

Metzingen, 22. Mai 2024

## HUGO BOSS STELLT INNOVATIVES KUNDENBINDUNGSPROGRAMM VOR – EINE NEUE WELT DES ENGAGEMENT

HUGO BOSS hebt sein aktuelles Loyalty Programm auf die nächste Stufe und stellt HUGO BOSS XP vor – ein Omnichannel Erlebnis für alle Mitglieder, in dessen Zentrum die HUGO BOSS Kunden-App steht. Das Programm nutzt neueste Technologien als Teil eines ehrgeizigen, mehrjährigen Plans. Ziel ist es, einen neuen Branchenstandard für die Kundenbindung zu setzen, der sich auf das Kundenerlebnis und den Customer Lifetime Value fokussiert. Damit tätigt HUGO BOSS eine weitere wichtige Investition in die Zukunft des Unternehmens.

HUGO BOSS XP vereint traditionelle Programmmerkmale wie Levels und Punkte mit innovativen, Blockchain-gestützten Elementen. Es greift dafür auf Web3-Funktionen zurück, die neue Möglichkeiten eröffnen: Mitglieder können durch ihre Einkäufe und andere Interaktionen über verschiedene Kanäle und Marken hinweg Token (NFTs) sammeln und einlösen. Diese fungieren als Schlüssel, um exklusive Produkte, einzigartige Markenerlebnisse und weitere Angebote von BOSS und HUGO oder Sponsoring- und Kooperationspartnern freizuschalten. In Zukunft sollen Mitglieder auch die Möglichkeit haben, Token zu handeln.

Das neue Programm stärkt die Position von HUGO BOSS als Innovator der Branche. „Mit unserem neuen Mitgliedschaftsprogramm heben wir das Engagement unserer Kunden auf ein neues Level. Damit stärken und erweitern wir die Interaktion zwischen ihnen und unseren Marken. Zudem steigern wir den Lifetime Value unserer Kunden und treiben unser profitables Wachstum voran, indem wir die Beziehung zu unseren Kunden vertiefen“, sagt Oliver Timm, Chief Sales Officer von HUGO BOSS. „HUGO BOSS XP verfolgt einen starken, kundenzentrierten Ansatz und zahlt auf unserer Vision ein, die weltweit führende, technologiegetriebene Premium-Modeplattform zu werden.“

Die erste Version des neuen Bindungsprogramms wird Ende Juni zunächst in Großbritannien eingeführt – weitere Länder werden folgen. Die aktuelle Version HUGO BOSS EXPERIENCE wird durch die Einführung von HUGO BOSS XP in den nächsten Jahren umfangreich erweitert. Bestehende Mitglieder werden nahtlos in das neue Programm überführt.

### HUGO BOSS AG

Holy-Allee 3, 72555 Metzingen, Deutschland  
Telefon +49 7123/94 0

**Pressemitteilung**

HUGO BOSS STELLT INNOVATIVES KUNDENBINDUNGSPROGRAMM VOR – EINE NEUE WELT DES ENGAGEMENT

Metzingen, 22. Mai 2024

Seite 2

**Stärkung der Kundenbindung**

HUGO BOSS XP fügt sich nahtlos in die Zwei-Marken-Strategie des Konzerns ein. Mitglieder können das Programm über BOSS XP oder HUGO XP erleben. Beide Markenwelten haben eine auf vier Punkten basierende Level-Struktur, die Zugang zu exklusiven Vorteilen wie speziellen Events, Premium-Services und einzigartigen Erlebnissen bietet. Der Mitgliedsstatus wird auf der Grundlage der Ausgaben für die verschiedenen Marken und Kanäle eingeordnet und für mindestens zwei Jahre aufrechterhalten.

Ziel von HUGO BOSS XP ist es nicht nur, neue Kunden zu gewinnen, sondern auch bestehende Kundenbeziehungen zu vertiefen und auszubauen. Um das Programm zu unterstützen, nutzt das Unternehmen innovative digitale und physische Kontaktpunkte sowie Kundendaten, um ein hyper-personalisiertes und lokalisiertes Omnichannel-Erlebnis zu schaffen.

Ein Beispiel für einen Token ist der „BOSS Frequent Visitor“-Token. Ein Mitglied, das mit dem Mobiltelefon an verschiedenen physischen Touchpoints in einem BOSS Store eincheckt, kann diesen speziellen Token freischalten, um besondere BOSS-Produkte zu erhalten. Auf diese Weise können die Store-Mitarbeitenden durch die auf den Geräten der Verkäufere verfügbaren Informationen einen noch individuelleren Service bieten.

Ein weiteres Beispiel ist ein „HUGO BLUE“-Token, der Fans der HUGO BLUE Linie mit einzigartigen digitalen Wearables belohnt. Um treue Kunden in den Gestaltungsprozess einzubinden, wird es spezielle markenspezifische Token geben, die unter anderem Co-Creation-Möglichkeiten beinhalten. Weitere Token gewähren Zugang zu exklusiven Produkten und „Money-can't-buy“-Erlebnissen wie den Besuch des HUGO BOSS Headquarters oder den Erhalt von maßgeschneiderten Outfits.

Das gesamte Bildmaterial kann über folgenden Link heruntergeladen werden:

[https://author-p43105-e402742.adobeacemcloud.com/linkshare.html?sh=5ea41182\\_0110\\_4dee\\_bc2f\\_0793a79c59cf.dr\\_vkbQNnEp09FU1VjxAIFb-NgcAiVO1MITfbSiB7ivE](https://author-p43105-e402742.adobeacemcloud.com/linkshare.html?sh=5ea41182_0110_4dee_bc2f_0793a79c59cf.dr_vkbQNnEp09FU1VjxAIFb-NgcAiVO1MITfbSiB7ivE)

## Pressemitteilung

HUGO BOSS STELLT INNOVATIVES KUNDENBINDUNGSPROGRAMM VOR – EINE NEUE WELT DES ENGAGEMENT

Metzingen, 22. Mai 2024

Seite 3

Bei Fragen wenden Sie sich bitte an:

Carolin Westermann

Senior Vice President Corporate Communications

Telefon: +49 7123 94-86321

E-Mail: [carolin\\_westermann@hugoboss.com](mailto:carolin_westermann@hugoboss.com)

**GROUP.HUGOBOSS.COM**

**X: @HUGOBOSS**

**LINKEDIN: HUGO BOSS**

### Über HUGO BOSS:

HUGO BOSS gehört auf dem internationalen Bekleidungsmarkt zu den führenden Unternehmen im Premium-Segment. Die Gruppe bietet ihre Kollektionen an rund 7.800 Verkaufspunkten in 131 Ländern und online in 73 Ländern auf [hugoboss.com](http://hugoboss.com) an. Das Unternehmen mit Sitz in Metzingen (Deutschland) und rund 19.000 Mitarbeiter\*innen auf der ganzen Welt konnte im Geschäftsjahr 2023 einen Umsatz von 4,2 Milliarden Euro verbuchen.