

Blåsarsymfonikerna och Garbergs blåser liv i ny identitet



När Musikaliska på Nybrokajen i Stockholm skulle bli två varumärken (Musikaliska Kvarteret och Blåsarsymfonikerna) och Blåsarsymfonikerna skulle stå på egna ben behövdes en egen identitet.

Valet föll på Garbergs som fick uppdraget att ta fram en ny identitet som särskiljer Blåsarsymfonikerna från andra aktörer på Stockholms kulturscen och attraherar en bred och nyfiken publik.

- Den nya identiteten speglar det Blåsarsymfonikerna står för idag; en modern, djärv och nyskapande orkester som blåser liv i stadens musikscen. Teamet på Garbergs har gått "all in" och lekt fram en slagkraftig identitet som vi är superglada över att kunna använda framöver, säger Elenor Wolgers, marknadschef för Blåsarsymfonikerna.

Även **Maja Nylund** och **Lowe Steiner**, designer på Garbergs, är stolta över projektet.

- Det här har varit ett otroligt roligt projekt och vi har verkligen blivit uppmuntrade att ta ut svängarna och utmana teamet på Blåsarsymfonikerna som har varit ett viktigt bollplank under hela processen. Identiteten är resultatet av ett kreativt samarbete från början till slut.

[Se Blåsarsymfonikernas nya grafiska identitet här.](#)

Teamet består av:

Blåsarsymfonikerna

Elenor Wolgers, Marknadschef

Noomi Hedlund, VD

Garbergs
Maja Nylund, Designer
Lowe Steiner, Designer
Paul Kuhlhorn, Motion designer
Lina Bergman, Copywriter
Torun Bergholm, Planner och projektledare
Birgitta Bergström, Produktionsledare

För mer information, kontakta Elenor Wolgers, marknadschef Blåsarsymfonikerna, elenor.wolgers@blasarsymfonikerna.se 073-962 95 00 eller Birgitta Bergström, produktionsledare på Garbergs, birgitta.bergstrom@garbergs.se 070-817 33 70.

Blåsarsymfonikerna verkar med stöd av Region Stockholm.
www.blasarsymfonikerna.se