

Vorwort und Danksagung	5
Anerkannt und ausgegrenzt – Straßenzeitungsverkäufer_innen in Berlin	7
<i>Susanne Gerull</i>	
1. Einleitung	7
2. Theoretische Rahmung	8
3. Forschungsstand	13
5. Empirische Ergebnisse	41
6. Diskussion	76
7. Fazit und Schlussfolgerungen	86
8. Quellen	89
Ich als Straßenzeitungsverkäufer_in ... Über das Selbstbild von Straßenzeitungsverkäufer_innen	99
<i>Rossana Berge, Juliane Laubichler, Marthe Sommer</i>	
1. Einleitung	99
2. Forschungsstand	99
3. Methodisches Vorgehen	101
4. Darstellung der Ergebnisse	103
5. Diskussion der Ergebnisse	109
6. Fazit	112
7. Quellen	113
Interviews mit Verkäuferinnen zu geschlechtsspezifischen Aspekten im Straßenzeitungsverkauf	115
<i>Solveigh Ellinghaus</i>	
1. Straßenzeitungsverkäuferinnen – Theorie und Forschungsstand	116
2. Methodisches Vorgehen	121
3. Straßenzeitungsverkäuferinnen – Interviewergebnisse	125
4. Diskussion und kritische Reflexion	131
5. Zusammenfassung der Ergebnisse und Schlussfolgerungen	135
6. Literaturverzeichnis	137

Qualitative Verbesserungen von Straßenzeitungen aus Sicht der Verkäufer_innen	143
<i>Wafa Idris Mohamed Idris Omer und Sebastian Kreyßig</i>	
1. Methodisches Vorgehen	143
2. Ergebnisse	144
3. Schlussfolgerung	144
4. Quelle	145
Das Kund*innenprofil von Straßenzeitungskäufer*innen	147
<i>Jasmin Kopiera</i>	
1. Methodisches Vorgehen	147
2. Ergebnisse der Onlinebefragung	148
3. Diskussion der Ergebnisse	150
4. Fazit	151
5. Literatur	151
Straßenzeitungen.	
Zusammenfassende Diskussion der Erkenntnisse	153
<i>Susanne Gerull</i>	
1. Selbstbild von Straßenzeitungsverkäufer_innen	153
2. Geschlechtsspezifische Aspekte	154
3. Konkurrenz	155
4. Fazit	155