

Lehrgang für Pizzabäcker

Pizza Connection 2

Frisch von den Programmierern: würzige Tipps für angehende Pizza-Tycoons.

FILIALE aufmachen

PERSONAL anheuern

REZEPTE erstellen

Für ihre Wirtschafts-Simulation Pizza Connection 2 haben die Programmierer von Software 2000 einen Kurzlehrgang zusammengestellt. Viel Spaß beim Lesen!

Spieleinstieg

TIPP 1: Mieten Sie ein bis zwei Filialen an hoch frequentierten Standorten. Dazu brauchen Sie noch ein Lager, das den Filialen zugeordnet werden muss. Denn wenn die Laufburschen die Zutaten aus dem nächstbesten Kaufhaus holen, kann das sehr teuer werden.

TIPP 2: Stellen Sie sofort zwei Schichten Personal ein. Mindestbesetzung pro Schicht: ein Koch, zwei Servicekräfte sowie vier Laufburschen.

TIPP 3: Nächstes Ziel: so schnell wie möglich das Hauptquartier Stufe 1 bauen. Dann drei bis sechs gute, auf die Kundschaft geschmacklich und preislich abgestimmte Rezepte erstellen und auf die Speisekarte setzen. Genaue



Tipp 3: Wählen Sie die richtigen Rezepte für Ihre Zielgruppe.

Kundenprofile finden sich im Statistikmenü des Personalglossars. Die dominante Zielgruppe sollte auch möglichst die Speisenauswahl, die Zusammenstellung der Rezepte und den Stil der Filialeinrichtung bestimmen.

Standortwahl

TIPP 4: Die Wahl des Standorts ist mit die wichtigste Entscheidung im gesamten Spiel! Nur eine gut besuchte Filiale garantiert das wirtschaftliche Überleben. Gute Orte sind: Oper (Bonzen/Yuppies), Fabriken und Häuser im Hafengebiet (Prolls/Bonzen), Schule (Kids/Teens), Universität (Studies), Büros (Yuppies/Bonzen), Sehenswürdigkeiten (Touries/Gruffies). Hoch frequentierte Gebäude ohne spezielles Publikum: Park, Kino, Kneipe, Kaufhaus.

TIPP 5: Weitere wichtige Faktoren bei der Standortwahl: Alle Bewohner – egal welcher Schicht – benutzen die U-Bahn. Eine Filiale in der Nähe einer entsprechenden Station bietet also beste Voraussetzungen! Wichtig ist, dass der Einflussbereich Ihrer Filiale zentrale Punkte wie U-Bahnstationen oder Eingänge gut besucht

Richtige ZIELGRUPPE

STANDORT wählen

PASSANTEN im Auge halten

Wohin kommt das HQ?

Wohin kommt das LAGER?

POLIZEI platzieren

Was muss ich AUSBAUEN?



Tipp 5: Die erste Filiale kommt in eine publikumsstarke Gegend.

ter Gebäude wie Kaufhäuser oder Opern noch abdeckt. Auch die Laufwege der Passanten sind entscheidend, die sollten den Einflussbereich der Filiale kreuzen. Also Personen beobachten, sonst nützt die beste Lage nichts!

Die Stadtentwicklung ist dynamisch: Durch die Beschlüsse des Bürgermeisters werden ganze Stadtviertel umgestaltet, und das Kundenprofil ändert sich entsprechend.

TIPP 6: Hier gilt es, Geld zu sparen. Die Preise variieren zwischen 20.000\$ und 150.000\$, daher sollten Sie sich bei der Suche nach dem richtigen Gebäude Zeit lassen. Besonders die Bezirke am Stadtrand sind preislich attraktiv.

TIPP 7: Lager sollten nahe bei der U-Bahn liegen, um die schnelle Belieferung durch Laufburschen zu ermöglichen. Die Lage spielt dabei keine entscheidende Rolle. Ideal ist natürlich ein Standort direkt neben der Filiale, doch das kann teuer werden.

TIPP 8: Da Sie keinen Gebäudekaufpreis für die Polizei zahlen müssen, kann der Standort beliebig gewählt werden. Sinnvoll ist es allerdings, die Polizei im eigenen Revier oder direkt an der U-Bahn zu platzieren, damit sie schnell herbeieilen kann. Ohne monatliche Spenden bleiben die Polizeireviere allerdings ohne Wirkung.

Ausbau

TIPP 9: Das HQ sollte immer schnellstens ausgebaut werden, sobald Sie die finanziellen Mittel dazu haben. Mit jeder Ausbaustufe gewinnen Sie Handlungsmöglichkeiten hinzu. Erst ab HQ-Stufe 3 sind kriminelle Aktivitäten möglich. Ein Ausbau der Filiale vergrößert deren Einflussbereich. Außerdem ist mehr Platz für Möbel, Öfen und Zutaten, und die Kühlung des Lageraums verbessert sich. Eine Lagererweiterung ist hingegen nur dann sinnvoll, wenn man aufgrund der schlechten Qualität gelieferter Ware die Kühlleistung erhöhen muss. Hat man drei oder mehr Filialen diesem Lager zugeordnet, und es ist häufig leer, bietet sich ein Ausbau ebenfalls an. Die goldene Ausbauregel: HQ sofort, Filiale später, Lager nur, wenn unbedingt nötig.

Werbung

PLAKATE

TIPP 10: Durch Plakate kann auch in anderen Stadtteilen und dem Einflussbereich einer Fremdfiliale ganz gezielt für das eigene Restaurant geworben werden. Stimmt die Werbung für passierende Kunden (grün), werden diese sich direkt in Ihre Filiale begeben. Ein gut positioniertes Plakat mit Werbung für Ihr Unternehmen leitet also bestenfalls Kunden konkurrierender Lokale in die eigene Filiale um.

FILIALWERBUNG

TIPP 11: Vor allem in der Frühphase des Spiels ist die Filialwerbung sehr wichtig. Wenn Sie ein bestimmtes Attribut des Restaurants bewerben, können Sie dessen Einflussbereich vergrößern, was sich auch positiv in seiner Gesamtbewertung niederschlägt. Vorsicht: Falsche Versprechungen wirken sich negativ auf Einflussbereich und Wertung der Zielgruppen aus.

STADTWERBUNG

TIPP 12: Bei mehr als zwei Filialen ist Reklame über die ganze Stadt sinnvoller als Einzelwerbung. Die stadtweite Werbung wirkt sich zugleich für alle Filialen aus. Es ist allerdings schwierig, eine bestimmte einheitliche Werbestrategie zu fahren, wenn Sie verschieden ausgerichtete Filialen besitzen. Die Wirkung vermindert sich bei zu unterschiedlichen eigenen Restaurants.



Tipp 12: Stadtwerbung lohnt sich nur bei mehr als zwei Filialen.

Richtig WERBEN

TIPP 13: Zu Spielbeginn sollten Sie die höheren Kosten in Kauf nehmen und Filialwerbung starten. Erst wenn die Filialen laufen und sich bei allen Zielgruppen etabliert haben, ist es geboten, auf Stadtwerbung umzuschalten. Gleichzeitige Stadt- und Filialwerbung ist nicht unbedingt sinnvoll, da horrenden Kosten entstehen und zusätzlich geschaltete Filialwerbung lediglich »negative« Werbung für Ihr Unternehmen abschwächen kann.

Sonstiges

MEDAILLEN bekommen

TIPP 14: Die Medaillen für die schönste Filiale sind sehr schwer zu bekommen. Nur Zielgruppen-optimierte Zweigstellen, in denen sich Bonzen und Yuppies sehr wohl fühlen, haben eine realistische Chance. Die Medaillen sind natürlich mit die mächtigsten Werbemittel.

GOURMET-STERNE

TIPP 15: Der Bürgermeister verteilt Gourmetsterne und richtet sich dabei ausschließlich nach dem Urteil der Bonzen. Dabei zählen zu gleichen Teilen die Bewertung der Einrichtung, des Personals und der Speisekarte. Die Sterne wirken sich positiv auf die Meinung aller Zielgruppen aus und sind damit schwer zu erhalten. Außerdem kann der Bürgermeister diese Sterne wieder aberkennen, wenn sich die Bonzen nicht mehr wohl fühlen sollten.

Die richtige EINRICHTUNG

TIPP 16: Jede Zielgruppe hat ein bis zwei bevorzugte Einrichtungsstile sowie zwei weitere, die für sie noch akzep-

Gute

BESTUHLUNG

tabel sind. Wählen Sie also die Innenausstattung je nach dominanter Zielgruppe. Niemals sollten Sie aber Stile vermischen, da das bei jeder Zielgruppe zur negativen Bewertung führt. Nur Pflanzen erlauben einen gewissen »Stilbruch«. Achten Sie auch darauf, dass immer genug Stühle in der richtigen symmetrischen Anordnung an den Tischen stehen, und dass genug Platz zum Nachbartisch vorhanden ist. Außerdem sollte es warm genug sein und genügend Einrichtungsaccessoires sowie Pflanzen im Raum geben. Spätestens alle zwei Quartale sollten Sie außerdem den Zustand des Mobiliars prüfen und, wenn nötig, die Möbel restaurieren.

ÖFFNUNGSZEITEN

TIPP 17: Generell benötigen Sie zwei Schichten: beispielsweise von 6-15 Uhr und von 15-24 Uhr. Bei einem extrem hohen Kundenaufkommen zu einer bestimmten Uhrzeit sollte auf jeden Fall eine dritte Schicht eingeteilt werden. Laufburschen müssen immer aktiv sein, auch wenn kein Koch im Laden ist. Diese garantieren die pünktliche Belieferung des filialeneigenen Lagers.

AUSBILDUNG des Personals

TIPP 18: Die Motivation der Angestellten ist wichtig, und Sie sollten die Gehälter so bald wie möglich auf den Maximalwert schrauben. Ausbildungen nur bei denjenigen starten, die gerade frei haben. Sonst halbiert sich ihr Leistungswert während der Arbeitszeit. Sie sollten den Ausbildungsschwerpunkt je nach persönlichen Eigenschaften setzen, also die Servicekraft und die Laufburschen zunächst nach Schnelligkeit, die Manager zu Anfang nach Managementwerten ausbilden. Auf die Gesundheit aller Bediensteten ist in jedem Fall zu achten! Gesunde und gut ausgebildete Angestellte sorgen für ganz besonders hohe Personalbewertungen bei jeder Zielgruppe.

LIEFERSERVICE

TIPP 19: Bei unstetem Kundenaufkommen oder nur geringer Zahl von Laufkundschaft sollten Sie unbedingt einen Lieferservice aufbauen, der zielgruppenspezifisch und stadtweit für zusätzlichen Absatz sorgt. Teilen Sie einfach ein paar Laufburschen dafür ein.

Nicht ohne MANAGER

TIPP 20: Ein Manager ist Pflicht für jede Filiale. Instruieren Sie ihn genau: Setzen Sie einen mittleren Wert für den Zustand der Möbel an, bei Yuppies und Bonzen jedoch den maximalen. Niedrige Zutatenqualität in Ihrem Lager und ein hoher Wert beim zuständigen Manager können dafür sorgen, dass der viele Zutaten einfach verwirft und Sie dadurch Verluste erleiden. Bei gut ausgebildetem Personal und eingespielten Geschäftsabläufen können Sie die Werte Ihres Managers hingegen auf maximal setzen, ohne Schaden fürchten zu müssen. Sie sollten gelegentlich den Leistungsdruck auf Ihr Personal erhöhen, müssen aber darauf achten, dass dessen Gesundheitszustand und Motivation nicht auf unter -1 abfallen.

WACHLEUTE ab HQ Stufe 2

TIPP 21: Ab einem Hauptquartier Stufe 2 müssen Sie sofort jeder Filiale Wachmänner zuweisen! Eine kleine Filiale benötigt einen, eine mittlere einen bis zwei, große Filialen zwei bis drei. Die Bewachung wird ebenfalls in die Bewertung der Filialen miteinbezogen. Zu viele Sicherheitsleute wirken aber auch abschreckend auf manche der besonders empfindlichen Zielgruppen. Sie können die Leute auch ausbilden: Eine Wache mit Ausbildungsstufe 3 entspricht drei Wachen auf Stufe 1. Ein Training der Wachen rentiert sich erst ab einer Spielstufe, auf der Ihnen der Gegner mit ausgebildeten Gangstern zu Leibe rückt. Im Hauptquartier sollten auf jeden Fall stets mindestens vier Posten stationiert sein. Ab dann sollten Sie Ihre Firmenzentrale gut sichern. **GUN**