

## PERSBERICHT

16 maart 2009  
nummer PB0955

# Campagne kernenergie verandert mening Belg niet

**Brandhome heeft het effect van de campagne van het Nucleair Forum over kernenergie onderzocht. Het Antwerpse bureau wilde weten hoe de Belgen denken over kernenergie, of de campagne hun mening over kernenergie heeft veranderd en wie volgens de ondervraagden de afzender was van deze campagne. De campagne heeft een hoge bekendheid, maar liefst 72% van de Belgen kent de campagne. De belangrijkste conclusie van het onderzoek is echter dat bij ruim 84% van de ondervraagden de mening over kernenergie niet gewijzigd is. 1600 respondenten hebben meegewerkt aan dit onderzoek.**

### **Afzender?**

Op de vraag wie de afzender van de campagne is, weet slechts 6% van de ondervraagden het juiste antwoord te geven, namelijk het Nucleair Forum. Veel respondenten denken dat de campagne het werk is van Electrabel, Groen!, de overheid of de kernenergiesector. Opvallend is dat klanten van Nuon en Luminus vaker dan gemiddeld denken dat de campagne uit de hoed van Electrabel komt. Maar de campagne heeft hoegenaamd geen invloed gehad op het imago van bijvoorbeeld Groen! of Electrabel.

### **Voet bij stuk**

84% van de Belgen is niet van mening veranderd door het mediaoffensief. Slechts 12% is positiever gaan denken over deze manier van energie opwekken, terwijl 4% negatiever geworden is. Als de mening toch verandert als gevolg van de campagne, dan zijn vooral de mensen die dachten dat de overheid de afzender was positiever geworden.

### **Kerncentrales open?**

46% van de Belgen vindt dat de kerncentrales na 2025 open mogen blijven. 39% is neutraal en slechts 15% vindt dat de kerncentrales niet open mogen blijven. Vooral in Vlaanderen is men sterker van mening dat de kerncentrales na 2025 gesloten moeten worden. 25% van de ondervraagden positief staat tegenover deze manier van energieopwekking.

### **Onderzoekopzet**

Het onderzoek is uitgevoerd als een kwalitatief (600 face to face interviews) en kwantitatief (1.000 online vragenlijsten) onderzoek door een onafhankelijk onderzoeksbureau in de maanden februari en maart 2009. De steekproef van het onderzoek is representatief verdeeld over de leeftijdscategorieën 18 tot 65 jaar.

Brandhome is een communicatiebureau dat werkt volgens een unieke en effectieve methodiek om merken te bouwen, de Brandhome method<sup>®</sup>. Het communicatiebureau stelt zich onder andere tot doel om kennis over merken constant te vergroten. Brandhome is gevestigd in Antwerpen.

*Noot voor de redactie / Niet voor publicatie:*

In bijlage treft u een samenvatting aan van het onderzoek. Voor meer informatie over dit persbericht kunt u contact opnemen met Machteld Schierbeek, Brandhome, tel. +32 (0)487 60 65 65.