

Inhaltsverzeichnis	III
Abbildungsverzeichnis	VI
Tabellenverzeichnis	VI
Vorwort	VII
1. Einleitung	1
1.1. Tourismus als Forschungsgegenstand der Historischen Geographie	4
1.1.1. Grundzüge der Entwicklung der Historischen Geographie in der Bundesrepublik Deutschland	4
1.1.2. Tourismus als Gegenstand der historisch-geographischen Grundlagenforschung und der anwendungsorientierten Historischen Geographie	9
1.2. Kulturlandschaften im Blickfeld des Tourismus und der Freizeit- und Tourismusgeographie	15
1.2.1. Kulturlandschaften im touristischen Alltag - ein (nicht nur) subjektiver Rundblick ..	15
1.2.2. Kulturlandschaften als Forschungsgegenstand der Freizeit- und Tourismusgeographie	18
1.3. Das Ahrtal und die Hocheifel (Nürburgring) als Raumbispiel	25
1.4. Ahrtal und Hocheifel in landeskundlicher und lokaler Literatur	32
1.4.1. Ahrtal und Hocheifel in landeskundlicher Literatur	32
1.4.2. Ahrtal und Hocheifel in Reiseführern, Bildbänden und lokaler Literatur	35
1.4.3. Ahrtal und Hocheifel im Internet	39
1.4.4. Ahrtal und Hocheifel in topographischen Karten	42
2. Kulturlandschaften und Tourismus in Ahrtal und Hocheifel heute	44
2.1. Ahrtal und Hocheifel in der Tourismusstatistik	45
2.2. Die kleine Auszeit für Genießer und Erlebnishungrige Neuorientierungen (seit ca. 1990)	52
2.2.1. Radwandern und „Ahr 2000“: Die Junge Ahr	53
2.2.2. Viel Camping, wenige Hotels: Die Oberahr	57
2.2.3. Weinbaulandschaft und Weingenuß: Die Mittelahr	58
2.2.4. Die „Wellnesslandschaft“: Bad Neuenahr-Ahrweiler/Unterahr	62
2.2.5. „Nürburgring 2009“ und die Hocheifel	69
2.3. Die „additive“ Tourismuslandschaft Ahrtal/Hocheifel	77

3. Die touristische Inwertsetzung der Kulturlandschaften des Ahrtals und der Hocheifel seit dem frühen 19. Jahrhundert	79
3.1. Traumbilder und Konversation für Bürgertum und Adel	
Das lange 19. Jahrhundert (ca. 1780 – 1918)	80
3.1.1. Im Gefolge der Mittelrhein-Romantik	80
3.1.1.1. Die Leitbilder der touristischen Inwertsetzung in Literatur/Kunst seit ca. 1780	81
3.1.1.2. Die Entdeckung der Felsen-, Burgen- und Weinahr 1820 – 1858	88
3.1.1.3. Künstler und Literaten als Pioniere der touristischen Inwertsetzung	116
3.1.2. Bäder setzen den Trend	120
3.1.2.1. Mineralquellen und der dreifache Traum vom Badeort	120
3.1.2.2. Unternehmertum und Kapital - Bad Neuenahrs Gründungsjahre 1851 - 1875	125
3.1.2.3. Aktiengesellschaft und Gemeinde - Ausbau und Blüte Bad Neuenahrs 1875 - 1914/18	138
3.1.2.4. Die Bedeutung der Persönlichkeit als Gestalter der Kulturlandschaft	146
3.1.3. Die Gegenwelt der Industrie	148
3.1.3.1. Der Eifelverein	149
3.1.3.2. Die Hocheifel, Junge und Oberahr	155
3.1.3.3. Bürgerschaftliches Engagement als Grundlage einer Neubewertung der Kulturlandschaft	159
3.2. Von Festen und Erholung für Kleinbürger und Arbeiter	
Siebzig Jahre auf und ab (1919 - ca. 1990)	160
3.2.1. Weinpatenschaften, Wein-Massentourismus, Weingenuss	161
3.2.1.1. „Trinkt Rotwein an der Ahr“ 1919 - 1932	161
3.2.1.2. „... drum trinkt und trinkt, dass Absatz kommt!“ 1933 - 1945	169
3.2.1.3. Masse, Struktur- und Landschaftswandel, Qualität 1945 - ca. 1990	173
3.2.2. Sozialkuren, Freizeitgesellschaft, „Wellness“	187
3.2.2.1. Im Wettstreit um Gäste - Bad Neuenahr und seine kleinen Imitatoren 1919 - 1948 ...	188
3.2.2.2. Zweite Blüte und zweimaliger Wandel - Bad Neuenahrs Dominanz 1948 - ca. 1990	198
3.2.3. Tourismus als Mittel staatlicher Strukturförderung	208
3.2.3.1. Der unbewältigte Massenansturm - Nürburgring und Hocheifel 1925 - 1984	208
3.2.3.2. „... die bunte Welt des Campings“ - Junge und Obere Ahr 1950 - 1990	241
3.3. Künstler, Unternehmer, Bürgertum und Staat als Begründer und Träger der touristischen Kulturlandschaften in Ahrtal und Hocheifel	245
4. Kulturlandschaftspflege und Tourismus	251
4.1. Identität, Heimat, Emotion, Geschichte: Der Diskurs um Leitbilder für die Kulturlandschaftspflege	253
4.2. Touristische Kulturlandschaften als Objekt der Kulturlandschaftspflege ...	259
4.2.1. Das Problem der Inventarisierung touristischer Kulturlandschaften	259
4.2.2. Das UNESCO-Welterbe „Oberes Mittelrheintal“ als Paradigma einer auch touristischen Kulturlandschaft	262
4.2.2.1. Das Problem der regionalen Identität in assoziativen Kulturlandschaften	264
4.2.2.2. Das Problem des „partizipatorischen Planungskonzepts“	267

4.2.3.	Partizipation und Bewusstseinsbildung im Diskurs um die Pflege touristischer Kultur- und Erinnerungslandschaften	271
4.2.4.	„Bewusstsein“ als Kategorie der Kulturlandschaftspflege: „Die niederrheinische Schweiz“ bei Altenahr	272
4.2.5.	Kulturlandschafts- und Landespflege: Bad Neuenahr, die Aue und Mündung der Ahr als komplexer Fall der Pflege der touristischen Kulturlandschaft „Unterahr“ ..	276
4.3.	Touristische Potentiale der Kulturlandschaften als Aspekt der Kulturlandschaftspflege	282
4.3.1.	Der „Nationale Geopark Vulkanland Eifel“	282
4.3.2.	Spuren der alten Territorien in Ahrtal und Hocheifel	284
4.3.3.	Der Osteifelwald und die konkurrierenden National- und Naturparke	287
4.4.	Kulturlandschaftspflege und Tourismus - Identitäten für Einheimische und Gäste	290
5.	Ausblick: Historische Geographie und Tourismus	291
6.	Zusammenfassung	293
	Summary	296
	Résumé	299
	Samenvatting	302
7.	Literatur	306
7.1.	Literatur zur Historischen Geographie und Geographie der Freizeit und des Tourismus	306
7.2.	Regionale und lokale Literatur zu Ahrtal und Hocheifel (Nürburgring)	318