

Acquire

Letzter Versuch als Quattro

ACQUIRE ist zweifellos ein Klassiker. Er begründete Sid Sacksons Ruf als Spieleautor – obwohl sich bei seinem Erscheinen noch niemand für Autoren von Gesellschaftsspielen interessierte. ACQUIRE bildete, zusammen mit anderen Titeln, den Grundstein für eine Serie von Spielen, die sich durch die Präsentation im Buchkassettenformat über den „Kinderkram“ erhoben. Was den Erscheinungstermin der Erstausgabe bei 3M angeht, gibt es unterschiedliche Aussagen. Sackson selbst sprach von 1962, belegt sind aber bisher nur Ausgaben mit einem Copyright-Vermerk von 1963 in der Regel.

Als 3M sich in den 70er Jahren aus der Spieleproduktion zurückzog, nahm Schmidt in Eching das Spiel für Deutschland ins Programm. Der Lohn: ACQUIRE fand 1979 einen Platz auf der ersten Auswahlliste zum Spiel des Jahres. Ein Verkaufsschlag wurde es aber dadurch nicht. 1982 versuchte man es deshalb mit einem deutschsprachigen Titel, HOTEL-KÖNIG. 1988 trat das aggressivere HOTELHAIE an seine Stelle, nicht zuletzt eine Reaktion auf das ein Jahr zuvor erschienene SHARK, das eine gewisse Verwandtschaft zu ACQUIRE erkennen ließ.

1993 erlebte ACQUIRE – immer noch bei Schmidt – unter seinem

ursprünglichen Titel eine hochpreisige und luxuriöse Neuauflage. „Allein die goldene Schrift auf dem Titel hat ein Vermögen gekostet“, erinnert sich Roland Siegers, damals als Produktmanager für das Schmidt-Programm verantwortlich. Neu im Spiel waren die Hotelkarten mit Koordinaten, die sich auf Spielfelder bezogen. Bis dahin waren sie direkt auf die Spielsteine – die Hotels – gedruckt oder geprägt

worden. Die Hotels kamen jetzt als unterschiedlich hohe Wolken-

kratzer in verschiedenen Farben daher. Weder Höhe noch Farbe hatten indes eine Funktion, dienten nur der Optik. Immerhin hatte aber Sid Sackson selbst der Neuausstattung eine Variante spendiert: Jeder Spieler erhielt den gleichen Satz von fünf Aktionskarten, die jeweils einmalig eine bestimmte Spielregel zu ändern vermochten und dann aus dem Spiel kamen.

! Selbst Fernsehwerbung fruchtete nicht

Vermutlich lag es am Preis von etwa 80 Mark, dass der Absatz trotz TV-Werbung nicht annähernd an die vom Produktmanagement geplanten Stückzahlen heranreichte. So blieben Berge von voluminösen Hotelsteinen im Lager liegen. Bei den Überlegungen, wie man das Spielmaterial verwenden könnte, kam Roland Siegers auf die Idee, den Spielplan zu ändern. Jedes Spielfeld gab's jetzt nicht nur ein-, sondern gleich viermal, also viermal die Felder A-1 (im Zentrum der Spielfläche) und viermal die Felder E-6 (in den Ecken des Spielplans, der aus Gründen der Symmetrie auf 120 Felder anwuchs). Entsprechend häufig waren auch die Hotelkarten vorhanden.

Wer beim alten Acquire eine Karte auf der Hand hielt, wusste, dass nur er allein auf diesem Feld ein Hotel



So spielt man ACQUIRE (erklärt an der Ausgabe mit Hotelkarten)

Ziel des Spiels ist, durch Aktien von Hotelketten reich zu werden.

Wer an der Reihe ist, spielt eine seiner sechs Handkarten aus und setzt ein Hotel auf das Feld, das die Karte benennt. Grenzt dieses Hotel an ein anderes, entsteht eine Hotelkette, deren Kategorie der Gründer festlegt. Ab sofort sind die Aktien der Kette auf dem Markt und können gekauft werden. Ihr Wert wird von der Kategorie bestimmt und von der Anzahl der Hotels, die die Kette umfasst.

Im Lauf des Spiels wachsen die Ketten. Stoßen zwei Ketten aneinander, fusionieren sie: Die größere schluckt die kleinere Kette. Dies ist die einzige Möglichkeit, an Bargeld für weitere Aktienkäufe zu kommen, denn normalerweise können Aktien nicht veräußert werden. Das Bargeld ist deshalb permanent knapp.

Nach einer Fusion erhalten die Mehrheitsaktionäre der geschluckten Kette Prämien. Die Aktien der aufgelösten Kette können verkauft, gegen Aktien der schluckenden Kette getauscht oder behalten werden (in der Hoffnung, dass die Kette neu gegründet wird).

Am Ende gewinnt, wer das größte Aktienkapital besitzt.

bauen konnte. Bahnte sich dadurch eine Fusion an, konnte man sie hinauszögern, um seinen Gewinn zu vergrößern. Diese Chance bot die Neufassung nicht mehr. Andererseits standen nun bei jeder Karte vier Bauplätze zur Wahl, um das Hotel zu errichten. Dadurch taten sich neue taktische Möglichkeiten auf.

Wer das neue ACQUIRE spielte, stellte fest, dass das Spielgefühl nahezu unverändert geblieben war, ebenso die Spielregel. Allerdings entstanden auf dem Spielplan viel weniger isolierte Hotels als bisher. Fast in jedem Spielzug konnten neue Hotelketten gegründet oder bestehende erweitert werden. Und es kam viel häufiger zu Fusionen.

Sid Sackson hatte der Änderung seines Spiels zugestimmt. Das neue ACQUIRE wurde deshalb 1997 mit dem Zusatz „Neue Edition“ auf der Nürnberger Spielwarenmesse vorgestellt. Faktisch war es eine Sparversion mit einer um ein Drittel

verkleinerten Schachtel. Man hatte die Druckvorlagen der Luxusausgabe verwendet, aber auf die Goldschrift verzichtet. Verzichtet wurde auch auf Sacksons Ereigniskarten, dafür hatten alle anderen Karten jetzt endlich Spielkartenformat mit abgerundeten Ecken.

Für die Präsentation auf der Messe waren an die 20 Exemplare von ACQUIRE – NEUE EDITION hergestellt worden, mit handgeklebter Spieleschachtel, die das gesamte Spielmaterial enthielt, allein die gedruckte Spielanleitung fehlte. Im Handel sollte das Spiel erst im Herbst erhältlich sein, doch dazu kam es nicht mehr. Im April 1997 entzogen die Banken dem Verlag die Geldmittel, im Sommer wurden der Firmensitz Eching aufgelöst und die letzten Lagerbestände versteigert. Wer eines der handgefertigten Exemplare von ACQUIRE – NEUE EDITION sein Eigen nennt, darf sich freuen; er besitzt ein echtes Sammlerstück.

KMW



spielbox macht mehr aus Ihren Spielen!



spielbox 5/05

inkl. Erweiterung „Die Fischer von Catan“ für DIE SIEDLER VON CATAN: kriert von Klaus Teuber für die spielbox



spielbox 6/05

inkl. Erweiterung „Das Bankett“ für SANKT PETERSBURG (Hans im Glück Verlag) exklusiv nur in der spielbox



spielbox 2/06

inkl. Erweiterungscharakter „Minotaurus“ zu DUNGEON TWISTER



spielbox 5/06

Erweiterung „Kurier der Fürstin“ für THURN UND TAXIS (Hans im Glück Verlag)



Knizia-Almanach

inkl. Teil 1 der zusätzlichen Gebäude für BLUE MOON CITY (Kosmos) exklusiv nur in der spielbox



spielbox 6/06

inkl. Teil 2 der zusätzlichen Gebäude für BLUE MOON CITY (Kosmos) exklusiv nur in der spielbox

Bestellen Sie
online:
www.spielbox-magazin.de
oder telefonisch:
0951/40666-25