

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**

Wafa Idris Mohamed Idris Omer und Sebastian Kreyßig

- | | |
|--------------------------|-----|
| 1. Methodisches Vorgehen | 143 |
| 2. Ergebnisse | 144 |
| 3. Schlussfolgerung | 144 |
| 4. Quelle | 145 |

Das Kund*innenprofil von Straßenzeitungskäufer*innen **147**

Jasmin Kopiera

- | | |
|-----------------------------------|-----|
| 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**

Susanne Gerull

- | | |
|--|-----|
| 1. Selbstbild von Straßenzeitungsverkäufer_innen | 153 |
| 2. Geschlechtsspezifische Aspekte | 154 |
| 3. Konkurrenz | 155 |
| 4. Fazit | 155 |