

Susanne Gerull (Hrsg.)

STRASSENZEITUNGEN

Empirische Annäherungen
an ein soziales Phänomen

**FID SOZIAL- UND
KULTURANTHROPOLOGIE**
in Zusammenarbeit mit der DFG

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