

Einreichung KREATIVWETTBEWERB 100 JAHRE NIEDERÖSTERREICH



„A Köllapartie“: das neue Brettspiel über die Weinviertler Kellergassen ist nicht nur etwas für „Tschecheranten“ oder „Köllamauna“ – es ist Spielspaß für die ganze Familie. Die Kellergassen mit ihren Presshäusern prägen seit hunderten Jahren die Landschaft Niederösterreichs. Dialekt und die Geschichte der noch heute anders, aber intensiv genutzten Kellergassen konnten in die Gestaltung des Spiels eingeflochten werden. Pünktlich zur Weinlese im Herbst 2022 bringt die HLW Hollabrunn dieses fesselnde Spiel auf den Markt. Zwei bis sechs Spieler:innen ab acht Jahren bewegen ihre Kellerschlüssel (Köllaschlüssl) über das Spielfeld, um so viele Kellergassen und Weinkeller wie möglich zu kaufen – heiß begehrt sind dabei die Flaschen- und Fassscheine – die Währung im Spiel. Hinterhältige Schleichwege sowie Aktionskarten und -felder heizen die Stimmung der Spieler:innen an: Wer kann am Ende den Spieleabend siegreich mit den meisten Kellergassen, Presshäusern und Weingütern feiern?

Ausgehend vom Prinzip des Klassikers „Monopoly“ entwickelte die 2bhlw der Kreativwerkstatt der HLW Hollabrunn ihr „Kellergassenspiel“ rasch weiter, um einerseits mehr Spannung im Spielablauf zu erzeugen und andererseits typische Merkmale der Kellergassen im Brettspiel zu implementieren. Nach einer Exkursion durch diverse niederösterreichische Kellergassen entstanden die Grafiken und Texte für die Anleitung, die Spielkarten und das Spielbrett sowie die Kartonbox in intensiven Projekttagen im Rahmen der Vertiefung. Auf drei Grafiktablets und mehreren Layout-Stationen entwickelten die Jugendlichen unter Einbeziehung mehrerer Testphasen dieses auch in der Gestaltung sehr regionsspezifische Brettspiel, das dank einiger Sponsoren in einer Auflage von rund 1.000 Stück im September auf den Markt gebracht wird. Damit ist „A Köllapartie“ einerseits sehr stark in Niederösterreich verankert und vereint Tradition und moderne Gestaltung im Aussehen und dem Spielekonzept – andererseits konnten die Jugendlichen ihr Heimatbundesland noch näher kennenlernen und ein reales Produkt in und für die Region produzieren.

