

Kernenergie auf dem Prüfstand

Teil 3 von 3: Mehr Kernkraftwerke braucht das Land!

Die Diskussionen rund um das Thema Kernenergie reissen nicht ab. Fast täglich erreichen uns neue Nachrichten aus Fukushima und die grünen Parteien gewinnen zunehmend an Beliebtheit. Die Markt- und Sozialforscher der management tools ag, Beckenried und Intervista AG, Bern untersuchen zurzeit mittels einer Online-Umfrage* die Einstellung der Schweizer Bürgerinnen und Bürger zum Thema „Atomstrom“. Die Ergebnisse dieser Studie werden in einer Serie von drei Teilen dargestellt.

Die zentralen Erkenntnisse der bisher veröffentlichten Ergebnisse (Teile 1 und 2) beinhalten zum einen, dass Männer in der Schweiz gegenüber „Atomstrom“ wesentlich positiver eingestellt sind als die weibliche Bevölkerung. Zum anderen konnte festgestellt werden, dass die jüngere Bevölkerung (im Alter bis 29 Jahre) der Kernenergie gegenüber aufgeschlossener ist als die ab 30-Jährigen. Auch die Deutsch-Schweizer bewerten die Kernenergie positiver als die Bewohner der West-Schweiz.

Der dritte und letzte Teil der Ergebnisserie soll Aufschluss über die Einstellung der Schweizer Bevölkerung zum Bau neuer Kernkraftwerke geben.

Wir brauchen mehr Kernkraftwerke in der Schweiz!

Nach den Diskussionen der letzten Wochen könnte man als Reaktion auf diese Aussage ein klares „Nein – keine neuen Kernkraftwerke“ erwarten. Jedoch immerhin 21% der Bevölkerung stimmen einem weiteren Ausbau der Kernkraft zu. Aber auch hier zeigt sich ein deutlicher Unterschied zwischen Frauen und Männern. Während 33% der männlichen Befragten dem Bau von zusätzlichen Kernkraftwerken zustimmen, stösst die Errichtung weiterer Kernkraftwerke bei nur 10% der Frauen auf Zustimmung (vgl. Abb. 1).

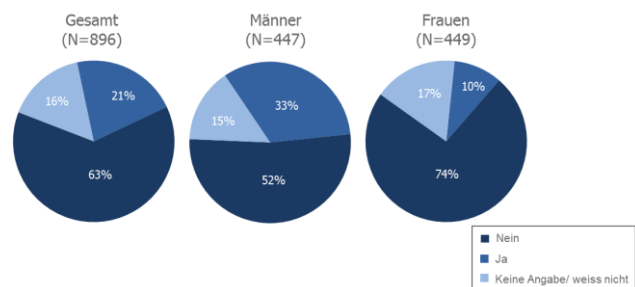


Abb. 1: Befürworten Sie den Bau neuer Kernkraftwerke in der Schweiz?

Und auch in den Sprachregionen zeigen sich erneut Unterschiede hinsichtlich der Einstellung zum Bau neuer AKWs. Knapp ¼ der Deutsch-Schweizer (23%) befürworten den Bau von neuen Kernkraftwerken in der Schweiz. Hingegen unterstützen nur 16% der West-Schweizer-Bevölkerung den Bau weiterer Kernkraftwerke.

Was heisst das nun für die Kernkraftwerke?

Die Diskussionen um eine sichere „Energiezukunft“ gehen mit Bestimmtheit weiter. Aktuell ist die Sensibilisierung bezüglich der Risiken und Probleme von Atomstrom, sieben Wochen nach einer der schwersten Reaktorkatastrophen unserer Zeit, sehr hoch.

Zu klären bleibt jedoch die Frage, wie sich die Einstellungen der Bevölkerung über die kommenden Monate hinweg entwickeln bzw. verändern werden.

Über management tools ag

Im Jahr 2000 gegründet, bietet die management tools ag Marktforschungs- und Beratungsleistungen an. Fundierte Analysen und Handlungsempfehlungen bilden für die Kunden die Grundlage, um markt-relevante Entscheidungen zu treffen und Massnahmen wirksam umzusetzen. Einzigartig in der Schweiz sind die Messinstrumente Price Finder zur Erfassung der Zahlungsbereitschaft sowie die Blickverlaufsanalysen zur Beurteilung der Aufmerksamkeitsprozesse. Weitere Instrumente zur vollum-fänglichen Management-Beratung komplettieren den Wirkungsbereich der Werbe- und Kommunikati-onsforschung. Das hauptsächlich aus Psychologen bestehende Team umfasst 13 Festangestellte (+ 50 freie Mitarbeiter) und wird geleitet durch Geschäftsführer Klaus Ammon. Als Team- und Projektlei-ter bei der IHA GfK, als Brand Manager bei Rivella sowie CEO Mövenpick Icecream International bringt er langjährige Erfahrung auf Kunden- und Agenturseite mit. Seit Gründung wurden über 1'200 Forschungsprojekte mit über 200'000 Interviews in der quantitativen Forschung durchgeführt sowie mehr als 3'000 Tiefeninterviews und hunderte Fokusgruppen bzw. Workshops moderiert und analy-siert. Mehr als 200 national aber auch international tätige Kunden wie etwa Swisscom, Coca-Cola, Zürcher Kantonalbank, Mobiliar, Syngenta und Coop haben management tools bisher ihr Vertrauen geschenkt.

Medienmitteilungen und Grafiken finden Sie ebenfalls unter www.management-tools.ch >> [Publikatio-nen/Medien](#). Veröffentlichungen und Bezugnahmen bedingen die Nennung von Intervista AG und management tools ag als Quelle.

Über Intervista AG

Die Intervista AG wurde 2010 gegründet und ist ein Full Service Marktforschungsinstitut mit Schwer-punkten im quantitativen und qualitativen Onlineforschungsbereich. Langjährige Erfahrung der Mitar-beiter in der Instituts- und Betriebsmarktforschung garantieren die kompetente und qualitativ hochwer-tige Durchführung von Studien auch bei anspruchsvollen Methoden.

Intervista verfügt für die Durchführung von Online-Befragungen über ein qualitativ hochwertiges und sehr gut gepflegtes Online-Panel mit über 33'000 registrierten Teilnehmern. Das Intervista-Panel greift auf verschiedenste Rekrutierungsquellen zu, nämlich Kundenstämme von Schweizer Grossunterneh-men, repräsentative telefonische Befragungen und Anzeigen in Pendlerzeitungen mit kontrollierter Anmeldung per SMS. Intervista verfügt durch die oben genannten Quellen über in der Schweiz einzig-artige Rekrutierungsmöglichkeiten, die es erlauben, sehr breite Schichten der Schweizer Onlinebevöl-kerung zu erreichen.

Ansprechpartner für Auskünfte und Rückfragen:

Klaus Ammon
Geschäftsführer
Dorfstrasse 53
CH-6375 Beckenried
Tel: +41 (0)41 624 99 77
Fax: +41 (0)41 624 99 78
Mail: klaus.ammon@management-tools.ch
Web: www.management-tools.ch

Stephanie Hatzius
Senior Project Manager
Dorfstrasse 53
CH-6375 Beckenried
Tel: +41 (0)41 624 99 77
Fax: +41 (0)41 624 99 78
Mail: stephanie.hatzius@management-tools.ch
Web: www.management-tools.ch

Dr. Julia Urbahn
Intervista AG
Optingenstr. 14
3013 Bern
Tel: +41 (0)31 511 0252
Mail: julia.urbahn@intervista.ch