Younes Zarou und

### HUGO BOSS AG

Dieselstraße 12, 72555 Metzingen  
Telefon 07123/94-0

## Pressemitteilung

HUGO BOSS VERFOLGT SOCIAL FIRST ANSATZ BEI MAILÄNDER MODEWOCHE  
Metzingen/Mailand, 24. September 2021  
Seite 2

**HUGO BOSS**

Elisa Maino. Sie alle teilten das Erlebnis über ihre Kanäle und begleiteten das Spektakel auf dem Spielfeld mit einem digitalen „Buzz“. Die BOSS X Russell Athletic Kollektion war bereits während dem Event auf Instagram erhältlich und ist auch im Onlinestore und in ausgewählten Läden verfügbar.

**„Unser Ziel ist es, bestehende und neue Kunden gleichermaßen zu inspirieren und für BOSS zu begeistern. Damit knüpfen wir an den großen Erfolg der ersten gemeinsamen Kollektion mit Russell Athletic an und heben das Markenerlebnis für die Kunden auf ein neues Level“, ergänzt Daniel Grieder.**

Unter dem Hashtag #BOSSMoves startete eine spektakuläre TikTok-Challenge, die sich vor allem an jüngere Zielgruppen wie die Gen Z und Millennials richtet. Als Teil der Challenge können die User eine limitierte Anzahl digitaler BOSS X Russell Athletic NFTs (Non-Fungible-Token) gewinnen, die auch in physische College-Jacken aus der Kollektion eingelöst werden können. Auf diese Weise verschmelzen die physische und digitale Welt zu einem nahtlosen ineinandergreifenden Markenerlebnis.

Am Vorabend der BOSS X Russell Athletic Präsentation waren bereits 60 TikToker und Kreative zu einem exklusiven Dinner in Mailand geladen, um Inhalte für die eigenen Kanäle im Zusammenhang mit dem Launch zu erstellen. Hierfür wurde auch eine eigene #BOSSMoves Content Creation-Lounge eingerichtet. Mit dabei waren unter anderem Yusra Maridini (UNHCR Goodwill Ambassadorin), die DTM-Rennfahrerin Sophia Flörsch, Fashion Editor Letizia Schatzinger und Fashion-Entrepreneurin Caro Daur.

Mit diesem Event folgt HUGO BOSS klar seiner im August präsentierten Strategie CLAIM 5, die den Kunden mehr denn je in den Mittelpunkt des Handels stellt. Die Strategie zielt auf die Vision und den Anspruch des Unternehmens ab, die weltweit führende technologiegesteuerte Modeplattform und eine der 100 weltweit führenden Marken zu werden. Die fünf strategischen Säulen sind: Boost Brands, Product is King, Lead in Digital, Rebalance Omnichannel und Organize for Growth.

Bei Fragen wenden Sie sich bitte an:

Carolin Westermann  
Leiterin Unternehmenskommunikation  
Telefon: +49 7123 94-86321  
E-Mail: carolin\_westermann@hugoboss.com

**Pressemitteilung**

HUGO BOSS VERFOLGT SOCIAL FIRST ANSATZ BEI MAILÄNDER MODEWOCHE  
Metzingen/Mailand, **24. September 2021**  
Seite 3

**GROUP.HUGOBOSS.COM**  
**TWITTER: @HUGOBOSS**  
**LINKEDIN: HUGO BOSS**