



Kraków 07 luty 2011

Szanowny Panie Prezydencie

Szczecin, Bydgoszcz, Łódź, Warszawa, Poznań i Wrocław - to tylko niektóre miasta, które promują swoją markę poprzez miejskie gry planszowe. Co ciekawe taka forma marketingu okazuje się strzałem w dziesiątkę.

Gra miejska to coś na pograniczu podchodów, komputerowych gier i happeningu. Miasto służy w nich, jako wielka plansza, a mieszkańcy są pionkami rozwiązującymi zagadki. Przeżywają przygody jak bohaterowie gier komputerowych. Z tą różnicą, że wszystko dzieje się na żywo.

Motywy gier miejskich często stają się literatura czy film, jak np. w przypadku zabaw organizowanych przez Muzeum Powstania Warszawskiego. W wielu wykorzystuje się wykrywacze metalu, telefony komórkowe, GPS-y. I tak np. W Bydgoszczy mieszkańcy przeniesli się do XVI w., w Poznaniu miejską grę oparto o historię Czerwca 1956, natomiast w Szczecinie można było rozwiązać zagadkę śmierci rejenta Kurta von Schmelinga.

A co z Krakowem?

Z poważaniem