

HUGO KASTNER EMPFIEHLT

MARRACASH

Basaratmosphäre - Bitte eintreten!

Liebe Leserin, lieber Leser! Doppeldeutig ist gleich mal der Spielertitel bei diesem ungemein kniffligen Handelsspiel von Stefan Dorra. Die Basarstimmung der nordafrikanischen Stadt Marrakesch wird durch klangvolle Namen, einen verwinkelten Spielplan und lustvolle Bietmodalitäten meisterhaft auf den Wohnzimmerisch gezoomt. Dass es dabei um den schnöden Mammon (Cash, dt. Bargeld) geht, versteht sich fast von selbst. So sind arabische Händler nun mal, sie rangeln um jeden einzelnen Kunden, einfach aus Lust an der Freude. Versetzen Sie sich daher im Österreichischen Spielemuseum in Leopoldsdorf ungehemmt in deren Lage und locken Sie mit Engelszungen und guten Offers die zahlungskraftigsten Kunden in Ihre Warenstände. (Infos unter www.spielen.at)

Nordafrika – oder jeder imaginäre Basar des Orients – ist heute der Zielpunkt meines Lichtkegels im Österreichischen Spielemuseum. Und was für eine spannende und handlungsschwangere Stunde des Bietens, Taktierens und Zockens steht Ihnen nun bevor! MARRACASH zeigt nicht nur einen ungewöhnlichen Spielplan, auch das Aufstellen der Kunden (Figuren) in U-Form um die Basarhütten ist eher selten bei Brettspielen anzutreffen. Die Marktstände sind ebenso in vier knalligen Farben gehalten wie die Kundenfiguren, die allerdings (warnender Zeigefinger!) nicht in gleicher Häufigkeit den Weg ins orientalische Marktgeschehen suchen. Zudem darf die Kundenschlange nur von den beiden U-Enden abgearbeitet, pardon: in den Bazar angelockt werden. Von wem, werden Sie vielleicht fragen. Nun, von den Händlern, deren Marktstände wiederum in einem ausgeklügelten Bietprozess von den Spielern erworben werden, reihum und am besten gleich mit Blick auf die potentiellen Kunden. Der gesamte Basar hat leider nur

drei Eingangstore – und wer immer sich als Kunde in den Gassen dieses Warentempels verliert, muss bei einem gleichfarbigen Marktstand einkehren: Unwiderstehlich, magnetisch ist die Anziehungskraft der orientalischen Marktschreier. Alle Betonung liegt dabei auf dem Wörtchen „gleichfarbig“. Stehen zwei Marktstände in unmittelbarer Nachbarschaft, wird es immer wieder passieren, dass alle (!) Kunden beim Schlendern durch die Gassen den ersten Marktstand frequentieren müssen. Der unglückliche zweite Marktstand geht völlig leer aus. Hier hat der aktive Spieler ein enormes Entscheidungspotential bei der Routenwahl der Figuren. Der Eigentümer eines Verkaufsstandes wird durch gewaltige Umsätze entlohnt, der Spieler, der gerade die Kunden führt, bekommt zumindest eine ordentliche Provision, abhängig von der Attraktivität der Marktbude, sprich der Zahl bereits vorhandener Käufer. Ständig haben Sie als Spieler die Wahl: Marktstände versteigern oder Kunden führen! Beides kann viel bringen, beides jedoch wird auch die Mitbewerber zum Handeln zwingen. Und der Preis einer Marktbude ist in keiner Phase des Spiels „absolut“ zu sehen. Ist eine hohe Kundenfrequenz wahrscheinlich, werden sich alle Mitspieler unerbittlich um den gleichen Standort reißen. Hier spielen oft die Bargeldreserven eine entscheidende Rolle. Aber über diese wissen Ihre Mitbewerber vielleicht nicht so ganz genau Bescheid. Es ist jedenfalls bei diesem außergewöhnlich spannenden und abwechslungsreichen Bietknüller kaum möglich, ständig alles im Griff zu haben. Trotzdem wird sich am Ende der beste Basarhändler genüsslich und verschmitzt die Hände reiben. Vielleicht sind das gerade Sie!

Hugo.Kastner@spielen.at

EMPFEHLUNG #10

Autor: Stefan Dorra

Preis: ca. 25,00 €

Verlag: Kosmos 1995

Internet: www.kosmos.de

SPIELER

3-4

ALTER

12+

DAUER

ab 60



Glück

Bluff

Logik

Ohne gutes Abschätzen von Wahrscheinlichkeiten, ohne Risikobereitschaft, ohne Zockermentalität und letztlich ohne ein Quäntchen Glück lässt sich bei MARRACASH kein Basarladen führen. Der Kunde ist König – doch das wissen alle Ihre Mitbewerber genauso gut wie Sie selbst. Daher bitte Bestangebote legen!

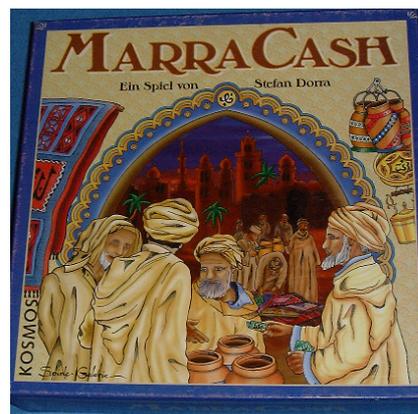
Hugos EXPERTENTIPP

Spielen Sie vielleicht die allererste Runde ohne die als Variante angebotenen Reiseandenken. Es ist schon im Grundspiel schwer genug, ständig alle Eventualitäten einzuberechnen. Sobald Sie die Tiefe dieses außergewöhnlichen Versteigerungsknüllers voll erfasst haben, dürfen die Andenken jedoch nicht fehlen. Sie bringen einen zusätzlichen Glücksfaktor ins Spiel, der überraschenderweise neue Wendungen ermöglicht. Ja, und noch ein Tipp: zu viert macht MARRACASH eindeutig mehr Spaß als in reduzierter Spielrunde.

Hugos BLITZLICHT

Eines der meist unterschätzten Spiele des letzten Vierteljahrhunderts – so darf ich das auf eine knappe Formel bringen. Taktisches Verständnis, Risikobereitschaft und ein gutes Gefühl für die Stimmung der Mitspieler ist unbedingte Voraussetzung für den Erfolg. Hier kommt neben der puren Berechnung auch ein Schuss Psychologie ins Spiel. Es geht kaum besser, wenn Sie mich fragen! Auch der beiliegende Händleralmanach passt in dieses Bild. Gratulation an Stefan Dorra und den Kosmos-Verlag!

VORANKÜNDIGUNG: SCOTLAND YARD
The Chase - Die Jagd



IMPRESSUM

Offenlegung nach dem Mediengesetz: Medieninhaber, Eigentümer, Verleger und Hersteller: Verein „Österreichisches Spiele Museum“, vertreten durch Obmann Dipl.Ing. Dagmar de Cassan, Raasdorferstrasse 28, 2285 Leopoldsdorf im Marchfelde, Telefon 02216-7000, Fax 02216-7000-3, mail-to: office@spielejournal.at, Internet: www.spielejournal.at - Chefredakteur: **Dipl.Ing. Dagmar de Cassan**

Blattlinie: Die Blattlinie ist die Meinung aller Redakteure, freien Mitarbeitern und Gastautoren. Diese Meinung muss aber nicht mit der Meinung der Redaktion oder „Spielen in Österreich“ übereinstimmen. WIN bringt Informationen über Spiele und über die Spieleszene.

(Alle Rezensionen zu den Spielen in ALLES GESPIELT und in NEU EINGETROFFEN sind von Dagmar de Cassan)

Copyright (c) 2007 by Spielen in Österreich - Die Spiele Collection, Spiele Kreis Wien, Österreichisches Spielefest, Spielefest, Wiener Spiele Akademie, Spiel der Spiele und zwei Spiele-Symbole sind eingetragene Warenzeichen.

Ihre Email-Adresse: Wir versenden oft an unsere Mitglieder, Abonnenten und Interessenten eine Erinnerung für Termine und sonstige Infos. Wenn Sie noch nie eine Email von uns erhalten haben, fehlt uns Ihre Email!

ÖFFENTLICHES MEDIUM
Dieses Medium liest der
»OBSERVER«
Österreichs größter Medienbeobachter
Tel.: (01) 213 22 0