

Pizza Connection 3

DAS IMPERIUM BÄCKT ZURÜCK

Genre: Wirtschaftssimulation Publisher: Assemble Entertainment Entwickler: Gentlymad Studios Termin: 22.3.2018 Sprache: Deutsch, Englisch
 USK: ab 6 Jahren Spieldauer: 30 Stunden Preis: 30 Euro DRM: ja (Steam)

Burger-Pizza, Schoko-Pizza, vegane Pizza: In den letzten Jahren hat sich der Fladen-Klassiker immer mehr gewandelt. Doch Pizza Connection 3 macht so modernes Zeug nicht mit – und entpuppt sich in unserem exklusiven Vorabtest als Vertreter alter Kochschule.

Von Martin Deppe

Pizzabacken ist soooo leicht! Einfach Zutaten auf dem Teig verteilen, backen, servieren, reich werden! Okay, vielleicht war es keine gute Idee, eine verschlossene Fischdose auf dem Teig zu drapieren, und der

Frosch war auch etwas übertrieben. Und warum muffelt es eigentlich aus dem Kühlraum? Zum Glück haben wir seit Tagen keine Gäste, merkt also keiner ...

Die Wirtschaftssimulation Pizza Connection 3 lässt den Klassiker Pizza Connection von 1994 und seinen Nachfolger von 2001 wiederauferstehen. Als Pizzeriaibesitzer entwerfen wir Pizzen, richten unsere Restaurants ein, heuern Personal an und so weiter. Der Trick dabei ist, für die sechs unterschiedlichen Zielgruppen die richtige Mischung aus Pizzangebot, Einrichtung, Preisen, Öffnungszeiten und Service optimal hinzubekommen. Teenager und Arbeiter mögen zum Beispiel Salami und Co., Touristen lieben Kräuter, Studenten wollen Obstbelag – warum auch immer. Auch unsere Einrichtung wirkt sich aus, die fleischfressenden

Teenies fordern gefälligst ein modernes Interieur, Touristen mögen's rustikal.

Vom Foodtruck zum Pizza-Imperium

Pizza Connection 3 führt euch in diverse Metropolen wie Rom, Paris, London, Washington, Sydney und Berlin. Die dienen als quirlige Kulisse, in der die Zeit in drei Geschwindigkeitsstufen voranschreitet, Tag- und Nachtwechsel inklusive. Optional können wir auch pausieren, um etwa größere Umbauten durchzuführen. Im freien Spiel picken wir uns unsere Stadt selbst heraus und stellen Details wie Bevölkerungsgröße (je mehr, desto Kundschaft), Startkapital und Konkurrenten ein. In der Kampagne hingegen backen wir anfangs ganz kleine Pizzabrötchen. Mit einem einsamen Food-Truck in Rom geht's los, doch das Teil hat einen entscheidenden Vorteil: Wir können ihn ganz leicht zu einer anderem der vorgegebenen Stellplätze schicken. Morgens Arbeiter an der U-Bahn abfangen, und nachmittags beim Kolosseum Touris abgreifen? Kein Problem! Bei unseren Restaurants hingegen müssen wir gut aufpassen, dass wir uns nicht ins finanzielle Abseits schießen, denn hier gibt's viel mehr zu investieren, und verschieben lassen sich die Pizzerien danach logischerweise nicht mehr.

Eine typische Kampagnenmission oder freie Partie sieht daher so aus: Eines von mehreren vorgegeben Restaurants pachten – die wahrscheinlichen Zielgruppen und wann sie voraussichtlich zum Essen vorbeikommen, das sehen wir vorab anhand einiger Prognosekurven. Dann stellen wir ein paar Pizzarezepte zusammen, die den anvisierten Zielgruppen hoffentlich munden. Dabei geht's schon los mit dem Feintunen –



Pizzerien gibt's in unterschiedlichen Größen und Grundrissen, die wir noch verändern können. Küche, Lager und Gästeraum brauchen wir immer, die Garage für den Lieferroller ist optional.



Ein Polizist (roter Kreis) hat unseren Mafioso geschnappt. Der konnte zum Glück davor noch den gegnerischen Ofen sabotieren und so die Konkurrenz schwächen.



Lager verkürzen die Zutaten-Transportwege und können mehrere Restaurants beliefern.

wenn wir zum Beispiel zu viele und zu unterschiedliche Pizzen anbieten, machen wir zwar unsere potenziellen Gäste glücklich, brauchen aber zu viele Zutaten. Die wiederum müssen unsere angeheuertten Lieferanten erst ranschaffen, und wenn's hier zu Lieferengpässen kommt, hilft die tollste Speisekarte nix. Also mieten wir ein Lagerhaus in der Nähe, um kürzere Lieferwege zu kriegen – so ein Lager kostet zwar extra, kann aber mehrere Restaurants bedienen, und wir dürfen die Zutatenqualität festle-

gen. Puh, jetzt haben wir aber immer noch keinen Koch, keinen Kellner, also schnell welche einstellen. Wie, die faulen Säcke arbeiten nur sechs Stunden am Tag? Und wollen für diese »Leistung« auch noch ein Gehalt? Weil die ersten Teenies schon vor der

Schule Pizza mampfen und die Arbeiter nach der Spätschicht aufschlagen, müssen wir in mehreren Schichten hintereinander arbeiten. Ein zweiter Koch zur Rush Hour wäre auch nicht schlecht, doch der braucht ja einen eigenen Ofen ...



Wir basteln uns eine etwas unförmige Pizza: Jede Zielgruppe mag unterschiedliche Zutaten. Arbeiter stehen zum Beispiel auf Wurst und Fleisch. Übertreiben sollten wir es aber nicht: Der Regenwurm ist noch okay, den Frosch lassen wir besser weg.



Gemischtes Publikum: Teenies, Bonzen und Gruffties mögen unseren Laden. Unten trudelt ein Lieferant ein und beendet unseren Zutaten-Engpass.



Martin Deppe

@GameStar_de

Bei uns im Dörfchen gab es mal eine Pizzeria. Von den Einheimischen ist da kaum jemand hingegangen, weil die Besitzer ein bisschen als etepetete verschrien waren. »Kann so schlimm ja nicht sein«, dachte ich mir als frisch Zugezogener, rufe dort an und will eine Pizza ordern. Zum Selbst-abholen. Das war der erste Fehler: »Sowas machen wir eigentlich nicht«, ertönt es pikiert am anderen Ende der Leitung. »Aber gut. Was für eine Pizza möchten Sie denn?« Ich begehe den zweiten Fehler: »Ach, einfach eine Hawaii.« Betretenes Schweigen. Ein Seufzen. »Sowas machen wir eigentlich auch nicht. Hawaii ist schließlich nicht in Italien. Aber vielleicht haben wir ja noch etwas Ananas da.« Keine Ahnung, ob es an meinen total abgehobenen Wünschen lag, jedenfalls musste das Etablissement kurz nach dem Telefonat dichtmachen. Jetzt sind da richtig nette Pizzabäcker drin, die mir Hawaii-Pizza backen, beim Warten einen Espresso anbieten und ein bisschen plaudern.

Warum ich euch das hier erzähle? Weil die neue Pizzeria eigentlich genau wie Pizza Connection 3 ist: angenehm altmodisch, ohne (böse) Überraschungen, zum vernünftigen Preis. Wer gerne plant, Restaurants einrichtet, Dienstpläne bastelt und seine Zielgruppenakquise optimiert, wird hier gut bedient. Allerdings ist Pizza Connection 3 kein Spiel für jeden Abend, dafür wiederholen sich Abläufe zu oft. Aber wer will schon jeden Abend Pizza?

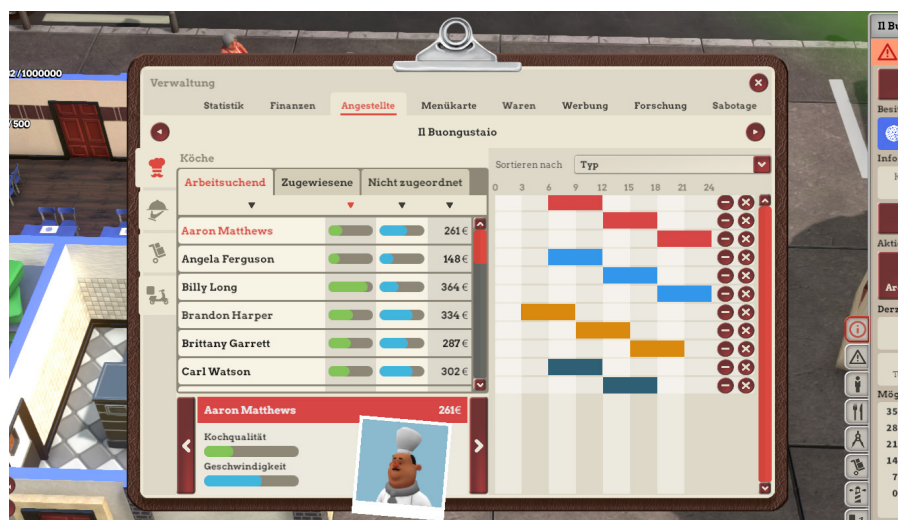
Trial & Error

Während uns die Kampagne wie ein langes Tutorial an die diversen Spielelemente heranführt und Neuerungen vorstellt (dazu gleich mehr), fehlt uns anfangs ein bisschen das Gefühl für die großen Zusammenhänge. Klar, eine Pizza mit passenden Zutaten für Zielgruppe X ist leicht gebastelt, aber wie teuer darf die eigentlich sein? Einmal haben wir zum Beispiel Unmengen an Zutaten draufgepackt, sodass die Pizza schon im Einkauf bei über 40 Euro lag, im Verkauf haben wir 50 verlangt – und das Ding wurde trotzdem bestellt, und zwar nicht nur von den Bonzen, sondern auch von eigentlich knausrigen Teenagern. Auch die Personalpolitik ist erst mal Trial & Error, bis man ein Gespür dafür kriegt, ob sich teure Köche wirklich lohnen – oder ob der billige, aber langsame besser für die Bilanz ist.

Doch mit der Zeit kriegt man ein ganz gutes Gespür dafür, was funktioniert und was nicht, zumal uns Pizza Connection 3 glücklicherweise auch sehr konkrete Warnungen und Lösungsvorschläge gibt und uns etwa auf einen Personalmangel oder Zutatenengpass hinweist. Immer wieder bekommen wir auch Meldungen, wenn eine bestimmte Zutat bei einer Zielgruppe besonders gut ankommt, sodass wir auch weitere Rezepte damit ausstaffieren können.

Klassische Kampagne

Die Kampagnen-Weltreise solltet ihr wie erwähnt eher als langes Tutorial sehen, das euch auf das freie Spiel vorbereitet. Denn die Story um unsere alte Familiengeschichte, um neue Freunde und Erzfeinde von damals ist zum einen nicht sonderlich wendungsreich, zum anderen eher dröge



Weil Köche, Kellner und Lieferanten nur sechs Stunden am Stück arbeiten, müssen wir Schichtpläne basteln. Denn die Kundschaft hat fast rund um die Uhr Hunger.

erzählt. Wenn wir bestimmte Aufgaben schaffen, werden uns Briefe vorgelesen, die den nächsten Abschnitt einläuten: Etwa eins von drei Restaurants in Paris übernehmen, oder in London Pizzen entwerfen, die very british klingen sollen. Aus Quattro Stagioni wird dann eben »Fab Four«. Wie diese Beatles-Pizza letztendlich aussieht oder auf der Insel ankommt, ist egal. Hauptsache, wir haben sie so benannt. Neben solchen simplen Aufgaben gibt's aber auch deutlich knackigere. Einmal mussten wir in ein paar Tagen möglichst viele Pizzen absetzen. Also haben wir viele billige produziert – nur um festzustellen, dass wir beim nächsten Auftrag Gewinn X erwirtschaften müssen, ebenfalls mit Zeitvorgabe. Also wieder alles umstellen ...

Zur trocken inszenierten Kampagne kommt hinzu, dass sie auf Dauer kaum Überraschungen auffährt. Hier 400 Kunden bedienen, dort die Zufriedenheit auf 55 Prozent steigern, hier eine Million verdienen – da wäre bei dem Szenario deutlich mehr drin gewesen. Zumal sich viele Abläufe wiederholen, zum Beispiel ist Schichtplan-Basteln nach dem dröfligsten Mal echt nicht spannender als beim allerersten Restaurant.

Viva la Vespa!

Dafür schalten wir in der Kampagne nach und nach Forschungsfelder frei (im freien Spiel dürfen wir festlegen, welche Forschungsstufen bereits erledigt sind). Zum Beispiel den Lieferservice: Fortan können wir unsere Pizzerien mit einer Garage ausstatten, aus der unsere Pizzafahrer automatisch die weitere Umgebung beliefern, ganz klischeeklassisch per Vespa-Motorroller. Auch unsere Marketingmöglichkeiten erweitern sich durch Forschung. Anfangs dürfen wir gerade mal ein Maskottchen anheuern, das im peinlichen Pizzakostüm passierende Passanten anlockt. Während das noch ganz witzig aussieht, weil unser unterbezahltes Maskottchen zum Beispiel nach Dienstschluss vor der Pizzeria zeltet, sind die viel teureren Marketingkampagnen eine reine Zusammenklick-Geschichte: Zielgruppe und Medium auswählen (Studenten mögen Social Media, Rentner ihr Radio und so weiter), Werbethema wählen (Super Service! Niedrige Preise!), und schon flutscht das Geld vom Konto. Ob's wirklich was bringt, ist noch schwer zu sagen, denn die Entwickler feilen hier – wie auch an etlichen anderen Stellen im Spiel – noch am Balancing.

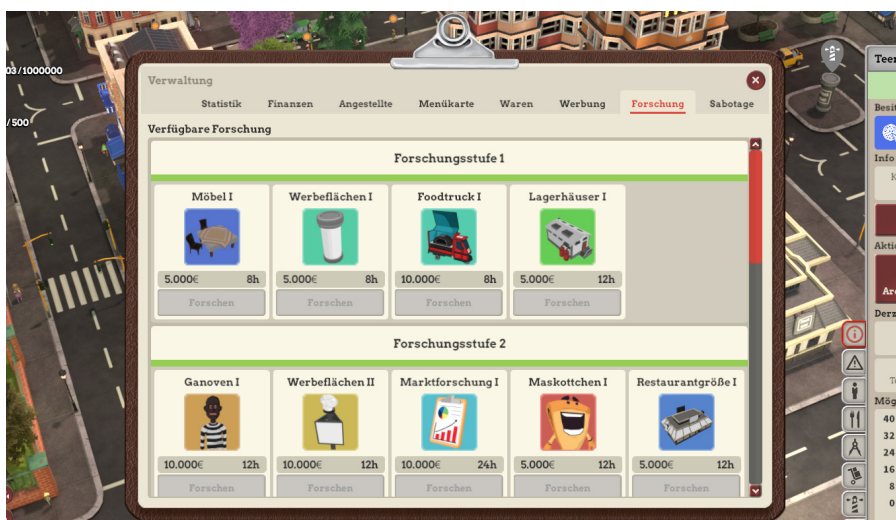
Konkurrenz zerlegt das Geschäft

Neben legalen Wettbewerbsvorteilen dürfen wir auch zu unlauteren greifen. Dann stellen wir Handlanger, Krawallmacher oder Mafiosi ein, die wir wie in einem Echtzeit-Strategiespiel durch die Stadt steuern. Ihr Ziel: Gegnerische Maskottchen verprügeln, Küchen sabotieren oder eine Rattenfamilie im Speiseraum der Konkurrenz aussetzen, damit dort aus zahlenden Gästen Weglaufkundschaft wird. Dabei müssen wir aufpassen, dass unser Spitzbub nicht in die Arme eines Polizisten gerät, denn die Cops patrouillieren durch die Städte, und wenn sie zu nah rankommen, nehmen sie unseren Saboteur fest. Sonderlich spannend sind die krummen Touren allerdings nicht, zum Glück spielen solche Aktionen aber auch keine große Rolle. Wer ganz darauf verzichten will, wählt im freien Spiel friedliche Konkurrenten.

Derzeit arbeitet das Entwicklerteam noch am Balancing der KI-Mitbewerber, sodass die auch glaubwürdig agieren. Auch das oben erwähnte Feintuning der Missionsziele und Zutatenmengen ist noch in Arbeit – ihr wisst schon, die 50-Euro-Pizza. Wenn dieser Feinschliff funktioniert, wird Pizza Connection 3 eine wirklich runde Sache. ★



Die Kampagne beginnt mit einem simplen Pizza-Truck, der praktischerweise den Standort wechseln darf. Später können wir die unkomplizierten Dinger immer noch flexibel einsetzen.



Forschen ist zwar vergleichsweise teuer, bringt im Restaurantalltag aber handfeste Vorteile wie größere Etablissements, Werbeplakate oder bessere Marktforschung.

PIZZA CONNECTION 3

SYSTEMANFORDERUNGEN

MINIMUM

noch keine Angaben möglich

EMPFOHLEN

noch keine Angaben möglich

PRÄSENTATION

- nette Comic-Grafik
- viel Oldschool-Flair
- lebendige Städte
- könnte mehr Animationen vertragen
- wenig Soundeffekte

SPIELDESIGN

- viel zu planen und zu optimieren
- spaßiges Experimentieren mit Rezepten
- Abläufe wiederholen sich
- wie spielen sich die Sabotage-Aktionen?
- wie gut ist der Feinschliff?

BALANCE

- viele Optionen beim freien Spiel
- Kampagne als langes Tutorial
- Checklisten, Warnungen, Tipps
- wird die Kampagne abwechslungsreicher
- wie wirkt sich das Marketing aus?

ATMOSPHÄRE / STORY

- viel sichtbares Feedback
- schicke Metropolen
- motivierende Karriere vom Pizza-Truck zum Imperium
- lahm präsentierte Story
- wenig Überraschungen

UMFANG

- Kampagne mit vielen Städten
- umfangreicher Forschungsbaum
- sehr viele Zutaten
- mehrere Restaurants gleichzeitig führen
- nur ein einziges Ofenmodell

FAZIT

Wirtschaftssimulation alter Schule, mit viel Comic-Flair und jeder Menge Planen, Optimieren und Ausbauen. Könnte mehr Abwechslung ertragen.

74-79