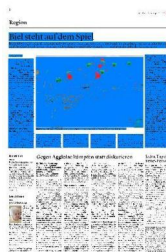


Biel steht auf dem Spiel

Brettspiel Neu gibt es für Biel ein regionales Monopoly. Man kann Orte in der Stadt und der Umgebung kaufen, am lukrativsten sind die Altstadt und die Tissot Arena. «Telebielingu» und Radio «Canal 3» übernehmen die Rolle der Aktionskarten.



Ein Ziel des regionalen Monopoly ist es, dass die Spieler hinterfragen, welchen Wert die Orte wirklich haben. AIME EHI



Sarah Grandjean

Der gefürchtete Zürich Paradeplatz kurz vor dem Startfeld heisst neu Bieler Altstadt. Daneben liegt die Tissot Arena. Anstelle der vier vereinigten Bahnen gibt es im Bieler Monopoly die Verkehrsbetriebe Biel, das Vinifuni, die Magglingenbahn und die Schifffahrt. Nebst dem Schloss Nidau und dem Kunsthaus Pasquart können die St. Petersinsel oder der Bielersee gekauft und bebaut werden. Die ursprüngliche Kanzlei wird zur Radiomeldung, in der «Canal 3» verkündet, Biel werde zur schönsten Stadt der Schweiz gewählt oder ein Spieler werde mit dem EHC Biel Schweizer Meister. Und laut einer Aktionskarte von «Telebielingue» lässt sich ein Spieler in der Kirche Ligerz trauen, wofür ihm die Aare Seeland Mobil eine Extrafahrt spendiert.

Gestern hat Daniel Herzog, Mitglied der Geschäftsleitung der Spielagentur Unique Gaming Partners AG, das neue Monopoly während einer Schifffahrt über den Bielersee vorgestellt. Dies sei ein spezieller und schöner Moment für ihn, so Herzog.

Bieler konnten wünschen

Im Frühjahr rief die Spielagentur die Bieler Bevölkerung dazu auf, aktiv mitzubestimmen, welche Orte, Strassen und Unterneh-

men auf das Spielbrett gehören. Die Bieler haben ihre Wünsche per E-Mail oder Facebook mitgeteilt. Firmen konnten sich auch selbst um eine Platzierung auf einem der Felder bewerben. Es sei schwer gewesen, aus den Vorschlägen eine Auswahl zu treffen, sagt Herzog. Die Gewichtung der Orte entspricht in vielen Fällen nicht dem realen Marktwert. Aber es sei mit ein Ziel des Spiels, dass die Spieler über die Orte sprechen und hinterfragen würden, welchen Wert sie tatsächlich haben.

Das Spielbrett funktioniert bilingue, alle Orte sind auf Deutsch und Französisch beschriftet. Von den Spielkarten gibt es je ein Set in beiden Sprachen. Die Spielfiguren sind die gleichen geblieben. «Es wäre schön, könnte man zusätzlich eine regionale Spielfigur einbauen, aber das wäre mit grossem Aufwand verbunden», sagt Herzog. Es müssen rechtliche Auflagen erfüllt werden, so dürfen die Figuren beispielsweise kein giftiges Material enthalten und keine scharfen Kanten haben. Bei einer kleinen Auflage von 2000 Spielen war die Spielagentur auf die Unterstützung regionaler Partner angewiesen. Man habe sich aber bemüht, kein Werbespiel daraus zu machen.

Bewusst weg vom Digitalen

Das Bieler Monopoly ist nicht das erste regionale Monopoly, das die Liechtensteiner Spielagentur entwickelt hat. Als erstes widmete sie sich dem Fürstentum Liechtenstein. Darauf folgten viele Schweizer Städte und Regionen, zum Beispiel Bern, Luzern, St. Gallen und das Berner Oberland. Die Spiele seien nach wie vor gefragt, so Herzog. Er habe festgestellt, dass es in den hiesigen Spielwarenabteilungen kaum regionale Angebote gebe. Die Spielagentur habe aus Biel zahlreiche Anfragen bekommen, ob auch die Stadt ihr eigenes Monopoly erhalte. Die grosse Nachfrage könne damit zu tun haben, dass Biel im Spielbereich nicht viel Eigenes zu bieten habe. Herzog rechnet damit, dass das Brettspiel in zwei bis drei Wochen ausverkauft sein wird.

Ist es überhaupt sinnvoll, in Zeiten der Digitalisierung ein neues Brettspiel auf den Markt zu bringen? Ja, findet Herzog. Viele Leute würden bewusst einen Schritt weg von digitaler Unterhaltung machen und sich an einem Abend mit Freunden auf ein Glas Wein treffen, um sich zu unterhalten und gemeinsam ein Brettspiel zu spielen.

Info: Seit heute ist das Bieler Monopoly bei Bücher Lüthi und Franz Carl Weber erhältlich.