

Inhalt

Management Summary	xiii
1 Grundlagen	1
1.1 Ausgangssituation und Zielsetzung	1
1.2 Was bedeutet eigentlich „Nachhaltigkeit“?	9
1.3 Was uns zur Anpassung zwingen wird	27
1.3.1 Steigende Energiekosten und Treibstoffpreise	30
1.3.2 Zunehmende Verkehrsinfrastrukturengpässe	33
1.3.3 Wachsender öffentlicher Druck und massive staatliche Interventionen	40
Literatur	45
2 Strategien und Konzepte zur Förderung der Nachhaltigkeit	47
2.1 Kann man „Nachhaltigkeit“ messen?	47
2.1.1 Die Messung von Wirtschaftsleistung und Wohlstand	48
2.1.2 Die Messung von Verkehrsintensität und Mobilität	51
2.1.3 Die Messung der Schadstoffintensität der Wirtschaft	58
2.2 Technologische Ansätze für einen effizienteren Energieeinsatz	69
2.3 Die Spielfelder von Staat und Politik	84
2.3.1 Telematik	86
2.3.2 Road Pricing	88
2.3.3 Sonstige Steuern und Abgaben	97
2.3.4 Bedarfs- und Verbrauchskontingentierung	99
2.3.5 Änderung des Verkehrsträgermixes („Modal Split“)	107
2.3.6 Kapazitätserweiterungsmaßnahmen	118
2.4 Modelle für eine nachhaltige Logistik in Unternehmen	121
2.4.1 Anpassungen in Industrie- und Handelsnetzen	121
2.4.2 Anpassungen in offenen Transportnetzen von Logistikdienstleistern	174
2.4.3 Elektronische Transportmarktplätze	182
2.4.4 Citylogistik	190
2.4.5 Kooperationsmodelle	207

viii	Inhalt
2.5 Anpassung von Geschäftsmodellen	210
2.5.1 Kundennahe Produktion und Beschaffung	211
2.5.2 Nachhaltigkeit durch Vereinfachung	229
Literatur.....	239
3 Zusammenfassung und Ausblick	243
Literatur.....	263
Glossar	265
Sachverzeichnis	271