

NOWOCZESNE GRY TOWARZYSKIE, LOGICZNE, IMPREZOWE I INNE

www.swiatgierplanszowych.pl

numer 11

cena 8,90 zł (w tym 0% vat)

# ŚWIAT GIER PLANSZOWYCH

NOWOŚCI Z POLSKI I ZE ŚWIATA

magazyn powstaje we współpracy  
z serwisem gamesfanatic.pl

## **Finca**

Wakacje na Majorce

## **Le Havre**

Budowa miasta portowego  
dla zaawansowanych

## **Poszukiwacze skarbów**

W głąbiny po złoto i klejnoty

## **Chang Cheng**

Przewaga na murze



TEMAT NUMERU:

**PRZEDŚWIĄTECZNE  
SZALEŃSTWO  
NADCIĄGA INWAZJA PREMIER**

RECENZJE,  
PORADY,  
LAMIGŁÓWKI,  
FELIETONY,  
WYWIADY,  
HUMOR





## FINCA 12

Nie mogliśmy nie przyjrzeć się tytułowi nominowanemu do nagrody Spiel des Jahres, który w dodatku idealnie wpisuje się w nurt gier rodzinnych. Majorca, owoce cytrusowe i gra, która wygląda po prostu smakowicie. Oraz wydawnictwo Hans im Gluck, rękojmią rodzinnej zabawy. Będzie z tego smakowita rozgrywka?



## REREKUMKUM 16

Gra dla młodych miłośników planszowego hobby, takich, którzy świetnie się bawią zapamiętując, co i gdzie było. W Rerekumkum pamięć musi skupić się na oczach żab nieustannie zmieniających swoje miejsce. Na tym polu maluchy są lepsze nawet od najbardziej starających się wygrać dorosłych.



## ANDROID 28

Czy gra planszowa może być za duża? Rozbuchana jeśli chodzi o komponenty, a do tego z obłądną ilością reguł? Android trochę taki właśnie jest, przy czym cechy te związane są z wysiłkiem autorów mającym na celu wierne oddanie klimatu mrocznej przyszłości. Detektyw cybernetycznej metropolii – jest sprawa do wzięcia!



## STEAM 44

Gry kolejowe, choć kojarzyć się mogą z sympatyczną ciuchcią, parą-buch i kołami w ruch, są w zasadzie odrębnym gatunkiem gier, który wytworzył szereg planszowych monstrów i dorobił się grupy oddanych fanów. Steam w tej klasie jest pozycją średniego kalibru: zagrają w niego z powodzeniem także gracze spoza niej.

# SPIS TREŚCI

## WIEŚCI

Nowości 4

## TEMAT NUMERU

Przedświąteczne szaleństwo 6

## FAMILIJNIE

Palce w pralce	10
Finca	12
Trzy razy klocki	14
Rerekumkum	16
Kung fu	18
Gry dla niej i dla niego	20
Łamigłówki do plecaka	22
Poszukiwacze skarbów	24

## WSPÓLNE GRANIE

Gramy? Gramy! 25

## KĄCIK PLANSZOMANIKA

Android	28
Gra z klimatem	31
Le Havre	34
Battlestar Galactica	38
Chang Cheng	42
Steam	44
Titan	47
Hibernia	50

## GRY LOGICZNE

Go	52
Tiku	55

## STARE, DOBRE CZASY

Planszowa klasyka: Domino	56
Historia Spiel Des Jahres cz. 10	58

## FELIETONY

Moja tura: Przez pokolenia	60
Czarny pionek: Lenistwo jako motor postępu	60
Kapusta planszowa: PHEME – fame	62
Volta: Moja żona nie gra	63

## ŁAMIGŁÓWKI

Domino 63

## SPRINTEM PO GRACH

64

REDAKTOR NACZELNY:

Rafał "Multidej" Szyma  
(multidej@swiatgierplanszowych.pl)

REDAKCJA:

Mariusz "Bogas" Bogacki  
Marcin "Korzeń" Korzeniowski  
Ignacy "Trzewik" Trzewiczek

WSPÓŁPRACUJĄ:

Britta "Kinjira" Stöckmann  
Michał Stajszczak  
Adam "Folko" Kaluża  
Bartosz "Rokter" Kaluga  
Piotr "Neurocide" Haraszczak  
Marcin „mst” Stępniewski  
Szymon Jachimiek  
Tomasz "Trip" Polak  
Wojciech Dziwok

SKŁAD:

Rafał Szyma

KOREKTA:

Jędrzej "Bor" Dudkiewicz

WYDAWCA:

Wydawnictwo Portal,  
44-100 Gliwice, ul. Św. Urbana 15  
tel./fax (032) 334-85-38  
e-mail: portal@wydawnictwoportal.pl

Materiały zawarte w czasopiśmie nie mogą być w całości lub fragmentach kopiowane, fotokopiowane, publikowane czy reprodukowane na żadnym z nośników informacji bez pisemnej zgody wydawcy.

Redakcja nie zwraca materiałów niezamówionych oraz zastrzega sobie prawo do redagowania i skracania tekstów.

Redakcja nie odpowiada za treść reklam. Wszelkie znaki firmowe i towarowe oraz zdjęcia są zastrzeżone przez ich właścicieli i zostały użyte wyłącznie w celach informacyjnych.

Vat: 0%

Nakład: 2000 egz.

## JESIENNY NALOT PREMIER

Jesienną planszówkowi gracze zacierają ręce – oto zbliża się czas obfitości. Na horyzoncie widać już Boże Narodzenie, zatem wydawcy właśnie teraz, na kilka miesięcy wcześniej, ruszają z produkcją tego wszystkiego, co kusić ma jako prezent pod choinkę. Już za chwilę czeka nas istny wysyp premier, a oficjalne rozpoczęcie wyścigu wydawców nastąpi w październiku podczas targów gier w Essen. Panie i panowie – gotujmy się na przyjęcie całej masy nowych gier!

Wystarczy spojrzeć na nasze podwórko. Premiery szykują niemal wszystkie polskie wydawnictwa, a – co warto podkreślić – wiele spośród nich to gry polskich autorów. Kingpin z Kuźni Gier, Mali Powstańcy z Egmontu, 7 i Kazaam Dice z Wolf Fang, Stronghold i Neuroshima: Duel od Portala, Kraby z Granny – wymieniam jednym tchem te, o których pamiętam pisząc te słowa wcześniej rano, tuż przed zakończeniem składu numeru. Czy coś przegapiłem? Z pewnością. A nie wspomniałem o masie spolonizowanych tytułów zagranicznych – po prostu zapraszam do działu Nowości.

Temat podjął Ignacy w tekście otwierającym numer i oddał klimat przedsięwziętej gorączki, która w branży gier trwa w gruncie rzeczy pół roku. Któż mógłby kompetentniej o tym się wypowiedzieć? Wszak jako wydawca gier sam w tej gorączce aktywnie uczestniczy.

Z życia Świata Gier Planszowych: z olbrzymią przyjemnością donoszę, że nasze pismo zadebiutowało jako patron. Po pierwsze, objęliśmy patronatem gdyńską imprezę planszówkową Gramy, na którą chciałbym wszystkich serdecznie zaprosić. Po drugie zaś polecamy naszym czytelnikom Poszukiwaczy skarbów wydawnictwa Egmont, czyli polską edycję znakomitej gry familijnej Key Largo. Z tytułem tym wiąże nas szczególny sentyment – otóż dawno, dawno temu, w pierwszym numerze ŚGP, publikowaliśmy jej recenzję. Teraz gra powraca, i to po polsku – prezentujemy ją zatem tym wszystkim, dla których #1 jest nie do wytopienia.

Zapraszam do lektury pisma z nadzieją, że przygotowany przez nas zestaw artykułów zapewni Wam wciągające zajęcia na jesienny wieczór i pomoże w wyborze gier na najbliższe tygodnie.

Rafał Szyma  
Redaktor naczelny





## Dungeon Lords



Nowa gra Vlaady Chvatila, autora który zasłynął z *Through the Ages*, genialnej adaptacji gry *Civilisation*. Tym razem Vlaada ponownie adaptuje, tym razem inny kultowy przebój komputerowy z lat 90-tych. Gra była prezentowana w Gliwicach na konwencji Pionek, i jest to jedna z metod promocji - na serwisie BGG można przeczytać opisy prezentujące rozgrywkę w *Dungeon Lords*, napisane przez fanów gier, którzy mieli możliwość poznać grę na jakimś konwencji. W połączeniu z uznanym nazwiskiem, z uznanym wydawcą daje to razem duży ładunek hype'u. Gra znajduje się na liście życzeń 689 użytkowników serwisu boardgamegeek.com.

# PRZEDŚWIĄTECZNE SZALEŃSTWO

Ignacy Trzewiczek

**B**ranża gier - podobnie jak każda inna - rządzi się swoimi prawami, a te, pisząc w skrócie, mówią, że przez cały rok nic się prawie nie dzieje, a potem *bum*, nadchodzi jesień i na rynek trafia pięćset nowych, premierowych gier. Absolutne szaleństwo. Temu szaleństwu przyglądam się z zaciekawieniem od kilku lat i choć daleko mi jeszcze do wiedzy eksperta, chciałbym napisać kilka słów o tym jak to się wszystko rok rocznie toczy...

## GRUDZIEŃ

Oczywiście wszystko determinują święta, czyli ogólnoświatowy syndrom *christmas*, kiedy to wszyscy bez wyjątku wydajemy kupę pieniędzy na prezenty. Bez opamiętania wręczamy sprzedawcom nasze karty kredytowe i kupujemy prezenty, całe ich stosy. Aby jednak klient kupił naszą grę na święta, musi się o niej wpiery dowiedzieć, musi coś o niej wcześniej usłyszeć, musi wiedzieć, że tym czego szuka w sklepie jest właśnie nasze, nie inne pudło. Na półkach sklepowych leżą setki gier, musimy się więc upewnić, że klient ogarnięty szaleństwem *christmas* sięgnie po naszą, nie cudzą. Nasza gra musi być mu już znana, musi wcześniej dostać jakąś nagrodę, zrobić szum, zebrać świetne recenzje. W grudniu, kiedy klienci szturmują sklepy, nasz tytuł musi być już powszechnie rozpoznawalnym hitem. A zatem?

A zatem nasza gra absolutnie nie może mieć premiery w grudniu. Jeśli chcemy za-

robić w święta, nie wydajemy gry w grudniu. To już zdecydowanie za późno. W grudniu klient wydaje już swoje pieniądze. On w grudniu już jest zdecydowany, on już wybrał. W grudniu gra nie zdąży zrobić szumu, nie zdąży wywołać mody na siebie. To w listopadzie klienci zaczynają rozglądać się za czymś ciekawym, to wtedy chodzimy po internecie, zaglądamy do sklepów, patrzymy co też nowego i ciekawego trafiło na półki. W listopadzie, nie grudniu. Cofnijmy się więc miesiąc wcześniej...

## LISTOPAD

Pogoda w listopadzie jest szczególnie pasująca, jest zimno, mokro, ciemno. To ten moment w roku, kiedy wydawca walczy o to, by o jego grze było głośno, by to jego grę sklepy miały na swoich półkach, by jego gra była recenzowana na wszelkich możliwych stronach, by było o niej jak najgłośniejsze. Listopad to jest ten czas, gdy zapada decyzja o zaku-

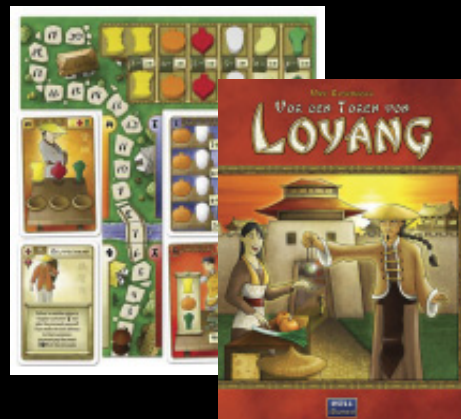


## Dominion: Seaside

Kolejny dodatek do największego hitu roku 2008, gry która wpięrow podbiła całe Essen, a potem i serca jury Spiel des Jahres, które przyznało jej tytuł gry roku. Rok 2008 stał pod znakiem Dominiona i nawet jeśli w tym roku większy szum wywoła inny tytuł, to dodatki do Dominiona wciąż znajdują się w kręgu zainteresowań niemałego tłumu. Tu nie trzeba robić hype, tu nie trzeba się szczególnie starać. Wystarczy ogłosić, że do najpopularniejszej gry roku 2008 wychodzi nowy zestaw kart i można być pewnym, że stoisko Rio Grande Games będzie oblegane jak Jerozolima w czasach krucjat. Aktualnie Seaside znajduje się na liście życzeń 434 osób.

## At the Gates of Loyang

Od czasu wydania Agricoli każda nowa gra Uwe Rosenberga wprawia środowisko graczy w histerię. Tak było w zeszłym roku z - świetnym skądinąd - Le Havre, tak jest i teraz, przy okazji kolejnej gry Rosenberga. Podobnie jak w przypadku Chvatila, siła nazwiska autora połączona z kilkoma publicznymi pokazami (relację z jednego z nich można było przeczytać na polskim blogu SpielLust) w zupełności wystarcza, by w Essen wokół stoiska Lookout Games było tłoczno jak na targu rybnym. Gra znajduje się na liście życzeń 546 osób.



## POWYŻEJ: potencjalne hity targów Essen Spiel 2009

pie świątecznego prezentu. Nasz hit od kilku tygodni musi być na rynku i najlepiej, by wywoływał histerię, by pierwsi klienci sklepów internetowych już dawali komentarze na temat naszej gry, by serwisy internetowe publikowały recenzje, by to nasz tytuł był na ustach wszystkich. Oczywiście nie jest łatwo, bo przecież rynek jest ciasny, swoje gry promuje każdy wydawca. Walka jest zacięta. Zwycięzca zgarnie wielką pulę - świąteczne żniwa przyniosą mu sprzedaż wielu, wielu egzemplarzy. Na dworze plucha i mrók, a w biurach wydawców gorączka i patrzenie jak sobie radzi nasza gra. Czy jest już o niej dostatecznie głośno? Czy będzie naturalnym wyborem na świąteczny prezent w tym roku?

No ale skoro nasza gra ma robić furorę i promować się na świąteczny hit, to znaczy, że nie mieliśmy jej wydawać w listopadzie. Powinna była wyjść wcześniej, tak, by w listopadzie być już w rękach recenzentów i pierwszych klientów. Cofnijmy się więc miesiąc wcześniej...

### PAŹDZIERNIK

Październik. Tak, proszę państwa, październik, ten miesiąc w którym odbywają się słynne targi gier w Essen. To odpowiedni czas na premierę. Właśnie tam, właśnie wtedy. Jeśli chcemy, by naszą grę klient kupił na święta, to musimy zadebiutować w Essen. Nie przypadkowo największe targi gier w Europie mają miejsce właśnie wtedy, w październiku, na osiem tygodni przed gorącą *christmas*. Wydawcy wkładają olbrzymią pracę w promocję swoich gier, w to, by zaistnieć pośród setek innych premier. Na targach rok rocznie debiutuje kilkaset tytułów. Nie dwadzieścia, nie pięćdziesiąt, nie sto. Tam, w ciągu tych czterech dni o swój czas walczy około pięciuset nowości. Zażarta walka o to, kto trafi pod choinkę...

Są w Essen setki sklepów z grami, a ich właściciele piekielnie uważnie patrzą na to co dzieje się ciekawego, który tytuł wywołuje gorączkę u graczy, który tytuł muszą mieć w swojej ofercie przed

świętami. To tu hurtownie i dystrybutorzy biorą od pomniejszych wydawców potencjalne hity, to tu właściciele sklepów biegają z mini paletami i kupują po dwadzieścia, trzydzieści egzemplarzy tych najgorętszych tytułów Essen. Wydawcy walczą, by ich gra była tą gorącą. Sklepy walczą o to, by gorący towar na pewno trafił do nich na półki. Wielkie, pasjonujące pole bitwy, manewry i okrążenia, walka o każdego klienta, bo każdy klient jest teraz, w październiku na wagę złota. On kupi grę, on w nią zagra i przez dwa kolejne miesiące - jeśli mamy szczęście - będzie chwalił naszą grę na forach internetowych. Każde pudełko sprzedane teraz, w październiku może przełożyć się na dziesięć pudeł sprzedanych w grudniu. Tak, walka jest zacięta.

Dlatego rozdajesz na stoisku gratisy, od cukierków, przez plakaty, po figurki, pionki, dodatkowe talie kart. Ludzie chętniej odwiedzają stoiska z gratisami. Dlatego organizujesz „signing sessions”, podczas których autor gry rozdaje autografy na pudełkach. Ludzie z chęcią przychodzą na takie spotkania.