



## TISKOVÁ ZPRÁVA FILHARMONIE BOHUSLAVA MARTINŮ

6. 5. 2026

---

### **Filharmonie Bohuslava Martinů představuje nový vizuální styl. Navrhla ho agentura MIUZA**

**Filharmonie Bohuslava Martinů vstupuje do další etapy své komunikace s veřejností. Do 81. sezony představuje nový vizuální styl, který vznikl ve spolupráci s kreativní agenturou MIUZA. Nová identita propojuje tradici klasické hudby s moderním vizuálním jazykem a má za cíl oslovit širší publikum i mimo obvyklou koncertní scénu.**

Svěží branding v základu pracuje s výraznou typografií, a hlavní komunikační osu vizuálů tvoří práce s velkými jmény skladatelů či interpretů. Design tak zdůrazňuje osobnosti hudebního světa a staví je do centra pozornosti. Charakteristickým motivem jsou také barevné gradientní plochy a kruhové kompozice, které vytvářejí dynamické pozadí portrétů interpretů a skladatelů. Barevná paleta přitom vychází ze symboliky elementů – vzduchu, vody, ohně, země a duše – jako tématu letošní sezóny. Každý z nich reprezentuje jiný barevný tón a společně vytvářejí vizuální metaforu hudby jako živé a proměnlivé energie.

*„Cílem redesignu bylo vytvořit vizuální jazyk, který bude respektovat tradici Filharmonie Bohuslava Martinů, ale zároveň ji představí jako živou, současnou instituci. V nové identitě proto kombinujeme výraznou typografii, práci s portréty a barevnou dynamiku inspirovanou přírodními elementy, která symbolizuje emoce a energii hudby,“* vysvětluje Monika Tkáčová, Creative Director agentury MIUZA.

Vizuální styl filharmonie vychází z marketingové strategie, kterou pro filharmonii sestavila taktéž MIUZA. Na jejím základě je vizuál navržený tak, aby byl snadno použitelný napříč digitálními i tištěnými formáty – od plakátů a programů přes online komunikaci až po sociální sítě. Flexibilní grafický systém umožňuje prezentovat jednotlivé koncerty, skladatele i hostující interprety jasně a současně vizuálně jednotně.

*„Filharmonie Bohuslava Martinů je institucí s hlubokou tradicí. Zároveň ale chceme být otevření novým posluchačům a současným formám komunikace. Aktualizovaná vizuální identita nám pomáhá představit klasickou hudbu moderním způsobem a zároveň zachovat důstojnost i kvalitu, které k ní patří,“* říká Tomáš Gregůrek, ředitel Filharmonie Bohuslava Martinů.

Redesign je součástí dlouhodobé strategie Filharmonie Bohuslava Martinů, která má za cíl přibližovat klasickou hudbu širšímu publiku a komunikovat ji moderním, vizuálně atraktivním způsobem.

Více na: [www.filharmonie-zlin.cz](http://www.filharmonie-zlin.cz) a [www.miuza.cz](http://www.miuza.cz)



#### Kontakt pro média:

**Ing. Jitka Pethö**  
Vedoucí marketingu

**Filharmonie Bohuslava Martinů, o.p.s.**  
nám. T. G. Masaryka 5556, 760 01 Zlín  
e-mail: [petho@filharmonie-zlin.cz](mailto:petho@filharmonie-zlin.cz)  
t: +420 577 005 736, m: +420 724 296 331

**Filharmonie Bohuslava Martinů**, založená roku 1946, je profesionální symfonický orchestr sídlící v Kongresovém centru Zlín. Vedle klasického symfonického repertoáru se věnuje i žánrům přesahujícím oblast vážné hudby. Ročně uskuteční více než sto koncertů, spolupracuje s řadou významných českých i zahraničních dirigentů a sólistů a koncertuje v Evropě i mimo ni. Od sezony 2021–22 je jejím šéfdirigentem Robert Kružík. Orchester je rovněž pořadatelem mezinárodních festivalů Talentinum a Harmonia Moraviae a dlouhodobě se zaměřuje na podporu mladých umělců a hudební vzdělávání.

**Kreativní agentura MIUZA** se zaměřuje na tvorbu vizuálních identit, marketingových a komunikačních strategií, brandingů a audiovizuálních materiálů a obsahový marketing. Mezi její klienty patří například Asseco Solutions, Rádio Impuls, Marlenka, Sazka nebo Bellinda. MIUZA působí od roku 2018 a sídlí ve Zlíně, ale působí po celé České republice.