

Inhaltverzeichnis

| | |
|--|----|
| Prolog: Vom Müll zum Identitätsanker | 5 |
| Ostalgie – Zur Einleitung | 7 |
| Die Demontage der DDR-Symbolik | 9 |
| Spontane Demontage | 10 |
| Demokratisch legitimierte Demontage der DDR-Symbole: Der Beitritt zur Bundesrepublik 1990 | 13 |
| <i>Der Umgang mit den Straßennamen</i> | 14 |
| <i>Der Umgang mit den Denkmälern</i> | 16 |
| Die Währungsumstellung 1990: Schlagartiges Verschwinden der DDR-Waren | 21 |
| Der Umbruch in der ostdeutschen Arbeitswelt | 27 |
| Große Erwartungen in der ostdeutschen Bevölkerung | 28 |
| Große Anstrengungen und Enttäuschungen | 28 |
| <i>Massenarbeitslosigkeit</i> | 28 |
| <i>Unbeständigkeit in der ostdeutschen Arbeitswelt</i> | 29 |
| <i>Ostdeutsche Wahrnehmungen der Treuhandanstalt</i> | 31 |
| Reibungen: Westdeutsche Strukturen und ostdeutsche Mentalität | 33 |
| Eine Stimmung entsteht | 39 |
| „Alles Marode!“ – Die ostdeutsche Vergangenheit wird zu Schrott | 39 |
| Neue Eigentumsverhältnisse | 44 |
| Eine neue Medienlandschaft | 45 |
| Das Bild der Ostdeutschen in den Medien | 47 |
| Ostalgie als Reaktion | 53 |
| Das Produktmarketing nimmt eine Stimmung auf: „Ja, genauso will es das Ossi-Herz!“ | 53 |

| | |
|--|----|
| Ostalgie als Laien-Diskurs: | |
| „Es war nicht alles schlecht“ | 63 |
| <i>Die Erfindung der Ostalgie-Partys</i> | 63 |
| <i>Welche Erlebnisse produzieren die Ostalgie-Partys</i> | 66 |
| <i>Ostalgie im öffentlichen Raum</i> | 70 |
| <i>Die Ostalgie-Shows im Fernsehen</i> | 75 |
| Der bunte Sommer der Ostalgie | 75 |
| Fernseh-Shows als Politikum | 77 |
| Bilanz eines Diskursereignisses | 79 |
| Das Geschäft mit der Erinnerung | 81 |

| | |
|---|----|
| „Schwarz-Weiß-Malerei ist nie gut“ – Wie stehen verschiedene ostdeutsche Jahrgänge zur DDR-Aufarbeitung? | 87 |
|---|----|

| | |
|--|----|
| Fazit und Ausblick: Ostalgie und DDR-Erinnerung | 91 |
| Anhang | 95 |
| <i>Diagramme</i> | 95 |
| <i>Anmerkungen</i> | 99 |