

De jacht op de laatste respondent

© Sociaal en Cultureel Planbureau, Den Haag 2005

SCP-special

Opmaak figuren: Mantext, Moerkapelle

Omslagillustratie © 1952 Norman Saunders, *Murder by the Pack*. Toestemming verleend door David Saunders.

Bewerking omslagillustratie: Ien van Laanen, Amsterdam

Omslagontwerp: Bureau Stijlzoorg, Utrecht

Illustratie p. 19: SIGMUND © 2005 Peter de Wit

ISBN 90-377-0223-6

NUR 740

Distributie in België: Maklu-Distributie, Somersstraat 13-15, 2018 Antwerpen

Sociaal en Cultureel Planbureau

Parnassusplein 5

2511 VX Den Haag

Telefoon (070) 340 70 00

Fax (070) 340 70 44

Website: www.scp.nl

E-mail: info@scp.nl

De jacht op de laatste respondent

Nonrespons in steekproefonderzoek

een samenvatting van

The Hunt for the Last Respondent
Nonresponse in Sample Surveys

PROEFSCHRIFT

ter verkrijging van de graad van doctor aan de Universiteit Utrecht
op gezag van de Rector Magnificus, Prof. Dr. W.H. Gispen,
ingevolge het besluit van het College voor Promoties
in het openbaar te verdedigen op
19 mei 2005 des middags te 16.15 uur

door
Ineke Anežka Lucia Stoop
geboren op 14 maart 1953
te Den Haag

promotoren: Prof. dr. J.J. Hox, Faculteit Sociale Wetenschappen UU
Prof. dr. J.G. Bethlehem, Faculteit der Econometrische
Wetenschappen en Econometrie, Universiteit van Amsterdam
Prof. dr. A.E. Bronner, Faculteit der Maatschappij- en
Gedragwetenschappen, Universiteit van Amsterdam

Het proefschrift werd mogelijk gemaakt met financiële steun van het
Sociaal en Cultureel Planbureau.

Inhoud

| | |
|--|----|
| Inhoud proefschrift | 6 |
| Dankwoord | 9 |
| De jacht op de laatste respondent – Samenvatting | 12 |
| Literatuur | 30 |
| Curriculum vitae Ineke Stoop | 32 |

Inhoud proefschrift

Voorwoord

- 1 Inleiding
 - 1.1 Nonrespons: een reden tot zorg?
 - 1.2 Surveyonderzoek: de spelers
 - 1.3 Soorten nonresponsonderzoek en onderzoeksvragen
 - 1.4 Opzet van deze studie

- Deel 1 Nonrespons in steekproefonderzoek: een overzicht van de literatuur
 - 2 Wat is nonrespons en waarom is er reden tot zorg
 - 2.1 Het belang van responspercentages
 - 2.2 Responspercentages berekenen en vergelijken
 - 2.3 Wanneer en waarom nonrespons een probleem kan zijn
 - 2.4 Nonrespons en steekproeftrekking
 - 2.5 Wijze van enquêteren en nonrespons
 - 2.6 Verschillende oorzaken van nonrespons: niet bereikt en niet bereid

 - 3 De bekende probleemgroepen: moeilijk te bereiken en minder bereid tot medewerking
 - 3.1 Inleiding
 - 3.2 Moeilijk te bereiken
 - 3.3 Minder of niet bereid om mee te doen

 - 4 Voors en tegens van het meedoen aan surveys
 - 4.1 Meer dan achtergrondvariabelen alleen
 - 4.2 De aantrekkelijke kanten van surveys: waarom mensen meedoen
 - 4.3 Surveys aantrekkelijk maken: strategieën om de respons te verhogen
 - 4.4 Zijn nonrespondenten slecht?

 - 5 Het in kaart brengen van nonrespons
 - 5.1 Inleiding
 - 5.2 Weerstandscontinuüm en nonparticipanten-klassen
 - 5.3 De opbrengst van extra veldwerkingspanningen
 - 5.4 Het meten van nonresponsvertekening
 - 5.5 Conclusies uit de literatuur: het toepassen van succesrijke strategieën en onderwerpen voor de empirische studie

| | |
|--------|--|
| Deel 2 | Nonrespons in face-to-face onderzoek: een empirische studie |
| 6 | Het veldwerk |
| 6.1 | Inleiding |
| 6.2 | Aanvullend Voorzieningengebruik Onderzoek 1999 (AVO) |
| 6.3 | Vervolgonderzoek onder weigeraars op het AVO1999 |
| 6.4 | Het databestand voor de verdere analyse |
| 7 | Bereikbaarheid |
| 7.1 | Inleiding |
| 7.2 | Contact leggen met de steekproefhuishoudens |
| 7.3 | Weerstandscontinuüm: kenmerken van moeilijk bereikbare respondenten |
| 7.4 | Samenhang tussen bereikbaarheid en bereidheid om mee te doen |
| 7.5 | Conclusies |
| 8 | Bereidheid om mee te doen |
| 8.1 | Het meten van bereidwilligheid: meer dan het aantal contacten |
| 8.2 | Resultaten en verloop van opeenvolgende contacten |
| 8.3 | Wie is minder tot deelname bereid? |
| 8.4 | Het overhalen van weigeraars en datakwaliteit |
| 8.5 | Conclusie |
| 9 | Zijn weigeraars anders? |
| 9.1 | Inleiding |
| 9.2 | Resultaten van het vervolgonderzoek |
| 9.3 | Een vergelijking van weigeraars, respondenten en andere groepen |
| 9.4 | Vertekening en robuustheid: een gevoeligheidsanalyse |
| 9.5 | Conclusie |
| 10 | Nonrespons en het European Social Survey |
| 10.1 | Het vergelijken en analyseren van responsprocessen en -percentages |
| 10.2 | European Social Survey |
| 10.3 | Paradata: gegevens over veldwerk en nonrespons |
| 10.4 | Contact leggen met respondenten in het ESS |
| 10.5 | Het overhalen van weigeraars en vertekening door nonrespons in het ESS |
| 10.6 | Contactformulieren: bron van informatie of bron van ellende |
| 11 | De respons verhogen: hoe en waarom |
| 11.1 | Wie zijn moeilijk te bereiken en minder bereid om mee te doen? |
| 11.2 | Is de nonrespons in het AVO en de ESS reden tot zorg? |
| 11.3 | Verschillende stadia in het bereiken van een hoog responspercentage |
| 11.4 | Instrumenten en modellen om nonrespons te bestuderen |

- 11.5 Leidt een hogere respons tot meer accurate surveyuitkomsten?
- 11.6 Het bestrijden van nonresponsfouten en het effectief inzetten van middelen

Bijlagen

- 6.1 Meerhuishoudensadressen in het AVO1999
- 6.2 Veldwerkgolven in het AVO1999
- 6.3 Inzet interviewers in het AVO1999
- 6.4 Contactformulieren AVO1999, golf 1
- 6.5 Interviewer observatieformulier AVO1999
- 7.1 Multinomiale regressie, logistische regressie en discrete hazard rates
- 9.1 Categorische principale componenten analyse
- 10.1 Paragraaf over nonrespons in the ESS-specificaties, ronde 1
- 10.2 Responsverhogende middelen in het ESS, ronde 1

Literatuur

Curriculum vitae Ineke Stoop

Dankwoord

Behalve de congresdeelnemer die waarschuwde: ‘In Alaska hebben mensen wapens om zich te verdedigen. Een vervolgonderzoek onder hardnekkige weigeraars zou daar nog wel eens gevaarlijk kunnen zijn’ hebben veel mensen mij gesteund en geholpen bij het schrijven van dit proefschrift. De opmerking werd gemaakt na een presentatie van Frans Louwen en mij op de *International Conference on Survey Nonresponse*, in Portland, Oregon in oktober 1999, waarin we vertelden hoe we van plan waren nonresponsvertekening in kaart te brengen, en heeft uiteindelijk geleid tot de titel *De jacht op de laatste respondent*.

De directie van het Sociaal en Cultureel Planbureau, Theo Roes en Paul Schnabel, vonden een vervolgonderzoek onder weigeraars een nuttige investering in kwaliteit, ondanks de hoge kosten en de kleine omvang. Ze stelden me een tijd vrij van mijn dagelijkse werkzaamheden opdat ik de data kon analyseren en dit proefschrift kon schrijven. Van nog grotere betekenis was het belang dat zij aan datakwaliteit hechten, hun vertrouwen in het project en hun persoonlijke betrokkenheid bij het vervolgonderzoek.

Het werken aan een boek bij het SCP is een groot genoegen, omdat er een goedgeoliede machine klaarstaat die zorg draagt voor het lenen van boeken en het bestellen van artikelen, het gebruiksklaar-maken van data en de bijbehorende documentatie, het controleren van mijn Engels en het bewerken van de tekst, het opmaken van figuren en het ontwerpen van een omslag. Een interne leescommissie gaf commentaar op concept-teksten, en zorgde er voor dat ik niet te veel hooi op mijn vork nam en bij het onderwerp bleef. Mijn collega’s van de afdeling I&A waren geïnteresseerd in de bevindingen van het onderzoek en toonden dat ze het heel goed zonder mij konden stellen, maar ook weer blij waren toen ik me weer meer met de afdeling bezighield. Leen Both ben ik veel dank verschuldigd omdat hij tijdelijk een aantal taken van mij overnam, geduldig luisterde naar mijn gepieker, mij hielp als mijn computer kuren vertoonde en een programma maakte waarmee de sensitiviteitsanalyses in hoofdstuk 9 konden worden uitgevoerd.

Frans Louwen, met wie ik in 1999 naar de Portland-conferentie ben geweest, is directeur bij GfK Panel Services Benelux bv, de organisatie verantwoordelijk voor het veldwerk van de onderzoeken die in deze studie zijn geanalyseerd. GfK heeft ervoor gezorgd dat het verloop van het veldwerk nauwkeurig op contactformulieren werd geregistreerd, en het vervolgonderzoek onder nonrespondenten uitgevoerd. Dit survey zou geen succes zijn geweest, en dit proefschrift zou niet zijn geschreven, zonder de persoonlijke betrokkenheid van de GfK-medewerkers en het enthousiasme

en de inspanningen van de interviewers, die erin zijn geslaagd om de medewerking te verkrijgen van meer dan 70% van de hardnekkige weigeraars.

Tijdens de jaarlijkse *International Workshop on Household Survey Nonresponse* worden kennis en ideeën uitgewisseld en problemen en oplossingen op het terrein van non-respons vertaald in een gezamenlijke onderzoeksagenda. In 2000 introduceerde Edith de Leeuw me bij de workshop die toen in Boedapest plaatsvond. De collegiale samenwerking en opbouwende kritiek – toen en in de volgende bijeenkomsten – zijn voor mij een grote stimulans geweest. Ik wil alle deelnemers graag bedanken, en vooral Edith voor haar introductie, Mick Couper voor zijn hulp bij de eerste analyses van het vervolgonderzoek en Vasja Vehovar, die in Boedapest suggereerde dat ik een boek over mijn onderzoek moest schrijven en bij iedere vervolgbijeenkomst vroeg wanneer het zou worden gepubliceerd.

Mijn vrienden en collega's van het European Social Survey (ESS) hebben er in belangrijke mate aan bijgedragen dat ik me ben blijven realiseren dat respons niet de enige indicator is van surveykwaliteit. Door het ESS ben ik extra bewust geraakt van de grote verschillen tussen landen en culturen, en van de grote inspanningen die nodig zijn om een hoge respons te behalen. Ik wil vooral Jaak Billiet en Michel Philippens en hun collega's van de Katholieke Universiteit Leuven danken voor de plezierige samenwerking. Het waren spannende tijden: het ontwikkelen van standaard contactformulieren en de implementatie ervan in de ESS-landen, de kritiek en de zorgen over het extra werk, maar ook de erkenning en waardering voor de schat aan interessante en nuttige informatie over het veldwerk en het responsproces die ze opleveren.

Mijn promotoren, Joop Hox, Fred Bronner en Jelke Bethlehem, hebben vanuit verschillende invalshoeken commentaar gegeven op concept-teksten van dit proefschrift. Hun kritische vragen en aanmoedigende opmerkingen waren van groot belang. Jelke Bethlehem en Barry Schouten van het CBS zijn geïnteresseerd in het ontwikkelen van betere modellen om te wegen voor nonrespons. Ze hebben de resultaten van het vervolgonderzoek met dit doel geanalyseerd, en hebben mij ook betrokken bij hun plannen om het deels te repliceren. Aan hen, en aan de leden van de leescommissie, Peter van der Heijden, Jacqueline Meulman en Paul Schnabel, ben ik mijn dank verschuldigd.

Vele anderen hebben op enigerlei wijze aan dit proefschrift bijgedragen. H. Russell Bernard vroeg me een bijdrage te leveren aan *Field Methods*. Delen van dit artikel, verschenen in 2004 onder de titel *Surveying nonrespondents*, komen in mijn proefschrift terug. Peter Smeets van het CBS heeft een belangrijke bijdrage geleverd aan de ontwikkeling van stroomschema's waarin de resultaten van opeenvolgende contacten worden afgebeeld. David Saunders gaf toestemming om het omslagontwerp van *Murder by the Pack*, in 1952 ontworpen door zijn vader Norman Saunders, te gebruiken en gaf tips hoe dit voor het huidige omslag kon worden aangepast.

Een promovendus wordt ook geacht een privé-leven te hebben. Carien Langeveld, Steef de Bie, David en Eva zorgden ervoor dat ik mee ging skiën en nodigden me uit voor sinterklaas. Beatrijs Ritsema, Maarten Huygen, Felix, Michiel en Saskia organiseerden geanimeerde kerstdiners. Met Ko Oudhof testte ik de kwaliteit van restaurants in Den Haag en Leiden. Mark en Elly Meelker vingen me op na een vervelend fietsongeluk en bewezen het belang van goede burens.

Mijn zusje Miranda is een belangrijke persoon in mijn leven aan wie ik veel verschuldigd ben. Ze vond het geweldig dat ik ging promoveren; ik was altijd welkom om te komen eten en ze zorgde voor het familieleven, met mijn vader Nol, mijn zwager Arie en mijn nicht en neef Marieke en Ernst. Ook die waren erg betrokken en vroegen regelmatig of mijn boek nu al af was en of het dikker zou zijn dan Harry Potter en wat ze aan moesten tijdens de promotie.

Mijn moeder Jopie stierf in augustus 2003 en mijn vader heeft het daar nog steeds heel moeilijk mee. Voor hem is het een troost dat mijn moeder heel trots was dat ik aan een proefschrift werkte. Ik wil mijn ouders bedanken voor hun zorgen, liefde en steun en omdat ze altijd het belang van een goede opleiding en interessant werk hebben benadrukt.

Ineke Stoop, mei 2005

De jacht op de laatste respondent – Samenvatting

In 1992 schreef de Nederlandse socioloog Herman Vuijsje in opdracht van het ministerie van Onderwijs en Wetenschappen een boekje over de moeizame relatie tussen privacybescherming en wetenschappelijk onderzoek. Daarin bracht hij de paradox ter sprake dat Nederlandse burgers zich *niet* van de overheid afwenden wanneer deze als subsidieverstrekker optreedt, maar *wel* als de overheid vraagt om de gegevens die voor de planning van deze voorzieningen nodig zijn. Volgens Vuijsje werd non-respons bij statistische dataverzameling van overheidswege eerder gerespecteerd en gehonoreerd dan bestreden. Enkele jaren later maakte dezelfde overheid zich alsnog ernstig zorgen over nonrespons, dit naar aanleiding van een boekje van de Nederlandse politicoloog Gerard Visscher (1995), die stelde dat de toenemende nonrespons bij kiezersonderzoek een toenemende desinteresse in de politiek weerspiegelde. De meeste politicologen namen op grond van diezelfde kiezersonderzoeken evenwel aan dat interesse in de politiek stabiel was. Dit leidde tot verhitte discussies in de Nederlandse pers, en in 1996 zelfs tot vragen over nonrespons in de Tweede Kamer. Zeer onlangs stelde de Nederlandse socioloog J.E. Ellemers (2004) in de *Sociologische Gids* het 'schandaal van de non-respons' aan de kaak. Dit schandaal houdt in dat er jarenlang stelselmatig is ontkend dat ook bij een nonrespons van 20% of 30% de uitkomsten van een surveyonderzoek dubieus kunnen zijn of dat dit verschijnsel al die tijd is gebagatelliseerd; een nog veel ernstiger zaak vindt hij dat er nauwelijks serieuze aandacht is besteed aan de vraag hoe dit gebrek gerepareerd zou kunnen worden.

De filippica van Ellemers illustreert enerzijds dat nonrespons bij surveys een onverminderd groot probleem is, en anderzijds dat de mogelijk ernstige gevolgen van nonrespons te weinig aandacht krijgen. Dit is des te zorgwekkender omdat het de afgelopen vijftien jaar steeds moeilijker blijkt om een hoge respons te realiseren; mensen zijn minder makkelijk te bereiken en werken minder graag mee aan een onderzoek. Als gevolg hiervan dalen de responspercentages of stijgen de kosten van surveys. Opvallend is hierbij dat Nederland binnen Europa bekend staat om zijn lage responspercentages (zie De Leeuw en De Heer 2002). Omdat surveygegevens een noodzakelijke onderbouwing vormen van publicaties van het Sociaal en Cultureel Planbureau (SCP), omdat de kosten van dataverzameling hoog zijn en men zich in toenemende mate zorgen maakt over mogelijke vertekening die nonrespons kan opleveren, heeft het SCP zich de afgelopen jaren beziggehouden met nonrespons. Deze studie vormt de afronding van dit onderzoek.

Bij surveyonderzoek onder personen of huishoudens wordt een random steekproef uit de bevolking verzocht een vragenlijst te beantwoorden. De vragen hebben meestal vaste antwoordcategorieën en kunnen gaan over feitelijke achtergrondkenmerken van de betreffende persoon of het betreffende huishouden (samenstelling

huishouden, leeftijd, type woning, opleiding, betaalde baan), gedrag (museumbezoek, stemgedrag, huishoudelijk werk, zorg voor kinderen, contacten met burens) en meningen, houdingen en opinies (vertrouwen in de politiek, motieven bij schoolkeuze, houding ten opzichte van etnische minderheden). Volgens de klassieke steekproeftheorie kunnen de uitkomsten van een random steekproef worden gegeneraliseerd naar de Nederlandse bevolking als geheel. Daarvoor hoeft een steekproef niet heel groot te zijn: 1000 personen is vaak al genoeg. Bij steekproefonderzoek is nonrespons een complicerende factor. Nonrespons treedt op als een deel van de steekproef niet aan het onderzoek meedoet. Dat is vooral vervelend als de respons onder verschillende groepen in de samenleving uiteenloopt. Nonrespons kan leiden tot onjuiste uitkomsten van surveys, en het bestrijden ervan kost tijd en geld. Waarom en wanneer nonrespons tot vertekening leidt, wordt hieronder toegelicht.

In Nederland is een respons van 50% geen uitzondering. Dit betekent dat aan de helft van de oorspronkelijke steekproef wel tijd en geld is besteed, maar dat dit niet resulteert in een ingevulde vragenlijst. De 50% die wel meedoet, vergt daarnaast veel meer inspanning dan voorheen, iets dat de dataverzameling moeizaam, traag en duur maakt. Om de kosten van dataverzameling binnen de perken te houden, kan men ook genoeg nemen met een kleinere steekproef; de resultaten zijn dan echter meestal minder betrouwbaar en er kunnen geen uitspraken worden gedaan over kleine deelgroepen. Een ander probleem is dat de responsgeneigdheid niet bij alle groepen in de Nederlandse samenleving even groot is. Zo zijn bewoners van grote steden notoir moeilijk te enquêteren en kan nonrespons onder deze groep tot een oververtegenwoordiging van dorpelingen en een ondervertegenwoordiging van stedelingen leiden. Dit kan worden voorkomen door in grote steden een extra grote steekproef te trekken, of door met statistische technieken voor een onevenredige vertegenwoordiging te corrigeren, ofwel te wegen. Het grootste probleem treedt op als nonrespons samenhangt met het onderwerp van het onderzoek, en als deze samenhang niet een indirect gevolg is van kenmerken waarvoor gewogen kan worden. Onderstaand voorbeeld kan dit illustreren.

Bij een onderzoek naar gevoelens van onveiligheid kan het gebeuren dat de nonrespons onder bewoners van grote steden groot is, bijvoorbeeld omdat interviewers niet graag 's avonds gaan enquêteren in grootstedelijke achterstandsbuurtjes, omdat studenten in grote steden vaker op stap gaan en daardoor moeilijk te bereiken zijn, of omdat veel oudere alleenstaande vrouwen in grote steden er niet over peinen om een vreemde interviewer binnen te laten. Deze nonrespons kan grote gevolgen hebben voor de gerapporteerde gevoelens van onveiligheid. Dit probleem valt niet op te lossen door meer bewoners van grote steden te interviewen, als die extra respondenten vooral uit gezinnen met kinderen komen. Meer alleenstaande oudere vrouwen in de grote stad benaderen kan zelfs tot extra vertekening leiden, als de interviewer er alleen in slaagt binnen te komen bij oudere alleenstaande vrouwen die geen last hebben van onveiligheidsgevoelens. Door meer grotestadjongeren te bena-

deren neemt de vertekening ook niet af als die extra jongeren juist niet tot de uitgaansjeugd behoren, en dus heel andere ervaringen hebben met veiligheid op straat. Wegen voor nonrespons levert in dit geval weinig op, omdat binnen een bepaalde groep de mensen die niet meedoen verschillen van de mensen die wel meedoen. In deze gevallen kan nonrespons leiden tot onherstelbare vertekening, en dit is waar Ellemers op doelt.

In hoofdstuk 1 en 2 van deze studie wordt uitgebreid uiteengezet waarom nonrespons een probleem is. In hoofdstuk 2 komen daarnaast verschillende soorten steekproeven en verschillende typen surveys aan de orde. De studie is vooral gewijd aan nonrespons in face-to-face-onderzoek, dat wil zeggen: surveys waarbij een interviewer respondenten bezoekt en hen vragen stelt. Eventueel kan er nog een schriftelijke vragenlijst worden achtergelaten die de respondent zelf kan invullen. Bij andere vormen van onderzoek wordt gebruikgemaakt van per post verstuurd vragenlijsten, telefonische enquêtes of internetvragenlijsten.

In hoofdstuk 2 volgt een uiteenzetting van de verschillende oorzaken van nonrespons bij surveys. Ten eerste kan het voorkomen dat aan personen in de steekproef nooit wordt gevraagd of ze willen meewerken, omdat ze veel op reis zijn en nooit thuis worden getroffen, de telefoon niet opnemen, post ongelezen weggooiën of omdat e-mailtjes niet door een spamfilter komen. Ten tweede kunnen mensen soms niet meedoen, bijvoorbeeld omdat ze ziek of bedlegerig zijn, verstandelijke beperkingen hebben, niet kunnen lezen of de taal niet begrijpen waarin ze worden geënquêteerd. Ten slotte is het ook mogelijk dat personen in de steekproef die wel zijn bereikt en die wel kunnen meewerken, dat gewoon weigeren: ofwel om algemene redenen (te druk, geen tijd, melk kookt net over), ofwel om meer specifieke redenen (het onderwerp interesseert me niet, ik vertrouw de opdrachtgever niet, ik wil geen contact met onbekenden, ik vind surveys geldverspilling). Uit eerder onderzoek blijkt dat deze drie redenen voor nonrespons, namelijk: onbereikbaarheid, onvermogen en onwil, zorgvuldig uit elkaar gehouden moeten worden en dat het relatief onafhankelijke verschijnselen zijn. Dit houdt in dat mensen die minder makkelijk zijn te bereiken, niet noodzakelijk minder bereid zijn om mee te werken (Lynn et al. 2002). Het onderscheid tussen deze drie oorzaken is van belang omdat de respons kan worden verhoogd door meer mensen te bereiken, deelname voor meer mensen mogelijk te maken (bv. door terug te komen als zieken weer beter zijn of de vragenlijst te vertalen) of meer mensen over te halen. Dat vereist verschillende strategieën. Het onderscheid is tevens van belang omdat nonrespons heel verschillende consequenties kan hebben. Voor een onderzoek naar maatschappelijke participatie kan het immers veel uitmaken of mensen niet meedoen wegens onbereikbaarheid (veel op reis), onvermogen (bedlegerig) of onwil (geen contact willen met onbekenden). In deze studie wordt waar mogelijk een onderscheid gemaakt tussen de verschillende redenen voor nonrespons. ‘Onvermogen’ komt veel minder voor dan ‘onbereikbaarheid’ en ‘onwil’, vandaar dat de meeste aandacht uitgaat naar het onderscheid tussen bereikbaarheid en bereidwilligheid.

Nonresponsonderzoek en centrale vragen

Onderzoekers bestuderen het probleem van de nonrespons op drie verschillende manieren. De eerste groep onder hen richt zich op het verhogen van de respons. Dit kan door een vragenlijst interessant te maken, goede interviewers in te zetten, kleine cadeautjes te geven, et cetera. Bij onderzoek naar technieken om de respons te verhogen (zie § 4.3) staan vragen centraal zoals: welk soort aanschrijfbrieven heeft het meest effect, hoe hoog moet een beloning zijn, moet die vooraf of achteraf worden gegeven, en werkt geld beter dan een schenking aan een goed doel. Daarnaast blijkt een zorgvuldige aanpak erg belangrijk, zoals goede monitoring van het veldwerk, respect voor de respondenten en inzet van gemotiveerde interviewers.

De tweede groep onderzoekers richt zich vooral op het ontwikkelen van modellen van nonrespons en het corrigeren van onderzoeksresultaten met behulp van weegtechnieken. Hierbij beperkt men zich niet tot achtergrondvariabelen, maar probeert men waar mogelijk gegevens te gebruiken die samenhangen met het onderwerp van een survey en met het responsgedrag (zie bv. Bethlehem 2002 en Voogt 2004). Deze studie is opgezet vanuit het standpunt van een derde groep nonresponsonderzoekers, die zicht richt op het meten van (de effecten van) nonrespons en daarmee een middenpositie inneemt tussen de ‘verhogers’ en de ‘corrigeerders’. Vanuit de positie van een ‘meter’ wordt in deze studie getracht centrale vragen rond nonrespons te beantwoorden, eerst op basis van eerder onderzoek dat in de internationale nonresponsliteratuur is beschreven, en vervolgens aan de hand van eigen onderzoek naar de effecten van nonrespons, uitgevoerd in het kader van het Aanvullend voorzieningen-gebruik onderzoek (AVO) van het SCP. De inhoud en opzet van dit onderzoek worden beschreven in hoofdstuk 6; daarna komen de analyses van nonrespons aan bod in de hoofdstukken 7 tot en met 9. In hoofdstuk 10 worden ter vergelijking resultaten gepresenteerd van het European Social Survey (ESS), deels omdat in dit onderzoek een hoog responspercentage (70%) wordt nagestreefd, deels omdat bij dit survey een vergelijkbaar meetinstrument wordt gebruikt als bij het AVO, en deels om te toetsen of de conclusies op basis van het AVO ook opgaan voor een onderzoek naar een heel ander onderwerp dat bovendien ook in andere landen is uitgevoerd. De gegevens voor het AVO en het ESS in Nederland werden verzameld door GfK Panel Services Benelux bv.

In paragraaf 1.3 van het proefschrift wordt een aantal centrale vragen geïntroduceerd, die in de hoofdstukken 1 tot en met 5 worden besproken aan de hand van de internationale literatuur over nonrespons, en die vervolgens op grond van de analyses van de nonrespons in het AVO en het ESS worden besproken in de hoofdstukken 6 tot en met 10. In deze samenvatting is de scheiding tussen literatuur en empirie opgeheven, en wordt de beantwoording van verschillende vragen gecombineerd. De centrale vragen luiden:

- Waarom moeten we ons zorgen maken over (een hoge) nonrespons?
- Welke personen doen minder vaak mee aan surveyonderzoek omdat ze ofwel moeilijker te bereiken zijn, ofwel minder bereid zijn mee te werken?

- Hoe kan respons worden verhoogd?
- Hoe kan nonrespons worden bestudeerd, dat wil zeggen: welke instrumenten en modellen kunnen inzicht geven in nonrespons?
- Leidt een hogere respons tot meer accurate uitkomsten van het onderzoek en tot minder vertekening?
- Hoe kunnen vertekeningen als gevolg van nonrespons het best worden bestreden en hoe kan het onderzoeksbudget hiervoor zo effectief mogelijk worden ingezet?

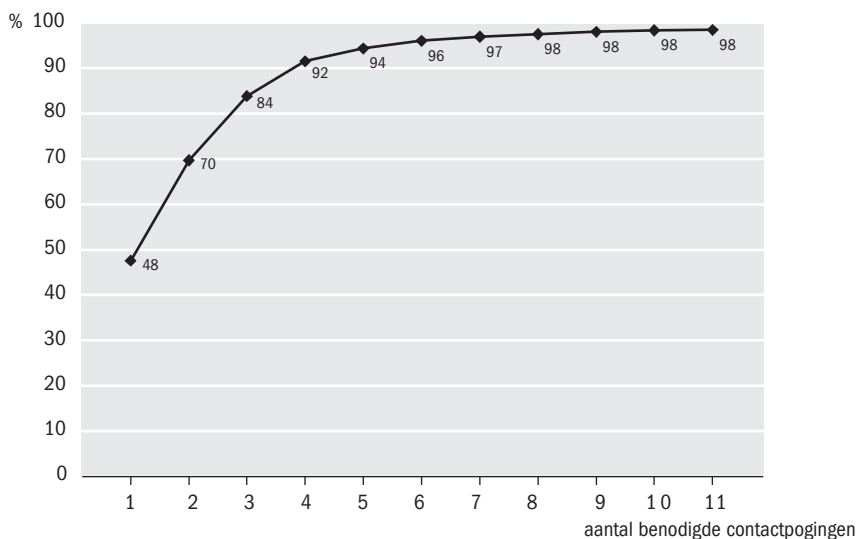
De eerste vraag kwam al ter sprake in de introductie van deze samenvatting; meer informatie hierover staat in de hoofdstukken 1 en 2. Voor het antwoord op de tweede vraag is vooral geput uit de resultaten van eerder onderzoek. De ‘moeilijke’ groepen die in de literatuur zijn geïdentificeerd, zijn zoveel mogelijk opgenomen in de analyses van het AVO. In deze samenvatting wordt het antwoord op de tweede vraag eerst gegeven voor bereikbaarheid en vervolgens voor bereidwilligheid. Het antwoord op de vraag hoe de respons kan worden verhoogd (door te zorgen voor meer contact en meer medewerking) wordt hier rechtstreeks gekoppeld aan het antwoord op de tweede vraag. De vierde vraag gaat over instrumenten en modellen die de studie van nonrespons mogelijk maken. Met behulp van een aantal instrumenten en modellen is geprobeerd de vijfde vraag te beantwoorden, namelijk of, hoe en in welke mate een hogere respons daadwerkelijk leidt tot meer accurate uitkomsten. Voor de beantwoording van de zesde vraag wordt al het materiaal nog eens in ogenschouwen genomen en wordt afgewogen hoe het budget voor dataverzameling zo kan worden ingezet dat de uiteindelijke resultaten optimaal zijn.

Welke personen zijn moeilijk te bereiken en hoe kan de bereikbaarheid worden verhoogd?

Paragraaf 2.6.2 bevat een stapsgewijs overzicht van hoe het contact bij face-to-face-onderzoek tot stand komt en paragraaf 3.2 een opsomming van de slecht te bereiken groepen. Uit eerder onderzoek blijkt dat stedelijkheid en bereikbaarheid negatief correleren. Dit kan verschillende oorzaken hebben. Het kan in stedelijke gebieden moeilijker zijn om interviewers te werven of te behouden, interviewers gaan in sommige stedelijke buurten niet altijd graag 's avonds enquêteren. Dat kan betekenen dat aan stadsbewoners minder energie kan worden besteed (zie ook Bethlehem en Schouten 2003). Daarnaast is het door hoogbouw en intercoms in grote steden moeilijker contact te leggen en hebben bewoners van grote steden minder vaak een bekend telefoonnummer; ook dit maakt het leggen van contact moeilijker. Daarnaast verschilt de bevolkingssamenstelling van grote steden van die van andere gebieden. Jonge alleenstaanden wonen vaker in grote steden en zijn moeilijker te bereiken. Dat laatste is deels een rechtstreeks gevolg van de omvang van het huishouden: hoe meer personen in het gezin, hoe groter de kans dat er iemand thuis is die op zijn minst kan vertellen wanneer de gezochte persoon weer thuis zal zijn, en die in het beste geval gelijk kan meedoen. Resultaten van Nederlands onderzoek naar de tijdsbesteding tonen daarnaast aan dat vrouwen vaker thuis zijn dan mannen, ouderen

vaker dan jongeren, en huisvrouwen, werklozen en gepensioneerden vaker dan schoolieren, studenten en werkenden. Een laatste reden waarom mensen minder makkelijk te bereiken zijn, is een langdurig verblijf elders. Zo blijkt uit Duits onderzoek dat de hogere nonrespons onder etnische minderheden deels verklaard kan worden uit het feit dat oudere Turken ook buiten de vakantieperiode langere tijd achtereen in het land van herkomst verblijven (Blohm en Diehl 2001).

Figuur 1 Aantal keren dat contact moet worden gezocht alvorens de interviewer een lid van het huishouden te spreken krijgt (AVO'99)



De resultaten voor bereikbaarheid lijken voor de hand te liggen en geven ook duidelijk aan hoe nonrespons door het uitblijven van contact kan worden verminderd. In hoofdstuk 7 wordt nader ingegaan op de wijze waarop bij het AVO contact werd gezocht met de huishoudens in de steekproef; in dat onderzoek werden op een paar procent na alle huishoudens uit de steekproef bereikt. Uit de analyse blijkt dat interviewers bij voorkeur probeerden overdag contact te maken, terwijl de kans op contact 's avonds groter is. In latere fasen van het veldwerk mochten slecht bereikbare huishoudens telefonisch worden benaderd. Veel contactpogingen op verschillende tijden van de dag en op verschillende dagen van de week, en telefonische benadering van mensen die vaak niet thuis zijn, blijkt tot een zeer hoog contactpercentage te kunnen leiden. Daarnaast is het nuttig om niet alle contactpogingen in een te korte periode te laten vallen, om ook mensen die wat langer van huis zijn te kunnen aantreffen.

Figuur 1 laat zien dat in het AVO1999 bij het eerste bezoek 48% van de huishoudens thuis werd getroffen. Na vier contactpogingen was 92% bereikt en na 8 pogingen 98%. Daarna kwamen er nog maar heel weinig huishoudens bij.

In de analyse van bereikbaarheid bij het AVO werden grotendeels dezelfde slecht bereikbare groepen geïdentificeerd als in de literatuur. Daarnaast blijkt dat mensen met een bovengemiddelde culturele participatie (bezoek aan concerten, popconcerten, film, dance events, ballet, et cetera) extra moeilijk te bereiken zijn. Omdat culturele participatie een van de hoofdonderwerpen van het AVO is, is het hoge percentage huishoudens dat bereikt is, dus van groot belang.

Welke personen zijn minder bereidwillig of weigeren mee te werken en hoe kan de bereidwilligheid worden verhoogd?

De in hoofdstuk 3 weergegeven bevindingen voor bereidwilligheid zijn veel gecompliceerder dan die voor bereikbaarheid. Eerder onderzoek geeft aan dat het moeilijk of zelfs onmogelijk is om op eenduidige wijze de achtergrondvariabelen te identificeren die de kans op medewerking bepalen en dat de groep mensen die nooit meedoet waarschijnlijk heel klein is (Goyder 1987; Elliot 1991; Schnell 1997). Vaak worden in de analyse van nonrespons verschillende leeftijdsgroepen onderscheiden. Leeftijd op zich is echter geen verklarende factor. Ouderen kunnen weigeren omdat ze geen vreemden in huis willen laten, omdat ze denken dat ze voor de onderzoeker niet interessant zijn omdat ze veel minder werken, reizen of uitgaan, of omdat ze terugschrikken voor een gecompliceerde vragenlijst. Anderzijds kan hun medewerking weer hoger liggen omdat ouderen meer plichtsgevoel hebben of meer gezagsgetrouw zijn. Groves en Couper (1998) vonden uiteindelijk geen eenduidig effect van leeftijd op deelname aan surveys.

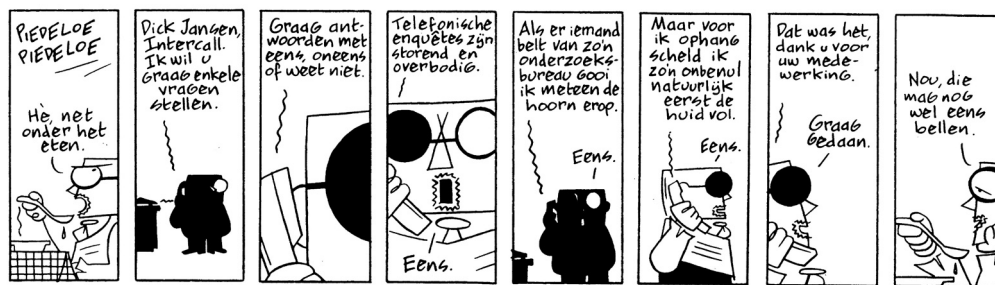
Een additioneel probleem is dat achtergrondkenmerken vaak onderling samenhangen, waardoor het moeilijk is de bepalende factor te identificeren. Onder ouderen zijn bijvoorbeeld relatief veel alleenstaande vrouwen met een lagere opleiding. Nog moeilijker is het om precies te achterhalen waarom de respons in de grote steden vaak laag is. Komt dat door de afwijkende bevolkingssamenstelling in de grote steden (meer lage inkomens en meer niet-westerse allochtonen), door de zwakkere sociale cohesie en sterkere gevoelens van onveiligheid in de grote stad, of door een combinatie hiervan? Iets vergelijkbaars geldt voor de lagere respons onder personen uit etnische minderheidsgroepen. Hangt lagere bereidwilligheid onder leden van deze groepen samen met het grotestadefect, met taalproblemen, een lagere opleiding, terughoudendheid om een mannelijke interviewer binnen te laten dan wel een vrouwelijke interviewer te woord te staan? Ook hier moet men ervoor waken correlaten van een lagere responsgeneigdheid te verwarren met de oorzaken.

In hoofdstuk 4 is daarom dieper ingegaan op de achterliggende redenen van deelname aan surveys. Paragraaf 4.2 bevat een overzicht van eerder onderzoek naar de relatie tussen responsgedrag, sociale isolatie en maatschappelijke betrokkenheid, en van eerder onderzoek waarin respondenten rechtstreeks naar hun oordeel over surveys zijn gevraagd. Uit de literatuur blijkt dat medewerking aan surveys samenhangt met een aantal factoren dat niet of niet volledig met achtergrondkenmerken

verklaard kan worden: sociale isolatie en sociale participatie, zich houden aan de wet, maatschappelijke betrokkenheid, het verrichten van vrijwilligerswerk, kennis van en interesse in de politiek, politiek cynisme, deelname aan verkiezingen en ervaring met het invullen van formulieren. Daarnaast hangt nonrespons samen met leefstijl, deel uitmaken van de dominante cultuur, pc-bezit en internetgebruik, en type vrijetijdsbesteding. Ten slotte is het meetinstrument (mondeling, telefonisch, schriftelijk onderzoek) zelf ook een bepalende factor en is deelname afhankelijk van het type veldwerkorganisatie en opdrachtgever (overheid, universiteit, commerciële instelling), de houding tegenover surveys (zijn surveys nuttig, interessant, leuk) en de interesse in en betrokkenheid bij het onderwerp van een survey. Uit paragraaf 3.3.5 blijkt dat drukke bezigheden niet per se een reden zijn om niet mee te doen. Er zijn zelfs aanwijzingen dat drukke mensen net zo makkelijk ook nog even een vragenlijst invullen.

Sigmund

Peter de Wit



Uit bovenstaand overzicht blijkt dat nonrespons vertekening op kan leveren. Anderzijds bevat het overzicht ook aanwijzingen voor het verhogen van de respons. Ten eerste moet een goed onderzoek voldoen aan een aantal algemene regels, zoals het inzetten van goede en ervaren interviewers, het verstrekken van adequate informatie aan respondenten (door middel van een aanschrijfbrief, folder en eventueel een website, maar ook via de interviewer of via een telefonische helpdesk) en het ontwikkelen van een duidelijke vragenlijst met heldere vragen. Zoals hierboven vermeld, is er veel onderzoek gedaan naar de meest effectieve inhoud van aanschrijfbrieven en de inzet van *incentives* (kleine cadeautjes voor de respondenten). Ten tweede kunnen er veel verschillende redenen zijn waarom mensen niet willen meedoen. In plaats van een standaard aanpak komt het er dan op aan dat de interviewer over een breed scala van argumenten en beloningen beschikt die ieder een bepaald type bezwaar kunnen wegnemen. Groves en McGonagle (2001) noemen het handhaven van de interactie tussen interviewer en respondent en het bij die interactie inspelen op de kenmerken, voorkeuren en interesses van de individuele respondent als bepalende factoren. Vroeger konden mensen het nog wel als een eer beschouwen dat naar hun mening werd gevraagd, en hoefde de interviewer weinig overtuigingskracht te hebben. Nu komt

het er op aan dat de interviewer goed en snel inschat welke redenen om mee te doen voor welke respondent het zwaarst wegen, en de juiste argumenten bij de hand heeft om de respondent over te halen: het is een belangrijk onderwerp, we zijn geïnteresseerd in uw mening, de resultaten worden gebruikt voor ontwikkeling van beleid, voor deelname krijgt u een leuk cadeautje, de resultaten komen in de krant, het kan op een tijdstip dat het u schikt, nu kunt u eindelijk eens uw kritiek spuien, dit onderzoek is van groot wetenschappelijk belang, et cetera, et cetera.

Strategieën om deelname te verhogen worden uitgebreid beschreven in paragraaf 4.3. In hoofdstuk 6 wordt uiteengezet hoe deze kennis is toegepast in de praktijk, en staat uitgebreid beschreven hoe in het AVO, een onderzoek met lange vragenlijsten voor alle leden van het huishouden, een hoge respons van 65% is bereikt. Hier komt ook het vervolgonderzoek aan de orde onder degenen die pertinent weigerden deel te nemen aan het AVO. Hierbij werd een respons van 70% gerealiseerd. In paragraaf 6.3 is uiteengezet waarom dit vervolgonderzoek een succes was en wordt de effectiviteit van verschillende responsverhogende middelen geïllustreerd. De verschillende succesfactoren worden in box 1 samengevat. In hoofdstuk 10 staat in het kort welke responsverhogende strategieën in het European Social Survey (ESS) zijn toegepast en welk effect dit had op de respons. Bij dit onderzoek naar waarden, attitudes, meningen en gerelateerd gedrag, waarvoor in 2002/2003 voor het eerst data werden verzameld, werd een responspercentage van 70% nagestreefd, hetgeen in niet alle deelnemende landen werd gerealiseerd. Uit figuur 2 blijkt dat Nederland heel dicht in de buurt kwam van het streefpercentage.

In de praktijk blijken de mogelijkheden om minder bereidwillige respondenten over de streep te halen meestal beperkt. Gelukkig is er sprake van een tweede kans, als eerdere weigeraars nog eens benaderd worden. In de literatuur wordt dit *refusal conversion* genoemd (zie § 2.6.3). Heel wat mensen blijken alsnog ja te zeggen als er een andere interviewer aan de deur komt, of als dezelfde interviewer nog een keer langskomt op een mogelijk geschikter moment. In hoofdstuk 8 wordt duidelijk dat de respons op het AVO aanzienlijk is verhoogd dankzij herbenadering van weigeraars. Hetzelfde geldt voor het ESS in Nederland, maar uit hoofdstuk 10 blijkt ook dat 'refusal conversion' in veel andere Europese landen aanzienlijk minder vaak werd toegepast of aanzienlijk minder vaak succes had.

Box 1

Maar natuurlijk, meneer, komt u binnen: Over het enquêteren van weigeraars

Een verkorte bewerking van: Ineke Stoop en Jurjen Iedema (2001) 'In plaats van kaarsen'. In: *Nieuwjaarsboekje 2001* (p. 44-49). Den Haag, Sociaal en Cultureel Planbureau.

In drie focusgroepen van in totaal 24 van de 30 interviewers bleek dat zij het vervolgonderzoek met plezier hadden uitgevoerd, zeker gezien de succesvolle afloop. Gemiddeld had iedere interviewer zo'n tien hardnekkige weigeraars toegewezen gekregen. Sommige interviewers vroegen zich af waarom 'hun' weigeraars in het reguliere AVO niet hadden meegedaan, omdat ze nu zonder problemen de vragenlijst beantwoordden. Zelf dachten de interviewers dat de volgende factoren een gunstige invloed hadden gehad: hun eigen betaling, de vrijheid tussen verschillende interviewmethoden te kiezen en de mogelijkheid om de respondent financieel te belonen.

Vorbereiding en ondersteuning

De interviewers hadden de instructiebijeenkomst die ze vooraf kregen zeer op prijs gesteld. In het begin van die bijeenkomst hadden ze de indruk dat ze met een onmogelijke taak waren opgezadeld, maar aan het eind straalde het enthousiasme er af. Ze waren heel trots dat ze bij de topinterviewers hoorden en dat ze zelf de uitdaging aandurfd. Het vertrouwen dat in hen was gesteld, werkte bijzonder motiverend. Dit vertrouwen bleek onder andere uit het feit dat ze vooraf per respondent een bedrag van 50 gulden kregen dat ze konden besteden naar eigen goeddunken, als ze maar wel vertelden wat ze gedaan hadden en of dat succes had gehad. Daar konden hun collega-interviewers dan weer van leren. Deze tips werden opgenomen in een speciale nieuwsbrief, die ze allemaal regelmatig ontvingen.

De eerste drie seconden

Een aantal interviewers benadrukte het belang van de eerste drie seconden van contact met een respondent (hoe wijder de deur opengaat, hoe makkelijker je binnenkomt) en het nut van blijven praten (hoe langer je het gesprek gaande houdt, hoe groter de kans op succes). Allemaal hadden ze zich heel goed voorbereid met informatie over contactpogingen uit het reguliere AVO (wie tref ik aan, in wat voor huis woont men en wat voor buurt en waarom heeft men eerder geweigerd?). Sommige interviewers pasten hun kleding of gedrag aan aan de buurt waar ze op bezoek gingen (in een deftige buurt kan je beter een cadeaubon van de Bijenkorf geven dan een gewone cadeaubon); anderen vertelden hoe prettig het was als je het lokale dialect (inclusief plat-Amsterdams) sprak of als je plaatselijk bekend was.

Goed volk

Een brief namens het SCP helpt bij het enquêteren. Bij dit onderzoek hadden de interviewers ook nog een kaartje bij zich voor de respondent met het doorkiesnummer van de directeur van GfK en die van het SCP. Interviewers en respondenten stelden dit gebaar op prijs; daadwerkelijk is er overigens niet gebeld naar deze nummers.

Respondenten klaagden erover dat ze zo vaak telefonisch en aan de deur werden lastiggevallen door verkopers en enquêteurs. In dit onderzoek konden de interviewers ervoor zorgen dat de adressen van respondenten die nu wel meededen, uit de databestanden van marktonderzoekers en telemarketeers zouden worden verwijderd. Maar een klein deel van de mensen maakte gebruik van deze mogelijkheid. Een man besloot na een prettig interview en de ontvangst van een royale cadeaubon dat hij uiteindelijk toch maar wel in die databestanden wilde blijven.

We bennen zunig

De houding van de interviewers tegenover het geven van forse geldelijke beloningen voor een interview was dubbelzinnig. Enerzijds vonden ze het prettig om als blijk van dank een cadeaubon te geven en soms trok het vooruitzicht van geld mensen ook echt over de streep (met de beloning werd een kind gelijk naar de supermarkt gestuurd). Vooral voor studenten en minder welgestelden was dit het geval. Aan de andere kant vonden de interviewers het veel prettiger als men meedeed omdat men het belang van het onderzoek inzag en vonden ze het onaangenaam om handjeklap te doen over het benodigde geldbedrag. Hun professionele trots was in het geding als ze respondenten moesten 'omkopen'. En als ze al geld gaven, prefereerden ze een klein bedrag (een tientje is meer dan genoeg voor een interview van een kwartier). Ook bij het meenemen van bloemen, een strategie waar sommigen succes mee hadden, letten ze op de centen: bossen bloemen van zes gulden bleken ook heel goed te werken.

Middelen en inspanningen

Alle interviewers hadden veel meer hun best gedaan dan in een gewoon onderzoek. Eén respondent zei het treffend: 'U blijft terugkomen tot ik eindelijk meewerk, hè.' En toen een narrige respondent zei dat hij alleen zondag om zeven uur 's ochtends tijd had voor een gesprek, antwoordde de interviewer dat dat geen enkel probleem was. Waarop hij natuurlijk besloot dan maar gelijk de vragenlijst te beantwoorden. Eén interviewer heeft de respondent in het ziekenhuis bezocht (na consultatie van een zoon; de patiënt verveelde zich toch maar en was blij met de bloemen en de aandacht). Een andere spoorde de respondent op na tips van de burens (ze zit altijd bij haar vader, een paar straten verderop).

De interviewers deden dus beter hun best om respondenten te vinden en over te halen, maar ze hadden niet het idee dat ze heel andere tactieken of strategieën gebruikte

hadden dan normaal, behalve dan het gebruik van verschillende interviewmethoden en de royale beloningsmogelijkheden. In het algemeen leek het dat de beschikbaarheid van beloningen vooral een indirect belang had. Omdat ze wisten dat ze allerlei middelen ter beschikking hadden om de respondent over te halen, kregen ze zoveel zelfvertrouwen dat dat al werkte. Anderzijds was ook voor de respondenten het idee dat ze serieus genomen werden en dat hun inspanningen ook echt iets waard waren, vaak al genoeg om mee te doen. Soms weigerden respondenten achteraf de beloning die hen in eerste instantie over de streep had getrokken. En in een enkel geval probeerde de respondent de ontvangen cadeaubon aan de enquêtrice te geven, om iets leuks te kopen voor zichzelf.

Trots en vooroordeel

De beroepstrots van interviewers (als ik het vraag, doen ze wel mee en als ze bij mij niet meedoen, lukt het never nooit niet, voor geen duizend gulden) hielp bij het behalen van een hoge respons, maar stond soms alternatieve benaderingswijzen in de weg. Terwijl ze op de instructiebijeenkomst en in de nieuwsbrief allerlei mogelijke tactieken voorgeschoteld hadden gekregen, pakten ze het toch allemaal op hun manier aan en in het algemeen ook met succes. Opvallend genoeg beschouwden zij hun groep non-respondenten niet als harde weigeraars: harde weigeraars waren degenen die zij niet konden overhalen. Tot hun verbazing merkten zij dat die 'harde' harde weigeraars na een telefonische benadering door GfK toch de vragenlijst wilden beantwoorden. Een interviewer ging zelfs weer langs bij de respondent en vroeg waarom die bij de mondelinge benadering niet had willen meedoen, ondanks het aanbod van een cadeaubon, en wel aan de telefoon (de betrokkene wilde niemand binnen laten voor een interview, maar had dit niet gezegd).

Moeilijke gevallen

De interviewers zezen, om verschillende redenen, de volgende groepen aan als moeilijk tot medewerking te bewegen:

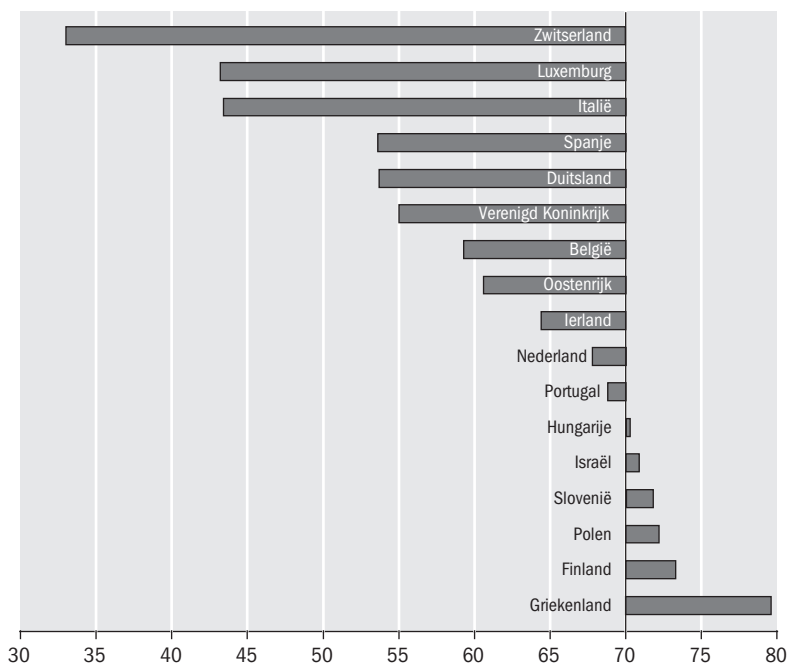
- oudere alleenstaande vrouwen, die bang zijn om een vreemde (man) in huis te laten. Mannelijke interviewers deden wat luchthartiger over dit probleem en vertelden dat ze vaak zeer vriendelijk onthaald werden (maar natuurlijk, meneer, komt u binnen). Overigens waren binnen de groep succesvolle interviewers mannen licht oververtegenwoordigd;
- tweeverdieners (of anderhalfverdieners) met kleine kinderen, die het veel te druk hadden;
- rijke mensen die echt niet geïnteresseerd waren in de cadeautjes die de interviewer kon bieden en die veel te druk bezig waren geld te verdienen;
- personen uit minder welgestelde buurten die niet lastiggevallen wilden worden, die het verdacht vonden dat de overheid zo plotseling in hun omstandigheden geïnteresseerd was en die de interviewers wantrouwden;

- bewoners van een flat met een intercom, die het makkelijk maakt om interviewers aan de deur af te poeieren.

Met hoogopgeleide mensen hadden de interviewers om andere redenen een probleem. Die deden mee of ze deden niet mee. In het laatste geval kon de interviewer praten als Brugman, zonder enig effect: ze bleven vriendelijk, lieten zich niet overhalen en voelden zich ook niet verplicht uit te leggen waarom ze niet wilden meedoen. Interviewers vonden dit heel erg frustrerend. Bijna net zo erg als wanneer ze al halverwege de vragenlijst waren en de man of vrouw van de respondent vanuit een andere kamer protesteerde (Hou daar toch mee op!) en ze alsnog onverrichter zake buiten de deur werden gezet.

Bij het herbenaderen van weigeraars ligt het voor de hand dat men alleen teruggaat naar veelbelovende ‘zachte’ weigeraars. Dat maakt het herbenaderen makkelijker, maar kan betekenen dat de overgehaalde weigeraars een aselechte subgroep van alle weigeraars vormen. Daarnaast is de inschatting of een weigeraar misschien later wel meedoet, afkomstig van een interviewer die geen respons heeft gekregen en die daarmee niet altijd de beste beoordelaar van toekomstig succes hoeft te zijn, zoals ook blijkt uit hoofdstuk 8.

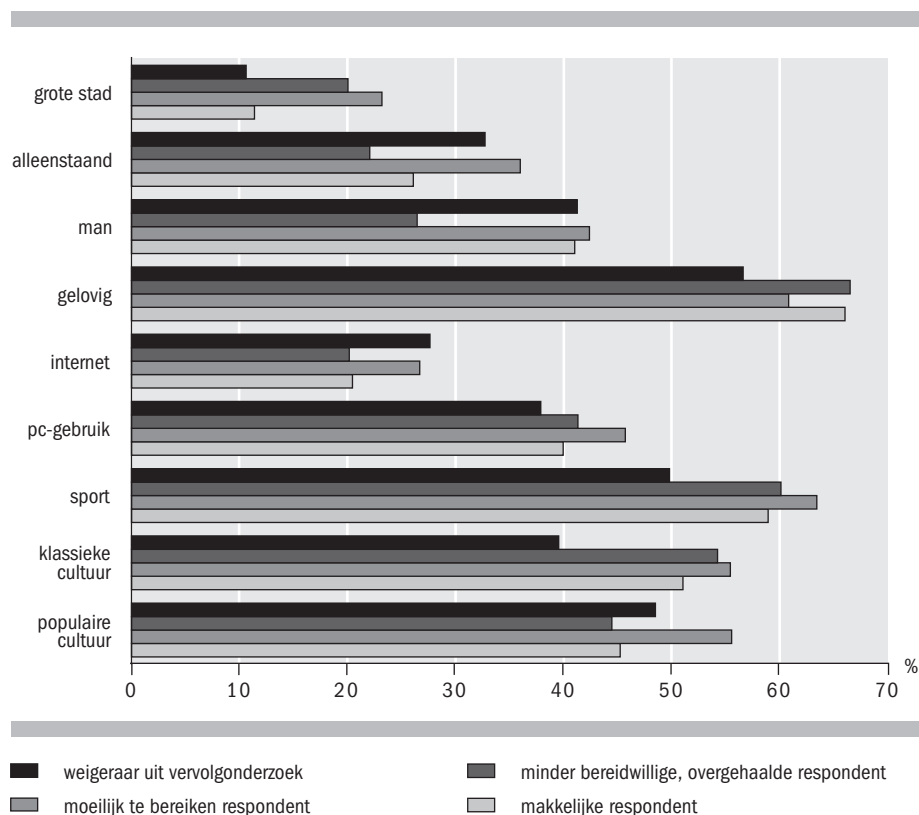
Figuur 2 Respons op het European Social Survey, 1^e peiling 2002/2003 (afwijking van 70%)



Bron: Billet and Philippens (2004)

Uit de analyse van het AVO in de hoofdstukken 8 en 9 blijkt eens te meer dat achtergrondkenmerken in de analyse van bereidwilligheid om mee te doen een moeilijk te interpreteren rol spelen. Bewoners van grote steden waren in eerste instantie bijvoorbeeld minder bereidwillig om aan dit onderzoek mee te doen, maar werden uiteindelijk in groten getale overgehaald. Alleenstaande mannen deden in eerste instantie weinig mee en lieten zich in tweede instantie nog veel minder vaak vermurwen om toch mee te doen. Dit had als gevolg dat onder de bereidwillige respondenten grotestadbewoners en mannelijke alleenstaanden waren ondervertegenwoordigd, dat er onder overgehaalde respondenten veel grotestadbewoners en weinig alleenstaande mannen waren, en dat de uiteindelijke groep non-respondenten relatief weinig grotestadbewoners en relatief veel alleenstaande mannen telde. Uit de hoofdstukken 8 en 9 blijkt verder dat de verschillen tussen makkelijke respondenten, aanvankelijk weigerende respondenten (de overgehaalde weigeraars) en uiteindelijke weigeraars (die wel aan het vervolgonderzoek deelnamen) in het AVO relatief klein waren. Overgehaalde weigeraars lijken nog het meest op de doorsnee burger en beantwoorden zeker niet aan het stereotype van personen die minder

Figuur 3 Verschillen tussen makkelijke respondenten, moeilijk bereikbare respondenten, overgehaalde respondenten die eerst niet mee wilden doen en uiteindelijke weigeraars uit het vervolgonderzoek (AVO'99 en vervolgonderzoek 2000)



sociaal participeren. De uiteindelijke weigeraars beantwoorden iets meer aan dat beeld. Die doen minder aan sport, maar gaan vaker naar popconcerten, dance events en films; ook hebben ze minder vaak een pc, maar als ze die hebben dan maken ze vaker gebruik van internet en gebruiken ze dit minder vaak voor serieuze toepassingen; verder lezen ze wat minder en behoren ze minder vaak tot een kerkgenootschap.

Overigens blijken de overgehaalde respondenten van het ESS in Nederland wel te verschillen van de eerder bereidwillige: ze zijn minder geïnteresseerd in de politiek en hebben minder vertrouwen in politici. Een mogelijke verklaring voor het verschil met het AVO is dat de onderwerpen in ESS en AVO verschillen. Er is eerder al een verband gelegd tussen surveyparticipatie, maatschappelijke participatie en politieke participatie en interesse. Gezien de inhoud van het ESS zou het onderwerp van dit onderzoek sterker kunnen samenhangen met responsgeneigdheid dan dit het geval is bij het AVO, waarbij een breed spectrum van feitelijke vragen wordt gesteld.

Instrumenten en modellen en het effect van een hogere respons

In het voorgaande is uiteengezet waarom nonrespons een probleem kan zijn, welke kenmerken met nonrespons samenhangen en waarom dat tot vertekening kan leiden, en hoe respons kan worden verhoogd. Om aan te kunnen geven of en hoe een hogere respons tot betere resultaten leidt, en welke vertekening er overblijft, zijn modellen en meetinstrumenten nodig. Lin en Schaeffer introduceerden in 1995 twee modellen die in veel nonresponsonderzoek impliciet en expliciet worden gehanteerd (zie § 5.2). Het 'weerstandcontinuüm-model' impliceert dat personen op een eendimensionale schaal geplaatst kunnen worden, geordend naar responsgeneigdheid. Hoe intensiever het veldwerk, hoe meer mensen meedoen. De mensen die de meeste inspanning vereisen, lijken volgens het model het meest op de uiteindelijke nonrespondenten, en hoe hoger de respons, hoe beter de resultaten. Het 'non-participanten-klassenmodel' gaat ervan uit dat mensen om verschillende redenen meedoen, en dat verschillende typen non-participanten lijken op verschillende typen respondenten: weigeraars bijvoorbeeld op mensen die eerst nee zeggen en dan toch meedoen, en niet-bereikten op moeilijk bereikbaren. Als dit model opgaat, hoeft een hogere respons niet noodzakelijkerwijs tot minder vertekening te leiden. Voor beide modellen geldt dat er voor de toetsing zowel informatie nodig is waarmee men respondenten kan onderscheiden (naar type of naar mate van weerstand), als informatie over nonrespondenten.

Om 'makkelijke' en 'moeilijke' respondenten, of verschillende typen respondenten te kunnen onderscheiden is meer gedetailleerde informatie over het verloop van het veldwerk nodig. Waarom dat zo belangrijk is, en waarom deze informatie zo zelden beschikbaar is, staat beschreven in paragraaf 2.6.4. In hoofdstuk 6 is het contactformulier van het AVO beschreven, het meetinstrument waarmee de benodigde informatie kan worden geregistreerd. Op grond van de resultaten van het huidige onderzoek is dit contactformulier overigens al verbeterd. In hoofdstuk 10 wordt

uitgebreid aandacht besteed aan de contactformulieren van het ESS. Een van de belangrijke aanbevelingen van de huidige studie is bij surveyonderzoek het verloop van het veldwerk op dergelijke contactformulieren vast te leggen. Ten eerste kan daarmee worden gecontroleerd of het veldwerk volgens de specificaties is uitgevoerd, en ten tweede kunnen de veldwerkinspanningen en de oorzaken van nonrespons zo precies worden beschreven. Dat laatste is geen doel op zich, maar speelt een rol bij onderzoek naar de relatie tussen veldwerkinspanningen, respons en nonresponsvertekening, en bij een effectievere opzet van het veldwerk. Idealiter zouden de contactformulieren zelfs kunnen dienen om het lopende veldwerk bij te sturen.

Als respondenten die meer of minder veldwerkinspanningen vereisen weinig van elkaar verschillen, dragen die extra, vaak kostbare inspanningen niet bij tot vermindering van de vertekening als gevolg van nonrespons. In paragraaf 5.3 wordt een overzicht gegeven van onderzoek naar het effect van extra veldwerkinspanningen. In recente Amerikaanse studies kwamen Curtin et al. (2000), Keeter et al. (2002) en Teitler et al. (2003) op grond van hun analyses tot de conclusie dat een hogere respons, na correctie voor achtergrondkenmerken, weinig aan de resultaten veranderde. Geen van de auteurs pleit er overigens voor om dan maar met een lage respons akkoord te gaan, al is het maar omdat er ook in hun onderzoeken een substantieel deel weigeraars overbleef dat aanzienlijke vertekening kon veroorzaken. In andere onderzoeken (bv. Voogt 2004) blijken respondenten die extra veldwerkinspanningen vereisen wel onderling te verschillen.

De uitspraken die hierboven zijn gedaan over moeilijker te bereiken en minder bereidwillige respondenten in het AVO resp. ESS zijn gebaseerd op de informatie uit de contactformulieren. De resultaten uit het AVO suggereren dat slecht bereikbare respondenten verschillen van makkelijk bereikbare, maar dat meer en minder bereidwilligen weinig onderling verschillen. De resultaten van het ESS wijzen daarentegen wel op een verschil tussen meer en minder bereidwilligen. Hieruit blijkt het nut van een analyse van het effect van extra veldwerkinspanningen met behulp van de contactformulieren, maar ook dat het niet mogelijk is om over verschillende typen onderzoek te generaliseren.

Naast informatie om verschillende typen respondenten te kunnen onderscheiden, vereisen bovengenoemde modellen ook dat er informatie beschikbaar is over de mensen die niet meedoen. Hiervoor kunnen verschillende bronnen worden aangesproken. Ten eerste is het mogelijk dat van alle steekproefpersonen al de nodige informatie bekend is, bijvoorbeeld als de steekproef is getrokken uit een bestand met gegevens uit bestaande registraties. Bij veel steekproeven van het Centraal Bureau voor de Statistiek is dat het geval. Ook kunnen aan de steekproef buurtkenmerken of zelfs het adres worden gekoppeld. Daarnaast kunnen interviewers kenmerken van buurt en woning vastleggen op het contactformulier. De bovengenoemde gegevens over het verloop van het veldwerk zijn natuurlijk ook bekend voor nonrespondenten.

En in speciale gevallen is er al eerder contact geweest met de huidige nonrespondenten, bijvoorbeeld in het kader van een panelonderzoek.

Al deze gegevens kunnen helpen bij het schatten van de vertekening, maar als de nonrespons samenhangt met de inhoud van het survey dan schieten ze toch tekort. Paradoxaal genoeg is het effect van nonrespons op surveys pas in te schatten zodra er surveyinformatie van nonrespondenten bekend is. Hiertoe zijn twee instrumenten beschikbaar die in paragraaf 5.4 zijn beschreven. In de ‘centrale vraag’-procedure wordt geprobeerd aan alle weigeraars een of enkele vragen te stellen die de kern van het onderzoek raken. In deze studie is het tweede instrument toegepast, namelijk een vervolgonderzoek onder een steekproef van hardnekkige weigeraars. Met de resultaten van dit onderzoek is het mogelijk een goede schatting te maken van de vertekening die nonrespons in het AVO opleverde, omdat de respons bij dit vervolgonderzoek hoog was. De kenmerken van de uiteindelijke weigeraars bij het AVO, die wel alsnog meededen aan het vervolgonderzoek, zijn hierboven beschreven.

Uit de analyses in de hoofdstukken 7, 8 en 9 blijkt dat er bij het AVO sprake is van een weerstandscontinuüm wat betreft bereikbaarheid, hoewel de slechtst bereikbare mensen waarschijnlijk niet degenen waren die veel bezigheden buitenshuis hadden, maar degenen die langere tijd afwezig waren. Op grond van de beschikbare gegevens is het echter niet mogelijk om een eendimensionale schaal te onderscheiden van oplopende onwil om mee te doen aan het AVO. Dit wordt waarschijnlijk veroorzaakt door het feit dat enerzijds de mate van benodigde veldwerkinspanningen wordt gebruikt om bereidwilligheid te indiceren, en dat anderzijds de veldwerkinspanningen niet worden gericht op mensen van wie kan worden aangenomen dat ze toch niet zullen meedoen. Ook andere maten van bereidwilligheid zijn echter niet eenduidig te interpreteren.

Het model van toenemende weerstand gaat dus maar zeer ten dele op in het AVO, namelijk wel met betrekking tot bereikbaarheid maar niet met betrekking tot bereidwilligheid. Het model van klassen non-participanten gaat niet op omdat, zoals hierboven al werd beschreven, de overgehaalde weigeraars niet lijken op de uiteindelijke weigeraars. Als gevolg hiervan is het onaannemelijk dat het verhogen van de respons door aanvankelijke weigeraars bij het AVO over te halen geleid heeft tot een betere kwaliteit van de uitkomsten van het onderzoek en tot een kleinere vertekening als gevolg van nonrespons.

Het einde van de jacht

Uit deze studie is gebleken dat het steeds moeilijker wordt om een hoge respons te bereiken, maar dat dit met de nodige inspanningen wel degelijk is te realiseren. Nederland hoeft zich gezien de resultaten van het Aanvullend voorzieningengebruik onderzoek en het European Social Survey zeker niet te generen. Toch is het niet eenvoudig vertekening als gevolg van nonrespons te bestrijden. Correctie door het

wegen met achtergrondkenmerken biedt geen oplossing als nonrespons met het onderwerp van een onderzoek samenhangt, en het streven naar een responspercentage van 70%, dat allerwegen als goed wordt gekwalificeerd, leidt niet noodzakelijkerwijs tot minder vertekening.

In de literatuur wordt er steeds meer voor gepleit om inzicht in de oorzaken van nonrespons te verwerven en meer aandacht te besteden aan de vertekening als gevolg van nonrespons dan aan de hoogte van nonresponspercentages. Daarnaast is het van belang nonresponsvertekening niet geïsoleerd te beschouwen, maar als onderdeel van de totale surveykwaliteit (zie Biemer en Lyberg 2003). Met deze studie is getracht aan dit inzicht bij te dragen met als achterliggend doel het budget voor veldwerk zodanig in te zetten dat de uitkomsten van een survey zo goed mogelijk de situatie van de populatie weergeven, met zo min mogelijk vertekening als gevolg van nonrespons. Het vastleggen van het responsproces op contactformulieren en het verzamelen van informatie over nonrespondenten kunnen meer bijdragen aan de kwaliteit van surveys dan een verbeterde jacht op de laatste respondent.

Literatuur*

- Bethlehem, J.G. (2002). 'Weighting Nonresponse Adjustments Based on Auxiliary Information'. In: R.M. Groves et al. (red.). *Survey Nonresponse* (p. 265-287). New York: Wiley.
- Bethlehem, J., en B. Schouten (2003). *Nonresponse Analysis of the Integrated Survey on Living Conditions (POLS)*. Paper presented at the 14th International Workshop on Household Survey Nonresponse, Leuven, September 2003.
- Biemer, P.P., en L.E. Lyberg (2003). *Introduction to Survey Quality*. Hoboken, New Jersey: John Wiley and Sons, Inc.
- Billiet, J., en M. Philippens (2004). *Data Quality Assessment in ESS Round 1: Between Wishes and Reality*. Paper presented at the RC33 Sixth International Conference on Social Science Methodology, Amsterdam, August 2004 (ess.nsd.uib.no/2003_documentation.jsp) (Data Quality)
- Blohm, M., en C. Diehl (2001). 'Wenn Migranten Migranten befragen. Zum Teilnahmeverhalten von Einwanderern bei Bevölkerungsbefragungen'. In: *Zeitschrift für Soziologie* 30 (3), p. 223-242.
- Curtin, R., S. Presser en E. Singer (2000). 'The Effects of Response Rate Changes on the Index of Consumer Sentiment'. In: *Public Opinion Quarterly* 64, p. 413-428.
- Ellemers, J.E. (2004). 'Wat we nog niet weten. Tekortkomingen en blinde vlekken bij de analyse van de Nederlandse maatschappij'. In: *Sociologische Gids* 51 (4), p. 482-487.
- Elliot, D. (1991). *Weighting for Non-response. A Survey Researcher's Guide*. Londen: Office of Population Censuses and Surveys.
- Goyder, J. (1987). *The Silent Minority. Nonrespondents on Sample Surveys*. Cambridge: Polity Press.
- Groves, R.M., en M.P. Couper (1998). *Nonresponse in Household Interview Surveys*. New York: Wiley.
- Groves, R.M., en K.A. McGonagle (2001). 'A Theory-Guided Interview Training Protocol Regarding Survey Participation'. In: *Journal of Official Statistics* 17 (2) p. 249-266.
- Keeter, S. et al. (2000). 'Consequences of Reducing Nonresponse in a National Telephone Survey'. In: *Public Opinion Quarterly* 64, p. 125-148.
- Leeuw, E. de, en W. de Heer (2002). 'Trends in Household Survey Nonresponse: A Longitudinal and International Comparison'. In: R.M. Groves et al. (red.) *Survey Nonresponse* (p. 41-54). New York: Wiley.
- Lin, I-F., en N.C. Schaeffer (1995). 'Using Survey Participants to Estimate the Impact of Nonparticipation'. In: *Public Opinion Quarterly* 59, p. 236-258.
- Lynn, P. et al. (2002). 'The Effects of Extended Interviewer Efforts on Nonresponse Bias'. In: R.M. Groves et al. (red.) *Survey Nonresponse* (p. 135-148). New York: Wiley.
- Schnell, R. (1997). *Nonresponse in Bevölkerungsumfragen, Ausmaß, Entwicklung und Ursachen*. Opladen: Leske und Budrich.
- Teitler, J.O., N.E. Reichman en S. Sprachman (2003). 'Costs and Benefits of Improving Response Rates for a Hard-to-reach Population'. In: *Public Opinion Quarterly* 67, p. 126-138.
- Visscher, G. (1995). *Kiezersonderzoek op een dwaalspoor*. Den Haag: Sdu.

* Voor een volledig overzicht van de gebruikte literatuur, zie *The Hunt for the Last Respondent (References)*.

- Voogt, R. (2004). 'I'm Not Interested'. *Nonresponse Bias, Response Bias and Stimulus Effects in Election Research* (proefschrift). Amsterdam: Universiteit van Amsterdam.
- Vuijsje, H. (1992). *Mens erger je niet: privacy en wetenschappelijk onderzoek*. Zoetermeer: ministerie van Onderwijs en Wetenschappen.

Curriculum vitae Ineke Stoop

Geboren te Den Haag op 14 maart 1953

Opleiding

1965-1971 Gymnasium ß Scholengemeenschap Simon Stevin, Den Haag
1971-1980 Studie Psychologie aan de Universiteit Leiden, doctoraal cum laude, hoofdvak Methoden en Technieken van Psychologisch Onderzoek, bijvakken Sociale Psychologie en Datatheorie

Loopbaan

1973-1980 Student-assistent Universiteit Leiden
1980-1983 Wetenschappelijk onderzoeker, vakgroep Datatheorie, Universiteit Leiden
1983-1990 Wetenschappelijk ambtenaar studiedienst, hoofdafdeling Sociaal-culturele statistieken, Centraal Bureau voor de Statistiek
1990-heden Hoofd afdeling Informatievoorziening en Automatisering, Sociaal en Cultureel Planbureau

Lidmaatschappen

International Statistical Institute (ISI)
World Association of Research Professionals (ESOMAR)
MarktOnderzoekAssociatie (MOA)
Vereniging voor Statistiek en Operationele Research (VVS)
Vereniging voor Ordinatie en Classificatie (VOC)

Andere professionele activiteiten

Lid Central Coordinating Team (CCT) van het European Social Survey (ESS)
Lid European Advisory Committee on Statistical Information in the Economic and Social Spheres (CEIES)
Lid Statistics Netherlands Advisory Council on Methodology and ICT
Plaatsvervangend lid beroepscommissie voor de Gedragscode Onderzoek en Statistiek van de MOA, VBO, VSO
(1994-2002) Lid bestuur Wetenschappelijk Statistisch Agentschap (WSA) van de Nederlandse Organisatie voor Wetenschappelijk Onderzoek (NWO)