

Metzingen, 2. September 2026

RED MEANS GO: HUGO TREIBT DIE AMBITIONEN FÜR HERBST/WINTER 2026 WEITER VORAN

HUGO schlägt das nächste Kapitel von Red Means GO auf: eine Plattform für eine Generation, die ihren eigenen Weg geht – nach ihren eigenen Regeln. Das erste Kapitel widmete sich den Spannungen, aus denen Ambition entsteht. Die Herbst/Winter 2026 Kollektion taucht dagegen in den Rhythmus des täglichen Lebens des Casts ein: unterwegs in der City, von Ehrgeiz angetrieben und immer in Bewegung.

In dieser Saison kehren Aaron, Tereza, Cato, Temi und Nick zurück. Die fünf internationalen Creatives verkörpern jeweils eine eigene Facette von „Ambition in Motion“ und erwecken den „Red Means GO“-Ethos zum Leben. Dieser Cast aus Creatives, Machern und Impulsgebern setzt sich mit den Zweifeln, dem Druck und den Erwartungen auseinander, die damit einhergehen, wenn man Fortschritt über Komfort stellt. Sie zeigen, dass der Anfang nie der schwierige Teil war, sondern dass das Durchhalten die eigentliche Herausforderung ist. Und auch wenn ihre Berufungen unterschiedlich sind, so teilen sie doch eines: ihren Ehrgeiz. Mit unermüdlicher Energie bewegen sie sich durch die Stadt und sind durch dieselbe Entschlossenheit verbunden, immer weiter voranzukommen.

Eine neue Reihe provokanter Aussagen fängt die inneren Konflikte dieser von Ehrgeiz und Selbstmotivation geprägten Phase ein. „Du hast Potenzial, aber...“, „Tief im Inneren weißt du es doch“, „So funktioniert die Welt nicht“, „Okay, es ist aber eine sehr wettbewerbsintensive Branche...“ und „Als Karriere kann man das nicht bezeichnen“ – mit solchen Äußerungen werden unsere Talente in den sozialen Medien und auf digitalen Plattformen konfrontiert.

Diese Aussagen bringen die Zweifel, den Druck und die Erwartungen zum Ausdruck, die mit dem Streben nach Fortschritt einhergehen, und spiegeln einen inneren Dialog wider, in dem Träume zu ersticken drohen. Alle bringen ihre eigene Dynamik in die Kampagne ein, die in ehrlichen Visuals und Filmen aus dem City-Alltag sichtbar wird. In einer Welt der perfekten Inszenierung wirken diese Bilder unverfälscht, authentisch und ungefiltert und fangen die Energie und Entschlossenheit einer Generation ein, die sich nicht aufhalten lässt.

Um ihre Persönlichkeiten und ihr ambitioniertes Mindset zu unterstreichen, trägt der Cast markante Pieces aus der HUGO Herbst/Winter 2026 Kollektion, wobei präzises Tailoring das Gesamtbild weiterhin definiert. Im Mittelpunkt der Menswear stehen Texturen: Das HUGO

Karomuster wird bei Anzügen und Outerwear neu interpretiert, während Satin den cleanen Silhouetten ein raffiniertes Finish verpasst. Eine Jacke aus Nappaleder mit Hemdkragen und Brusttaschen wird mit einer Baggy-Fit Jeans aus festem schwarzem Denim und einem entspannten, griffigen Cardigan kombiniert. Bei Womenswear liegt der Fokus auf langen Silhouetten und eleganten, schmalen Schnitten: Einreihige Blazer aus klassischen Stoffen treffen auf feinen Strick und strukturierte Mäntel mit verspieltem Revers. Im Geist in den 90ern, in der Attitude ganz im Jetzt: Diese Kollektion bringt Wärme, Textur und den unverkennbaren HUGO Charakter auf die bevorstehende Reise.

DER CAST

- Der Berliner Schauspieler **Aaron Altaras** gehört zu einer neuen Generation kreativer Köpfe aus der deutschen Hauptstadt. Er ist ständig unterwegs und teilt auf seinen Social-Media-Kanälen Eindrücke aus seinem Leben, in dem er neue Orte erkundet und seine Arbeit in die Welt hinausträgt.
- Die tschechische Fotografin und Regisseurin **Tereza Mundilová** pendelt zwischen Berlin, Paris und New York und befasst sich in Zusammenarbeit mit namhaften Talenten, Fashion-Brands und Medien mit dem Raum zwischen Popkultur und Underground.
- Der in London lebende multidisziplinäre Künstler und Musiker **Cato** verbindet in seinen Gemälden Collage-, Airbrush- und Vintage-Techniken und setzt sich dabei mit Schwarzer Kultur, Kunstgeschichte und dem Thema Zugehörigkeit auseinander. Als autodidaktischer Animator und Musiker wurden seine Werke bereits international ausgestellt.
- Die Londoner Kuratorin **Temitayo Famakinwa** arbeitet an der Schnittstelle von Kunst, Medien und digitaler Kultur. Sie spielte eine Schlüsselrolle bei der Ausarbeitung der inhaltlichen und sozialen Strategie der Saatchi Yates Gallery für große Ausstellungen im Jahr 2025 und trug dazu bei, deren Reichweite global auszubauen und die Art und Weise zu überdenken, wie Galerien mit ihren Communities in Verbindung treten.
- **Nick Cheo** ist ein Bedroom-DJ aus Ohio, der für seine verspielten Genre-Mashups bekannt ist, in denen er Humor mit einem ausgeprägten Musikgeschmack verbindet. Mit Millionen von Views haben seine Werke die Aufmerksamkeit von Künstler*innen wie Tinashe, Zack Bia und Verdy auf sich gezogen. Cheo war kürzlich als Opening Act auf der ausverkauften Nordamerika-Tour von PinkPantheress zu sehen.

Die HUGO Herbst/Winter 2026 Kollektion ist ab sofort weltweit in den HUGO Stores, über Großhandelspartner sowie online unter hugo.com erhältlich.

Bilder in hoher Auflösung können hier heruntergeladen werden:

<https://press-service.hugoboss.com/press-portal-pages/hugo/fall-winter-2026/global-campaign.html>

Über HUGO und HUGO BOSS:

HUGO, das jüngere Label der beiden HUGO BOSS Brands, bietet eine Plattform für Selbstentfaltung und einen authentischen Kleidungsstil. HUGO ist international engagiert und in der Welt zu Hause. Die Marke schafft individuelle Styles mit Attitude für all diejenigen, die mit Konventionen brechen und ihren eigenen Weg gehen, statt anderen zu folgen. Neben Mode bietet die Marke auch Düfte, Uhren, Brillen und Kinderkleidung an, die einen jugendlichen Spirit verkörpern. HUGO BOSS ist eines der führenden Unternehmen im Premium-Segment des weltweiten Fashion-Marktes. Die Kollektionen der Gruppe sind an etwa 8.000 Verkaufspunkten in 128 Ländern und online in 74 Ländern über hugoboss.com erhältlich. Das Unternehmen mit Sitz in Metzingen (Deutschland) und rund 17.500 Mitarbeiter*innen auf der ganzen Welt konnte im Geschäftsjahr 2025 einen Umsatz von 4,3 Milliarden Euro verbuchen.

Bei Fragen wenden Sie sich bitte an [press\(at\)hugoboss.com](mailto:press(at)hugoboss.com).

Bei Fragen zum Unternehmen wenden Sie sich bitte an:
Carolin Westermann
Senior Vice President Global Corporate Communications
Telefon: +49 7123 94-86321
E-Mail: [carolin_westermann\(at\)hugoboss.com](mailto:carolin_westermann(at)hugoboss.com)

hugo.com
INSTAGRAM: [instagram.com/hugo_official](https://www.instagram.com/hugo_official)
FACEBOOK: [facebook.com/hugo](https://www.facebook.com/hugo)
YOUTUBE: [youtube.com/hugo](https://www.youtube.com/hugo)
TIKTOK: [tiktok.com/@hugo](https://www.tiktok.com/@hugo)