



PLAY OFF Tipsport extraligy 2026 dostává filmový příběh: Brno znovu čelí „obléhání“ a Masarykův pohár se stává svatým grálem

Špilberk, léta páně [7. března 2026] – Tipsport extraliga ledního hokeje vstupuje do play off 2026 s originálním komunikačním konceptem, který propojuje sportovní vrchol roku s jedním z nejsilnějších brněnských historických motivů. Kampaň je inspirovaná historií města mistrovského týmu, přesněji obléháním Brna švédskými vojsky v roce 1645 a přenáší atmosféru „obranu města“ do současného boje o titul. Středobodem příběhu se stává hrad Špilberk a Masarykův pohár, stylizovaný do role „Svatého grálu“.

Vyprávění příběhu z minulosti s otevřeným koncem

Komunikační linka pracuje s konceptem, kdy aktuální mistrovský tým drží Masarykův pohár ve svém městě a snaží se jej ubránit, nebo také jinými slovy obhájit pozici mistra z předchozí sezóny. Obdobnou linku mohli hokejoví fanoušci sledovat v předchozím play off, kdy pro změnu pohár byl strážěn třínečným drakem na Javorovém vrchu. Teď bude čelit dalším nájezdníkům – soupeřům v play off, kteří chtějí „dobýt“ Špilberk a ukořistit Masarykův pohár, zní hlavní dramatická premisa kampaně.

Hokejoví fanoušci budou moci na oficiálních kanálech TELH sledovat příběh vyprávěný ve formě dávné legendy, ačkoliv samotný děj bude ve skutečnosti reagovat na aktuální vývoj vyřazovacích bojů. V prostorách hradu byly natočeny scénky a videa s herci Městského divadla Brno, do kterých se zapojili také dva hráči Komety Brno. Jejich jména zatím zůstávají zahalena tajemstvím. Jedné z rolí se zhostil i ředitel Tipsport extraligy Martin Loukota.

„Městské divadlo Brno je nejen neodmyslitelnou součástí brněnské kulturní scény, ale také dlouholetým a hrdým partnerem HC Kometa Brno. Když jsme byli osloveni BPA sport marketing ke spolupráci na komunikačním konceptu k play off Tipsport extraligy, neváhali jsme ani okamžik. S radostí jsme přijali příležitost stát se tvářemi i vypravěči příběhu, který bude v následujících měsících sledovat celá hokejová komunita,“ uvedla produkční Městského divadla Brno Věra Kadlecová.

Pro potřeby komunikace byla vyrobena speciální mapa historického kolbiště, na níž jsou vykresleny jednotlivé fáze play off v okolí samotného hradu. Kluby budou reprezentovány unikátními soškami bojovníků s erby v klubové identitě. Vybrané sošky, tedy nejlepší bojovníci, se budou k poháru ukrytému v hradu přibližovat, obdobně jako kluby, které projdou sérií vyřazovacích bojů až do vysněného finále. Zda brněnská Kometa odrazí nájezdníky z jiných extraligových měst, nebo bude hokejový Svatý grál uchváten novým ligovým mistrem, se dozvíme nejdříve 23. dubna. Pokud se finále protáhne do sedmého utkání, budeme si muset počkat na rozuzlení až do 30. dubna.

Netradiční komunikace a Masarykův pohár na Špilberku

Partneři Tipsport extraligy

Generální partner



Hlavní partneři



Oficiální partneři



Oficiální nápoj



Televizní vysílatel



Mediální partneři





Cílem kampaně je představit play off Tipsport extraligy jako významný vrchol sportovního roku v ČR a upoutat pozornost fanoušků nešední kreativitou. Posun tradiční komunikace play off do hravější a nápaditější podoby vítá i ředitel APK LH Martin Loukota:

„Jarní sportovní kalendář je nabitý vrcholnými akcemi a bude těžší než kdy dřív zaujmout v záplavě obsahu. Lidé chodí na sport za zábavou, a proto vítám, že v rámci centrální komunikace Tipsport extraligy i na klubové úrovni dáváme fanouškům prostor bavit se jak samotnou hrou, tak doprovodnými aktivitami. Věřím, že letošní komunikační linka k tomu přispěje, a těším se na reakce fanoušků,“ uvádí ředitel Tipsport extraligy.

Za pravdu mu dává také vedoucí obsahu Michal Zbraněk z agentury BPA, která se o marketing ligy dlouhodobě stará.

„Komunikace na sociálních sítích během play off Tipsport extraligy tradičně stojí především na prezentaci aktuálních účastníků, vítězů jednotlivých sérií a nového mistrovského týmu. Tento klasický obsah se budeme snažit letos zatraktivnit na pozadí historické legendy netradiční a zábavnou formou. Ačkoliv se děj odehrává v prostředí hradu Špilberk, domnívám se, že na své si přijdou také fanoušci ostatních týmů.”

Koncept je postaven tak, aby fungoval napříč mediálními kanály Tipsport extraligy a současně vytvořil motivaci pro návštěvu hradu hokejovými fanoušky. S ohledem na celý příběh vytvořený k letošnímu play off bude Masarykův pohár vystaven v prostorách Špilberku. Přesné umístění poháru však neprozradíme. Pro fanoušky bude totiž připravena interaktivní hra. Splněním úkolů si fanoušci najdou cestu až k Masarykovu poháru. S ním mohou vyfotit a rovněž se zapojit do soutěží o hodnotné ceny.

„Muzeum města Brna se dlouhodobě věnuje historii sportu a jsme tak velmi rádi, že jsme mohli spojit hrad respektive jeho dobývání s extraligovým hokejem,“ uvedl ředitel muzea Zbyněk Šolc.

Součástí celého projektu je mimo jiné:

- speciální webová záložka pro prezentaci kampaně: www.zasvatymgralem.cz
- historicky laděný vizuál pro online komunikaci
- promo příběhová videa s herci Městského divadla Brno k začátku play off v prostředí hradu
- reakční videa reflektující na vývoj play off
- Masarykův pohár (Svatý grál) vystavený po dobu play off na Špilberku
- soutěže pro fanoušky

Za celým konceptem stojí agentura BPA sport marketing (marketingový partner APK LH a hokejové Tipsport extraligy), která v rámci projektu zajišťuje kompletní kreativní řešení od námětu a scénáře až po produkci.

Partneři Tipsport extraligy

Generální partner



Hlavní partneři



Oficiální partneři



Oficiální nápoj



Televizní vysílatel



Mediální partneři

