

# INHALT

<b>EINLEITUNG</b> .....	7
<b>1 DATA SCIENCE IM PERSONALMANAGEMENT</b> .....	11
1.1 Einleitung .....	12
1.2 Methodik .....	14
1.3 Analyse .....	17
1.4 Verwendete Forschungsmethodik .....	20
1.5 Schlussfolgerung .....	25
1.6 Quellen .....	26
1.7 Anhang .....	30
<b>2 MÖGLICHKEITEN UND FORTSCHRITTE DER KÜNSTLICHEN INTELLIGENZ MIT SPEZIELLEM BEZUG ZU LOGISTIK UND HANDEL</b> ...	44
2.1 Einleitung .....	44
2.2 Methodologie .....	45
2.3 Grundlagen der Thematik .....	47
2.4 KI in der Logistikbranche und im Handel .....	53
2.5 Ethische Aspekte der KI .....	57
2.6 Investitionen in der KI-Forschung .....	59
2.7 Zusammenfassung .....	60
2.8 Ausblick .....	61
2.9 Quellen .....	62
<b>3 DREISSIG JAHRE DES SLOWAKISCHEN BODENFONDS ALS SUBJEKT DER VERWALTUNG DES TERRITORIUMS DER SLOWAKISCHEN REPUBLIK</b> .....	64
3.1 Einführung .....	65
3.2 Ziel und Methodik .....	65
3.3 Theoretische Basis .....	67
3.4 Ergebnisse .....	69
3.5 Schlussfolgerungen .....	94
3.6 Quellen .....	100
<b>4 DER EINSATZ VON CHATBOTS IM E-COMMERCE</b> .....	104
4.1 Einleitung .....	105
4.2 Definition von Chatbots .....	106
4.3 Chatbots im E-Commerce .....	118
4.4 Zusammenfassung .....	130
4.5 Quellen .....	132

<b>5</b>	<b>DIE BEDEUTUNG VON WISSENSMANAGEMENT IN DER KOMMUNALEN ZUSAMMENARBEIT</b> .....	137
5.1	Einleitung .....	138
5.2	Theoretische und konzeptionelle Hintergründe .....	138
5.3	Formen der Zusammenarbeit von Kommunen unter den Bedingungen der V4-Länder .....	147
5.4	Die Bedeutung von Wissen für die zwischenmenschliche Zusammenarbeit .....	148
5.5	4 Fazit .....	150
5.6	Quellen .....	151
<b>6</b>	<b>KÜNSTLICHEN INTELLIGENZ IN DER LOGISTIK IM BEREICH PAKETZUSTELLUNG – EINE SYSTEMATISCHE LITERATURRECHERCHE</b>	153
6.1	Einleitung .....	153
6.2	Methodik .....	155
6.3	Theoretische Grundlagen .....	163
6.4	KI in der Logistik .....	166
6.5	SWOT-Analyse .....	173
6.6	Zusammenfassung .....	180
6.7	Quellen .....	181
<b>7</b>	<b>ENERGIE-POLITISCHE ZUSAMMENARBEIT ZWISCHEN BRD UND RUSSLAND IM 21. JAHRHUNDERT</b> .....	184
7.1	Einleitung .....	184
7.2	Die politischen Beziehungen als Fundament für die Energiebeziehungen .....	185
7.3	Die politischen Beziehungen als Fundament für die Energiebeziehungen .....	193
7.4	Fazit .....	206
7.5	Quellen .....	208
<b>8</b>	<b>DER MARKT IM SCHIENENPERSONENVERKEHR UNTER DEM EINFLUSS VON LIBERALISIERUNGSMASSNAHMEN</b> .....	211
8.1	Einleitung .....	212
8.2	Verwendete Literatur .....	213
8.3	Die Entwicklung des Österreichischen Schienenpersonen-verkehrsmarktes .....	214
8.4	Die Liberalisierung im Schienenpersonenverkehr .....	220
8.5	Der Österreichische Schienenpersonenverkehrsmarkt im Europäischen Vergleich ..	231
8.6	Fazit .....	238
8.7	Quellen .....	240
<b>9</b>	<b>NOTWENDIGKEIT DER INDIVIDUELLEN ANSPRACHE DER MITARBEITER IN ZEITEN VON COVID-19</b> .....	243
9.1	Einleitung .....	244
9.2	Theoretischer Hintergrund .....	244
9.3	Material und Methoden .....	249
9.4	Ergebnisse und Diskussion .....	252
9.5	Konklusion .....	272
9.6	Quellen .....	275

<b>10 DIE KLIMARESILIENTE STADT – NACHHALTIGKEIT MUSS DAS NEUE PROFITABEL WERDEN</b> .....	280
10.1 Einleitung .....	281
10.2 Nachhaltigkeit .....	284
10.3 Die Stadt im Wandel .....	291
10.4 Fazit und Zusammenfassung .....	310
10.5 Diskussion .....	317
10.6 Quellen .....	319
<b>11 VERPASSTER KLIMASCHUTZ? DIE BEITRAGSLEISTUNG DES GEBÄUDEENERGIEGESETZES (GEG) ZUR ERREICHUNG DER KLIMASCHUTZZIELE IM GEBÄUDEBEREICH</b> .....	329
11.1 Einleitung .....	330
11.2 Der Gebäudesektor in Europa .....	335
11.3 Deutschland .....	339
11.4 SWOT-Analyse .....	346
11.5 Fazit .....	349
11.6 Quellen .....	355
<b>12 WIE WIRD ES MORGEN SEIN? DIE EUROPÄISCHE POST-CORONA INNENSTADT</b> .....	361
12.1 Einleitung .....	361
12.2 Zentrale innerstädtische Strukturen und ihre Funktionen .....	366
12.3 Die Post-Corona-Innenstadt .....	370
12.4 Eine neue soziale Distanz im öffentlichen Raum? .....	373
12.5 Fazit .....	375
12.6 Quellen .....	379
<b>13 KNOWLEDGE MANAGEMENT – OPTIMIERUNGSMÖGLICHKEITEN DURCH COGNITIVE COMPUTING</b> .....	383
13.1 Einführung .....	383
13.2 Grundlagen .....	384
13.3 Methodik .....	389
13.4 Ergebnisse .....	390
13.5 Fazit .....	405
13.6 Quellen .....	406
<b>14 DER DIGITALISIERTE VERBRAUCHER ALS NEUER EUROPÄISCHER KONSUMENT?</b> .....	413
14.1 Einleitung .....	413
14.2 Relevanz und Problemstellung .....	414
14.3 Methodik und Vorgehensweise .....	416
14.4 Konsum und Handel – Strukturen, Wandel, Werte .....	416
14.5 Der digitalisierte Verbraucher in Deutschland und der Slowakei – ein Vergleich....	425
14.6 Zusammenfassung und Fazit .....	429
14.7 Diskussion .....	431
14.8 Quellen .....	432

<b>15 GEMEINDEVERWALTUNG UND NUKLEARE NOTFÄLLE</b>	
<b>NACH JAHRE 2022: FALLSTUDIE DER SLOWAKISCHEN REPUBLIK</b> .....	437
15.1 Einführung .....	438
15.2 Gesetzliche Ausgangspunkte .....	439
15.3 Sozialversicherung .....	446
15.4 Heilungsregime und Zwangsverwaltung .....	448
15.5 Schlussfolgerungen .....	472
15.6 Quellen .....	473
<b>16 DIE BEDEUTUNG VON INDUSTRIE 4.0 FÜR DIE AUTOMOBILINDUSTRIE</b>	
<b>IN DEUTSCHLAND</b> .....	480
16.1 Einleitung .....	480
16.2 Die Automobilindustrie .....	481
16.3 Industrie 4.0 – Vierte industrielle Revolution .....	491
16.4 Praxisbeispiele von Industrie 4.0 in der Automobilfertigung .....	503
16.5 Fazit und Ausblick .....	508
16.6 Quellen.....	510
<b>17 NACHHALTIGKEIT UND GREENWASHING LIEGEN NAHE</b>	
<b>BEIEINANDER – DER FALL H&amp;M</b> .....	512
17.1 Einleitung .....	512
17.2 Methode .....	515
17.3 Nachhaltigkeit .....	516
17.4 Nachhaltigkeitsmöglichkeiten in der Textilbranche .....	521
17.5 Greenwashing .....	526
17.6 H&M .....	528
17.7 Fazit .....	531
17.8 Quellen.....	535