

## TZ: Hory, co tě obejmou a nepustí. Krkonoše mají novou vizuální identitu

Krkonoše, nejvyšší české hory, vstupují do nové éry. Destinační společnost Krkonoše představuje novou vizuální identitu značky, která navazuje na jejich silný příběh a zároveň odpovídá nárokům současné doby – jak z hlediska komunikace, tak grafické flexibility.

Cílem nové identity je posílit jednotný obraz destinace, který bude dlouhodobě udržitelný a dobře uchopitelný napříč různými komunikačními kanály i cílovými skupinami. Nová značka Krkonoše vznikla jako výsledek designérské soutěže, kterou DMO Krkonoše vyhlásila na začátku letošního roku. Osloveno bylo pět profesionálních studií, která měla za úkol vytvořit návrh nové vizuální koncepce destinace – včetně loga, typografie a grafických prvků, které budou Krkonoše v budoucnu reprezentovat.

Všechny návrhy byly 19. března prezentovány odborné porotě na zámku ve Vrchlabí. Porota byla složená z nezávislých expertů i zástupců vyhlášovatele a po pečlivém zhodnocení vybrala vítěze – **studio OBACreators**.

Jejich návrh zaujal nejen grafickým zpracováním a čitelností, ale i modulárním systémem, který umožňuje značce dlouhodobý život a flexibilitu. „Střed logotypu je proměnlivý, což umožňuje reagovat na různá témata, období, události i specifické skupiny návštěvníků. To z něj činí nástroj s výjimečnou variabilitou – a zároveň silnou identitou, která drží pohromadě,” vyzdvihl klady nové identity grafický designér a předseda poroty Lukáš Kijonka.

„Vítězný návrh pracuje s myšlenkou Krkonoš jako hor, které obejmou a nepustí. Kombinuje v sobě ženskou křehkost i mužskou sílu. Je otevřený, ale pevný. Přesně takové chceme Krkonoše představovat: jako krajinu, která má hloubku, tradici i budoucnost,” říká Alena Cejnarová z DMO Krkonoše, která měla celý proces soutěže na starosti.

Porotu oslovilo také to, jak návrh promyšleně reaguje na současné marketingové potřeby – od využití v online prostoru a video obsahu až po merch, který má potenciál oslovit i mladší generace. Součástí návrhu je i kvalitní základní typografie a udržitelný přístup k práci se značkou v dlouhodobém horizontu.

Změna vizuální identity je novým začátek pro způsob, jak Krkonoše mluví ke svým návštěvníkům, partnerům i obyvatelům. Nový vizuál se postupně promítne do všech materiálů – od webu, brožur a navigace až po kampaně či propagační předměty.

Chcete vidět více? Podívejte se na [video](#), které značku představuje.

### Bližší informace:

Magdaléna Škapová, PR, manažerka fondu cestovního ruchu  
[mškapova@krkonose.eu](mailto:mškapova@krkonose.eu), 731 910 267, [www.krkonose.eu](http://www.krkonose.eu)

**Krkonoše – svazek měst a obcí**

oblastní destinační společnost

Zámek 1, 543 01 Vrchlabí

IČ: 701 57 898

svazek@krkonose.eu

Turismus: [www.krkonose.eu](http://www.krkonose.eu)DMO: [www.svazek.krkonose.eu](http://www.svazek.krkonose.eu)

*Akce je realizovaná v rámci projektu „Podpora DMO Krkonoše“, který je spolufinancován Ministerstvem pro místní rozvoj, podprogram Z171201000000 – Podpora organizací destinačního managementu 2025+.*



@Krkonoše.eu



@krkonoseeu



@krkonose\_eu

