

**Michael F. Gorman**

[„Actually I am different.“  
Subjective constructions of  
ethnic identity in a migration  
context and new ways in  
psychological acculturation  
research]

Deutsche Hochschule für  
Gesundheit und Sport

## **Management Insights.**

Michael F. Gorman von Michael F. Gorman

### **Abstract [English]**

'this report from an ongoing research project summarizes experiences with addresses from commercial direct marketing firms. mail surveys are easily and quickly done with such direct marketing (dm) addresses (especially in cooperation with mailing firms) at much lower costs than other forms of surveying. however, dm-addresses can also be used for telephone and face-to-face interviews. a particular characteristic of these addresses is the fact that they can be merged with socio-demographic information from other sources. within a mail survey, information about the purchasing power of private households was used to draw a disproportionally stratified sample that overrepresents low income households. according to the data about household income in the questionnaires, this sampling strategy of overrepresentation was successful. all addresses were obtained from official telephone directories which our experience shows, do not cover all private addresses of the corresponding geographical region. this is especially true for the 'new' states where the telephone density is still low. additionally specific precautions have to be taken during field work because of the overrepresentation of male persons with (telephone) addresses.' (author's abstract)|

Keywords: Ethnic identity, acculturation orientations, domain specificity

### **Abstract [Deutsch]**

'dieser bericht aus einem laufendem forschungsprojekt informiert über die erfahrungen mit dem adreßmaterial kommerzieller direktmarketingfirmen (dm-firmen). dm-adressen erlauben eine einfache und schnelle abwicklung schriftlicher umfragen (insbesondere in kooperation mit mailing-firmen). dabei ergeben sich deutlich geringere kosten als bei anderen befragungsformen. das adreßmaterial kann aber auch für telefonische und mündliche umfragen verwendet werden. ein besonderes potential gewinnen diese adressen durch ihre zusammenführung mit vielfältigen sozio-demographischen informationen aus anderen quellen. im rahmen einer schriftlichen umfrage wurden entsprechende angaben über die kaufkraft der ausgewählten haushalte benutzt, um eine disproportional geschichtete stichprobe zu ziehen, die den unteren einkommensbereich überrepräsentiert. betrachtet man die angaben über das verfügbare haushaltseinkommen in den zurückgesandten