

Die *Interessenlage* der Teilnehmer.

Motivation und Anreize für die Teilnehmer

- Belohnungen: finanziell (Geld, Geschenke usw.)  
Ideell (Informationen über die Gesundheit usw.)
- Appelle an egoistische, altruistische (bitte helfen Sie), ideelle, soziale Motivation (Sie helfen der Menschheit, der Wissenschaft).

Image der Studie/Öffentlichkeitsarbeit

- Identität und Image der Gruppe/Institution, die Studie durchführt bzw. finanziert,
- Vorankündigung, Art des Ansprechens, Öffentlichkeitsarbeit,
- Teilnehmer-Betreuung,
- Datenschutz-Aspekte, Vertraulichkeit.

Der Aufwand für die Teilnehmer (Grad der Belastung)

- durch Fragebogen,
- durch Protokolle, Beobachtungen,
- durch Untersuchungen, Messungen,
- durch Interviewer/Untersucher.

Untersuchungs-Situation bzw. Untersuchungs-Umgebung

- soziale Distanz,
- geographische Distanz.

**Abb. 32. Übersicht der Faktoren, die die Teilnehmerate von ernährungs-epidemiologischen Studien beeinflussen**