



Fokussiert auf den nächsten Zug.



Spielen, was das Zeug hält: Bei der Messe bleibt kein Tisch lange frei.



Geschicklichkeits- und Partyspiele verlieren nie ihren Reiz.

FOTOS: BREUER

„Handy weg, wir setzen uns an den Spieltisch!“

Das digitale Zeitalter zeigt auch auf der Messe für Gesellschaftsspiele Spuren – Dennoch boomen Brettspiele

Von Hendrik Breuer

Schon über eine Stunde vor der offiziellen Eröffnung der SPIEL, der weltweit größten Messe für Gesellschaftsspiele, stehen die ersten Besucher in langen Schlangen vor den Einlassstoren. Das ist in jedem Jahr das Gleiche. Die Messe dauert zwar vier Tage, doch für die wartenden Spiele-Freaks zählt jede Sekunde. Als die Türen sich öffnen, stürzen die Spieler los. Im Sprint geht es zu den exotischsten Ausstellern. Hier in Essen gibt es Spiele in limitierter Auflage zu ergattern, die nirgendwo sonst erhältlich sind. Für dieses Spektakel reisen einige Spieler sogar aus entfernten Ländern wie Russland, Korea oder Kanada an.

Beim Blick auf die Besucher, die sich auch in diesem Jahr wieder in Scharen durch die Gänge der Messehallen drängeln, kann kein Zweifel daran aufkommen, dass es selbst in digitalen Zeiten einen weltweiten Brettspiel-Boom gibt. Diesen Trend bestätigen auch die nackten Zahlen: 832 Aussteller aus 41 Nationen präsentierten auf der Messe über 850 neue Spiele. Das sind gleich drei Rekorde, der Branche geht es augenscheinlich sehr gut.

Hermann Hutter, Vorsitzender des Interessenverbandes Spielverlage e.V., erwartet, dass in Deutschland, dem weltweit wichtigsten Spielmarkt, schon bald die magische Marke von 400 Millionen Euro Jahresumsatz durchbrochen wird. An dieser Marke kratzen die Spielehersteller allerdings schon seit einigen Jahren. „Wir können nicht einmal mehr den einen Trend im Spielbereich ausmachen“, sagt Hutter, „es gibt einfach eine zu große Vielfalt.“ Party-, Quiz- und edukative Spiele gingen sehr gut.

Immer mehr „Vielspieler-Spiele“

Auch die Anzahl an sogenannten Vielspieler-Spielen wuchs seit Jahren an. Diese Spiele sind weltweit als „German board games“ bekannt und richten sich mit ihrem komplexen Regelwerk an Menschen, die sich regelmäßig an Strategiespiele herantrauen. „Russian Railroads“ (Hans im Glück Verlag), bei dem es darum geht, Eisenbahnlinien durchs Zarenreich zu legen, ist eines der besten Spiele in dieser Kategorie und wurde während der Messe mit dem Publikumspreis „Deutscher Spielepreis 2014“ ausgezeichnet.

Die meisten Besucher der Messe sind allerdings noch immer Familien



Würfel auf der Weide: Bei „El Gaucho“ dürfen die Spieler sich als Rinderbarone versuchen. Bei den Messebesuchern kam das gut an.

und Hobbyspieler, die einfach einmal sehen wollen, was sich in der Branche so tut. Diese Besucher testen mit großer Freude spannende und doch einfach zu erlernende Spiele wie „El Gaucho“ (Argentum Verlag), das während des Finales der Fußball-WM schon im Druck war und bei dem die Spieler als Rinderbarone versuchen, möglichst clever Herden zusammenzustellen und zu verkaufen. Beim blitzschnellen Kartenspiel „Beasty Bar“ (Zoch Verlag) drängeln sich Tiere um den Einlass in eine Bar und schmeißen sich gegenseitig aus der Schlange. Beide Spiele kamen bei den Gelegenheitspielern außerordentlich gut an.

„Live-Test“ für die Hersteller

Thomas Zumbühl, Internationaler Produktmanager Kleinkind-Vorschule/Spiele bei Ravensburger, dem größten deutschen Spielverlag, freut sich über diese „Normalos“, stellt sein Haus doch vor allem menschengerechte Spiele her. Er erklärt, warum die SPIEL so wichtig ist: „Die Messe ist eine Art Live-Test, bei dem wir direkt sehen, wie die Produkte wahrgenommen werden.“ Insbesondere Produkte, die digitale Elemente mit dem klassischen Brettspiel kombinieren, kämen gut an.

Im halbdigitalen Bereich sieht Zumbühl großes Wachstumspotenzial: „Wir glauben schon, dass die Reise in diese Richtung geht. Brettspiele werden mit digitalen Mitteln aufgeladen und werden dank der Technik für die ganze Familie interessant. Das gilt natürlich auch für die Integration von Smartphones oder für die Nutzung eines Tablets.“ Die Marktakzeptanz sei seit einigen Jahren deutlich gewachsen.

Die Digitalisierung geht also auch am guten, alten Brettspiel nicht ganz spurlos vorüber, wenngleich, grob geschätzt, mindestens 95 Prozent der hier vorgestellten Spiele ganz ohne technisches Beiwerk auskommen. Bezeichnenderweise erntete ausgerechnet TV-Koch Steffen Henssler, der auch ein Spiel vorstellte, vor dem Fachpublikum den größten Beifall, als er erklärte, dass er auf Tour regelmäßig spiele. Und weiter: „Bei uns gilt dann: Handy weg, wir setzen uns an den Spieltisch. Eine App wird auch nicht runtergeladen!“ Zumindest während der SPIEL scheinen sich alle Insider einig zu sein, dass, solange die Branche zweigleisig fährt, also Spiele mit und ohne digitale Elemente entwickelt, nichts dem weiteren Wachstum im Wege stehen dürfte.

Neuigkeiten



Das neue System smartPLAY soll das Regelstudium überflüssig machen. Die App erkennt über die Smartphone-Kamera auf dem Stativ, was auf dem Spielbrett passiert, und reagiert entsprechend.

FOTO: RV

Spielregeln lernen mit Smartphone-App

In einer repräsentativen Studie hat der Ravensburger Spielverlag herausgefunden, dass drei Viertel aller Deutschen Gesellschaftsspielen aufgeschlossen gegenüberstehen. Warum dann in vielen Haushalten trotzdem nicht gespielt wird? Weil viele Verbraucher keine Spielregeln lesen möchten. Auch diese Einsicht hat die Studie zu Tage gefördert.

Beim größten deutschen Spielverlag hat man die Antipathie vieler Spieler gegen das Regelstudium zum Anlass genommen, etwas ganz Neues zu entwickeln: Brettspiele, zu denen es eine Smartphone-App gibt. Die App verfolgt über die Kamera des Gerätes das Geschehen auf dem



Brett, greift situationsbedingt ins Spiel ein und fungiert – ganz nebenbei – als Spielleiter, der die Regeln erklärt. Man müsse nun tatsächlich keine Regeln mehr lesen, versichert Thomas Zumbühl (Foto) von Ravensburger: „Es handelt sich um die Verbindung von haptischem Spielmaterial mit dem Smartphone. Im mitgelieferten Stativ eingespannt, erkennt die Kamera des Smartphones jeden Spielzug, wertet ihn aus und reagiert auf die Aktion, die der Spieler ausgeführt hat.“

smartPLAY nennt sich das neue System. Auf der Messe gab es erst einmal drei Spiele mit passender App, weitere sollen folgen. (hbr)

Ein Riesenglück

Inka und Markus Brand sind Spieleerfinder

Hinter jedem einzelnen Spiel steht eine Spieleautorin oder ein -autor. Manchmal auch beides – wie bei den fünf Neuheiten, die Inka und Markus Brand erfunden haben und die auf der Messe präsentiert wurden. Das Gummersbacher Ehepaar entwickelt seit 1999 gemeinsam Spiele, mittlerweile sind es schon 257. Davon sind bereits 70 von Verlagen veröffentlicht worden, die restlichen existieren bislang nur als selbst gebastelte Prototypen. Damit gehören die Brands zu den produktivsten Autoren der Szene. Wie machen die beiden das bloß?

„Fernsehabeende auf der Couch gibt es bei uns eher selten“, sagt Inka, 37. Dabei sei das Spieleerfinden immer noch „mehr Hobby als Beruf“. Beide Brands waren schon immer Spieler und haben sich über das gemeinsame Hobby kennengelernt – auf einer Hochzeit, auf der die beiden als einzige anwesende Singles nebeneinandersaßen. „Spieler sind ein bestimmtes Völkchen“, sagt Inka, „da ist es ein Riesenglück, dass wir dieselben Interessen haben.“ Und Markus ergänzt: „Zu zweit Spiele zu erfinden, ist ein großer Vorteil. Man kann jede Idee sofort testen und diskutieren.“ Und wenn die Brands mal weitere Mitspieler benötigen, werden einfach die Kinder Emely, 12, und Lukas, 14, herbeigerufen. Auf die beiden hat das Hobby der Eltern bereits vor Jahren abgefärbt: 2011 veröffentlichten Emely und Lukas ihr erstes Spiel „Mogelmotte“, das prompt den



Gemeinsame Leidenschaft: Inka und Markus Brand haben sich über ihr Hobby, das Spieleerfinden, kennengelernt.

FOTO: BREUER

Deutschen Kinderspielpreis gewann. Dazu sagt Inka: „Ich bin mir sicher, dass in vielen Kinderzimmern Spiele entwickelt werden, das merkt nur niemand. Wir haben es zum Glück mitbekommen.“ (hbr)

Lehrreiches, Kritisches und etwas zum Ärgern

Piratenspiel als Publikumsliebbling

Die 158 000 Messe-Besucher bei der SPIEL eint eines: Alle sind auf der Suche nach dem einen Spiel, das man in diesem Jahr unbedingt haben muss, selbstverständlich auch mit Blick auf Weihnachten. Es unter allen Neuerscheinungen zu finden, ist gar nicht so einfach, trotzdem gibt es in jedem Jahr so etwas wie das „Spiel der Messe“. In diesem Oktober hat sich „Black Fleet“ als Publikumsliebbling herauskristallisiert, ein einfach zu erlernendes, mit viel Material ausgestattetes und dreidimensional gestaltetes Piratenspiel, bei dem die Spieler, mal als Seeräuber und mal als Handelsleute, über die Weltmeere segeln, sich gegenseitig ausrauben und versenken, um am Ende mit den meisten Dublonen dazustehen. Ein schnelles Spiel mit Ärger-Faktor, da man den lieben Mitspielern mal so richtig eins auswischen kann, aber Vorsicht: Die Retourkutsche kommt meist viel schneller, als man oft denkt!

Realistisch, aber unblutig

Beim Blick auf die Themen, die in den meisten Gesellschaftsspielen abgehandelt werden, könnte man meinen, dass viele im Spiel vor allem kleine Fluchten aus dem Alltag suchten. Dieser Ersteindruck täuscht allerdings, weil sich immer mehr Verlage auch an realistische und durchaus kontroverse Themen



„Black Fleet“ ist ein empfehlenswertes Familienspiel (Asmodee).

herantrauen. Uwe Eickert, deutschstämmiger Verleger aus den USA, ist ein Prototyp für diese Spezies. In seinem Verlag Academy Games erscheint die „Birth of America“-Serie, in der, spannend und durchaus lehrreich aufbereitet, Themen wie der amerikanische Unabhängigkeitskrieg und die Befreiung der Sklaven Themen für Spiele sind. Dabei geht es zwar realitätsnah, aber nie zu blutig oder „shocking“ zu, dafür sind die Spielmaterialien zu abstrakt gestaltet. Geschichtsinteressierten sind Spiele wie „1775“ oder „Freedom“ nur zu empfehlen – als Abwechslung zu den immer gleichen Handel- und Wandelspielen. (1775 und Freedom, Academy Games/Schwerkraft Verlag) (hbr)