



## Nota de prensa

16 de octubre de 2018

Henkel celebra el 120º aniversario de Schwarzkopf

# 120 años de Schwarzkopf: del primer champú del mundo a la digitalización del cuidado capilar

- **Schwarzkopf es una de las marcas de cabello líder en el mundo, que destaca por su apuesta por la innovación e investigación y la calidad de sus productos**

Schwarzkopf, la marca líder en cosmética capilar de la división Beauty Care de Henkel, celebra sus 120 años de compromiso con la innovación y la sociedad. Desde su origen en Berlín en 1898, se ha convertido en una de las marcas de cabello líder en el mundo con destacables hitos en su trayectoria, entre ellos el de ser el creador del primer champú líquido del mundo y de la primera laca en Europa.

Desde que Henkel adquirió la marca en 1995, Schwarzkopf se ha convertido en uno de los principales proveedores europeos en el campo de la cosmética capilar. Cada vez son más los consumidores y profesionales que depositan su confianza en los productos Schwarzkopf, caracterizados por su innovación y alta calidad. Y es que la marca ha sabido reinventarse y adaptarse a las nuevas tendencias capilares y demandas de sus consumidores, siempre apostando por la investigación en sus productos, hecho que le permite seguir siendo número uno en el mercado.

Durante estos 120 años, Schwarzkopf ha ayudado a las personas a potenciar su personalidad y confianza a través del cabello y, actualmente, evoluciona a la nueva era en tecnología digital para el cuidado del cabello. Con Schwarzkopf Professional [SalonLab™](#), un ecosistema digital para cuantificar y personalizar la experiencia del cuidado del cabello a través de diversos dispositivos conectados, se impulsará en los salones de belleza la era digital.





## Nota de prensa

### Una historia con grandes éxitos

En 1898 el químico Hans Schwarzkopf decidió abrir una droguería-perfumería en Berlín. Tan solo cinco años más tarde, se posicionó en el mercado como marca líder por lanzar el primer champú en polvo soluble en agua, “Schaumpon”, producto estrella que ganó en popularidad a las tradicionales pastillas de jabón para el pelo y aceites que había en aquella época. También, en 1903 creó el logo inspirado en su apellido que significa traducido “cabeza negra”. En 1927 se lanzó el primer champú líquido del mundo. Posteriormente, en 1949, Schwarzkopf presentó el primer champú en crema en tubo, una innovación que revolucionó el mercado.

Otros productos que destacan en la historia de Schwarzkopf son Taft (1955), la primera laca para el cabello en Europa, y la entrada en el mercado de Igora Royal (1960), una de las marcas más importantes de coloración del mundo en el sector de la peluquería.

### Armin Morbach embajador de Schwarzkopf gran consumo

A partir de 2007 Armin Morbach fue nombrado embajador de tendencias para Schwarzkopf gran consumo. Desarrolla desde entonces de manera anual los Looks Schwarzkopf, traduciendo las tendencias en peinados llevaderos, que son a la vez glamurosos y modernos.

Este año con motivo del 120 aniversario [Armin Morbach](#) ha reinterpretado las fotografías de F.C. Gundlach para Schwarzkopf. En total 17 de las imágenes más inspiradoras del fotógrafo F.C. Gundlach que fue un icono internacional de la fotografía en los 50 y 60 en Berlín, frente a edificios icónicos como el Schiller Theater y la Antigua Galería Nacional.

### Curiosidades de Schwarzkopf Professional

Fue en 1930 cuando la compañía empezó su relación con los peluqueros lanzando su negocio profesional y tratando con salones por primera vez. Actualmente, los productos de Schwarzkopf Professional se encuentran disponibles en salones de más de 120 países.

Schwarzkopf Professional trabaja con embajadores, peluqueros y bloggers de 45 nacionalidades y tiene embajadores de marca en 27 países a nivel global. Se han realizado más de 7.600 patentes, que ponen de manifiesto la importancia de la innovación en nuestros productos.





## Nota de prensa

En 1997 se lanzaron los Essential Looks que recogen la inspiración de las pasarelas internacionales y las convierten en tendencias únicas para el salón, creados dos veces al año para peluqueros de todo el mundo. Desde entonces se han creado 800 looks diferentes, con más de 120 modelos entre las que destacan Claudia Schiffer, Eva Padberg, Charlott Cordes...

### Celebramos el 120 aniversario.

Con motivo de su celebración, tanto la división de gran consumo como la de peluquería han lanzado campañas especiales:

- En gran consumo bajo el hastag de [#createyourstyle](#), se anima a sacar lo mejor de un@mism@ promoviendo la diversidad y la autenticidad, junto a exitosas top influencers y modelos internacionales.
- En Schwarzkopf Professional el concepto utilizado es "[Reinventando el cabello](#)". Promueve el prefijo "RE" de REinventar el cabello, REpensar el color del cabello, REdefinir las tendencias del cabello, REvolucionar la educación, REactivar el éxito en el salón de belleza y REfortalecer las alianzas de la marca.

Con estos hitos, Schwarzkopf es actualmente una de las tres marcas profesionales de cuidado del cabello más importantes del mundo y que más apuesta por la innovación.

### Sobre [Henkel](#)

Henkel opera en todo el mundo con un portfolio equilibrado y diversificado. La compañía cuenta con una posición de liderazgo en sus tres divisiones de negocio, tanto en gran consumo como en industria gracias a sus fuertes marcas, innovaciones y tecnologías. Henkel Adhesive Technologies es el líder global en el mercado de adhesivos en todos los segmentos industriales del mundo. Además, en la división de Laundry & Home Care y Beauty Care, Henkel es también líder en muchos mercados y categorías en todo el mundo. Fundada en 1876, Henkel acumula más de 140 años de éxito. En 2017, Henkel alcanzó un volumen de ventas de 20.000 millones de euros y un beneficio operativo depurado de cerca 3.500 millones de euros. Las ventas combinadas de las marcas principales de las tres unidades de negocio - Loctite, Schwarzkopf y Persil- suman más de 6.400 millones de euros. Henkel cuenta con más de 53.000 empleados en todo el mundo que integran un equipo diverso y apasionado bajo una sólida cultura corporativa y valores compartidos, con un propósito común para crear valor sostenible. Como líder reconocido en sostenibilidad, Henkel figura en posiciones destacadas de varios índices y rankings internacionales. Las acciones preferentes de Henkel cotizan en el Índice Bursátil Alemán DAX. Para más información por favor visite [www.henkel.es](http://www.henkel.es)

Este documento contiene previsiones de futuro basadas en las suposiciones y estimaciones actuales de la dirección de la empresa Henkel AG & Co. KGaA. El empleo de palabras como esperar, prever, planificar, pronosticar, deducir de, creer, estimar y formulaciones similares indica previsiones de futuro. Estas previsiones no deben entenderse como garantías que den por correctas estas expectativas. La evolución futura, así como los resultados obtenidos realmente por Henkel AG & Co. KGaA y sus empresas asociadas dependen de una serie de riesgos e inseguridades y por ello pueden diferir





## Nota de prensa

fundamentalmente de las perspectivas de futuro. Varios de estos factores se encuentran fuera del área de influencia de Henkel y no pueden estimarse de forma precisa con anterioridad, como por ejemplo, el entorno económico futuro, así como el comportamiento de los competidores y otros participantes en el mercado. No está prevista una actualización de las previsiones de futuro ni Henkel asume ninguna obligación especial al respecto.

**Para más información:**

bcw | burson cohn & wolfe

Tel: 93.201.10.28

Carla Lladó – [carla.llado@bm.com](mailto:carla.llado@bm.com)

Núria Rosiñol – [nuria.rosinol@bm.com](mailto:nuria.rosinol@bm.com)

