

Codierung von Gründen der Verweigerung der Teilnahme an Interviews: ein Kategorienschema

Natalja Menold und Cornelia Züll

GESIS-Technical Reports 2010|11

Codierung von Gründen der Verweigerung der Teilnahme an Interviews: ein Kategorienschema

Natalja Menold und Cornelia Züll

GESIS-Technical Reports

GESIS – Leibniz-Institut für Sozialwissenschaften

Postfach 12 21 55

68072 Mannheim

Telefon: (0621) 1246 - 286

Telefax: (0621) 1246 - 100

E-Mail: natalja.menold@gesis.org

ISSN: 1868-9043 (Print)

ISSN: 1868-9051 (Online)

Herausgeber,

Druck und Vertrieb:

GESIS - Leibniz-Institut für Sozialwissenschaften
Lennéstraße 30, 53113 Bonn

Zusammenfassung

Verweigerungen stellen einen beträchtlichen Anteil systematischer Ausfälle in Umfragen dar. Einige Umfragen erheben deshalb Verweigerungsgründe während des Datenerhebungsprozesses. Neben einer interessanten Zusatzinformation zum Ablauf der Datenerhebung liefern diese Daten auch Informationen, die zur Reduzierung der Verweigerungsraten genutzt werden können. Allerdings fehlen derzeit standardisierte Instrumente zur Erfassung von Verweigerungsgründen, die eine reliable, valide und objektive Datenerhebung sichern würden. In diesem Artikel stellen wir ein standardisiertes Instrument – ein Kategorienschema – zur Klassifizierung der Verweigerungsgründe vor, das als Teil einer Inhaltsanalyse entwickelt wurde. Als Datenbasis nutzten wir offen erhobene Angaben der Interviewer in Kontaktprotokollen in ALLBUS 2008. Die Intercoder-Reliabilität des Kategorienschemas beträgt 0,84 und ist zufriedenstellend. Abschließend geben wir Hinweise zur Nutzung des Kategorienschemas für die Codierung der offen erhobenen Daten sowie zur Datenerhebung direkt durch den Interviewer im Feld.

1 Einleitung

Teilnahmeverweigerungen durch die Zielpersonen stellen den größten Teil der systematischen Ausfälle in Bevölkerungsumfragen dar. In der allgemeinen Bevölkerungsumfrage der Sozialwissenschaften (ALLBUS)¹ betrug die Teilnahmeverweigerung im Jahr 2008 ca. 50%. Auch in anderen deutschen nationalen oder komparativen interkulturellen Umfragen ist der Anteil der Ausfälle durch die Teilnahmeverweigerung hoch (in ESS 2006² betragen Verweigerungsraten bis zu 40% in den einzelnen Ländern).

Diese hohen Verweigerungsraten würden insoweit keinen Surveybias verursachen, unterschieden sich die finalen Verweigerer nicht in einer systematischen Art und Weise von den Befragungsteilnehmern (Groves et al., 2004; Groves, 1989). Dies ist jedoch nicht der Fall. So unterscheiden sich die Verweigerer von den Befragungsteilnehmern und nicht erreichten Personen in demografischen Charakteristika: Verweigerer sind eher Frauen, älter als 45, aus unteren sozialen Schichten, mit geringer formaler Bildung und Stadtbewohner (DeMaio, 1980; Esser, 1973; Dohrenwend & Dohrenwend, 1968; Pickery & Loosveldt, 2002; Porst & Schneid, 1989; Reuband, 1975; Rogelberg & Luong, 1998; Schnauber & Daschmann, 2008; Stoop, 2004; Williams et al., 2007; Zeh 1976). Schwer erreichbare Personen sind – im Unterschied zu Verweigerern – jünger, alleinstehend, gut gebildet, berufstätig und ohne Kinder (Stoop, 2004). Weiterhin unterscheiden sich Verweigerer von Befragungsteilnehmern in Bezug auf Lebensstil (Schnell, 1997) und weitere Einstellungsvariablen. Verweigerer sind eher sozial isoliert (Groves & Couper, 1998), während sozial eingebundene Personen schwer zu erreichen sind (Stoop, 2004). Verweigerer sind weiterhin Personen mit einer geringen kulturellen Partizipation, sie zeigen weniger sportliche Aktivitäten und besitzen seltener PCs (Neller, 2005; Reuband & Blasius, 2000; Stoop, 2004). Finale Verweigerer unterscheiden sich schließlich von den sogenannten „reluctant“ Personen, die zunächst verweigern und dann doch zur Kooperation konvertiert werden. Die letztgenannten unterscheiden sich von den anfänglichen Teilnehmern weniger als finale Verweigerer (Stoop, 2004).

Ob Verweigern ein stabiles oder ein variables und situationsabhängiges Verhalten ist, demonstrieren Arbeiten von Reuband und Blasius (2000) und von Stoop (2004). Die Autoren beschreiben Follow-up Studien, in denen Nicht-Erreichte und finale Verweigerer von Umfragen kontaktiert wurden. Die Ergebnisse dieser Studien zeigen, dass die kontaktierten finalen Verweigerer zumeist leicht zur Teilnahme bewogen werden konnten. Generell konnten in der Studie von Stoop (2004) 70% der finalen Verweigerer des „1999 Amenities and Services Utilization Survey“ (AVO, in den Niederlanden) interviewt werden. Bei Reuband und Blasius (2000), die Kölner Bürger rekontaktierten, betragen die Beteiligungsraten 50% bei telefonischen und 40% bei face-to-face Interviews. Diese Follow-up Studien wurden allerdings mit einem erhöhten Aufwand – beispielsweise dem Einsatz von sehr erfahrenen Interviewern, die gut bezahlt wurden oder unter Verwendung von im Wert hohen und flexiblen Incentives oder der Nutzung kurzer Fragebögen – durchgeführt. Dennoch weisen die Ergebnisse dieser Studien darauf hin, dass „Verweigern“ keine kristalline, stabile Persönlichkeitseigenschaft und kein kardinales, stabiles Verhalten darstellt, sondern vielmehr als eine spontane und von der Situation abhängige Reaktion aufzufassen ist (Esser, 1986; Reuband & Blasius, 2000; Schnell, 1997).

Die theoretischen Überlegungen zum Verweigerungsverhalten können wie folgt zusammengefasst werden: Es gibt keine kardinalen Verweigerer, wobei die Verweigerungsdisposition auf einem Kontinuum liegt (Esser, 1986; Reuband & Blasius, 2000; Schnell, 1997: 190). Jede Person dürfte einen individuellen Schwellenwert haben, ab dem sie die Mitarbeit zusagt. Dieser Schwellenwert variiert

¹ siehe <http://www.gesis.org/dienstleistungen/daten/umfragedaten/allbus/>

² ESS (European Social Survey), <http://ess.nsd.uib.no/ess/round3/>

mit dem Thema der Befragung, der Situation, der Qualität des Anschreibens, dem Erscheinungsbild und der argumentativen Überzeugungskraft des Interviewers (Reuband & Blasius, 2000).

Unter den genannten Bedingungen (1. dass sich die Verweigerer von den anderen Personengruppen (Befragungsteilnehmer, Nicht-Erreichte, schwer erreichbare und „reluctant“ Zielpersonen) unterscheiden und 2. der situativen Determiniertheit des Verweigerungsverhaltens) ist es erforderlich und sinnvoll, Unterschiede zwischen den finalen Verweigerern und anderen Gruppen der Zielpersonen zu erforschen sowie zusätzliche Anstrengungen zu unternehmen, Verweigerungsraten zu reduzieren.

Die Erhebung der Verweigerungsgründe durch die Interviewer als ein Teil der Paradata kann nützliche Informationen hierfür liefern. Verweigerungsgründe sind hier die Antworten der Zielpersonen, die das Interview verweigern, z.B. „kein Interesse“ oder „keine Zeit“, „krank“. Paradata sind Daten, die Prozesse beschreiben (Faulbaum, Prüfer & Rexroth, 2009). Zu Paradata zählen beispielsweise Daten des Case-Managements (Anzahl und Zeit der Kontakte pro Fall, Interviewlänge) und Daten über die Interaktion des Interviewers mit der Zielperson. AAPOR empfiehlt in seinen „Standard Definitions“³ bei der Erhebung von Paradata auch eine Erhebung von Verweigerungsgründen als Standard (siehe dazu auch Durrant & Steele, 2009).

Die erhobenen Paradata werden zunehmend für die Analysen zur Erklärung des Teilnahmeverhaltens oder zur Berechnung des Non-Response genutzt (einen Überblick geben Kreuter & Kohler, 2009). Bates et al. (2008) nutzten Kontaktinformationen des National Health Interview Survey 2005 (NHIS)⁴, unter anderem auch Informationen zu Verweigerungsgründen, zur Erklärung der Teilnahmebereitschaft.

Die als ein Teil der Paradata erhobenen Verweigerungsgründe können auch für die Supervision der Interviewer und zur Anpassung des erneuten Kontaktverhaltens genutzt werden (Stoop, 2004; Durrant & Steele, 2009). Neller (2005) beschreibt eine flexible Verwendung von unterschiedlichen Überredungsstrategien während der Kontaktierung – abhängig vom genannten Verweigerungsgrund. Weiterhin können die Verweigerungsgründe als eine Basis zur Verwendung flexibler (variabler) Incentives dienen. Eine derartige Flexibilisierung der Anreize schlagen Költringer (1992) und Stoop (2004) vor, um Ausschöpfungsquoten zu erhöhen.

Eine weitere Verwendungsmöglichkeit der Verweigerungsgründe ergibt sich daraus, dass sie auf die Leichtigkeit der nachfolgenden Konvertierung hinweisen können. Die höchsten Konvertierungsraten wurden bei den Verweigerungsgründen „keine Zeit“, „kein Interesse“, „generelle Verweigerung“ oder beim sofortigen Auflegen des Hörers festgestellt (Fuse & Xie, 2007; Neller, 2005; Reuband & Blasius, 2000; Schnauber & Daschmann, 2008).

In Hinblick auf diese skizzierte Nutzung der Daten über Verweigerungsgründe für die Forschung sowie im Rahmen der Datenerhebung stellt sich die Frage der Zuverlässigkeit ihrer Erhebung, und es ergibt sich die Notwendigkeit reliabler Erhebungsinstrumente. Im Gegensatz zu den Fragebögen für die Befragten, bei denen die psychometrische Güte der Erhebung in der Regel nachzuweisen ist – wird die psychometrische Güte bei den Instrumenten zur Erhebung von Paradata bisher kaum thematisiert. Dabei stellen Protokolle zur Dokumentation der Kontaktversuche per se ein Erhebungsinstrument dar. Insbesondere dann, wenn die gesammelten Daten zu Forschungszwecken genutzt werden, sollte die Datenqualität gesichert werden.

In der in diesem Artikel präsentierten Untersuchung wurde die Entwicklung eines standardisierten Instrumentes zur Klassifizierung der Verweigerungsgründe vorgenommen. Der Ausgangspunkt für die

³ siehe

http://www.aapor.org/AM/Template.cfm?Section=Standard_Definitions1&Template=/CM/ContentDisplay.cfm&ContentID=1814

⁴ <http://www.cdc.gov/nchs/nhis.htm>

Analyse waren die im ESS verwendeten Kategorien. In den ersten drei Runden nutzte ESS bis zu 14 Kategorien, wie „bad timing“, „not interested“, „waste of money“, „waste of time“ mit der Restkategorie „other“ (Tabelle 1). Eine Analyse über alle Länder hinweg zeigte, dass der Anteil der Angaben in der Restkategorie relativ hoch ist (ESS 1: 12,3%; ESS 2: 10%; ESS 3: 11,7%). Tabelle 1 präsentiert die Häufigkeiten der Verweigerungsgründe in exemplarisch ausgewählten Ländern in ESS 3. Es ist zu sehen, dass insbesondere in Deutschland der Anteil an „sonstiges“ hoch ist (ca. 19%), wobei einige andere Kategorien nur marginal besetzt sind (zu maximal 2%, teilweise unter einem Prozent). Zugleich finden sich in Instruktionen für die Interviewer keine näheren Erläuterungen hierzu, wie die Kategorien zur Erhebung der Verweigerungsgründe zu verstehen und zu nutzen sind (vgl. Fieldwork Instructions ESS 1-3⁵).

Tabelle 1: Verweigerungsgründe in ESS 3 (exemplarisch ausgewählte Länder)

Verweigerungsgrund	Finnland		Norwegen		Deutschland	
	N	%	N	%	N	%
Bad timing, otherwise engaged	164	16,6%	71	6,4%	435	19,1%
Not interested	349	35,4%	581	52,1%	657	28,9%
Do not know subject. too difficult	30	3,0%	33	3,0%	-	-
Waste of time	113	11,5%	59	5,3%	-	-
Waste of money	12	1,2%	3	0,3%	-	-
Interferes with my privacy	42	4,3%	31	2,8%	94	4,1%
Never do surveys	69	7,0%	93	8,3%	405	17,8%
Co-operated too often	8	0,8%	17	1,5%	48	2,1%
Do not trust surveys	21	2,1%	6	0,5%	31	1,4%
Previous bad experience	5	0,5%	9	0,8%	2	0,1%
Do not like subject	39	4,0%	11	1,0%	79	3,5%
No approval to cooperate	11	1,1%	6	0,5%	91	4,0%
Other	122	12,4%	195	17,5%	430	18,9%

Daten: <http://ess.nsd.uib.no/>

Im Gegensatz zu ESS (Erhebungsinstitut Infas) werden in ALLBUS (Erhebungsinstitut Infratest) keine Kategorien bzgl. der Verweigerungsgründe vorgelegt, sondern die Verweigerungsgründe in Form von Erläuterungen zum Ergebnis der Kontaktaufnahme offen erhoben. Ein standardisiertes Instrument würde hier ermöglichen, die Objektivität der Daten zu erhöhen. Darüber hinaus ist die Nutzung dieser Daten – erforderlich ist hier eine systematische Inhaltsanalyse – sowohl für das erhebende Institut als auch für die Forschung aufwändig und daher nur eingeschränkt möglich.

Nichtsdestotrotz stellen die bei ALLBUS erhobenen Daten ein hervorragendes Material für eine Inhaltsanalyse zur Entwicklung eines standardisierten Erhebungsinstrumentes dar. Dieses sollte in Form einer optimierten Kategorienliste mit Definitionen der Kategorien und Ankerbeispielen, die eine zuverlässige Zuordnung zu Kategorien ermöglichen, vorliegen. Die Kategoriendefinitionen in einem standardisierten Instrument sollten folgenden Regeln genügen (siehe Holsti 1969:95, Merten 1995):

⁵ See http://www.europeansocialsurvey.org/index.php?option=com_content&view=article&id=119&Itemid=367

- Die Kategorien sollten mit den Zielen der Untersuchung korrespondieren.
- Das Kategoriensystem sollte vollständig sein, d.h. es sollte das durch die Forschungsfrage vorgegebene Kommunikationsmerkmal sowohl auf der Begriffsebene als auch auf der Ebene des Datenmaterials vollständig erfassen. Vollständigkeit wird i.A. durch eine Restkategorie „sonstiges“ erreicht.
- Die Kategorien sollten voneinander unabhängig, d.h. wechselseitig exklusiv sein.
- Die Kategorien sollten einem einheitlichen Klassifikationsprinzip genügen.
- Die Kategorien sollten eindeutig definiert sein.

Im Folgenden beschreiben wir die Entwicklung eines Kategorienschemas zur Charakterisierung der Verweigerungsgründe auf Basis offener Angaben der Interviewer in ALLBUS 2008 und stellen dieses Kategorienschema vor. Abschließend diskutieren wir die Qualität des entwickelten Schemas und zeigen seine Nutzungsmöglichkeiten sowie weitere erforderliche Entwicklungs- und Validierungsschritte auf.

2 Entwicklung des Kategorienschemas

Das Schema wurde entwickelt, um offene Angaben in Kontaktprotokollen zum Grunde einer Verweigerung zu codieren. Es wurde an Hand der (unbereinigten) Kontaktprotokolle aus der Woche 34, der letzten Woche der Datenerhebung (CAPI-Protokolle) des ALLBUS 2008, entwickelt. Bei diesen Protokollen handelt sich um wöchentliche Berichte der Interviewer pro Sample Point.

Die Interviewer mussten in dieser Studie, wenn ein Interview nicht realisiert wurde, zunächst einen Ausfallcode angeben. Es konnte dabei aus den folgenden Kategorien ausgewählt werden:

- Adresse falsch, existiert nicht mehr.
- Zielperson (ZP) verstorben
- ZP nicht (mehr) unter der angegebenen Adresse
- ZP lebt in Anstalt und nicht in Privathaushalt
- Im Haushalt niemand angetroffen
- ZP aus Zeitgründen nicht zum Interview bereit
- ZP nicht zum Interview bereit
- ZP spricht nicht hinreichend gut Deutsch
- ZP dauerhaft krank und nicht in der Lage dem Interview zu folgen.

Zusätzlich stand ein Feld für Bemerkungen zur Adresse und zur Befragung zu Verfügung. Dieses Feld bezog sich nicht explizit auf Verweigerungen, sondern diente allen allgemeinen Anmerkungen der Interviewer zu den jeweiligen Kontakten. Wir haben für die Entwicklung des oben beschriebenen Schemas und die anschließende Codierung Anmerkungen nur ausgewählt, wenn explizit „ZP nicht zum Interview bereit“ angekreuzt war.

Die Codieranweisung lautete:

„Alle Angaben sind dahingehend zu überprüfen, ob ein Grund der Verweigerung angegeben ist. Dieser Grund ist jeweils zu codieren. Codiert wird nur, was explizit im Text steht! Es können pro Kontaktprotokoll bis zu drei verschiedene Angaben codiert werden. Es wird nur der Verweigerungsgrund codiert. Die Art der Verweigerung (z.B. hat mich bedroht) interessiert nicht.“

210 Interviewer schrieben insgesamt 6363 Anmerkungen zur Verweigerung. Die Angaben variierten in der Ausführlichkeit: im Durchschnitt wurden 9 Wörter mit 45 Zeichen geschrieben (siehe Tab. 2).

Tabelle 2: Textstatistik

	M	SD	min	max
Durchschnittliche Zahl der Zeichen pro Protokoll	44,80	25,43	0	137
Durchschnittliche Zahl der Wörter	9,47	5,98	0	31
Durchschnittliche Zahl der Verweigerungsgründe pro Interviewer	33,05	27,08	0	131
Durchschnittliche Zahl verschiedener Gründe pro Interviewer	7,24	4,09	0	18

3 Kategorienschema

3.1 Die Kategorien

Im Folgenden sind alle Kategorien, die zur Codierung von Gründen der Verweigerung entwickelt wurden, aufgelistet. Die Hauptgruppen sind jeweils kursiv/fett dargestellt.

Verweigerung allgemein

- 110 Grundsätzliche Verweigerung ohne weitere Angabe von Gründen
- 120 Kein Interesse
- 130 Keine Zeit
- 140 Verweigerung durch Dritte / Teilnahmeverbot

Alter und Gesundheit

- 210 Alter der Zielperson
- 220 Gesundheitszustand

Politische Situation

- 310 Unzufrieden mit der politischer Situation
- 320 Teilnahmeverweigerung, weil Ausländer

Negative Einstellung gegenüber Umfragen

- 410 Umfragen bringen nichts
- 420 Zu viele Umfragen
- 430 Schlechte Erfahrung mit Interviews

Survey Prozess

- 510 Datenschutz und Verletzung der Privatsphäre
- 520 Freiwilligkeit der Teilnahme
- 530 Methodik von Surveys

Nicht erreicht/Spätere Bereitschaft

- 610 Keine Verweigerung, sondern nicht erreicht oder (mögliche) Teilnahmebereitschaft

Probleme der Umfrageorganisation/Durchführung

- 710 Adressfehler
- 720 Mehrfachablehnung
- 730 Probleme bei der Durchführung

Sonstige Angaben

- 810 Andere Gründe
- 910 Nicht zuordenbar
- 999 Keine Angabe

Nur die Kategorien 110 bis 530 beschreiben tatsächlich Verweigerungsgründe. Die Kategorien 610, 710 bis 730 beschreiben keine Verweigerung von Seiten der Zielperson. Sie wurden zunächst in das Schema aufgenommen, da sie von den Interviewern unter „ZP nicht zum Interview bereit“ subsummiert wurden. Da wir in dieser Studie eine möglichst vollständige Codierung der Interviewerangaben anstrebten, waren diese Kategorien erforderlich.

3.2 Kategoriendefinitionen

Alle Kategorien sind wie folgt beschrieben: Zunächst wird zwecks Klarstellung eine Erläuterung der Kategorie formuliert. Die Definitionen werden ergänzt durch Beispiele. Die hier aufgelisteten Beispiele, die alle aus den Protokollen des ALLBUS 2008 stammen, sind nur eine Auswahl der möglichen Formulierungen und dienen der Verdeutlichung, was unter der jeweiligen Kategorie codiert werden soll. Soweit notwendig folgt nach den Beispielen eine explizite Beschreibung der Abgrenzung einer Kategorie zu anderen.

Verweigerung allgemein

Die ersten vier Kategorien beziehen sich auf allgemeine Verweigerungen ohne Grund oder aus fehlendem Interesse oder Zeitmangel.

Grundsätzliche Verweigerung ohne weitere Angabe von Gründen (Code 110)

Dieser Code wird immer vergeben, wenn die Zielperson ein Interview grundsätzlich verweigert/ablehnt. Dabei lassen die Aussagen keine Schlussfolgerungen auf den Grund der Verweigerung zu.

Die Aussagen können sich dabei auf dieses spezifische Interview beziehen oder auf die Ablehnung von Interviews im Allgemeinen hinweisen, d.h. die Ablehnung jedes beliebigen Interviews.

Codiert werden hier neben Angaben wie „verweigert“, „will nicht“ oder „hat keine Lust“ auch Aussagen, dass dem Interviewer der Zutritt verweigert oder beim telefonischen Kontakt der Hörer ohne weiteres aufgelegt wird.

Beispiele:

- verweigert Interviews grundsätzlich;
- generell/grundsätzlich keine Befragungen/Auskünfte/Angaben;
- nimmt grundsätzlich nicht an Befragungen teil auch nicht bei Belohnung;
- an so was nehme ich nicht teil;
- gibt keine Interviews;
- an der Haustür Verbotsschild für Umfragen;
- gebe keine Auskünfte;
- gibt bei Umfragen keine Auskunft mehr;
- lehnt Umfragen ab;
- generelle Ablehnung;
- gegen Befragungen;
- möchte nicht mit Umfragen behelligt werden;
- von Umfragen verschont bleiben;
- ich will sowas/ so etwas nicht;
- ich mag so/solche Umfragen nicht;
- keine Lust zu Umfragen;
- kein Kopf für sowas;
- möchte nicht mehr belästigt werden;
- hasst Umfragen;
- verweigert den Zutritt;

öffnet nicht, obwohl im Hause;
lässt sich verleugnen;
legt am Telefon einfach auf;
bedroht den Interviewer (z.B. hetzt Hund auf ihn, bedroht ihn verbal).

Achtung: Dieser Code wird nur vergeben, wenn kein anderer Grund aufgeführt ist, d.h. wenn „Grundsätzliche Verweigerung ohne weitere Angabe von Gründen“ (Code 110) vercodet wird, darf nie ein zweiter Grund angegeben sein.

Abgrenzung zu anderen Kategorien:

Aussagen wie z.B. „verweigert, hat kein Interesse“ werden immer unter „kein Interesse“ codiert (Code 120).

Aussagen wie „trotz Terminvereinbarung nicht da“ wird unter „keine Verweigerung, sondern Bereitschaft oder Erreichbarkeit zu einem anderen Zeitpunkt“ (Code 610) codiert, da nicht klar ist, ob es eine fehlerhafte Terminabsprache war und die Zielperson doch noch zu einem Interview bereit ist.

Dagegen werden Aussagen wie „war zum vereinbarten Termin da, versteckte sich aber hinter dem Vorhang als „grundsätzliche Verweigerung ohne weitere Angabe von Gründen“ (Code 110) codiert, denn hier ist offensichtlich, dass die Zielperson nicht zu einem Interview bereit ist.

Kein Interesse (Code 120)

Dieser Code wird vergeben, wenn explizit gesagt wird, dass kein Interesse an der Umfrage oder an Umfragen im Allgemeinen besteht. Der Code wird auch vergeben, wenn kein Interesse am Thema der Umfrage besteht oder das Thema abgelehnt wird.

Beispiele:

kein Interesse;
kein Interesse an Umfragen;
kein Interesse, auch nicht für Geld;
nicht interessiert;
Thema interessiert nicht;
keine Umfrage zum Thema.

Keine Zeit (Code 130)

„Keine Zeit“ wird immer codiert, wenn explizit angegeben wird, dass die Zielperson keine Zeit hat. Außerdem werden auch Aussagen codiert, die ein Zeitproblem signalisieren (Schwierigkeit der Terminfindung, Prüfungen, Pflegefall im Haushalt, etc.).

Beispiele:

keine Zeit;
Stress;
Job, 3 Kinder, Haushalt;
immer erst spät abends zu Hause;
schwierige Terminvereinbarung;
private Probleme wie z.B. Todesfall in der Familie, Job verloren, Partner krank, Hartz IV);
bereitet sich auf Prüfungen vor;
wenig Freizeit.

Verweigerung durch Dritte (Code 140)

Dieser Code wird vergeben, wenn der Zielperson die Teilnahme, z.B. durch die Eltern oder den Ehepartner, verboten wird. Er wird auch vergeben, wenn Dritte die Teilnahme der Zielperson ablehnen oder verweigern.

Beispiele:

Ehefrau will nicht, dass der Mann mitmacht;
 Vater verhindert den Kontakt zu seiner Tochter;
 meine Frau hat keine Zeit;
 Lebensgefährtin lässt kein Gespräch mit ZP zu;
 Zielperson möchte nicht lt. Partner/ Nachbar/ Ehemann;
 Partner verweigert stellvertretend.

Alter und Gesundheit

In diese Kategoriengruppe fallen die beiden Dimensionen Alter und Gesundheitszustand, die eine Interviewteilnahme unmöglich machen.

Alter der Zielperson (Code 210)

Die Zielperson ist zu alt (Einschätzung des Interviewers) oder fühlt sich zu alt (eigene Aussage) oder Aussage Dritter.

Beispiele:

mit 90 Jahren, macht sie so etwas nicht mehr;
 zu alt, soll die Jugend fragen;
 ZP ist 89 Jahre alt und stark senil;
 82 Jahre alt, will nicht laut Tochter nicht.

Gesundheitszustand (Code 220)

Hier werden Verweigerungen aus Gesundheitsgründen codiert. Codiert wird auch, wenn die Zielperson sich in einer Reha-Maßnahme oder in Kur befindet oder eine Operation unmittelbar bevorsteht.

Beispiele:

ist dauerhaft krank - hat Krebs im Endstadium;
 geistig manchmal nicht mehr ganz da;
 ist Demenz-krank und nicht in der Lage zu antworten;
 ist nach schwerer Krankheit z. Zt. auf REHA;
 ist zur Kur.

Politische Situation

Eine dritte Kategoriengruppe deckt die politische Situation als Verweigerungsgrund ab. Dazu gehört sowohl die Unzufriedenheit mit der aktuellen politischen Situation, aber auch die Situation der Zielperson, die sich als Ausländer(in) nicht in die Umfragesituation begeben möchte.

Unzufrieden mit der politischer Situation (Code 310)

Dieser Code wird vergeben, wenn die Zielperson explizit ihre Unzufriedenheit mit der Politik, mit Politikern oder dem Staat als Grund der Verweigerung angibt.

Beispiele:

enttäuscht von Politik;
 Wortbruch durch Politiker;

will mit diesem Staat nichts zu tun haben;
sagt in diesem Staat nichts mehr;
ist Hartz-IV-Empfänger und man hat ihn hängen lassen;
Politikverdrossenheit;
haben sich gerade wieder die Diäten erhöht.

Teilnahmeverweigerung, weil Ausländer (Code 320)

Die Teilnahme wird mit einem Hinweis verweigert, dass die Zielperson Ausländer/Ausländerin ist. Codiert wird eine Aussage hier nur, wenn es keine Hinweise auf Sprachprobleme gibt.

Beispiele:

bin Ausländer;
habe mit Deutschland nichts zu tun;
Deutschland geht mich nichts an;
Deutschland geht mich nichts mehr an... ich gehe nach... (bei Rückkehrern/Auswanderer).

Abgrenzung zu anderen Kategorien:

Wird ein Sprachproblem angesprochen (z.B. kann wenig deutsch), wird immer „Probleme bei der Durchführung“ (Code 730) codiert.

Negative Erfahrungen mit Umfragen

Eine wichtige Gruppe von Verweigerungsgründen betrifft a) den Nutzen und Sinn von Umfragen, b) die Menge an verschiedenen Umfragen, und c) schlechte Erfahrungen mit Interviews.

Umfragen bringen nichts (Code 410)

Hier werden alle Aussagen zur Wirkung von Umfragen bzw. zum Sinn von Umfragen codiert. Dabei können sich die Aussagen auf diese Umfrage oder auf Umfragen im Allgemeinen beziehen. Codiert werden auch Aussagen, die auf Zeit- oder Geldverschwendung hinweisen.

Beispiele:

bringt mir nichts;
meine Antworten haben eh keine Wirkung;
die da oben machen was sie wollen;
interessiert eh keinen, was ich denke;
hat keinen Sinn;
hat kein Verständnis für Umfragen;
sind sinnlos;
Umfragen bewirken generell nichts;
sind Zeitverschwendung;
habe besseres/wichtigeres zu tun;
meine Freizeit ist mir wichtiger;
kein Interesse Zeit dafür zu opfern;
sind Geldverschwendung;
ist Quatsch/Blödsinn.

Abgrenzung zu anderen Kategorien:

Die Angaben, dass man später oder zu einem anderen Zeitpunkt erreichbar ist, wie z.B. „in Urlaub bis...“ werden immer unter „keine Verweigerung, sondern Bereitschaft oder Erreichbarkeit zu einem anderen Zeitpunkt“ (Code 610) codiert.

Zu viele Umfragen (Code 420)

Dieser Code wird vergeben, wenn die Zielperson verweigert, weil er/sie zu oft wegen Umfragen angesprochen wird.

Beispiele:

zu viele Umfragen;
man wird immer angerufen;
jede Woche eine neue Umfrage.

Schlechte Erfahrung mit Interviews (Code 430)

Codiert werden Aussagen der Zielperson, dass sie selbst schlechte Erfahrungen mit Interviews gemacht hat und deshalb eine Teilnahme ablehnt. Codiert werden hier aber auch Aussagen, dass die Zielperson von anderen gehört hat, die negative Erfahrungen gemacht haben und deshalb nicht teilnimmt.

Beispiele:

schlechte Erfahrung gemacht;
bei einer angeblichen Meinungsumfrage hereingelegt worden;
der Vater der ZP hat schlechte Erfahrungen mit Befragungen gemacht;
nach Teilnahme viele Werbeanrufe.

Survey Prozess

Die fünfte Codegruppe betrifft den Datenschutz, die Privatsphäre, die Freiwilligkeit und die Methodik von Surveys.

Datenschutz und Verletzung der Privatsphäre (Code 510)

Die Verweigerung erfolgt aus Zweifel am Datenschutz oder aufgrund der Angst vor einer Verletzung der Privatsphäre. Codiert wird auch dann, wenn Zweifel an einem vertraulichen Umgang mit Umfragedaten geäußert wurden. Auch generelles Misstrauen und Angst fallen unter diese Kategorie.

Beispiele:

will keine Daten weitergeben;
traut dem Datenschutz immer noch nicht;
Verletzung der Privatsphäre;
das ist mir zu persönlich;
Abbruch des Gesprächs aufgrund (zu) persönlicher Fragen;
ich lasse mich nicht ausfragen;
ich gebe Fremden keine Auskünfte;
misstraut Umfragen;
Angst vor Fremden;
traut keinem.

Freiwilligkeit der Teilnahme (Code 520)

Hier wird codiert, wenn eine Zielperson sich darauf beruft, dass die Teilnahme an der Umfrage freiwillig ist und sie deshalb nicht teilnimmt.

Beispiele:

ZP beruft sich auf Freiwilligkeit;
wenn ich nicht muss, dann will ich nicht;
weil es keine Pflicht ist;

können mich nicht dazu zwingen, ich bin ein freier Mensch.

Methodik von Surveys (Code 530)

Gibt eine Zielperson als Grund der Verweigerung die Methodik der Befragung an, dann wird dieser Code vergeben. Die Methodik der Befragung kann sich dabei auf verschiedene Aspekte der Befragung beziehen:

- a) Die Erhebungsart: eine Zielperson würde z.B. bei einer schriftlichen Befragung teilnehmen, verweigert aber einem Interviewer den Zutritt.
- b) Incentives: eine Zielperson würde bei (höherer) Belohnung/Entschädigung teilnehmen.
- c) Länge des Interviews: Die Zielperson schreckt vor der Dauer des Interviews zurück.

Beispiele:

Interview dauert zu lang;
1 Stunde ist zuviel Zeit;
ohne Geschenke oder Präsente keine Teilnahme;
wenn überhaupt dann nur gegen Bezahlung;
will nur an Internet-Befragungen teilnehmen;
nur schriftlich;
nicht persönlich.

Spätere Bereitschaft

Keine Verweigerung, sondern nicht erreicht oder (mögliche) Teilnahmebereitschaft (Code 610)

Hier werden alle Interviewerangaben codiert, die keine explizite Verweigerung beschreiben. Dazu gehören Aussagen des Interviewers, dass ein Interview durchgeführt wurde (auch teilweise) oder, dass ein Interview zu einem späteren Zeitpunkt möglich ist (wäre). Hier wird auch codiert, wenn niemand angetroffen wurde oder der bereits vereinbarte Termin seitens der Zielperson nicht eingehalten wurde.

Beispiele:

Termin für Mittwoch, den 6.8 vereinbart;
Interview später;
generell bereit;
Urlaub bis 21.07.;
ZP zurzeit abwesend (Studium, Schule, Beruf);
bis Ende Mai /Anfang Juni auf Sprachkurs im Ausland;
Befragter trotz Terminvereinbarung nicht angetroffen;
nur mit telefonischer Anmeldung, da ZP schlecht erreichbar ist.

Achtung:

Diese Kategorie beschreibt keine Verweigerung. Deshalb wird, wenn sie zutrifft, kein weiterer Code vergeben, d.h. wenn „keine Verweigerung, sondern (mögliche) Teilnahmebereitschaft“ (Code 610) codiert wird, werden weitere Angaben nicht codiert.

Probleme der Umfrageorganisation/Durchführung

Hier werden organisatorische Probleme codiert. Es sind in der Regel keine Verweigerungsgründe, sondern Fehler/Probleme des Feldinstituts und der Stichprobenziehung.

Diese organisatorischen Probleme werden in drei Kategorien definiert:

- a. Adressfehler (ineligible)

- b. Kontaktaufnahme trotz einer bisher geäußerten Verweigerung
- c. Andere Probleme bei der Durchführung/Organisation

Adressfehler (Code 710)

In diese Kategorie fallen Probleme mit Adressen, z.B. Adresse doppelt, Adresse ungültig, oder Person verzogen. Hier wird auch codiert, wenn jemand dauerhaft außerhalb des Haushalts lebt, z.B. im Seniorenheim.

Beispiele:

doppelte Adresse;
 wohnt seit 2 Jahren in Hannover;
 nur Zweitadresse, ZP lebt in England;
 lebt wahrscheinlich im Altenheim;
 hat zweiten Wohnsitz;
 Adresse bei Einwohnermeldeamt für Befragungen sperren lassen;
 verzogen.

Achtung:

Diese Kategorie beschreibt keine Verweigerung. Deshalb wird, wenn „Adressfehler“ (710) zutrifft, kein weiterer zusätzlicher Code vergeben.

Kontaktaufnahme trotz einer bereits geäußerten Verweigerung (Code 720)

Hier wird codiert, wenn eine Zielperson trotz vorheriger Absage mehrfach kontaktiert wurde.

Beispiele:

Bereits (mehrmals) bei Interviewer abgelehnt, dennoch weitere Kontakte;
 fühlt sich durch mehrfache Kontakte belästigt;
 schon 10x kontaktiert – nein;
 schon vorher gesagt, dass ich nicht will;
 Bereits im Voraus abgesagt;
 Absage schon bei vorheriger Befragungswelle;
 telefonischer Absage durch die Zielperson bei Infratest.

Achtung:

Diese Kategorie beschreibt keine Verweigerung. Deshalb kann, wenn sie zutrifft, ein weiterer Code vergeben, d.h. wenn „Kontaktaufnahme trotz einer bereits geäußerten Verweigerung“ (720) vercodet wird, kann auch ein weiterer Grund der Verweigerung codiert werden.

Probleme bei der Durchführung (Code 730)

Hier werden organisatorische Probleme bei der Durchführung codiert, wie z.B. ein fehlendes Anschreiben oder ein bereits durchgeführtes Interview.

Beispiele:

fehlendes Anschreiben;
 kann sich nicht an Anschreiben erinnern;
 kann kein Deutsch;
 ZP möchte persönlich angeschrieben werden.

Achtung:

Diese Kategorie beschreibt keine Verweigerung (außer wenn das Interview bereits durchgeführt wurde). Deshalb kann, wenn sie zutrifft, ein weiterer Code vergeben, d.h. wenn „Probleme bei der Durchführung“ (730) vercodet wird, kann auch ein weiterer Grund codiert werden.

Sonstige Angaben

Andere Gründe (Code 810)

Der Code wird immer vergeben, wenn keiner der im Kategorienschema definierten Gründe als Verweigerungsgrund zutrifft.

Beispiele:

wenn über Gemeinde dann ja, sonst nicht;
ich kenne die Firma (Infratest) nicht und habe noch nichts davon gehört;
ZP kann weder lesen schreiben und versteht nichts.

Nicht codierbar (Code 910)

Aussagen, die nicht codierbar sind, werden unter der Kategorie 910 subsumiert. Dazu gehören unlesbare Aussagen oder Aussagen, die keinen Verweigerungsgrund enthalten haben.

Beispiele:

generell;
?????
wie in Welle 1;
/..

Keine Angabe (Code 999)

Das entsprechende Feld wurde vom Interviewer nicht ausgefüllt oder enthält die explizite Aussage „keine Angabe“.

Beispiele:

keine Angabe;
K.A. .

4 Deskriptive Ergebnisse zur Nennung der Verweigerungsgründe in ALLBUS 2008

Die Codierungen der ALLBUS-Kontaktprotokolle ergeben die in Tabellen 3 und 4 gezeigten Häufigkeiten. Tabelle 3 stellt Kategorien zur Beschreibung der Verweigerungsgründe dar, in der Tabelle 4 werden Häufigkeiten zu den weiteren Kategorien (keine Verweigerung, sondern nicht erreicht oder spätere Bereitschaft) gezeigt. Bei der Berechnung der Häufigkeiten wurden bis zu drei Nennungen berücksichtigt. Zudem wurden bei der Kategorie „keine Zeit“ auch die Nennungen berücksichtigt, bei denen der Interviewer explizit „ZP aus Zeitgründen nicht zum Interview bereit“ angekreuzt hatte, aber keine Anmerkung notiert hatte (n=829). Die Prozente beziehen sich auf die Zahl der Nennungen.

Tabelle 3: Kategorienhäufigkeit der Verweigerungsgründe

Hauptgruppe	Kategorie	Häufigkeit	%
Verweigerung allgemein	Verweigerung ohne weiter Angabe von Gründen	2295	33,4
	Kein Interesse	1807	26,3
	Keine Zeit	1285	18,7
	Verweigerung durch Dritte/Teilnahmeverbot	316	4,6
Alter und Gesundheitszustand	Alter der ZP	200	2,9
	Gesundheitszustand	185	2,7
Politische Situation	Unzufrieden mit der politischen Situation	81	1,2
	Teilnahmeverweigerung, weil Ausländer	25	0,4
Negative Einstellung gegenüber Umfragen	Umfragen bringen nichts	191	2,8
	Zu viele Umfragen	66	1,0
	Schlechte Erfahrungen mit Interviews	63	0,9
Survey-Prozess	Datenschutz und Verletzung der Privatsphäre	136	2,0
	Freiwilligkeit der Teilnahme	88	1,3
	Methodik von Surveys	90	1,3
Sonstiges	Andere Gründe	17	0,2
	Nicht zuordenbar	23	0,3
Total		6868	100

Tabelle 4: Kategorienhäufigkeiten weiterer Kategorien

Hauptgruppe	Kategorie	Häufigkeit
Nicht erreicht / Spätere Bereitschaft	keine Verweigerung, sondern kein Kontakt, Bereitschaft oder Erreichbarkeit später	282
Probleme der Umfrageorganisation/ Durchführung	Adressfehler	63
	Kontaktaufnahme trotz einer bisher geäußerten Verweigerung	194
	Probleme bei der Surveydurchführung	97
Total		636

5 Reliabilität

Die erarbeiteten Codierungen wurden anhand einer zweiten Kontrollcodierung überprüft. Dazu wurde eine 10% Stichprobe aus allen Antworten gezogen. Es wurden nur Antworten ausgewählt, zu denen auch tatsächlich eine offene Angabe vorlag. Die Angaben dieser Textstichprobe wurden durch eine zweite Codiererin noch einmal codiert.

Intercoderreliabilität wurde nach dem von Früh (2007) vorgeschlagenen einfachen Reliabilitätsmaß berechnet:

$$CR = \frac{2 * \text{Anzahl der Übereinstimmungen}}{N\text{Codes1} + N\text{Codes2}}$$

dabei sind NCodes1 die Zahl der von der Codiererin vergebenen Codes und NCodes2 die Zahl der Codes in der Kontrollcodierung.

Der Intercoder-Reliabilitätskoeffizient lag für unsere Codierungen bei 0,84, d.h. 84% aller Angaben wurden in der gleichen Art und Weise codiert. Dies ist für das vorliegende Schema zufriedenstellend und der Qualität der Interviewerangaben angemessen.

6 Zusammenfassung und Empfehlungen zur Anwendung des Kategorienschemas

Das entwickelte Instrument zeigt zufriedenstellende Intercoderreliabilität (0,84) und kann zur Kategorisierung offener Angaben der Interviewer in Umfragen - bereits in der bestehenden Form - eingesetzt werden. Dies erleichtert die systematische Auswertung, wenn Forscher an den im offenen Format erhobenen Daten interessiert sind oder wenn Daten während der Surveydurchführung vom Feldinstitut oder vom Auftraggeber genutzt werden.

Im letztgenannten Fall – bei der Nutzung der Daten während der Surveydurchführung – können die kategorisierten Daten zur Supervision der Interviewer genutzt werden, beispielsweise zwecks flexibler Anpassung ihres Verhaltens bei der Kontaktierung von Zielpersonen (vgl. Stoop, 2004; Neller, 2005).

Die genannten Verweigerungsgründe können außerdem darauf hinweisen, wie leicht ein Verweigerer konvertiert werden könnte. Speziell können Zielpersonen bei Verweigerungsgründen „kein Interesse“, „keine Zeit“ oder „generelle Verweigerung“ einfacher zur Teilnahme bewegt werden als bei anderen Verweigerungsgründen (Fuse & Xie, 2007; Schnauber & Daschmann, 2008; Neller, 2005; Reuband & Blasius, 2000). Die Zielpersonen, bei denen „kein Interesse“ oder „keine Zeit“ als Verweigerungsgrund notiert wurde, stellen eine große Gruppe der Zielpersonen der Stichprobe des ALLBUS 2008 dar, die bei Bedarf neu kontaktiert werden könnten.

Dabei können nicht nur die Verweigerungsgründe, sondern auch weitere Angaben der Interviewer – beispielsweise die Angaben zu späterer Erreichbarkeit der Zielpersonen oder die Auskünfte zur Gültigkeit der Adressen – genutzt werden. Interviewer im ALLBUS 2008 gaben diese Informationen fälschlicherweise als eine Ausführung zur Angabe „ZP zum Interview nicht bereit“ (s. Abschnitt 2), also als einen Verweigerungsgrund, an. Aufgrund dieser Angaben können die Berechnungen der Ausschöpfungsraten korrigiert werden. Die Korrekturen der einzelnen Response- und Non-Response-Raten sind in einigen Fällen möglich und erforderlich, weil es sich hier nicht um die Verweigerungen, sondern um nicht kontaktierte Zielpersonen oder auch um falsche (ungültige) Adressen handelt.

Das entwickelte Kategorienschema enthält übergreifende Kategorien (Hauptkategorien) mit Subkategorien. Je nach Zweck der Anwendung kann dieses Schema flexibel handgehabt werden. Wenn beispielsweise Verweigerung aus politischen Gründen im Fokus der Erhebung steht (entsprechend der gestellten Forschungsfrage), können alle Subkategorien der Hauptgruppe „Politische Situation“ zur Kategorisierung verwendet werden. Ist die politische Situation nicht primär das Interesse der Erhebung, kann nur die Hauptkategorie beim Codieren und in den Analysen verwendet werden; die Kategorien „Unzufrieden mit der politischen Situation“ und „Teilnahmeverweigerung, weil Ausländer“ können als Ankerbeispiele verwendet werden.

Die nächste Anwendungsmöglichkeit des Kategorienschemas stellt seine Verwendung während der Surveydurchführung im Feld zur Erhebung der Verweigerungsgründe dar. Diese reduziert den Aufwand für die Interviewer, weil sie keine offenen Angaben machen müssen bzw. nur im Falle von „Sonstiges“ eine offene Notiz hinterlassen. Durch die Verwendung eines reliablen Erhebungsinstrumentes kann die Fehleranfälligkeit der Angaben sowie der Interviewereinfluss reduziert werden. Auch hier kann – je nach Häufigkeit eines Verweigerungsgrundes in der Stichprobe – das Kategorienschema flexibel gehandhabt werden, wobei bei Kategorien mit geringen Häufigkeiten nur die Hauptkategorien verwendet werden können. Eine Verwendung des Kategorienschemas zur Erhebung der Verweigerungsgründe durch die Interviewer erfordert jedoch weitere Entwicklungsschritte:

- Überarbeitung der Instruktionen, wobei anstelle der Hinweise zum Codieren Hinweise zur Zuordnung zu den einzelnen Kategorien formuliert werden müssen.
- Besonders aussagekräftige Ankerbeispiele sollten gefunden werden.
- Beispiele sollten identifiziert werden, die bei Zuordnungsschwierigkeiten weiterhin als Ankerbeispiele abgerufen werden könnten und so eine sichere Zuordnung ermöglichen.

Im elektronischen Erhebungsmodus (CAPI, CATI) ist eine adaptive Handhabung der Kategorien möglich. So können die Definitionen der Kategorien ausgeblendet werden, wenn die Interviewer diese nicht mehr benötigen. Bei der Schwierigkeit der Zuordnung könnten weiterhin weitere Ankerbeispiele abgerufen werden, die eine sichere Zuordnung ermöglichen.

Nach dem Abschluss dieser Entwicklungsschritte soll das Schema in Hinblick auf die erforderliche Flexibilität, Benutzerfreundlichkeit und psychometrische Güte der erhobenen Daten getestet werden.

Literatur

- Bates, N., J. Dahlhamer und E. Singer, 2008: Privacy Concerns, Too Busy, or Just Not Interested: Using Doorstep Concerns to Predict Survey Nonresponse. *Journal of Official Statistics* 24: 591-612.
- DeMaio, T. J., 1980: Refusals: Who, Where and Why. *Public Opinion Quarterly* 44: 223-233.
- Dohrenwend, B. S. und B. P. Dorenwend, 1968: Sources of Refusals in Surveys. *Public Opinion Quarterly* 32: 74-83.
- Durrant, G. B. und F. Steele. 2009: Multilevel Modelling of Refusal and Non-Contact in Household Surveys: Evidence from Six UK Government Surveys. *Journal of the Royal Statistical Society Series A* 172: 361-381.
- Esser, H., 1973: Kooperation und Verweigerung im Interview. S. 69-141 in: E. Erbsloeh, H. Esser, W. Reschka und D. Schoene (Hg.): *Studien zum Interview Meisenheim am Glan*.
- Esser, H., 1986: Über die Teilnahme an Befragungen. *ZUMA Nachrichten* 18: 18-47.
- Faulbaum, F., P. Prüfer und M. Rexroth, 2009: Was ist eine gute Frage? Die systematische Evaluation der Fragenqualität. Wiesbaden: VS Verlag.
- Früh, W., 2007: *Inhaltsanalyse: Theorie und Praxis*. Konstanz: UKV.
- Fuse, K. und D. Xie, 2007: A Successful Conversion or Double Refusal: A Study of the Process of Refusal Conversion in Telephone Survey Research. *Social Science Journal* 44: 434-446.
- Groves, R. M., 1989: *Survey Errors and Survey Costs*. New York: Wiley.
- Groves, R. M., F.J. Fowler, M. P. Couper, J. M. Lepkowski, E.Singer und R. Tourangeau, 2004: *Survey Methodology*. New York: Wiley.
- Groves, R. M. und M. P. Couper, 1998: *Nonresponse in Household Interview Surveys*. New York: Wiley.
- Holsti, O. R., 1969: *Content Analysis for the Social Sciences and Humanities*. Reading, MA: Addison-Wesley.
- Költringer, R., 1992: *Die Interviewer in der Markt- und Meinungsforschung*. Wien: Service Fachverlag.
- Kreuter, F. und U. Kohler, 2009: Analyzing Contact Sequences in Call Record Data. Potential and Limitations of Sequence Indicators for Nonresponse Adjustments in the European Social Survey. *Journal of Official Statistics* 25(2): 203-226.
- Merten, K., 1995: *Inhaltsanalyse. Einführung in Theorie, Methode und Praxis*. 2. verbesserte Auflage. Opladen: Westdeutscher Verlag.
- Neller, K., 2005: Kooperation und Verweigerung: Eine Non-Response-Studie. *ZUMA Nachrichten* 57: 9-36.
- Pickery, J. und G. Loosveldt, 2002: A Multilevel Multinomial Analysis of Interviewer Effects on Various Components of Unit Nonresponse. *Quality & Quantity* 36: 427-437.
- Porst, R. und M. Schneid, 1989: Ausfälle bei der Panel-Befragung. Demographische Merkmale von Befragten, Gemeindetyp und Wechsel des Interviewers als Determinanten von Verweigerungen und Nichterreichbarkeit. *Planung & Analyse* 16: 8-13.
- Reuband, K.-H., 1975: Ausfälle in einer mündlichen Befragung. Unveröffentlichtes Manuskript. Köln.

Reuband, K.-H. und J. Blasius, 2000: Situative Bedingungen des Interviews, Kooperationsverhalten und Sozialprofil konvertierter Verweigerer. Ein Vergleich von telefonischen und face-to-face Befragungen. S. 139–167 in: V. Hüfken (Hg.): Methoden in Telefonumfragen. Opladen: Westdeutscher Verlag.

Rogelberg, S. G. und A. Luong, 1998: Non-Response to Mailed Surveys: A Review and Guide. *Current Directions in Psychological Science* 7: 60-65.

Schnauber, A. und G. Daschmann, 2008: States oder Traits? Was beeinflusst die Teilnahmebereitschaft an telefonischen Interviews? *Zeitschrift für empirische Sozialforschung* 2: 97-123.

Schnell, R., 1997: Nonresponse in Bevölkerungsumfragen. Opladen: Leske & Budrich.

Stoop, I. A. L., 2004: Surveying Nonrespondents. *Field Methods* 16: 23–54.

Williams B., L. Irvine, A. R. McGinnis, M. E. T. McMurdo und I. K. Crombie, 2007: When "No" Might Not Quite Mean "No". The Importance of Informed and Meaningful Non-Consent: Results from a Survey of Individuals Refusing Participation in a Health-Related Research Project. *BMC Health Services Research* 7: 59. <http://www.biomedcentral.com/1472-6963/7/59> (08.06.2010).

Zeh, J., 1976: Der Verzerrungsfehler durch Ausfälle bei Meinungsbefragungen. Dissertation, Bonn.