

# Noch fit fürs Steuer?

**MOBILITÄT** Mit unterhaltsamen Tests im Internet sollen Senioren selber herausfinden, ob sie fit fürs Lenkrad sind.

DANIEL RIESEN

Senioren am Steuer, das hat das Potenzial zu grossen Emotionen. Das beginnt schon beim Begriff Senioren, der einst das politisch unkorrekte «Alte» ersetzte, heute aber schon wieder überholt ist und durch noch korrektere Wortschöpfungen wie «erfahrene Menschen» ersetzt wird – als ob es unter 65-jährigen Jungspunden halt noch an Erfahrung fehlen würde.

Besonders delikant wird es jeweils, wenn über die Fahrfähigkeit diskutiert wird. Seit 1976 wird diese in einer vertrauensärztlichen Kontrolluntersuchung (in der Regel vom Hausarzt) ab dem 70. Altersjahr gesetzlich verpflichtend alle zwei Jahre abgeklärt. Diese Pflicht sei vielleicht nicht sehr beliebt, aber doch allseits akzeptiert, zitiert René Künzli eine Umfrage unter Senioren. Künzli ist Gründer und Präsident der «terzStiftung», eine seit 2008 aktive Institution, welche eine «neue, generationengerechte Vision des Alterns in der Schweiz mitgestalten» will.

**AB 70 ZWINGEND** Künzli hatte in einer Petition gefordert, die Alterslimite für den medizinischen Check von 70 auf 75 Jahre zu erhöhen. Untersuchungen ab 70 wurden jedoch im Rahmen der Debatte über «Via sicura» im eidgenössischen Parlament letzten Winter bestätigt.

Das Thema Mobilität im Alter bleibt René Künzli aber wichtig, und weil seine Stiftung viel Wert auf Eigenverantwortung legt, bietet sie neuerdings ein Werkzeug an, mit dem sich Senioren selber ein Bild von der eigenen Fahrfitness machen können.

Das geschieht in Form diverser Tests, zugänglich für alle über Internet (www.sicher-mobil.ch). Da sind unübersichtli-

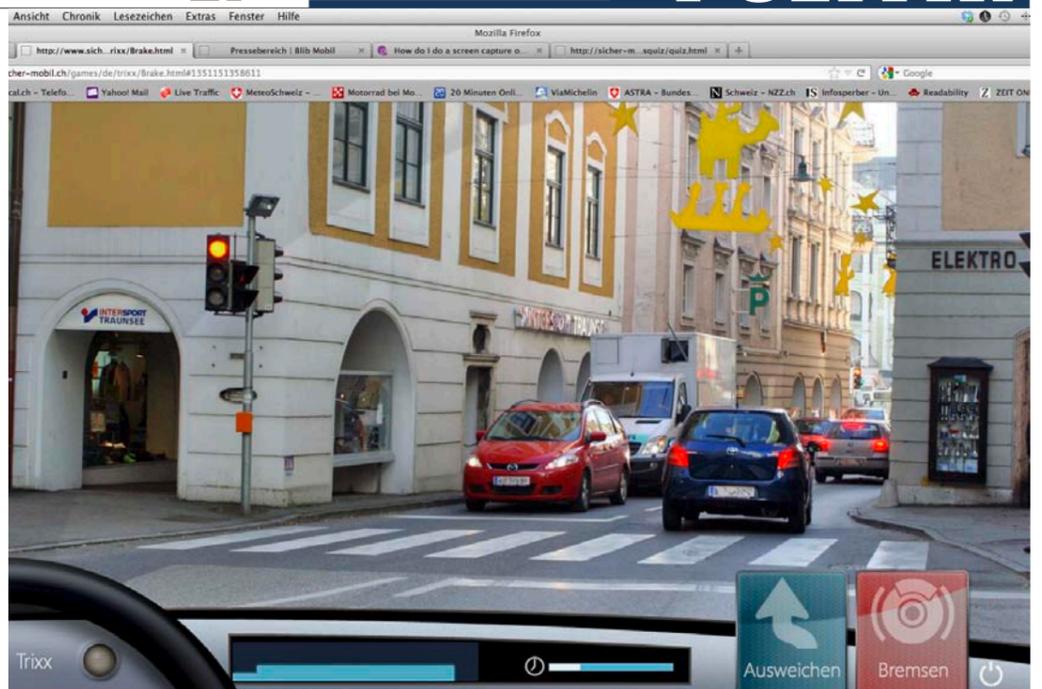
che Verkehrssituationen zu erfassen oder in einem anderen «Spiel» auf optische und akustische Reize geschwind zu reagieren. Da muss man verzwickte Vortrittsprobleme lösen. Oder in Windeseile den Ausgang aus einem Labyrinth finden.

Dass die Tests nur für Leute mit Computer und Internetanschluss zugänglich sind, sieht man bei der Stiftung angesichts steigender Onlinenutzung der Pensionäre nicht als Problem.

**UNTERSTÜTZUNG** Das Engagement der terz-Stiftung wird vom Fonds für Verkehrssicherheit unterstützt, im Patronatskomitee der Kampagne machen Leute wie Felix Gutzwiler, Ständerat und Präventivmediziner, und Marc Surer, Ex-Rennfahrer und Chefinstruktor Test und Training tes, mit.

Auch die Beratungsstelle für Unfallverhütung (bfu) steht der Kampagne positiv gegenüber. Direktorin Brigitte Buhmann betont, dass die Senioren im Strassenverkehr keine Problemgruppe darstellen, zumal sie sich äusserst gesetzestreu verhielten. Andererseits ziehen sich laut jüngster bfu-Statistik (Sinus-Report) die über 65-Jährigen relativ gesehen leicht mehr schwere Verletzungen zu als die Altersgruppe von 25 bis 64, trotz geringerer Fahrleistung und bewusster Risikovermeidung.

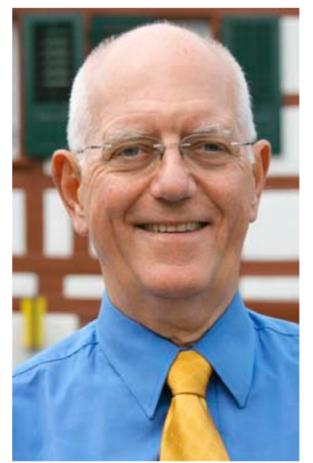
**TRAINING NÜTZT** Weil das Thema Fahren im Alter aufgrund der längeren Lebenserwartung und der demographischen Entwicklung an Bedeutung zunimmt, wird diesbezüglich auch vermehrt geforscht. Dabei kommen die Experten meist zum selben Schluss: Be-



Reaktionstest online: Bremsen oder ausweichen oder gelassen bleiben? Aber dallii!



Bitte knobeln: Wer hat Vortritt? Screenshots: www.sicher-mobil.ch



René Künzli. Foto: zvg

sonders gegen die Abnahme der kognitiven Fähigkeiten (Aufmerksamkeit, Informationsverarbeitung und geistige Flexibilität) lässt sich etwas tun.

So verbesserte sich in einer deutschen Studie das Fahrverhalten von über 70-Jährigen nach einer begleiteten Trainingsfahrt deutlich – ihr Niveau erreichte mit relativ wenig Übung jenes einer Vergleichsgruppe von 40- bis 50-Jährigen.

**HIRNGYMNASTIK** Am Psychologischen Institut der Uni Zürich wiederum mach-

te ein Doktorand mit Senioren Trainings an einem Fahrsimulator. Er konnte danach sowohl höhere Hirnaktivitäten wie auch bessere Noten in einer praktischen Fahrprüfung nachweisen. Der Schluss liegt nahe: Wer was tut, bleibt länger automobil.

*PS. Der Autor, zarte 48 Lenze zählend, schaffte bei keinem der Tests von «www.sicher-mobil.ch» auf Anhieb Bestnoten. Übung brachte aber Besserung. Also: Nicht zu früh die Flinte ins Korn werfen.*

# Autoverkäufer auf Facebook & Co.

**SOCIAL MEDIA** Verkaufen Garagen mit Facebook oder anderen Social-Media-Plattformen mehr Autos? Vermutlich nicht. Aber helfen kann es doch.

DANIEL RIESEN

Kommuniziert die Garage Ihres Vertrauens über Facebook oder ein anderes soziales Netzwerk? Vielleicht lässt Sie diese Frage ziemlich kalt, Garagenbetreiber sollte es aber nicht. Davon jedenfalls ist Beat Jenny überzeugt. Jenny kennt die Autobranche von innen, betreibt heute eine Onlinemedien-Agentur (www.garagen-marketing.ch) und erklärt Interessenten in Seminaren, wie es geht.

Jenny konzentriert sich in seinen Kursen auf jene Kanäle, die am stärksten verbreitet sind und empfiehlt Facebook für die Kundenpflege, Twitter, um auf dem Laufenden zu



Social Media kann auch für Garagen Sinn machen. Illustration: bh/dr

bleiben – wir empfehlen da natürlich die AR, in Print und online... – und das im deutschsprachigen Raum weit verbreitete Netzwerk Xing für die rein berufliche Nutzung.

**FB WIRD NOCH WICHTIGER**

Dem Status des Plauschmediums für Teenager ist Facebook (FB) längst entwachsen, und für Beat Jenny deutet einiges darauf hin, dass dessen Bedeutung im Geschäftsbereich weiterwächst. Eine Erklärung dafür: «Wenn immer mehr Unternehmen über Facebook kommunizieren, bleiben diese Inhalte Google verborgen, weil Bing von Microsoft als Suchmaschine innerhalb von Facebook arbeitet.»

Facebook kann helfen, im Web überhaupt gefunden zu werden und soll, so der Garagen-Marketing-Spezialist, zur Pflege langfristiger Beziehungen zu den Kunden genutzt werden. Anders gesagt: Über Facebook verkauft man keine Autos, doch kann man das Geschäft vorbereiten.

Womit soll der Facebook-Auftritt einer Garage oder eines Verkäufers glänzen? Er sollte sich vom Online-Auftritt unterscheiden, die FB-Freunde sollte man nur selten mit Verkaufsaaktionen piesaken. Dafür eigne sich Facebook, so Jenny, um die menschliche Seite des Unternehmens zu zeigen. Und wenn alles gut läuft, ist es der Ort, wo Kunden die Garage oder ihre Produkte weiterempfehlen.