

Deutsche zeigen sich kinderfreundlich

04.11.2008, 12:11 | Werbung, Consulting, Marktforschung

Pressemitteilung von: *EARSandEYES GmbH - Institut für Markt- und Trendforschung*



Hamburg – 4. November 2008. Ruhestörung unterbinden, gleichzeitig aber die Entfaltungsmöglichkeiten des Nachwuchses stärken – ein Interessenkonflikt, der zuletzt in Hamburg zur vorläufigen Schließung einer Kindertagesstätte führte. Nachbarn hatten die Einrichtung wegen Lärmbelästigung verklagt. Die Mehrheit der Deutschen kann darüber nur den Kopf schütteln, ermittelte aktuell das Markt- und Trendforschungsinstitut EARSandEYES. 83% der Bundesbürger mit Kind und 67% der kinderlosen Deutschen haben für Anwohner, die gegen Kinderbetreuungseinrichtungen vor Gericht ziehen, kein Verständnis. Im Gegenteil: Insgesamt 76% sehen gerade in Wohngebieten einen geeigneten Standort für Kindergärten. In Industriegebieten sind Betreuungsangebote klar fehl am Platz (74%), so das Ergebnis der repräsentativen Erhebung unter 1.500 Bundesbürgern ab 18 Jahren. Selbst gesetzliche Auflagen für in Wohnanlagen ansässige Kindergärten kommen nur spärlich an. Zum Schutze der Anwohner befürwortet jeder fünfte Deutsche die Beschränkung der Spielzeiten auf dem Außengelände. Jeder Zehnte plädiert für eine strikte Ruhepause an Wochenenden und Feiertagen. Lediglich 3% fordern mit der Errichtung einer hohen Betonmauer drastischere Lärmschutzmaßnahmen. Die Meisten (63%) lehnen gesonderte Vorschriften für wohnortsnahe Kitas ohnehin gänzlich ab. Schließlich gibt es schlimmere Arten von Lärm als der einer Horde spielender Kinder. Mehrheitlich empfinden die Deutschen vor allem Baustellenlärm (94%), aber auch Fluglärm (84%), Lärm der Hauptverkehrsstraße (80%) und der Straßenbahn (78%) störender als Kinderlärm. 56% hören lieber den Radau von Kindern als die Musik der Nachbarn.

Portrait

Das Hamburger Markt- und Trendforschungsinstitut EARSandEYES ist 1998 als Pionier der onlinebasierten Marktforschung gestartet und ist heute als führender Anbieter in diesem Segment etabliert. Aktuelle Umfrage-Software, maßgeschneiderte Instrumente und hauseigene, gepflegte Accesspools mit knapp 40.000 Teilnehmerprofilen garantieren gesicherte Ergebnisse, die repräsentativ für die Online-Nutzerschaft sind. Zusätzlich verfügt das Institut über eine zukunftsorientierte, qualitative Forschung, für die regelmäßig 500 Trend-Korrespondenten aus 50 Metropolen weltweit an die Zentrale in Hamburg berichten. Zu den Kunden von EARSandEYES zählen Unternehmen wie Beiersdorf, Campbell's, Deutsche Bank, Fressnapf, Publicis, Nintendo, Osram, T-Mobile und TUI. www.earsandeyes.com

News-ID: 256519 • Views: 145 (Stand: 08.06.2026)

[Link zur Pressemitteilung:](#)

<https://www.openpr.de/news/256519/Deutsche-zeigen-sich-kinderfreundlich.html>