

Das Notizbuch
eines erfolgreichen
Pizzaunternehmers

SOFTWARE 2000



Inhalt

Installation	4
Das Notizbuch	7
Hilfen	7
Schnellstart	8
Der einfache Einstieg	8
Die harte Tour	10
Willkommen in Pizza World!	13
Charakter	13
Kampagne / Neues Spiel	14
Eigene Missionen	15
Geschäftserfahrung	16
Der perfekte Standort	16
Rezepte	18
Die Standardpizza	19
Eigene Rezepte	19
Restaurants	22
Raumaufteilung	22
Einrichtung	23
Speisekarte	25
Zutaten	26
Filiale eröffnen	27
Personal	27
Personalverwaltung	29
Marketing	31
Marktforschung	32
Werbung	33
Unterwelt	35
Schützen	35
Ärgern	36
Angreifen	37
Technische Tips	39
Registrierung & Support	40
Credits	42

Installation

Pizza Syndicate Runner

Beenden Sie zuerst alle noch geöffneten Windowsanwendungen. Legen Sie die Pizza Syndicate CD in Ihr CD-ROM Gerät ein. Es wird nun der Pizza Syndicate Runner automatisch gestartet. Der Runner ist Ihre Tür zu Pizza-World. Von hier aus können Sie zu Beginn das Programm oder DirectX auf Ihrem Rechner installieren. Später starten Sie auch von hier aus Pizza Syndicate.

Sollte bei Ihrem CD-ROM Laufwerk die Autorun-Funktion abgeschaltet sein, so müssen Sie den Runner auf der CD selbst starten. Dazu klicken Sie zweimal schnell hintereinander auf das Symbol „Arbeitsplatz“ auf Ihrem Windows Hintergrund. In dem dadurch geöffneten Fenster suchen Sie das Symbol für Ihr CD-ROM Laufwerk und klicken dies mit der rechten Maustaste an. In dem sodann erscheinenden Menü klicken Sie auf das Wort „Öffnen“. Jetzt befinden Sie sich auf der Pizza Syndicate CD. Klicken Sie nun wieder schnell zweimal auf den Eintrag AUTORUN bzw. AUTORUN.EXE. Dies startet den Pizza Syndicate Runner.

DirectX Installation



DirectX ist eine Systemsoftware für Windows 95/Windows 98, die Anwendungen den direkten Zugriff auf die Hardware ermöglicht. Um Pizza Syndicate spielen zu können, muß zuvor DirectX auf Ihrem Computer installiert sein. Wenn Sie sich nicht sicher sind, ob Sie bereits die aktuelle Version von DirectX installiert haben, so empfehlen wir, zuerst das DirectX Setup auszuführen. Dafür klicken Sie im Runner auf den orangenen Computer-Button. Im DirectX Setup wählen Sie die Schaltfläche "DirectX erneut installieren", um Ihre DirectX Installation zu aktualisieren.

Es kann vorkommen, daß Sie den Hinweis erhalten, die vorhandenen Treiber bräuchten nicht aktualisiert zu werden. Quittieren Sie dies durch Klicken

auf „OK“. Unter Umständen findet DirectX unbekannte Komponenten. In diesem Fall sollten Sie die vorhandenen Treiber beibehalten. (Auf "NEIN" klicken.)

Zum Abschluß der Installation werden Sie aufgefordert, den Rechner neu zu starten. Bestätigen Sie den Rechnerneustart durch "OK".

Ihr Rechner wird jetzt neu gestartet.

Pizza Syndicate Installation

Starten Sie den „Pizza Syndicate Runner“ wie oben beschrieben. Klicken Sie nun den Button „Install“. Es folgt der Begrüßungsbildschirm des Pizza Syndicate Installationsmenüs. Das Installationsmenü wird über Buttons gesteuert. Wenn Sie mit der Maus über einen Button fahren, so wird ein kurzer Hilfetext dargestellt.



Die Grundinstallation von „Pizza Syndicate“ benötigt ca. 160 MB. Sie können weitere Komponenten auf die Festplatte installieren, um das Spiel zu beschleunigen. Klicken Sie hierzu auf das rote Kreuz vor der entsprechenden Komponente. Statt des Kreuzes ist dann ein grüner Haken zu sehen. Wieviel zusätzlicher Speicher benötigt wird, steht hinter der Komponente. Im nächsten Bild erhalten Sie einen Vorschlag für das Installationsverzeichnis. Sie können dieses übernehmen oder auch nach Ihren Wünschen verändern. Dafür klicken Sie auf die Lupe. Sie können dann ein Laufwerk und ein Zielverzeichnis bestimmen. Wenn Sie mit Ihren Einstellungen zufrieden sind, starten Sie die Installation mit einem Klick auf  den „Haken-Button“. Der Installationsfortschritt wird Ihnen anhand verschieden belegter Pizzas angezeigt.

Sollte auf dem gewählten Laufwerk zu wenig Speicher vorhanden sein, so werden Sie gefragt, ob Sie dennoch installieren wollen. In diesem Fall sollten Sie die Installation mit einem Klick auf den „X-Button“ abbrechen 

und vor einer erneuten Installation auf dem gewünschten Laufwerk genügend Platz schaffen.



Nach Abschluß der Installation erscheinen nun im Runner zusätzlich die Buttons „Play“ und der Mülleimer zum Deinstallieren. Sollten bei der Installation Probleme aufgetreten sein, finden Sie in der „Readme.txt“ Textdatei auf der CD nützliche Lösungshinweise. Der Inhalt dieser Datei wird Ihnen dargestellt, sobald Sie auf den Button „ReadMe“ klicken. Über „Play“ starten Sie nun das erste Mal Ihr Pizza Syndicate.



Sobald Sie über gespeicherte Spielstände verfügen, können Sie den zuletzt gesicherten Speicherstand auch direkt über das Startmenü von Windows starten. Dafür klicken Sie auf den Windows-START Button. In den nun erscheinenden Menüs klicken Sie nacheinander auf: „Programme“, „Software 2000“, „Pizza Syndicate Quickload“. Mit einem Klick auf den Eintrag „Pizza Syndicate“ starten Sie den Runner.



Das Notizbuch

Ich habe es geschafft! Mit meiner Pizzeriakette habe ich ein Vermögen gemacht und werde mich jetzt verdient zur Ruhe setzen. Ich weiß, Sie haben auch das Zeug dazu! Sie haben zwar noch wenig Erfahrung im Führen eines weltweiten Imperiums, aber ich werde Ihnen helfen. Hier erhalten Sie für Ihren Einstieg mein Notizbuch, in dem ich meine Erfahrungen festgehalten habe.

Alle wichtigen Dinge, die ich im Laufe meiner Karriere lernte, sind in diesem Büchlein festgehalten. Zuerst erläutere ich in Kürze die wichtigsten Schritte, die Sie direkt zu Ihrer ersten eigenen Filiale geleiten. Danach erkläre ich Ihnen die entscheidenden geschäftlichen Zusammenhänge, die Sie für ein besseres Verständnis in dieser Branche benötigen.

Hilfen



Pizza Syndicate wird grundsätzlich mit der Maus gespielt. Alle Bereiche, die Sie mit dem Mauszeiger anklicken können, die sogenannten „Buttons“, reagieren auf die Berührung mit der Maus. Damit Sie auf Ihre Fragen immer schnell eine Antwort erhalten, bietet Ihnen das Programm eine Vielzahl an Hilfen.

Zuerst finden Sie in diesem Handbuch einen Überblick über alle Geschäftsbereiche. Detailliertere Informationen liefert Ihnen das elektronische Handbuch direkt im Spiel, welches Sie mit dem „?“-Button jederzeit aufrufen können. Jeder einzelne Button erklärt sich mit einem Hilfetext am Mauszeiger selbst. Sie brauchen einfach nur den Mauszeiger über einem Button stehen lassen.

Ein Tutorial zeigt Ihnen zu Beginn des Spiels Schritt für Schritt alle Aktionen, die Sie für einen erfolgreichen Start im Pizza-Business absolvieren müssen. Zu folgenden drei Fragestellungen wird Ihnen ein Tutorial angeboten:

- Wie eröffne ich eine Filiale 🍕
- Wie werden Rezepte erstellt 🍕
- Wie wähle ich eine Bank aus und wie schalte ich eine Werbung 🍕

Schnellstart

Nun möchte ich Ihnen verraten, wie Sie am geschicktesten ins Pizza Geschäft einsteigen. Natürlich können Sie gleich von Beginn an den harten Karriereweg einschlagen: Sie eignen sich die nötigen Grundkenntnisse im Tutorial an und absolvieren dann die Kampagnen-Missionen. Besser ist es jedoch, wenn Sie zuerst in Ruhe Erfahrungen in dieser Branche sammeln.

Der einfache Einstieg

Starten Sie einfach eine eigene Mission und lassen Sie sich die Entscheidungen erst einmal komplett von der Automatik abnehmen. Sie beobachten einfach, wie sich Ihr Unternehmen entwickelt. Lernen dabei langsam das Spiel und seine Möglichkeiten kennen. Sie entscheiden dann selbst, wann Sie in welche Angelegenheit selbst eingreifen möchten. Jederzeit können Sie Bereiche Ihres Unternehmens komplett selbst übernehmen, oder diese wieder an die Automatik zurückgeben.

So, wie ich meine Karriere begann, lernen auch Sie die Welt von Pizza Syndicate über den folgenden Weg ganz einfach kennen:



- Mein Einstieg ins Pizza Geschäft begann mit der Entscheidung für eine „Eigene Mission“. Hier kann man die Bedingungen des Spiel's selbst bestimmen und die Automaten verwenden.



- Ich legte mir nun einen passenden Charakter zu. Dabei versuchte ich mir nicht zu viele gute Eigenschaften zu geben, da dies das Startkapital reduziert und mich ziemlich alt werden lässt.

- Danach durfte ich festlegen, wie ich die Mission gestalten möchte. Als Neueinsteiger im Geschäft genügt es, die bestehenden Einstellungen einfach zu bestätigen.



Jetzt sind Sie bereits mitten im Geschehen! Solange Sie keine Automatik ausgeschaltet haben, entwickelt sich Ihr Unternehmen nun ganz von selbst. Beobachten Sie das Stadtleben. Werfen Sie einfach einen Blick auf Ihre Konkurrenz und auf die Entwicklung Ihres eigenen Unternehmens. Sie werden dabei viele interessante Zusammenhänge erkennen. In das Geschehen Ihres Unternehmens können Sie jederzeit selbst eingreifen.

Die harte Tour

Wenn Sie sich für eine geschäftliche Karriere entscheiden, steht Ihnen keine unterstützende Automatik zur Verfügung. Sie müssen alle anfallenden Entscheidungen und Tätigkeiten selbst erledigen. Deshalb sollten Sie vorher mindestens das Tutorial absolviert haben, damit Sie über die wichtigsten Grundkenntnisse verfügen.

Um Ihnen den Einstieg zu erleichtern, habe ich den ersten Tag meiner ruhmreichen Karriere in Stichpunkten festgehalten:



- Um möglichst gut auf alles vorbereitet zu sein, absolvierte ich die drei angebotenen Tutorials. Dies sicherte mir einen guten Start gleich für die erste Mission.

- Meine Karriere begann ich dann mit der Entscheidung für „neues Spiel starten“. So gelangte ich zu den festen Missionen.



- Ich legte mir die für die bevorstehende Aufgabe passenden Charaktermerkmale zu. So sicherte ich mir genügend Startkapital und möglichst viel Talent.

- Ich habe für meine erste Mission Venedig gewählt. Die gestellte Aufgabe ist nicht allzu schwer und die Stadt ist sehr übersichtlich aufgebaut.



- In Venedig habe ich mir sofort ein kleines leerstehendes Gebäude in zentraler Lage mit viel Publikumsverkehr gesucht. Dieses habe ich dann als Filiale gemietet.

- Damit ich möglichst früh über einen größeren finanziellen Spielraum verfügte, eröffnete ich danach sofort ein Konto bei einer Bank. So war ich auch in der Lage, im Falle eines Falles Kredite aufzunehmen.



- Jetzt konnte ich mich um die Einrichtung meiner Filiale kümmern. Auf jeden Fall brauchte ich einen Ofen, sowie Stühle und Tische für meine Gäste.



- Meine erste Speisekarte stattete ich mir mit den Rezepten aus, die ich bereits besaß. Bei dieser Gelegenheit legte ich auch gleich die Preise fest.

- Als es um die Auswahl eines Lieferanten ging, entschied ich mich anfangs für eine niedrige Zutatenqualität, damit die Kosten nicht zu hoch sind.



- Nun konnte ich meine erste Filiale eröffnen!

- Da man jedoch nicht alles allein erledigen kann, stellte ich zum Abschluß meiner Vorbereitungen noch einen fähigen Koch und eine flinke Servicekraft ein.



Damit steht Ihrem Weg zum Pizzamillionär nichts mehr im Wege. Alle wichtigen Dinge, die ich im Laufe meiner Karriere gelernt habe, sind auf den folgenden Seiten niedergeschrieben.

Willkommen in Pizza World!

Vor Ihnen liegt eine blühende Karriere – vielleicht sogar als Boss eines weltumspannenden Firmenimperiums! Sie sind dabei mit allem, was Sie brauchen, ausgerüstet: Mit Ihrem guten Geschmack, dem nötigen Geschäftssinn und etwas Startkapital.

Nachdem Sie die Pforte zu Pizza World durchschritten haben, stellen Sie direkt die Weiche für Ihren zukünftigen Karriereweg. Sind Sie eher an einem direkten geschäftlichen Schlagabtausch in selbst definierten Grenzen interessiert? Dann wählen Sie den Weg der „Eigenen Mission“.

Oder bevorzugen Sie eher den „klassischen“ Karriereweg? Dann müssen Sie sich in aller Welt, in den unterschiedlichsten Aufgaben beweisen. Sollte diese längerfristige Herausforderung für Sie die reizvollere Möglichkeit sein, dann wählen Sie „Neues Spiel beginnen“.

Charakter

Zuerst sollten Sie sich den Bewohnern von Pizza World einmal vorstellen. Mit welchen Merkmalen Sie gegenüber den Leuten auftreten möchten, bestimmen Sie während der Charakterwahl. Je nachdem, für welche Eigenschaften Sie sich entschieden haben, haben Sie Stärken oder Schwächen. Aufgepaßt: Sie sollten bei der Vergabe Ihrer positiven Eigenschaften nicht zu großzügig vorgehen, da Ihnen ansonsten nur

wenig Startkapital bleibt oder Sie bereits zu Karrierebeginn steinalt sind. Viel Startkapital erleichtert Ihnen den Einstieg in neue Aufgaben erheblich. Wenn Sie dies jedoch allzu sehr auf Kosten Ihrer Charaktereigenschaften realisiert haben, dann werden Sie dies im Laufe der Zeit als Nachteil zu spüren bekommen. Den besten Kompromiß zwischen Geld und Können müssen Sie für sich selbst finden.

Beim Aufbau einer „klassischen“ Karriere, spielt vor allem das Alter eine Rolle („Neues Spiel starten“). Wenn Ihr Charakter bereits zu Beginn seiner Karriere zu alt ist, muß er sich wahrscheinlich aus Altersgründen aus dem Geschäft zurückziehen, bevor alle Missionen erfüllt werden konnten.

Kampagne/Neues Spiel

Jeder ehrgeizige, aufstrebende Jungunternehmer träumt vom Chefsessel des größten Pizza-Konzerns in Pizza World. Doch nur die Besten haben eine Chance. Deshalb wurde ein hartes Auswahlverfahren für künftige Unternehmensleiter ersonnen. Um in einem solchen Megaunternehmen an die Spitze zu gelangen, muß der Aspirant einen Test bestehen, der alle seine Fähigkeiten unter Beweis stellt.

Wenn Sie den Karriereweg gewählt haben, nehmen Sie diese Herausforderung an. Versuchen Sie alle Aufgaben der Prüfung erfolgreich zu lösen. Sie sehen eine Weltkarte voller Aufgaben vor sich. Ihr Charakter muß sich in allen Missionen bewähren. Dann hat er sich würdig gezeigt, selbst an der Unternehmensspitze zu stehen.

Jede Stadt fordert Ihre Fähigkeiten mit einer anderen Problemstellung heraus. In welcher Reihenfolge Sie die Aufgaben lösen, ist nicht vorgegeben. Mit jeder Aufgabe, die Sie annehmen, erwerben Sie Ansehen. Die Erfolgreichsten erhalten sogar Einzug in die edlen Hallen des Pizzabäcker-Olymps! Dort werden die größten Geschäftsleute – wie auch die verruchtesten Gauner verewigt.

Ihre Karriere endet, sobald Sie alle Aufgaben übernommen haben oder wenn Sie frühzeitig aus Altersgründen ausscheiden. Sollten Sie bei kriminellen Aktionen viele schwere Verletzungen davontragen, könnten Sie schon früh aus dem Geschäftsleben ausscheiden. Wenn es Ihnen hingegen gelingt, an die Spitze des Pizzabäcker-Olymps zu gelangen, erreichen Sie Ihren verdienten Platz an der Unternehmensspitze.

Der wahre Boss des Pizza-Konzerns sind Sie jedoch erst, wenn Sie sowohl in der Geschäftswelt als auch in der Unterwelt ein hohes Ansehen erlangen. Den aktuellen Herrscher über das Firmenimperium finden Sie unterhalb der beiden Säulen des Olymp. Erst, wenn Ihr Name dort erscheint, haben Sie es geschafft!

Eigene Missionen

Pizza Syndicate bietet Ihnen auch Gelegenheit für Herausforderungen nach Ihrem eigenen Geschmack. Entweder als Training für eine Karriere, oder als Möglichkeit, sich in besonderen Situationen zu beweisen. Sie selbst bestimmen die Größe des Marktes, die Anzahl der Konkurrenten und das erklärte Ziel.

Sie können diese Missionen auch so gestalten, daß der Wettstreit in bis zu 6 Städten gleichzeitig stattfindet. Bei sehr langfristig angelegten eigenen Missionen ist es sogar möglich, ebenfalls in den Pizzabäcker-Olymp aufzusteigen.

Wenn Sie Ihre eigenen Missionen als Training verstehen, oder sich eher auf einzelne Aspekte eines Pizza-Unternehmens konzentrieren möchten, können Sie die unterschiedlichen Unternehmensbereiche an Assistenten abgeben, die dann völlig selbsttätig arbeiten. Beispielsweise kann ein Assistent (bei aktivierter Einrichtungsautomatik) alle Ihre Filialen automatisch möblieren. Bei automatisierten Aktionen steigt Ihr Ansehen jedoch nicht.

Geschäftserfahrung



Als junger, hoffnungsvoller Berufsanfänger, fehlt Ihnen im Pizza-Business wahrscheinlich noch etwas die Erfahrung. Die folgenden Seiten sollen Sie deshalb mit einigen Hintergrund-Informationen versorgen, damit Ihr Start möglichst reibungslos verläuft.

Der perfekte Standort

Als guter Geschäftsmann müssen Sie herausfinden, was sich Ihre Kunden wünschen. Aber vor allem muß der Kunde zu Ihnen finden können. Auch die schönste Pizzeria wird Pleite gehen, wenn sie ungünstig gelegen ist.

Um einen lukrativen Platz für eine Filiale zu finden, sollten Sie die jeweilige Stadt etwas näher kennenlernen. Verschaffen Sie sich einen Überblick, wie die Stadt aufgebaut ist. Wo finden sich die meisten Arbeitsplätze, wo sind die Einkaufsmöglichkeiten, wo kann man seine Freizeit verbringen und wie bewegen sich die Publikumsströme?

Natürlich kann man nicht alles auf einmal erfassen. Oft genügt es, sich über die umliegenden Gebäude zu informieren, um einschätzen zu können, ob ein Stadtviertel interessant sein könnte. Gute Gegenden erkennen Sie am einfachsten und offensichtlichsten an den vielen Bewohnern, die sich durch die Straßen bewegen.

Jeder Einwohner einer Stadt ist ein Individuum, das einen festen Tagesablauf hat, eigene Vorlieben pflegt und sich ganz persönlich seine Meinung über das Angebot bildet. Einwohner gehen zur Arbeit, zur Schule oder treffen sich abends in ihrer Lieblingskneipe. Fußballfans besuchen die Spieldarstellungen, und reisefreudige Einwohner aus anderen Städten erscheinen hier als Touristen. Sie können jedem einzelnen, wenn



Sie möchten, sogar einen Spitznamen geben. Alle Einwohner haben jedoch eines gemeinsam: Sie sind heiß auf Pizza! Deshalb suchen sie, sobald sie im Laufe eines Tages hungrig geworden sind, sofort nach der nächstgelegenen Pizzeria (Sie erkennen dies am Pizza-Symbol über dem Kopf). Sollte die Ausschau nach einiger Zeit jedoch erfolglos bleiben, brechen sie die Suche ab.

Wenn Sie Informationen über ein bestimmtes Gebäude erfragen, erhalten Sie meist eine grafische Aufstellung darüber, welche Einwohner zu welcher Zeit zu diesem Gebäude gehen werden. Aus diesem Grund ist der Tag in Pizza World in 6 Zeitzonen aufgeteilt: morgens, vormittags, mittags, nachmittags, abends und nachts. Die Öffnungszeiten der Restaurants richten sich auch nach diesen Zeiten.

Haben Sie sich für einen Standort entschieden, kann auch die Größe der Räumlichkeiten eine Rolle spielen. Eine Filiale oder ein Lagergebäude ist immer so groß wie das leerstehende Gebäude, aus dem es entstanden ist. Beides läßt sich nachträglich noch ausbauen, dies kostet jedoch Zeit und Geld. Zu große Gebäude sind jedoch auch teuer im Unterhalt und sind nur mit mehr Personal zu bewirtschaften. Wählen Sie deshalb die Größe des Gebäudes mit Bedacht!

Filialen sollten natürlich immer an Orten eröffnet werden, an denen sich auch möglichst viele Bewohner aufhalten. Wenn Sie hingegen einen Platz für ein Lagergebäude, eine Polizei oder eine Kirche suchen, sind auch abgelegene Orte kein Problem.



Rezepte

Um eine gute Pizza zu belegen, braucht es nicht viel, doch das wenige sollte sorgfältig dekoriert werden, damit das Ergebnis wirklich ein Genuß wird.

Die Grundlage jeder Pizza ist der gute Teigboden. Für den klassischen Hefeteig werden 200g Mehl, 15g Hefe, Salz, 2 El Öl und 100 ml lauwarmes Wasser benötigt. Das Mehl mit 1 Teelöffel Salz in einer Schüssel mischen. In die Mitte eine kleine Vertiefung drücken. Die Hefe zerbröckeln und mit dem Wasser verrühren. 2 Eßlöffel Öl zum Mehl geben und alles kräftig verkneten, bis Luftblasen hörbar platzen. Danach den Teig abgedeckt an einem warmen Ort etwa 1 Stunde gehen lassen, bis sich das Volumen verdoppelt hat. Danach kann der Teig in die gewünschte Form gebracht werden. Pizza Syndicate hat den Teig für Ihre Pizzas bereits mit Liebe vorbereitet und sogar einige formschöne Funktionsbuttons mit eingeknetet.

So wie der Teig die Grundlage für Ihre Pizza ist, sind Ihre Rezepte die Grundlage für Ihr Unternehmen. Natürlich sollten Sie bei Ihren Rezepten den eigenen Geschmack kreativ wirken lassen, um Ihre eigene Note zu finden. Jedoch müssen vor allem die Einwohner in Pizza World mit Ihren Kreationen zufrieden sein. Nur wenn diese gern bei Ihnen essen, wird Ihr Geschäft aufblühen.

Grundsätzlich wird zwischen zwei verschiedenen Rezeptkategorien unterschieden: Der Standardpizza und der Eigenkreation.



Die Standardpizza

Die Einwohner von Pizza World haben eine sehr genaue Vorstellung davon, wie z.B. eine Pizza Margerita oder eine Pizza Hawaii auszusehen hat. Die Kunden bestehen deshalb darauf, daß diese Pizzas ihren Erwartungen möglichst genau entsprechen. Eine Bewertung dieser Standardrezepte erfolgt somit nur nach der Ähnlichkeit zu der jeweiligen „Idealpizza“.

Die Wahl Ihrer Zutaten darf sich ausschließlich nach der Mustervorlage richten, die Sie bei einer Standardpizza mit der Kamera betrachten können. Auch Größe, Anzahl, genaue Position und Ausrichtung einer Zutat sind Ihren Kunden wichtig.

Bei der Bewertung erfahren Sie sodann aus einer repräsentativen Umfrage, wie gut es Ihnen gelungen ist, die Idealpizza zu treffen. Eine Standardpizza eignet sich vorzüglich dazu, alle Zielgruppen auf einmal zufriedenzustellen.

Auch wenn die Bewertung Ihrer Standardpizza bei der Umfrage einfach kolossal war - auf der Speisekarte sieht das Rezept plötzlich nicht mehr so super aus. Dies liegt daran, daß Ihre Gäste sehr wohl wissen, daß es eben nur ein Standardrezept ist. Wenn Sie glückliche Gesichter beim Lesen Ihrer Speisekarte sehen möchten, müssen Sie schon eigene Kreativität beweisen.

Eigene Rezepte

Bei Ihren Eigenkreationen können Sie sich richtig nach Herzenslust austoben. Sie möchten aber sicherlich Ihre Meisterwerke auch noch vernünftig an Ihre Gäste bringen. Deshalb sollten Sie einige Dinge unbedingt beachten:

Die Einwohner von Pizza World sind allesamt Ästheten. Sie nehmen es sehr schnell übel, wenn die Pizzas lieblos hingeklatscht aussehen. Dabei sind sie ziemlich pingelig. Der Teig sollte gleichmäßig, nicht zu dünn und

nicht zu dick belegt sein. Bei den einzelnen Zutaten lohnt es sich, auf Symmetrie und Ausrichtung zu achten. Ihre Gäste werden dies zu schätzen wissen.

Bei aller Liebe zu Ihren Kreationen, sollten Sie niemals aus den Augen verlieren, daß Ihre Rezepte auch bezahlbar bleiben müssen. Außer den Bonzen und vielleicht den Yuppies wird wohl niemand bereit sein, für eine Pizza soviel zu zahlen, wie für ein 3-Gänge-Menü. Wieviel ein Gast für eine Pizza ausgeben kann, hängt auch von den Einkommensverhältnissen in seiner Stadt ab.

Die Hauptfrage wird wohl immer lauten: Welche Zutaten sollen auf die Pizza? Grundsätzlich ist dies natürlich Ihrem persönlichen Geschmack überlassen. Wenn Sie jedoch auf den Geschmack Ihrer Gäste Rücksicht nehmen möchten (was sich lohnen könnte), gibt es drei Dinge, an denen Sie sich orientieren können:

1. Für welche Zielgruppe soll die Pizza sein?

Natürlich lohnt es sich immer, besonders die Zielgruppen zufriedenzustellen, die auch häufig in Ihre Filiale kommen. Welche das sind, können Sie erahnen, wenn Sie auf die Gebäude in der Nähe Ihrer Filiale klicken. Eine genaue Aufstellung Ihrer Gäste gibt Ihnen die Nachfragegrafik in Ihrer Filiale. Dies aber natürlich erst, wenn Ihre Filiale bereits im Geschäft ist.

2. Die grundsätzlichen Vorlieben

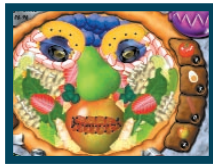
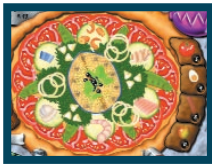
Jede Zielgruppe hat bestimmte Vorlieben, die weltweit Gültigkeit haben. So stehen die Prolls beispielsweise besonders auf Fleisch und lieben keine originellen Überraschungen. Welche Zielgruppe welche Vorlieben hat, finden Sie direkt bei den Rezepten auf einem der beiden Notizzettel.

3. Der spezielle Geschmack

Wenn Sie Ihr Rezept ganz speziell auf den Geschmack eines Landes oder einer Stadt zuschneiden möchten, dann hilft Ihnen dabei die Statistik. Dort finden Sie eine Darstellung der beliebtesten und der unbeliebtesten Zutaten für jede Stadt. Dies ist leider auch für jede Zielgruppe unterschiedlich. Am Besten ist es immer, wenn Sie für Ihr Rezept eine Zutat verwenden, die im Landesgeschmack und im Stadtgeschmack möglichst beliebt ist (möglichst weit links steht) bzw. häufig vorkommt.

Natürlich wird nicht jedem Gast Ihre Pizza gleich gut schmecken, da jeder seine eigenen kleinen Vorlieben hat. Mit einer aggressiven Werbestrategie sind Sie jedoch diesen Unwägbarkeiten nicht hilflos ausgeliefert. Mit aufwendiger Werbung können Sie sowohl den Stadtgeschmack als auch den individuellen Geschmack zu Ihren Gunsten beeinflussen.

Auch Ihre eigenen Kreationen können Sie jederzeit einer kostenlosen repräsentativen Umfrage unterwerfen lassen. Sie erfahren dann grundsätzlich, ob Ihre Pizza optisch gut ankommt und wie gut die Vorlieben der Zielgruppen berücksichtigt sind. Erst wenn Sie das Rezept auf die Speisekarte einer Filiale setzen, erfahren Sie, wie gut es in dieser Stadt ankommt. Durch den Landes- und Stadtgeschmack kann es durchaus vorkommen, dass ein und das selbe Rezept in der einen Stadt heiß geliebt wird – während es in der anderen Stadt keinerlei Beachtung findet.



Restaurants

Die Erscheinung Ihrer Filiale ist die Visitenkarte Ihres Unternehmens. Die Ausstattung Ihrer Restaurants sollte gut überlegt sein, damit Sie sich nicht von Beginn an die Erfolgchancen verbauen. So verhindert ein schlechter Standort bereits im Ansatz ein gut florierendes Geschäft. Geniale Rezepte und perfektes Personal kommt gar nicht richtig zur Geltung, wenn die Einrichtung ein Chaos bietet, die Speisekarte lieblos zusammengestellt ist oder Ihr Lieferant nur wäßrige, geschmacklose Tomaten liefert.



Raumaufteilung

Sobald Sie eine Filiale gemietet oder gekauft haben, stellt sich die Frage nach der Raumaufteilung. Ein separater Lagerraum nimmt Ihnen Platz für den Gästebereich weg, bietet aber mehr Lagerfläche. So können Transportkosten eingespart werden, die durch häufigere Anlieferungen entstünden. Außerdem verderben die Zutaten in einem Lagerraum weniger schnell - vor allem wenn er gekühlt ist.

Der Arbeitsplatz Ihrer Köche kann entweder hinter einer Theke oder in einer räumlich getrennten Küche sein. Eine Theke ist preisgünstiger als eine Küche und wird von einigen Zielgruppen bevorzugt. Eine Küche steht für mehr Qualität, die durch eine Lüftung noch gesteigert werden kann.

Eine kleine Filiale ist sehr übersichtlich und läßt sich bereits mit wenig Personal gutbewirtschaften. Wenn die Nachfrage aber zu groß werden sollte, kann ein Ausbau unvermeidbar werden. Während der Bauzeit haben Sie dann zwar zu den Kosten auch noch Verdienstaufschlag, aber in einer mittleren oder gar großen Filiale können weit mehr Gäste zufriedengestellt werden. Durch die größeren Räumlichkeiten wird außerdem die Lagerhaltung vereinfacht und der Einsatz mehrerer Öfen ermöglicht.



Nachdem Sie sich für eine Raumaufteilung entschieden haben, sollten Sie daran gehen, Ihre Filiale einzurichten.

Einrichtung

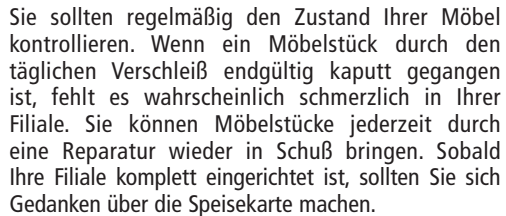


Eine absolut perfekte Einrichtung gibt es nicht. Welche Möblierung die richtige ist, hängt sowohl von Ihrem persönlichen Geschmack, als auch von den Zielgruppen ab, die Sie mit Ihrer Filiale ansprechen möchten. Denken Sie aber immer daran: Ihre Filiale sollte in erster Linie Ihren zahlenden Gästen gefallen.

Bei der Wahl Ihrer Möbel stellt sich zuerst die Frage nach dem gewünschten Einrichtungsstil. Bevorzugen Sie eine preiswerte Plastikausstattung, eine naturverbundene rustikale Atmosphäre, den kühlen Charme von Glas und Metall oder eher ein nobles Ambiente? Sie sollten bei Ihrer Entscheidung immer berücksichtigen, daß die Zielgruppen bereits eine feste Geschmacksvorstellung haben. So fühlen sich z.B. Kids in einer einfach eingerichteten Filiale sehr wohl, ganz im Gegenteil zu den Yuppies oder Bonzen.

Sie sollten innerhalb einer Filiale möglichst nur einen Stil verwenden, da die Einwohner von Pizza World vermischte Stile nicht besonders schätzen. Einige Möbelgruppen sind nicht an einen bestimmten Stil gebunden. Für

Wenn Sie Ihren Gästen eine Freude machen wollen, dann spendieren Sie ihnen eine Musikbox. Sie brauchen dann nur noch einige passende Musik-CDs einkaufen und schon fühlen sich Ihre Gäste viel besser. Etwas haarig ist die Wahl der richtigen Musik. Natürlich sagt ein rasanter Techno-Beat Ihren Grufti-Gästen nicht sonderlich zu. Wenn Sie auf Nummer sicher gehen wollen, schalten Sie einfach das Radio an. Sie werden sich wohl nicht mit nur einer Filiale zufriedengeben wollen, und möchten sicher bald eine Zweigstelle eröffnen. Die meisten großen Ketten richten ihre Filialen immer nach dem gleichen Schema ein. Auch Sie haben die Möglichkeit, mit nur einem Klick die komplette Einrichtung aus einer anderen, gleich großen Filiale zu übernehmen. Denken Sie aber immer daran, daß Sie damit auch immer die gleichen Zielgruppen ansprechen.



Speisekarte

Wieviel Spielraum Sie bei der Gestaltung Ihrer Speisekarte haben, hängt von der Anzahl der vorhandenen Rezepte ab. Je mehr Rezepte bereits kreiert wurden, desto besser können Sie die Speisekarte auf die spezielle Situation einer Filiale abstimmen.

Welche Rezepte sich für eine Filiale eignen, richtet sich nach der Kundschaft. Wenn z.B. viele Prolls diese Filiale besuchen, sollten die Rezepte auch dies berücksichtigen. Um auch den allgemeinen Geschmack abzudecken, ist es sinnvoll, einige Standardrezepte auf der Speisekarte zu führen. So finden Ihre Gäste wenigstens auch einige vertraute Rezepte. Sie werden schnell feststellen, daß die Beurteilung eines Rezeptes auf der Speisekarte nicht der allgemeinen Bewertung desselben Rezeptes nach seiner Erstellung entspricht. Dies liegt daran, daß bei der Speisekarte auch der landestypische Geschmack und die Stadttrends mit einfließen.

Wenn Sie die Karte mit sehr vielen Rezepten versehen, freuen sich zwar Ihre Gäste über die große Auswahl, finanziell kann es sich jedoch negativ auswirken. Meist sind einige Rezepte dabei, die sich so gut wie gar nicht verkaufen. Für diese Rezepte werden jedoch auch Zutaten im voraus bestellt. Dies kann die Kosten unnötig in die Höhe treiben.

Die wichtigste Entscheidung betrifft jedoch die Preisgestaltung. Sie können bei einer großen Gewinnspanne bereits mit wenig Umsatz viel Gewinn machen. Eine zu exzessive Preisgebung wird sich aber negativ auf den Ruf Ihrer Filiale auswirken. Wie zufrieden die Zielgruppen mit Ihren Preisen sind, können Sie jederzeit mit der Rezeptinformation abfragen.



Jetzt, da Sie wissen, für welche Rezepte Sie Zutaten benötigen, können Sie sich einen Lieferanten suchen.

Zutaten



Sie haben auf dem Markt die Wahl zwischen fünf verschiedenen Qualitätsklassen. Je höher die Qualität der Zutaten ist, desto frischer, geschmackvoller, haltbarer - aber auch teurer sind sie. Natürlich freuen sich Ihre Gäste, wenn Sie nur vom Feinsten auftischen, als Unternehmer aber wird es Sie meist schnell in den Ruin treiben.

Wählen Sie die Qualität Ihres Lieferanten nicht zu hoch, damit die Kosten für die Zutaten Sie nicht auffressen. Welche Qualität angebracht ist, kommt, wie immer, auf Ihre Kundschaft an. Natürlich wird von einem Nobelrestaurant erwartet, daß die verwendeten Zutaten auch einem hohen Qualitätsstandard entsprechen.

Wenn Sie bei einem Lieferanten Zutaten für eine Filiale bestellen, ordern Sie grundsätzlich immer gleich alle nötigen Zutaten für ein gesamtes Quartal. Sie brauchen sich um die genauen Mengen keine Gedanken zu machen. Für das erste Quartal wird die Menge grob geschätzt, danach geht der Lieferant von dem Verbrauch des Vorquartals aus.

Sie können auch gleich für mehrere Quartale im voraus einkaufen. Sie profitieren dann von einem sehr vorteilhaften Mengenrabatt. Damit haben Sie jedoch auf der anderen Seite die Verantwortung für die Lagerung selbst übernommen. Sollten Sie über Lagergebäude verfügen (am Besten große, wegen der besseren Kühlung), brauchen Sie sich um die Qualität der gelagerten Zutaten keine großen Sorgen zu machen.

Sie können jederzeit veranlassen, daß Zutaten, die während der Lagerung zu stark gelitten haben, sofort weggeworfen werden. Falls Sie einen Filialmanager eingestellt haben, sorgt er selbständig dafür, daß alle Zutaten, die einen bestimmten Frische-Zustand unterschreiten, ausgesondert werden. Jedoch fehlen diese Zutaten dann im Lager und müssen nachbestellt und geliefert werden.



Filiale eröffnen

Wenn Sie die Filiale zu Ihrer Zufriedenheit ausgestattet haben, ist sie bereit für die Eröffnung. Sie selbst müssen die Filiale offiziell freigeben. Solange Sie dies nicht getan haben, bleibt sie grundsätzlich geschlossen. Sobald Ihr Personal in der Filiale zur Arbeit erscheint, öffnet es automatisch dieses Restaurant für den Publikumsverkehr. Sie brauchen es somit nur zu eröffnen. Die genauen Öffnungszeiten regeln Sie dann direkt über den Personalplan.



Personal

Das wichtigste Kapital in Ihren Filialen ist Ihr Personal. Sie sollten es immer mit größter Sorgfalt auswählen. Gutes Personal ist unverzichtbar für hohen Umsatz und zufriedene Kunden. Unzuverlässiges oder langsames Personal kann Sie den gesamten Gewinn kosten.

Wenn Sie sich auf dem Arbeitsmarkt umschauen, werden Sie feststellen, daß jeder Arbeitsuchende eine individuelle Persönlichkeit besitzt. Jeder hat

seine Stärken und Schwächen, und es ist nicht immer einfach, die richtige Entscheidung zu treffen.

Sie müssen nicht unbedingt auf alle Aspekte der Persönlichkeit eines Charakters eingehen. Es gibt aber einige Eigenschaften, auf die Sie als Personalchef besonders achten sollten. Der Bewerber muß vor allem eine Begabung für den angestrebten Beruf haben. Sie sollten vermeiden, daß Ihr Koch keinerlei Gefühl fürs Kochen hat oder Ihre Servicekraft mit miserablen Verkaufsfähigkeiten ausgestattet ist. Auch sollten Ihre neuen Mitarbeiter nicht sehr ungeschickt sein.

Solcherlei Eigenschaften können zwar auch noch durch Lehrgänge verbessert werden, aber nur eingeschränkt. Am Besten, aber auch am Teuersten sind natürlich sehr begabte Bewerber, die außerdem noch eine perfekte Ausbildung mitbringen.

Alle, für die reine Arbeitsleistung relevanten Eigenschaften, werden im sogenannten „Leistungsgrad“ zusammengefaßt. Dies ist ein schneller und sicherer Weg, die Qualifikation eines Bewerbers für den ausgewählten Beruf zu erkennen. Diese Arbeitsleistung wird natürlich durch sein spezifisches Talent (z.B. Kochen für den Koch) und die dazugehörige Ausbildung bestimmt. Jedoch beeinflussen noch andere Aspekte die Arbeitsleistung eines Arbeitnehmers: die Erfahrung, die Motivation, die Geschicklichkeit, die Geschwindigkeitsausbildung und später eventuell auch die Führung durch einen Manager.

Unabhängig von der beruflichen Qualifikation eines Bewerbers können andere Eigenschaften ein Arbeitsverhältnis empfindlich stören. So sollten Sie besonders auch auf die Zuverlässigkeit und die Motivation Ihrer zukünftigen Mitarbeiter achten. Ein fachlich sehr guter Bewerber, der unzuverlässig und unmotiviert ist, wird Ihnen wahrscheinlich nur Ärger bereiten.

Ob Sie die anderen Charakter-Eigenschaften auch noch in Ihre Entscheidung einfließen lassen, bleibt Ihrer Genauigkeit überlassen. Ihre Entscheidung wird dadurch natürlich erschwert, aber Ihnen bleiben vielleicht Überraschungen erspart.

Alle Eigenschaften wirken sich mehr oder weniger stark aus: Um Krankheitsfälle zu vermeiden, sollte der Charakter möglichst gesund sein. Wer vor Energie nur so strotzt, verschläft weniger. Zu viel Mut verleitet zu Diebstählen. Ausreichende Intelligenz und Geschicklichkeit schützen vor Unfällen. Beliebte Mitarbeiter erhöhen die Beliebtheit Ihrer Filiale. Ein Manager mit Charisma und Persönlichkeit wirkt motivierend auf seine Mitarbeiter.

Ihr Personal kann in einer Filiale maximal sieben Angestellte umfassen. Deshalb müssen Sie Ihr Personal gut einteilen. Bis auf die Aushilfe, die immer nur eine Zeitzone lang arbeitet, bieten sich Bewerber entweder als Teilzeit- oder als Vollzeitkraft an. Sie sollten versuchen, möglichst viele Vollzeitkräfte einzustellen. Leider gibt dies der Markt aber nicht immer her. Kein Bewerber ist perfekt. Sie müssen für sich immer den besten Kompromiß finden.



Personalverwaltung

Als Basisbesetzung für Ihre Filiale sollte zumindest ein Koch und eine Servicekraft eingestellt werden. Sobald Sie diese aus den Bewerbern ausgewählt haben, legen Sie im Personalplan fest, welche Arbeitszeiten für diese Mitarbeiter gelten sollen.

Mit dem Personalplan bestimmen Sie gleichzeitig die Öffnungszeiten für Ihre Filiale. Diese ist natürlich nur geöffnet, wenn Sie auch mit Personal besetzt ist. Welche Öffnungszeiten für Ihre Filiale die Besten sind, ist nicht leicht zu entscheiden. Klicken Sie auf die Gebäude, die im Einflußkreis um die Filiale stehen. Sie sehen dann, zu welchen Zeiten Sie wahrscheinlich mit Kundschaft rechnen können. Natürlich müssen Sie die Nachfrage längerfristig beobachten, um die optimalen Öffnungszeiten zu finden.

Frisch eingestelltes Personal verlegt zuerst einmal seinen Wohnort in die Nähe der neuen Arbeitsstätte. Ihre neuen Mitarbeiter werden am ersten Tag einige Zeit brauchen, bis sie umgezogen und einsatzbereit sind. Sie müssen auch damit rechnen, daß Ihr neues Personal eventuell erst ein Quartal später erscheint. Gleiches gilt auch, wenn Sie einen Mitarbeiter in eine andere Filiale verlegen. Die Personalakte enthält alle wichtigen Daten über das Verhalten eines Mitarbeiters. Sie erkennen so, wie wahrscheinlich es ist, daß dieser Mitarbeiter durch Krankheit, Unpünktlichkeit, Unfälle oder Diebstahl auffällig wird und wie oft dies bereits geschehen ist. Zu jedem Thema können Sie ein lobendes oder tadelndes Personalgespräch führen. Übertreiben Sie aber nicht, sonst verärgern Sie den Mitarbeiter nur.

Es ist empfehlenswert, regelmäßig einen Blick in die Personalakte zu werfen, um einen Überblick über das Verhalten des Mitarbeiters und seine Zufriedenheit zu erhalten. Die Zufriedenheit erkennen Sie an der Motivation und vor allem an den fünf „Smileys“. Sie zeigen von links nach rechts die Zufriedenheit mit der Auslastung, Einrichtung, Weiterbildung, Führung und dem Gehalt. Ein roter, unzufriedener Smiley ist ein Warnsignal; kommen noch mehr hinzu, sollten Sie eingreifen, wenn Ihnen etwas an diesem Mitarbeiter liegt.

Sie können jederzeit Ihre Mitarbeiter zu einer Ausbildung schicken. Während einer Ausbildung ist Ihr Angestellter allerdings nur mit seiner halben Arbeitsleistung präsent, da er noch parallel dazu lernen muß. Es lohnt sich übrigens nur, Ihre Mitarbeiter in den Gebieten auszubilden, die für den ausgeübten Beruf nützlich sind. Einem Koch z.B. eine Management-

ausbildung zuteil werden zu lassen ist nur sinnvoll, wenn Sie vorhaben, ihn zum Manager zu befördern. Eine Ausbildung in Geschwindigkeit (Arbeits-Geschwindigkeit) lohnt sich jedenfalls für Service und Koch immer.



Marketing

Es genügt nicht, einfach ein Restaurant in eine Stadt zu setzen und auf die Mundpropaganda zu hoffen. Wenn niemand von Ihrer Filiale weiß, wird auch niemand kommen. Je mehr Sie jedoch die Werbetrommel schlagen, desto bekannter werden Ihre Restaurants. Für ein sehr bekanntes Restaurant, sind die Stadtbewohner dann auch bereit, weite Anlaufwege in Kauf zu nehmen. Den Bekanntheitsgrad erkennen Sie schnell an den Einflußkreisen, die von den Filialen ausgehen.

Marketing ist jedoch leider eine ziemlich kostspielige Angelegenheit. Nicht nur, daß jede Werbeschaltung ein Heidengeld kostet - Sie müssen auch noch regelmäßig dafür sorgen, daß Ihr Wissen über Ihre Kundschaft möglichst aktuell ist. Wenn die aktuelle Werbung zwar pfiffig ist, aber an sämtlichen aktuellen Trends vorbeiläuft, haben Sie viel Geld aus dem Fenster geworfen. Das Marketing besteht somit nicht nur aus der Entwicklung von möglichst wirkungsvollen Werbebotschaften, sondern basiert auch auf einer möglichst guten Marktforschung.

Marktforschung

Natürlich entwerfen Sie Ihre Werbespots nicht ganz alleine. Sie werden immer eine Werbeagentur zur professionellen Umsetzung beauftragen. Je besser diese ist, desto mehr Fachkenntnis bringt sie von Haus aus mit. Jedoch hat jeder Markt seine Eigenheiten. Sie können nicht erwarten, daß sich eine Werbeagentur speziell mit den Wünschen und Vorstellungen von Pizzakunden auskennt.

Dieses Wissen kommt nicht von selbst, sondern muß erworben werden. Je mehr Themen Sie im Bereich Werbewirkung beherrschen, desto kundenorientierter und damit wirkungsvoller ist Ihre Werbung. Sie werden dies direkt an der Werbewirkung Ihrer Werbeschaltungen ablesen können.

Jedoch ist dies nicht alles, was Sie für eine effektive Werbung tun können. Ihre Werbung kann perfekt professionell konzipiert und gestylt sein - wenn ihr die richtige emotionelle Basis fehlt, wirkt sie irgendwie uninteressant. Erst wenn Sie Ihrer Werbung, und damit Ihrem Unternehmen, ein richtiges Image verleihen, können Sie mit Ihrer Werbung Trends oder Meinungen beeinflussen.

Um Ihrem Unternehmen beispielsweise ein jugendliches Image zu geben, müssen Sie natürlich zuerst eine Strategie entwerfen, die diese Botschaft glaubwürdig transportiert. Dies geschieht, indem Sie einfach das Image „Jugendlich“ erforschen.



Images sind jedoch leider etwas zweischneidig. Auf jeden Fall sind sie die beste Methode, Ihre Werbung wie eine Bombe einschlagen zu lassen. Durch ein bestimmtes Image fühlen sich jedoch immer nur bestimmte Zielgruppen angesprochen. Andere Gruppen könnten sogar abgeschreckt werden.

Sie müssen sich somit entscheiden, welche Gäste Ihnen die Wichtigsten sind.

Die Marktforschung hat ein grundsätzliches Problem: Das Wissen altert ziemlich schnell. Erhebungen aus dem letzten Jahr können heute bereits völlig überholt sein. Je älter Ihre Forschung ist, desto weniger wirkungsvoll ist sie. Deshalb sollten Sie Ihr Wissen nach einiger Zeit wieder etwas auffrischen.

Wenn Ihre Wissensbasis fundiert ist, können Sie die Zielgruppen mit Ihrer Werbung leicht begeistern.

Werbung



Die Werbeagentur, die Sie für die Entwicklung Ihrer Werbung auswählen, ist als Partner zu verstehen. Solange Sie mit ihr unter Vertrag sind, wird sie für keinen Ihrer Konkurrenten arbeiten. Jedoch erwartet die Agentur dafür von Ihnen regelmäßige Aufträge. Je besser die Agentur ist, desto höher sind die erwarteten Werbeausgaben.

Mit jeder Werbung, die sie schalten, gewinnt die Werbeagentur Erfahrung. Diese bezieht sich immer auf das verwendete Medium, z.B. Handzettel. Eine Werbung wird um so wirkungsvoller, je kompetenter die Agentur auf diesem Gebiet ist und je mehr Erfahrung sie zusätzlich gesammelt hat. Sie können dies jederzeit an den Balken hinter den Medien ablesen (linker Balken: Kompetenz, rechter Balken: Erfahrung).

Eine Werbung zusammenzustellen ist einfacher, als es vielleicht auf den ersten Blick aussieht. Sie müssen sich nur entscheiden, für welche Filialen Sie werben möchten und wo Ihre Werbung erscheinen soll. Eine Werbeschaltung ist je nach Medium (z.B. Zeitungsannonce oder Fernsehspot) unterschiedlich kostspielig zu erstellen. Sie können sich jedoch darauf verlassen, daß eine teurere Werbung auch wirkungsvoller ist.



Sie können den Inhalt Ihrer Werbung völlig belanglos halten. Oder Sie nutzen die Gelegenheit, um die Stärken Ihres Unternehmens hervorzuheben. Dabei sollten Sie jedoch realistisch bleiben. Wenn Sie beispielsweise Ihren Service loben, dieser aber im Vergleich zur Konkurrenz ziemlich traurig aussieht, schießen Sie sich ein Eigentor. Vergewissern Sie sich besser vorher über den Ruf der einzelnen Filialen.

Wenn einige Zielgruppen aufgrund guter Marktforschung ganz wild auf Ihre Werbung sind (sie zeigen ein glückliches, strahlendes Lächeln), können Sie diese sogar direkt manipulieren. Wenn Sie nun eine bestimmte Zutat oder eines Ihrer Rezepte bewerben, betätigen Sie sich sogar als Trendsetter. So kann es passieren, daß einzelne Einwohner diese Zutat zu Ihrer Liebesspeise erklären. Der neue Trend kann sogar die Stadt erfassen und der Stadtgeschmack ändert sich.

Jede Werbeschaltung erhöht die Bekanntheit Ihrer Filialen im eingestellten Gebiet deutlich. Plakatwerbung und die Kinowerbung haben außerdem noch eine besondere Wirkung. Innerhalb des Einflußkreises eines Werbeplakates wird hungrigen Passanten der Appetit derart angeregt, daß ihr Hunger maximal bleibt. Plakate wirken innerhalb des Einflußkreises einer gegnerischen Filiale hingegen negativ. Der Hunger der Passanten sinkt dort rapide. Eine Kinowerbung verbessert grundsätzlich die Meinung der Kinogänger über Ihr Unternehmen. Außerdem wirkt sich auch Ihre Zutatenwerbung direkt auf alle Besucher aus.

Unterwelt

Das Pizzageschäft ist hart. Sie werden es sich nicht leisten können, die Konkurrenz mit Samthandschuhen anzufassen. Ihre Gegner werden jederzeit versuchen, Sie bei der Presse oder den Behörden zu verpfeifen. Die Konkurrenz wird nicht davor zurückschrecken, Ihnen Ungeziefer in die Filiale zu setzen oder Störenfriede zu engagieren. Es kann sogar soweit kommen, daß Ihre ganze Filiale ausgeräumt oder demoliert wird.

Je nach dem, wie gesetzestreu Sie sein möchten, haben Sie prinzipiell drei Verhaltensoptionen:

1. Sie bleiben ein sauberer Geschäftsmann und schützen sich so gut es geht.
2. Sie wehren sich zwar, begnügen sich aber mit kleinen Ärgeraktionen.
3. Sie gehen in die Unterwelt und schlagen mit voller Härte zurück.



Schützen

Wenn Sie sich gegen böse Jungs schützen möchten, steht es Ihnen frei, Wachpersonal einzustellen. Eine Wache sichert immer dauerhaft das Gebäude, das ihm zugewiesen wurde. Sie können kriminelle Anschläge zwar damit nicht verhindern, aber Sie machen es dem Gegner möglichst schwer. Wachen sind besonders gut dazu geeignet, vom Gegner angeheuerte Punks aus Ihrer Filiale zu vertreiben. Sollte gleich eine ganze Horde davon auftauchen, müssen Sie die Anzahl der Wachen erhöhen, um gegen die Störenfriede etwas ausrichten zu können.

Wenn Ihre Konkurrenten dazu neigen, Ihnen ständig Ungeziefer und andere Ärgernisse unterzuschieben, ist es ratsam, einen Manager einzustellen. Neben seinen normalen Aufgaben achtet er auch auf eine saubere Filiale, und informiert Sie umgehend über alle Vorkommnisse.



Der sicherste Weg, sich gegen die staatlichen Prüfer zu schützen, ist es natürlich, eine weiße Weste zu haben. Dazu müssen Sie sich nur an folgende Regeln halten: Keine unsauberen Bilanzen durch Geldwäsche, nur einwandfreie Zutaten auf Lager haben (Zustand nicht unter Null), und keine Beschäftigung Ihrer Aushilfen für länger als 1 Zeitzone. Falls Sie sich nicht immer beherrschen können, sollten Sie vielleicht den Bürgermeister der betreffenden Stadt großzügig unterstützen. Er wird neben anderen Vergünstigungen dann auch für weniger reguläre Kontrollen sorgen.

Durch den Bau von Kirchen können Sie Ihrem Unternehmen zudem einen höheren Schutz sichern. Manch negatives Ereignis, welches Sie sonst behindert hätte, kann Ihnen dadurch erspart bleiben.

Ist die Kriminalität in einer Stadt Ihrer Meinung nach viel zu hoch, können Sie die Stadt durch den Bau von Polizeirevieren unterstützen. Es ist nicht wichtig, welches Unternehmen ein Revier erbaut hat. Die Polizei schützt alle Unternehmen in einer Stadt gleichermaßen. Jedoch müssen diese Reviere auch unterhalten werden und die Stadtverwaltungen sind knapp bei Kasse. Nur wenn die Polizeistationen ausreichend von den Pizza-Unternehmen mit Spenden finanziert werden, können Sie auch die Stadt schützen.

Ärgern

Was Ihre Konkurrenz kann, können Sie schon lange. Sie brauchen nicht gleich zu den Waffen greifen, um Ihre Gegner ein bißchen zu ärgern. Auch Ärger-Aktionen werden zwar teilweise von der Polizei geahndet, maximal aber riskieren Sie eine Geldstrafe.

Die ungefährlichste Methode, Ihre Konkurrenten zu ärgern, ist, sie für Verfehlungen anzuschwärzen. Sie sollten jedoch nicht wahllos Behauptungen aufstellen, weil sonst schnell Ihre Glaubwürdigkeit sinkt. Außerdem müssen Sie die Kosten für Fehlalarme selbst tragen. Falls Sie glauben, in einer gegneri-

schen Filiale etwas entdeckt zu haben, was die Behörden interessieren könnte, dann melden Sie es ruhig. Sollte eine Filiale ziemlich schlecht sein oder vermuten Sie gar Waffen im Lagerraum, dann informieren Sie die Presse darüber.

In jeder Stadt finden Sie Punks, die sich gern für ein paar Dollar anheuern lassen. Sie schicken die Punks einfach in eine gegnerische Filiale und lassen sie dort für schlechte Stimmung sorgen. Sie müssen jedoch etwas warten, da die Punks erst einmal zu der Filiale hinlaufen müssen.

Andere Ärgereien wie verschimmelter Käse, Kakerlaken, Ratten oder Holzwürmer müssen Sie zuerst auf dem Schwarzmarkt einkaufen. Dafür benötigen Sie Schwarzgeld und ein Waffenlager. Sie platzieren diese Ärgernisse dann in einer Konkurrenzfiliale. Jedoch besteht beim Aussetzen die Gefahr, von der Polizei erwischt zu werden.

Angreifen

Sie können aber auch gleich mit harten Bandagen kämpfen. Dazu treten Sie einem Syndikat bei oder gründen einfach Ihr eigenes. Damit stehen Ihnen viele Möglichkeiten offen, der Konkurrenz empfindlich zu schaden oder einfach viel Schwarzgeld zu machen. Jede kriminelle Aktion, die Sie ausführen, bringt Ihnen Schwarzgeld und Ansehen in der Unterwelt ein.

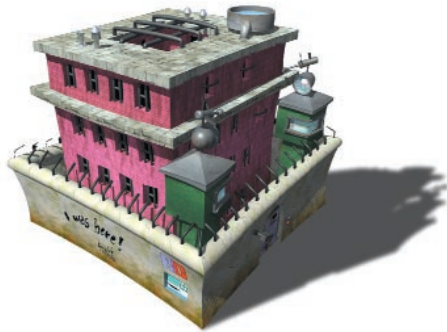
Wenn Sie einen Anschlag auf Lagergebäude oder geschlossene Filialen starten, können Sie deren Inhalt entweder komplett ausräumen oder demolieren. Sollte Ihnen ein Bankraub glücken, verlieren alle Kunden dieser Bank einen Teil ihres Guthabens. Sehr viel Ansehen bringen auch Befreiungsaktionen aus Gefängnissen.

Eine kriminelle Aktion können Sie entweder höchstpersönlich ausführen oder Sie lassen andere Kriminelle diese Arbeit für Sie erledigen. Jedoch müssen Sie dafür der Boss der Organisation sein. Wenn Sie Aufträge noch selbst

erledigen: Denken Sie daran, daß Sie auch verletzt werden können. Dies kann die Zeit, die Ihnen noch im Business verbleibt, stark verkürzen.

Sollten Sie planen, einen Konkurrenten mit einer Schutzgeldforderung zu traktieren, dann ist es geschickt, sich gleich Gedanken über etwaige Repressalien zu machen, sollte der Konkurrent die Zahlung verweigern. Wie Sie ihn dafür bestrafen, bleibt nämlich ganz allein Ihnen überlassen.

Um die Gefahr bei kriminellen Aktionen etwas zu reduzieren, bietet es sich an, die Polizei ein bißchen zu bestechen. Sollten Sie dann bei einer Aktion erwischt worden sein, drückt die Polizei vielleicht ein Auge zu.



Wir haben Pizza Syndicate auf einer großen Anzahl von

Technische Tips



verschiedenen Hard- und Softwarekonfigurationen ausführlich getestet, jedoch ist es aufgrund der unzähligen Variationsmöglichkeiten unmöglich eine 100%ige Kompatibilität zu allen Komponenten zu gewährleisten.

Sollten also wider Erwarten technische Probleme auf Ihrem Rechner auftreten, so vergewissern Sie sich zuerst, ob Sie auch wirklich die aktuellsten Windows- und DirectX-Treiber für Ihre Rechnerkomponenten haben.

Bedauerlicherweise sind die beim Rechner- bzw. Komponentenkauf mitgelieferten Treiber-CDs oft veraltet. Die aktuellsten Treiberversionen erhalten Sie im Internet; lesen Sie im Handbuch der Hardwarekomponenten nach, wo Sie die neuesten Update bekommen können. Alle namhaften Hersteller pflegen ihre Treibersoftware und stellen diese im Internet zum kostenlosen Download bereit.

Sollten Sie die Internetadresse eines Herstellers nicht kennen, dann finden Sie z.B. auf unserer Homepage im Servicebereich eine ausführliche Herstellerliste mit den entsprechenden Verweisen. (<http://www.software2000.de>)

Ferner finden Sie auf dieser CD eine Text-Datei README.TXT, die Sie unbedingt lesen sollten, da hier all das nachzulesen ist, was nach Drucklegung des Handbuchs an Ergänzungen und Hinweisen, Tips und Tricks noch hinzugekommen ist.

Registrierung & Support

Diesem Handbuch liegt eine Registrierungskarte bei. Nur mit dieser können Sie sich als Pizza Syndicate Kunde registrieren lassen und nur als solcher den Support von SOFTWARE 2000 nutzen. Der SOFTWARE 2000 Support steht Ihnen dann gerne mit Rat, Hilfe, Tips & Tricks zur Seite.

Senden Sie daher sofort nach Installation von Pizza Syndicate die ausgefüllte Registrierungskarte im Original ein. - Internet-User können selbstverständlich auch die Online-Registrierung über unsere Homepage nutzen:
<http://www.software2000.de>

Wichtig!

Notieren Sie sich hier Ihre persönliche Registrierungsnummer, damit Sie sie zur Hand haben, wenn Sie sich an uns wenden.

38/

Ist die CD in der Spielverpackung defekt, dann schicken Sie nur die CD und sonst nichts in einem geeigneten Umschlag und mit einer ausführlichen Fehlerbeschreibung an:

Software 2000
„Umtausch Pizza Syndicate“
Postfach 110
23691 Eutin

Eventuell mitgeschickte Verpackungen/Handbücher erschweren uns die Arbeit und verzögern so die Bearbeitung.

Bei Problemen mit Ihrem Computersystem können Sie sich als registrierter Kunde schriftlich, per Email, Fax oder telefonisch an den SOFTWARE 2000 Support wenden. Bei einem Anruf sollten Sie an Ihrem Rechner sitzen und das betreffende Programm bereithalten.

Wenn Sie sich an den SOFTWARE 2000 Support wenden, geben Sie bitte eine genaue Beschreibung der Konfiguration und des aufgetretenen Fehlers an.

Um Ihnen zu helfen, benötigen wir folgende Informationen:

- genaue, ausführliche Fehlerbeschreibung
- Version Ihres Betriebssystems
- Prozessortyp
- Version von Motherboard und BIOS (falls bekannt)
- Typ und Hersteller von Grafik- und Soundkarte
- Typ und Hersteller des CD-ROM
- Größe des Arbeitsspeichers sowie des freien Festplattenspeichers
- Version der verwendeten DirectX-Treiber
- Installationsverzeichnis des Spiels

Und so erreichen Sie den Support:

Support-Hotline: (ausser an Feiertagen)

Montag-Donnerstag von 14 bis 19 Uhr und am Freitag von 10 bis 14 Uhr

Unter der Rufnummer 0190 - 57 2000 (1,21 DM/ 60 sek.)

FAX: 04521 - 800 430

Email: Support@Software2000.de

Post: Software 2000 - „Pizza Syndicate Support“ - Postfach 110 - 23691 Eutin

Credits

Konzept/Game Design/Handbuch
Hans-Arno Wegner

Programmierung

Dirk Baltinowitz
Hermann Jahnke
Michael Kriegel
Ralf Mohmeyer
Chris Schmitz
Carsten Stolpmann
Martin Wölk

3D Grafik/Animationen

Dirk Bialluch
Andre Schneider
Heiko Mehrens

2D Grafik

Frank Ilfrich
Oliver Papoulias
Kay Poprawe

Musik/Sound

Michael Franck

Qualitätssicherung

Paul Guillaumon
Lukas Kugler

Additional sound editing

Alexander Knorr

Entwicklungsleitung

Mathias Reichert
Hans-Arno Wegner

Art Director

Tom Thiel

Sprecher

Vera Lohr
Robert Missler
Robert Poerschke

Layout
Michaela Dürr
Katrin Eismann

Produziert von
Software 2000

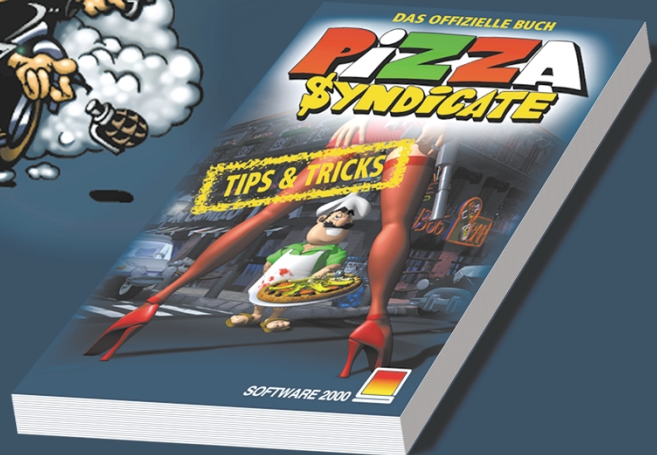
© 1999 Software 2000. Alle Rechte vorbehalten. Wiedergabe, auch auszugsweise, nur mit ausdrücklicher Genehmigung durch Software 2000. Software 2000 ist ein eingetragenes Warenzeichen der Firma Software 2000. Der Verband der Unterhaltungssoftware Deutschlands (VUD) informiert. „Eine Vermietung von Computerprogrammen ist nur mit Zustimmung des Berechtigten zulässig. Wir haben an diesem Programm keine Vermietrechte vergeben. Eine Vermietung dieses Computerprogramms ist daher rechtswidrig und kann straf- und zivilrechtlich verfolgt werden.“ Fast alle Hard- und Softwarebezeichnungen in diesem Handbuch sind eingetragene Warenzeichen und sollten als solche behandelt werden. PS 150299

DAS OFFIZIELLE BUCH

PIZZA \$YNDICATE



Für eine erfolgreiche Karriere als Pizza-Unternehmer enthält dieses Buch das gesammelte Insiderwissen über die Pizza-Branche. Das Buch wurde direkt von den Entwicklern geschrieben und offenbart die besten Geschäftstricks aus erster Hand. Auch bei den Missionen sind Sie nicht mehr ganz auf sich alleine gestellt. Zu jeder Mission wird die günstigste Vorgehensweise beschrieben.



- Allgemeine Strategien beim Aufbau des Pizza-Unternehmens
- Tips für bessere Werbung, Rezepte und Einrichtungen
- Geschicktes Vorgehen gegen Konkurrenten
- Insider-Informationen von den Entwicklern
- Alle Städte als Übersichtskarte
- Über 100 Seiten komplett in Farbe

