

Die Bahn kommt

Der Verkehrsgigant

So fließt der Verkehr besser: Tipps für angehende Stadtplaner.

Die Wirtschaftssimulation Verkehrsgigant von Jowood ist zwar nicht sehr schwierig; um das Verkehrsnetz Ihrer Stadt vollends zu optimieren, ist aber doch strategisches Vorgehen nötig. Grundregel: Nutzen Sie stets alle Statistiken, die das Spiel bietet, um den Überblick zu behalten.

Der richtige Start

Nur die
ZENTREN

TIPP 1: Es ist nicht nötig, schon zu Beginn flächendeckend zu arbeiten. Nehmen Sie sich anfangs erst mal die dicht besiedelten Gegenden vor. Die Randbezirke kommen später dran.

Anfangs
KLEINE Busse

TIPP 2: Verpassen Sie nicht Ihr gesamtes Anfangskapital. Anfangs reicht es, maximal fünf Linien mit 20-Sitzern einzurichten. Später können Sie die kleinen Busse gegen größere Modelle austauschen und die alten Fahrzeuge auf neuen, noch wenig belebten (und unprofitablen) Strecken einsetzen.

Linienplanung

Das richtige
ZIEL

TIPP 3: Einkaufszentren werden jeden Tag besucht, Veranstaltungsorte (wie Stadien und Theater) nur am

Wochenende. Die Prioritätenliste lautet also: zuerst Einkaufszentren, dann Schulen und Arbeitsplätze. Danach Freizeitstätten, zuletzt kulturelle Gebäude wie Museen.



Tipp 3: »Kulturgebäude« wie Dome und Museen müssen nicht bevorzugt angebunden werden.

TIPP 4: Bauen Sie anfangs nur Buslinien. Erst, wenn die überlastet sind, sollten Sie auf

BUS statt
Bahn

Straßenbahnen umsteigen. Legen Sie die Bahnlinien parallel zu den Busverbindungen an, und lassen Sie beide Verkehrsformen eine Zeitlang nebeneinander bestehen. Nach einiger Zeit haben die Kunden die Bahn akzeptiert und ignorieren den Bus – der richtige Zeitpunkt, ihn abzuschaffen.

Der richtige
FAHRPREIS

TIPP 5: Achten Sie bei der Festsetzung der Fahrpreise auf die Zielgruppe: Für Schüler muss Bus- und Bahnfahren natürlich billiger sein. Der Trick ist, wie im echten Leben, die Kosten zu verschleiern. Legen Sie viele kleine Zonen mit hohem Zonenpreis und

niedrigem Grundpreis an. Umgekehrt geht's auch: Wenige große Zonen, niedriger Zonenpreis und hoher Grundpreis. Letztere Variante ist besser für Städte, in denen die Leute viele Kurzstrecken fahren. Übrigens: Erhöhen Sie die Preise nur, wenn Sie auch etwas Neues zu bieten haben, sonst werden die Kunden berechtigterweise sauer.

Vorsicht vor
der SCHWE-
BEBAHN

TIPP 6: Die aufwendige Magnetschwebbahn sollten Sie erst bauen, wenn Sie genügend Geld übrig haben – wie in der Realität ist dieser Zug ein großes finanzielles Risiko für den Betreiber. Erst, wenn Ihre Flächendeckung bei über 60 Prozent liegt, sollten Sie an die Magnetbahn denken. Wenn Sie sie gebaut haben, dürfen Sie nicht an der Werbung sparen, um den Luxuszug rasch bekannt zu machen.

Personal

LOHN-
KOSTEN
sparen

TIPP 7: Sind Sie knapp bei Kasse? Setzen Sie den Lohn der Fahrer auf etwa 70 Prozent. Das hat in der Regel keine schädlichen Auswirkungen auf das Verhalten der Chauffeure gegenüber den Fahrgästen – Ihre Leute bleiben trotzdem freundlich.

Fahrer
FORTBILDEN

TIPP 8: Das durch Tipp 7 gesparte Geld können Sie einsetzen, um Fahrerfortbildungen zu finanzieren. Im Verlauf des Spiels steigt nämlich die Unfallwahrscheinlichkeit für die Fahrzeuge – auch dann, wenn sie gut gewartet werden. Der ideale Wert liegt zwischen 60 und 80 Prozent.

Image verbessern

LIZENZEN
annehmen

TIPP 9: Nehmen Sie unbedingt Lizenzen an, die Ihnen angeboten werden. Oft dauert es ziemlich lange, bis Ihnen die Stadt eine neue Chance gibt. Außerdem steigern die Lizenzen Ihr Image.

Billige
WERBUNG

TIPP 10: Freifahrten zu verteilen ist ziemlich teuer, betreiben Sie lieber in Maßen Anzeigenwerbung. Ein netter Trick ist, Schülerfreifahrten für Linien zu verschenken, die von Kindern gar nicht benutzt werden, weil keine Schule in der Nähe ist. Das kostet nichts, bringt aber trotzdem Image.

Zufriedene
FAHRGÄSTE

TIPP 11: Wenn die Fahrgäste auf einer Strecke unzufrieden werden, sollten Sie im Modus »Linie einrichten« die betreffende Linie anwählen und auf das Hammer-Icon klicken. Editieren Sie die Linie jedoch nicht, sondern bestätigen Sie einfach. Die doofen Kunden denken nun, die Linie sei verbessert worden und sind erst einmal wieder zufrieden.

GUN