

Metzingen, 26. Februar 2026

"THE PURSUIT OF EXCELLENCE THROUGH THE ART OF DRESSING"

Für Herbst/Winter 26 zollt BOSS seinem handwerklichen Erbe Tribut, das die Sprache des Tailorings geprägt hat: ein Dialog aus Form und Präzision, der Charakter formt und seinem Träger selbstbewusste Präsenz verleiht.

Sakkos aus dem Archiv der späten 1980er-Jahre mit markanten Schultern werden neu interpretiert – mit höher angesetzten Revers, inspiriert von Designs der späten 1990er-Jahre. Die Silhouette mit breiter Schulterpartie wird durch eine schmalere Taille neu ausbalanciert. Zweireihige Jacketts treffen auf Hosen mit einfacher Bundfalte, während Drei-Knopf-Sakkos mit entspannt geschnittenen Hosen mit doppelter Bundfalte gestylt werden.

Die Freude am Ankleiden wird im Streben nach Exzellenz zur wahren Kunstform erhoben und bildet das Fundament einer Kollektion, die nicht nostalgisch zurückblickt, sondern ihr Erbe mit klarer Haltung neu definiert – für alle, die Tailoring als Ausdruck ihres eigenen Stils verstehen.

Motive aus dem Archiv – gedruckt auf Seide und Jacquard – werden neu aufgelegt und finden sich auf Krawatten, Einstecktüchern, Schals und Kummerbunden wieder. Broschenartig inszenierte Pfingstrosen, Callas und Lilien aus edlen Geweben verleihen Tailoring-Looks eine besondere Note – ob am Tag oder am Abend.

Für Womenswear und Menswear steht in dieser Saison eine zentrale Idee im Fokus: „Confidence through Construction“.

In der Outerwear verschmelzen luxuriöse Stoffe mit technischen Materialien aus der Sportswear – und schaffen elegante Hybrid-Styles mit überraschend sinnlicher Haptik. Moderne Finishes verwandeln vertraute Silhouetten in zeitgemäße Statements mit neuer Autorität – wie etwa Trenchcoats aus Nylon mit einem präzise geschnittenen Revers aus gebürstetem Alpaka oder Ledermäntel mit einer Innenseite aus Kaschmir.

Jede Naht ist bewusst gesetzt. Jede Proportion durchdacht. Jedes Detail konsequent vollendet. Meisterhaftes Tailoring wird zur Sprache einer klaren Ambition – für alle, die Erfolg nicht demonstrieren müssen, sondern ihn als Identität tragen. Mit Haltung. Mit Selbstverständlichkeit.

Herbst/Winter 26 steht für das nächste Kapitel des Tailorings bei BOSS – ein elegantes Vermächtnis, radikale Präzision und Selbstsicherheit, die in jeder Naht spürbar sind.

„Unsere Inspiration waren kreative Pioniere – Künstler, Schauspieler, Autoren und Musiker –, die in entscheidenden Momenten ihrer Karriere bewusst auf Tailoring setzen. Diese Kollektion feiert jene Symbole des Erfolgs und interpretiert sie aus einer zeitgemäßen Perspektive neu. Ob dreiknöpfiger Einreihler, ein perfekt geschnittener Mantel, ein elegantes Hemd oder eine edle Seidenkrawatte – die Botschaft auf dem Runway ist eindeutig: Tailoring entfaltet seine größte Wirkung, wenn es zur persönlichen Handschrift wird“, erklärt Marco Falcioni, Creative Director von HUGO BOSS.

„Eines unserer zentralen Ziele war es, Tailoring stärker in einen Lifestyle-Kontext zu rücken – weg von klassischer Officewear, hin zu hybriden Situationen, in denen sich Arbeit und Alltag selbstverständlich verbinden. Als Ausdruck dieser Idee kombinierten wir Tailoring mit Stiefeln im Equestrian-Stil – ihre Silhouette greift einen ikonischen Herren-Loafer aus dem Archiv auf und interpretiert ihn neu. Textur – und die Kunst, Materialien so zu bearbeiten, dass etwas Unerwartetes entsteht – spielte eine Schlüsselrolle. Leder, das sich in den vergangenen Saisons als feste Größe in der BOSS Garderobe etabliert hat, nahm dabei einen besonderen Stellenwert ein. Durch experimentelle Verarbeitungen zeigt es sich in unterschiedlichsten Ausprägungen: von robustem Leder mit überraschend weicher Haptik über Straußenleder-Optik bis hin zu Ponyhaar-Effekt. Auch Knitwear wurde neu gedacht und erhielt durch innovative Stricktechniken eine prägnantere Kontur – im Einklang mit der insgesamt kraftvollen und selbstbewussten Haltung der Kollektion“, so Marco Falcioni. „Die Farbpalette orientierte sich an der optimalen Entfaltung der Materialtexturen und umfasste tiefes Schwarz, Mitternachtsblau, rauchiges Grau, Oliv, Rostbraun, warmes Terrakotta und goldenen Ocker. Unser Ziel war es, eine aufbauende Perspektive zu vermitteln – anspruchsvoll, hochwertig, positiv und getragen von jener unverwechselbaren BOSS Souveränität.“

EIN EXKLUSIVES CATWALK-TO-CLOSET-ERLEBNIS

Die zentralen Themen der Show spiegelten sich in einer kuratierten Auswahl an Schuhen und Accessoires wider, die Member von HUGO BOSS XP – dem exklusiven Loyalty-Programm der Marke – unmittelbar nach ihrem Runway-Debüt online erwerben konnten. Dazu zählte ein in Italien gefertigter Monkstrap-Schuh mit markantem Riemen und auffälliger Schließe. Ein besonderes, verborgenes Detail setzt ein subtiles Statement: Auf der Sohle ist „BOSS“ kunstvoll mit Schusternägeln eingearbeitet. Ebenfalls erhältlich war eine Oversize-Herrentasche – eine luxuriöse Neuinterpretation einer der beliebtesten Silhouetten der Marke. Gefertigt in Italien aus butterweichem Leder, überzeugt sie durch markante Hardware, handgenähte Details und ein edles Futter aus Ziegenleder.

Ein weiteres in Italien handgefertigtes Highlight war die BOSS Revers Bag, die in einer exklusiven Runway-Edition präsentiert wurde. Bereits in der Spring/Summer 26 Kollektion als neues Hero-Accessoire eingeführt – inspiriert vom Revers des Sakkos als Sinnbild für Stärke und Präzision im Tailoring – war sie zudem am Arm mehrerer Front-Row-Gäste zu sehen.

Abgerundet wurde die exklusive Members-Only-Auswahl durch ein genderneutrales Neckwear-Set, bestehend aus Krawatte, Schal und Einstecktuch. Jedes einzelne Stück wurde in Italien aus Seide gefertigt und gewährt einen Blick in das BOSS Archiv: Authentische Paisley-Motive und charakteristische Signature-Patterns wurden zeitgemäß interpretiert und in einen modernen Stilkontext überführt.

IN DER FRONT ROW

Über 600 Gäste besuchten die Show, darunter die Brand Ambassadors David Beckham, S.COUPS, Meghann Fahy, Alica Schmidt und Wang Shun. Auch zahlreiche Persönlichkeiten aus Entertainment, Sport und der Kreativszene nahmen in der Front Row Platz – darunter Luke Newton, Cat Burns, Maisa Silva, Emilia Mernes, Joseph Zada, Josh Heuston, Robbie G.K., Mew Suppasit, Fei Wang, Liu Xueyi, Lyas, Delilah Belle, Pia Wurtzbach, Cheng Chang Fan, Yamato und Alexandre Pato.

Das Set-Design der Show spiegelte die gehobene Ästhetik der Saison wider und verwies zugleich auf die handwerkliche Präzision der Kollektion. Die Mailänder Location Rubattino56 verwandelte sich in ein architektonisches Statement – inszeniert mit klarer Haltung. Bahnen aus einem stoffähnlichen Material spannten sich durch den Raum und hielten einen Moment kontrollierter Spannung fest, während Textur und Farbigkeit des Runway-Teppichs vom ockerfarbenen Crushed Velvet der Kollektion inspiriert waren.

Hochauflösendes Bildmaterial kann hier heruntergeladen werden:

<https://press-service.hugoboss.com/press-portal-pages/boss/fall-winter-2026/BOSS-Fashion-Show.html>

Über BOSS und HUGO BOSS:

BOSS ist für selbstbewusste Menschen, die ihr Leben mit Leidenschaft, Stil und Zielstrebigkeit nach ihren eigenen Vorstellungen leben. Die Kollektionen bieten dynamische, zeitgemäße Designs für alle, die zu ihrem wahren Ich stehen und keine Kompromisse eingehen: „Be your own BOSS“ lautet die Devise. Das Angebot der Marke umfasst Heritage-Tailoring, Performance-Anzüge, Casualwear, Denim, Athleisure und Accessoires für anspruchsvolle Kund*innen. Lizenzierte Düfte, Eyewear, Uhren und Kidswear runden das Sortiment ab. Kund*innen können in über 500 Stores rund um den Globus in die Welt von BOSS eintauchen. BOSS ist das Kernlabel von HUGO BOSS und gehört auf dem internationalen Bekleidungsmarkt zu den führenden Unternehmen im Premium-Segment. Die Kollektionen der Gruppe sind an etwa 8.000 Verkaufspunkten in 129 Ländern und online in 74 Ländern über hugoboss.com erhältlich. Das Unternehmen mit Sitz in Metzingen (Deutschland) und rund 18.500 Mitarbeiter*innen auf der ganzen Welt konnte im Geschäftsjahr 2024 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)

BOSS.COM

INSTAGRAM: [instagram.com/boss](https://www.instagram.com/boss)

FACEBOOK: [facebook.com/hugoboss](https://www.facebook.com/hugoboss)

YOUTUBE: [youtube.com/boss](https://www.youtube.com/boss)

TIKTOK: [tiktok.com/@boss](https://www.tiktok.com/@boss)