



Nota de prensa

3 de junio de 2026

Henkel refuerza su apuesta por la creatividad y la diversidad patrocinando de nuevo el Primavera Sound

La compañía, a través de su marca Schwarzkopf, consolida su presencia en el mayor festival de música de Europa, reuniendo a cerca de 300.000 asistentes de 136 nacionalidades y poniendo en valor el cabello como una forma de identidad y autoexpresión

Barcelona, 3 de junio de 2026 – Henkel, a través de su marca Schwarzkopf, vuelve a ser patrocinador oficial de Primavera Sound Barcelona 2026, participando por segundo año consecutivo en uno de los festivales de música más importantes y multitudinarios de Europa.

Con cerca de **300.000 asistentes y la participación de público de 136 nacionalidades diferentes**, Primavera Sound se consolida como uno de los eventos musicales más multiculturales del mundo. De hecho, el **65% del público es internacional**, con especial presencia de visitantes procedentes de Estados Unidos, Reino Unido e Italia, lo que lo sitúa como una plataforma cultural global de primer nivel.

En este contexto, la colaboración entre Schwarzkopf y Primavera Sound nace de una **visión compartida basada en la creatividad, la individualidad y la libertad de expresión**. A través de la filosofía de la marca **“For Every You”**, Schwarzkopf busca transformar el cabello en una herramienta de expresión personal dentro de un entorno tan vibrante y culturalmente relevante como el festival.

En Primavera Sound, el cabello no es solo parte del look, sino también parte del momento. Es identidad, actitud y una extensión de la música y la cultura que lo rodea.



El cabello como lenguaje de identidad en un entorno cultural global

Primavera Sound es un espacio en el que conviven estilos, culturas y formas de entender la música, y donde la diversidad se manifiesta también en la estética y la expresión individual. En este escenario, Schwarzkopf refuerza su compromiso de **poner en valor el cabello como un elemento clave de identidad y creatividad**, tanto sobre el escenario como entre los asistentes.

Tal como ya inició en 2025, la marca continúa impulsando iniciativas que conectan con artistas, creadores y público, fomentando la autoexpresión y la experimentación estética en todas sus formas.

Un espacio experiencial propio dentro del festival

Como parte de su activación en 2026, Schwarzkopf contará con un **espacio exclusivo dentro del recinto de Primavera Sound**, diseñado como punto de encuentro entre creatividad, comunidad y estilo.

Este espacio incluirá:

- **Áreas de estilismo profesional** donde los asistentes podrán experimentar con su look
- **Zonas de relax, bebidas y snacks** para disfrutar del festival desde otra perspectiva
- **Un escenario propio con música en directo**, integrando la experiencia capilar con la musical
- **Meet & Greet con embajadores globales y clientes**, reforzando la conexión con la comunidad profesional

Con esta propuesta, Schwarzkopf convierte el cabello en parte activa de la experiencia del festival, integrándolo en un entorno donde la música, el estilo y la identidad se entrelazan de forma natural.

Sobre Henkel

Con sus marcas, innovaciones y tecnologías, Henkel ocupa posiciones líderes en el mercado mundial en los negocios industriales y de consumo. La unidad de negocio Adhesive Technologies es el líder global en el mercado de adhesivos, selladores y recubrimientos. Con Consumer Brands, la empresa ocupa posiciones de liderazgo, especialmente en cuidado de la ropa y el hogar y en cabello, en muchos mercados y categorías de todo el mundo. Las tres marcas más fuertes de la compañía son Loctite, Wipp Express y Schwarzkopf. En el ejercicio fiscal 2025, Henkel reportó ventas de aproximadamente 20.5 mil millones de euros y un beneficio operativo ajustado de alrededor de 3.0 mil millones de euros. Las acciones preferentes de Henkel cotizan en el índice bursátil alemán DAX. La sostenibilidad tiene una larga tradición en Henkel, y la compañía tiene una estrategia de sostenibilidad clara con objetivos específicos. Henkel fue fundada en 1876 y hoy emplea a un equipo diverso de aproximadamente 47.000 personas en todo el mundo, unidas por una sólida cultura corporativa, valores compartidos y un propósito común: "Pioneers at heart for the good of generations" Más información en www.henkel.es El material fotográfico está disponible en <https://www.henkel.es/prensa-y-comunicacion> o sigue a nuestras cuentas oficiales en [X](#) e [Instagram](#): @henkeliberica

Contacto:

Burson

Tel: 932011028

Carolina Navarro – carolina.navarro@bursonglobal.com – 666 30 28 25

Arnau Canals - arnau.canals@bursonglobal.com – 695 499 953